

Kartoitus Suomenlinnan opasteiden toimivuudesta

Wilma Haaga



Tekijä Wilma Haaga	
Koulutusohjelma Matkailun liikkeenjohdon koulutusohjelma	
Opinnäytetyön nimi Kartoitus Suomenlinnan opasteiden toimivuudesta	Sivu- ja liitesivumäärä 34+3
<p>Opinnäytetyöni toimeksiantajana toimii Suomenlinnan hoitokunta. Toimeksiannon taustalla on toimijaopastesuunnitelma, joka täydentää vuonna 2014 valmistunutta Suomenlinnan opastuksen yleissuunnitelman päivitystä. Toimijaopastesuunnitelman tarkoituksena on palveluntarjoajien opasteiden yhteneväisyyden varmistaminen.</p> <p>Opinnäytetyön aihetta on rajattu keskittymällä Suomenlinnassa toimivien palvelun tarjoajien opasteisiin. Toimeksiantajan pyynnöstä tutkimukseen sisällytetään sekä palveluntarjoajien että kävijöiden näkökulmat. Tutkimusongelmana on, ovatko uudet opasteet toimivia ja palvelevatko ne hyvin suunniteltua tarkoitusta. Alaongelmina ovat kahden eri kohderyhmän, kävijöiden ja palvelun tarjoajien näkökulmat.</p> <p>Päätavoitteena on selvittää, ovatko Suomenlinnan uudet, kevättalven 2016 aikana uusitut opasteet toimivia. Tutkimus suoritettiin kvalitatiivisena eli laadullisena tutkimuksena haastattelujen avulla. Tutkimukseen haastateltiin kuutta Suomenlinnan toimijaa ja kymmentä kävijää. Kaikki haastattelut suoritettiin kesän 2016 aikana.</p> <p>Molemmat kohderyhmät toivat esiin opasteiden yhteneväisyyden. Toimijat kokivat opasteuudistuksen parantaneen opastuksen tasoa Suomenlinnassa. Sisällön tuottaminen opasteeseen koettiin haasteelliseksi opasteen koon vuoksi. Opasteissa havaittiin jo lyhyen ajan jälkeen teknisiä haasteita ja niiden uskottiin olevan lyhytikäisiä.</p> <p>Kävijät kokivat opasteiden olevan selkeitä ja informatiivisia. Opasteilla ei ollut kävijöiden mukaan suurta vaikutusta heidän käyntikokemuksensa ja he hyödynsivät vain vähän opasteiden tarjoamaa tietoa.</p> <p>Kehitysehdotukset jaoin kahteen ryhmään, toimijoille ja hoitokunnalle suunnattuihin ehdotuksiin. Opasteiden parantamiseksi toimijat voisivat tulevaisuudessa panostaa opasteeseen laitettavaan julisteeseen tuomalla siihen enemmän väriä ja eloisuutta. Hoitokunnan tulisi huolehtia teknisten haasteiden korjaamisesta, opasteiden sijaintien muokkaamisesta palveluiden löydettävyyden parantamiseksi ja opasteiden kokoon tai määrään liittyvien puutteellisuuksien parantamisesta.</p>	
Asiasanat Opasteet, Suomenlinna, asiakaskokemus	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Suomenlinna matkailukohteena	3
2.1	Matkailukohteen johtaminen.....	5
2.2	Suomenlinnan palvelut.....	7
2.3	Suomenlinna maailmanperintökohteena	9
3	Opasteet matkailukohteessa	11
3.1	Kävijähallinta.....	12
3.2	Opasteet osana kokemusta.....	15
3.3	Opasteiden tehtävät.....	15
3.4	Toimiva opaste.....	16
4	Tutkimuksen esittely.....	18
4.1	Aiheen rajaus ja kohderyhmät.....	19
4.2	Tutkimuksen toteutus	20
4.3	Aineiston analysointi	22
5	Tulokset	24
5.1	Opasteiden sisältö	24
5.2	Kävijöiden tarpeet	25
5.3	Opasteiden poisnostettavuus	26
5.4	Onnistumiset ja kehityskohteet opasteissa.....	26
6	Pohdinta.....	31
6.1	Kehitysehdotukset.....	32
6.2	Oma kokemus opinnäytetyöprosessista.....	34
	Lähteet	35
	Liitteet.....	39
	Liite 1. Haastattelukysymykset	39
	Liite 2. Toimijaopasteet	40

1 Johdanto

Suomenlinna on yksi Suomen suosituimmista matkailukohteista. Vuoden 1918 jälkeen kun Suomenlinna sai nykyisen nimensä, matkailu alueelle käynnistyi. Suomenlinna on toiminut muun muassa tukikohtana talvisodan aikana ja puolustusvoimien Merisotakoulu toimii Suomenlinnassa edelleen. Tällä hetkellä Suomenlinna on noin 800 asukkaan koti ja se työllistää noin 400 ihmistä. (Suomenlinna 2016a.)

Opinnäytetyöni päätavoitteena on selvittää, ovatko Suomenlinnan uudet toimijaopasteet toimivia. Toimeksiantajana toimii Suomenlinnan hoitokunta. Opinnäytetyön toimeksiannon taustalla on toimijaopastesuunnitelma, joka täydentää vuonna 2014 valmistunutta Suomenlinnan opastuksen yleissuunnitelman päivitystä. Toimijaopastesuunnitelman tarkoituksena on palveluntarjoajien opasteiden yhteneväisyyden varmistaminen. Suunnitelmaa laatiessa on huomioitu toimijoiden antamat kommentit.

Suomenlinnan hoitokunta on valtion virasto, jonka tehtävänä on rakennusten kunnostus ja ylläpito, asuntojen vuokraaminen, Suomenlinnan hallinnointi sekä kohteen esittely kävijöille. Hoitokunta on perustettu vuonna 1973 ja se koostuu noin 80 ammattilaisesta eri aloilta. Hoitokunnan tehtävänä on huolehtia Unescon maailmanperintöluetteloon kuuluvien asettamista velvollisuuksista, kuten linnoituksen autenttisuuden säilyttämisestä. (Suomenlinnan hoitokunta 2016a.)

Opinnäytetyön aihetta on rajattu keskittymällä Suomenlinnassa toimivien palveluntarjoajien opasteisiin (Liite 2). Toimeksiantajan pyynnöstä tutkimukseen sisällytetään sekä palveluntarjoajien että kävijöiden näkökulmat. Tutkimusta varten haastateltiin kuutta toimijaa sekä kymmentä kävijää.

Tutkimusongelmana on, ovatko uudet opasteet toimivia ja palvelevatko ne hyvin suunniteltua tarkoitusta. Alaongelmina ovat kahden eri kohderyhmän, kävijöiden ja palveluntarjoajien näkökulmat.

Opinnäytetyön tarkoituksena on tuottaa tietoa ja kehitysehdotuksia toimeksiantajalle. Aihe ja tutkimus ovat tärkeitä toimeksiantajalle, jotta he voivat tarpeen mukaan kehittää Suomenlinnan opasteita. Tutkimus kerää tietoa uusituista opasteista ja antaa palautetta Suomenlinnan hoitokunnalle siitä, onko opasteiden kehitystyössä onnistuttu. Tuloksia voidaan käyttää paremman asiakaskokemuksen ja tehokkaamman viestimisen saavuttamiseksi.

Tietoperustassa esittelen Suomenlinnan matkailukohteena. Kerron lyhyesti Suomenlinnan historiasta, jotta lukijan on helpompi ymmärtää tätä opinnäytetyötä kokonaisuutena. Suomenlinnasta löytyy useita eri palveluita, jotka esittelen ensimmäisessä pääluvussa. Määrittelen, mitä matkailukohteella tarkoitetaan ja mistä se muodostuu.

Opasteet ovat keskeisessä roolissa opinnäytetyössäni. Toinen pääluku keskittyy opasteisiin matkailukohteessa. Kerron opasteiden tehtävistä kohteessa ja siitä, mikä rooli opasteilla on asiakkaan kokemuksessa. Käyn läpi, mitä tarkoitetaan kävijähallinnalla, mikä merkitys sillä on Suomenlinnassa ja miten opasteet liittyvät siihen. Tietoperustan loppuun olen tehnyt kokonaisuuden, jonka tarkoituksena on auttaa ymmärtämään, mistä hyvä opaste muodostuu.

Empiirisessä osassa esittelen tutkimuksen, tutkimusmenetelmän ja kerron vaiheittain, kuinka tutkimus toteutettiin. Tutkimusmenetelmänä käytän kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää. Tutkimus suoritetaan haastattelujen avulla. Kohderyhmänä ovat Suomenlinnan kävijät sekä siellä toimivat palvelun tarjoajat. Työn avulla pyrin löytämään vastauksen kysymykseen, onko kehitystä opasteissa tapahtunut ja onko yhteneväisyyttä toimijoiden opasteiden kesken saavutettu.

Käyn läpi tutkimukseni tulokset ja niiden pohjalta muodostan yhteenvedon toimijaopasteiden toimivuudesta. Kehitys- ja jatkotutkimusehdotukset perustuvat tuloksiin ja ne esittelen yhteenvedon jälkeen. Lopuksi pohdin omaa oppimistani tämän opinnäytetyön parissa.

2 Suomenlinna matkailukohteena

Suomenlinnan rakentaminen alkoi Ruotsin vallan alla vuonna 1748 Susiluodoilla, Helsingin edustalla. Rakennushankkeen tarkoituksena oli Suomen puolustuksen parantaminen. Merilinnoitus sai nimekseen Sveaborg, joka käännettiin suomeksi Viaporiksi. Rakentaminen keskeytyi vuonna 1756 Pommerin sodan takia. (Suomenlinna 2016b.) Vuoden 1808 jälkeen Viaporin siirryttyä Venäjän haltuun, sen sotilaallinen merkitys väheni. Vuonna 1855 Viapori kärsi pahoja vaurioita laivastojen pommittaessa sitä. Sen jälkeen Viaporin varustuksia paranneltiin ja ensimmäisen maailmansodan aikana sen tarkoituksena oli suojella Pietaria. Venäjän vallankumouksen ja Suomen itsenäistymisen jälkeen Viapori sai nimekseen Suomenlinna ja se siirtyi Suomen omistukseen. (Suomenlinna 2016c.)

Vuonna 1918 Suomenlinnasta tuli suomalainen varuskunta. Matkailu Suomenlinnaan sai alkunsa ja 1960 –luvulla puolustusvoimat luopuivat rakennuksesta. Tänä päivänä Merisotakoulu on ainoa edelleen Suomenlinnassa toimiva yksikkö. Suomenlinna on kuulunut Unescon maailmanperintökohteiden joukkoon vuodesta 1991. (Suomenlinna 2016a.)

Matkailukohteella voidaan tarkoittaa kokonaista maata, aluetta sen sisällä tai yksittäistä kuntaa. Käsitteellä voidaan siis viitata eri laajuisiin kohteisiin. Matkailukohteita on kahdenlaisia, luonnollisia tai rakennettuja. Kaikilla matkailukohteilla on kuitenkin yhteisiä tunnusmerkkejä. (Holloway & Humpreys 2012, 14–16.) World Tourism Organization (UNWTO) on Yhdistyneiden kansakuntien alainen maailman matkailujärjestö. He määrittelevät matkailukohteen paikaksi, jossa matkailija viettää ainakin yhden yön. Matkailukohde tarjoaa erilaisia tuotteita, kokemuksia ja palveluita. Sillä on sekä aineellisia että aineettomia ominaisuuksia. Matkailukohde on fyysinen paikka ja sen aineettomiin ominaisuuksiin kuuluu muun muassa kohteen identiteetti tai persoonallisuus. (UNWTO 2016.) Palvelut, nähtävyydet tai vetovoimatekijät ja saavutettavuus ovat niitä asioita, jotka vaikuttavat kohteiden suosioon matkailijoiden keskuudessa. (Holloway & Humpreys 2012, 14–16).

Suomenlinna koostuu 80 hehtaarin alueesta, johon kuuluu kahdeksan saarta. Alueeseen kuuluvat saaret ovat Kustaanmiekka (Kuva 1), Susisaari, Iso Mustasaari, Pikku Mustasaari, Länsi-Mustasaari, Särkkä, yksi Pormestarinluodoista ja Lonna. Merisotakoulu toimii Pikku Mustasaarella. Vuokra-asuntoja Suomenlinnassa on noin 330. (Suomenlinnan hoitokunta 2016b)



Kuva 1. Kustaanmiekka (Suomenlinna 2016d)

Vetovoimatekijät kohteessa voivat olla väliaikaisia tai pysyviä. Erilaiset tapahtumat kuten festivaalit ovat esimerkki väliaikaisesta vetovoimatekijästä. Kohde, joka ei yksinään houkuttele juurikaan matkailijoita, voi käyttää tapahtumia luodakseen kysyntää kohteelle. Pysyviä vetovoimatekijöitä omaava matkailukohde voi käyttää tapahtumia pidentääkseen matkailukauttaan. (Holloway & Humpreys 2012, 16–17.)

Ulkoilmakohteet, kuten Suomenlinna, joita ei ole alun perin suunniteltu matkailu tarkoitukseen ja siten vastaanottamaan suuria määriä kävijöitä, omaavat haasteita matkailukohteina. Kohteen vetovoimaan vaikuttaa vahvasti vuodenaika. Kasvillisuus on runsaimmillaan kesäkaudella, joten kävijän kannalta kohde on silloin vetovoimaisimmillaan. Kohteen omistajan kannalta taas on vaikea täysin ennustaa luonnon ja kasvillisuuden käyttäytymistä, mikä voi asettaa haasteita kohteen markkinoinnille ja asiakkaiden odotusten täyttämiseksi. Luonnon muutosten takia puistot ja puutarhat ovat erilaisia verrattuna muihin kohteisiin tai nähtävyyksiin. Kohteesta huolehtiminen ja sen huolto on haasteellista, sillä se on jatkuvasti muutoksen, kasvun ja rappeutumisen tilassa. Kohteen huoltotyöt vähentävät sen vetovoimaa kävijöiden silmissä. Huoltotyötä voi olla vaikea suorittaa suurten kävijämäärien takia. Toisaalta, pienet korjaustyöt eivät välttämättä haittaa kävijöitä, vaan ne voivat tuoda kohdetta lähemmäs kävijöitä luomalla yhteyksiä kävijöiden ja henkilöstön välille. (Fyall, Garrod, Leask & Wanhill 2008, 217–224.)

Puistot ovat kilpailukykyisiä vaihtoehtoja tapahtumien, kuten häiden tai konserttien pitopaikkana. Kävijöiden motiiveista vierailta puistoissa ja puutarhoissa voidaan erottaa yle-

simmät motiivit. Tällaisten kohteiden tarjoama rauha, vapaus ja luonnollisuus houkuttelevat kävijöitä. Kohteiden esteettisyys, mahdollisuus sosiaaliselle kanssakäymiselle ja tilaisuus oppia ja toteuttaa itseään motivoivat ihmisiä vierailulle kohteeseen. (Fyall ym. 2008, 220–226.)

Suurin osa matkailijoista haluaa kohteen olevan helposti saavutettavissa. Lentokentän läheisyys ja hyvät paikalliset kulkuyhteydet tekevät kohteesta helposti saavutettavan. Saavutettavuus edellyttää edullisia hintoja. Matkailijoiden päätöksiin vaikuttaa kohteen todellisen saavutettavuuden lisäksi heidän oma käsitys ja mielikuva sen saavutettavuudesta. Kohteen saavutettavuudesta voi kehittyä negatiivisia vaikutuksia. Mikäli kohde on helposti saavutettavissa suurille joukoille matkailijoita, se voi aiheuttaa kohteen ruuhkautumisen, mikä vaikuttaa matkailijoiden mielikuviin sen houkuttelevuudesta. (Holloway & Humpreys 2012, 18.) Suomenlinnan kulkuyhteydet muodostuvat ympäri vuoden liikennöivästä lautasta ja kesäkaudella kohteeseen pääsee myös vesibussilla (Suomenlinna 2016e).

Vuonna 2015 Suomenlinna teki uuden talvikauden kävijäennätyksensä. Kävijöitä talvikauden aikana oli 223 000, mikä on 14 prosenttia enemmän edellisvuoteen verrattuna. Kaksi kolmasosaa talvikauden aikana Suomenlinnassa vierailleista tuli ulkomailta. Kokonaisuudessaan vuoden 2015 aikana Suomenlinnassa vieraili 931 000 ihmistä. (Helsingin Sanomat 2016.)

Tyypillinen Suomenlinnan kävijä viettää aikaa paikan päällä 2-5 tuntia. Vuonna 2014 77 prosenttia kaikista kävijöistä vieraili Suomenlinnassa kesäkauden aikana. Eniten vierailijoita kävi heinäkuussa ja vähiten helmikuussa. Kävijöiden rahankäyttö Suomenlinnassa on vähäistä ja puolet vuoden 2014 kävijätutkimukseen vastaajista kertoi käyttäneensä alle 10 euroa vierailunsa aikana. Talvikaudella kävijöistä 70 prosenttia tuli ulkomailta ja eniten heitä tuli Saksasta, Yhdysvalloista, Venäjältä, Ranskasta ja Isosta-Britanniasta. Suomenlinnassa kävijöistä erottuu kaksi pääryhmää. Nämä ryhmät ovat nähtävyyksien takia tulleet matkailijat ja vapaa-aikaa viettävät kaupunkilaiset. Näiden lisäksi Suomenlinnassa vierailaan opintoretkien, kokousten ja juhlatilaisuuksien takia. Vetovoimatekijöiksi vastaajat mainitsivat merellisyyden, luonnon, historian ja nähtävyydet. (Suomenlinnan hoitokunta 2015a, 19–21.)

2.1 Matkailukohteen johtaminen

Palveluiden, vetovoimatekijöiden ja saavutettavuuden lisäksi matkailukohteeseen voidaan liittää muita elementtejä. Jotta potentiaaliset matkailijat olisivat tietoisia kohteen palve-

luista ja nähtävyyksistä, tulee kohteelle luoda imago eli mielikuva ihmisten mieliin. Kohteen imagoon liittyy turvallisuus, ainutlaatuisuus ja ihmisten ystävällisyys. (UNWTO 2007, 1–2.)

Matkailukohteen johtamisen tarkoituksena on sitoa matkailukohteen eri elementit yhteen. Johdonmukaisella johtamisella pyritään muodostamaan yhtenäinen kokonaisuus. Matkailukohteen johtamisesta voi olla vastuussa erilaisia yhdistyksiä tai yrityksiä riippuen kohteesta. Alueorganisaatio sovittaa yhteen kohteen eri toimenpiteet kokonaisuuden parantamiseksi. Sen tehtävänä on huolehtia alueen markkinoinnista ja siitä, että markkinoinninkävijöille luomat odotukset täyttyvät tai ylittyvät kohteessa. (UNWTO 2007, 9.) Suomenlinnan hoitokunnan tehtävänä on hoitaa, kunnostaa ja huoltaa Suomenlinnaa, jotta se säilyttäisi asemansa matkailukohteena ja asuinympäristönä (Suomenlinnan hoitokunta 2016a).

Suomenlinnan hoitokunta kuuluu opetus- ja kulttuuriministeriön alaisuuteen. Sen tehtävänä on huolehtia Suomenlinnan linnoituksen, rakennusten sekä maiseman ylläpidosta ja kunnostuksesta. Hoitokunta hallinnoi Suomenlinnaa, vuokraa sen toimitiloja ja asuntoja sekä esittelee sitä kävijöille. Hoitokunnan työntekijöihin kuuluu noin 80 ammattilaista eri aloilta. Unescon maailmanperintökohteiden luetteloon vuonna 1991 liittymisen jälkeen hoitokunnan vastuulla on ollut linnoituksen säilyminen mahdollisimman autenttisena. (Suomenlinnan hoitokunta 2016a.)

Ennen kohteen markkinointia ja asiakkaan odotusten täyttämistä organisaation tulee huolehtia oikeanlaisen ympäristön ja puitteiden luomisesta. Se pitää sisällään tuotteen ja teknologian kehitystä, infrastruktuurin eli rakenteiden ja tieverkoston suunnittelua sekä henkilöstön hallintaa. Eri sidosryhmät ovat vahvasti mukana vaikuttamassa kohteeseen. Näitä sidosryhmiä ovat muun muassa majoituspalvelut, kuljetuspalvelut, viranomaiset, matkanjärjestäjät ja media. (UNWTO 2007, 4–5.)

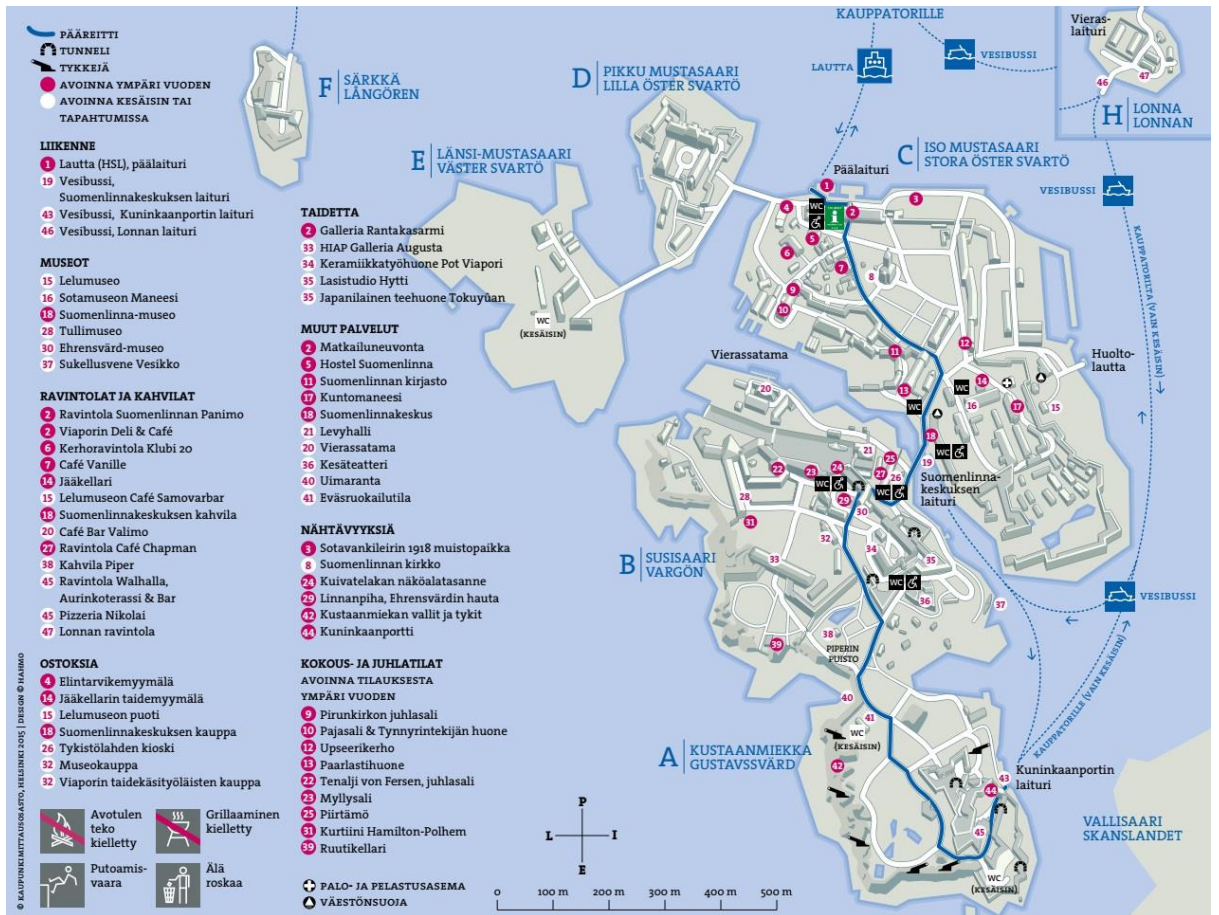
Matkailukohteen markkinoinnissa suurin haaste on tuotteen korvattavuus. Kohteet ovat usein samankaltaisia toisen kohteen kanssa ja ainutlaatuisuutta on näin vaikea saavuttaa. Eri tekniikoita käytetään yritettäessä erilaistua kilpailijoista. Matkailukohteet muodostuvat yleensä useammasta kuin yhdestä yrityksestä. Useat toimijat muodostavat kokonaisuuden, josta muodostuu matkailukohde tuotteena. (Moilanen & Rainisto 2009, 111–113.)

2.2 Suomenlinnan palvelut

Palveluilla matkailukohteessa tarkoitetaan niitä asioita, joiden tarkoitus on tyydyttää matkailijan tarpeet. Palveluihin sisältyy siis esimerkiksi majoitus, ravintolat, teatterit sekä kuljetuspalvelut. Palveluiden laatu ja määrä vaihtelevat kohteen luonteen mukaan. Palvelu itsessään voi olla vetovoimatekijä. (Holloway & Humpreys 2012, 16–17.) Palveluiden hintataso vaikuttaa kohteen kilpailukykyyn. Matkailualalla ihmiset ovat tärkeässä roolissa matkailuun liittyvissä kokemuksissa ja siksi hyvin koulutettu henkilöstö on avainasemassa kohteen palveluissa. (UNWTO 2007, 1–2.)

Suomenlinnassa on kuusi museota: Tullimuseo, Suomenlinna- museo, Ehrensvärd- museo, Suomenlinnan lelumuseo, sukellusvene Vesikko sekä Sotamuseon Maneesi. Suomenlinna- museo sijaitsee Suomenlinnakeskuksessa. Museossa voi tutustua Suomenlinnan historiaan ja siellä eläneiden ihmisten elämään. Ehrensvärd- museo esittelee historiaa ruotsalaisen kauden ajalta. Sotamuseon Maneesissa voi tutustua Suomen armeijan ja suomalaisen sotilaan varusteisiin. Talvi- ja jatkosotien aikana käytössä ollut Sukellusvene Vesikko on yksi Suomenlinnan suosituimmista nähtävyyksistä. Lelumuseosta löytää leikkikaluja sota-ajalta. Tullauksen ja salakuljetuksen historiaan voi tutustua Tullimuseossa. (Merilinnitus Suomenlinna 2016, 5–6.)

Suomenlinnasta löytyy useita kahviloita ja ravintoloita. Yksi niistä on Suomenlinnan oma Panimo, joka perustettiin vuonna 1995 (Suomenlinnan Panimo 2012). Suomenlinnakeskuksessa toimiva kahvila on auki vuoden ympäri keskuksen aukioloaikojen mukaan. Lisäksi Suomenlinnasta löytyy elintarvikemyymälä, hostelli, kirkko ja kirjasto. Tärkeimpiä nähtävyyksiä Suomenlinnassa ovat muun muassa Kustaanmiekka, Kuninkaanportti ja Suuri Linnapiha. (Merilinnitus Suomenlinna 2016, 1–8.) Alla olevasta matkailijan kartasta (Kuva 2) voi nähdä, kuinka palvelut asettuvat Suomenlinnassa pääreitien varrelle.



Kuva 2. Matkailijan kartta (Suomenlinna 2016f)

Palvelun tarjoajat Suomenlinnassa pääsevät käyttämään hyödyksi suuria ja maksukykyisiä kävijävirtoja. Maailmanperintö-brändi tuottaa kohteelle lisäarvoa, josta palveluntarjoajat pääsevät hyötymään. Toimijaverkoston avulla palveluntarjoajat voivat kehittää omaa toimintaansa. Hoitokunta järjestää toimijoille yhteisiä tapaamisia ja koulutusmahdollisuuksia. Hoitokunnan verkostojen avulla toimijoiden tunnettuutta voidaan lisätä. Kuuluminen osaksi maailmanperintökohdetta asettaa palveluntarjoajien toiminnalle rajoituksia. Esimerkiksi hoitokunnan organisoima, kokonaisuutena kehitettävä opastusjärjestelmä pyrkii kohteen säilymiseen mahdollisimman autenttisena. (Suomenlinnan hoitokunta 2015a, 23–24.)

Yhteensä Suomenlinnassa toimii noin 30 matkailupalveluiden tarjoajaa. Kesäkauden aikana toimijoita työllistää matkailijat, kun taas korkeimman sesongin ulkopuolella asiakkaat koostuvat pääasiassa yritysasiakkaista. Kaikki toimijat yhdessä ovat mukana muodostamassa Suomenlinna-brändiä ja kävijän Suomenlinna elämystä. Palveluntarjoajien lisäksi Suomenlinnassa toimii yhteisöjä ja julkisia toimijoita, jotka voivat vaikuttaa kävijän kokemukseen. Vuonna 2014 palveluntarjoajille suunnatun kyselyn mukaan maailmanperin-

töstatus koettiin merkittävänä oman toiminnan kannalta. Vastaajien mukaan status asettaa laadullisia tavoitteita joihin pyrkiä. Yhteistyö Suomenlinnan hoitokunnan ja muiden toimijoiden kanssa koettiin tärkeäksi. (Suomenlinnan hoitokunta 2015a, 21–22.)

2.3 Suomenlinna maailmanperintökohteena

Unesco on vuonna 1945 perustettu järjestö. Sen tavoitteena on tukea alueita ja kohteita niiden kulttuurisen arvon säilyttämisessä. Tätä tavoitetta varten kehitettiin luettelo maailmanperintökohteista. Unescon tarkoituksena on edistää kestävästä kehitystä sen kaikissa eri ulottuvuuksissa. (Unesco 2016a.) Suomenlinna on yksi seitsemästä Suomessa sijaitsevasta maailmanperintökohteesta. Muita Suomessa sijaitsevia kohteita ovat Sammallahdenmäki, Vanha Rauma, Petäjäveden vanha kirkko, Verlan puuhiomo ja pahvitehdas, Struven ketju ja Merenkurkun saaristo. (Museovirasto 2016.)

Päästäkseen maailmanperintökohteiden luetteloon, täytyy kohteen täyttää vähintään yksi kymmenestä kohdasta Unescon valintaperusteiden listalta. Listaa päivitetään jatkuvasti kehityksen ja muutosten mukana. Valintakriteerin voi täyttää arkkitehtuuriin tai alueen luonnolliseen kauneuteen liittyvällä elementillä. Myös historiallinen merkittävyys voi olla maailmanperintökohteiden luetteloon pääsyn taustalla. Suomenlinna on päässyt luetteloon kohdan 4 perusteella: ”to be an outstanding example of a type of building, architectural or technological ensemble or landscape which illustrates (a) significant stage(s) in human history”. (Unesco 2016b.)

Suomenlinnaa on käytetty puolustustarkoituksiin kolmen eri hallinnon alla. Eri aikakausilta hyvin säilynyt rakennuskanta ja linnoitteet muodostavat ehjän ja kohteen arvot sisältävän kokonaisuuden. (Suomenlinnan hoitokunta 2014, 10.) Unesco mainitsee Suomenlinnan suurimpina uhkina merenpinnan nousun ja kävijöiden määrän lisääntymisen aiheuttaman hiekkasärkkien rappeutumisen (Unesco 2016c).

Perintökohteiden haasteena on säilyttää kohteiden autenttisuus ja alkuperäiset ominaisuudet mahdollisimman hyvin, tyydyttäen samalla asiakkaiden odotukset palveluiden avulla. Asiakkaiden odotukset kohteesta voivat kohdistua esimerkiksi majoitukseen tai yleiseen turvallisuuteen. Perintökohteen kehitystyöhön kuuluu kaksi vaihetta. Ensimmäinen on tilojen kehitys vastaamaan asiakkaiden tarpeita, mihin kuuluu kohteen esittelyn ja viestinnän kehitys. Kohteeseen on hankittava opasteita ja varmistettava, että se on turvallinen kävijöille. Liikkuminen kohteessa on mahdollistettava kävelyteiden avulla ja palveluita on oltava tarjolla. Toinen vaihe on kohteen markkinointi kävijöiden lähtöalueilla. (Drummond, S. & Yeoman, I. 2001, 78–79.)

Unescon maailmanperintökeskus painottaa kestäväää matkailua. Unesco on julkaissut linjauksia liittyen kestäväään matkailuun maailmanperintökohteessa. Linjauksissa tulee esille matkailun aiheuttamien haittavaikutusten minimointi maailmanperinnön säilyttämiseksi. Minimointia edistetään matkailuinfrastruktuurin huolellisella suunnittelulla ja oikeanlaisella sijoittamisella. Maailmanperintökohteen isännän, Suomenlinnan hoitokunnan, tulee olla perehtynyt ruuhkanhallintaan ja huomioida kaikessa toiminnassa kohteen asukkaiden näkökulma. Paikallisen yhteisön hyödyntäminen matkailun ja kävijäpalveluiden kehittämissä tulee ottaa huomioon. (Suomenlinnan hoitokunta 2015a, 8.)

Maailmanperintökohdestatuksen lisäksi Suomenlinnalla on kansallisia ja paikallisia arvoja. Suomen historiassa Suomenlinnalla on rooli näyttämönä usealle käännekohtalle. Suomenlinna kuuluu Suomen ja Helsingin tärkeimpiin nähtävyyksiin ja sillä on opetuksellista arvoa, jota tukevat alueen museot. Suomenlinnan maisema, joka on valittu yhdeksi Suomen kansallismaisemaksi, koostuu ainutlaatuisesta luonnon ja kulttuurin yhdistelmästä. Tulokaskasvillisuus, maaperän siemenpankki ja mahdollisuus muuttolintujen tarkkailuun tekevät Suomenlinnasta ekologisesti arvokkaan ja kiinnostavan tutkimuskohteen. (Suomenlinnan hoitokunta 2014, 17.)

Suurimpia uhkia Suomenlinnan maailmanperintöarvoille ovat sään ääri-ilmiöt, merenpinnan kohoaminen ja kasvavasta kävijämäärästä johtuva kuluminen. Ääri-ilmiöt uhkaavat linnoituksen rakenteita, kattoja ja puustoa. Lämpenevä ilmasto muuttaa kasvillisuutta ja tuhohyönteiset lisääntyvät. Merenpinnan nousu aiheuttaa vahinkoa linnoituksen rantarakenteille. Eroosio eli kuluminen uhkaa linnoituksen kulttuurimaisemaa, lajien monimuotoisuutta ja monumentin rakenteita. Kasvava kävijämäärä aiheuttaa kulumisen lisäksi muita uhkia, kuten ilkkivaltaa ja töhrimistä. (Suomenlinnan hoitokunta 2014, 19.)

Päävastuu linnoituksen hoidosta on Suomenlinnan hoitokunnalla. Yhteistyötä hoitokunta tekee eri tahojen, kuten Helsingin kaupungin, Museoviraston sekä opetus- ja kulttuuriministeriön kanssa. Hoitokunnan laatima hoitosuunnitelma koostuu monesta eri tasosta, joihin kuuluu sekä Suomenlinnan visio ja pitkän aikavälin tavoitteet että varsinaiset toimenpiteet. Hoitokunnan strategiassa on nimetty pitkän aikavälin tavoitteiksi olla hyvin hoidettu maailmanperintökohte ja ympärivuotinen odotukset täyttävä matkailukohte. Tavoitteiksi on asetettu myös strateginen käytönhallinta ja hyvinvoiva henkilöstö. (Suomenlinnan hoitokunta 2014, 23–33.)

3 Opasteet matkailukohteessa

Semiotiikka on merkkien ja niiden toiminnan tutkimusta. Semiotiikassa viestinnän vastaanottajaa pidetään ennemminkin lukijana, mikä viittaa suurempaan aktiivisuuteen viestinnän tulkinnassa. Lukija tuo tapahtumaan mukaan omat kokemuksensa ja asenteensa. Merkkien ja niiden merkityksen tutkimisessa tulee ottaa huomioon merkki, se mihin merkki viittaa ja merkin käyttäjät eli se, kenelle merkki on suunnattu. Viestien merkitys muodostuu vuorovaikutuksesta merkin tai viestin, tulkitsimen eli käyttäjän mielen ja kohteen välillä. (Fiske J. 2005, 61–69.)

Kaikki kanavat, joiden kautta yritys pyrkii kommunikoimaan asiakkaan kanssa, ovat osa sen viestintää. Näihin keinoihin kuuluu opastetut kierrokset, luennot, audiovisuaaliset esitelmät, opasteet, kyltit, esitteet ja infopisteet. Kanavien lisääntyminen kohteessa kertoo kilpailun lisääntymisestä ja asiakkaiden kasvavista odotuksista. Viestintä kohteessa on prosessi, jonka tavoitteena on auttaa asiakasta käsittämään asioiden, paikkojen ja ihmisten merkitystä. Sen tehtävänä on välittää ajatuksia ja tunteita ympäristön paremmin ymmärtämiseksi. Viestintä nähdään opetuksellisena toimintana, joka pyrkii lisäämään ihmisten tietoisuutta ja ymmärrystä, mikä taas edistää kohteiden kuten luonnonihmeiden säilymistä. (Fyall ym. 2008, 238–239.)

Matkailijat liikkuvat kohteesta toiseen ja kohteen sisällä monin eri tavoin. He voivat käyttää julkisen liikenteen eri muotoja tai liikkua itsenäisesti esimerkiksi autolla tai kävellen. Yleensä tiet ja reitit joita matkailijat käyttävät, eivät ole heille entuudestaan tuttuja. Siksi on tärkeää, että tienviitoitukset ovat mahdollisimman selkeitä ja informatiivisia. Kyltit ja opasteet voivat kirjoitetun kielen sijasta hyödyntää helposti tunnistettavissa olevia symboleja. (UNWTO 2007, 117–118.) Opasteiden, kuten muidenkin matkailukohteen elementtien tehokkuus riippuu niiden muotoilun suunnittelusta ja toteutuksesta (Fyall ym. 2008, 242.)

Liikkumiseen liittyvien opasteiden tulee tarjota tietoa kolmesta asiasta: liikenneverkostosta eli reiteistä, aikataulusta ja hinnoittelusta. Infokeskuksilla on tärkeä tehtävä monipuolisen tiedon tarjoamisessa. Tarjoamalla sekä suullista tietoa ja henkilökohtaista palvelua että esitteitä ja karttoja tukemaan matkailijan käyntiä, keskuksat voivat varmistaa tämän monipuolisen tiedon tarjonnan. Vaikka teknologian kehitys on mahdollistanut tiedon saamisen ennen vierailua ja sen aikana internetin ja erilaisten applikaatioiden avulla, on olemassa jatkuva tarve tarjota tietoa paikan päällä. Palveluihin tai erilaisiin tiloihin viittaavien opasteiden tulisi kertoa matkailijoille tarpeellista tietoa kuten mitä palvelu tarjoaa tai aukioloajat. (UNWTO 2007, 118–120.)

Opasteiden avulla kohteen on mahdollista kommunikoida kävijöiden kanssa ja kertoa kohteen arvoista, tarinoista ja merkityksestä. Hyvillä opasteilla rikastutetaan kävijän vierailua tarjoamalla ymmärrystä ympäröivästä alueesta ja sen nähtävyyksistä. Opasteet sisältävät ohjeistuksia esimerkiksi sopivaan käytökseen tai pukeutumiseen kohteessa. (UNWTO, 102–103.)

3.1 Kävijähallinta

Kävijähallinnalla tarkoitetaan toimintaa, jonka tarkoituksena on suojella tietyn alueen kestävyttä. Kävijähallinnan tavoitteena on alueen suojelun lisäksi laadukkaan kokemuksen takaaminen kävijöille. Kävijähallintaan liittyviä strategioita ovat riskinhallinta, kaavoitus ja suunnittelu. (Sustainable Tourism Online 2010.)

Maailmanperintökohteet, kansallispuistot sekä muut luonnon kohteet ovat maailman suosituimpia käyntikohteita. Näiden alueiden hyödyntäminen matkailussa on järkevää, mutta sen tekeminen vastuullista toimintaa harjoittaen on haasteellista. Perintökohteita ei ole alun perin suunniteltu matkailu tarkoituksiin, joten kohteita tulee suojella liika- ja väärinkäytöltä. Heikosti hallituissa ja opastetuissa kohteissa sekä kohteen voimavarojen että kävijöiden kokemusten laatu heikentyy. (UNWTO 2007, 98.)

Perintökohteen kävijähallinnan tulee perustua kahteen periaatteeseen: kestävyteen ja taloudelliseen näkökulmaan. Kohteen suojelu ja kestävyys on tärkein päämäärä ja taloudellinen näkökulma takaa palveluiden säilymisen ja työllisyyden jatkumisen alueella. Infrastruktuurin kehityksen tulee taata yhteyksien ja pääsyn helppous, tehokas opastus ja ympäristön hallinta. Onnistuminen näillä osa-alueilla vaatii hyviä suhteita kaikkien kohteen sidosryhmien välillä. (UNWTO 2007, 99.)

Suomenlinnassa kävijähallinnalle lisää merkitystä luo se, että alue toimii kaupunginosana. Kävijähallinnassa täytyy ottaa huomioon maailmanperintöstatuksen ja suurten kävijämäärien lisäksi paikalliset asukkaat. Ohjaamalla kävijöitä halutuille reiteille parannetaan kohteen kulutuskestävyyttä ja matkailusta aiheutuvia haittoja. Kävijöitä tulee ohjata liikkumaan valittuja reittejä pitkin, jotta autenttinen linnoitusmaisema säilyisi mahdollisimman hyvässä kunnossa. Eroosion lisääntyminen linnoituksessa johtuu muun muassa kävijämäärien kasvusta. Suomenlinnan kävijähallinnan tavoitteita ovat hyvät liikenneyhteydet, kattava opastusjärjestelmä ja tiedon jakaminen. (Suomenlinnan hoitokunta 2014, 39.)

Kävijöiden jakauttaminen eri puolille kohdetta nähtävyyksiä laajentamalla ja tarjontaa kasvattamalla luo vähemmän painetta tietyille alueille, mikä edesauttaa kohteen säilymistä.

Lisäämällä tietoa tietyistä nähtävyydestä alueille ennen tai jälkeen sen, lyhennetään kävijöiden kohteessa viettämää aikaa, mikä taas vähentää nähtävyyden ruuhkautumista. Kaiken tarjolla olevan tiedon ei tarvitse olla nähtävyyden välittömässä läheisyydessä. Tärkeimpien nähtävyyksien laajentaminen onnistuu oikeanlaisen opastuksen, esittelyn ja tarinankerronnan avulla. Hyödyntämällä koko kohteen historiaa ja tarinoita, matkailijoiden suosimia alueita laajennetaan. Tarjoamalla laajan valikoiman palveluita ja kokemuksia, kävijöiden kiinnostusta nähtävyyksiin voidaan kasvattaa niiden ulkopuolelle. (Unesco 2016d, 6.)

Suomenlinnan opastejärjestelmästä vastaa sen hoitokunta. Järjestelmään kuuluu tienviivat, kartat, rakennusten numero- ja nimikyltit, julistevitriinit, saarennimikyltit ja infomonitorit. Opasteiden suunnittelussa tulee ottaa huomioon niiden sopeutuminen historialliseen maisemaan. Järjestelmän tulee olla yhtenäinen sekä informatiivinen. Opasteiden suunnittelu on tasapainoilua näkyvyyden ja huomaamattomuuden sekä esteettisyyden ja kestävyysväylillä. Järjestelmän kielinä käytetään suomea, ruotsia sekä englantia. (Suomenlinnan hoitokunta 2010, 172.) Tämä opinnäytetyö keskittyy opastejärjestelmään kuuluvien toimijaopasteiden tutkimiseen.

Suomenlinnan opastejärjestelmän ydin on lautta rannasta Kuninkaanportille kulkeva pääreitti. Reittiä pitkin kulkemalla kävijä näkee tärkeimmät nähtävyydet ja saa tietoa Suomenlinnasta Suomenlinnakeskuksen julistekaapeista ja infotauluista. Keskuksen ollessa kiinni, tietoa kohteesta ja sen historiasta saa reitin varrella sijaitsevista opastetauluista. Oikeaan osoitteeseen löytäminen on haasteellista puuttuvan katuverkoston takia. (Suomenlinnan hoitokunta 2010, 173.)

Pääsymaksun avulla kävijöiden vierailun ajankohtaa säädellään ja laajennetaan suosituimpien aikojen ulkopuolelle. Hinnoittelu mahdollistaa suurten kävijämäärien hallinnan. Tarjoamalla edullisempia hintoja hiljaisina aikoina, niiden suosiota vierailulle kasvatetaan. Korkeammat hinnat suosituimpina aikoina taas mahdollistavat sen, että painetta ruuhka-aikoina lievennetään. Tällaisen hinnoittelun avulla suurten kävijämäärien muodostama paine jakautuu tasaisemmin viikolle tai vuorokaudenajoille. (Unesco 2016d, 5.)

Kolmas kävijähallinnan keino ruuhkautumisen ja paineen helpottamiseksi on lisätä ihmisten tietoutta. Tarjoamalla heille tietoa kohteen herkkyydestä, autetaan kävijöitä ymmärtämään mitä ongelmia suuri paine kohteessa aiheuttaa. Kertomalla siitä, mitä kävijät voivat tehdä kohteen säilymistä edistämiseksi, kävijät saadaan sitoutumaan kohdetta suojelemaan käyttäytymiseen. (Unesco 2016d, 6.)

Suomenlinnan vahvuuksia, mahdollisuuksia, uhkia ja heikkouksia tutkittiin lokakuussa 2014 järjestetyissä työpajoissa osana kestävän matkailun strategian kehittämistä. Suomenlinnan asukkaat osallistuivat kehitystyöhön vastaamalla marraskuussa 2014 toteutettuun asukastyytyväisyystutkimukseen. Suomenlinnan vahvuudeksi nousi sen monipuolisuus kohteena, kulttuuri- ja luontoelementtien yhdistyminen sekä Unescon maailmanperintökohdearvo. Sijainti Suomen tärkeimmän matkailualueen ytimessä koettiin vahvuudeksi. Asukastutkimuksen tulokset kertoivat positiivisesta kehityksestä kävijähallinnassa. Matkailijamäärien kasvusta huolimatta, paikalliset asukkaat kokivat matkailun tuottaman häiriön vähentyneen. Suomenlinnan mahdollisuudet liittyvät yleisiin trendeihin kuten ruoka- ja luontomatkailuun sekä kiinnostukseen paikallista elämäntapaa ja tarinoita kohtaan. (Suomenlinnan hoitokunta 2015a, 26.)

Suomenlinnaa uhkaavina tekijöinä esiin nousi taloustilanteen heikkeneminen ja kohteen rahoituksen pieneneminen. Uhkaksi koettiin matkailutoiminnan kehittämisen ja kohteen suojelun vastakkain asettuminen. Uusien matkailukohteiden avautuminen ja kilpailun lisääntyminen voivat aiheuttaa Suomenlinnan suosion hiipumista. Kuluminen ja ruuhkautuminen ovat uhkia, joita voidaan pyrkiä hallitsemaan kävijähallinnan avulla. Mielikuva Suomenlinnasta kaukaisesta ja vain kesällä toiminnassa olevasta kohteesta koettiin suurimpana heikkoutena. Liiketoiminnan sopeuttaminen sesonkien mukana rajusti muuttuviin kävijämääriin nousi esiin haasteena. Etenkin ulkomaiset kävijät kokivat kohteen esittelyn olevan vähäistä, mikä liittyy kohteen palveluihin ja niiden laatuun. (Suomenlinnan hoitokunta 2015a, 28–30.)

Vuoden 2014 kävijätutkimuksessa suurimpina häiriötekijöinä esiin nousivat pitkät kävelymatkat sekä eksyminen ja harhailu. Parannusehdotuksia kysyttäessä kävijät toivat esiin opasteiden ja kohdeinformaation lisäämisen. Suomenlinnassa on käytössä opastusjärjestelmä liikkumisen ja palveluiden saavutettavuuden parantamiseksi. Keskeinen osa järjestelmää on tärkeimpien nähtävyyksien kautta kulkeva pääreitti. Liikkumisen tukemiseksi maastosta löytyy kohdeopasteita ja kävijöiden hyödynnettävissä on hoitokunnan tuottamia mobiilireittejä. (Suomenlinnan hoitokunta 2015a, 21–23). Tällä hetkellä mobiilireittejä on tarjolla kuusi erilaista. Yksi reiteistä keskittyy tarjolla oleviin palveluihin, jolloin asiakkaan polkua kohteessa voidaan ohjata palveluiden avulla. Polkuun vaikuttavat tekijät voivat olla rajoittavia, jolloin vaihtoehtona on pyörätuolireitti. (Citynomadi 2016.)

3.2 Opasteet osana kokemusta

Kokemus on aina ollut keskeisessä roolissa pohdittaessa ihmisten motiiveja vierailta matkailukohteissa. Asiakkaiden ja erityisesti matkailijoiden kiinnostus moniulotteisiin ja persoonituihin elämyksiin ja kokemuksiin on kasvanut. (Fyall ym. 2008, 239.) Tämän takia yritysten ja kohteiden tulee kiinnittää yhä enemmän huomiota kokonaisvaltaiseen kokemukseen ja sen onnistumiseen.

Tutkimusten mukaan tyytyväinen asiakas on paras mainostamisen keino. Tyytymättömät asiakkaat kertovat todennäköisemmin huonoista kokemuksistaan kuin tyytyväiset asiakkaat hyvistä kokemuksistaan, mikä aiheuttaa vahinkoa kohteelle. Tyytyväiset asiakkaat saavutetaan takaamalla kokemuksen laatu koko vierailun ajan suunnittelu vaiheesta alkaen. Mitä enemmän potentiaalisten asiakkaiden tarpeista tiedetään, sitä paremmin heille pystytään tarjoamaan oikeanlaisia palveluita. Kiinnostus vierailta kohteessa muuttuu toiminnaksi kohteen oikeanlaisen esittelyn ja tiedon tarjoamisen avulla. (UNWTO 2007, 109.)

Opasteilla on merkittävä vaikutus asiakaskokemukseen matkailukohteessa (Fyall ym. 2008, 237). Asiakaskokemuksella tarkoitetaan asiakkaan muodostamaa subjektiivista kokonaisuutta yrityksestä tai tuotteesta. Siihen kuuluu kaikki tunteet, ajatukset ja mielikuvat, joita asiakas tuotteesta muodostaa. Kokemus koostuu kolmesta eri osa-alueesta: mielikuvakokemuksesta, ostokokemuksesta ja käyttökokemuksesta. Kaikki osa-alueet vaikuttavat toisiinsa. Niitä mittaamalla ja kehittämällä, yritys voi luoda kilpailuetua parantamalla asiakaskokemusta. (Questback 2016.)

Toimijoilla kohteessa on tärkeä rooli laadukkaan kokemuksen takaamisessa. Työntekijät palveluissa kohtaavat asiakkaita jatkuvasti ja nämä kohtaamiset vaikuttavat asiakkaan kokonaiskokemukseen ja mielipiteeseen kohteesta. On tärkeää, että henkilöstö ymmärtää hyvän palvelun merkityksen. Kävijöitä tulisi opastaa kohti palveluita, jotka ovat johdonmukaisesti korkealaatuisia. (UNWTO 2007, 110–112.)

3.3 Opasteiden tehtävät

Opasteilla on kaksi tärkeintä tehtävää kohteessa. Ne vaikuttavat asiakaskokemuksen muodostumiseen ja toimivat apuvälineenä kohteen kestävä kehityksen tukemisessa. Sekä kokemuksellisuus että kestävä kehitys ovat teemoja, jotka ovat jo pitkään olleet nousussa. Kokemus on tapahtuma, joka herättää tunnepitoisia reaktioita. Onnistuneeseen kokemukseen vaikuttaa kohteen luomien mahdollisuuksien tarjoaminen. Opasteiden rooli kokemuksen muodostumisessa on muun muassa tarjota kävijöille pääsy kohteeseen.

Opasteet voivat tarjota asiakkaalle tietoa ja tarinoita heidän vieraillemasta paikasta tai kohteesta. Halu oppia ja saada tietoa on tutkitusti yksi yleisimmistä syistä vierailta kohteessa tai nähtävyydessä. Lisäksi, asiakkaat arvioivat kokemuksensa laatua opasteiden perusteella. (Fyall ym. 2008, 237–241.)

Toisena opasteiden tehtävänä on välittää kävijöille viestejä kestävästä kehityksestä (Fyall ym. 2008, 241). Kestävällä kehityksellä tarkoitetaan maailmanlaajuisesti, alueellisesti ja paikallisesti tapahtuvaa jatkuvaa kehitystä. Päämääränä on turvata tuleville sukupolville hyvän elämän mahdollisuudet. Kestävän kehityksen politiikassa otetaan huomioon ekologinen, taloudellinen sekä sosiaalinen ja kulttuurinen kestävyys. Kestävän kehityksen kannalta on tärkeää sosiaalisen pääoman eli yhteiskunnan muutoksenhallintakyvyn vahvistaminen luontopääoman vähenemisen estämiseksi. (Ympäristöministeriö 2015.)

Avainasemassa on kävijöiden aiheuttamien ympäristöön liittyvien negatiivisten vaikutusten minimointi opasteiden avulla. Käytännössä se tarkoittaa esimerkiksi veden käytön tai jätteiden vähentämistä. Monilla kohteilla tai nähtävyyksillä on olemassa kestävä kehityksen ohjelma. Asiakkaiden sitouttaminen kohteen tavoitteisiin ja arvoihin on merkittävässä roolissa tavoitteiden onnistumisen kannalta. Joissakin nähtävyyksissä asiakkaita kehoitetaan olemaan valokuvaamatta tietyn esineen tai asian säilymistä tukemisen takia. Kehotuksen syyn selittäminen kävijöille edistää sen toteutumista. Kohteessa voidaan pyrkiä rohkaisemaan asiakasta ympäristöstävällisiin tekoihin kohteen ulkopuolella. (Fyall ym. 2008, 241–242.)

3.4 Toimiva opaste

Kokosin tietoperustassa esiin tulleiden asioiden pohjalta kokonaisuuden, joka esittelee hyvän ja toimivan opasteen muodostavia tekijöitä (Kuvio 1). Käytin tietoperustassa eri lähteitä, joista poimin näitä tekijöitä.

Toimiva, eli käyttötarkoitustaan palveleva opaste tarjoaa kävijöille tietoa kohteesta. Kävijöiden ohjaamisella tähdätään lisäämään heidän tietoisuuttaan siitä, miten kohteessa tulisi liikkua. Ohjaaminen on vahvasti sidoksissa kestäväan kehitykseen, mikä tulee ilmi kävijöiden ohjaamisella oikeille alueille kohteen suojelemiseksi. Opasteiden tulee olla sijoitettuna oikein näkyvillä paikoilla, häiritsemättä kuitenkaan kohteen maisemaa. Yhteneväisyys opasteiden kesken selkeyttää ja helpottaa niiden käyttöä. Hyvin toimiva opaste on osa kokonaiskokemusta ja luo edellytykset onnistuneelle kokemukselle kohteessa.

Muodostamaani kokonaisuutta käytin hyväksi suunnitellessani haastattelukysymyksiä tutkimustani varten. Näin sain tietoperustan sidottua paremmin osaksi tutkimustani. Hyödynsin kuviota kehitysehdotuksia pohtiessani.



Kuvio 1. Koonti tietoperustassa esille tulleista asioista, joista muodostuu toimiva opaste

4 Tutkimuksen esittely

Opinnäytetyöni päätavoitteena on selvittää, ovatko Suomenlinnan uudet toimijaopasteet toimivia. Toimiva opaste tarjoaa käyttäjälleen tarvittua tietoa ja sijaitsee paikalla, joka mahdollistaa opasteen tehokkaan hyödyntämisen. Toimiva opaste ohjaa kävijää liikku- maan kohteessa järkevästi suojellen kohdetta ja luo mahdollisuuden onnistuneelle koko- naiskokemukselle. Opasteen ulkoasu sopii ympäristöönsä ja on helposti huomattavissa rikkomatta kuitenkaan maisemaa.

Tutkimusongelmana on, ovatko uudet opasteet toimivia ja palvelevatko ne hyvin suunni- teltua tarkoitusta. Tutkimuksen avulla pyrin löytämään vastauksen kysymykseen, onko ke- hitystä opasteissa tapahtunut ja onko yhteneväisyyttä toimijaopasteiden kesken saavu- tettu. Alaongelmina ovat kahden eri kohderyhmän, kävijöiden ja palvelun tarjoajien näkö- kulmat. Toimeksiantajana opinnäytetyölle toimii Suomenlinnan hoitokunta. Toimijaopas- teet uusittiin vuoden 2016 alkupuolella, joten opinnäytetyön aihe ja tutkimuksen toteutus ovat nyt ajankohtaisia.

Tutkimusmenetelmän valinta perustuu tutkimuksen tavoitteelle, joka muodostuu tutkimus- ongelman pohjalta. Tutkimusongelman asettaminen vaatii tutkittavana olevan ilmiön ym- märtämistä. Eri menetelmävaihtoehtoja pohtiessa, tulee määrittää se, millaista tietoa tutki- muksella pyritään saavuttamaan. (Juuti, P. & Puusa, A. 2011, 23–24.)

Tutkimusta suunniteltaessa täytyi tehdä valinta kvalitatiivisen ja kvantitatiivisen tutkimus- tyyppin välillä. Alkuperäisessä suunnitelmassa tutkimus oli tarkoitus toteuttaa kvantitatiivi- sena kyselylomakkeen avulla. Lopulta päädyin kuitenkin laadullisen tutkimuksen käyttöön haastatteluiden avulla, jotta haastateltavien olisi mahdollista tuoda esiin asioita, joita kyse- lylomakkeen avulla ei saataisi selville.

Laadullisessa tutkimuksessa tutkittavien määrä on huomattavasti pienempi kuin kvantita- tiivisessa eli määrällisessä tutkimuksessa. Analysoitavaa aineistoa kuitenkin syntyy usein runsaasti, eli laadullisen tutkimuksen tarkoituksena on hankkia paljon tietoa suppeam- masta kohteesta. Näin tiettyä ilmiötä pyritään ymmärtämään paremmin tuottamalla uutta tietoa aiheesta. Tutkimuskohteet ovat yleensä näkymättömiä, tulkinnallisia, aikaan ja paik- kaan sidoksissa olevia ilmiöitä (Juuti ym. 2011, 31). Laadullisessa tutkimuksessa oleellista on prosessin kuvaus ja tulkintojen perustelut, jotka vaikuttavat tutkimuksen luotettavuuden arviointiin. (Moilanen T., Ojasalo, K. & Ritalahti, J. 2014, 105.)

Haastattelu tiedonkeruumenetelmänä sopii hyvin moniin tutkimuksiin, sillä se on nopea tapa kerätä syvällistäkin tietoa kohteesta. Haastattelussa yksilöllä on mahdollisuus tuoda esiin itseään koskevia asioita vapaasti. Haastattelulla pyritään asioiden selventämiseen tai syventämiseen ja uusia näkökulmia tuovan aineiston kerääminen on mahdollista. (Moilanen ym. 2014, 106.) Tässä opinnäytetyössä haluttiin käyttää tiedonkeruumenetelmänä haastattelua. Haastatteluiden avulla sekä toimijoiden että kävijöiden oli mahdollista jakaa kommenttejaan ja kertoa kokemuksistaan opasteisiin liittyen. Vuorovaikutus tutkimustilanteessa loi pohjan keskustelulle aiheesta, jota pyrittiin paremmin ymmärtämään.

Haastattelumenetelmän valinta perustuu siihen, millaista tietoa tutkittavasta ilmiöstä tarvitaan. Menetelmiä on erilaisia ja suurimmat erot menetelmien välillä liittyvät haastattelun strukturointiasteeseen. Aste viittaa siihen, kuinka tarkasti kysymykset on muotoiltu ja kuinka paljon haastattelijalla on varaa joustaa haastattelutilanteessa. Puolistrukturoidussa haastattelussa kysymykset laaditaan ennakkoon, mutta niiden järjestystä on mahdollista vaihdella tilanteen mukaan. Sanamuodot voivat vaihdella ja mieleen tulevia lisäkysymyksiä on mahdollista esittää. (Moilanen ym. 2014, 106–108.) Tässä opinnäytetyössä tehdyt haastattelut haluttiin tehdä puolistrukturoituna, jotta lisäkysymyksiä voitaisiin esittää. Näin tutkittavilta henkilöiltä saataisiin kaikki hyödynnettävissä oleva tieto mukaan tutkimukseen.

Laadullisessa tutkimuksessa aineistosta löytyy usein yllättäviä ja ennakkoon odottamattomia seikkoja. On tarpeellista rajata tutkittava ilmiö tarkasti, jotta siitä olisi mahdollista kertoa mahdollisimman paljon perusteellisesti. Analysoitaessa aineistoa sen runsaus tekee analysoimisesta sekä mielenkiintoisen että haastavan. Tutkimuksen tavoite määrittää analyysitekniikan. (Juuti ym. 2011, 114.)

4.1 Aiheen rajaus ja kohderyhmät

Opinnäytetyön aihetta on rajattu keskittymällä Suomenlinnassa toimivien palvelun tarjoajien opasteisiin. Toimeksiantajan toiveesta tutkimukseen sisällytetään sekä palveluntarjoajien että kävijöiden näkökulmat aiheesta. Molempien näkökulmien sisällyttäminen tutkimukseen mahdollistaa sen, että tulokset opasteiden toimivuudesta olisivat mahdollisimman kattavat. Koska tutkimuksen aihe oli rajattu toimijaopasteisiin, jokaiselle haastateltavalle oli tärkeää kertoa mitä opasteita kysymykset koskee, jotta haastatteluiden avulla saataisiin vastauksia tutkimusongelmaan ja jotta tutkimuksen tulokset olisivat luotettavat. Poikkeuksena oli kaikkien haastatteluiden lopussa esitetty kysymys, jossa haastateltavien oli mahdollista kertoa kommenttejaan yleisesti opastuksesta Suomenlinnassa, sekä toimijaopasteista että tienviitoituksesta.

Eri toimijoita Suomenlinnassa on runsaasti, joten haastateltavaksi täytyi valita muutama toimija, jotka edustaisivat Suomenlinnan tarjontaa mahdollisimman hyvin. Tavoitteeksi asetettiin tehdä kuusi haastattelua. Tutkimukseen valitut haastateltavat edustavat hyvin Suomenlinnan palvelutarjontaa. Haastateltaviin toimijoihin kuului ravintolapalveluiden, taidekäsityöläisten, museoiden ja muiden palveluiden edustajia. Toimijoiden palvelut sijaitsevat eri puolilla Suomenlinnaa. Osa palveluista sijaitsevat näkyvällä paikalla pääreitillä varrella ja osa taas syrjäisemmissä paikoissa. Näin haastatteluun saatiin mukaan myös näkemyksiä ja kokemuksia sijainnin vaikutuksesta.

Suomenlinnassa kävijät muodostavat toisen tutkittavan näkökulman. Tavoitteeksi asetettiin haastatella kymmentä kävijää. Tavoitteena oli löytää haastateltavaksi mahdollisimman hyvin Suomenlinnan kävijäkuntaa edustava joukko. Tutkimukseen haluttiin sisällyttää sekä ulkomaisten että kotimaisten kävijöiden kokemukset. Haastatelluista kävijöistä neljä oli ulkomaalaisia ja kuusi suomalaisia. Ulkomaalaisten osuus Suomenlinnan kävijöistä on kasvanut viimeisen kymmenen vuoden aikana ja vuonna 2014 57 prosenttia kaikista kävijöistä tuli muualta kuin Suomesta (Suomenlinnan hoitokunta 2015a, 19).

Haastatteluiden avulla tehtävän tutkimuksen alussa ei voida tietää tarkalleen, kuinka monta haastattelua on riittävä määrä. Haastatteluja on tehty tarpeeksi, kun aineisto kylläänny ja saturaatiopiste saavutetaan. Tällä pisteellä tarkoitetaan tilannetta, kun uusilla haastatteluilla ei saada enää uutta ja oleellista tietoa tutkittavasta kohteesta. (Moilanen ym. 2014, 111).

4.2 Tutkimuksen toteutus

Haastattelukysymysten (Liite 1) suunnittelun aloitin tietoperustan valmistuttua. Alusta alkaen oli selvää, että koska tutkimukseen haluttiin sisällyttää kahden osapuolen näkökulmat, oli tarpeen laatia kaksi erilaista haastattelupohjaa. Kysymyksiä suunniteltaessa huomattiin, että kävijähaastattelut olisi hyvä jakaa vielä kahteen eri haastattelutyyppiin. Kävijöitä päätettiin haastatella niiden palveluiden opasteiden luona, joiden toimijoita haastateltiin.

Lisäksi Suomenlinnasta lähteviä kävijöitä haastateltiin lauttasatamassa, jotta tutkimukseen saataisiin mukaan kävijöiden kommentteja heti Suomenlinnassa vierailun jälkeen. Haastatteluissa lauttasatamassa käytettiin tukena toimijaopasteista otettuja kuvia (Liite 2), jotta haastateltaville olisi selvää, mitä opasteita haastattelu koskee. Haastattelupohjat näille

kahdelle eri tilanteille olivat samantyyliisiä, sisältäen kuitenkin hieman eri kysymyksiä. Molemmat pohjat haluttiin pitää lyhyinä ja mahdollisimman yksinkertaisina, jotta haastatteluihin olisi mahdollista löytää halukkaita vastaajia.

Haastattelukysymysten laatiminen pohjautui tietoperustaan ja erityisesti siellä esiin nousseihin tekijöihin, joita vaaditaan toimivan opasteen toteutumiseksi (Kuvio 2). Tämä toimintamalli oli tärkeä, jotta opinnäytetyö olisi mahdollisimman johdonmukainen ja tietoperustalla olisi selkeä yhteys tutkimukseen. Kysymykset suunniteltiin niin, että ne olisivat pääasiassa avoimia kysymyksiä suljettujen sijaan. Näin haastateltavilta saataisiin enemmän tietoa ja tutkimuksen kannalta tärkeitä kommentteja. Kysymyksiä muodostaessa pyydettiin kommentteja ja ehdotuksia sekä opinnäytetyön ohjaajalta että toimeksiantajalta. Kysymyksiä testattaessa ei huomattu tarvetta muokata niitä.

Toimiva opaste	Toimijat	Kävijät opasteiden luona	Kävijät lauttasatamassa
Informatiivisuus	Millaista sisältöä pidät toimijaopasteessa? Kuinka hyvin uskot sisällön vastaavan kävijöiden tarpeita?	Kuinka hyvin opasteet tarjosivat tarvitsemaasi tietoa?	
Yhteneväisyys	Kuinka hyvin opasteet mielestäsi edustavat yritystä ja sen palveluita?	Kuinka selkeitä opasteet mielestäsi ovat?	Kuinka hyvin mielestäsi toimijaopasteiden tyyli ja ulkoasu ovat samanlaisia läpi Suomenlinnan?
Kestävä kehitys		Kuinka hyvin koet opasteiden tukevan maailmanperintökohteen suojelua?	
Sijainti		Mitä mieltä olet opasteiden sijainneista?	
Osa kokonaiskokemusta	Millaista palautetta olet saanut toimijaopasteista asiakkailta?		Miten koet opasteiden vaikuttaneen vierailuusi?
Kävijöiden ohjaaminen	Mitä mieltä olet opasteiden poisnostettavuudesta sinä aikana, kun palvelu ei ole auki?	Kuinka hyvin koet opasteiden tukevan maailmanperintökohteen suojelua?	
Muut kommentit	Mitä kehitettävää opasteissa mielestäsi olisi? Mitä muuta kommentoitavaa sinulla on toimijaopasteista tai opasteista yleensä Suomenlinnassa? Kuinka hyvin koet päässeesi mukaan toimijaopasteiden kehitysprosessiin?	Mitä kehitettävää opasteissa mielestäsi olisi? Mitä muuta kommentoitavaa sinulla on toimijaopasteista tai opasteista yleensä Suomenlinnassa?	Mitä muuta kommentoitavaa sinulla on toimijaopasteista tai opasteista yleensä Suomenlinnassa?

Kuvio 2. Haastattelukysymysten pohjautuminen tietoperustaan

Kuviosta 2 on nähtävissä, kuinka haastattelukysymykset pohjautuivat tietoperustassa esiin nousseisiin asioihin. Näitä kaikkia asioita käytettiin hyväksi kysymyksiä laatiessa.

Haastateltavat toimijat valikoituivat tutkimukseen sillä periaatteella, että ne edustaisivat Suomenlinnan palvelutarjontaa mahdollisimman hyvin. Toimeksiantaja, eli Suomenlinnan hoitokunta lähestyi ensin toimijoita sähköpostilla ilmoittaakseen tulevasta haastattelupyynnöstä. Haastattelupyynnöt lähetettiin elokuun aikana ja viisi kuudesta valitusta toimijasta suostuivat haastatteluun. Kuudes haastateltava toimija valikoitui mukaan alkuperäisen kieltäytyttyä. Haastateltaville kerrottiin lyhyesti siitä, mitä aihetta haastattelussa tultaisiin käsittelemään, mutta varsinaiset kysymykset esitettiin vasta haastattelutilanteessa.

Kaikki haastattelut suoritettiin kesän 2016 aikana. Kävijähaastattelut tehtiin kesäkuun aikana ja toimijoita haastateltiin elokuun aikana. Kaikki haastattelut tehtiin alkuperäisen suunnitelman aikataulun mukaisesti, mikä oli tärkeää, jotta tutkimus valmistuisi ajallaan. Toimijoiden haastattelut haluttiin tarkoituksella tehdä kesän loppupuolella, jotta haastateltavilla olisi enemmän kokemusta opasteista.

Kaikki toimijahaastattelut nauhoitettiin, jotta sekä haastattelija että haastateltava voisivat paremmin keskittyä keskustelemaan aiheesta ja kysymyksistä. Haastattelun nauhoittaminen mahdollistaa haastateltavan tarkkailun, tilanteeseen myöhemmin uudelleen palaamisen ja uusien näkökulmien huomioimisen (Moilanen ym. 2014, 107). Haastattelujen jälkeen ne litteroitiin eli kirjoitettiin auki.

4.3 Aineiston analysointi

Aineistoa analysoitaessa sitä voidaan eritellä, tiivistää ja luokitella. Aineisto käydään läpi useaan kertaan tarkastellen sitä sekä erikseen että kokonaisuutena. Kokonaiskuvan muodostuttua, aineistoa tarkastellaan yksityiskohtaisemmin. Samankaltaisuuksien mukaan luokittelu eli teemoittelu on tyypillinen laadullisen tutkimuksen operaatio. Teemat voivat olla etukäteen suunniteltuja tai analysointivaiheessa syntyneitä uusia teemakokonaisuuksia. Tavoitteena on muodostaa mielekäs kokonaisuus, josta voidaan tehdä tulkintoja ja johtopäätöksiä. Tulkinnan on oltava uskottava ja tehdyt ratkaisut ja johtopäätökset on pystyttävä perustelemaan. (Juuti ym. 2011, 116–121.)

Aineistoa voidaan analysoida aineisto- tai teorialähtöisesti. Aineistolähtöinen analyysi muodostuu aineiston pelkistämisestä, ryhmittelystä ja abstrahoinnista. Tarkoituksena on selkeyttää ja tiivistää aineistoa. Tiivistäessä aineistosta tunnistetaan yhteisiä piirteitä tai

nimittäjiä. Aineiston tiivistäminen kasvattaa sen informaatioarvoa tuomalla esiin oleelliset havainnot. Aineiston ryhmittelyssä samankaltaisuudet jaetaan luokkiin, jotka nimetään sen sisältöä kuvaavasti. Abstrahointi pyrkii abstraktiin ilmaisuun eli yleiskäsitteiden muodostamiseen. Yleiskäsitteiden avulla muodostetaan kuvaus tutkimuksen kohteesta ja verrataan teoriaa ja johtopäätöksiä uuden teorian muodostamiseksi. (Moilanen ym. 2014, 139-140).

Tässä tutkimuksessa käytin aineistolähtöistä sisältöanalyysia. Litteroin kaikki tehdyt haastattelut analysointia varten. Analysoin kahden kohderyhmän, kävijöiden ja toimijoiden haastatteluita erikseen. Etsin haastatteluista yhteneväisyyksiä, jotta voisin muodostaa käsitteiden toimivuudesta tutkimusongelmaan vastaamiseksi.

Aineiston tulkintaa voidaan tehdä monin eri tavoin eri näkökulmista. Jos lukija pystyy löytämään aineistosta samat asiat, jotka tutkija löysi analysoidessaan, tulkintaa on onnistunut. Saman aineiston tulkinnat voivat olla erilaisia riippuen siitä, mitä aineistosta haetaan ja löydetään. Laadullisessa tutkimuksessa tulkintaa tehdään läpi tutkimusprosessin, jo kenttätöiden aikana. (Hirsjärvi S. & Hurme, H. 2008, 151–152.).

5 Tulokset

Suomenlinnan hoitokunnan laatimassa toimijaopastesuunnitelmassa sen tehtäväksi määritellään toimijaopasteiden yhteneväisyyden varmistaminen. Suunnitelmaa laatiessa on huomioitu toimijoiden antamat kommentit. Suunnitelmassa esitellään käytettävät opastetyypit, joita on sekä kiinteitä että päivittäin palvelun sulkeutuessa sisään nostettavia. Toimijan tulee huolehtia opastelevyn irrottamisesta. Opastetyypit on tarkoitettu ajantasaisen tiedon kuten aukioloaikojen viestimiseen. Opasteiden kunnosta huolehtiminen on toimijoiden vastuulla. (Suomenlinnan hoitokunta 2015b, 2.)

Tutkimuksessa haastateltiin kuutta Suomenlinnan toimijaa ja kymmentä saarella kävijää. Kaikki haastateltavat toimijat olivat jo useamman vuoden ajan Suomenlinnassa vaikuttaneita toimijoita ja työskentelivät yrittäjinä tai johtotehtävissä. Joukko haastateltuja kävijöitä koostui kuudesta suomalaisesta ja neljästä ulkomaalaisesta kävijästä.

5.1 Opasteiden sisältö

Toimijat pitävät opasteissaan esillä tärkeimpiä tietoja palvelusta. Toimijoiden tuottamissa julisteissa viestitään siitä, mikä palvelu on, mitä se tarjoaa ja milloin kyseistä palvelua on tarjolla.

Pääasiassa toimijat kokivat, että käytössä olevat toimijaopasteet edustavat yritystä ja sen palveluita hyvin tai että mahdollisuus siihen on. Yksinkertaisen ja ei huomiota herättävän kehysten koettiin jättävän mahdollisuuden toimijalle itse päästä vaikuttamaan siihen, millaisen graafisen ilmeen luoda opasteella.

Osa toimijoista koki, että opasteet edustavat yritystä huonosti. Tämä johtui joko opasteiden määrällisestä puutteellisuudesta ja siitä, että opasteella ei saa välitettyä haluttua informaatiota sen liian pienen koon takia.

Opasteen sisällöstä keskusteltaessa tärkeimmäksi tekijäksi nousi yksinkertaisuus ja selkeys. Toimijat halusivat pitää opasteiden sisällön mahdollisimman yksinkertaisena ja informatiivisena, jotta ohikulkevien ihmisten olisi mahdollisimman helppo havainnoida ympärillä olevat opasteet ja niiden tarjoama tieto. Toimijoiden mukaan opasteella on vaikea kiinnittää ohikulkevien ihmisten huomio, koska samaan aikaan opasteen tulisi olla yksinkertainen, selkeä ja maisemaan sopiva. Yksi toimijoista toi esille sen, että informaatiotulva Suomenlinnassa on muutamilla alueilla niin suuri, että opasteet helposti hukkuvat sen sekaan.

Pääasiassa kaikki haastatellut kävijät olivat yksimielisiä siitä, että opasteet tarjoavat heille hyvin tarvitsemaansa tietoa, esimerkiksi aukioloajoista. Useimmat kävijöistä kuitenkin kertoivat, etteivät juurikaan käyttäneet opasteita hyödyksi vierailunsa aikana. Syynä oli se, että Suomenlinna oli heille kohteena tuttu tai että he eivät kaivanneet tietoa opasteiden esittelemistä palveluista.

Kaikki haastateltavat tiesivät, että Suomenlinna on maailmanperintökohde, mutta eivät kokeneet sen tulevan esiin opasteissa. Yksi kävijöistä pohti, että yhtenä opasteiden tehtävänä on kohteen suojeleminen kävijöiden kannustaminen kohdetta suojelemaan käytökseen. Kaksi kävijää toivat esiin huolensa Suomenlinnan kuluneista reiteistä, yleisesti huonosta kunnosta ja toivoivat sen kunnostamista.

5.2 Kävijöiden tarpeet

Opasteen koettiin olevan tärkeä suunnannäyttäjänä. Kävijöiden tarpeista toimijoiden kanssa keskusteltaessa esiin nousi se, että ihmisten käyntikokemukseen vaikuttaa suuresti palveluiden löydettävyyden. Eräs haastatelluista toimijoista totesi, että ”mä luulen että he toivovat, että olisi helppo löytää kaikki palvelut tällä saarella. Kun sen itsekkin tässä nyt sanoo, niin sehän kuulostaa ihan naurettavan yksinkertaiselta” (Toimija a, 9.8.2016). Ihmisten tulisi olla helppo löytää palvelut Suomenlinnan kaltaisessa maailmanperintökohdeessa. Palveluiden helppo löydettävyyden on osa hyvän asiakaspalvelukokemuksen tarjoamista. ”Mun mielestä se on hyvää asiakaspalvelua, että ihmisten olisi tällaisessa maailmanperintökohteessa helppo löytää ne palvelut ja täällä pitäisi olla enemmän palveluita”. (Toimija a, 9.8.2016)

Toisaalta, vaikka opasteen on tarkoitus toimia suunnannäyttäjänä, kaksi toimijaa toivat esiin sen, että eivät kuitenkaan halua opasteen toimivan ”sisäänheittäjänä”. He kokivat, että eivät halua palvelunsa olevan asemassa, jossa se olisi pysähdyspaikka kaikille Suomenlinnan matkailijoille ja kävijöille. Näin palvelua käyttää vain kävijät, jotka ovat kiinnostuneet kyseisestä palvelusta ja halukkaita vierailemaan juuri siellä.

Muuta kommentoitavaa toimijaopasteista tai muista opastuksista Suomenlinnassa kysyttäessä moni kävijöistä mainitsi tienviittojen tyylikkyyden. Niiden ulkoasua pidettiin siistinä ja tyylikkäänä. Viitoissa olevan tekstin koettiin olevan kuitenkin liian pientä, jotta se olisi selkeästi nähtävissä. Viitoja kaivattiin enemmän, jotta ne veisivät kävijän perille asti palvelun luokse eivätkä vain näyttäisi suuntaa kaukana kohteesta. Yksi kävijöistä pohti viitoja olevan tarpeeksi kokeneelle kävijälle, mutta ensimmäistä kertaa kohteessa vierailevalle opastus on puutteellista.

5.3 Opasteiden poisnostettavuus

Uusittuja opasteita on sekä kiinteitä että sellaisia, jotka tulisi nostaa pois näkyvältä paikaltaan joko päivittäin palvelun sulkeutuessa tai kausittain, esimerkiksi jos palvelu on suljettu talvikauden ajan. Opasteiden poisnostettavuudella tavoitellaan sitä, että kävijöille on aina tarjolla mahdollisimman ajantasainen tieto palvelusta ja siitä, onko se auki. (Suomenlinnan hoitokunta 2015b, 2.)

Poisnostettavuus koettiin epäkäytännölliseksi tai hankalaksi, mikä aiheuttaa sen, että osa toimijoista ei nosta opasteita sisään iltaisin palvelun sulkeutuessa. Yksi toimijoista kertoi nostavansa opasteen sisälle päivittäin opasteen sisällön takia. Opastetta olisi epäloogista pitää paikallaan, sillä se ilmoittaa palvelun olevan auki. Kahdella toimijoista opasteet ovat sellaisia, että ne irrotetaan kauden päättyessä syksyllä. Yhdellä haastatelluista toimijoista opasteet ovat kiinteitä ja aina paikallaan. Toimijat kuitenkin kokivat, että opasteiden esille jättäminen ei aiheuta hämmennystä kävijöille eivätkä opasteet olleet kokeneet vandalis-
mia.

Osa toimijoista toi esiin sen, että haluaisi vielä mietittävän opasteiden poisnostettavuutta ja sitä, milloin opasteiden tulisi olla paikoillaan. Yksi toimija ei ymmärtänyt, miksi opasteet tulisi nostaa pois illalla. Hän koki, että opasteen olisi hyvä olla paikallaan aina, jotta ihmiset saisivat kuitenkin tietää palvelusta, vaikka se sillä hetkellä olisikin suljettuna. Olisi tärkeää kertoa kävijöille mitä missäkin rakennuksessa on, vaikka se olisikin kiinni. Haastattelussa hän sanoi:

”oishan se kiva, että ihmiset jotka käy täällä aukioloaikojen ulkopuolella, nii näkisivät että ahaa tuolla on tommonen kahvila mutta se on nyt kiinni. Ihmiset onkin nyt vissiin ottaneet aika paljon tavaksi, että he pitävät ne kyltit siinä koko ajan kuitenkin. En ymmärrä miksi pitäis ottaa yöksi pois jos siinä kuitenkin on ne aukioloajat. Et miksei viitsit kertoa ihmisille mitä siinä rakennuksessa on vaikka se olisikin kiinni”. (Toimija b, 17.8.2016)

5.4 Onnistumiset ja kehityskohteet opasteissa

Yhteneväisyys opasteissa tuli esille positiivisena asiana useassa haastattelussa. Toimijat pitivät siitä, että toimijoiden opasteet Suomenlinnassa ovat nyt uudistuksen myötä saavuttaneet yhteneväisyyden eli että toimijaopasteet ovat samantyyllisiä keskenään. Toimijaopasteisiin liittyvän kehitysprosessin koettiin selkeyttäneen Suomenlinnan opastusta koko-

naisuutena. Opasteita kuvailtiin tyylikkääksi ja selkeämmiksi kuin aikaisemmin. Positiivisena koettiin tyylikkään ja yksinkertaisen kehyksen antama mahdollisuus tehdä opasteesta halutun tyylinen julisteen avulla.

Neljä toimijoista koki päässeensä opasteiden kehitysprosessiin hyvin mukaan. Toimijat muistelivat, että saivat kertoa kommenttinsa ja toiveensa opasteisiin liittyen. Yksi toimijoista koki saaneensa erityiskohtelua haluamattaan, koska palvelu on ollut niin ongelmallinen kohde. Mahdollisuutta saada kaikista opasteista samankokoisia kaivattiin ja tätä kaivannut toimija olisi ollut valmis osallistumaan siitä aiheutuviin lisäkustannuksiin. Julisteiden teettäminen eri kokoisiin opasteisiin aiheuttaa tällä hetkellä toimijalle ylimääräisiä kustannuksia, joilta olisi voitu välttyä. Samankaltainen kokemus oli toimijalla, joka oli toivonut isompia opasteita palvelulleen eikä ollut niitä toiveesta huolimatta saanut. Samaan aikaan hän kuitenkin koki, että oli päässyt prosessiin mukaan kertomalla toiveensa, vaikka se ei lopulta toteutunutkaan.

Yhdellä toimijoista oli prosessiin pääsystä päinvastainen kokemus. Hän koki, ettei ole päässyt opasteiden kehittämiseen mukaan ollenkaan. Hän toi esiin, että palvelu on sijainniltaan hyvin ongelmallinen ja että matkailijat eivät löydä palvelun luokse. Toimijan mielestä hänen toivomuksiaan ja parannusehdotuksiaan ei ole huomioitu laisinkaan useista yrityksistä huolimatta. Lisäksi hänen mukaansa palvelun luokse johtavat tienviitat eivät ole totuudenmukaisia.

Vaikka yksinkertaisen kehyksen koettiin antavan mahdollisuus luoda yritystä edustava opaste, ongelmaksi koettiin kehyksen koko. Opasteen liian pieni pinta-ala rajoittaa tätä mahdollisuutta. Koska opasteen tulee olla yksinkertainen ja selkeä, sitä ei voi täyttää suurella määrällä pienellä fontilla kirjoitettua informaatiota. Opasteella viestittäminen jää vaajaaksi, kun toimija ei saa kaikkea haluamaansa informaatiota laitettua opasteeseen.

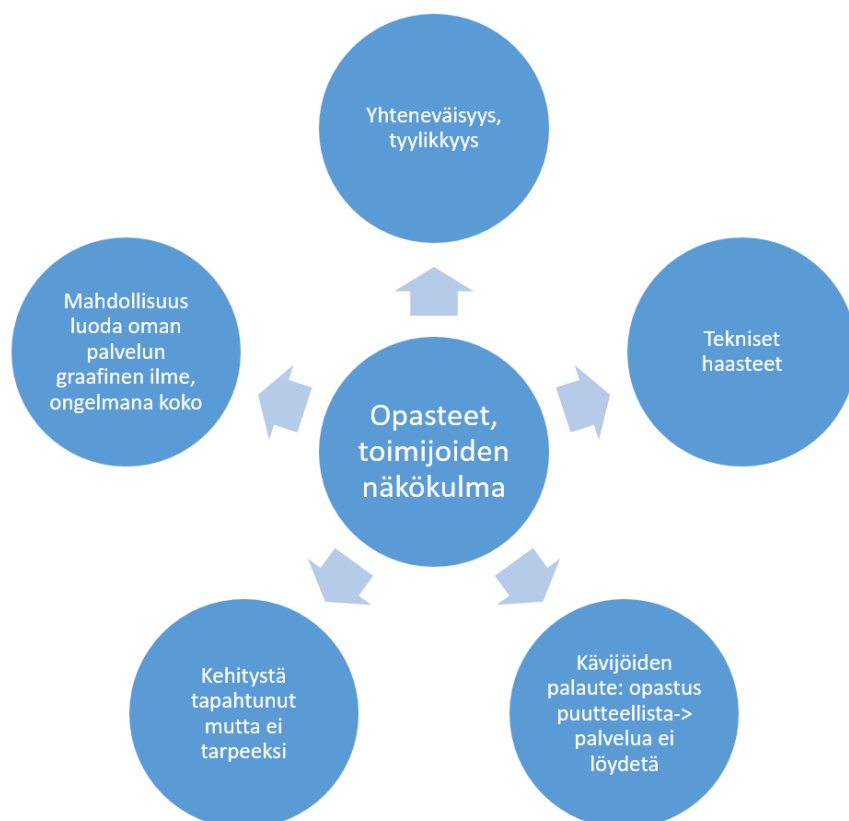
Toimijat kertoivat, etteivät juurikaan ole saaneet kävijöiltä palautetta opasteista. Palaute, jota toimijat ovat kävijöiltään saaneet on ollut pääasiassa se, että palvelua on vaikea löytää sen sijainnin ja opasteiden puutteellisuuden takia. Eräs toimijoista kertoi, että ”tässä lähelläkin tulee ihmisiä, jotka on käynyt Suomenlinnassa monta kertaa, sanomaan että nyt ensimmäistä kertaa löysivät meidät. Löydettävyyys on ollut tosi huono”. (Toimija c, 3.8.2016)

Yksi toimija kuvailu saamaansa palautetta ihmetteleväksi. Kokeneetkaan kävijät eivät tienneet palvelun olemassa olosta ja koska opasteet kohteeseen olivat puutteelliset sekä toi-

mijan mielestä että hänen mukaansa myös kävijöiden mielestä, matkailijat löytävät palvelun hyvin heikosti. Yksi haastatelluista toimijoista on saanut asiakkailta palautetta, että opasteen ansiosta he ovat löytäneet kyseisen palvelun, jota he eivät olisi muuten löytäneet tai josta he eivät olisi ollenkaan tietäneet.

Moni toimijoista toi esiin opasteen tekniikkaan liittyviä asioita. Julisteen vaihtaminen koettiin erittäin hankalaksi. Ongelmana on kosteuden pääseminen opasteen sisään, mikä aiheuttaa julisteen rypistymisen. Toimijat kertoivat opasteiden vaikuttavan heikoilta ja moni uskoi, etteivät opasteet säily käytössä pitkään vaan että ne tarvitsevat huoltotoimenpiteitä.

Alla olevaan kuvioon (Kuvio 3) on koottu toimijoiden näkemyksiä opasteista. Kehitystä on heidän mukaansa opasteissa tapahtunut, esimerkiksi yhteneväisyys opasteiden kesken on saavutettu, mutta kehityskohteita tuotiin myös esiin. Monet toimijoista olivat huolissaan opasteiden kestävydestä ja jo nyt esiin tulleista teknisistä vioista.



Kuvio 3. Koonti toimijoiden näkemyksistä opasteisiin liittyen

Kahden toimijan näkemys Suomenlinnan opastuksesta oli se, että saarelle tarvittaisiin kokonaan uudistettu infoalue. Heillä molemmilla oli visio siitä, kuinka infoalue tulisi sijaita

lauttasataman sijaan kentällä, johon noustaan rantakasarmilta ja josta alkaa kauppiaskortteli. Näin opasteita tutkivat ihmiset eivät tukkisi lauttasatamaa ja opasteet saataisiin paremmin esille. Toinen toimijoista kritisoi nykyisiä lauttasatamassa olevia opasteita, jotka eivät hänen sanojensa mukaan palvele tällä hetkellä ketään. Esimerkiksi opaste, jossa lukee isolla tervetuloa monella eri kielellä, vie tilaa muilta hyödyllisemmiltä opastuksilta. Toinen toimijoista totesi, että vaikka opaste uudistus tehtiin, se ei lopulta juurikaan tuonut kaivattua parannusta.

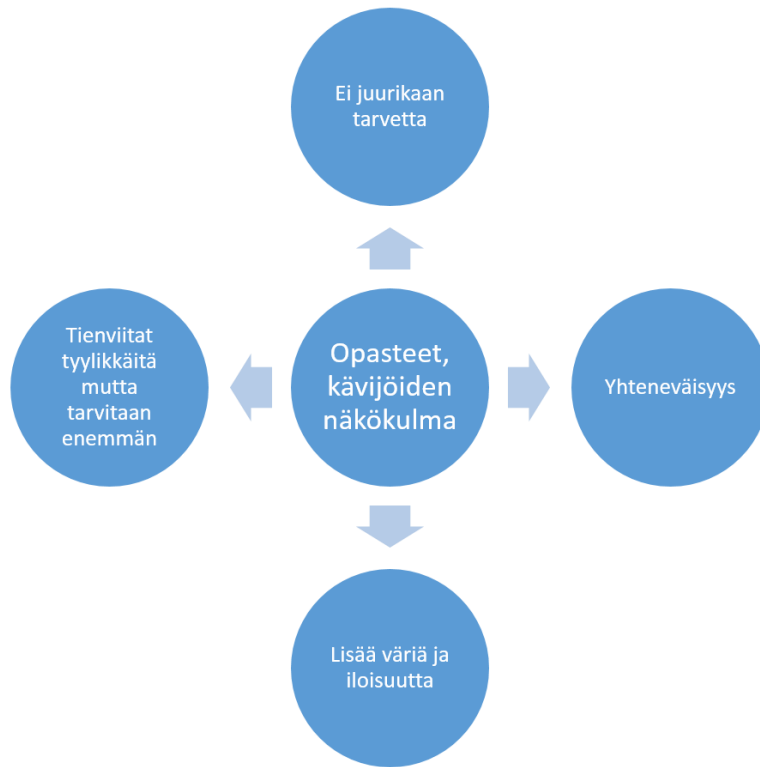
Opasteiden kehittämistyön toivottiin jatkuvan tulevaisuudessa ja sille nähtiin olevan tarvetta. Yksi toimijoista toi esiin ehdotuksensa siitä, että olisi tarpeen tehdä laaja kartoitus maailmalla olevista maailmanperintökohteista ja niiden opastejärjestelmistä. Niiden lisäksi mallia ja esimerkkejä voisi ottaa lentokentiltä ja isoista tavarataloista kuten Prismoista, jossa liikeradat täytyy olla hyvin suunniteltuja, jotta ihmiset löytävät tarvitsemansa tuotteet.

Kävijät kokivat opasteiden olevan pääasiassa yhteneväisiä. Useat kävijät kokivat opasteiden olevan valjuja tai tylsän näköisiä. Yksi kävijöistä toi esiin, että ymmärtää että opasteiden tulee sopia ympäröivään mutta hän kaipasi kuitenkin väriä ja iloisuutta opasteisiin.

Lauttasatamassa kävijöiltä kysyttiin, kuinka opasteet vaikuttivat vierailukokemukseen. Kaikki kävijät olivat sitä mieltä, että opasteilla ei ollut vaikutusta heidän kokemuksiinsa. Yksi kävijöistä vertasi kokemustaan Vallisaareen, jossa hän koki opasteilla olleen positiivinen vaikutus kokemukseen, opasteiden ollessa siellä värikkäämpiä ja yhteneväisempiä kuin Suomenlinnassa.

Kävijät, jotka olivat käyneet Suomenlinnassa aiemmin, eivät osanneet sanoa, että opasteet olisivat erilaisia kuin aiemmin. He kuitenkin havaitsivat, että opasteet ovat uudennäköisiä. Yksi joka kesä Suomenlinnassa käyvä haastateltava mainitsi, että huomasi Lelumuseon tällä kertaa ensimmäistä kertaa ja mietti, johtuikohan se uudistetuista opasteista. Opasteiden koettiin olevan selkeitä ja pääasiassa hyvin sijoitettuja.

Alla olevaan kuvioon (Kuvio 4) on koottu lyhyesti tuloksia kaikista kävijöiden haastatteluilta. Pääasiallinen tulos on se, että kävijät eivät juurikaan käyttäneet opasteita hyödyksi. Tästä huolimatta, Suomenlinnan opastukseen kaivattiin joitakin muutoksia, kuten lisää tienviittoja ja lisää väriä opasteisiin.



Kuvio 4. Koonti kävijöiden näkemyksistä opasteisiin liittyen

6 Pohdinta

Molemmat kohderyhmät toivat esiin opasteiden yhteneväisyyden. Se koettiin saavutetuksi uudistuksen myötä. Yhteneväisyys on yksi toimijaopastesuunnitelmassa mainituista opasteuudistuksen tavoitteista. Opasteiden kehykset ovat yhteneväisiä ja toimijoilla on mahdollisuus päättää siihen laitettavasta sisällöstä ja sen tyylistä.

Toimijoilta saadun palautteen perusteella voidaan sanoa, että opasteiden tekninen toteutus ei ole onnistunut. Haasteina kerrottiin olevan esimerkiksi julisteen vaihto ja kosteuden pääseminen kehyksen sisään, mikä saattaa pilata julisteen.

Vaikka kaikki toimijat eivät kokeneet saaneensa osallistua uudistusprosessiin tasapuolisesti eikä heidän ehdotuksensa opasteisiin liittyen toteutuneet, he pitivät kuitenkin positiivisena sitä, että hoitokunta on aktiivinen Suomenlinnan kehittämisessä. He toivoivat kehittämistyön jatkuvan myös tulevaisuudessa.

Kävijät osoittautuivat ennako odotuksia haasteellisemmaksi kohderyhmäksi. Kaikki haastatellut kävijät osoittivat vain vähäistä mielenkiintoa opasteita kohtaan. Kävijähaastatteluiden materiaali jäi suppeammaksi kuin toimijahaastatteluista saatu materiaali. Haastattelujen edetessä pohdin, olisiko kävijähaastatteluita tarpeen tehdä suunniteltua enemmän. Päädyin kuitenkin pysymään alkuperäisen suunnitelman mukaisesti kymmenessä haastattelussa, sillä huomasin samojen asioiden nousevan esiin eli aineisto alkoi kylläntyä.

Opasteet eivät olleet merkityksellisessä roolissa kävijöiden vierailuilla Suomenlinnassa mutta he kokivat opasteiden olevan informatiivisia, selkeitä ja helposti huomattavissa ympäristöstä. Kävijät olivat tyytyväisiä toimijaopasteisiin Suomenlinnassa tai ne eivät olleet heille merkityksellisiä.

Opasteiden vähäinen merkitys oli tuloksena yllättävä, koska ennako oletuksenani oli, että merkitys olisi suuri. Tulokseen voi vaikuttaa se, että moni kävijöistä oli käynyt Suomenlinnassa aiemmin. Kävijöiden vähäistä tarvetta opasteille voidaan pitää positiivisena asiana, sillä se tarkoittaa, että kävijät osaavat liikkua saarella, kohde on heille tuttu ja sellainen, johon he palaavat uudestaan. Toisaalta, sitä voidaan pitää toimijoiden kannalta negatiivisena asiana, sillä sen takia toimijoiden on haasteellisempaa saada välitettyä kävijöille haluaansa viestiä. Tulokset olisivat voineet olla erilaisia ja opasteiden merkitys suurempi, jos haastatteluissa olisi keskitytty kävijöihin, jotka eivät ole käyneet Suomenlinnassa aiemmin.

Opasteiden voidaan kuitenkin sanoa olevan pääasiassa toimivia kävijöiden näkökulmasta katsottuna, sillä ne kävijät joille opasteilla oli käyttöä, saivat opasteista tarvittavan tiedon. Kävijät toivat esiin myös parannusehdotuksia. Opasteisiin kaivattiin esimerkiksi enemmän värejä ja iloisuutta. Haasteena on Sito Oy:n yleissuunnitelmassa määritelty tavoite käyttää ensisijaisesti musta- tai tummapohjaista grafiikkaa (Suomenlinnan hoitokunta 2015b, 2).

Kaikki haastattelut sujuivat hyvin eikä ongelmia haastatteluiden aikana ollut. Alkuperäisen suunnitelman mukaisesti tutkimuksessa haastateltiin kuutta toimijaa ja kymmentä kävijää. Yksi toimijoista vaihdettiin toiseen hänen omasta toiveestaan johtuen.

Kuten eräs toimijoista toi haastattelussa esiin, jatkotutkimusehdotuksena maailmalla olevista maailmanperintökohteista voisi tehdä kartoituksen. Sen avulla voisi tuoda ideoita ja kehitysehdotuksia Suomenlinnan opastukseen tutkimalla, miten muissa kohteissa on opastusjärjestelmä hoidettu. Lisäksi koen, että kävijöiden tarpeita ja käyttäytymistä voisi tutkia. Vuoden 2014 kävijätutkimuksessa vierailun häiriötekijöinä esiin nousivat eksyminen ja harhailu (Suomenlinnan hoitokunta 2015a, 21). Tämän tutkimuksen perusteella kävijät eivät juurikaan hyödyntäneet toimijaopasteita vierailunsa aikana, vaan kaipasivat kohteeseen enemmän tienviittoja. Tulevaisuudessa voisi tutkia tarkemmin, minkälaista opastusta kävijät Suomenlinnaan kaipaavat lisää ja miten tässä eroavat kohteessa ensimmäistä kertaa käyvät ja he, joille Suomenlinna on tuttu.

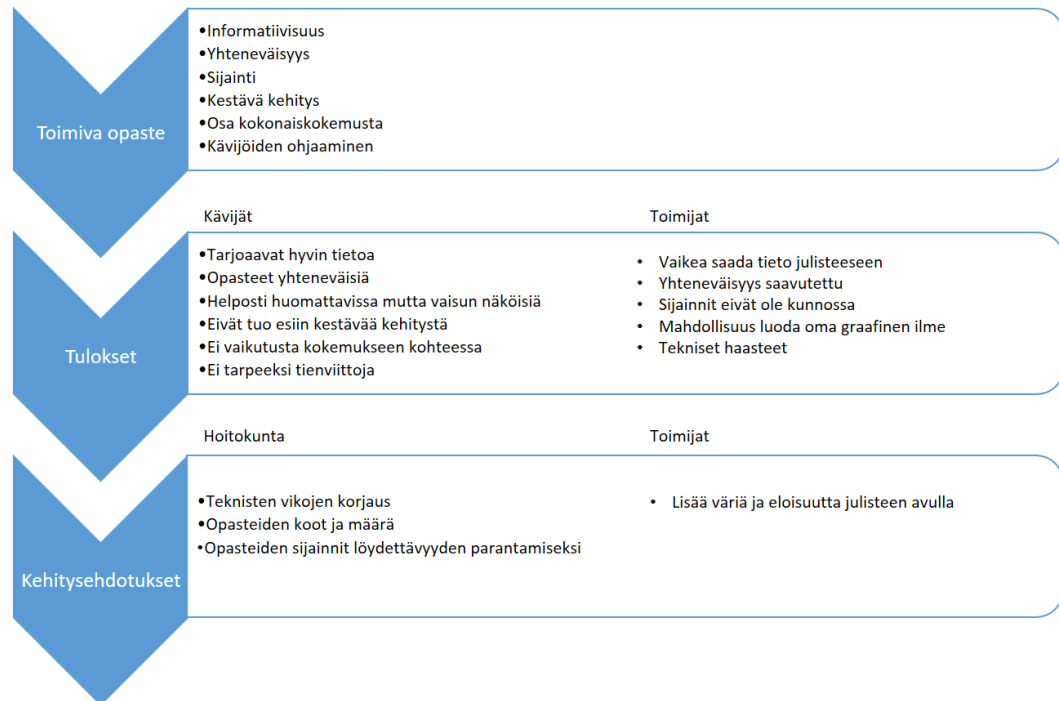
6.1 Kehitysehdotukset

Kehitysehdotukset muodostuivat tutkimustulosten pohjalta. Alla olevaan kuvioon (Kuvio 5) olen koonnut tietoperustassa esiin nousseet asiat toimivaan opasteeseen liittyen, tutkimuksesta saadut tulokset sekä niiden pohjalta muodostetut kehitysehdotukset. Olen jakanut ehdotukset toimijoille ja Suomenlinnan hoitokunnalle suunnattuihin ehdotuksiin.

Monet toimijat toivat haastatteluissa esiin opasteiden teknisiä haasteita ja huolensa siitä, että uusitut opasteet eivät ole pitkäikäisiä. Julisteen vaihtaminen koettiin hankalaksi ja opasteiden rakenteissa oli vikoja. Opasteen sisään pääsee kosteutta, mikä aiheuttaa julisteen vioittumisen. Toimijoiden tyytyväisyyden ja opasteiden ulkonäön vuoksi on tärkeää, että havaittuihin vikoihin puututaan ja että ne korjataan.

Yksi toimijoista toi haastattelussaan esille sen, kuinka esimerkiksi lauttasatamassa on käytetty isoja opastepaikkoja siihen, että toivotetaan kävijät tervetulleiksi monella eri kielellä. Toimijahaastatteluissa kävi myös ilmi, että opasteiden määrässä tai koossa oli puutteita. Kävijät taas toivoivat Suomenlinnaan lisää tienviittoja opasteita. Näiden asioiden läpi

käyminen voisi parantaa opastejärjestelmää kokonaisuudessaan. Haasteena on se, että opasteiden tulee sopia ympäristöön rikkomatta ympäröivää maisemaa liikaa.



Kuvio 5. Koonti toimivan opasteen elementeistä, tutkimuksen tuloksista ja kehitysehdotuksista

Haastatteluissa tuli esiin opasteen luoma mahdollisuus suunnitella palvelun graafinen ilme julisteen avulla. Yksinkertainen kehys antaa mahdollisuuden tehdä opasteesta persoonallisen julisteen avulla. Yksi toimijoista toivoi kaikkien toimijoiden hyödyntävän tämän mahdollisuuden mahdollisimman hyvin. Tulevaisuudessa tähän panostamalla, opastukseen voitaisiin saada lisää kävijöiden toivomaa väriä ja iloisuutta.

Toimijat kertoivat haastatteluissa edelleen saavansa kävijöiltä palautetta, että palvelua on vaikea löytää. Palveluiden löydettävyyden parantamiseksi opasteiden sijaintien tulee olla sellaisia, jotka edistävät löydettävyyttä. Yksi toimijoista toi haastattelussaan esille sen, kuinka tarkasti määritellyt opasteiden paikat ovat. Hän kertoi, että sijoittaisi itse opasteensa eri tavalla, jos se olisi mahdollista, jotta opasteet palvelisivat toimijan tarpeita parhaalla mahdollisella tavalla.

Kaikki kävijät tiesivät Suomenlinnan olevan maailmanperintökohde, mutta kukaan heistä ei kokenut sen tulevan esiin opastuksessa. Oma kokemukseni mukaan maailmanperintökohteena oleminen ja siihen liittyvät edellytykset tulevat esiin Suomenlinnan muissa opasteissa. Tutkimuksen mukaan kävijät eivät hyödyntäneet opasteita vierailunsa aikana, joten

näen yhteyden näiden asioiden välillä ja siksi en koe, sen paremmin esiin tuominen on ensisijaisen tärkeää.

6.2 Oma kokemus opinnäytetyöprosessista

Opinnäytetyöprosessi alkoi tammikuussa 2016, jolloin osallistuin opinnäytetyöseminaariin. Seminaarissa esiteltiin muutamia opinnäytetyöaiheita, joille etsittiin tekijää. Tämä aihe oli yksi niistä ja päätin tarttua siihen, sillä se vaikutti mielenkiintoiselta ja sen toteutussuunnitelma sopi hyvin omaan aikatauluuni. Otin yhteyttä opinnäytetyön ohjaajaan ja sain työn toteutettavakseni.

Suunnitelman opinnäytetyölleni laadin helmikuun aikana ja maaliskuussa aloitin tietoperustan kirjoittamisen. Huhtikuussa tapasin toimeksiantajana toimivan Suomenlinnan hoitokunnan edustajan Milla Öystilän. Tietoperusta valmistui toukokuussa, jonka jälkeen tutkimus suunniteltiin ja haastattelut toteutettiin kesän aikana. Syyskuussa kävin tuloksia läpi ja opinnäytetyö valmistui lokakuun aikana.

Opinnäytetyösuunnitelmassani tein realistisen aikataulun työn toteuttamiselle. Kaikki työn vaiheet toteutuivat aikataulun mukaisesti, joten lopullinen työ valmistui ajallaan. Ongelmia aikataulun kanssa ei ollut, koska aikataulutus oli realistinen ja aloitin työn tekemisen hyvissä ajoin. Työn tekemiseen aikataulun mukaisesti kannusti myös se, että toimeksiantaja edellytti työn valmistuvan lokakuussa, jotta se voitaisiin esittää Suomenlinnan kesäkauden päätöstilaisuudessa.

Tämän työn parissa jouduin työskentelemään tavoilla, joihin en ole tottunut. Sen takia opin paljon uutta työn aiheen lisäksi sen eri vaiheiden vaatimista työskentelytavoista. Haastavimmaksi työssä koin haastatteluiden suunnittelun ja niistä saadun aineiston järjestämisen kokonaisuudeksi.

Jos tekisin työn uudelleen, keskittyisin kävijähaastatteluissa kävijöihin, jotka eivät ole käyneet Suomenlinnassa aiemmin. Näin kävijöiltä voitaisiin saada enemmän tietoa ja palautetta aiheesta.

Työni ohjaajalta sain tarvittavan määrän tukea ja neuvoja, silloin kun koin että niitä tarvitsin. Tapasimme prosessin aikana kolme kertaa, jolloin kävimme läpi siihen asti valmiiksi saamani materiaalin. Kokonaisuudessaan opinnäytetyöprosessi oli pitkä ja haastava, kuten olin ennakkoon odottanutkin. Lopulta oli kuitenkin palkitsevaa saada pitkä prosessi päätökseen.

Lähteet

Citynomadi 2016. Wall-Suomenlinna. Luettavissa: <https://citynomadi.com/wall/Suomenlinna>. Luettu: 3.5.2016.

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

Drummond, S. & Yeoman, I. 2001. Quality Issues in Heritage Visitor Attractions. Butterworth-Heinemann. Oxford.

Fiske, J. 2005. Merkkien kieli. Johdatus viestinnän tutkimiseen. 8. painos. Vastapaino. Tampere.

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

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2008. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Yliopiastopaino. Helsinki.

Helsingin Sanomat. Suomenlinna rikkoi talvikauden kävijäennätyksensä. Luettavissa: <http://www.hs.fi/kaupunki/a1452832847703>. Luettu: 20.3.2016.

Holloway, J. & Humphreys, C. 2012. The business of tourism. Pearson education.

Juuti, P. & Puusa, A. 2011. Menetelmäviidakon raivaajat. Perusteita laadullisen tutkimuslähestymistavan valintaan. Hansaprint. Vantaa.

Merilinnointus Suomenlinna 2016. Luettavissa: http://frantic.s3.amazonaws.com/suomenlinna/2015/06/suomenlinna_fi.pdf. Luettu: 21.3.2016.

Moilanen, T., Ojasalo, K. & Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 3. uudistettu painos. Sanoma Pro Oy. Helsinki.

Moilanen, T. & Rainisto, S. 2009. How to brand nations, cities and destinations. A planning book for place branding. Palgrave Macmillan. Basingstoke.

Museovirasto 2016. Maailmanperintökohteet Suomessa. Luettavissa: http://www.nba.fi/fi/ajankohtaista/kansainvalinen_toiminta/maailmanperintokohteet_suomessa. Luettu: 20.3.2016.

Questback 2016. Asiakaskokemus. Luettavissa: <https://www.questback.com/fi/asiakaskokemus>. Luettu: 9.4.2016.

Suomenlinna 2016a. Linnoitus ja historia. Suomalainen aika. Luettavissa: <http://www.suomenlinna.fi/linnoitus/suomalainen aika/>. Luettu: 20.3.2016.

Suomenlinna 2016b. Linnoitus ja historia. Ruotsalainen kausi. Luettavissa: <http://www.suomenlinna.fi/linnoitus/ruotsalainenkausi/>. Luettu: 20.3.2016.

Suomenlinna 2016c. Linnoitus ja historia. Venäläinen kausi. Luettavissa: <http://www.suomenlinna.fi/linnoitus/venalainenkausi/>. Luettu: 20.3.2016.

Suomenlinna 2016d. Kustaanmiekka. Luettavissa: http://frantic.s3.amazonaws.com/suomenlinna/2014/06/Kuvapankki_ilmak_kustaanmiekka.jpg. Luettu: 3.10.2016.

Suomenlinna 2016e. Kävijälle. Kulkuyhteydet. Luettavissa: <http://www.suomenlinna.fi/kavijalle/kulkuyhteydet/>. Luettu: 20.3.2016.

Suomenlinna 2016f. Matkailijan kartta. Luettavissa: http://frantic.s3.amazonaws.com/suomenlinna/2015/09/kartta_fi.pdf. Luettu: 3.10.2016.

Suomenlinnan hoitokunta 2014. Hoitosuunnitelma. Suomenlinna – Unescon maailmanperintökohde. Luettavissa: http://frantic.s3.amazonaws.com/suomenlinna/2014/05/Hoitosuunnitelma_iso.pdf. Luettu: 21.3.2016.

Suomenlinnan hoitokunta 2015a. Suomenlinnan kestävä matkailun strategia. Luettavissa: http://frantic.s3.amazonaws.com/suomenlinna/2015/06/Kestävän_matkailun_strategia_052015_web_0.pdf. Luettu: 21.3.2016.

Suomenlinnan hoitokunta 2015b. Suomenlinnan toimijaopastusuunnitelma.

Suomenlinnan hoitokunta 2010. Suomenlinnan kunnostus ja uusi käyttö. Lönnberg Painot Oy. Helsinki.

Suomenlinnan hoitokunta 2016a. Virasto. Tehtävät. Luettavissa: <http://www.suomenlinna.fi/suomenlinnanhoitokunta/virasto/tehtavat/>. Luettu: 20.3.2016.

Suomenlinnan hoitokunta 2016b. Virasto. Alue ja rakennukset. Luettavissa: <http://www.suomenlinna.fi/suomenlinnanhoitokunta/virasto/alue-ja-rakennukset/>. Luettu: 20.3.2016.

Suomenlinnan panimo 2012. Suomenlinnan panimo. Luettavissa: <http://www.panimo.com/etusivu.html>. Luettu: 21.3.2016.

Sustainable Tourism Online 2010. Visitor Management. Luettavissa: <http://www.sustainabletourisonline.com/parks-and-culture/visitor-management>. Luettu: 4.5.2016.

Toimija a. 9.8.2016. Haastattelu. Helsinki.

Toimija b. 17.8.2016. Haastattelu. Helsinki.

Toimija c. 3.8.2016. Haastattelu. Helsinki.

Unesco 2016a. Introducing UNESCO. Luettavissa: <http://en.unesco.org/about-us/introducing-unesco>. Luettu: 20.3.2016.

Unesco 2016b. The Criteria for selection. Luettavissa: <http://whc.unesco.org/en/criteria>. Luettu: 20.3.2016.

Unesco 2016c. Fortress of Suomenlinna. Luettavissa: <http://whc.unesco.org/en/list/583>. Luettu: 20.3.2016.

Unesco 2016d. Guide 8 Managing visitor behavior. Luettavissa: <http://whc.unesco.org/sustainabletourismtoolkit/sites/default/files/UNESCO%20toolkit%20PDFs%20guide%208C.pdf>. Luettu: 4.5.2016.

World Tourism Organization UNWTO. 2007. A Practical Guide to Tourism Destination Management. World Tourism Organization. Madrid. Spain.

World Tourism Organization UNWTO. 2016. Destination Management & Quality Programme. Luettavissa: <http://destination.unwto.org/content/conceptual-framework-0>. Luettu: 24.3.2016.

Ympäristöministeriö 2015. Ympäristö. Mitä on kestävä kehitys. Luettavissa:
http://www.ym.fi/fi-fi/ymparisto/kestava_kehitys/mita_on_kestava_kehitys. Luettu:
3.5.2016.

Liitteet

Liite 1. Haastattelukysymykset

Toimijat

- Kauanko olet ollut yrityksessä töissä?
- Minkälaisessa roolissa toimit yrityksessä?
- Kuinka hyvin opasteet mielestäsi edustavat yritystä ja sen palveluita?
- Millaista sisältöä pidät toimijaopasteessa?
- Kuinka hyvin uskot sisällön vastaavan kävijöiden tarpeita?
- Millaista palautetta olet saanut toimijaopasteista asiakkailta?
- Mitä mieltä olet opasteiden poistettavuudesta sinä aikana, kun palvelu ei ole auki?
- Mitä kehitettävää opasteissa mielestäsi olisi?
- Kuinka hyvin koet päässeesi mukaan toimijaopasteiden kehitysprosessiin?
- Mitä muuta kommentoitavaa sinulla on toimijaopasteista tai opasteista yleensä Suomenlinnassa?

Kävijät opasteiden luona

- Mikä on kotimaasi/-paikkakuntasi?
- Oletko käynyt Suomenlinnassa aiemmin?
- Jatkokysymys, jos on käynyt Suomenlinnassa aiemmin: Oletko huomannut, että Suomenlinnan toimijaopasteet ovat uusittuja?
- Kuinka hyvin opasteet tarjosivat tarvitsemaasi tietoa?
- Mitä mieltä olet opasteiden sijainneista?
- Kuinka hyvin koet opasteiden tukevan maailmanperintökohteen suojelua?
- Kuinka selkeitä opasteet mielestäsi ovat?
- Mitä kehitettävää opasteissa mielestäsi olisi?
- Mitä muuta kommentoitavaa sinulla on toimijaopasteista tai opasteista yleensä Suomenlinnassa?

Kävijät lauttasatamassa

- Mikä on kotimaasi/-paikkakuntasi?
- Oletko käynyt Suomenlinnassa aiemmin?
- Kuinka hyvin mielestäsi toimijaopasteiden tyyli ja ulkoasu ovat samanlaisia läpi Suomenlinnan?
- Miten koet opasteiden vaikuttaneen vierailuusi?
- Mitä muuta kommentoitavaa sinulla on toimijaopasteista tai opasteista yleensä Suomenlinnassa?

Liite 2. Toimijaopasteet



