

Annika Kaivo-oja

Ähtäri Zoon kyltityksen nykytilanteen analysointi ja mahdolliset kehittämistarpeet

Opinnäytetyö

Syksy 2018

SeAMK Ruoka

Restonomi (AMK), Ravitsemispalvelut

SeAMK 

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: SeAMK Ruoka

Tutkinto-ohjelma: Restonomi (AMK)

Tekijä: Annika Kaivo-oja

Työn nimi: Ähtäri Zoon kyltityksen nykytilanteen analysointi ja mahdolliset kehittämistarpeet

Ohjaaja: Ilkka Latomäki

Vuosi: 2019 Sivumäärä: 75 Liitteiden lukumäärä: 0

Tässä opinnäytetyössä tarkastellaan ja analysoidaan Ähtäri Zoon kyltityksen nykytilannetta. Tarkastelun kohteena on muun muassa kyltityksen selkeys, esteettisyys ja kohteeseen sopivuus sekä ymmärrettävyys niin kotimaisen kuin ulkomaalaisen asiakkaan näkökulmasta. Työssä havainnoidaan myös asiakkaiden käyttäytymistä eläinpuistossa. Työn tavoitteena on tehtyjen havaintojen pohjalta ehdottaa eläinpuiston kyltitykselle kehittämisideoita, joita hyödyntämällä Ähtäri Zoo saisi uudistettua kyltityksensä entistäkin toimivammaksi.

Työ on etnografinen tutkimus, jossa tutkimusmenetelminä on käytetty havainnointia ja prototyypointia. Havainnointi suoritettiin Ähtäriin eläinpuistossa paikan päällä ja materiaalia kerättiin kirjoittamalla muistiinpanoja sekä ottamalla kuvia kyltityksestä. Kootun teorian sekä havainnoinnin avulla saadun materiaalin perusteella luotiin kyltitykselle kehittämis ehdotuksia ja näitä ideoita havainnollistamaan luotiin prototyyppejä uudistetuista kylteistä.

Työn tuloksena saatiin selkeä kokonaiskuva Ähtäri Zoon kyltityksen nykytilanteesta. Eläinpuistoalueen kyltityksen suurimmaksi ongelmakohtaksi osoittautui sen moninaisuus ja siitä johtuva sekavuus. Työssä ehdotettujen kehittämisideoiden sekä prototyyppien avulla puiston kyltityksestä on mahdollista saada yhtenäisempi kokonaisuus, jota on miellyttävämpi katsoa ja helpompi ymmärtää. Opinnäytetyön tulokset ovat helposti hyödynnettävissä tulevaisuudessa, kun Ähtäri Zoo haluaa uudistaa kyltitystään.

Avainsanat: kyltit, kehittäminen, havainnointi, eläintarhat, matkailu

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: Food and Agriculture

Degree programme: Food and Hospitality

Author: Annika Kaivo-oja

Title of thesis: Analysis and Development of the Signage in Ähtäri Zoo

Supervisor: Ilkka Latomäki

Year: 2019 Number of pages: 75 Number of appendices: 0

This thesis discusses the present stage of the signage in Ähtäri Zoo. A few things are under observation: is the signage clear, esthetical, appropriate to its location and understandable in both the Finnish and foreign visitors' eyes? The behavior of the customers is also observed. The aim of this study was to use these observations to propose different ways to improve the signage of Ähtäri Zoo.

This thesis is an ethnographic research and the methods used were observation and prototyping. The observing took place in Ähtäri Zoo and the research material was recorded by taking notes and pictures of the Zoo signage. Based on the theory and the observation results, a few ways to enhance the signs were introduced. The prototypes were used to demonstrate the improvement ideas.

As a result of this thesis, the overall stage of the signage in Ähtäri Zoo was thoroughly analyzed. The greatest problem of the existing signage was its large variety, which made it rather incoherent and confusing. By using the improvement suggestions and prototypes presented in this thesis, it is possible to make the Zoo signage a whole, uniform set, which is more pleasing to look at and easier to understand. Therefore, the results of this thesis can be easily used to improve the signage of Ähtäri Zoo in the future.

Keywords: signposts, development, observation, zoos, travel

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract	3
SISÄLTÖ.....	4
Kuva-, kuvio- ja taulukkoluetelo.....	5
1 JOHDANTO.....	8
2 TYÖN TAUSTA JA TAVOITTEET	10
3 MATKAKOHDE	12
3.1 Matkakohteen määritelmä.....	12
3.2 Matkakohteen suunnittelu ja johtaminen	15
4 KYLTITYKSEN JA OPASTEIDEN MERKITYS	18
4.1 Mihin ja miksi kyltityksiä tarvitaan?.....	18
4.2 Symbolit ja värien käyttö	19
4.3 Kuinka suunnitella toimiva kyltitys matkakohteelle?	22
5 KÄYTETYT TUTKIMUSMENETELMÄT	26
5.1 Havainnointi	27
5.2 Prototyypointi	29
6 HAVAINNOINNIN TULOKSET	31
6.1 Puiston ulkopuolella oleva kyltitys	31
6.2 Pandatalon kyltitys	36
6.3 Puiston opastekyltit ja varoitukset	39
6.4 Puiston muu kyltitys	44
6.5 Asiakkaiden käyttäytyminen eläinpuistossa	47
7 KEHITTÄMISEHDOTUKSET PROTOTYPOINNIN AVULLA	49
8 YHTEENVETO.....	70
9 LÄHTEET	73

Kuva-, kuvio- ja taulukkoluetelo

Kuva 1. Nähtävyyksien neljä eri kategoriaa..	13
Kuva 2. Nähtävyyden kehittyminen matkakohteeksi..	14
Kuva 3. Turvakilpien tuntomerkit.....	20
Kuva 4. Symboleiden design voi vaihdella.....	21
Kuva 5. Tietyt värit yhdistetään tiettyihin asiayhteyksiin.....	22
Kuva 6. Jalankulkijan ennakoidut kulkureitit Princetonin yliopistossa	23
Kuva 7. Tekstityyppi vaikuttaa luettavuuteen	24
Kuva 8. Tekstityypeillä on omat persoonallisuutensa.....	24
Kuva 9. Eläinpuistoon ohjaava kyltti.....	32
Kuva 10. Eläinpuiston parkkipaikoille ohjaava kyltti.	33
Kuva 11. Opastuskyltti parkkipaikalla P2.	34
Kuva 12. Alueen kartta parkkipaikalla P2.....	35
Kuva 13. Opasteet Snowpanda Housen edessä.....	36
Kuva 14. Erilaisia opasteita pandatalossa.....	37
Kuva 15. Sääntötauluja pandatalossa.....	37
Kuva 16. Eläininfotauluja pandatalossa.	38
Kuva 17. Melutasosta kertovat liikennevalot.	39
Kuva 18. Tassujen kuvat merkkäävät pääreitit.....	40
Kuva 19. Suuntakyltti puistokierroksella.....	41
Kuva 20. Kylttien design Farmilla.....	42

Kuva 21. Infotaulu puistoetiketistä.	43
Kuva 22. Monenlaisia varoituskylttejä.	44
Kuva 23. Esimerkki infotaulusta useammalla kielellä.	45
Kuva 24. Luonnosta kertova infotaulu.	46
Kuva 25. Punainen väri kyltissä yhdistetään usein kieltoon.	47
Kuva 26. Prototyyppi tienviittakyltistä.	51
Kuva 27. Prototyyppi parkkialueista kertovasta suunnistustaulusta.	52
Kuva 28. Prototyyppi lisätaulusta parkkialueen suunnistustauluun.	52
Kuva 29. Prototyyppi isosta opastuskyltistä parkkipaikalla.	53
Kuva 30. Kyltti kävelyreitillä varrella puistoon.	54
Kuva 31. Opastekyltti saapuessa parkkipaikalle P1.	55
Kuva 32. Opastekyltti poistuttaessa parkkipaikalta P1.	55
Kuva 33. Jalalliset kyltit Pandatalon edessä.	56
Kuva 34. Prototyyppi suuntakyltistä Zoo Shopin ja Snowpanda Housen välillä. ...	57
Kuva 35. Prototyyppi huoltotien kyltistä.	58
Kuva 36. Prototyyppi puistokierroksen suuntakyltistä.	59
Kuva 37. Prototyyppi ennakoivasta kyltistä.	60
Kuva 38. Prototyyppi isosta infotaulusta.	61
Kuva 39. Prototyyppi puistoetiketistä.	62
Kuva 40. Infotaulujen paikat puistokartassa.	63
Kuva 41. Infotaulun teksti ei ole luettavissa.	64

Kuva 42. Yksi eläinpuiston varoituskylteistä.....	66
Kuva 43. Prototyyppi kieltokyltistä symboleilla.	67
Kuva 44. Asiakkaan polku eläinpuistossa.	69

1 JOHDANTO

Nähtävyydet ovat turismin kulmakivi ja vapaa-ajan matkailun tärkein motivaattori. Kaikista vanhimmat nähtävyydet eivät olleet alun perin tarkoitettuja matkailijoiden ihasteltaviksi. Ne olivat luonnon muovaamia, kuten Grand Canyon, tai ihmisten rakentamia, kuten pyramidit Egyptissä. Näistä kohteista muotoutui varsinaisia nähtävyyksiä vasta aikojen saatossa, yhteiskunnan muuttuessa ja teknologian kehittyessä. Vastakohtaisesti useimmat nähtävyyksiksi tarkoitetut rakennelmat ja kohteet ovat olleet todellisia nähtävyyksiä jo heti alkuaajoistaan asti. Selkeä muutos on kuitenkin nähtävissä sekä nähtävyyksien että nähtävyyksiä katsomaan tulevien ihmisten määrässä: viime vuosikymmenien aikana turismin määrä on kasvanut dramaattisesti. (Swarbrooke 2002, 3, 17 – 18.)

Ajan saatossa kaupungit, alueet, kompleksit ja rakennukset täyttyvät erilaisella informaatiolla, toisinaan hyvin tuloksin, toisinaan lopputulos voi näyttää kaoottiselta ja rumalta. Opasteiden tarkoituksena on tuoda selkeyttä kaaoksen keskelle, turmelematta ympäröivän tilan luonnetta. Onnistuneessa suunnistusjärjestelmässä hyödynnetään selkeitä kylttejä ja informaatiota sekä ympäristöön sulautuvia symboleita ja maamerkkejä, jotka yhdessä tarjoavat matkailijalle tarkkaa ja välitöntä tietoa kohteesta. (Gibson 2009, 13.)

Suomen yksi suosituimmista matkakohteista on Ähtäri Zoo. Vuonna 2018 eläinpuistossa vieraili 275 000 kävijää ja seuraavalle vuodelle toivotaan noin 5 – 7 % kasvua kävijämääriin. (Ähtäri Zoo 2019.) Eläinpuistoalue pitää sisällään muun muassa puistokierroksen ja sen yli 50 eläinlajia, Snowpanda Housen, Zoo Shopin, Flowparkin, Hotelli Mesikämmenen ja paljon muuta oheistoimintaa. Jotta asiakas voisi löytää etsimänsä vaivattomasti näin laajassa kompleksissa, on alueen kyltityksen oltava kohdallaan.

Tässä opinnäytetyössä tarkastellaan ja analysoidaan Ähtäri Zoon kyltityksen nykytilannetta vuoden 2018 lopussa. Koska eläinpuistoalue on laaja ja sisältää monenlaisia eri palveluita, on tässä työssä havainnointialue rajattu seuraavasti: eläinpuistoon Myllymäentieltä johtava pienempi tie Karhunkierros, eläinpuiston parkkipaikat (3 kpl), puiston sisäänkäynti ja sen rakennukset ja puistokierroksella olevat kyltit

sekä opasteet. Työ on etnografinen tutkimus, jossa tutkimusmenetelmänä on käytetty havainnointia. Havainnoinnin tuloksia havainnollistetaan työssä prototypoinnin avulla. Tämä tarkoittaa, että havainnointialueen kyltityksiä käydään tutkimassa paikan päällä. Havainnointimateriaalia kerätään ottamalla kuvia ja kirjoittamalla muistiinpanoja kyltityksestä ja sen ongelmakohdista. Työssä havainnoidaan myös muiden asiakkaiden käyttäytymistä eläinpuistossa. Tehtyjen havaintojen perusteella luodaan eläinpuistoalueen kyltitykselle kehittämissideoita, joilla asiakaskokemusta saisi parannettua.

2 TYÖN TAUSTA JA TAVOITTEET

Toimeksiantaja. Ähtärin Eläinpuisto perustettiin vuonna 1973 ja se on yhä yksi suosituimmista matkailukohteista Suomessa. Tässä Suomen vanhimmassa luonnonomukaisessa eläinpuistossa asuu nykyään yli 50 eläinlajia, joista enemmistö on vyöhykkeelle tyypillisiä lajeja. Yksi Ähtärin Eläinpuiston tavoitteista on alusta alkaen ollut kasvattaa uhanalaisten eläinlajien arvostusta ja samalla tarjota eläimille tilavat ja luonnolliset elinolosuhteet. Kansainvälinen eläinsuojelutyö on merkittävä osa eläinpuiston toimintaa. (Ähtäri Zoo, 2018b, 2018c.)

European Association of Zoos and Aquaria. Ähtäri Zoo on yksi European Association of Zoos and Aquarian (EAZA) jäsentarhoista. EAZA on vuonna 1992 perustettu Euroopan eläintarhojen yhdistys, jonka pyrkimyksenä on helpottaa Euroopan eläintarhojen sekä akvaarioiden yhteistyötä koulutuksen, tutkimuksen ja eläinlajien säilyttämisen saavuttamiseksi. EAZA uskoo eläintarhoilla ja akvaarioilla olevan merkittävä rooli luonnon ja villieläimien suojelemisessa. (European Association of Zoos and Aquaria 2018.)

Työn lähtökohdat. Ähtärin Eläinpuistoon keväällä 2018 teetetystä kävijätutkimuksesta selviää, että jopa 97 % puistossa kävijöistä kokee vierailunsa vastanneen odotuksia tai ylittäneen ne. Tutkimuksen mukaan ensikertalaisia Ähtärissä oli 26 % vastanneista ja 35 % oli puistossa toista tai kolmatta kertaa. Suurin osa vierailijoista tulee Länsi-Suomesta tai pääkaupunkiseudulta. 65 % asiakkaista vieraili puistossa perheen kanssa. Tutkimuksesta käy myös ilmi, että asiakkaat toivoisivat parannusta puiston tiedonsaantiin, kuten esimerkiksi opasteisiin. (Ähtäri Zoo 2018a.) Ähtärin kaupungin projektipäällikkö Esa Vuorenmaa (2018) sekä Ähtäri Zoon viestintäpäällikkö Lea Lahtinen (2018) ovat myös kertoneet kyltityksen uudistamisen olevan ajankohtaista.

Työn tavoitteet. Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli kartoittaa Ähtäri Zoon kyltityksen nykytilanne sekä ehdottaa sille mahdollisia kehittämissideoita. Työssä analysoitiin muun muassa eläinpuiston kyltityksen selkeyttä, kohteeseen sopivuutta, esteettisyyttä sekä ymmärrettävyyttä niin kotimaisen kuin ulkomaisen asiakkaan näkökulmasta. Työn tarkoituksena oli löytää puiston kyltityksen vahvuudet sekä heikoudet ja niitä hyödyntämällä kehittää puistolle ideoita uudistetusta kyltityksestä.

Tavoitteena oli saada aikaan mahdollisimman valmis suunnitelma, jota Ähtäri Zoo voi halutessaan hyödyntää tulevaisuudessa. Toissijainen tavoite oli antaa kehitysehdotuksia kyltityksen ulkoasulle prototypoinnin avulla, jotta kylttien designia ja ilmettä saataisiin asiakasta paremmin palvelevaksi ja samalla puiston ilmeeseen sopivaksi.

3 MATKAKOHDE

3.1 Matkakohteen määritelmä

Matkakohteelle tai -kohteille on lähes mahdotonta keksiä yhtä kaikenkattavaa määritelmää, sillä matkakohteet ovat osa-alueena erittäin laajoja ja monimuotoisia. Swarbrooken (2002, 4 – 5) mukaan matkakohde tai nähtävyys on kuitenkin yleisesti ottaen joko yksittäinen elementti, paikka tai kohde tai selkeästi erotettu pieni maantieteellinen alue, jonne ihmiset ovat (yleensä vapaa-ajallaan) valmiita matkustamaan pidempiäkin matkoja vierailukseen kohteessa lyhyen ajan. Tämä määritelmä kuitenkin poissulkee hallitsemattomat nähtävyydet, kuten esimerkiksi säätelmiöt. Tämän määritelmän mukaan matkakohteet ovatkin rajattavissa ja hallittavissa olevia kokonaisuuksia. (Swarbrooke 2002, 4 – 5.)

Swarbrooke (2002, 5) on jaotellut nähtävyydet neljään pääkategoriaan (kuva 1):

- luontokohteet
- ihmisten rakentamat kohteet, joiden tarkoitus ei ole houkutella matkailijoita (kirkot, katedraalit)
- ihmisten rakentaman kohteet, joiden tarkoitus on houkutella matkailijoita (teemapuistot)
- tapahtumat.

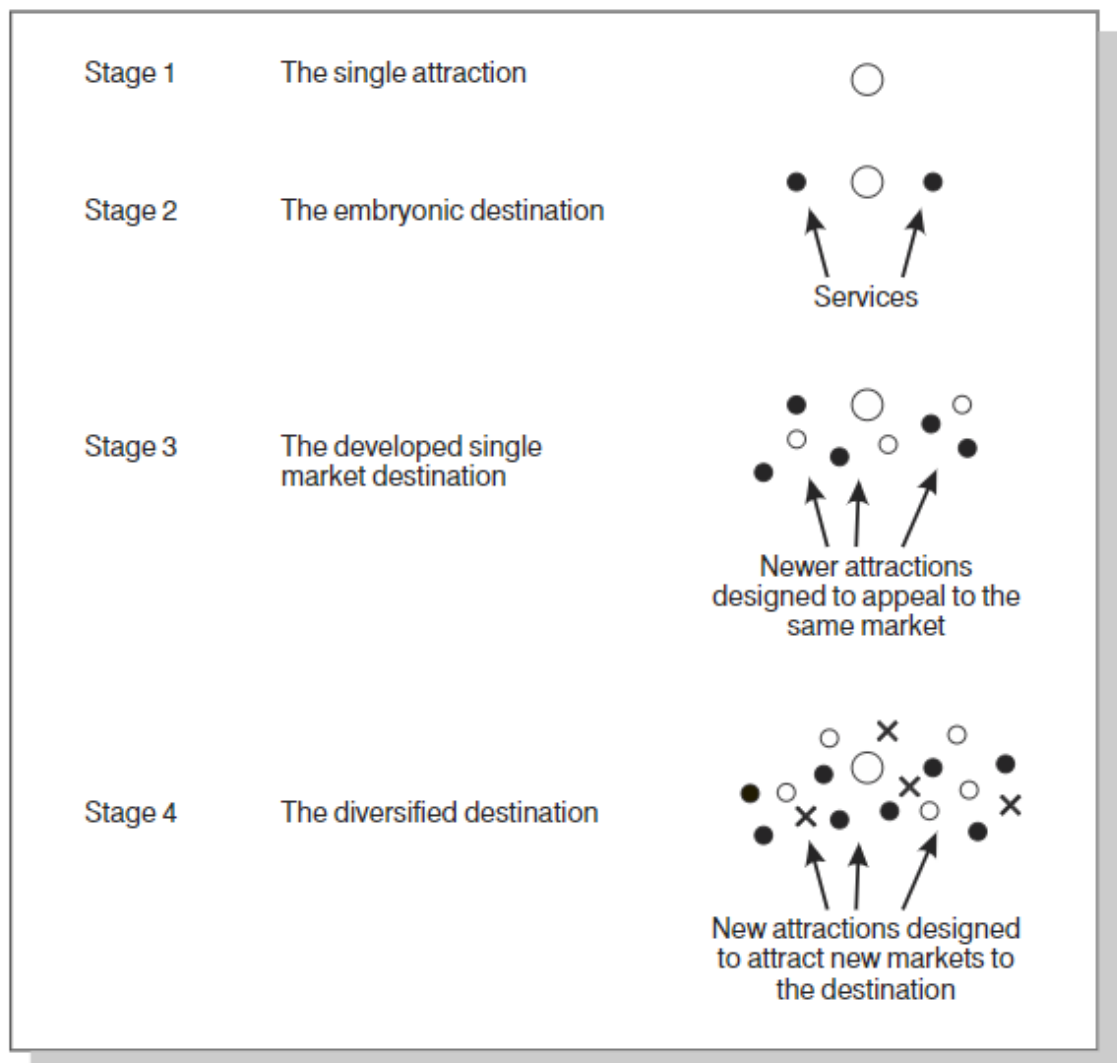
Natural	Human-made but not originally designed primarily to attract visitors	Human-made and purpose-built to attract tourists	Special events
Beaches	Cathedrals and churches	Amusement parks	Sporting events: watching and participating Arts festivals Markets and fairs Traditional customs and folklore events Historical anniversaries Religious events
Caves	Stately homes and historic houses	Theme parks	
Rock faces	Archaeological sites and ancient monuments	Open air museums	
Rivers and lakes	Historic gardens	Heritage centres	
Forests	Industrial archaeology sites	Country parks	
Wildlife: flora and fauna	Steam railways	Marinas	
	Reservoirs	Exhibition centres	
		Garden centres	
		Craft centres	
		Factory tours and shops	
		Working farms open to the public	
		Safari parks	
		Entertainment complexes	
		Casinos	
		Health spas	
		Leisure centres	
		Picnic sites	
		Museums and galleries	
		Leisure retail complexes	
		Waterfront developments	

Kuva 1. Nähtävyyksien neljä eri kategoriata (Swarbrooke 2002, 6).

Edellä mainituilla neljällä pääkategorioilla on kaksi tärkeää eroavaisuutta. Ensimmäinen ero on kohteiden pysyvyys: luontokohteet sekä ihmisten rakentamat kohteet ovat luonteeltaan pysyvämpiä kuin tapahtumat, joiden elinkaari on usein melko lyhyt. Toinen olennainen ero on yleinen suhtautuminen turismiin kohteessa. Luonnon kohteissa sekä rakennuksissa, joita ei alun perin ole tarkoitettu turistinähtävyyksiksi, turismi koetaan usein uhkaavana ja ongelmallisena. Tarkoituksella turistinähtävyyksiksi rakennetut kohteet sekä tapahtumat puolestaan suhtautuvat turismiin myönteisesti ja sitä pidetään hyödyllisenä mahdollisuutena. (Swarbrooke 2002, 5.)

Nähtävyydet ovat yleensä yksittäisiä, pieniä ja helposti rajattavia kohteita tai maantieteellisiä alueita, jotka perustuvat jollekin yhdelle avainelementille. Matkakohteet puolestaan ovat suurempia alueita, jotka saattavat sisältää useampiakin nähtävyyksiä. Matkakohteissa on usein myös muita matkailijoiden tarvitsemia palveluita. Matkakohteet ja nähtävyydet ovat hyvin sidonnaisia toisiinsa. Suositun nähtävyyden ympärille yleensä rakentuu ajan myötä kokonainen matkakohde hotelleineen, ravintoloineen ja muine nähtävyyksineen. (Swarbrooke 2002, 9.)

Boxbergin ja Komppulan (2001, 27) mukaan matkailupalveluita käytetään, sillä halutaan kokea laadukkuutta sekä elämyksiä. Matkakohteet ja nähtävyydet ovatkin tärkein syy vapaa-ajan matkustamiselle. Suuri osa muista matkakohteen lähistöllä olevista palveluista (majoitus, ravintolat) ovat olemassa matkakohteen tai nähtävyyden ansiosta. (Fyall & Wanhill 2008, 309.) Swarbrooke (2002, 22) kuvailee nähtävyyksiä hiekanjyviksi, joiden ympärille varsinainen ”helmi” eli matkakohde kasvaa. Kuvassa 2 havainnollistetaan, kuinka yhden nähtävyyden ympärille kasvaa suuri kokonaisuus muita nähtävyyksiä sekä palveluita. Matkakohteet tarjoavat virkistävää vapaa-ajan toimintaa sekä osittain myös koulutuksellista ja opettavaista toimintaa. Jokaisessa kaupungissa on jokin nähtävyys, joka lisää kaupungin kiinnostavuutta matkakohteena. (Fyall & Wanhill 2008, 309.)



Kuva 2. Nähtävyyden kehittyminen matkakohteeksi (Swarbrooke 2002, 23).

Monien nähtävyyksien alkuperäinen tarkoitus ei ollut viihdyttää turisteja. Useasti nähtävyyksillä on selkeä opetuksellinen tarkoitus: ne suojelevat ja jopa luovat kulttuurisia identiteettejä sekä edistävät historiallisten kohteiden suojelua. Nähtävyydet ovat usein myös toimineet edesauttajina jonkin alueen tai kohteen elvytyksessä. Nähtävyydellä voi siis olla useampiakin tarkoituseriä ja eri tahot odottavat nähtävyydeltä tai matkakohteelta erilaisia asioita. (Fyall & Wanhill 2008, 309.)

3.2 Matkakohteen suunnittelu ja johtaminen

Swarbrooke (2002, 166 – 167) toteaa, että erityisen tärkeää matkakohteissa on niiden asiakasystävällisyys. Asiakkaat toivovat matkakohteessa käymisen olevan helppoa, eivätkä halua kuluttaa kallisarvoista aikaansa esimerkiksi jonottamiseen. Alla on listattuna seitsemän avainelementtiä matkakohteen asiakaslähtöiseen suunnitteluun:

1. Kyltitykset sekä matkakohteeseen että sieltä pois, olivat ne sitten autoteiden tai kävelyteiden varsilla. Vierailijoille ei synny kohteesta hyvää kuvaa, jos heidän on vaikeaa ensinnäkin löytää sinne. Jotkut saattavat tässä vaiheessa jopa luovuttaa ja päättää menevänsä muualle.
2. Hyvin sijoitetut parkkipaikat ja tehokkaat sisäänkäynnit ovat olennaisia, jotta kohteeseen saapuminen olisi mahdollisimman helppoa.
3. Asiakkaiden auttaminen orientoitumisessa: miten heidän tulisi käyttää aikansa kohteessa? Tähän vaaditaan kylttejä, infotauluja ja -lehtisiä.
4. Houkuttelevan näköiset ja helppokäyttöiset tukipalvelut, kuten vessat sekä ravintolat, oikeissa paikoissa.
5. Helposti seurattavat reitit, jotka osoittavat asiakkaille kohteen parhaat paikat mahdollisimman vähällä vaivalla.
6. Kohteen suunnittelu siten, että se pystyy käsittelemään paljonkin asiakkaita kerralla, ilman suurien jonojen syntymistä.
7. Poistumisreittien tulee olla hyvin näkyviä ja helposti tavoitettavia, jotta asiakkaat voivat lähteä juuri silloin, kun itse haluavat.

Ymmärtääkseen matkakohteen kokonaisuutena, tulee matkakohteen johdon katsoa kohdettaan asiakkaan näkökulmasta. Johtajien täytyy ymmärtää, että usein asiakaskunta koostuu useammasta tietynlaisesta asiakkaasta, joilla kullakin on omalaisensa tarpeet ja odotukset. Näitä asiakasryhmiä ovat usein esimerkiksi kouluryhmät, perheet, ulkomaalaiset ja liikuntarajoitteiset asiakkaat. Tarkastellessa matkakohtetta kunkin asiakkaan näkökulmasta, on hyvä panna merkille kohteen hyvät sekä huonot asiat. Usein mahdollisimman puolueettoman mielipiteen saamiseksi tarvitaan ulkopuolista apua esimerkiksi matkakohteen työntekijöiltä tai itse asiakailta. (Swarbrooke 2002, 214.)

Monessa matkakohteessa ongelmaksi muodostuu kohteen kausiluontoisuus, sillä tuotetta, eli asiakaskokemusta, ei voi varastoida. Näissä tapauksissa kysynnän huippu määrittelee kohteen maksimiasiakaskapasiteetin. Useimmat tällaiset matkakohteet suunnitellaan sen perusteella, montako huippukysynnän päivää mahtuu vuoteen. Näin ollen voi olettaa, että suurimman osan vuodesta matkakohteessa on kapasiteettia liikaa. Tässä tapauksessa kohteeseen investoinnin määrä on suurempaa kuin niissä tapauksissa, joissa tuotteen voisi varastoida. Toisaalta kausiluontoisuus vaikuttaa monesti myös matkakohteen hinnoitteluun, jolloin useimmiten hinnat ovat halvempia kysynnän olevan alempana. (Fyall & Wanhill 2008, 330.)

Matkakohteissa vierailijoiden määrää hallitaan ja pidetään kurissa usein tarkoin suunnitellulla hinnoittelulla, kuten tehdään esimerkiksi Malibun ja Malediivien luksuslomakeskuksissa. Asiakasmäärän säätelyä kalliilla hinnoilla pidetään kuitenkin usein epätoivottuna, etenkin kun on kyse luonnonvaroista, tai historiallisista ja kulttuurillisista tuotteista. Tämä johtuu joko siitä, että näitä kohteita pidetään julkishyödykkeinä, joten asiakkaiden poissulkeminen ei olisi järkevää, tai siitä, että kohteessa vierailu on suositeltua ja koko kansan hyväksi. Länsimaissa julkinen sektori ei katso hintojen suurta vaihtelua hyvällä, joten kaikki matkakohteet turvautuvat muihin keinoihin asiakasmäärän hallinnassa. Matkakohteessa vierailevia asiakkaita voi hallita ja ohjata monella eri tavalla ruuhkien välttämiseksi ja asiakaskokemuksen parantamiseksi. Ensi kertaa kohteessa vierailevat haluavat usein nähdä kaikista suosituimmat ja tunnetuimmat nähtävyydet. Nähtävyyden läheisyydessä voidaan välttää takseista ja busseista muodostuvaa ruuhkaa esimerkiksi ohjaamalla ihmisiä

käyttämään kaupungin sisäistä liikennettä, kuten maantiejunia. Teemapuistossa jonottamisesta voi tehdä miellyttävämpää esimerkiksi siten, että jonotus tapahtuu mielenkiintoisessa ympäristössä ja että asiakkaille on saatavilla tietoa siitä, kauanko heidän täytyy jonottaa. (Fyall & Wanhill 2008, 331.)

4 KYLTITYKSEN JA OPASTEIDEN MERKITYS

4.1 Mihin ja miksi kyltityksiä tarvitaan?

Maailma on nopeatempoinen, alati kasvava kompleksi. Kylät ja kaupungit levittäytyvät useiden kilometrien päähän toisistaan ja kätkevät sisälleen useita erilaisia alueita ja ympäristöjä. Kun päivittäistavarakaupoista tulee suurmyymälöitä ja sairaaloista suuria terveydenhuollon keskuksia, ovat opasteet ja kyltitykset sitomassa tämän kaiken informaation johdonmukaisesti yhteen. (Berger 2009, 21.) Ihmiset tulevat myös aina tarvitsemaan tietoa siitä missä ovat, kuinka saavuttaa määränpänsä ja kuinka päästä ulos rakennuksista (Gibson 2009, 13). Puutteellinen kyltitys usein johtaa eksymiseen, mikä on paitsi turhauttavaa ja stressaavaa, voi pahimmassa tapauksessa johtaa onnettomuuteen (Arthur & Passini 2002, 7).

Useimmat navigointijärjestelmät voidaan purkaa useampiin kylttikategorioihin:











- kyltit, jotka auttavat tunnistamaan jonkin paikan (sisäänkäynnin kyltit, parkkipaikan kyltit, myymälän kyltit)
- suuntaa osoittavat kyltit
- opastekartat (pohjapiirroksiset ja aluekartat)
- sääntömerkit (häätäuloskäyntien kartat, turvallisuuskyltit, kiellot).

Tunnistamiskyltit (identification signs) luovat usein ensivaikutelman kohteesta ja kertovat, mikä paikan nimi ja tarkoitus on. Oikein suunniteltuna näillä kylteillä on myös mahdollisuus ilmentää kohteen persoonallisuutta, luonnetta ja jopa historiallista yhteyttä. Suuntakyltit (directional signs) puolestaan ovat ikään kuin navigoinnin verenkierroelimistö: ne kertovat matkantekijälle tarpeelliset vihjeet, joita vaaditaan liikkeessä pysymiseen. Suuntakyltit ohjaavat liikennettä sekä jalankulkijoita muun muassa sisäänkäyntejä, nähtävyyksiä ja uloskäyntejä kohti käyttäen hyväkseen erilaisia graafisia ärsykeitä, kuten nuolia, symboleita ja typografiaa. Samalla kun suuntakylttien tulee näyttää yhtenäiseltä ympäröivän arkkitehtuurin kanssa, tulee niiden olla tarpeeksi erilaisia ympäristöstään, jotta ne erottuvat. Opastekartat (orientation signs) auttavat tekemään monimutkaisesta tilasta vähemmän hämmentävän, kuvaamalla usein pohjapiirrosta esimerkiksi ostoskeskuksen jokaisesta kerroksesta

tai kampusalueen päärakennuksista ja sisäänkäynneistä. Näissä kartoissa suunnistamista helpottamaan on tavallisesti kuvattuna myös asiakkaan sijainti kartalla, asettamalla kartalle ”olet tässä” -merkki. Sääntömerkit (regulatory signs) nimensä mukaan kertovat kohteen säännöistä: mitä ei saa tehdä ja mitä täytyy tehdä. Sääntömerkkeihin kuuluvat niin tupakointikiellot kuin myös hätäuloskäyntien merkinnät. (Gibson 2009, 47 – 54.)

4.2 Symbolit ja värien käyttö

Symbolit ovat silmin havaittavia kuvioita, joiden tarkoituksena on välittää informaatiota kielestä riippumatta. Standardoidut symbolit ovat tunnettuja ympäri maailmaa (European Committee for Standardization 2018). Symbolit ovat ratkaisevan tärkeässä roolissa, kun sanat eivät riitä välittämään informaatiota. Symbolit välittävät tärkeää tietoa jokapäiväisessä elämässä esimerkiksi kulkusuunnista tai joidenkin tuotteiden eri ominaisuuksista. Symbolit ovat kriittisiä varsinkin silloin, kun on kyse terveyteen ja turvallisuuteen liittyvistä varoituksista, kielloista ja pakollisista vaatimuksista. Standardoiduille turvallisuussymboleille on määritetty tietyt värit sekä muodot, jotka auttavat erottamaan ne toisistaan (kuva 3). Värit ja muodot kertovat myös kyltin tyypistä. Joissain tapauksissa näiden kylttien lisäksi käytetään muita kylttejä tai tekstiä, jotta varoituskyltin viesti olisi varmasti ymmärrettävissä. (International Organization of Standardization 2013.)

Tunnusväri ja merkitys	Muoto	Esimerkki
Kielto ja määräys		 Pääsy kielletty
Varoitus		 Varo myrkkyä
Turvalinen tila tai tilanne		 Hätä-suihku
Informaatio, ohje, opastus		 Käytettävä silmänsuojaimia
Palon- torjunta		

Kuva 3. Turvakilpien tuntomerkit (Suomen Turvakilvet Oy).

Symbolit ovat hyvä viestintäkeino silloin, kun kohdeyleisönä on ihmisiä monesta eri maasta. Symbolit myös vievät kyltissä huomattavasti vähemmän tilaa, kuin teksti. Joissain tilanteissa paras viestintäkeino on sekä symboli, että teksti. Jotta symbo-

leita olisi mahdollisimman helppo tulkita, tulisi niiden olla yksinkertaisia ja kansainvälisesti tunnettuja. Esimerkiksi nuolet ja jotkin kirjaimet ja numerot ymmärretään samalla tavalla eri puolilla maailmaa. Symboleita on myös mahdollista muokata persoonallisemmiksi ja jonkin teeman/kohteen mukaisiksi (kuva 4). Tässä tapauksessa on kuitenkin tärkeää muistaa, että symboleiden ensisijainen tarkoitus on viestiä: liian erikoisia symboleita voi olla hankalaa tulkita. Matkakohteessa käytettävien symbolien designin on hyvä olla yhtenäistä. (Berger 2009, 56 – 67.)



Kuva 4. Symboleiden design voi vaihdella (Gibson 2009, 98).

Värit ovat olennainen osa jokapäiväistä elämää ja ne auttavat ihmisiä tunnistamaan asioita, suunnistamaan ja voivat jopa luoda tunneyhteyksiä paikkoihin. Kohteeseensa täydellisesti sopivan värin näkeminen kohentaa mielialaa ja näin ollen myös

parantaa asiakaskokemusta kohteessa. Tämän takia värejä käytetäänkin paljon kyltityksessä. Tärkeää on kuitenkin ymmärtää, että samat värit saattavat tarkoittaa eri ihmisille eri asioita, riippuen olosuhteista. Yksi maailmanlaajuisesti tunnettu värihin perustuva opaste on liikennevalot. Liikennevalojen värejä vihreää (mene), keltaista (hidasta) ja punaista (pysähdy) käytetään paljon myös muissa opasteissa, koska värit on helppo yhdistää tiettyyn asiayhteyteen (kuva 5). (Gibson 2009, 87 – 88, 95.)



Kuva 5. Tietty värit yhdistetään tiettyihin asiayhteyksiin (Gibson 2009, 88).

Väreillä on kolme olennaista ominaisuutta: sävy, kylläisyys ja kirkkaus. Sävyllä tarkoitetaan värien vaihtelua, kylläisyydellä väripitoisuutta ja kirkkaudella värin tummuuden ja vaaleuden vaihtelua. Näiden ominaisuuksien ymmärtäminen auttaa yhdistämään sopivat värit kyltitykseen. Jotta kohteen useat kyltit tunnistaisi yhtenäiseksi kokonaisuudeksi, on niiden värien hyvä olla samaa kirkkautta. Värin kylläisyys ja kontrasti vaikuttaa merkittävästi luettavuuteen. Itse värit puolestaan vaikuttavat kylttien ulkoasun sopivuuteen kohteeseen ja merkitysyhteyteen. (Gibson 2009, 88 – 89.)

4.3 Kuinka suunnitella toimiva kyltitys matkakohteelle?

Onnistunut kyltityksen suunnittelu vaatii, että ymmärtää kolme muuttujaa: asiakasorganisaation luonne, ihmiset, joiden kanssa organisaatio kommunikoi ja ympäristö, johon kyltit asennetaan. Näiden kolmen muuttujan määrittäminen on tärkeää tehdä heti projektin alussa. Navigoidessaan uuteen paikkaan ensimmäistä kertaa, ihminen

kysyy itseltään useita kysymyksiä matkansa varrella: "olenko menossa oikeaan suuntaan?", "onko tämä oikea rakennus?", "mistä ovesta menen sisälle?". Asiakas perustaa valintansa näkyvillä olevaan informaatioon. Kyltityksen suunnittelijan tehtävänä on asettaa informaatiota näkyville, jotta asiakaskokemus olisi mahdollisimman saumatonta ja vaivatonta. Ennen kyltityksen suunnittelua tulee suunnittelijan ennakoida asiakkaan polku kohteeseen sekä kohteessa ja sisällyttää se suunnitteluprosessiin, jotta kyltit osataan sijoittaa oikeisiin paikkoihin (kuva 6). (Gibson 2009, 18, 36 – 37.)



Kuva 6. Jalankulkijan ennakoidut kulkureitit Princetonin yliopistossa (Gibson 2009, 43).

Kylttien luettavuus on avainasemassa perille löytämisessä. Kohteeseen opastavien liikennemerkkien tulisi olla suuremmalla tekstillä alueilla, joilla ajetaan suuremmalla nopeudella. Tekstityypin tulee olla selkeää ja pelkkien isojen kirjainten käyttöä ei suositella. Käytettäessä sekä isoja että pieniä kirjaimia, on kylttiä helpompi lukea nopeassakin vauhdissa. (Berger 2009, 45.) Kaksi olennaisinta asiaa, jotka vaikuttavat tekstin luettavuuteen ovat pienten kirjainten korkeus (x-korkeus) ja kirjainten sekä sanojen väli toisistaan (kuva 7). (Gibson 2009, 80.) Myös se korkeus, jolle itse kyltti on sijoitettu, vaikuttaa kyltin näkyvyyteen ja näin ollen myös luettavuuteen. Paras korkeus kyltille olisi 120 – 160 cm korkeudella lattiasta tai maasta. Tällä korkeudella olevan kyltin on todettu osuvan jotakuinkin luonnollisesti jalankulkijoiden, niin aikuisten kuin lastenkin, kuten myös pyörätuolissa olevien ihmisten näkökenttään. Korkeus on sopiva myös läheltä luettavaksi niille, joilla on huonompi kaukonäkö.

Näin yksi oikein sijoitettu kyltti palvelee mahdollisimman monta asiakastyyppeä. (Arthur & Passini 2002, 200.)



Kuva 7. Tekstityyppi vaikuttaa luettavuuteen (Gibson 2009, 80).

Kyltitykseen käytettävän tekstityypin valintaan on hyvä käyttää aikaa, jotta teksti olisi kohteeseen sopivaa. Gibsonin (2009, 77) mukaan tekstityypeillä on omat persoonallisuutensa ja voivat näin viestiä erilaisia asioita: Bembo on perinteinen, Meta on raikas ja moderni, Ziggurat on leikkisä (kuva 8). Tekstityypin valintaan vaikuttaa myös se, missä ja mihin tarkoitukseen sitä tullaan käyttämään. Sama tekstityyppi ei välttämättä sovi opastamaan autoilijoita valtateillä oikeaan liittymään sekä kaupungissa vaeltavia nälkäisiä matkailijoita ravintolaan.



Kuva 8. Tekstityypeillä on omat persoonallisuutensa (Gibson 2009, 77).

Arthurin ja Passinin (2002, 7) mukaan ihmiset saattavat olla eksyksissä, oli koh-
teessa opasteita tai ei. Syitä eksymiselle kylttien olemassaolosta huolimatta voivat
olla:

- Kyltin teksti on liian pientä.
- Kyltissä ei ole järkeä: ihmiset huomaavat kyltin mutta eivät ymmärrä sitä.
- Kyltti on sijoitettu huonosti, niin ettei sitä löydä tai näe.
- Ihmiset olettavat kylttien olevan epäluotettavia ja jättävät ne tarkoituksella
huomiotta.

Ongelmaksi voi muodostua myös liiallinen informaatio. Ympäristössä, jossa on näh-
tävillä paljon kylttejä ja opasteita, on vaikeaa löytää juuri sillä hetkellä tarvitsemansa
informaatio. Tällaisessa tilanteessa ihmisen aivot helposti ylikuormittuvat, mikä vai-
keuttaa informaation löytämistä ja ymmärtämistä entisestään. Sen vuoksi kylttien
sijainnilla on äärimmäisen suuri merkitys. (Arthur & Passini 2002, 34.)

5 KÄYTETYT TUTKIMUSMENETELMÄT

Etnografialla tarkoitetaan yhteiskuntatieteellistä tutkimusmenetelmää, joka täyttää suurimman osan seuraavista ominaisuuksista (Hammersley 1990, Genzükün 2003, 4 mukaan):

- Ihmisten käyttäytymistä tutkitaan luonnollisissa jokapäiväisissä ympäristöissä, ei tutkijan itse luomissa keinotekoisissa tutkimusympäristöissä.
- Tutkimustietoa kerätään useista lähteistä, mutta havainnointi ja/tai vapaa- muotoiset haastattelut ovat yleensä pääosassa.
- Tutkimustietoa kerätessä ei noudateta tarkkaa ennalta määrättyä suunnitelmaa, vaan tieto kerätään mahdollisimman raaka muodossa.
- Tutkimuksessa keskitytään yleensä melko pieneen ryhmään tai asetelmaan, mahdollisesti myös vain yhteen henkilöön.
- Tutkimustulosten analysoinnissa tulkitaan ihmisten käyttäytymisen tarkoitusta pukemalla havainnot ja selitykset sanoiksi, esimerkiksi kirjoittamalla. Kvantifiointi ja tilastolliset analyysit ovat toissijaisessa roolissa.

Etnografinen tutkimustyö suoritetaan aina luonnollisissa olosuhteissa, kuten organisaatioissa, instituuteissa tai yhteisöissä. Etnografian perustana ovat tapahtumat, sosiaaliset ilmiöt ja kasvokkaiset vuorovaikutustilanteet ihmisten kanssa. Näiden tilanteiden avulla pyritään ymmärtämään ihmisiä sekä maailmaa ja sen sisäisiä ja ulkoisia ilmiöitä. Etnografiassa on tärkeää tarkastella asioita muiden ihmisten silmin, ei pelkästään itse tutkijan näkökulmasta. Etnografiset tutkimukset ovat tuottaneet useita eri näkökulmia, metodeja, työkaluja ja johdonmukaisuuksia, joiden avulla voidaan oppia ymmärtämään maailmaa jonkin tietyn ihmisryhmän silmin. (Schensul, Schensul & LeCompte 2013, 2.) Etnografisessa tutkimuksessa kenties vaikeinta on löytää tasapaino sisäpiiriin kuulumisen ja ulkopuolisuuden väliltä. Tutkijan täytyy olla tarpeeksi läheinen organisaation jäsenten kanssa, jotta hän ymmärtää mitä organisaatio sisällä tapahtuu, mutta tarpeeksi ulkopuolinen voidakseen tehdä siitä etnografisen analyysin. (Neyland 2008, 80.)

Etnografista tutkimusta tehdessä on hyvä tarkkailla kaikkea mahdollista, mitä ympärillä on ja tapahtuu. Mitään seikkaa ei saa pitää itsestäänselvytenä tai mielenkiinnottomana. Kun tutkittavassa ympäristössä pitää kaikkea outona tai vieraana ja

mahdollisena analyysin kohteena, on mahdollista löytää asioita, joita ei ole ennen otettu huomioon. Asioita on kuitenkin vaikeampaa pitää vieraana, mitä kauemman aikaa tutkimusympäristössä on. Yksi keino saada asiat näyttämään uudestaan oudoilta ja vierailta, on poistua tutkimusalueelta joksikin aikaa ja palata sitten takaisin. Toinen keino on lukea aikaisempia muistiinpanojaan kohteesta ja tehdyistä huomioista. Kolmantena keinona on täydentää etnografisia havaintoja muilla tutkimustavoilla, kuten esimerkiksi haastatteluilla. (Neyland 2008, 100 – 101.) Tyypillisessä etnografisessa tutkimustyössä hyödynnetäänkin usein kolmea eri tiedonkeruun menetelmää: haastatteluja, havainnointia sekä dokumentteja. Tämä puolestaan johtaa kolmeen eri tyyppiin tuloksiin: siteerauksiin, kuvailuihin ja poimintoihin. (Genzük 2003, 1.)

5.1 Havainnointi

Havainnointi on osa ihmisen jokapäiväistä elämää, mutta tutkimuksellinen havainnointi on satunnaista katselemista paljon systemaattisempaa ja tarkempaa. Havainnointi on hyvä tutkimuskeino esimerkiksi silloin, kun halutaan saada selville ihmisten käyttäytymistä jossakin tietyssä toimintaympäristössä. Nämä ympäristöt voivat olla sekä luonnollisia että keinotekoisia. Myös silloin, kun tutkitaan esineitä, kuvia sekä ympäristöä, on havainnointi yksi mahdollinen tutkimusmenetelmä. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 114.)

Havainnointityö on luonteeltaan aina mahdollisimman järjestelmällistä. Havainnoinnin tulokset on hyvä kirjata muistiin saman tien, käyttämällä esimerkiksi havainnointilomaketta tai -päiväkirjaa. Myös valokuvaaminen, videoiminen sekä äänittäminen ovat hyviä keinoja tallentaa havainnoimaansa. (Ojasalo ym. 2014, 115.)

Ojasalon ym. (2014, 115 – 116) mukaan havainnoijalla on kaksi mahdollista roolia: ulkopuolinen tarkkailija sekä aktiivinen osallistuja. Nämä roolit ovat toistensa vastakohtia. Ulkopuolinen tarkkailija voi havainnoida ympäristöä ja sen tapahtumia esimerkiksi peiliseinän takaa tai käymällä yrityksessä asiakkaan roolissa. Aktiivinen osallistuja nimensä mukaisesti osallistuu itse tutkittavaan toimintaan, esimerkiksi työntekijän tai asiakkaan roolissa. Hirsjärven, Remeksen ja Sajavaaran (2004, 203

– 206) mukaan havainnointilajeja on kaksi: systemaattinen havainnointi ja osallistuva havainnointi. Systemaattisessa havainnoinnissa tutkijan toiminta on tarkoin jäsenneltyä ja usein tätä tutkimustapaa toteutetaan tarkoin rajatuissa tiloissa, kuten laboratorioissa. Tutkija itse on ulkopuolinen toimija. Systemaattista havainnointia suositetaan monesti kvantitatiivisissa tutkimuksissa. Osallistuvassa havainnoinnissa toiminta on vapaampaa ja ennalta määräämätöntä. Tutkija osallistuu ryhmän toimintaan ja tutkii sitä sisältä päin. Osallistumisen aste voi vaihdella täydellisestä osallistumisesta pelkkään havainnointiin. Osallistuvaa havainnointia käytetään monesti kvalitatiivisen tutkimuksen apuna.

Tässä työssä havainnoitiin Ähtäri Zoon kyltitystä ja opasteita sekä eläinpuiston sisä-että ulkopuolella. Havainnointialueeseen kuului eläinpuistoon Myllymäentieltä johdettava tie Karhunkierros, eläinpuiston parkkipaikat, puiston sisäänkäynti ja sen rakennukset ja puistokierroksella olevat kyltit sekä opasteet. Matkailualueen majoitusten ja Camping-alueen kyltityksiä ei tässä työssä otettu huomioon. Havainnoinnin aikana kiinnitettiin huomiota myös asiakkaiden käyttäytymiseen matkakohteessa. Havainnoinnin tarkoituksena oli kartoittaa Ähtäri eläinpuiston kyltitysten nykytilanne: ovatko kyltit tarpeeksi selkeitä, nykyaikaisia, ympäristöönsä sopivia ja ymmärrettäviä sekä kotimaisten että ulkomaisten asiakkaiden näkökulmasta? Kartoituksen avulla voitiin suunnitella kylteille muutoksia ja parannuksia, jotta asiakaskokemus eläinpuistossa olisi entistäkin saumattomampaa. Havainnoijana olin aktiivinen osallistuja tutustuessani eläinpuiston kyltitykseen asiakkaan roolissa. Samalla olin kuitenkin myös ulkopuolinen tarkkailija kiertäessäni eläinpuistossa samalla havainnoiden muiden asiakkaiden käyttäytymistä. Tutkimusmateriaalia kerättiin sekä muistiinpanoja kirjoittaen että kuvia ottaen.

Seikkoja, joihin havainnoinnin aikana kiinnitettiin huomiota:

- kylttien koko
- kylttien sijainti ja niiden lukemissuunta
- kylteissä käytetyt värit: ovatko ne kohteeseen sopivia ja helpottavatko ne kyltin ymmärtämistä?
- kylttien tekstin tyyppi ja koko: onko fontti kohteeseen sopivaa ja helppoluukuista?

- kylteissä käytetyt kuvat ja symbolit: ovatko selkeitä ja auttavatko ymmärtämään kyltin sanomaa?
- kylteissä käytetty kieli: kuinka hyvin on otettu ulkomaalaiset huomioon?
- kylttien etäisyys toisistaan
- ihmisten käyttäytyminen: mitä asiakkaat tekevät missäkin vaiheessa puistokierrosta?

5.2 Prototypointi

Fulton Surin (2008, 56) mukaan muotoilututkimuksessa ideoille annetaan jo pian niiden syntymisen jälkeen muoto esimerkiksi joko luonnoksen, mallin, tarinan tai muun prototyypin avulla. Tässä asiayhteydessä prototyyppi onkin eräänlainen konkreettinen malliesimerkki ajatusprosessin tuloksesta eikä lainkaan vielä valmis tuotos. Miittisen (2016, 132) mukaan tämä edellä mainittu määritelmä korostaa hyvin prototypoinnin kevyttä luonnetta. Prototyypit voidaan jakaa kahteen malliin: kaikenkattaviin (comprehensive) ja keskittyneisiin (focused). Kaikenkattavassa prototyypissä on havainnollistettu jo lähes kaikki täysin valmiin tuotteen ominaisuudet ja näin ollen onkin jo täysin toimiva kuvaus tuotteesta. Keskittynyt prototyyppi puolestaan keskittyy vain yhteen tai muutamaankin tuotteen ominaisuuteen ja kuvaa niitä. (Miittinen 2016, 147.)

Tässä työssä käytettiin prototypointimenetelmänä osittain kokemuksen mallintamista (experience prototyping). Miittisen (2016, 132) mukaan Buchenau ja Fulton Suri (2000) ovat määritelleet kokemuksen mallintamisen seuraavasti: se korostaa erityisesti suunnittelijan tai käyttäjän omakohtaista kokemusta, ja sen vuoksi aktiivinen osallistuminen on kokemuksen prototypoinnissa tärkeää. Kokemuksen mallintamisen tarkoituksena on luoda sellainen esitys tuotteesta tai palvelusta, että sen luoma kokemus voidaan toistaa uudelleen ja uudelleen. Tällä tavoin esityksen katsoja voi ymmärtää, minkälaista kyseisen tuotteen tai palvelun käyttäminen todellisuudessa on. (Miittinen 2016, 132.)

Tässä työssä prototypointia käytettiin keinona havainnollistaa kyltitykselle syntyneitä kehittämisideoita. Prototyypit luotiin Word-ohjelmalla, käyttäen Wordin omia resursseja sekä Ähtäri Zoon nettisivuilta löytyneitä materiaaleja. Prototyyppien on tarkoitus luoda lukijalle selkeä käsitys siitä, minkälaiselta kyltti voisi näyttää todellisuudessa. Tämän työn prototyypit ovat kuitenkin melko suuntaa antavia eivätkä sellaisenaan valmiita käytettäväksi.

6 HAVAINNOINNIN TULOKSET

Havainnointi suoritettiin torstaina 18.10. ja perjantaina 19.10.2018. Ajankohta sijoitui syyslomaviikolle, jota Ähtärin kaupungin projektipäällikkö Esa Vuorenmaa (2018) suositteli aineistonkeruujaksi. Matkakohteeseen saavuttiin autolla torstaina aamupäivällä. Toinen havainnointikerta suoritettiin keskiviikkona 19.12.2018.

6.1 Puiston ulkopuolella oleva kyltitys

Ähtärin eläinpuiston alueella on kolme parkkipaikkaa (P1, P2 ja P3), joista puistoa lähin P1 on maksullinen. Tästä kertovat kyltit (kuva 9 ja 10) tien varressa menevät autolla ajaessa melko nopeasti ohi, eikä kyltitykseen ja sen informaation ehdi keskittymään kunnolla. Tällä tutkimuskerralla auto päädyttiin ajamaan P2:een, josta on vielä pieni kävelymatka itse eläinpuistoon. Tämän parkkipaikan toisella puolella avautuu golfkenttä, toisella puolella puolestaan näkyy enimmäkseen metsää. Metsän puoleisella reunalla on iso valkoinen kyltti (kuva 11), joka ohjaa eläinpuiston suuntaan. Kyseisessä kyltissä on kaksi vihreää nuolenkärjen kaltaista kuviota, jotka voi helposti sekoittaa esimerkiksi teltan kuvaksi. Vasta kyltin jälkeen on nähtävissä alueen kartta, jonka avulla voisi päätellä, mihin suuntaan täytyy lähteä seuraavaksi (kuva 12). Kartassa ei myöskään ole nähtävillä ”olet tässä” -merkintää, joka helpotaisi kartan lukua.



Kuva 9. Eläinpuistoon ohjaava kyltti.



Kuva 10. Eläinpuiston parkkipaikoille ohjaava kyltti.



Kuva 11. Opastuskyltti parkkipaikalla P2.



Kuva 12. Alueen kartta parkkipaikalla P2.

Kun parkkipaikalta lähtee kyltin osoittamaan suuntaan, on tien viertä pitkin tasaisin välein erilaisia mainoskylttejä Ähtäri Zoon oheispalveluista. Kylttejä seuraamalla löytääkin melko vaivattomasti perille puiston porteille asti. Puiston porteilla on näyttävät ja hyvin erottuvat karhun ja pandakarhun muotoiset kyltit (kuva 13) sekä puistokerroksen että Snowpanda Housen eli pandatalon suuntiin. Pandatalon oven läheisyydessä ohjeistetaan ostamaan sisäänpääsyliput pandatalon sisältä.



Kuva 13. Opasteet Snowpanda Housen edessä.

6.2 Pandatalon kyltititys

Pandatalossa kyltititys on hyvällä tavalla minimaalista. Kyltit sulautuvat luontevasti rakennuksen värimaailmaan ja ilmeeseen: modernia ja minimaalista, väreinä vihreää, mustaa ja valkoista. Osa perinteisemmistä kylteistä on korvattu seinään liimattavilla tarroilla tai esimerkiksi tietokonenäytöillä (kuva 14). Sääntötaulut ovat hienovaraisia eivätkä hyppää silmille, vaikka ovatkin selvästi näkyvillä (kuva 15). Pandojen aitauksien välissä on muutama eläininfotaulu (kuva 16), joissa teksti on valkoista mustalla pohjalla. Elävöittämään on valittu tietenkin kuvia pandoista. Nämä infotaulut ovat vain suomeksi. Pandatalossa on myös asiakkaiden näkyvillä ”liikennevalot” jotka kertovat melutasosta. Valojen tarkoitus on kuitenkin avattu vain pienellä paperilapulla, jossa teksti on suomeksi (kuva 17).



Kuva 14. Erilaisia opasteita pandatalossa.



Kuva 15. Sääntötauluja pandatalossa.



Kuva 16. Eläininfotauluja pandatalossa.



Kuva 17. Melutasosta kertovat liikennevalot.

6.3 Puiston opastekyltit ja varoitukset

Puistokierroksen voi Ähtäri Zoossa aloittaa joko pandatalosta tai suoraan ulkoporteilta. Tässä tutkimuksessa havainnoija aloitti kierroksen ulkoa. Puistokierros käveltiin läpi kaksi kertaa, ensin ennen puiston aukeamista yhdessä Ähtäri Zoon viestintäpäällikön Lea Lahtisen kanssa, toisen kerran itsenäisesti puiston ollessa auki asiakkaille. Heti sisäänpääsyportin jälkeen kävellään hetken matkaa huoltoalueen läpi. Havainnointipäivänä huoltoalue oli tyhjä, eikä oikeasta suunnasta ollut epäselvyyttä. Lea Lahtisen (2018) mukaan alueella toisinaan on isojakin autoja, jotka saattavat hämmentää asiakkaita ja tukkia kulkuväylän.

Huoltoalueen jälkeen alkaa hiekkatie itse puistoon. Ähtäri Zoossa koko puistokierroksen aikana on ajoittain nähtävillä vihreävalkoisia tassun kuvia, jotka kertovat oikeasta kulkureitistä (kuva 18). Reitin varrella on myös tienviittoja, joissa kerrotaan missä suunnassa seuraava eläin sijaitsee (kuva 19). Tienviitat ovat puisia ja niissä on vihreä teksti sekä suomeksi että englanniksi. Osassa tienviitoista on myös merkattu henkilökunnalle tarkoitetut reitit. Näissä teksti on mustaa, suomeksi ja englanniksi. Puistokierroksen lopussa on erillinen farmi, jossa teemana on 1900-luku. Farmin kyltitys on teemaan sopivaa: punamullan väriset opastekyltit valkoisella käsin kirjoitetulla tekstillä, suomeksi (kuva 20).



Kuva 18. Tassujen kuvat merkkäävät pääreitit.



Kuva 19. Suuntakyltti puistokierroksella.



Kuva 20. Kylttien design Farmilla.

Puistokierroksen alussa, hieman piilossa tien sivussa on iso kyltti, jossa kerrotaan puistoetiketistä (kuva 21). Teksti on kyltissä mustaa sekä punaista valkoisella taustalla, suomen- ja englanninkielellä. Fontti on selkeää, mutta melko pientä. Viestintäpäällikkö Lea Lahtisen (2018) mukaan monet kyltit ovat hieman huonosti sijoitettu sen vuoksi, että maasto on peruskalliota ja siihen on vaikeaa kiinnittää mitään pysyvästi.



Kuva 21. Infotaulu puistoetiketistä.

Kierroksella tulee vastaan myös useita erilaisia varoituskylttejä. Useimmat niistä kieltävät muun muassa eläinten ruokkimisen, sormien työntämisen häkkiin tai aidalla kiipeilyn. Värimaailma varoituskyltteissä on pääosin sama: mustaa valkoista ja punaista. Kylttien tyyli kuitenkin vaihtelee melkoisesti, niissä on erikokoisia fontteja, erityylisiä kuvituskuvia ja osa kylteistä jopa on paperisia. Kieli varoituskyltteissä on pääosin suomeksi sekä englanniksi. Varoitukset on asetettu useimmiten häkin tai aitauksen reunaan, niin että ne ovat hyvin näkyvillä. Välillä varoituskylttien kirjo saattaa kuitenkin hieman häiritä (kuva 22).



Kuva 22. Monenlaisia varoituskylttejä.

6.4 Puiston muu kyltitys

Puistossa on pääosin jokaisen eläinlajin kohdalla infotaulu, jossa kerrotaan kyseisen eläinlajin perustietoja. Suurimmalla osalla kylteistä on enimmäkseen yhtenäinen teema: kylttien kehykset ovat puiset, keskiosa vaneria, jossa tekstiä mustaa valkoisella. Kylttiä elävöittämässä on erilaisia kuvia. Jotkut kylteistä ovat yksikertaisia, eivätkä sisällä kuvia. Kielenä kylteissä on pääasiassa sekä suomi että englanti. Osassa kylteissä on lisäksi myös muita kieliä, kuten ruotsi ja saksa (kuva 23). Joissain kylteissä teksti on myös pelkästään suomeksi. Farmilla infotaulut sopivat 1900-luvun teemaan puisine kehyksineen. Farmilla infotaulujen teksti on suomeksi ja ruotsiksi.

SUSI *Canis lupus*
Varg, Wolf

Susi on pitkän matkan kuljija ja liikkeellä yleensä öisin. Susien on saatettava laumassa, jotta ne saisivat itseään suuremmat eläimet ravinnokseen. Harhailevat yksinäiset sudet ovat yleensä puolisoi etsiviä nuoria naaraita. Ne pyydystävät aina pienempiä eläimiä kuten jäniksia, majavia ja jopa nyyryiä. Suomessa asuva susi on kookkaampi kuin etelämpänä Välimeren maissa asuvat lajityönninsä ja se painaa jopa 50 kiloa.

Vargen rötög är över långa sträckor och vandrar helst nattetid. Vargen måste jaga i flock för att kunna få tillräckligt med mat. Vargarna söker efter större djur som rådjur, älgar och till och med sälar. Den varg som finns i Finland väger upp till 50 kg och är större än artfränderna i medelhavsområdet.

The wolf travels long distances, usually at night. Wolves have to hunt in herds to kill animals larger than themselves. Wandering lone wolves are usually females looking for a partner. They always hunt for smaller animals such as rabbits, the otter and even moose. The Finnish wolf is larger than its Mediterranean counterpart and can weigh up to 50 kilograms.

Der Wolf legt lange Wege zurück und ist meist nachtaktiv. Die Wölfe müssen im Rudel jagen, damit sie Tiere erlegen können, die ihnen an Größe überlegen sind. Einzelne, umherstreunende Wölfe sind meistens junge Weibchen, die nach einem Partner suchen. Sie jagen stets kleinere Tiere wie z.B. Hasen, Älger und sogar Moschuswirs. Der in Finnland lebende Wolf ist größer als seine Artgenossen in der Mittelmeerregion und wiegt bis zu 50 Kilogramm.

Lähti: Caraceni, Pöytälahti	Chitung: Caraceni, Röödöri	Classification: Caraceni, Reen-öjny	Chitung: Caraceni, Röödöri
Heimo: Canidae, Karvaeläimet	Famili: Canidae, Karvaeläimet	Order: Carnivora, Liha- ja kasvisruokijain luokka	Order: Carnivora, Liha- ja kasvisruokijain luokka
Koko: 30–55 kg, pituus 100–170 cm	Arvi: 30–55 kg, pituus 100–170 cm	Suborder: Canina, Käärme- ja koiraeläimet	Suborder: Canina, Käärme- ja koiraeläimet
Elämäntapa: Noin 4000–5000 yksilöä, kookkaat ja nuoret yksilöt kantaavat useita jälkeläisiä.	Elämäntapa: Noin 4000–5000 yksilöä, kookkaat ja nuoret yksilöt kantaavat useita jälkeläisiä.	Family: Canidae, Käärme- ja koiraeläimet	Family: Canidae, Käärme- ja koiraeläimet
Eläintieteellinen luokitus: Hämähäkki, heijon ja heijonin luokka	Eläintieteellinen luokitus: Hämähäkki, heijon ja heijonin luokka	Genus: Canis, Käärme- ja koiraeläimet	Genus: Canis, Käärme- ja koiraeläimet
Eläintieteellinen luokitus: Hämähäkki, heijon ja heijonin luokka	Eläintieteellinen luokitus: Hämähäkki, heijon ja heijonin luokka	Species: Canis lupus, Käärme- ja koiraeläimet	Species: Canis lupus, Käärme- ja koiraeläimet
Eläintieteellinen luokitus: Hämähäkki, heijon ja heijonin luokka	Eläintieteellinen luokitus: Hämähäkki, heijon ja heijonin luokka	Subspecies: Canis lupus, Käärme- ja koiraeläimet	Subspecies: Canis lupus, Käärme- ja koiraeläimet

World Distribution Map: Shows the distribution of wolves across the world, with a concentration in the Northern Hemisphere.

Social Hierarchy Diagram: Illustrates the hierarchy of a wolf pack, showing the alpha male and female at the top, followed by other pack members.

Paw Print Diagram: Shows the shape of a wolf's paw print, which is a five-toed print.

Kuva 23. Esimerkki infotaulusta useammalla kielellä.

Puistossa on myös infotauluja, jotka kertovat ympäröivästä luonnosta, kuten puista ja muusta kasvillisuudesta (kuva 24). Näissä kylteissä teema on sama kuin osassa eläininfotauluista: puiset kehykset ja vanerinen tausta, jossa tekstiä ja kuvia. Näissä luonnosta kertovissa tauluissa kielenä on käytetty suomea, ruotsia ja englantia.



Kuva 24. Luonnosta kertova infotaulu.

Joidenkin eläinten pesiin on asiakkaiden mahdollista saada valot painamalla valokatkaisijaa. Valokatkaisijoiden kohdalla on vaihtelevilla teemoilla kyltti kertomassa, mitä katkaisijasta tapahtuu. Kielenä näissä pienissä kylteissä on käytetty vain suomea. Myös itse teksti vaihtelee, osassa opastetaan selkeästi painamaan napista, toisissa kerrotaan vain, mitä napista tapahtuu. Kyltin väri on punainen valkoisella tekstillä, mikä saattaa aiheuttaa ristiriitaisia tuntemuksia varsinkin kieltä ymmärtämättömille asiakkaille (kuva 25). Havainnointiajankohtana puistossa oli myös muutama kyltti kertomassa syyslomaviikon eläininfojen aikatauluista. Näissä kielenä oli suomi sekä englanti.



Kuva 25. Punainen väri kyltissä yhdistetään usein kieltoon.

6.5 Asiakkaiden käyttäytyminen eläinpuistossa

Tutkimuskerralla tarkasteltiin jonkin verran myös asiakkaiden käyttäytymistä eläinpuistossa. Syyslomaviikolla 19.10.2018 puistossa oli sopivan paljon asiakkaita havainnointia ajatellen. Asiakaskunta koostui suurelta osin lapsiperheistä ja pariskunnista. Suurin osa asiakkaista aloitti puistokierroksen pandatalosta ja jatkoi siitä ulos muuhun kierrokseen. Enemmistö näytti myös kulkevan puistossa ilman karttaa. Asiakkaat liikkuvat puistossa ryhmissä ja eri seurueidenkin ihmiset kulkivat toistensa vanavedessä. Puiston eri kyltteihin kiinnitettiin vaihtelevasti huomiota. Infotauluja silmäiltiin ohimennen, mutta melko harva asiakas pysähtyi lukemaan niitä tarkemmin. Eläinpuistossa on käytössä myös interaktiivinen Boordi-palvelu, jonka avulla eläininfoja voi lukea puhelimeltaan, mutta tämän palvelun käyttöä ei oikein voinut seurata. Enimmäkseen asiakkaat näyttivät käyttävän puhelintaan kuvien ottamiseen.

Toisella havainnointikerralla 19.12.2018 puistossa ei ollut juurikaan muita asiakkaita, joten tällöin käyttäytymistä ei oikein voinut tarkkailla. Puistokierroksen aikana matkan varrella näkyi vain yksi asiakasryhmä. Lumessa olevista jalanjäljistä pystyi kuitenkin päättelemään jotain. Joissain kohdissa näkyi, kuinka jäljet johtivat ensin väärään suuntaan ja sitten henkilön todennäköisesti huomattessa oikean kulkusuunnan, jäljet kääntyivät yhtäkkiä toiseen suuntaan. Jalanjälkien analysoiminen on tosin melko tulkinnanvaraista.

7 KEHITTÄMISEHDOTUKSET PROTOTYPOINNIN AVULLA

Ähtärin eläinpuistossa suoritettuna havainnoinnin avulla saatiin selkeä kokonaiskuva puiston kyltityksen nykytilanteesta ja sen pohjalta mietittiin mahdollisia kehittämisehdotuksia. Muutamilla muutoksilla ja lisäyksillä kyltitykseen on mahdollista helpottaa asiakkaan kulkua kohteessa ja näin ollen myös parantaa asiakaskokemusta. Kehittämisehdotuksia havainnollistetaan tässä työssä prototypoinnin avulla.

Koko eläinpuiston kyltitys. Tällä hetkellä eläinpuiston kyltitys on melko rönsyilevää: kylttien designit vaihtelevat, kylteissä käytetään eri kieliä ja eri näköisiä ja kokoisia fontteja. Tärkein ja olennaisin muutos kyltitykseen on sen yhtenäistäminen. Kun kyltit näyttävät samanlaisilta ja yhteenkuuluvilta koko eläinpuistossa, on ne helpompi hahmottaa niiden olevan osa samaa kokonaisuutta. Asiakkaan on myös helpompi löytää etsimänsä kyltti, kun hän tietää minkä näköistä kylttiä etsii. Toinen tärkeä muutos kyltitykseen on siinä käytetty fontti, eli kirjasintyyppi. Puiston kaikissa kylteissä tulisi käyttää samaa kirjasintyyppiä, jotta ne tunnistettaisiin olevan osa samaa kokonaisuutta. Kirjasintyyppin tulee olla selkeää ja helposti luettavaa ja kylteissä olisi hyvä käyttää sekä isoja että pieniä kirjaimia lukemisen helpottamiseksi. Kirjainten koon olisi hyvä olla nykyistä isompaa, jotta kyltin viestin näkisi lukea jo hyvän matkan päästä.

Tällä hetkellä puiston kylteissä käytetään useampaa eri kieltä ja ne vaihtelevat kyltistä toiseen. Tärkeää olisi päättää ne kielet, joita käytetään kaikissa kylteissä. Olennaisimmat kielet Ähtärin eläinpuistossa ovat suomi sekä englanti, sillä suurin osa eläinpuiston asiakkaista ymmärtää näistä kielistä toista. Liian monen kielen käyttö kylteissä vie paljon tilaa ja saa kyltin näyttämään sekavalta. Tekstin lisäksi puiston kyltityksessä olisi hyvä olla myös kansainvälisesti ymmärrettyjä symboleita, jotta mahdollisimman moni asiakas ymmärtäisi kylttien välittämän viestin. Joissain tapauksissa myös pelkkä symboli on riittävä. Toimeksiantajan toiveena on, että kylttien muussa kuvituksessa käytettäisiin valokuvaaja Timo Ahopellon ottamia kuvia.

Kylttien värimaailman tulee olla kohteeseen sopivaa ja selkeästi erottuvaa. Värejä valittaessa on tärkeää muistaa myös eri värien merkitykset, ettei asiakkaille synny

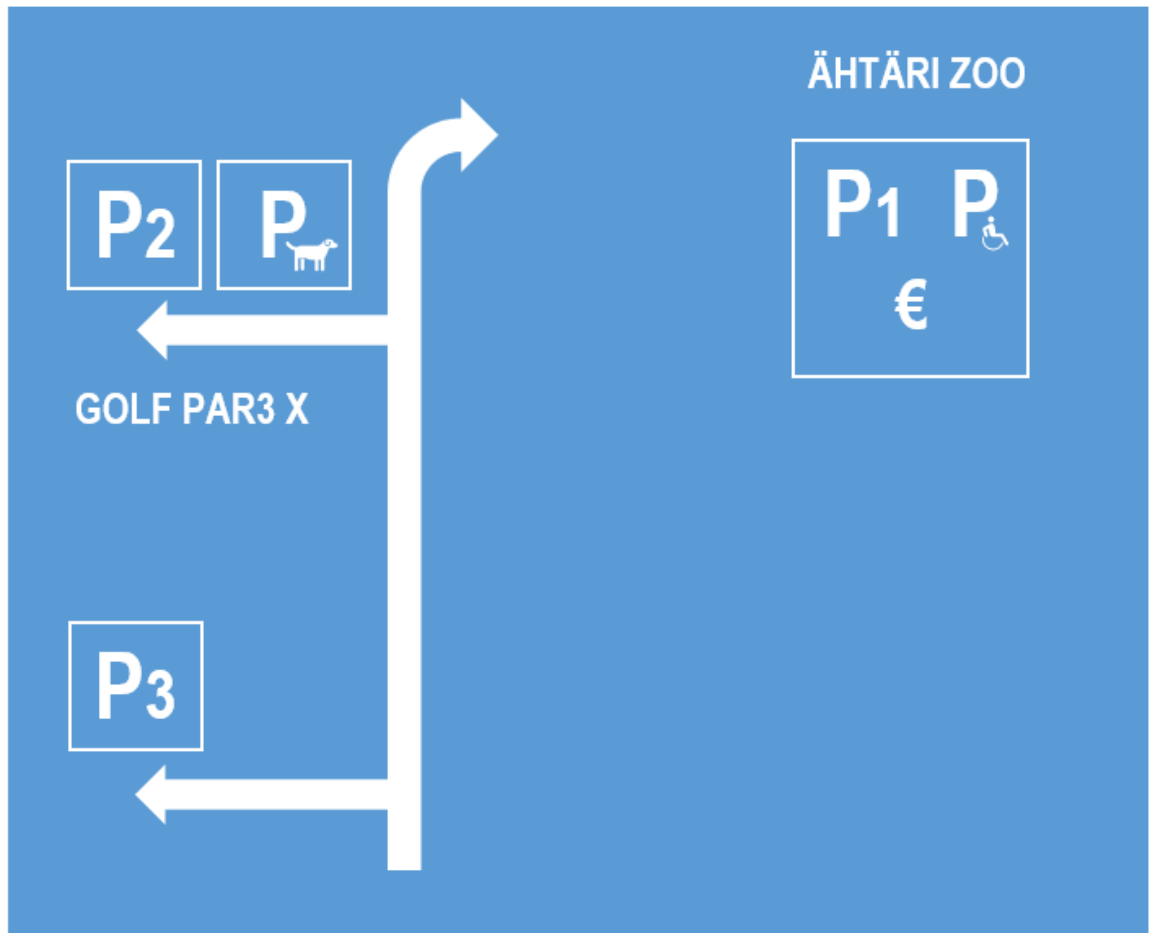
ristiriitaisia tuntemuksia kyltin viestistä ja sen väristä: punainen väri kyltissä yhdistetään usein vaaraan, varoitukseen, kieltoon tai sääntöön, kun taas vihreä väri yhdistetään johonkin sallittuun tai suositeltuun toimintaan.

Kyltitys puiston ulkopuolella. Puistoon ohjaavan kyltityksen tulisi olla kokonaisuudessaan selkeämpää ja helpommin ymmärrettävää. Isot ja helposti luettavat kyltit ovat tärkeitä varsinkin silloin, kun matkakohteeseen saavutaan ensimmäistä kertaa. Autolla saavuttaessa kylttien on oltava helposti luettavissa myös nopeammassa vauhdissa. Kun käännetään Myllymäentieltä Karhunkierrokselle, tulisi koko matkan varrella olla tasaisin väliajoin kylttejä, jotka kertovat paljonko matkaa vielä on jäljellä. Jos kylttejä on liian vähän, herää asiakkaalle helposti epäily, että onko jo ajanut ohi. Juha Jatala (2019) Huoltokarhut Ky:stä kertoo, että hänen kokemustensa mukaan monet asiakkaat meinaavat kääntyä juna-aseman jälkeen oikealle kääntyvälle tielle, joka vie Camping-alueelle. Jatala (2019) kommentoikin, että siinä risteyksessä olisi hyvä olla selkeästi ilmaistuna, että Camping-alueelle käännetään oikealle, ja että Ähtärin eläinpuistoon jatketaan vielä tietä suoraan (kuva 26). Hänen mielestään myös juna-asemalta olisi hyvä olla selkeät opasteet eläinpuistoon. Puistoon ohjaavat tienviittakyltit voisivat olla väriltään ruskeita, sillä se on yleisesti käytetty väri nähtävyyksiin opastavissa kylteissä. Ruskea on myös värinä lämpimämpi ja luonnonläheisempi kuin esimerkiksi musta ja sopii näin ollen eläinpuistoalueelle hyvin. Alueen muihin kohteisiin, kuten Ähtäri Golfiin ja alueen eri majoituspaikkoihin, tulisi mielellään olla samantyylliset kyltit kuin itse eläinpuistoon. Tällä tavoin mikään kyltti ei erotu muista liikaa ja koko puistoalueen ilme pysyy yhtenäisenä.



Kuva 26. Prototyyppi tienviittakyltistä.

Eläinpuiston kaikista parkkialueista olisi myös hyvä olla isompi suunnistustaulu (kuva 27), josta käy ilmi kunkin parkkialueen suunta ja suurpiirteinen etäisyys eläinpuistosta. Kylttiin on tärkeää olla myös merkattuna maksullisuus, inva-paikat sekä koiraparkki. Koska Ähtäri Zoon P1 on maksullinen ainoastaan sesonkikausina, tulee kyltti olla helposti muunneltavissa sen mukaisesti. Tällä hetkellä kylteistä peitetään maksullisuusmerkki esimerkiksi teipeillä, mikä saa kyltin näyttämään jokseenkin halvalta. Parempi vaihtoehto teippaamiselle voisi olla esimerkiksi metallikoukuilla peitettävän kohdan päälle kiinnitettävä lisätaulu, jossa maksullisuusmerkintää ei olisi (kuva 28). Alkuperäiseen suunnistustauluun yhteensopiva lisätaulu ei erottuisi taustastaan ja olisi helppo kiinnittää sekä ottaa pois aina tarpeen tullen.



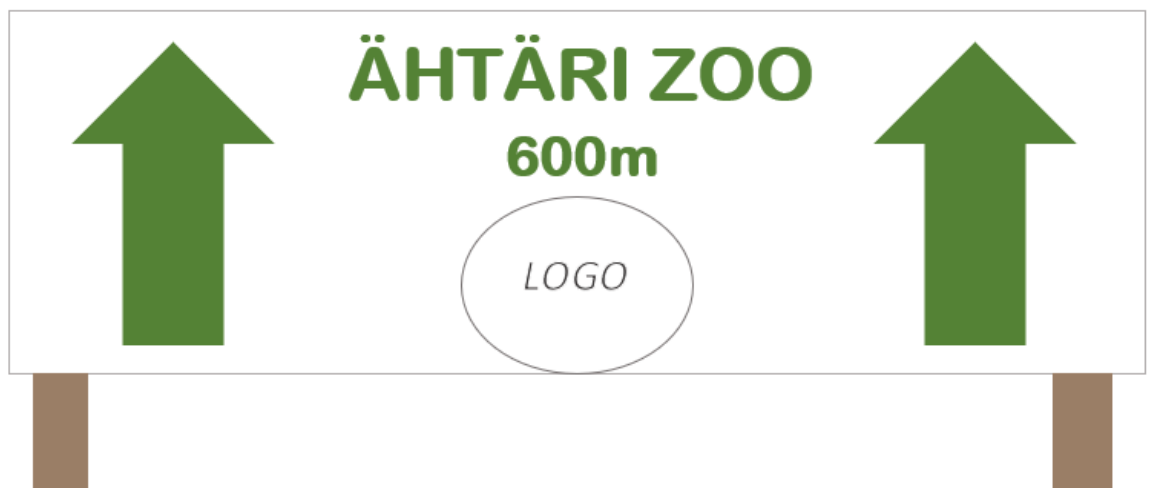
Kuva 27. Prototyyppi parkkialueista kertovasta suunnistustaulusta.



Kuva 28. Prototyyppi lisätaulusta parkkialueen suunnistustauluun.

Jokaisella parkkipaikalla tulisi olla näkyvällä paikalla kyltti, joka ilmaisee eläinpuiston suunnan. Tämänhetkistä opastuskylttiä (kuva 11) voisi muuntaa siten, että "Ähtäri

Zoo” olisi kyltin yläreunassa, jotta se näkyisi hieman kauempaakin. Ähtäri Zoon alapuolella olisi merkittynä matka eläinpuistoon esimerkiksi ”600m”. Kylttien reunoilla olevat nuolet voisivat näyttää selkeästi nuolilta, ettei niiden viesti jää epäselväksi. Sekä teksti että nuolet voisivat edelleenkin olla vihreitä, mutta hieman tummempi sävy erottuisi valkoisesta taustasta huomattavasti paremmin. Eläinpuiston logo voisi olla tekstin alla. Muunneltu esimerkki kyltistä on kuvassa 29. Jokaiselta parkkipaikalta puistoon tulisi olla myös matkan varrella pienempiä kylttejä, jotka myös ilmoittavat jäljellä olevan matkan puistoon. Tällä tavoin asiakas tietää vielä olevansa oikealla reitillä ja esimerkiksi lapsille on helppo sanoa, ettei ole enää pitkä matka. Tällaisesta kyltistä esimerkki kuvassa 30. Parkkipaikalla tälläkin hetkellä oleva kartta (kuva 12) on jo valmiiksi hyvä ja selkeä, mutta siihen voisi lisätä vielä ”olet tässä” -merkinnän helpottamaan kartan lukua entisestään.



Kuva 29. Prototyyppi isosta opastuskyltistä parkkipaikalla.



Kuva 30. Kyltti kävelyreitillä puistoon.

Eläinpuiston sisäänkäyntiä lähin parkkialue P1 on sesonkiaikaan maksullinen ja tämän vuoksi parkkipaikalle täytyy ajaa automaattisesti aukeavien puomien alta. Poistukseen täytyy ostaa parkkilippu joko Pandatalosta, Zoo Shopista tai Hotelli Mesikämmenestä. Ostettua parkkilippua näytetään lukijaan, joka avaa puomin. Sekä Lea Lahtinen että Juha Jatala (2019) ovat sitä mieltä, että useat asiakkaat kokevat P1 parkkialueen hankalaksi juurikin näiden puomien takia. Tämän vuoksi P1 tarvitsisi selkeämpiä opastekylttejä, jotka kertovat asiakkaille, miten toimia missäkin vaiheessa. Esimerkki kyltistä ennen parkkipaikkaa kuvassa 31, ja parkkipaikalta poistuttaessa kuvassa 32.

**Aja lähelle, niin
puomi aukeaa.**

**Parkkilipun voit ostaa
Zoo Shopista,
Pandatalosta tai Hotelli
Mesikämmenestä.**

**Drive close for the
gate to open.**

**You can purchase the
parking ticket from the
Zoo Shop, from
Snowpanda House or
from Hotel
Mesikämmen.**

Kuva 31. Opastekyltti saapuessa parkkipaikalle P1.

**Näytä parkkilippuasi
lukijaan, niin puomi
aukeaa.**

**Show your parking
ticket to the reader for
the gate to open.**

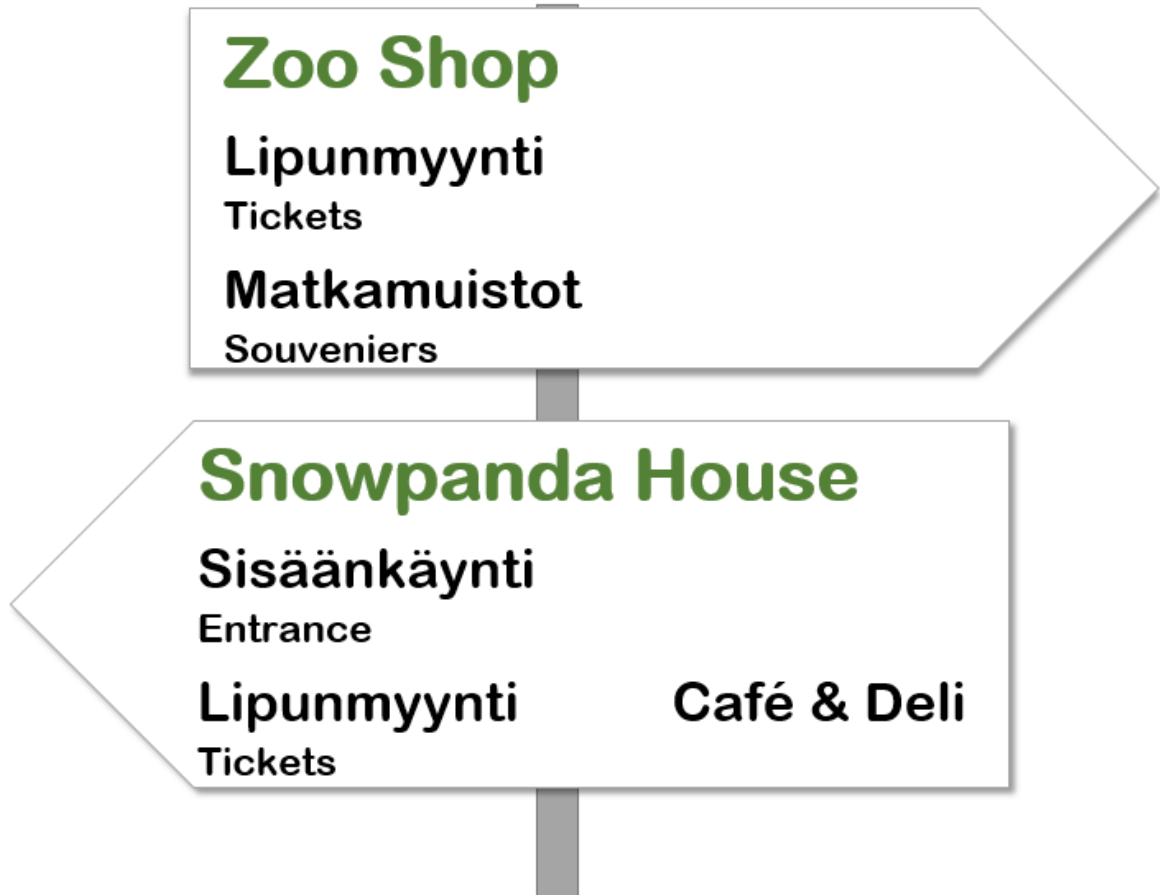
Kuva 32. Opastekyltti poistuttaessa parkkipaikalta P1.

Lipunmyyntiin sekä eläinpuiston sisäänkäyntiin olisi myös hyvä saada näkyvämpi kyltitys, sillä nyt se jää monelta helposti huomaamatta. Kylttien tulisi olla sellaisella korkeudella, että asiakkaan katse kohdistuu sinne luontaisesti. Kylttien tulee myös

selkeästi näyttää kylteiltä, jotta asiakas osaa etsiä niistä tarvitsemaansa tietoa. Pandatalon edessä olevat karhufiguurit (kuva 13) sekä jalalliset mainoskyltit (kuva 33) eivät ole tarpeeksi opastemaisia, jotta niiden sisältämään viestiin kiinnittäisi erityistä huomiota. Myös Pandatalon ja Zoo Shopin tarjoamat palvelut voisi ilmaista kylteissä (kuva 34), jotta asiakkaiden ei tarvitsisi seilata näiden talojen väliä turhaan etsiessään haluamaansa. Näissä kylteissä voitaisiin käyttää väriteemana Pandatalon sekä Zoo Shopin muissakin kylteissä käytettyjä värejä: vihreää, mustaa ja valkoista.



Kuva 33. Jalalliset kyltit Pandatalon edessä.



Kuva 34. Prototyyppi suuntakyltistä Zoo Shopin ja Snowpanda Housen välillä.

Suuntakyltit. Tällä hetkellä puistokierroksella olevat suuntakyltit ovat vaaleaa puuta ja niissä on vaaleanvihreä teksti. Väriyhdistelmä on luonnonläheinen ja siksi sopiikin hyvin puiston teemaan. Ongelmana on kuitenkin kyltin liiankin hyvä sulautuminen ympäröivään luontoon. Teksti on myös aavistuksen liian vaaleaa puutaustaa vasten, että se olisi helppolukuista ja näkyisi hyvin myös kaukaa. Kylttiä on erityisen vaikea hahmottaa esimerkiksi värisokeana tai muuten huononäköisenä. Kyltit voisivat jatkossakin olla puisia, sillä ne ovat kauniita ja sopivat hyvin eläinpuiston luontoystävälliseen teemaan. Teksti voisi kuitenkin olla väriltään esimerkiksi mustaa, jotta se erottuisi taustastaan paremmin. Henkilökunnalle tarkoitettujen reittien kylteissä teksti onkin jo valmiiksi mustaa ja kyltti voisi näin ollen pysyä melko samanlaisena. Kylttien sijoittelun voisi kuitenkin suunnitella siten, että kyltti on selkeästi luettavissa siitä suunnasta, miten puistossa kierretään. Tällä hetkellä osa kylteistä oli kiertosuuntaan nähden väärin päin ja jäi sen takia helposti huomiotta. Huoltotien vieressä voisi olla myös jokin symboli, josta ymmärtää, ettei huoltoalueelle saa

mennä kuin henkilökunta (kuva 35). Seuraavan eläimen ilmaisevissa suuntakylteissä olisi hyvä olla kyseisen eläimen kuva/symboli, sekä eläimen suomen- että englanninkielinen nimi ja jäljellä oleva metrimäärä kohteeseen. Kuvassa 36 on esimerkki suuntakyltistä.

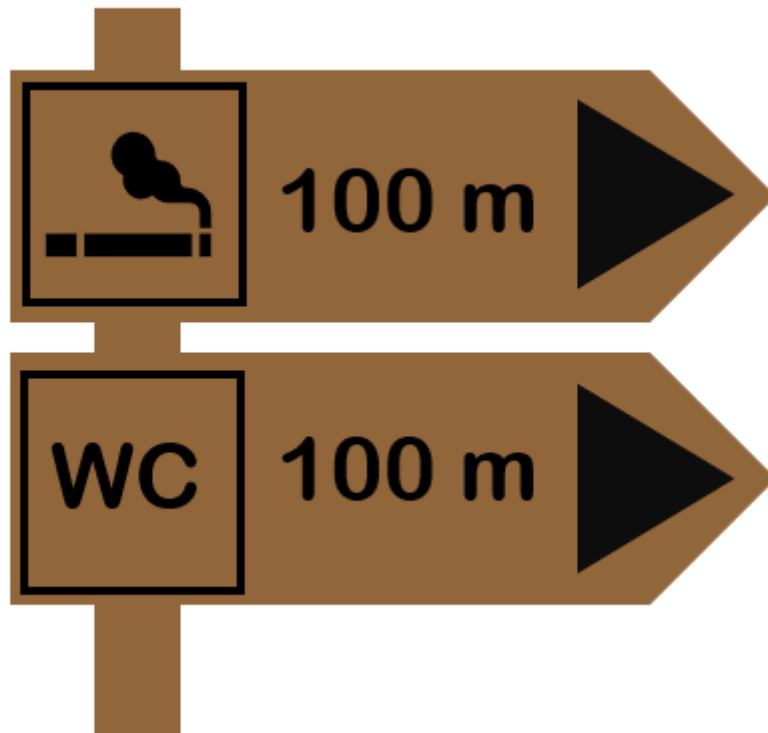


Kuva 35. Prototyyppi huoltotien kyltistä.



Kuva 36. Prototyypin puistokierroksen suuntakyltistä.

Toimeksiantajan toiveena oli myös, että puistokierrokselle tulisi enemmän ennakkoivia kylttejä, jotka kertovat esimerkiksi seuraavan WC:n tai tupakointipaikan sijainnin ja jäljellä olevan matkan (kuva 37). Tupakoivan asiakkaan kynnyksen tupakoida kielletyllä alueella madaltuu, jos hänellä ei ole mitään tietoa seuraavan tupakointipaikan sijainnista. Jos hän kuitenkin tietää seuraavan tupakointipaikan olevan lähellä, hän todennäköisemmin maltaa odottaa sinne asti. Puistokierroksen varrella olisi hyvä olla myös kylttejä siitä, kuinka pitkästi kierrosta vielä on jäljellä. Näin esimerkiksi tiukalla aikataululla vieraileva asiakas tietää, onko vielä syytä kiirehtiä.



Kuva 37. Prototyypin ennakoivasta kyltistä.

Infotaulut. Sen sijaan, että puistossa on useita pienempiä kylttejä siellä täällä, voisi siellä olla isompia ja paremmin näkyviä kylttikokonaisuuksia. Heti puistokierroksen alussa olisi hyvä olla iso, esimerkiksi kolmen paneelin infotaulu, josta selviää olennaisimmat asiat ennen puistokierrokselle lähtöä (kuva 38). Ensimmäisessä paneelissa olisi kerrottuna puistoetiketistä suomeksi sekä englanniksi. Tekstin tukena olisi hyvä olla kullekin säännölle oma symbolinsa. Kuvassa 39 on Ähtärin eläinpuiston nykyisestä puistoetikettikyltistä muokattu versio, jonalaiselta se voisi mahdollisesti näyttää symboleiden kera. Toisessa paneelissa olisi iso kartta puistokierroksesta ja selitykset kartan eri merkeille. Kartassa olisi tärkeää olla merkittynä myös ”olet tässä” -merkki, jotta kokonaisuuden hahmottaa paremmin. Kartan ja sen selityksien alapuolella voisi olla kerrottuna eläinpuiston ja sen eri kohteiden aukioloajat suomeksi ja englanniksi. Kolmas paneeli voisi olla muunneltavissa oleva mainostaulu, jossa on ajankohtaista informaatiota ja uutisia, kuten esimerkiksi syysloman eläinpuiston aikataulut. Kun kaikki olennainen tieto on hyvin näkyvillä heti kierroksen alussa, on asiakkaan mukavampi lähteä kierrokselle. Samanlaisia isoja infotauluja voisi olla esimerkiksi 3 – 4 kappaletta tasaisin välein koko kierroksella, sellaisissa paikoissa, jossa ne huomataan. Yksi tauluista voisi esimerkiksi olla hirviaitauksen

vieressä olevalla laavupaikalla, sillä siihen kohtaan monet asiakkaat jäävät syömään eväitään ja ehtivät samalla tarkastella infotaulua. Kuvassa 40 on tähtikuviolla merkattu esimerkkikohtat isoille infotauluille.



Kuva 38. Prototyyppi isosta infotaulusta.

Puistoetiketti

Ähtäri Zoon eläimet ovat villieläimiä ja niillä on oma reviiri, jota tulee kunnioittaa. Noudattamalla seuraavia ohjeita varmistat, että vierailusi eläinpuistossa on mukava niin itsellesi, muille vierailijoille kuin myös eläinpuiston asukkaille!

Kiitos!

- **Älä ruoki eläimiä! Ne voivat sairastua ihmisille tarkoitettusta ruoasta**
- **Älä ylitä tai alita polun varrella olevia aitoja!**
- **Älä nojaa tai työnnä sormiasi eläinten aitauksiin!**
- **Älä metelöi! Rauhoitu nauttimaan luonnosta ja eläimistä**
- **Tupakointi sallittu ainoastaan merkityillä paikoilla!**
- **Huolehdi, että myös lapset noudattavat ohjeita!**

The Zoo Etiquette

The animals of Ähtäri Zoo are wild animals and they have their own territory which must be respected. By following these rules, you make sure that your visit will be pleasant for yourself, other guests and also for the animals of the zoo!

Thank you!

- **Do not feed the animals! They can get sick from human food**
- **Do not go over or under the fences along the path!**
- **Do not lean on or stick your fingers inside the animal's fences!**
- **Silence please! Take a moment to relax and enjoy the nature and its animals**
- **Smoking allowed only at the marked areas!**
- **Make sure that also the children follow these rules!**



Kuva 39. Prototyypin puistoetiketistä.



Kuva 40. Infotaulujen paikat puistokartassa.

Nykyiset eläininfotaulut ovat jo valmiiksi oikein toimivia. Niissä olevan tekstin kokoa voisi kuitenkin suurentaa, jotta tekstiä olisi miellyttävämpi lukea myös hieman kauempaa. Myös tekstin määrää on syytä miettiä, sillä oikein pitkää tekstiä suurin osa asiakkaista ei jaksakaan lukea. Eläininfot voisivatkin olla enemmän tietoisuudella ja sisältää enemmän havainnollistavia kuvia. Boordi-palvelusta kertovat kyltit tulevat myös sijoittaa siten, etteivät ne ole jonkin toisen tekstin edessä, kuten kuvassa 41.



Kuva 41. Infotaulun teksti ei ole luettavissa.

Myös ympäröivästä luonnosta kertovien infotaulujen tekstin tulisi olla suurempaa. Lisäksi näissä kylteissä on käytetty kolmea kieltä: suomea, ruotsia ja englantia. Kyltti on tämän vuoksi melko ahtaan oloinen ja halutun kielen löytäminen vie aikaa. Näisäkin kylteissä kielenä voisi näin ollen olla vain suomi ja englanti. Ähtärin eläinpuiston viestintäpäällikkö Lea Lahtinen (2018) toivoi, että myös puistossa olevan hulevesialtaan kohdalle tulisi kyltti, jossa altaan tarkoitus selitettäisiin asiakkaille, sillä tällä hetkellä se jää useimmilta asiakkailta pimentoon. Kyltissä voitaisiin esimerkiksi havainnollistavien kuvituskuvien avulla vaihe vaiheelta kertoa, mistä hulevesi alueelle tulee ja mitä sille siellä tapahtuu. Ympäristöystävällisyyttä olisi hyvä korostaa, jotta eläinpuiston yksi tärkeimmistä arvoista näkyisi myös asiakkaille.

Opasteet ja varoitukset. Tällä hetkellä puistosta löytyy useita eri näköisiä varoituskylttejä ja monesti nämä erilaiset kyltit löytyvät läheltä toisiaan. On tärkeää, että asiakkaat huomaavat varoituskyltit, mutta niitä ei myöskään saa olla liikaa, sillä liika informaatio ylikuormittaa nopeasti. Ylikuormittuneessa tilassa informaatiota on entistäkin vaikeampi löytää ja ymmärtää. Liian kirjava kylttikokoelma ei myöskään näytä kovin esteettiseltä. Kaikkien varoituskylttien tulee näyttää yhtenäisiltä ja niissä on hyvä käyttää symboleita tai muita kuvia mahdollisen tekstin tukena. Varoituskylteissä käytetyn kielen tulee olla sellaista, että kiello ymmärretään ja otetaan vakavissaan. Vaikka ankarasti muotoiltu kiello voi tuntua hieman ikävältä ja vihamieliseltä joidenkin mielestä, ei kielloon kuitenkaan saa jäädä tulkinnanvaraa. Asiakkaiden tulee ymmärtää, että kiellot ja varoitukset ovat siellä syystä. Kuvassa 42 näkyy esimerkki hyvästä varoituskyltistä, jonkalaisia Ähtärin eläinpuistossa on tällä hetkellä. Puiston kaikki kieltokyltit voisi muuttaa samankaltaisiksi, ja tällaisten kylttien lisäksi voisi käyttää myös kieltosymboleita, sillä ne ovat nopeammin sekä helpommin ymmärrettävissä kaiken kielisille asiakkaille, kuin kirjoitettu käsky. Symbolit voisivat olla näkyvillä yhdessä isommassa kyltissä (kuva 43), jotta niitä ei tarvitsisi ripotella joka paikkaan. Isompi kokonaisuus myös herättää paremmin asiakkaiden huomion suuressakin väkijoukossa.



Kuva 42. Yksi eläinpuiston varoituskylteistä.



Kuva 43. Prototyyppi kieltokyltistä symboleilla.

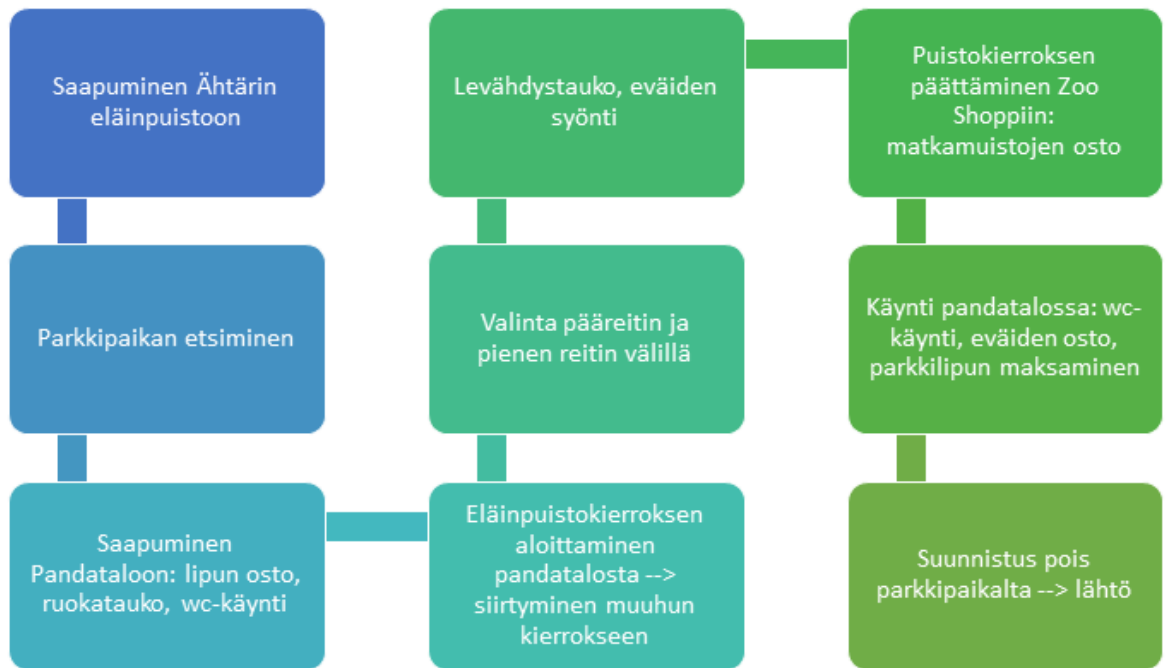
Kyltit Farmilla. Suuntakyltit Farmilla ovat ympäristöönsä sopivia: punamullan värisiä valkoisella tekstillä. Kyltit ovat kuitenkin ainoastaan suomeksi, joten myös englanninkielisiä kylttejä täytyisi olla. Farmilla olevat eläininfokyltit ovat puolestaan suomeksi ja ruotsiksi. Näissäkin olisi hyvä olla kielenä suomi ja englanti. Kylttien olisi hyvä olla kooltaan suurempia, jotta niissä oleva teksti voisi myös olla suurempaa ja miellyttävämpää lukea.

Kyltit pandatalossa. Vasta hiljattain rakennetussa pandatalossa kyltitkin ovat uusia ja hyväkuntoisia. Kylttien tyyli on rakennuksen muuhun ilmeeseen sopivaa, raikasta ja modernia. Ähtäri Zoon viestintäpäällikkö Lea Lahtinen (2019) kuitenkin pohti, voi-

siko kyltitystä parantaa jollain lailla myös pandatalon puolella. Sääntökyltit ovat sellaisenaan hyviä, eivätkä kaipaa muutoksia niin ulkonäkönsä kuin sijoittelunsa suhteen (kuva 15). Lahtinen (2019) mietti ideaa ”infonurkasta”, johon olisi kerättyinä suurin osa pandatalon infotauluista yhteen paikkaan. Tällä hetkellä infotauluja on useammassa paikkaa pandataloa ja kaikkia niistä ei asiakkaiden tule luettua. Infonurkkaus olisi siis myös näyttävä, mutta myös hyödyllinen lisäys pandataloon. Koostettuna yhteen asiakas voi löytää kaiken haluamansa tiedon yhdestä paikasta. Tällä tavoin kyltit eivät myöskään jää pandoja ihastelevan ihmismassan piiloon, samoin kun kylttiä lukevat ihmiset eivät vie tilaa pandojen katselijoilta.

Eläininfokylttien design pandatalossa on toimiva, vaikkakin tekstiä on ehkä hieman liikaa. Kyltissä kerrotun asian on vaarana hukkaa pitkästi kirjoitettuun tekstiin, eivätkä kaikki asiakkaat edes jaksaa tai pysty lukemaan pitkiä ja monimutkaisia tekstejä. Tällä hetkellä kyltit ovat myös vain suomeksi, joten englanninkielisetkin versiot täytyisi tehdä.

Asiakkaan polku Ähtäri Zoossa. Gibsonin (2009, 36) mukaan asiakkaan polun tunteminen ja ennakoiminen auttaa kylttien sijoittelussa. Alla olevassa kuvassa 44 kuvataan yhden asiakastyypin polku Ähtärin eläinpuistossa. Kyseinen asiakastyypin on lapsiperhe, joka saapuu eläinpuistoon omalla autolla, eikä ole kohteessa yötä. Ensimmäisenä asiakas haluaa löytää autolleen parkkipaikan mahdollisimman läheltä puiston sisäänkäyntiä. Asiakas ajaa autonsa maksulliseen P1:seen. Tämän jälkeen perhe käy ennen puistokierrosta pandatalossa WC:ssä ja syövät pienen lounaan. Lippujen oston jälkeen kierros aloitetaan pandatalosta, jonka jälkeen kierros jatkuu ulkona. Kierroksen alkupäässä on mahdollisuus valita pääreitit (3 km) ja pienen reitin (1,2 km) väliltä. Perhe päättää kiertää pääkierroksen. Kierroksella on kaksi mahdollista makkaranpaistopaikkaa, sekä muutama muu levähdyspaikka. Joillakin näistä perhe pysähtyy syömään eväitään ja jatkaa sen jälkeen kierroksen loppuun. Puistokierroksen jälkeen perhe kävelee Zoo Shopin läpi ja tekevät samalla matkamuisto-ostokset. Ennen lähtöä perhe käy vielä kerran pandatalossa WC:ssä, ostamassa eväitä kotimatalle ja maksavat parkkilipun. Tämän jälkeen perhe lähtee pois eläinpuistosta.



Kuva 44. Asiakkaan polku eläinpuistossa.

8 YHTEENVETO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli kartoittaa Ähtärin eläinpuiston kyltityksen nykytilanne ja löytää sen vahvuudet sekä heikkoudet. Tehtyjen havaintojen perusteella mietittiin mahdollisia keinoja, joilla kyltityksestä saisi entistä paremman ja asiakkaan tarpeita paremmin palvelevan. Ideoista laadittiin prototyyppejä havainnollistamaan, miltä uudistetut kyltit voisivat näyttää.

Työ on etnografinen tutkimus, jossa tutkimusmenetelminä on käytetty havainnointia sekä prototyyppointia. Etnografia on yhteiskuntatieteellinen tutkimusmenetelmä, jonka avulla pyritään ymmärtämään ihmisiä sekä maailmaa ja sen erilaisia ilmiöitä eri ihmisryhmien silmin (Hammersley 1990, Genzükün 2003, 4 mukaan; Schensul ym. 2013, 2). Havainnointi on yksi mahdollinen tutkimusmenetelmä mitä voidaan käyttää etnografisissa tutkimuksissa. Ojasalon ym. mukaan (2014, 114) havainnointi on hyvä tutkimuskeino silloin, kun halutaan saada selville ihmisten käyttäytymistä erilaisissa toimintaympäristöissä, tai kun tutkitaan esineitä, kuvia sekä ympäristöä. Hyviä keinoja tallentaa havainnoimaansa on käyttämällä esimerkiksi havainnointilomaketta tai -päiväkirjaa, tai valokuvaamalla, äänittämällä tai videoimalla. (Ojasalo ym. 2014, 115.) Tässä työssä tehdyt havainnot kirjattiin ylös muistiinpanoin sekä ottamalla kyltityksestä valokuvia myöhempää tarkastelua varten. Tehdyistä havainnoista luotiin prototyyppejä tuomaan ideoille konkreettinen muoto. Fulton Surin (2008, 56) mukaan ideoille annetaan muoto jo pian niiden syntymisen jälkeen. Prototyypin ei ole tarkoitus olla valmis tuotos, vaan eräänlainen malliesimerkki ajatusprosessin tuloksesta.

Havainnot Ähtäri Zoon kyltityksestä tehtiin 18. ja 19. lokakuuta sekä 19. joulukuuta 2018. Eläinpuiston kyltitys on hyvin moninainen: tällä hetkellä kylttejä on monen kokoisia ja värisiä ja niissä käytetyt kielet saattavat vaihdella. Näkyvin muutos kyltitykseen saataisiinkin tekemällä kaikista kylteistä yhtenäisiä. Gibsonin (2009, 88 – 89) mukaan esimerkiksi saman väriset tai sävyiset kyltit mielletään kuuluvan samaan kokonaisuuteen. Kylttien ollessa saman tyyllisiä koko puistoalueella, on asiakkaan helpompi seurata kylttejä. Kun asiakas tietää minkälaista kylttiä maisemasta etsii, on se helpompi löytää. Kylttien yhtenäinen ulkoasu saa maiseman myös näyttämään harmonisemmalta. Kylteissä tulisi näin ollen olla muun muassa samanlainen

värimaailma, kirjasintyyli ja design. Gibson (2009, 77) on todennut myös, että erilaisilla kirjasintyyeillä on omat persoonallisuutensa. Hyvin valitulla kirjasintyyllillä ja sopivalla kylttien designilla on mahdollista ilmentää myös kohteen persoonallisuutta. Bergerin (2009, 45) mukaan tekstityypin on kuitenkin tärkeää olla myös selkeää ja helposti luettavaa. Tärkeintä opastekylteissä onkin se, että niiden kertoma viesti ymmärretään. Näin ollen eläinpuiston kylteissä käytetyn tekstityylin olisi hyvä olla melko neutraalia ja ennen kaikkea selkeää.

Mitä puiston kylttien värimaailmaan tulee, värien olisi hyvä olla kohteeseensa sopivia, mutta samalla myös helposti hahmotettavia ja ymmärrettäviä. Värejä valitessa tulee muistaa, että eri värit voidaan ymmärtää eri tavalla olosuhteista riippuen ja että värien kontrastilla sekä kylläisyydellä on suuri vaikutus luettavuuteen (Gibson 2009, 87 – 89). Puistossa olevat puiset tienviitat vihreällä tekstillä sopivat luonnon ympäröimään maisemaan ja eläinpuiston yleiseen ilmeeseen täydellisesti. Kuitenkin tekstin olisi hyvä olla tummempaa, mieluummin mustaa, jotta se erottuisi vaaleasta puusta paremmin. Puistokierroksen ulkopuolella olevien kylttien värimaailmat olivat kohteeseensa sopivia ja erottuivat maastosta sopivasti. Värejä valittaessa on tärkeää tarkastella kylttiä eri asiakasryhmien näkökulmasta: ovatko värit helposti hahmotettavissa myös huononäköisille tai värisokeille ja voivatko valitut värit viestiä ihmisille eri asioita? Esimerkiksi punaista väriä olisi hyvä käyttää pääsääntöisesti vain varoituk-sissa ja kielloissa. Kuitenkin tarkoin harkittuna myös poikkeuksia voi tehdä. Esimerkiksi eläinpuistossa sijaitsevalla, 1900-luvun teemaan rakennetulla Farmilla, kyltit ovat punaisia. Punamullan väriset, nuolen malliset suuntakyltit viestivät selkeästi alueen teemaa, eivätkä niinkään vaaraa tai kieltoa.

Eläinpuisto houkuttelee paljon kansainvälisiä asiakkaita ja tämän vuoksi jokaisen kyltin tulee olla suomen lisäksi myös englanniksi. Kielen tulee olla helposti ymmärrettävää myös vähäisellä kielitaidolla ja liian pitkiä selostuksia tulee välttää. Liiallisen kirjoitetun tekstin määrää kylteissä voitaisiin hallita käyttämällä kansainvälisesti tunnettuja symboleita, aina kun mahdollista. Symboleiden ja informatiivisten kuvien käyttö on hyödyllistä myös siksi, että selkeä kuva tai symboli ei tarvitse aina tuekseen tekstiä ja on nopeasti ymmärrettävissä myös esimerkiksi ulkomaalaisten asiakkaiden ja lasten silmissä.

Ähtäriin eläinpuiston kyltit olivat sijoiteltu pääosin oikein toimivasti. Kuitenkin osa kylteistä oli puistokierroksella tien sivussa siten, että ne jäivät helposti huomiotta. Jotkin kylteistä olivat myös kierroksen kulkusuuntaan nähden väärin päin. Monet varoituskylteistä oli aseteltu lähekkäin, useampaan kohtaan, antaen hieman hätiköidyn ja keskeneräisen vaikutelman. Varoituskylttien on tärkeää olla näkyvällä paikalla, mutta Arthurin ja Passinin (2002, 34) mukaan liiallinen informaatio saattaa ylikuormittaa ihmisen aivot nopeasti, mikä vain heikentää asiakkaan havainnointikykyä. Puiston ulkopuoleinen kyltitys oli jokseenkin puutteellista. Eläinpuistoon ohjaavia kylttejä saisi olla määrällisesti enemmän, jotta asiakas tietäisi koko ajan olevansa oikealla reitillä ja tuntisi olonsa turvalliseksi. P1-parkkialueelle tultaessa olisi hyvä olla opastustaulu kertomassa, kuinka parkkipaikan puomien ja parkkilipukkeen kanssa tulee toimia. Puiston sisäänkäyntiin ja lipunmyyntiin ohjaavat kyltit ovat tällä hetkellä hieman huomaamattomia ja saisivatkin olla ilmaistuna selkeästi erillisissä kylteissä, jotka on sijoitettu asiakkaan katseen korkeudelle. Arthur ja Passini (2002, 200) ovat huomanneet, että paras korkeus kylteille olisi 120 – 160 cm maasta, sillä näin se osuu luontaisesti mahdollisimman monen asiakastyypin näkökenttään.

Kaiken kaikkiaan työssä tehtyjen havaintojen perusteella Ähtäri Zoon kyltityksen suurimmaksi ongelmaksi nousi sen moninaisuus ja siitä johtuva sekavuus. Jo pelkästään tekemällä koko puistoalueen kylteistä yhtenäisiä saataisiin puistolle selkeämpi kokonaisilme, jota olisi miellyttävämpi katsella ja helpompi ymmärtää. Tarkoin harkitut väriyhdistelmät ja kylttimateriaalit, kuvat ja symbolit sekä kylttien huolellinen sijoittelu tekevät kyltityksestä osan eläinpuistossa koettavaa elämystä. Asiakkaan tarpeet ja halut ennakoiva kyltitys auttaa asiakasta löytämään haluamansa asiat jo ennen, kuin hän niitä itse tietää kaipaavansa. Parhaimmillaan onnistunut kyltitys vähentää ylimääräistä stressiä ja auttaa asiakasta rentoutumaan ja nauttimaan ajastaan eläinpuiston kauniissa ympäristössä. Näin ollen toimiva ja informatiivinen kyltitys lisää asiakastyytyväisyyttä ja ennen pitkää voi myös lisätä asiakasmäärää. Tämä opinnäytetyö tehtiin toimeksiantona Ähtäri Zoolle, joka aikoo hyödyntää työssä tehtyjä havaintoja sekä kehittämisehdotuksia uudistaessaan eläinpuiston kyltitystä vuonna 2019.

9 LÄHTEET

- Arthur, P. & Passini, R. 2002. Wayfinding: People, Signs, and Architecture. McGraw-Hill Ryerson Limited.
- Berger, C.M. 2009. Wayfinding: Designing and Implementing Graphic Navigational Systems. RotoVision SA.
- Boxberg, M. & Komppula, R. 2001. Matkailutuotteen markkinointi- ja jakelukanavat. Helsinki. Edita Oyj.
- Buchenau, M. & Fulton Suri, J. 2000. Experience Prototyping. [Verkkójulkaisu]. [Viitattu 22.10.2018]. Saatavana: http://5a5f89b8e10a225a44accbed124c38c4f7a3066210c073e7d55.r9.cf1.rackcdn.com/files/pdfs/news/FultonSuriBuchenau-Experience_PrototypingACM_8-00.pdf
- European Association of Zoos and Aquaria. 2018. About Us. [Verkkosivu]. [Viitattu 22.10.2018]. Saatavana: <https://www.eaza.net/about-us/>
- European Committee for Standardization. 2018. Graphical Symbols. [Verkkosivu]. [Viitattu 6.11.2018]. Saatavana: <https://boss.cen.eu/reference%20material/Guidancedoc/Pages/GraphSymb.aspx>
- Fulton Suri, J. 2008. Informing Our Intuition: Design Research for Radical Innovation. [Verkkójulkaisu]. Rotman Magazine, Winter 2008. [Viitattu 22.10.2018]. Saatavana: http://5a5f89b8e10a225a44accbed124c38c4f7a3066210c073e7d55.r9.cf1.rackcdn.com/files/pdfs/news/Informing_Our_Intuition.pdf
- Fyall, A. & Wanhill, S. 2008. Teoksessa: Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. & Wanhill, S. Tourism: Principles and Practice. Financial Times/ Prentice Hall. 309 – 331.
- Genzük, M. 2003. A Synthesis of Ethnographic Research. [Verkkójulkaisu]. University of Southern California. Center of Multilingual, Multicultural Research. [Viitattu 8.12.2018]. Saatavana: http://www-bcf.usc.edu/~genzük/Ethnographic_Research.pdf
- Gibson, D. 2009. Wayfinding Handbook: Information Design for Public Places. Princeton Architectural Press.
- Hirsjärvi, S., Remes, P., Sajavaara, P. 2004. Tutki ja kirjoita. Jyväskylä. Gummerus Kirjapaino Oy.

- International Organization of Standardization. 2013. The international language of ISO graphical symbols. [Verkkajulkaisu]. [Viitattu 14.11.2018]. Saatavana: https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/graphical-symbols_booklet.pdf
- Jatala, J & Lahtinen, L. 2019. Ähtäri Zoo. Opinnäytetyöpalaveri 23.1.2019.
- Lahtinen, L. 2018. Viestintäpäällikkö. Ähtäri Zoo. Opinnäytetyöpalaveri 19.10.2018.
- Miettinen, S. 2016. Palvelumuotoilu: Uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Teknologainfo Teknova Oy.
- Neyland, D. 2008. Organizational Ethnography. SAGE Publications Ltd.
- Ojasalo, K., Moilanen, T & Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät: Uudella osaamista liiketoimintaan. Sanoma Pro.
- Schensul, S. L., Schensul, J. J. & LeCompte, M. D. 2013. Initiating Ethnographic Research. AltaMira Press.
- Suomen Turvakilvet Oy. Ei päiväystä. Turvakilvet ja opasteet: Tuoteluettelo ja hinnasto. [Verkkajulkaisu]. [Viitattu 14.11.2018]. Saatavana: http://www.e-julkaisu.fi/suomen-turvakilvet-oy/turvakilvet-ja-opasteet-25/pdf/TURVAKIL-VET_KUV25_180dpi_250816-pdf.pdf
- Swarbrooke, J. 2002. The Development and Management of Visitor Attractions. Routledge. New York.
- Vuorenmaa, E. 27.9.2018. Opinnäytetyö Ähtäriin Eläinpuistolle. [Henkilökohtainen sähköpostiviesti]. Vastaanottajat: Annika Kaivo-oja & Ilkka Latomäki [Viitattu 22.10.2018].
- Ähtäri Zoo. 20.3.2018a. Pandatalon avajaisviikkojen kävijät tyytyväisiä kokeemaansa. [Verkkajulkaisu]. [Viitattu 14.10.2018]. Saatava: https://www.ahtarizoo.fi/templates/snowpanda/images/tiedotteet/tiedote_kavijatutkimus_pandatalon_avajaisviikkojen_asiakastytyvaisuus.pdf
- Ähtäri Zoo. 17.5.2018b. Ähtäri Zoon kevät täynnä elämää. [Verkkajulkaisu]. [Viitattu 14.10.2018]. Saatavana: https://www.ahtarizoo.fi/templates/snowpanda/images/ajankohtaista/ahtarizoo_tiedote_160518.pdf
- Ähtäri Zoo. 5.7.2018c. Ähtäri Zoon Pandatalossa vieraili tänään 100 000.s kävijä. [Verkkajulkaisu]. [Viitattu 14.10.2018]. Saatavana: https://www.ahtarizoo.fi/templates/snowpanda/images/tiedotteet/tiedote_1000000_kavija.pdf

Ähtäri Zoo. 9.1.2019. Pandat nostivat Ähtäri Zoon kävijämäärän ennätyslukemiin. [Verkojulkaisu]. [Viitattu 27.1.2019]. Saatavana: https://www.ahtarizoo.fi/templates/snowpanda/images/tiedotteet/tiedote_kavijamaara2018_090119.pdf