

Tjänsteutveckling för besöksmålen Molpehällorna och Rönnskär i världsarvet Kvarkens skärgård

Ida Strandberg

Examensarbete för restonom (YH)-examen
Utbildningsprogrammet för turism
Åbo 2011



EXAMENSARBETE

Författare: Ida Strandberg

Utbildningsprogram och ort: Turism, Åbo

Handledare: Maria Engberg

Titel: Tjänsteutveckling för besöksmålen Molpehällorna och Rönnskär i
världsarvet Kvarkens skärgård

Datum 4.5.2011

Sidantal 47

Bilagor 3

Sammanfattning

Examensarbetets ämne är tjänsteutveckling inom skärgårdsturism i Kvarkens skärgård. Efter utnämningen av Kvarkens skärgård till naturarvsobjekt tillsammans med Höga kusten i Sverige år 2006, har turismen och efterfrågan på kvalitetsmässiga turismprodukter ökat. Detta examensarbete handlar om utvecklingen av två besöksmål, en sjöbevakningsstation och en lotsstation, i Molpe och Bergö skärgårdar. Syfte med examensarbetet är att skapa ett tjänsteutvecklingsförslag med tyngdpunkt på världsarvet för besöksmålen Molpehällorna och Rönnskären i Kvarkens skärgård. Uppdragsgivaren var Korsnäs kommun och projektet "Livet som lots / Fyrvaktaren på Moikipää fyr – skärgårdskulturarv i Malax och Korsnäs kommuner". Den teoretiska referensramen för examensarbetet är tjänsteutveckling och de teorier som jag koncentrerat mig på är Wilhelmsson & Edvardsson teori om tjänsteutvecklingsprocessen samt Grönroos beskrivning av tjänsteutvecklingsfasen. För att uppnå syftet gjordes en kvalitativ undersökning och metoden som användes var intervju. Sex personer intervjuades, fyra stycken representanter från turismnäringen och två stycken målgruppsrepresentanter för besöksmålen. För att uppnå syftet skapade jag ett tjänsteutvecklingsförslag som baserade sig på resultat av intervjuerna där jag beaktade de viktigaste utvecklingsbehoven samt kvaliteten. Målgrupperna för den nya tjänsten är skolgrupper och företagsgrupper.

Språk: Svenska

Nyckelord: Tjänsteutveckling inom turism, besöksmål, Kvarkens skärgård, skärgårdsturism, världsarv

Examensarbetet finns tillgängligt antingen i webblibrary Theseus.fi eller i biblioteket.

BACHELOR'S THESIS

Author: Ida Strandberg

Degree Programme: Tourism

Supervisors: Maria Engberg

Title: Service development for the destinations Molpehällorna and Rönnskär in the
World Heritage Kvarken Archipelago

Date 4.5.2011

Number of pages 47

Appendices 3

Summary

The thesis theme framework is development of tourism services in the archipelago. Following the appointment of Kvarken Archipelago to a natural heritage site, together with Höga Kusten in Sweden in 2006, the tourism and demand for high quality tourism products has increased. This thesis deals with the development of a Coast Guard station and a Pilot station, in Molpe and Bergö archipelagos. The purpose of the thesis is to create a service development proposal with an emphasis on the world heritage of the destinations Molpehällorna and Rönnskär in Kvarken Archipelago. The client was Korsnäs municipality and the project "Life as a pilot / lighthouse keeper of Moikipää lighthouse - the archipelago's cultural heritage in Malax and Korsnäs municipalities". The theoretical framework of the thesis is service development and the theories that I have concentrated on is Wilhelmsson & Edvardsson's theory of the service development process and Grönroos's description of the service development phase. To reach the purpose, I did a qualitative study and the method that I used was interviews. Six people were interviewed, four representatives from the tourism industry and two representatives of the target groups of the destinations. To achieve the purpose, I created a service development proposal based on the results of the interviews, in which I took into account the most important development needs and the quality. The target markets for the new service are mainly school groups and business groups.

Language: Swedish

Key words: Service development in tourism, destinations, Kvarken Archipelago, archipelago tourism, world natural heritage

The examination work is available either at the electronic library Theseus.fi or in the library.

Innehållsförteckning

1. Inledning.....	1
1.1. Syfte och avgränsning	1
2. Kvarkens skärgård – UNESCO:s världsarv	2
2.1. Naturarvet	3
2.2. Kulturarvet	4
3. Turismen i Kvarkens skärgård.....	5
3.1. Rönnskär	8
3.2. Molpehällorna	11
4. Produktutveckling inom Turism	12
4.1. Turismprodukten som helhet	13
4.2. Den utvidgade produkten/tjänsteerbjudandet	14
4.3. Tjänstekoncept, tjänstesystem och tjänsteprocess.....	16
4.4. Tjänsteutvecklingsprocessen.....	19
5. Undersökningen	25
5.1. Val av metod.....	25
5.2. Presentation av respondenter	26
5.3. Intervjumanual	27
5.4. Genomförandet av intervjuerna	28
6. Resultatredovisning och analys	28
6.1. Vilken har utvecklingen varit de senaste åren för Molpehällorna och Rönnskär som besöksmål och hur går utvecklingen framåt?	29
6.2. Hur ser tjänstekonceptet, tjänstesystemet och tjänsteprocessen ut för besöksmålen och vilka områden är i behov av utveckling inom dessa tre?.....	30
6.3. Hur upplever besökarna tjänstekvaliteten och hur kan man utveckla kvalitén?.....	39
6.4. Hur skulle tjänsteutvecklingsförslaget se ut för besöksmålen?	41
7. Tjänsteutvecklingsförslaget	44
8. Avslutande sammanfattning	46
Källförteckning	48
Bilagor	

1. Inledning

År 2006 utsågs Kvarkens skärgård till Finlands första naturarvsobjekt av UNESCO. Tillsammans med Höga Kusten i Sverige bildar Kvarkens skärgård ett unikt naturarvsobjekt som sträcker sig över två nations gränser. (Hietikko-Hautala 2010, s.7-20) Efter att Kvarkens skärgård fick världsarvsstatusen har turisterna och turismföretagarna ökat. Besökarna som kommer till Kvarkens världsarv är intresserade av naturen, att njuta av lugnet och att umgås med resesällskapet. Naturarvet ska representera viktiga ekologiska, geologiska och biologiska förändringar på jorden genom historien fram till idag. Kvarkens skärgård ansågs uppfylla dessa kriterier och speciellt utgående från de geologiska grunderna infördes kvarken på världsarvslistan som Finlands första naturarvsobjekt. (Hietikko-Hautala 2010, s. 18)

De besöksmål som finns idag i Kvarkens skärgård är av varierande kvalitet. Björköby och Mickelsörarna är exempel på besöksmål som är välkända och välutvecklade. Många andra besöksmål och turismprodukter är dock outvecklade i Kvarken. Dessutom är turismprodukterna inte tillgängliga för kunderna eftersom turismen fortfarande är oorganiserad, en enhetlig marknadsföring saknas och det finns ingen tillgång till en enhetlig hemsida eller ett bokningssystem. I takt med att turismen ökar i Kvarkens skärgård måste man kunna erbjuda kunderna kvalitetsmässiga produkter. Detta examensarbete handlar om utvecklingen av två besöksmål, en sjöbevakningsstation och en lotsstation, i Molpe och Bergö skärgårdar. Diskussionen om utvecklingsbehovet av dessa har pågått i årtionden och förra hösten startade Kornäs kommun ett utvecklingsprojekt, Livet som Lots/Fyrvaktaren på Moikipää fyr – skärgårdskulturarv i Malax och Korsnäs kommuner. Molpehällorna och Rönnskär är typiska besöksmål med unik natur och kultur, placerade mitt i världsarvet med stora möjligheter. Dock är verksamheten som drivs på besöksmålen minimal och naturstationerna är i behov av utveckling.

1.1. Syfte och avgränsning

Syftet med examensarbetet är att skapa ett tjänsteutvecklingsförslag med tyngdpunkt på världsarvet för besöksmålen Molpehällorna och Rönnskären i Kvarkens skärgård.

Jag avgränsar mig till att utveckla dessa två specifika besöksmål i Kvarkens naturarv eftersom de ingår i projektet Livet som lots / Fyrvaktaren på Moikipää fyr som jag samarbetat med och som också är min uppdragsgivare. Jag har avgränsat mig till följande målgrupper; skolgrupper och företagsgrupper. Jag har valt skolgrupper eftersom det är en av projektets viktigaste målgrupp och företagsgrupper eftersom det finns ett uttalat behov av tjänster till besöksmål för företag i Österbottens samt att det kunde vara en möjlig målgrupp även för min uppdragsgivare.

För att uppnå mitt syfte studerade jag den teoretiska referensramen som berör tjänsteutveckling inom turism och Kvarkens världsarv. Utgående från teorin, tidigare undersökningar, min kvalitativa undersökning med intervjuer av nyckelpersoner som representerar turismaktörer och de valda målgrupperna skapade jag ett tjänsteutvecklingsförslag för besöksmålen. Nedan följer de frågeställningar som jag ville få svar på med min undersökning. Dessa frågeställningar hjälpte mig att uppnå mitt syfte.

1. Vilken har utvecklingen varit de senaste åren för Molpehällorna och Rönnskär som besöksmål och hur går utvecklingen framåt?
2. Hur ser tjänstekonceptet, tjänstesystemet och tjänsteprocessen ut för besöksmålen och vilka områden är i behov av utveckling inom dessa tre?
3. Hur upplever besökarna tjänstekvaliteten och hur kan man utveckla kvalitén?
4. Hur skulle tjänsteutvecklingsförslaget se ut för besöksmålen?

2. Kvarkens skärgård – UNESCO:s världsarv

År 2000 infördes Höga Kusten på världsarvslistan tack vare dess höga och kuperade kustremsa. Sex år senare valdes Kvarkens skärgård också till naturarvsobjekt eftersom den tillsammans med Höga Kusten representerar en geologisk helhet över den postglaciala landhöjningen i Östersjön. Det som är så speciellt med Kvarkens skärgård är att man här kan se den kraftiga landhöjningen som pågår efter istiden. Landet är i ständig förändring och Geer-moräner som bildats av den forna inlandsisen på havets botten träder fram när landshöjningen sker. (Hietikko-Hautala 2010, s. 25)

I hela världen finns 890 världsarvsobjekt fördelade över 148 länder världen över. 689 av dessa är kulturobjekt och 176 är naturobjekt. Tillsammans utgör alla natur- och kulturarv

en världsarvslista som utgår ifrån den internationella konventionen som har som mening att värna om och skydda natur- och kulturarv över hela världen. Exempel på kända naturobjekt är Galapagosöarna i Ecuador, Stora barriärrevet i Australien och Grand Canyon i USA. (Hietikko-Hautala 2010, s.7-20) I Norden finns 31 världsarv varav fyra stycken av dessa är naturarv. Höga Kusten/Kvarkens skärgård i Sverige och Finland (2000/2006) är ett av dessa. I Finland har vi även sex stycken kulturobjekt som till exempel Gamla Raumo och Sveaborg, (Hietikko-Hautala 2010, s.7-20)

2.1. Naturarvet

Tack vare Kvarkens unika natur och geologi är skärgården idag ett naturarvsobjekt. Kvarkens skärgård hör även till Natura 2000 skyddsområde som omfattar 5 olika kommuner i ytterskärgården. (Forststyrelsen u.å.) Efter att Kvarken fick sin världsarvsstatus har möjligheterna för turism ökat i Österbotten. (Hietikko-Hautala 2010, s. 12) Kvarkenområdet har dock alltid varit ett attraktivt besöksmål tack vare regionens naturvärden. (Salomonson m.fl. 2001, s. 7)

Istiden har satt sina spår i landet som bidrar till en unik natur med en flora och fauna som anpassat sig till detta. (Hietikko-Hautala 2010, s. 12-15) Naturen i Östersjöområdet har ett varierande och föränderligt kustlandskap. Skärgården präglas av otaliga öar å skär, karga landskap och stenar men även frodiga strandängar, glosjöar och tät bevuxen skog. (Salomonson m.fl. 2001, s. 7) På grund av landhöjningen ändras landskapet lite för varje år och flora och fauna är under konstant förändring. (Forststyrelsen u.å.)

Det som är speciellt med naturen i Kvarkens skärgård är de olika moränformationerna som uppstått på grund av inlandsisen. (Forststyrelsen u.å.) Från ovan liknar De Geer-moränerna en gammaldags tvättbräda och därför ha de också fått namnet tvättbrädesmoräner. Moränerna kan vara upp till en kilometer långa våg liknande flacka ryggar i havet. Stora fält av dessa moränryggar bildar den speciella skärgården. (Hietikko-Hautala 2010, s. 50) Typiska vyer med Geer-moräner och glosjöar från Kvarkens skärgård kan ses på bild 1 och 2 i bilaga 1. Det stora antalet flador och glosjöar är också ett särdrag för naturen i Kvarken. På grund av landhöjningen stängs havsvikar av och bildar först en flada och sedan en glosjö som är helt avstängd från havet. (Forststyrelsen 2009, s. 29)

Strandängar är också en del av den speciella naturen på den finska sidan av Kvarken. Strandängarna är frodiga med en mångsidig flora i innerskärgården eller karga och steninga med en mer begränsad flora i ytterskärgården. (Salomonson m.fl. 2001, s. 15) I den steniga och karga ytterskärgården växer mer tåliga växter så som havtorn. (Rinkineva & Bader 1998, s.34-35) I allmänhet är Kvarken ett ganska flackt område men på större holmar växer granskog. (Enetjärn & Molander u.å.)

Faunan i Kvarkens skärgård påverkas även av landhöjningen och det föränderliga landskapet. (Forststyrelsen u.å.) Bland den faunan som finns under havsytan hör sik till en av de vanligaste arterna. 40-50 olika fiskarter finns i området. (Forststyrelsen 2009, s. 32) Salthalten i Östersjön är låg och det bräckt vattnet påverkar vilka arter som kan leva i havet. Två havsdäggdjur förekommer i Kvarkens vatten, vikare och gråsäl. (Salomonson m.fl. 2001, s. 14) Ytterskärgården i Kvarken hör till Österjöns viktigaste häckningsområden för skärgårdsfåglar. Grynnor och skär erbjuder en bra miljö får sjöfågel att häcka och inta föda. (Forststyrelsen u.å.)

2.2. Kulturarvet

I Kvarkens skärgård finns ett rikt kulturarv. Kulturen i Kvarken området på finska sidan bygger på gamla anor och en gemensam finsk och svensk historia. Turistiskt sett finns det mycket som kunde användas som en turistresurs från kulturhistorien och kulturen för att locka turister till Kvarken. (Vasa yrkeshögskola & Umeå universitet 2002, s. 16)

Jakt och fiske har alltid varit viktiga i Kvarkenregionen. Älgjakt och säljakt har varit de två viktigaste genom tiderna. Säljakten var väldigt viktig under 1500-talet i Österbotten när det var svåra tider och födan knapp. Under vårarna gav sig männen ut på isarna för att jaga säl i månader. Kvinnor och barn fick ta hand om husdjursskötsel och jordbruk. Säljakt förekommer också idag men mest för att hålla liv i gamla traditioner. Fisket var även en mycket viktig näring under 1500-talets Österbotten vid sidan av kreatursskötsel och åkerbruk. De flesta husbönder fiskade både för husbehov och för försäljning. Framförallt fick lax och strömming en ekonomisk betydelse. Ännu under början av 1900-talet var fisket en viktig näring i Kvarkenområdet. (Vasa yrkeshögskola & Umeå universitet 2002, s. 19- 20)

Jordbruk och skogsbruk har också varit betydande näringar genom historien i Österbotten. Jordbruket sköttes för hand eller med hjälp av hästkraft. Under 1900-talet ändrades tekniken och man började odla nya odlingsväxter. I början av 1900-talet var jordbruket den största inkomstkällan i Österbotten. Skogsbruket var viktigt för att försörja befolkningen med byggnadstimmer och ved. Under 1700-talet var tjärbränningen stor och mycket skog gick åt till skeppsvirke. Under industrialismen utvecklades skogsbruket mycket och många sågverk etablerades. (Vasa yrkeshögskola & Umeå universitet 2002, s. 21- 22)

En betydande del av kulturarvet i Kvarken men också i Molpe och Bergö skärgård är sjöfart och lots. Rönnskär är en gammal lotsstation och Molpehällorna en gammal sjöbevakningsstation och har båda en rik kulturhistoria. Idag är båda är besöksmål och naturstationer i Molpe och Bergö skärgårdar. Lotstväng infördes både på finska och svenska sidan för att betrygga sjöfarten i slutet av 1800-talet. Fyrar etablerades runt om i Kvarken på t.ex. Holmögadd, Valsörarna, Strömmingsbådan och Bergudden. (Salomonson m.fl. 2001, s. 18)

De äldsta resterna av fiskestugor i Kvarken härstammar ända från medeltiden. När strömmingsfisket blomstrade under 1500- och 1600-talet byggdes många fiskestugor i Kvarkens skärgård och även i Bergö och Molpe skärgård. De äldsta fiskestugor som finns kvar idag är byggda i mitten av 1800-talet. Fiskestugorna används idag som sommarstugor och fritidshus. På Molpehällorna finns även en del gamla fiskestugor bevarade. I Kvarkenområdet finns också en hel del fornlämningar som jungfrudanser eller labrynter, rösen, minnesmärken och båtlänningar. (Salomonson m.fl. 2001, s. 21-22).

3. Turismen i Kvarkens skärgård

Östersjöregionen är ett område som lockar turister speciellt sommartid tack vare dess unika natur och kultur. (Salomonson m.fl. 2001, s. 7) Turismen har ökat de senaste åren och speciellt efter att Kvarkens skärgård tillsammans med Höga kusten fick sin världsarvsstatus. (Forststyrelsen 2009, s. 12,46)



Figur 1. Turistkarta av Norra Kvarken. (Wallin 2010, s. 25)

Kartan ovan (se figur 1) visar den norra delen av Kvarkens skärgård. På kartan finns utmärkt besöksmål, hamnar, informationsplatser och Terranova museet. Rönnskär och Molpehällorna har jag märkt med en röd ring på kartan. Turisterna som besöker Kvarken är främst inhemska privatpersoner och företagen i området bidrar med en stor del av besökarna. Den gemensamma marknadsförings som finns ansvarar främst Österbottens Turism rf. för. Sedan utnämningen av Kvarken som UNESCO:s naturarv har resenärerna ökat sommartid. Ett av problemen är att turismen i världsarvet är säsongsbetonad och livnär endast ett fåtal turismföretagare året runt. (Forststyrelsen 2009, s. 46)

Service i världsarvet är följande; inom världsarvsgränserna finns 180 bäddplatser varav 60 finns i den yttre skärgården vid Forststyrelsens naturstationer. Ett flertal turismföretagare inom världsarvsområdet erbjuder kafé- och restaurangservice. Det finns ca 10 båt företagare som erbjuder vid beställning kryssningar till de flesta besöksmål i Kvarkens världsarv. Sedan sommaren 2007 ordnas även regelbundna kryssningar till Valsörarna. Det finns ett flertal naturguider och turistguider i Kvarkens skärgård. Nu finns det också 12 utbildade världsarvs guider i området. (Forststyrelsen 2009, s. 46)

Det finns dock en del utmaningar för turismen i Kvarkens skärgård. I förvaltnings- och utvecklingsplanen för världsarvet Kvarkens skärgård av Forststyrelsen (2009, s.46) tas några av de viktigaste utmaningarna upp. Forststyrelsen menar att samarbetet mellan olika aktörer är bristfälligt och någon gemensam vision för turismens utveckling saknas. Detta bekräftades även i Veronica Blomqvist lärdomsprov där hon undersökte samarbetet och serviceutbudet för turismföretagen. Företagarna koncentrerade sig mest på sin egen verksamhet och inte så mycket på områdets gemensamma målsättningar. (Österbottens turism u.å.) En annan utmaning som beskrivs är hur man skall ta i beaktande lokalbefolkningen och den känsliga naturen när man utvecklar turismen. Utvecklad produktutveckling och identifiering av målgrupper är också en utmaning. Produktutvecklingen är bristfällig för många besöksmål. (Forststyrelsen 2009, s. 46) Denna punkt beskriver mitt problemområde som jag tagit fasta på. Till sist saknas en slagkraftig gemensam marknadsföring och även en gemensam säljorganisation saknas. (Forststyrelsen 2009, s. 46)

Fast turismen har gått framåt i Kvarkens skärgård finns det ännu mycket att utveckla inom området. Trots en hel del utmaningar har mycket också redan gjorts. Ett gemensamt boknings- och säljsystem har startats på Österbottens Turisms hemsida. (Forststyrelsen 2009, s. 46) Här kan turister boka och köpa hotellrum, stugor och programpaket. Online funktionen är ännu ganska ny och kräver förbättring och fler produkter. (Österbottens Turism rf. u.å.) Flera projekt för vidareutbildning för världsarvs guider och turismföretagare har genomförts de senaste åren. (Forststyrelsen 2009, s. 47) Åren 2003-2005 genomfördes projektet ”Pohjanmaan kautta – Via Österbotten” som handlade om produktutveckling och marknadsföring av nyckelprodukter i Österbotten. Målsättningen var att ”via säljbara produktpaket öka försäljningen bland deltagande företag, locka mera besökare till evenemangen samt därmed höja imagen för Österbotten”. För att uppnå målen var en gemensam marknadsföring i medier och paketering av turismprodukter viktiga.

Produktteman var familjesemester, badsemester, evenemangsupplevelser, mötes- och konferenspaket. (Österbottens Turism r.f. u.å.)

Många nya projekt har även satts igång för att få turismen att öka i Kvarken. (Salomonson m.fl. 2001, s. 6) Unik-projektet är ett projekt som utförs av Forststyrelsen och finansieras av Europeiska jordbruksfonden för landsbygdsutveckling och Svenska kulturfonden. Projektet tillhör Programmet för utveckling av landsbygden i fastlands Finland 2007-2013. Forststyrelsen har genomfört två intressanta undersökningar under projektet; en besökarundersökning och en företagarundersökning på världsarvet i Kvarkens skärgård. (Meriruoho 2009). Min undersökning baserar sig på denna tidigare forskning och det jag koncentrerar mig på är tjänsteutveckling för naturstationerna Rönnskär och Molpehällorna.

I Korsnäs och Malax kommuner har ett gemensamt projekt startats för att utveckla verksamheten i den södra delen av Kvarkens naturarv och kommer att pågå 20.4.2010 – 20.4.2012. Projektet som också är min uppdragsgivare har namnet; Livet som lots / Fyrvaktaren på Moikipää fyr – skärgårdskulturarv i Malax och Korsnäs kommuner. Projektet är ett Leaderutvecklingsprojekt som finansieras av Leader 70 % och privat finansiering är 30 %. Totalt uppgår projektet i 99.650 €. Projektledare är Ann-Sofi Backgren. Projektet kommer att handla om att lyfta fram det kulturhistoriska arvet från skärgårdslivet och lotstiden samt det geologiska arvet för barn, skolelever och övriga grupper. (Ismark 2010, s. 2)

3.1. Rönnskär

Rönnskärs skärgård ligger 37 km väster om Vasa. I skärgården finns ett hundratal grynnor, skär och holmar. Till största delen är det Malax och Bergö samfälligheter som äger holmarna. De största och viktigaste holmarna är Storskär, Rönnskär, Fäliskär och Stenskar. (Söderholm m.fl. 2001, s. 7) Rönnskärs skärgård representerar den vackra ytterskärgården och den typiska naturen för Kvarkens världsarv (se bild 4, bilaga 1). Här finns också fornlämningar och tre intressanta byggnader från lotstiden. På Storskär finns en naturstig som är ett viktigt besöksmål om man besöker Rönnskärs skärgård. Här kan man se fornlämningar som en gravplats från 1600-talet och jugfrudanser. På en annan holme, Lillsand finns en ledfyrbostad som är Finlands enda bevarade samt sju ledfyror. (Salomonson m.fl. 2001, s. 68) Dessa är några av de pull-faktorer som lockar turister hit. Figur 2 nedan visar en karta av Rönnskärs skärgård.



Figur 2. Karta av Rönnskär. (Pohjakartta © Maanmittauslaitos lupanro 172/MYY/02)

På Fäliskäret finns de gamla lotsstationsbyggnaderna och känningsbåken (se bild 3 bilaga 1) som är den äldsta i Finland. Lotsstationen är idag naturstation och här finns inkvarteringsmöjligheter för ca 20 personer. I stationsbyggnaden finns 5 sovrum med plats för 12 personer. Här finns också en matsal för 20 personer samt ett kök. Köket är utrustat med gasspis och kärl. Inget kylskåp finns. I varvsbyggnaden finns det övernattningsmöjlighet för 8 personer och ett mötesrum eller utställningslokal. Det finns ingen elektricitet på naturstationen. Bastun som finns på ön är vedeldad och rymmer 5 personer. (Forststyrelsen u.å.)

Det är Forststyrelsen som förvaltar byggnaderna och har hand om verksamheten. Bokningar av lotsstationen sker via Forststyrelsens kundbetjäningsspunkt i Terranova. Priset för att hyra stationsbyggnaden är 60 € / dygn och för varvsbyggnaden 60 € / dygn. Varvsbyggnaden kan hyras året om dock ej under menförestiden. Hela naturstationen kan hyras 16.5 - 30.9. (Forststyrelsen u.å.) Ett dykarsällskap och fyra båtklubbar hyr utrymmen på holmen. Håll skärgården ren r.f. upprätthåller ett kokskjul, utedass och avfallsservice. Forststyrelsen har utvecklat Fäliskärs naturstation sedan år 2001. En restaurering gjordes av byggnaderna för att de skulle passa för turism. En bastu, inkvarteringsutrymmen och förevisningsutrymmet byggdes. (Salomonson m.fl. 2001, s. 70-71) Fäliskärs byggnader ses på bild 5 i bilaga 1.

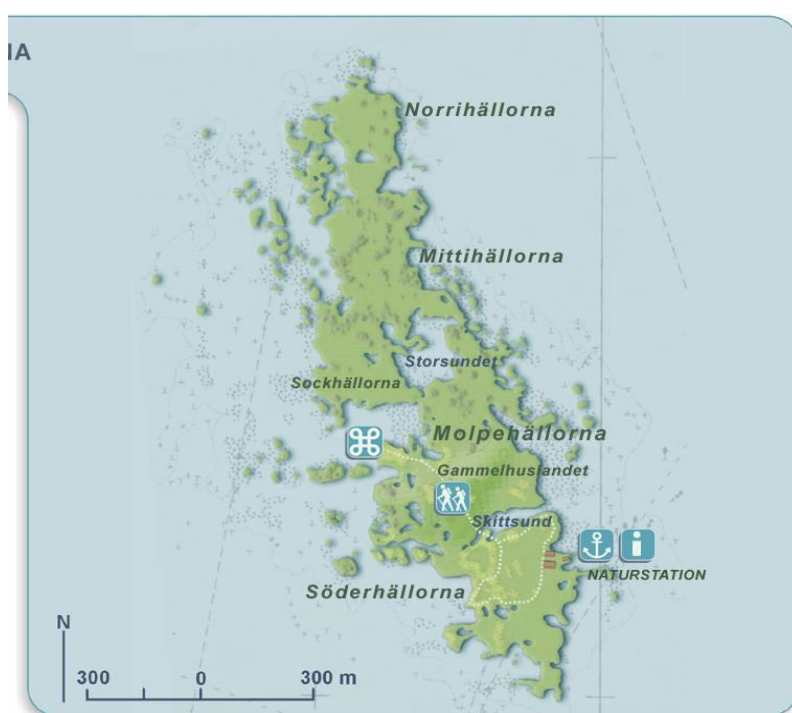
Fäliskär har ett värdefullt natur- och kulturlandskap med en stor mängd växtarter och fågelarter. Landskapet på Fäliskär är typiskt för den yttre skärgården i Kvarken. Ön är öppen med inslag av albårder. Stränderna är steniga och klippiga men även någon strandäng finns. Runt byggnaderna finns högvuxna ängar och många upptrampade stigar. Till stor del består ön av hed- och hållmark. På södra delen av ön finns sällsynta våtmarksväxter. (Salomonson m.fl. 2001, s. 70) På sensommaren är blomsterprakten iögonfallande på grynnorna. Ett stort antal fågelarter häckar på Fäliskär, vilket gör att man bör vara försiktig under häckningstiden när man rör sig på ön. (Salomonson m.fl. 2001, s. 70-71)

Man når Fäliskär via båtfarlederna med egen båt eller genom att anlita någon av de företagare som kör båt till besöksmålen. Tillgängligheten till Rönnskär beror på vädret och årstiderna. Uppskattad mängd besökare per sommar är ca 2000 personer i Rönnskärs skärgård.(Salomonson m.fl. 2001, s. 70)

Fäliskär har en intressant kulturhistoria som handlar om skärgårdsliv och lots. Lotsstationen började sin verksamhet år 1752. Träbåken som finns på ön byggdes 1784 men det finns spår av att en äldre träbåk funnits vilket betyder att sjöfart och lots redan förekommit då. Känningsbåken eller träbåken har fungerat som ett igenkänningsmärke för sjöfarare. Den fungerade också som utkiksplats. Nya segelleden var den första dokumenterade farled från år 1783. (Söderholm m.fl. 2001, s. 15) Den första bostadsstuga uppfördes år 1848 för lotsen och lotsdrängen att bo i. (Söderholm m.fl. 2001, s. 25) Det finns väldigt mycket intressant att historia kring livet som lotsarna och deras familjer levde på Fäliskär. Historien berättar också om många fartyg har förlist utanför Rönnskären och smugglare som rörde sig i Rönnskärs skärgård pga. av de steniga farvattnen. (Hietikko-Hautala 2010, s.78) I produktutvecklingen av Rönnskär skulle jag vilja lyfta fram denna kulturhistoria för att göra besöksmålet ännu intressantare för besökarna. I projektet Livet som lots / Fyrvaktaren på Moikipääfyr är tanken att man skall presentera lotsstationens kulturhistorien till skolgrupper och besökare på ett museipedagogiskt sätt. (Ismark 2010, s.2)

3.2. Molpehällorna

Molpehällorna ligger 7 km från fastlandet och det är lätt att tas sig hit från fiskehamnen på bredskär i Molpe. I Molpe har man nu satt upp en världsarvsskylt när man kommer in till Molpe by för att uppmärksamma turister och övriga om världsarvet. Molpehällorna är idag en naturstation men har också tidigare varit en sjöbevakningsstation. Sjöbevakningsverksamheten upphörde 1995. Molpehällorna bestod förut av fyra skilda öar men landhöjningen har förenat dessa så att vi idag har en enda två km lång ö. (Se figur 3) (Salomonson m.fl. 2001, s. 72)



Figur 3. Karta av Molpehällorna. (Pohjakartta © Maanmittauslaitos lupanro 172/MYY/02)

Landskapet är mycket varierande på Molpehällorna. På den norra delen är det mycket svårt att ta sig fram pga. av de täta och steniga enrisherdarna. I mitten av ön finns en glosjö beväxten med vass. Stora delar av ön är skogsbevuxen och största delen är lövskog. Västra delen är mer öppen med klippvallar, strandängar och stenstränder. (Salomonson m.fl. 2001, s. 73) På Molpehällorna finns en kilometerlång naturstig med skyltar som berättar om naturen och djuren på ön. (Se bild 7, bilaga 1). På vägen kan man bekanta sig med världsarvs naturen men också se vippbåken som en symbolfyr till minne av den första båken i Bottniska viken. (Hietikko-Hautala 2010, s. 82) (Ses på bild 6 i bilaga 1) Mojkepä

båk är en replik av vippfyr som är byggd år 2001 efter ritningar från 1620-talet. På Torngrund på Molpehällorna byggdes troligen den första båken i Bottniska viken 1668. Båken försågs med belysning år 1681. Man hade glödande kol i korgen på ändan av vipparmen. (Vaasan kanoottikerho u.å.) Molpehällorna har en intressant kulturhistoria som handlar om sjöfart och fyrverksamhet.

På södra delen finns den gamla sjöbevakningsstationen som idag är naturstation och har renoverats för turismändamål. (Se bild 8, bilaga 1) Hit kan man komma med egen båt via farlederna och vid naturstationens brygga finns rum för 10 -15 båtar där man kan övernatta gratis. Inne i sjöbevakningsstationen finns 7 sovrum med bäddplatser för 20 personer, bastu och dusch, inomhus wc, kök och matsal. Bastun är vedeldad och rymmer 5 personer. I köket finns kylskåp, gasspis och kärl för 20 personer. Stationen kan hyras av Forststyrelsen för 60 € / dygn men i första hand hyrs stationen ut till turismföretagarnas guidade grupper. Skolgrupper får hyra för 50% av priset. Från 1.10 till 15.5 är Molpe naturstation stängd. På gården finns även utetoalett, eldplats, bord och bänkar. Elektricitet, sötvatten och uppvärmning finns på stationen och fungerar via solpaneler och vindkraft. (Forststyrelsen u.å.)

I de senaste kapitlen har jag beskrivit bakgrunds fakta om världsarvet, Molpehällorna, Rönnskär och turismen i Kvarken. I följande kapitel kommer jag att presentera teoridelen av mitt examensarbete som handlar om utvecklingen av tjänster inom turismen.

4. Produktutveckling inom Turism

För att kunna förstå hur skapandet och utvecklandet av en turismprodukt eller tjänst går till är det viktigt att först veta vad en turismprodukt/tjänst egentligen är. Helheten av turismprodukten/tjänsten består av de servicetjänster som det enskilda företaget producerar samt av de andra företagens servicetjänster. (Komppula & Boxberg 2002, s. 13) I stället för att tala om en produkt inom servicesektorn använder man oftast ordet tjänst. En tjänst är inte samma sak som en konkret produkt menar Grönroos. (1987, s. 32) Jag har ändå valt att använda ordet produkt parallellt med tjänst i vissa fall för att det är lättare att beskriva besöksmålen som en enhetlig produkt.

Vad som skiljer en tjänst från en produkt är att själva kärnan, tjänsten är immateriell och abstrakt. En tjänst är opåtaglig, kunden kan inte se, smaka eller känna på tjänsten. Därför

är det också svårt att konkretisera den. För kunden kan det vara svårt att värdera tjänsten innan han bestämmer sig för att köpa den (Grönroos 1987, s. 33) Grönroos beskriver tjänsten mer som en process eller en aktivitet. (1987, s. 33) Tjänsterna är olika varje gång eftersom de upphör att finnas efter att processen upphör. En charterresa upphör att finnas när kunden avslutar sin resa och kommer hem. När nästa kund påbörjar samma tjänst kommer den aldrig att vara exakt likadan som den tjänsten tidigare kunden upplevde. (Grönroos 1987, s. 33)

En tjänst kännetecknas också av att produktion och konsumtion sammanfaller. Dessa två aktiviteter inträffar under samma tidpunkt. En charterresa blir till på samma gång som den också konsumeras. Det som också händer i följd av detta är att det uppstår köpar-säljarinteraktioner. Kunden kommer i kontakt med tjänsteföretagets olika representanter och andra delar av företaget. (Grönroos 1987, s. 33-34)

Företagets tjänsteidé bör vara grundat på de behov som finns på marknaden och företagets kärntjänst bör tillfredsställa kunderna primära behov. I tjänsteidén skall också ingå till vilka kundsegment man erbjuder tjänsten, med vilka resurser och på vilket sätt man vill tillfredsställa kundernas behov. Tjänsteidén är abstrakt och behöver därför konkretiseras till ett tjänsteerbjudande, själva produkten som kunden kan uppleva och värdera i konsumtionsprocessen. När man utvecklar tjänsteerbjudandet bör man se på vilket sätt tjänsten upplevs och hur den totala kvaliteten upplevs. Vad upplever kunden att han får som slutresultat och hur kunden upplever kontakten med företaget. (Grönroos 1987, s. 38)

4.1. Turismprodukten som helhet

För kunden är turismprodukten en helhet. Orsakerna till att åka på en resa eller besöka ett besöksmål kan vara många olika. De viktigaste elementen för en resa är transport, inkvartering, mat och program. Helhetsprodukten är ett tjänstepaket som består av både materiella och icke materiella delar. Kvaliteten av turismprodukten beror på hur alla dessa delar upplevs tillsammans. Ett besöksmål eller en destination kan ses som en helhetsprodukt. Ett besöksmål kan till exempel vara Finland, en region som Lappand eller ett uppbyggt besöksmål som skidorten Levi. Besöksmålet kan också vara något mindre som en stuga eller i mitt fall en ö. (Komppula & Boxberg 2002, s. 12)

Det viktigaste är att besöksmålet tillfredställer kundens behov och har tillräckligt med dragningskrafter för att kunden skall bestämma sig för att besöka platsen. I efterhand värderar kunden turismprodukten som helhet utifrån de upplevelser kunden fått av besöksmålet och de tjänster som erbjuds av tjänsteföretagen på platsen. Om en familj till exempel har bestämt sig att åka på solsemester hör till helhetsprodukten; planeringsskedet, bemötandet på resebyrå, flygplatsens tjänster, flygresan till målet, hotellet, besöksmålet servicetjänster, atomsfären på platsen, vädret, maten osv. Kärntjänsten kan till exempel vara inkvartering. Om någon av delarna upplevs som mycket negativ kan detta påverka att turisten värderar hela produkten som dålig. I vissa fall kan detta också vara något som aktörerna inte kan påverka. Om turisten blir rånad kommer han kanske aldrig mera att åka till platsen igen eller något så enkelt som dåligt väder kan också påverka upplevelsen av helhetsprodukten negativt. Det är alltså viktigt att turismföretagen som erbjuder servicetjänster samarbetar med varandra eftersom det är hela upplevelsen tillsammans som påverkar vad kunden upplever i slutändan. När ett besöksmål vill satsa på produktutveckling är det viktigaste att företagen och dragningskraftsmålen med hjälp av samarbete skapar en helhet. (Komppula & Boxberg 2002, s. 12)

4.2. Den utvidgade produkten/tjänsteerbjudandet

Helhets produkten eller den *utvidgade produkten* som Kotler, Bowen & Makens beskriver i sin modell "Product levels" består av *Kärnprodukten*, *stödprodukter* och *biprodukter*. (1999, s. 276) Även Grönroos beskriver helhetsprodukten på liknade sätt men han väljer att använda orden *utvidgat tjänsteerbjudande* som bygger på en *kärntjänst*, *bitjänster* och *stödtjänster*. (1987, s. 40) Kärntjänsten är den huvudsakliga orsaken till att företaget finns till. För ett hotell är kärntjänsten övernattnings. Kärnnyttan som kunden får när de konsumerar servicetjänsten är ett tillfredsställt behov av sömn. (Komppula & Boxberg 2002, s. 13) Förutom kärntjänsten finns också bitjänster och stödtjänster. Bitjänsterna krävs för att kärntjänsten skall kunna fungera och för att kunden skall kunna konsumera den. (Grönroos 1987, s. 40-41) Det kan både vara tjänster eller föremål. För ett hotell kan detta till exempel vara in-checkning, telefoner och en restaurang. (Kotler, Bowen & Makens 1999, s. 275) Stödtjänsterna är något som läggs till för att tjänstepaket skall bli konkurrenskraftigare och mera attraktivt för kunderna. Om man jämför bitjänsterna och stödtjänsterna är bitjänsterna nödvändiga främst för att kärntjänstens skall fungera och huvudsaken med stödtjänsterna är att de ska fungera som konkurrensmedel. På en flygrutt kan stödtjänsterna till exempel vara servering ombord. (Grönroos 1987, s. 41)

Stödtjänsterna ger ett mervärde åt kunden och kan vara en dragningskraft för turismprodukten. Ett bra exempel på stödtjänster är de små shampooflaskor och tvålar man får på vissa hotell. (Kotler, Bowen & Makens 1999, s. 275)

I det utvidgade tjänsteerbjudandet (Grönroos 1987, s. 41) eller i den *utvidgade produkten* tillkommer också *tillgänglighet, interaktioner, kundmedverkan, och fysisk miljö*. (Kotler, Bowen & Makens 1999, s. 276) Tillsammans med *kärnprodukten, biprodukterna och stödprodukterna* bildar de tillsammans den utvidgade produkten. *Tillgängligheten* är viktig för att kunden skall kunna nå företagets produkt. Det kan handla om öppettider eller placering av företaget så att de kunder man riktar sig till kan nå företagets tjänst så enkelt som möjligt. (Kotler, Bowen & Makens 1999, s. 277) I mitt fall där turismprodukterna ligger i ytterskärgården kan tillgängligheten vara ganska besvärlig eftersom turisterna måste ta sig dit med båt och man är helt beroende av om vädret tillåter det. Under menförestiden är det i princip omöjligt att ta sig dit. När isen håller under vintern kan besökarna ta sig dit med skoter, skidor och i vissa fall med bil.

Interaktioner handlar om vilka resurser kunden möter när han är i kontakt med företaget. Det finns tre olika resurser kunden kan vara i kontakt med: *Interaktioner med kontaktpersonal* (interaktiv kommunikation), *interaktioner med system och interaktioner med fysisk-tekniska resurser*. Vitigt är för företaget att få alla dessa interaktioner under kontroll. Om detta inte lyckas kommer kvaliteten på tjänsten att bli lidande. De interaktiva kommunikationerna med företagets kontaktpersonal är mycket viktiga eftersom kunden deltar i produktionsprocessen. Kunder kan även komma i kontakt med andra kunder. Detta måste även kontrolleras så att inga negativa interaktioner kunder emellan uppstår. *Kundmedverkan* är något som måste planeras av företaget i tjänsteproduktionen. Kunden bör informeras hur han bäst skall gå till väga under tjänsteproduktionen. (Grönroos 1987, s. 41-42)

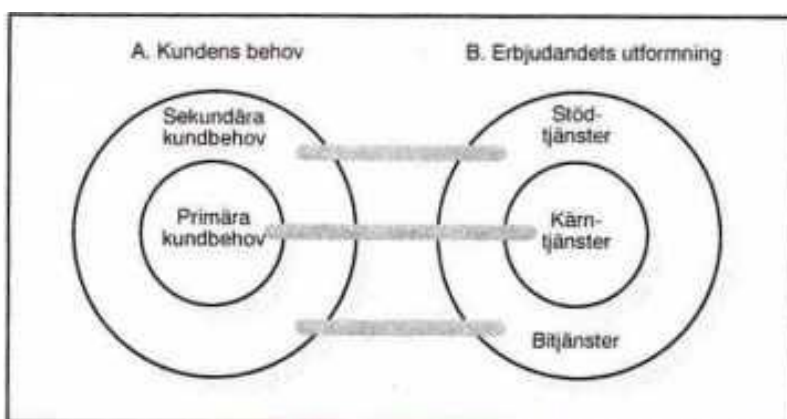
Den *fysiska miljön* kan ha stor påverkan för att kunden skall konsumera en turismprodukt. Endast en plats är inte tillräcklig för att vara en turismprodukt men lägger man till de övriga komponenterna i det utvidgade tjänsteerbjudandet blir det en fullständig produkt. Den fysiska miljön kan vara ett landskap som till exempel Finland, Lappland, Levi eller ett hotell. (Komppula & Boxberg 2002, s. 16) Hit hör också allt som har med atomsfär att göra. Atmosfären kan påverka kunden att välja just den restaurangen eller hotellet

utgående från vilken typ av inredning företaget har, färger, temperatur, musik osv. (Kotler, Bowen & Makens 1999, s. 277-278)

För besöksmålen Molpehällorna och Rönnskär är naturarvet, landskapet, skärgården och kulturlandskapet med den gamla lotsstationen och sjöräddningsstationen den huvudsakliga fysiska miljön. Enligt Forststyrelsens besökarundersökning framkom det att de största orsakerna till att besöka naturarvet var själva naturen och landskapet. (Meriruoho 2009, s.30)

4.3. Tjänstekoncept, tjänstesystem och tjänsteprocess

För att kunna förstå hur en tjänst skapas kan vi ta hjälp av begreppen tjänstekoncept, tjänstesystem och tjänsteprocess. Tjänstekonceptet utgör grunden för tjänsten och beskriver vilka kundproblem tjänsten skall lösa. Det beskriver därmed också vilken kundnytta tjänsten skapar (Gottfridsson 2001, s 20) Tjänstekonceptet har jag beskrivit i föregående kapitel där kärntjänsten, bi- och stödtjänsterna bildar tjänsteerbjudandet. Företagets kärntjänst bör motsvara kundens primära behov och stöd- och bitjänsterna bör motsvara kundens sekundära behov. (Edvardsson 1996, s. 82) I figur 4 ses en modell över tjänstekonceptet. Modellen beskriver förhållandet mellan kundens behov och tjänsteerbjudandet med stöd-, kärn- och bitjänster.

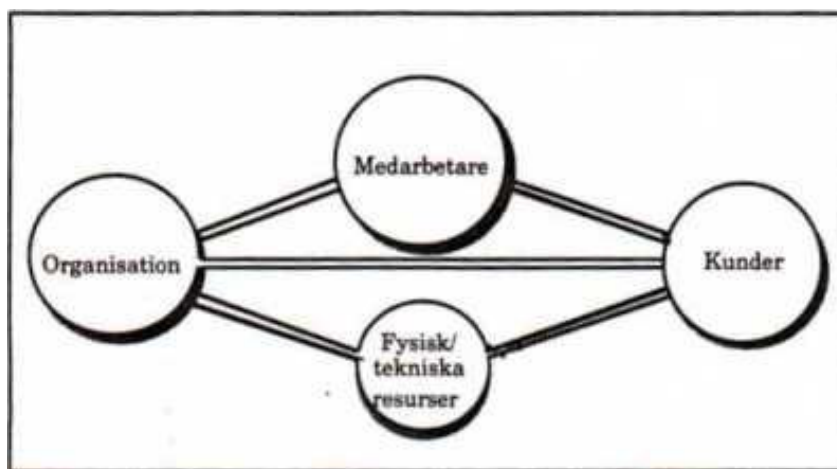


Figur 4. Modell över tjänstekonceptet. (Wilhelmsson & Edvardsson 1994, s. 82)

Ett tjänstesystem byggs upp för att realisera tjänsten. Det består av olika resurser i och utanför företaget som tillsammans bildar en sammansättning som i interaktionen med kunden blir realiserad. (Gottfridsson 2001, s 20) Edvardsson menar att tjänstesystemets viktigaste funktion är att stöda tjänsteprocessen med dess resurser så att tjänsteerbjudandet

kan realiseras med inbyggd kvalitet. Tjänstesystemet består av olika delsystem eller en resursstruktur som består av 1. kunder, 2. organisationsstruktur och system, 3. ledning och medarbetare och 4. fysisk/tekniska resurser och fysiska produkter. Tjänstesystemet kan delas in i en för kunderna synlig del och osynlig del. (Edvardsson 1996, s. 87)

Kunderna har en viktig roll och utgör en del av tjänstesystemet. Kunderna kan både vara privatpersoner och företag. Marknadsföringen spelar en stor roll för den uppfattning kunderna kommer att ha om tjänstens kvalitet. (Wilhelmsson & Edvardsson 1994, s. 20) Det är väldigt centralt att skapa realistiska och tydliga förväntningar för kunderna, att klar göra vilken roll kunden kommer att ha och vad kunden kommer att utföra i tjänstprocessen. När man utvecklar en tjänst bör man tänka på olika saker som har med kunden att göra. Det kan vara interaktionen mellan kunder t.ex. kösystem, förhållandet som kunderna har till tjänsteföretaget t.ex. procedurer, rutiner, blanketter, öppettider, samspel med företagets medarbetare och fysisk/tekniska resurser och fysiska produkter. (Edvardsson 1996, s. 88) Figur 5 nedan visar en modell över tjänstesystemet med resurserna; organisation, medarbetare, kunder och fysisk/tekniska resurser.



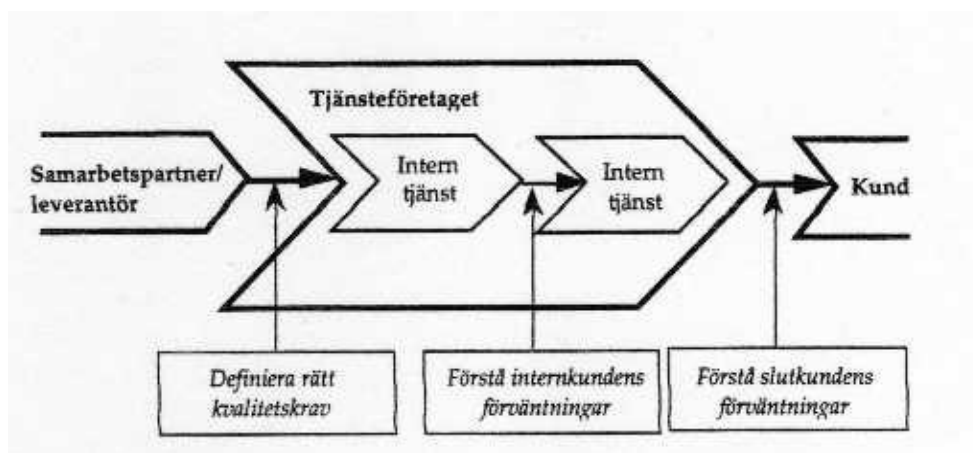
Figur 5. Modell över tjänstesystemet. (Wilhelmsson & Edvardsson 1994, s. 20)

Organisationsstrukturen i resursstrukturen handlar om att tydliggöra ansvar och befogenheter i företaget. Personalen bör inte ha ett för stort ansvarsområde eller arbetsinnehåll eftersom detta leder till osäkerhet. Företaget bör vara organiserat så att kundens behov, affärerna och tjänsten är i centrum samt att roller och ansvarsområden är tydliga. (Wilhelmsson & Edvardsson 1994, s. 21) Samspelet och dialogen med kunder, intressenter, samarbetspartners och leverantörer är en viktig del i tjänstesystemet. Det kan till exempel handla om hur kunderna kan ge feedback, klagomål, öppettider,

specialbehandling av stamkunder. Medarbetarna är tjänsteföretagets nyckelresurs. I tjänsteutvecklingen är det speciellt viktigt att lyfta fram medarbetarna eftersom kunderna i stor utsträckning uppfattar kvaliteten på tjänsten utgående från dem. Den abstrakta tjänsten blir påtaglig när kunden möter medarbetare i företaget och det är i detta samspel som en tjänst skapas. När man utvecklar en tjänst blir det naturligt att man anpassar teknik, system, rutiner och andra resurser enligt den mänskliga logiken. Man kan inte utveckla system och processer bara enligt tjänstekonceptet och kundernas behov. Det behövs även ta i beaktande hur personalen fungerar på bästa sätt. För att kunderna skall uppleva tjänstekvalitet bör medarbetarna vara motiverade, kunniga och engagerade. (Wilhelmsson & Edvardsson 1994, s. 22)

Fysisk/tekniska resurser omfattar den fysiska och tekniska miljön i företaget som lokaler, datorer och tekniska system. För att företaget skall överleva är det nödvändigt att de tekniska resurserna förbättras och utvecklas i takt med den tekniska utvecklingen. För att kunderna skall uppleva att tjänsten har kvalitet bör teknikutvecklingen vara kund- och affärscentrerad. Det är viktigt att medarbetare, kunder och organisationsstrukturen kan samspela med de fysisk/tekniska resurserna. (Wilhelmsson & Edvardsson 1994, s. 23)

I tjänsteprocessen utförs själva tjänsten när olika aktörer integrerar med varandra och utför olika aktiviteter. Kunden fungerar som en viktig aktör i tjänsteprocessen. (Gottfridsson 2001, s 20) Tjänsteprocessen är en kedja av olika aktiviteter som sker för att tjänsten skall skapas. Aktiviteterna utförs både av medarbetarna och av kunden i den generiska tjänsteprocessen. Detta betyder att tjänsteföretaget inte kan ha full kontroll över processen men den måste ändå planeras och styras i sin helhet. Det finns skillnader mellan den generiska tjänsteprocessen och kundprocessen. Den generiska tjänsteprocessen handlar om alla värdeskapande processer som sker i företaget både interna och de som kunderna deltar i. Kundens specifika processer hör också till begreppet den generiska tjänsteprocessen. Varje kundprocess är unik och upplevs olika för olika kunder. Den generiska tjänsteprocessen omfattar all standardiserade aktiviteter i kundprocessen. Den generiska tjänsteprocessen måste balanseras mot kundprocessen. För att skapa en tjänst som motsvarar tjänstekonceptet måste företaget specificera processen och aktiviteterna för att säkerställa att rätt tjänst blir till. Kvalitet och produktivitet inkluderas genom att rätt tjänsteprocess utvecklas. (Wilhelmsson & Edvardsson 1994, s. 24) Figur 6 nedan visar en modell över tjänsteprocessens olika delar. Figuren visar hur en tjänst produceras.



Figur 6. Modell över tjänsteprocessen. (Wilhelmsson & Edvardsson 1994, s. 25)

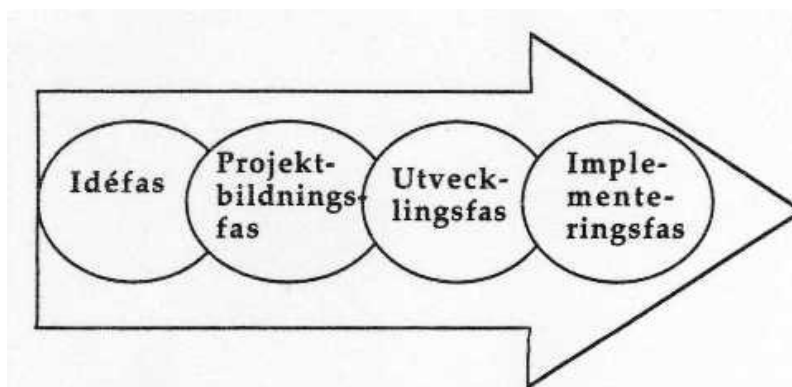
Ledningens viktigaste uppgifter i tjänsteutvecklingen är att (1) skapa förståelse för kundresultatet och kundprocessen; (2) att inkludera kunderna i utvecklingsprocessen, hjälpa dem att uttrycka sina behov och (3) att involvera strategiska samarbetspartners och leverantörer. Under processen utnyttjas de resurser som finns i tjänstesystemet. Tjänsteprocessen bör fungera så att tjänstesystemets resurser tas till vara, speciellt medarbetarna och att begränsningar minimeras. När man utvecklar en tjänsteprocess är det därför viktigt att man inkluderar medarbetare som har kunskap och förståelse för vilka möjligheter och begränsningar tjänstesystemet har. Detta är en förutsättning för att tjänstesystemet skall stöda tjänsteprocessen. (Wilhelmsson & Edvardsson 1994, s. 24)

När man utvecklar tjänstesystemet måste man beakta att detta har konsekvenser för tjänsteprocessen och andra delar av tjänstesystemet. Tjänstekonceptet har en vägledande roll för tjänsten. Konceptet anger syftet och förutsättningarna för systemet och processen. Tjänsteprocessen har en central roll där tjänsten blir till medan tjänstesystemet stöder och fungerar i växelverkan med tjänsteprocessen. (Wilhelmsson & Edvardsson 1994, s. 26)

4.4. Tjänsteutvecklingsprocessen

När man skapar eller utvecklar en ny tjänst går man igenom en tjänsteutvecklingsprocess. Detta kan beskrivas på olika sätt till exempel genom ett antal delvis parallella, delvis sekventiella processer. Man brukar tala om tre kategorier av utvecklingsprocesser: utveckling av tjänstekonceptet, utveckling av tjänstesystemet och utveckling av tjänsteprocessen. Jag kommer att beskriva mer ingående vad som händer i varje skede i utvecklingen av dessa tre senare i kapitlet. (Wilhelmsson & Edvardsson 1994, s. 27)

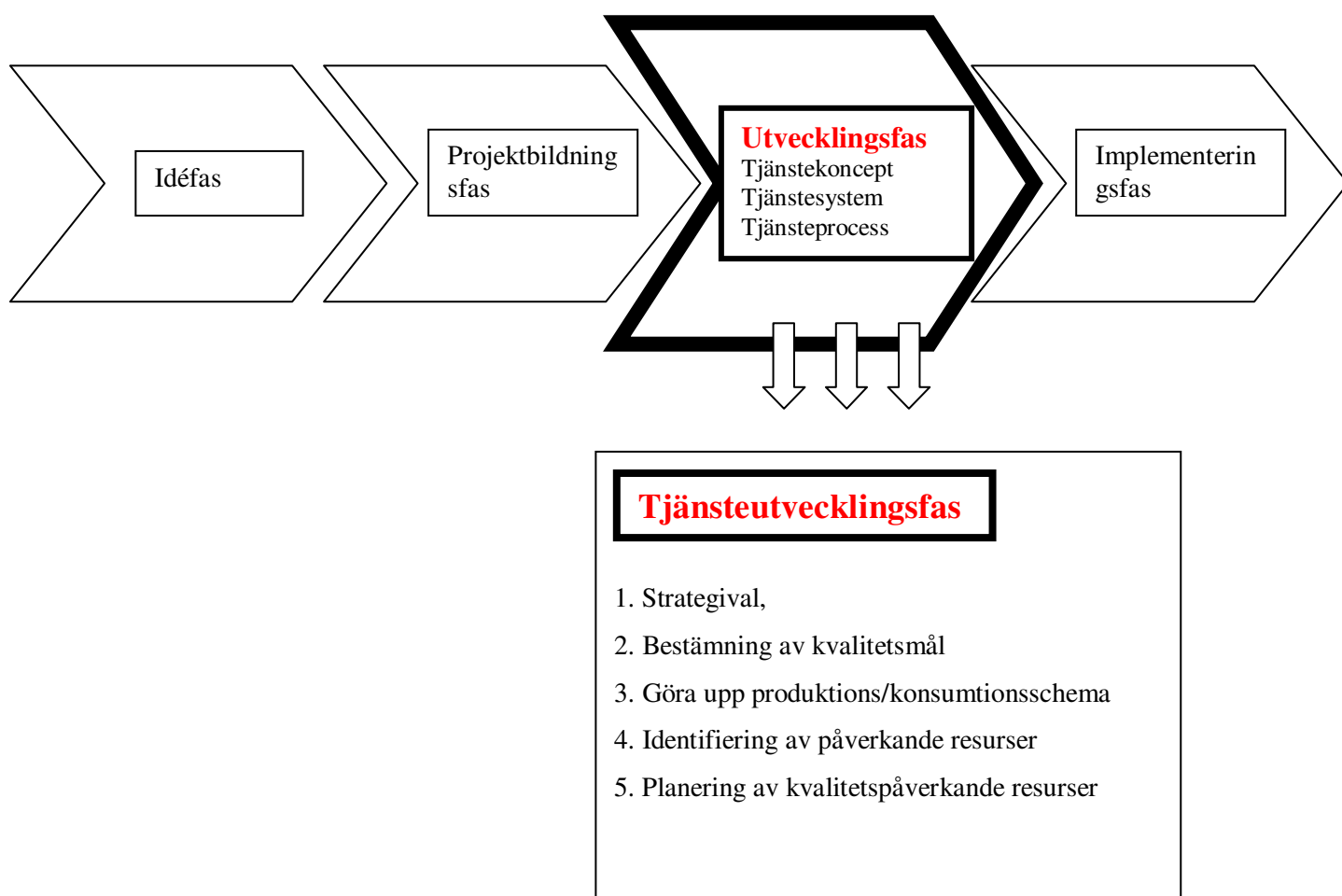
Med tjänsteutvecklingsprocessen avses också förloppet där en idé skapas fram till att tjänsten lanseras på marknaden. I tjänsteutvecklingsprocessen kan man urskilja fyra olika faser som överlappar varandra. (1) *Idéfas*, (2) *Projektbildningsfas*, (3) *Utvecklingsfas* och (4) *Implementeringsfas*. Fasernas gränser är luddiga och oprecisa och måste betraktas som både parallella och sekventiella. (Edvardsson 1996, s. 189) Som man kan förstå utgående från namnet är det i *idéfasen* som idén till en tjänst föds och sedan konkretiseras i ett tjänsteerbjudande. (Edvardsson 1996, s. 190) I *projektbildningsfasen* bildas en projektgrupp som har till uppgift att utveckla idén till en kommersiell tjänst och hitta en lämplig organisationsform för ett projekt. (Edvardsson 1996, s. 189) I *utvecklingsfasen* sker det viktigaste utvecklingsarbetet för den nya tjänsten nämligen utformningen av tjänsteerbjudandet, tjänsteprocessen och tjänstesystemet. (Wilhelmsson & Edvardsson 1994 s. 29) I *implementeringsfasen* marknadsförs och lanseras tjänsten på marknaden. (Edvardsson 1996 s. 240) En modell över tjänsteprocessen i tidsmässiga faser ses i figur 7 nedan.



Figur 7. Tjänsteprocessen i tidsmässiga faser. (Wilhelmsson & Edvardsson 1994, s. 39)

I mitt utvecklingsarbete för Molpehällorna och Rönnskar kommer jag att följa denna tjänsteutvecklingsprocess och jag kommer att koncentrera mig på utvecklingsfasen. Jag har valt att använda mig av modellen "Tjänsteutvecklingsprocessen i tidsmässiga faser" av Wilhelmsson & Edvardsson (1994, s. 39) samt Grönroos beskrivning av tjänsteutvecklingsfasen i fem olika delar. (Grönroos 1987, s. 88) Jag har valt Wilhelmsson & Edvardsson modell eftersom den är tydlig och påvisar hur tjänstutvecklingen genom går en process från idé till lansering. Wilhelmsson & Edvardssons modell återkommer även i andra källor som till exempel i boken Kvalitet och tjänsteutveckling, Edvardsson. (1996, s. 238) En annan modell kunde ha varit Zeithalm & Bitner's (2000 s. 200) modell över tjänsteutvecklingsprocessen. Modellen beskriver planering och genomförande i

tjänsteutvecklingsprocessen. Jag kunde inte använda Zeithalm & Bitner's (2000 s. 200) modell eftersom den beskriver grundligt genomförandet dvs. marknadstestning, produktlansering och testning. Jag kommer inte ha möjlighet att genomföra implementeringsfasen så kommer jag att överlämna tjänsteutvecklingsförslaget till projektet "Livet som lots/ Fyrvaktaren på Moikipää fyr", Forststyrelsen och Österbottens turism r.f.



Figur 8. Egen modifierad modell av tjänsteutvecklingsprocessen och tjänsteutvecklingsfasen. (Wilhelmsson & Edvardsson 1994, s. 39 och Grönroos 1987, s. 88)

För att få en ännu tydligare bild av utvecklingsfasen har jag valt att använda Grönroos uppdelning av utvecklingsfasen i fem olika skeden. Jag har valt att skapa en egen modell för att tydlig göra utvecklingsfasen av tjänsteutvecklingsprocessen. Min modell är en

modifikation eller i hopsättning av Wilhelmsson & Edvardssons modell och Grönroos utvecklingsfas. Modellen ses ovan i figur 8.

Wilhelmsson & Edvardsson beskriver *utvecklingsfasen* som den viktigaste fasen när tjänsteerbjudandet, tjänsteprocessen och tjänstesystemet utvecklas. I början genomför man en behovsanalys för den nya tjänsten. Därefter preciseras tjänsteerbjudandet och man utformar resursstrukturen samt produktions- och leveransprocessen. Nästa steg i utvecklingsfasen sker parallellt med behovsanalysen och man klargör tjänsteerbjudandet. Ofta när ett tjänsteföretag utvecklar en tjänst är stora delar av tjänstesystemet och resurserna redan givna och en viktig del är att analysera vad som kan används av det befintliga tjänstesystemet. (Wilhelmsson & Edvardsson 1994 s. 29) Skapandet av det nya tjänstekonceptet för den nya tjänsten utgår från den ursprungliga idén och konceptualiseras så att den möter kundbehoven. För att utveckla tjänstekonceptet utvärderar man den interna och externa analysen samt en kommersiell värdering genom att analysera intäkter och kostnader. (Wilhelmsson & Edvardsson 1994 s. 29) En analys av vilka nyckelfaktorer som påverkar hur kunden uppfattar kvaliteten av tjänsten och vad som skapar mervärde för kunderna bör också genomföras. (Gottfridsson 2001, s 28) När konceptet är utvecklat fortsätter arbetet med en avstämning mot andra tjänster samt möjligheterna att producera tjänsten på ett rimligt sätt både ekonomiskt och tekniskt. Vid utvecklingen av konceptet behövs information från en intern analys av styrkor och svagheter i företaget samt en extern analys av marknadsförutsättningarna. (Wilhelmsson & Edvardsson 1994 s. 30) En lämplig kombination av kärntjänst och stödtjänst skapas utgående från det primära och sekundära kundbehovet. (Gottfridsson 2001, s 29)

Tjänstesystemets resurser och tjänsteprocessen utvecklas utgående från tjänsteerbjudandet, den interna organisationen och olika kund- och marknadstest. (Edvardsson 1996, s. 190) Utvecklingen av tjänstesystem handlar till stor del om att välja ut de aktörer som skall vara med och ha hand om tjänsten. Inte enbart individerna dvs. medarbetarna som skall vara med och skapa tjänsten bör beaktas utan också de fysisk/tekniska resurserna skall utvecklas i tjänstesystemet. (Gottfridsson 2001, s 29) Utvecklingsfasen eller utformningsfasen är den mest tidskrävande och arbetsmässigt mest omfattande. En analys av vilka nyckelfaktorer som påverkar hur kunden uppfattar kvaliteten av tjänsten och vad som skapar mervärde för kunderna bör också genomföras. (Gottfridsson 2001, s 28)

En viktig del av utvecklingsfasen handlar om att skapa en fungerande intern och extern organisation för produktion och leverans av den nya tjänsten. I många företag har tjänstesystemets resurser och struktur samt tjänsteprocessen byggts upp successivt under utvecklingsprocessen. När man har en preliminär tjänst bör den testas på marknaden för att kontrollera att tjänsterbudandet, processen och resurserna motsvarar marknadens krav.(Edvardsson 1996, s. 190-191)

Utvecklingen av tjänsteprocessen är den sista delen i utvecklingsfasen. De olika kedjorna av aktiviteter hos aktörerna i tjänsteprocessen utvecklas för att tjänsten skall kunna realiseras. Aktiviteterna preciseras med vars hjälp tjänsten genereras inom ramen för utvecklingen av tjänsteprocessen. (Gottfridsson 2001, s 29) Viktigt är att klargöra roller och ansvar för kunder och samarbetspartners. En detaljerad beskrivning på hur tjänsten skall produceras och konsumeras är en central aktivitet i utvecklingsarbetet. (Wilhelmsson & Edvardsson 1994, s. 31)

Grönroos (1987, s. 88) beskriver tjänsteutvecklingsfasen i fem delar;

- (1) Strategival,
- (2) Bestämning av kvalitetsmål (totala resp. för profil, teknisk kvalitet och funktionell kvalitet)
- (3) att göra upp produktions/konsumtionsschema
- (4) identifiering av påverkande resurser (kontaktpersonal, fysisk-tekniska resurser och konsumenterna)
- (5) planering av de kvalitetspåverkande resurserna (tillgänglighet, kontaktpersonalens kommunikation, stödtjänster, konsumenternas inflytande på tjänsten)

Då man vill utveckla en ny tjänst eller en redan existerande bör man ställa upp ett kvalitetsmål och bestämma vilken kvalitetsnivå, vilken profil, teknisk kvalitet samt funktionell kvalitet man vill uppnå med tjänsteutvecklingen . Man kan använda sig av marknadsanalyser och kartläggning av de existerande resurserna som stöd för kvalitetsmålet men man behöver även en strategisk riktlinje. Grönroos (1987, s. 84) väljer att beskriva dessa tre strategityper: (1) Serviceorienterad strategi, (2) Varuorienterad strategi och (3) Prisorienterad strategi. Serviceorienterad strategi handlar om att utveckla tjänsten utgående från servicen för kunderna. Företaget vill förbättra sin tjänst genom ett serviceinriktat utvecklingsarbete. Övriga faktorer som till exempel priset anpassas till

serviceinriktningen. I en varuorienterad strategi utvecklar man tjänsten utgående från varan. Till exempel kan en hamburgerrestaurang vara varuorienterad. Tjänsten utvecklas då utgående från själva hamburgaren och de övriga faktorerna anpassas till den. Ett bra exempel på ett tjänsteföretag som använder sig av en prisorienterad strategi är lågpris flygbolagen. Här anpassas de övriga faktorerna till priset. I alla tre strategier bör man beakta de tre kvalitetskomponenterna; profil samt teknisk och funktionell kvalitet. Den valda utvecklingsstrategin bör vara baserad på marknadens behov och önskemål. (Grönroos 1987, s. 84-85)

I punkt tre i tjänstutvecklingsfasen utvecklar man tjänsteerbjudandet (1) produktions/konsumtionsschema för tjänsten och (2) utveckling av resurserna. Produktions/konsumtionsschemat är ett nätverk eller ett diagram som i detalj beskriver tjänsteprocessens alla delmoment och vilka resurser som kan påverka konsumenten i olika moment. Det väsentliga är att klarlägga alla delmoment i processen, vilka resurser som konsumenten är i kontakt med och hur konsumenten och resurserna skall agera. Slutligen kan man utveckla företagets resurser som påverkar profilen, den tekniska och funktionella kvaliteten. Grönroos tar upp de viktigaste; kontaktpersonalens kommunikation med marknaden och kunderna, beaktande av tillgängligheten för både köpprocessen och konsumtionsprocessen samt konsumenternas inflytande på tjänsten. Utvecklingen av en tjänst kan innefatta en eller flera av elementen samt generering av nya tjänsteidéer, nya kombinationer med kärntjänst och stödtjänster, nya stödtjänster, nya tillgänglighetsresurser, förbättring av kommunikation och engagemang hos personalen, förändring av konsumentens produktionsrutiner osv. (Grönroos 1987, s. 89-91)

Punkt fyra och fem i tjänstutvecklingens delar handlar om att identifiering och planering av de kvalitetspåverkande resurserna i tjänsteföretaget. Under konsumtions- och produktionsprocessen kommer kunden i kontakt med personal, fysisk/tekniska resurser och medkonsumenter. Den upplevda tjänsten samt dess kvalitet är resultatet av detta samspel eller denna interaktion. Som sagts tidigare har personalens agerande och kunnande en stor betydelse för hur kunden uppfattar tjänstekvaliteten. Personalens storlek och kunnande påverkar den tekniska kvaliteten medan personalens beteende har betydelse för den funktionella kvaliteten. Personalen medverkar också indirekt på hur företagets profil utvecklas. De fysisk/tekniska resurserna och hur de utnyttjas påverkar också kvalitetskomponenterna och profilen. Att en kaffeautomat finns till påverkar den tekniska kvaliteten att få kaffe. Hur bra kaffeautomaten fungerar, hur lätt den är att använda, hur

länge kunden måste vänta på kaffet, påverkar den funktionella kvaliteten. Den tredje resursgruppen som påverkar kvaliteten är de aktiva konsumenterna i produktionskonsumtionsprocessen. Att konsumenten vet hur han skall fungera i denna process är av stor vikt för kvaliteten. Till exempel hur han skall använda sig av kaffeautomaten för att kaffet skall bli till, vilka knappar han bör trycka på och var han betalar sitt kaffe. Dessutom påverkar konsumenterna varandra. Köbildning eller en störande konsument är exempel på hur övriga konsumenter kan påverka den uppfattade kvaliteten av tjänsten negativt. Viktigt i tjänsteutvecklingsprocessen blir därför att kunna hantera dessa resurser så att man uppnår den avsedda kvaliteten. Även andra resurser ingår i tjänstesystemet och kan utvecklas i tjänsteutvecklingsprocessen men dessa tre anser Grönroos vara de viktigare resurserna. Som grund för resursplanering bör företagets tjänsteidé utgå från kunderna och marknadens behov. (Grönroos 1987, s. 86-87)

I teorikapitlet har jag beskrivit tjänstens uppbyggnad, tjänsteutvecklingsprocessen samt tjänstekvalitet. Nästa kapitel kommer att handla om min underökning, val av metod, respondenter och intervjuer.

5. Undersökningen

Undersökningen som jag gjort är en kvalitativ undersökning. I undersökningsprocessen började jag med att välja metod som skulle passa för mitt syfte. Därefter började jag fundera på lämpliga respondenter. Alla respondenter som jag valde var villiga att ställa upp på en intervju. Jag utformade intervjumanualerna och genomförde intervjuerna. Sedan transkriberade jag materialet och började kategorisera och analysera materialet. Undersökningsprocessen gick ungefär som jag planerat men jag var tvungen att anpassa min tidtabell enligt mina intervjurespondenter.

5.1. Val av metod

Det finns två olika angreppssätt eller metoder när man skall genomföra en vetenskaplig undersökning. Utgående från om den information man kommer att undersöka är mjukdata eller hårddata väljer man den kvalitativa metoden eller kvantitativa metoden. Den kvalitativa metoden innebär liten formalisering och minimal generalisering. Det centrala med kvalitativ metod är att på olika sätt samla in information och beskriva problemet på djupet samt att kunna beskriva helheten av sammanhanget. Metoden kännetecknas av

närheten mellan forskaren och källan till informationen. Ett exempel på insamling av information är intervjuer med respondenterna. (Holme & Solvang 1991, s. 13)

Jag har valt att använda mig av kvalitativ forskningsmetodik eftersom jag undersöker utvecklingsmöjligheterna för två specifika besöksmål. Jag var intresserad av att få en djupare insikt och mer information om besöksmålen från personer som har kunskap om Rönnskär och Molpehällorna och valde därför att samla information med intervjuemetoden. Jag behövde få specifik information om vilka delar av tjänstekonceptet, tjänstesystemet och tjänstekonceptet som behöver utvecklas från personer som har kunskap om besöksmålen.

5.2. Presentation av respondenter

Intervjupersonerna valdes eftersom de alla har erfarenhet och special kunskap om besöksmålen. Jag ville få en synvinkel både från målgrupperna och från turismaktörerna och ville utveckla de två besöksmålen till enhetliga tursimprodukter med kvalitet och använda kulturhistorien och naturen som pull-fakorer. Som målgrupper valde jag skolgrupper och företagsgrupper. Jag har valt dessa två målgrupper eftersom skolbarn redan är en av målgruppen för projektet jag samarbetar med och företagsgrupper har jag valt eftersom det finns behov av turismprodukter för stora företag som finns i Vasa som till exempel ABB och Wärtsilä. (personlig kommunikation med Jonas Lidholm, 20.2.2011)

I kvalitativa urval är det viktigt att man väljer så olika respondenter som möjligt för att få så nyanserad kunskap som möjligt. (Holme & Solvang 1991, s. 115) I mitt urval har alla respondenter olika anknytningar till besöksmålen och jag får även två olika synvinklar på utvecklingsbehoven. Antalet intervjupersoner är väldigt begränsat jämfört med den kvantitativa metoden. (Holme & Solvang 1991, s. 24-25)

Jag har intervjuat sex personer. Jag presenterar först de fyra turismaktörerna och sedan målgruppsrepresentanterna. Alla respondenter tillfrågades angående anonymitet och alla gav sitt medlåtande att deras namn fick sättas ut i mitt examensarbete. Jag intervjuade en turismföretagaren Peter Björkqvist som driver ett litet företag för transport av turister, huvudsakligen till Molpehällorna men också till Rönnskär och andra besöksmål. Han är också gårdskarll på Molpehällorna och tar hand om naturstationens underhåll åt Forststyrelsen. Sedan valde jag att intervju projektledaren för projektet livet som Lots /

Fyrvaktaren på Moikipää fyr, Ann-Sofi Backgren. Hon representerar på samma gång Korsnäs kommun. Jag intervjuade också specialplaneraren Anna Meriruoho för naturturism på Forststyrelsen som jobbat med olika projekt för turismens utveckling i Kvarkens skärgård. Som tredje turismaktör valde jag verksamhetsledaren Erkki Laakso från Österbottens Turism r.f. som i flera års tid jobbat med marknadsföring och utveckling av turismen i Österbotten. Han har också i 9 års tid drivit det framgångsrika turismföretaget Kalle's Inn. Av dessa turismaktörer fick jag viktig special kunskap, information och åsikter om besöksmålets historia, nuläge och framför allt utvecklingsmöjligheter.

Som första målgruppsrepresentant valde jag projektchefen Jonas Lidholm som arbetar på företaget Wärtsilä. Han har erfarenhet av att ha ordnat dagsutflykter för internationella företagsgrupper från Wärtsilä bland annat till Molpehällorna. Slutligen valde jag att intervjua rektorn från Molpe skola, Jan-Henrik Häggdahl som har åkt ut med skolgrupper till Molpehällorna i 20 års tid. Han sitter även med i världsarvdelegationen. Jag ville få målgruppernas åsikter och behov eftersom detta är väldigt viktigt att beakta när man utför en tjänsteutveckling. Nackdelen var att jag bara hade en representant från varje målgrupp och resultatet kan därför bli svårt att generalisera till hela målgruppen, men å andra sidan så var de båda speciellt viktiga personer med tanke på erfarenhet och kunskap.

5.3. Intervjumanual

För att underlätta intervjuprocessen gjorde jag en intervjumanual som stödde intervjuerna. Mina intervjuer var halvstrukturerade för att det också skulle finnas utrymme för att intervjupersonen själv skulle kunna komma med egna tankar och idéer. Det är viktigt inom kvalitativ forskningsmetodik att forskaren inte försöker styra eller påverkar intervjuobjektet. (Holme & Solvang 1991, s. 25) Jag gjorde två olika intervjumanualer, en för representanterna från turismaktörerna (se bilaga 2) och en för målgruppsrepresentanterna (se bilaga 3) eftersom utgångsläget var olika för de två grupperna. Mina frågor var indelade i kategorier. För de turismaktörsrepresentanterna var kategorierna följande; personlig bakgrund, förhållande till besöksmålet, nuläge, utveckling, kvalitet och framtid. För målgruppsrepresentanterna var kategorierna; personlig bakgrund, förhållande till besöksmålet, nuläge, behov och utveckling. Utifrån mina intervjufrågor ville jag också få svar på mina frågeställningar.

5.4. Genomförandet av intervjuerna

Intervjuerna genomfördes under en två veckors period i februari 2011. Den kortaste intervjun räckte ca 25 minuter och den längsta 1 timme och 15 minuter. De övriga intervjuerna var ca 30-40 minuter långa. Intervjuerna genomfördes enligt respondentens önskemål. För turismaktörerna utfördes intervjuerna på deras arbetsplats. Intervjuerna för målgruppsrepresentanterna utfördes hemma hos respondenterna. Jag kontaktade respondenten per e-post eller telefon och bestämde ett datum, en tidpunkt och en plats enligt respondentens önskemål. I ett fall ville respondenten ha intervjufrågorna på förhand så jag skickade dem per e-post. I övriga fall hade jag en intervjumanual med mig och ställde frågorna under intervjun. I många fall var respondenten så ivrig att tala om ämnet så vissa frågor fick jag svar på utan att ställa frågan från min intervjumanual. Den kvalitativa undersökningen präglas av flexibilitet och man kan ändra på uppläggningsen under själva genomförandet. Även intervjusituationen är flexibel. Meningen är att informationssamlingen skall så långt som möjligt likna ett vardagligt samtal. Viktigt är att den intervjuade skall ha stor frihet att uttrycka sina egna uppfattningar. (Holme & Solvang 1991, s. 90) Precis som Holme & Solvang ovan beskriver blev även mina intervjuer ganska fria och mer som en öppen diskussion. Intervjupersonen fick berätta ganska fritt så länge vi höll oss till ämnet och följde teman i intervjuguiden. Jag bandade in intervjuerna med diktafon. Respondenter tillfrågades om de ville vara anonyma. Alla respondenterna gav sitt medlåtande till att deras namn fick sättas ut i mitt examensarbete. Efter att alla intervjuer genomförts transkriberade jag materialet på dator och började analysera det. Jag kategoriserade materialet enligt mina frågeställningar och fick på så vis svar på dem. Jag sökte också samband och olikheter i vad olika respondenter hade sagt för att få ett mer trovärdigt resultat.

6. Resultatredovisning och analys

Jag har valt att presentera resultaten enligt frågeställningarna jag ville få svar på. Slutligen kommer jag att presentera tjänsteutvecklingsförslaget för besöksmålen Molpehällorna och Rönnskär. I analysen har jag använt mig av Wilhelmsson & Edvardssons teori och modell "Tjänsteutvecklingsprocessen i tidsmässiga faser" (1994, s. 39) samt modellen "Modell över tjänsteutvecklingsprocessen" (Wilhelmsson & Edvardsson 1994, s. 29) som finns i teori kapitlet och i min "Egen modifierad modell av tjänsteutvecklingsprocessen och tjänsteutvecklingsfasen". Jag har också analyserat materialet med hjälp av tjänsteutvecklingsfasen av Grönroos. (1987, s. 88)

Problematiskt med min undersökning var att de flesta respondenter hade mera kunskap och erfarenhet av Molpehällorna än av Rönnskär. Det framkom i undersökningen att behovet att utveckla Molpehällorna var större än för Rönnskär. Detta kommer även att synas i mitt utvecklingsförslag. Jag inleder med att först presentera de viktigaste resultaten och svaren på frågeställningarna.

6.1. Vilken har utvecklingen varit de senaste åren för Molpehällorna och Rönnskär som besöksmål och hur går utvecklingen framåt?

Jag ville få reda på vilken utveckling Molpehällorna och Rönnskär genomgått som besöksmål och hur situationen ser ut idag. Det som kom fram i undersökningen för Molpehällorna var följande saker: Eftersom Forststyrelsen förvaltar och äger Molpehällorna naturstation har de skött om mycket av den utveckling som skett där och speciellt för de fysiska resurserna. Anna Meriruoho berättade i intervjun om vad Forststyrelsen har gjort på Molpehällorna. Taket har renoverats för ganska många år sedan och bryggan har förnyats ganska nyligen och är nu i bra skick. Naturstigens skyltar har även bytts ut till nya. På Rönnskär har man renoverat lotsbyggnaden så att man nu kan övernatta där. Man har också renoverat eldplatsen och byggt en bastu. Meriruoho berättar också att Molpehällorna och Rönnskär har varit med i besökar- och företagundersökningen för utvecklingen av besöksmålen i Kvarkens skärgård. De två besöksmålen ingår även i UNIK projektet för att utveckla naturturismen i Kvarkens skärgård.

Erkki Laaksonen som är verksamhetsledare på Österbottens turism r.f. jobbar mycket med marknadsföringen av Kvarkens skärgård. Laaksonen säger att de inte jobbat så mycket med marknadsföringen av dessa två besöksmål men i alla fall säger han: *”Det vi har kunnat ta fram är att vi satt Molpehällorna och Rönnskär på kartan”*. Laaksonen berättar även att Vasa segelförening driver ett viktigt projekt som går ut på att förbättra besökshamnarna i hela kustremsan. Där ingår även Molpehällorna och Rönnskär.

I projektet Livet som Lots / Fyrvaktaren på Moikipää fyr jobbar man med att utveckla dessa två besöksmål. Att man startat ett projekt för utvecklingen av Molpehällorna och Rönnskär är ett stort steg i sig för utvecklingen av dessa besöksmål. Därför presenterar jag vad projektet har gjort och vad de kommer att göra för utvecklingen av Molpehällorna och Rönnskär. Inom projektet jobbar man mycket med informationsspridning, marknadsföring, undervisning och kulturhistoria. Projektet vill satsa på kulturhistorien för att göra besöksmålen intressanta. Ann-Sofi Backgren säger så här: *”Kontentan av det jag vill göra nu är att göra världsarvet intressant också med lokalhistoria och skärgårdskultur. Vi har*

som mål att alla barn i Malax-Kornäs området någon gång under sin skoltid skall ha varit antingen på Molpehällorna eller Rönnskär och fått en typ av världsarvsundervisning.”

Projektet har ordnat världsarvsdagar i samarbete med kommunen samt ordnat utflykter till Molpehällorna. I projektet har man testat en del utflyktspaket under Världsarvsdagarna och andra utflykter bland annat för en fackförening. Under evenemanget Världsarvsdagarna på Molpehällorna testade man även programpunkter och aktiviteter. Backgren säger att de kommer att fortsätta att testa olika upplevelsepaket i sommar.

Backgren säger att projektet har marknadsfört projektet och besöksmålen i olika tidningar, via Facebook, i RadioVega och på olika seminarier samt på evenemang. Det finns mycket planer för vidare utveckling av de två besöksmålen. Till sommaren tar man till helt nya marknadsföringskanaler. Man kommer att installera en Join me Tube på restaurang Strand Mölle med vilken man kan skicka videohälsningar online från världsarvsområdet. De planerar också att samarbeta med medborgarinstitutet för att ordna en akvarellmålningkurs på Rönnskär eller en naturfotograferingskurs på Molpehällorna. Man kommer också att samarbeta med Röda korset som kommer att ordna ett överlevnadsläger för ungdomar på Molpehällorna.

6.2. Hur ser tjänstekonceptet, tjänstesystemet och tjänsteprocessen ut för besöksmålen och vilka områden är i behov av utveckling inom dessa tre?

När man utvecklar en tjänst behöver man se på hur hela tjänsteerbjudandet ser ut med dess tjänstekoncept, tjänstesystem och tjänsteprocess och vad som är i behov av utveckling. (Wilhelmsson & Edvardsson 1994, s.40-43) Under undersökningens gång fick jag en klarare bild hur hela tjänsterbjudandet ser ut idag. Molpehällorna och Rönnskärs naturstationer ägs av den statliga organisationen Forsstyrelsen vilket gör att det blir mera komplicerat vad det gäller tjänstekonceptet. Om man ser det ur Forststyrelsen synvinkel kunde kärntjänsten för både Molpehällorna och Rönnskär vara själva uthyrningen av naturstationen, bitjänsten kunde vara naturstigen och faciliteterna. Stödtjänster kunde vara användningen av t.ex. gästbryggan eller bastun.

Ser man det från turismföretagarens synvinkel, i det här fallet Peter Björkqvists, som erbjuder transport ut till besöksmålen, då är själva båtresan till Molpehällorna eller till Rönnskär kärntjänsten. Bitjänsten kunde vara själva båten som gör transporten möjlig och stödtjänster kunde vara Hällsmörgåsarna som de bjudit på under utflykterna som ger ett

mervärde till tjänsten. Kärntjänsten, bitjänsten och stödtjänsterna måste utgå från kundernas behov. (Grönroos 1987, s. 87) Om turisterna kontaktar Björkqvist för att köpa en båtresa ut till Molpehällorna är primärbehovet just båttransport till utflyktsmålet. Om det är en enskild turist som kommer till besöksmålet med egen båt är det Forststyrelsens tjänsteerbjudande som används. Det primära behovet kan då vara till exempel användningen av gästbryggan och det sekundära behovet kan vara att promenera naturstigen eller tvärtom.

Tjänstekonceptet måste utgå ifrån marknadens behov. (Wilhelmsson & Edvardsson 1994, s.18) I min undersökning fick jag veta vilka motiv kunderna har till att besöka besöksmålen och vad deras behov är. Respondenterna från målgrupperna berättar om vilka motiv de har för att besöka Molpehällorna eller Rönnskär. Lidholm säger så här: *”För det första är utkikstornet jättefint och naturen är ju superfin. Vi kanske inte förstår det du och jag som är uppväxta här men folk från Östra Finland och från inre Finland tycker det är jättehäftigt. Det tycker jag är tillräckligt bra motivering.”*

Peter Björkqvist berättar om sina kunders behov: *”Nog är naturen huvudsaken men allting annat också, både båtresan och fotografering. Folk är intresserade av olika saker. Firar de 50-års kalas är det kanske inte så intresserade av naturen utan annat. Då när vi hade Hästbacka som naturguide så det drog nog folk.”*

Det huvudsakliga motivet för ett företag att köpa en tjänst till Molpehällorna eller Rönnskär är oftast ett möte och för det andra väljer man dessa besöksmål tack vare den unika naturen. De primära behoven är transport till besöksmålet, middag och möjlighet att hålla möten. För skolorna är det huvudsakliga motivet en lägerskola men också att få vara i världsarvsnaturen. Transport och övernattnig är de primära behoven för dem. Några respondenter påpekar också att Molpehällorna är ett perfekt ställe att hålla lägerskolor på. Dock går åsikterna isär. Anna Meriruoho menar att stället måste renoveras för att barn skall kunna vistas där. Jan-Henrik Häggdahl säger också att ytterområdet måste ses över på grund av att där kan finnas saker som är farliga för barn. För enskilda turister kom det fram i Forststyrelsens besökarundersökning att de viktigaste motiven för att besöka ett besöksmål i Kvarkens skärgård var landskap, att uppleva naturen, avkoppling och samvaro med eget sällskap. (Meriruoho 2010 s, 30) Tjänste idén och tjänstekonceptet måste utgå från dessa behov enligt Grönroos. (1987 s, 87) I tjänsteutvecklingsförslaget har jag beaktat dessa aspekter men jag har inte ändrat så mycket på själva tjänsteidén och kärntjänsten. Kärntjänsten för tjänstekonceptet är fortfarande transport i utvecklingsförslaget. För

Forststyrelsen är kärntjänsten fortfarande övernattning, användning av bryggan eller naturstigen beroende på vilket primärbehovet är och för vilken målgrupp.

Wilhelmsson & Edvardsson säger för att utveckla tjänstekonceptet utvärderar man den interna och externa analysen samt en kommersiell värdering genom att analysera intäkter och kostnader. (1994, s 30) Anna Meriruoho berättar i intervjun att i den nya turismplanen finns det beräkningar på vad det skulle kosta att renovera sjöbevakningsstation på Molpehällorna.

Peter Björkqvist som har erfarenhet av att driva verksamhet på naturstationerna säger: *"Nog är det lönsamt de gånger man far men det är ju så litet. Man kan nog nästan bara ha det som hobby med så få gånger så blir det ju inga pengar. Nog går det på plus de gånger man far men drar man bort alla sorts kostnader så då blir de inget kvar."* Priset som Björkqvist tar är 150 € för ena vägen ut till Molpehällorna. Det vill säga 300 € tur-retur. Priset vet han inte exakt hur han kommit fram till men det beror på att det är dyrt att besikta båten samt att de är så få gånger som han kör ut. Vill man åka till Rönnskär är priset dubbelt mer än till Molpehällorna.

De två målgrupperna som jag valt att undersöka har väldigt olika ekonomiska utgångslägen. Jonas Lidholm säger: *"Det skall funka, för företag har så lite tid men det får också kosta ganska mycket. . Kvaliteten är det viktigaste. Priset är oväsentligt eller inte lika viktigt."* Så här säger Häggdahl om skolornas budget: *"Vi far ut alla år men det finns ett problem, att det börjar bli väldigt dyrt. Skolorna har inte så mycket pengar. Det är inte så dyrt att vara där men det är transporterna som kostar."* Ett faktum är att skolor och företag är ganska olika målgrupper speciellt när det gäller budgeten för vad ett besök till Molpehällorna eller Rönnskär får kosta. Detta gör att prissättningen blir svårare vid utvecklingen av tjänsterna. Idag har Forststyrelsen gjort så att priset på uthyrningen av naturstationerna är 50% billigare för skolgrupper. För Peter Björkqvist är det svårare att gå ner i pris eftersom de fasta kostnaderna är de samma. Man kan alltså konstatera att den ekonomiska lönsamheten för en företagare som vill driva verksamhet här inte är helt självklar i dagens läge. Det kan finnas ekonomiska risker för en turismföretagare som vill driva verksamhet på dessa besöksmål. För att utveckla alla de fysiska och tekniska resurserna som finns med i mitt tjänsteutvecklingsförslag behövs ekonomiska resurser. Anna Meriruoho säger att Forststyrelsen inte har några ekonomiska resurser. Hon föreslår att man kunde söka om projektpengar eller tillsammans med andra aktörer försöka samla ihop kapital. I mitt tjänsteutvecklingsförslag är prissättningen den samma som idag.

I tjänstesystemet för besöksmålen ingår medarbetare, kunder, organisation och de fysisk/tekniska resurser. (Wilhelmsson & Edvardsson 1994, s.20) Medarbetarna är även en av de viktigaste kvalitetspåverkande resurserna enligt Grönroos. Kommunikationen mellan kontaktpersonalen och kunder är viktig för kvaliteten. (Grönroos 1987, s. 87) I tjänstesystemet för Molpehällorna består medarbetaren av Forststyrelsen, Peter Björkqvist som turismföretagare och gårdskarlar, Korsnäs kommun med projektet Livet som Lots och Österbottens Turism r.f. För Rönnskär ser tjänstesystemet lite annorlunda ut. Forststyrelsen, Livet som Lots projektet, Österbottens Turism r.f. är de samma men förutom Peter Björkqvist som turismföretagare finns även två andra båtöretagare från Bergö. På ön har även Vasa segelförening och Bergö samfällighet faciliteter. Även restaurang strand Mölle kan ses som en medarbetare och samarbetspartner eftersom de ingått i Peter Björkqvists utflykter ett antal gånger. Medarbetarna är en av de viktigaste resurserna i tjänstesystemet och den avgörande faktorn för att kunden skall uppleva tjänstekvalitet. (Grönroos 1987, s, 86)

Förhållandet mellan medarbetarna och kunderna är väldigt viktigt och påverkar kvaliteten. (Grönroos 1987, s, 86) För Molpehällorna och Rönnskär är kunderna främst i kontakt med Peter Björkqvist och de två andra båtöretagarna från Bergö. Peter säger i sin intervju att han fått positiv feedback av sina kunder om sina tjänster samt Molpehällorna och naturen. Kontakten mellan Forststyrelsen och kunderna sker endast vid uthyrning av naturstationerna samt att kunderna har möjlighet att ge feedback via Forststyrelsens hemsida utinaturen.fi. För övrigt kommer den enskilda kunden bara i kontakt med den service som Forststyrelsen erbjuder som gästbryggan, naturstationen och grilltak. En informations punkt om världsarvet finns även vid Strand Mölle. I undersökningen kom det fram i intervjun med Meriruoho att det finns ett behov av kundservice. En lösning som kom fram i undersökningen var att man under sommaren skulle ha en eller två sommarjobbade stationerade på besöksmålet för att sköta om kundservice, underhåll av naturstationen och matlagning. Några av respondenterna föreslog att lönen till dessa kunde komma från kommun eller från sysselsättningsstöd.

I intervjun med Peter Björkqvist berättar han att han samarbetat med kommun med marknadsföring och världsarvsdagarna. Han har även samarbetat med de två andra båtöretagarna när de haft större grupper som behövt transport till besöksmålen. Peter och Forststyrelsen samarbetar aktivt med varandra. De har uppgjort ett skriftligt avtal om

användningen av naturstationen, han rapporterar årligen om sin verksamhet, han sköter om faciliteterna och gården på Molpehällorna åt Forststyrelsen, Björkqvist hyr naturstationen ibland för hans turistgrupper. Han säger i intervjun att han inte har något samarbetet med Österbottens Turism r.f. I flera intervjuer kom det fram att samarbetet med restaurang strand Mölle borde öka. Möjligheten att få mat på besöksmålet är ett behov säger både Jonas Lidholm och Jan-Hendrik Häggdahl som representerar kundgrupperna. Backgren och Lidholm menar att en bra ide är också att äta lunch eller middag på restaurangen före eller efter utflykten till besöksmålet. Erkki Laaksonen påpekar även att samarbetet med restaurang Strand Mölle skulle vara viktigt.

Flera respondenter säger att det är nödvändigt med fler turismaktörer speciellt båt företagare. Ann-Sofi Backgren säger: *"Transporterna är en flaskhals och de är dyra"*. Anna Meriruoho: *"Om man vill utveckla Molpehällorna och Rönnskär som besöksmål måste man ha regelbunden båttransport dit"* Samarbetet mellan de olika aktörerna är i behov av utveckling och även med andra aktörer i Kvarkens skärgård. I utvecklingsförslaget ingår ett större samarbete med restaurang strand Mölle.

I organisationen är en resurs i tjänstesystemet och för den nya tjänsten bör ansvar och olika roller vara tydliga mellan de olika medarbetarna (Wilhelmsson & Edvardsson 1994, s.21) I min undersökning kom det fram att det ibland är problematiskt när de finns många aktörer. Ibland råder det förvirring om på vems ansvar olika saker ligger. Anna Meriruoho sade i intervjun att man lägger för mycket ansvar på Forststyrelsen och om man är i behov av pengar kommer man till dem även fast de inte har några sådana resurser. Hon menar att det även måste finnas turismföretagare som tar tag i utvecklingen av besöksmålen. Meriruoho säger att de jobbar med organisationen och fördelning av ansvarsområden i den nya turismplanen. *"Vi försöker ha en organisation mellan kommuner, Forststyrelsen och sedan en förening i Havets hus och den heter Världsarvet i Kvarkens r.f. Vi försöker ha en organisation som ansvarar för kundbetjäning och broschyrer och sådana saker."* Organisationsstrukturen är i behov av att tydliggöras och utvecklas.

Kunderna är en del av tjänstesystemets resurser och när man utvecklar en tjänst bör man tänka på allt som har med kunder att göra som till exempel samspelet mellan kunder och medarbetare. (Edvardsson 1996, s. 88) Konsumenternas påverkan har stor betydelse för kvaliteten menar Grönroos. (1987, s.88) Kunderna idag består mest av skolgrupper, enskilda båtturister och företagsgrupper. Backgren vill locka mer skolbarn men även nya

grupper som pensionärer, finskspråkiga och kursdeltagare genom att använda ”storytelling”, lokalhistoria, kurser och nya upplevelsepaket på de båda besöksmålen. Erkki Laaksonen tror att en ny målgrupp kunde vara dykarturister både från Finland och från utlandet eftersom det finns förlista skepp i vattnen utanför Molpehällorna och Rönnskär. Laaksonen säger också att man borde satsa på enskilda turister. Dykarturismen är även en ny nisch som ingen provat på menar han. Peter Björkqvist berättar om fjolårets verksamhet: *”I fjol var det ca 13-14 utflykter. Allt från företag till skolor. I våras var det mycket skolor. Även ett 50-års kalas.”*

Interaktioner kunder emellan och kundernas samspel med tjänstesystemet samt deras roll i tjänsteprocessen är viktigt i utvecklingen av tjänster. (Wilhelmsson & Edvardsson 1994, s.21) En del av kundens uppgift i tjänsteprocessen är att hitta tjänsten och att boka. I undersökningen kom det fram att det är ett problem för kunderna att hitta Peter Björkqvists tjänster eftersom de endast marknadsförs på en eller två hemsidor. Anna Meriruoho säger så här: *”Jag vet inte t.ex. om Peter Björkqvist marknadsför sina produkter. Det är kanske bara byborna i Molpe som vet att han erbjuder någonting”*

För enskilda turister är deras roll mindre styrd speciellt om de inte hyr naturstationen utan bara använder bryggan och naturstigen. Viktigt är att kunden vet vad hans roll i tjänsteprocessen är. Peter Björkqvist är själv med under hela tjänsteprocessen och kan handleda kunderna, förutom i de fall där kunden övernattar på naturstationen. Då är de antingen Forsstyrelsens eller Björkqvists uppgift att informera kunden om användningen av huset och elektricitet osv. I mitt tjänsteutvecklingsförslag finns sommarjobbarna på plats som en ny del i tjänstesystemets resurser på besöksmålet och har hand om kundservicen.

Enligt Grönroos är tillgängligheten en av de kvalitetspåverkande resurserna. (1987 s. 88) För kunderna idag är det inte lätt att veta hur de skall gå till väga för att ta sig till besöksmålen på egen hand eller hur de kan köpa tjänster till Molpehällorna och Rönnskär. Anna Meriruohos kommentar lyder: *”I dagens läge är det inte lätt för turister eller besökare att få information eller att köpa de där olika produkterna”*. Tillgängligheten är definitivt ett viktigt utvecklingsområde för besöksmålen för att underlätta kunden roll i tjänsteprocessen. Laaksonen säger så här om tillgängligheten: *”Det som finns på Forststyrelsens sidor så får inte vara kommersiell marknadsföring. Det är problem för dig eller för en kund som skulle vilja köpa men det står bara att det finns båtförare men det*

står inte vem dessa är.” Tillgängligheten är också en av kvalitetsfaktorerna som påverkar den upplevda tjänstekvaliteten enligt Wilhelmsson & Edvardsson. (1994, s.21)

Även de fysiska/tekniska resurserna har en stor betydelse för tjänstekvaliteten och bör utvecklas i den nya tjänsten. (Grönroos 1987, s. 88) De fysiska resurserna för de båda naturstationerna är själva byggnaderna, hamnen, bryggor, grilltak, naturstigen samt skyltningen, träbåken, vippfyren och all annan fysisk utrustning som finns på naturstationen. De tekniska resurserna är väldigt begränsade. Hit kan Forsstyrelsens, kommunens och Österbottens Turism r.f:s hemsidor räknas där man hittar information om naturstationerna. Ett citat av Meriruoho lyder: *”Men man borde ha en webbsida, ett bokningssystem och sedan produktblad eller broschyrer och kundbetjäning.”* Häggdahl, som representerar en av målgrupperna säger så här om utvecklingsbehovet av de tekniska resurserna *”Nu går det nog när det är så få som använder det men om man skall börja använda det för turister och olika ändamål så måste bokningssystemet fungera. Det skulle behöva vara en online bokning så att du kan gå in och se vilka dagar som är lediga.”* Lidholm som representerar företag säger så här om ett online bokningssystem: *”Det beror på hur man bygger upp det. När det är ledigt, ja och preliminär boka, ja men jag vill nog också ha någon att ringa och prata med och fråga hur kommer vi dit finns det säng kläder, finns det gas där. Men det skulle vara bra att kunna se vilken helg det är bokat och när det är ledigt.”* Behovet av ett online bokningssystem finns och det är med i min tjänsteutveckling. Ett online bokningssystem på en gemensam hemsida för turimtjänster i Kvarkens skärgård skulle även förbättra tillgängligheten av turismprodukter som utflykter till besöksmålen Molpehällorna och Rönnskär.

Peter Björkqvists båt kan även räknas till teknisk utrustning och i tjänsteutvecklingsförslaget har turismföretagaren två båtar eftersom behovet att transportera en större grupper som skolor finns. För att detta skall vara möjligt måste efterfrågan öka så att intäkterna ökar. De fysiska resurserna är ett av de största utvecklingsbehoven för besöksmålen. Nedan finns några av de citat som nämner utvecklingen av de fysiska resurserna. Anna Meriruoho: *”Molpehällornas naturstation är inte i bra skick. Man måste renovera naturstationen innan några turister, besökare eller skolbarn kan åka dit och t.ex. övernatta.”*

Jan-Henrik Häggdahl som har erfarenhet av att besökt Molpehällorna med skolbarn i 20 års tid säger så här: *”Jag skulle säga att Rönnskär är i bättre skick än Molpehällorna, det*

är väldigt snyggt, städat och i bra ordning, bättre än på Molpehällorna. Huset på Molpehällorna är nog bra men det skulle måsta renoveras ännu mera. Så är det själva stationshuset eller bostadshuset så där har de lagat nytt tak på men det skulle måste lagas bättre där inne och renoveras invändigt. Bastun och duschtrymmena är i dåligt skick. Det kan också finnas lite mögel i utrymmena. Men det går nog ändå. Det största problemet på Molpehällorna är nog ytterområdet, båthallen börjar bli så förfallen och det finns ingen simstrand.”

Trots många negativa kommentarer om speciellt Molpehällornas naturstation säger Peter Björkqvist så här: *”Det är nog så lite folk som är där nu så jag skulle säga att man inte behöver göra så mycket. Men det är klart att om det skulle bli mera folk där om Ann-Sofi får igång det så då finns det ju andra behov. Det är ganska svårt för rörelseförhindrade där. Det har ju ett förråd i båthuset som skulle vara bra att göra en bastu av. Köket är i behov av renovering för att man skall kunna tillreda mat åt grupper”* Björkqvist påpekar också att uthuset där utedasset och vedlidret finns är i behov av renovering eftersom det börjar bli ruttet.

Så här lyder Ann-Sofi Backgrens citat om de fysiska resurserna på naturstationerna. *”Men om folk är beredda på det att det är lite lägerskolboende och du finner en viss charm med att bo lite enklare så är de fullt funktionsdugliga. Det finns en bastu som nog borde renoveras. Men det finns en diskussion om att det bästa skulle vara om man skulle få en strandbastu dit. Ingen lyx men funktionsdugligt. På Rönnskär har de nog satsat och renoverat upp det.”*

Jonas Lidholm säger i följande citat att både fysiska/tekniska resurser är i behov av utveckling. *”Möjlighet till att få mat där och så skulle det måsta ytrenoveras och sedan är det praktiska saker med vatten och bastu och sådant. Om man tänker att man skall spendera tid där att det finns grundsaker där. Om man skall ha något möte eller seminarium där skall det finnas all modern datautrustning med videokanoner och kanske till och med W-lan.”* De flesta respondenterna var överens om att åtminstone någon del av Molpehällornas naturstation är i behov av renovering speciellt om verksamhet kommer att öka. Bastun var en av de fysiska resurserna som alla nämnde att var i behov av renovering eller att man kunde bygga en helt ny strandbastu. Många tyckte också att man borde fräscha till eller ytrenovera inomhus men att de i det stora hela var okej.

Tjänsteprocessen måste noggrant ses över vid utvecklingen av en tjänst, menar Wilhelmsson & Edvardsson.(1994, s.31) Följande citat beskriver hur tjänsteprocessen av en utflykt till Molpehällorna ser ut idag. Björkqvist beskriver tjänstprocessen kortfattat så här: *"Vi far från Bredskärs fiskehamn, bestämmer en tid och när de skall vara tillbaka. Om de bara skall vara där en timme så är jag där och väntar. När vi hade ordnat utflyktsdagarna själva så hade vi naturguider t.ex. Hästbacka. På Världsarvsdagarna hade vi också skattjakt."* Björkqvist beskriver Rönnskärs tjänstprocess så här: *"I fjol var det Malax kommun, så vi var ut med alla tre båtarna. Två från Bergö. Sedan var det en annan grupp som var någon naturorganisation. De hade seminarium eller föreläsningar och sedan gick vi runt på Storskäret och var upp i toppen där och sedan till begravningsplatsen."*

Björkqvist säger att det sällan är övernattningar och oftast heldagsutflykter till Rönnskär. Dock måste man beakta att efterfrågan på utflykter till Rönnskär är mycket mindre. Till Molpehällorna är det ca hälften övernattningar och hälften heldagsutflykter. Jonas Lidholm påpekar att företagen har väldigt lite tid att de aldrig övernattat när det varit på utflykter i närregionen. *"Jag tror faktiskt att vi aldrig har varit inkvarterade på något ställe. Oftast är det tidsbrist. Man har kanske ett möte på dagen också far man ut på något på eftermiddagen - kvällen och så avslutar man med middag också far man hem igen. Det är det där standard konceptet."* Rektor Jan-Henrik Häggdahl säger att när de är på lägerskola övernattar de en natt och åker hem nästa dag. Detta är något att tänka på när man utvecklar dessa besöksmål. Beroende till vem man riktar sina produkter måste man ta i beaktande hur mycket tid kunden har att stanna på besöksmålet.

Ann-Sofi Backgren har även varit med och ordnat utflykter till Molpehällorna. Nedan följer ett citat av henne: *"I fjol testade vi också med fackföreningar som hade sommardagar där eller bara att fara ut på en kväll. Så jag for ut med det gänget så gick vi först in i stationshuset där jag berättade om sjöbevakningstiden och var upp i tornet och såg på utsikten. Sedan promenerade vi naturstigen till vippfyren och där berättade jag lite om Jakob Rautio. Sedan promenerade vi tillbaka och grillade korv och hade picknick som vi hade med och satt därute och så berättade jag lite smuggelhistorier och sådant och sedan for vi hem igen klockan 22.00."*

Jonas Lidholm berättar om en typisk dag när han varit med företaget på olika dags utflykter. *"Då far man kanske ut om man har en dags möte kl 8-9 på morgonen, har möte*

till kl 12 och då skall det finnas kaffe, bulla och smörgås. Man skall ha mat en timme och så fortsätter man på eftermiddagen och sen middag och kanske några aktiviteter. Det behöver inte vara något avancerat. Lättare saker som luftgevärsskytte eller binder ihop varandra och går runt naturstigen eller vad som helst och så avslutar man med bastu eller något sådant.” När Jonas Lidholm besökte Molpehällorna med en företagsgrupp från Wärtsilä var det en dagsutflykt med Peter Björkqvist. De stannade på Molpehällorna över dagen, åkte hem på kvällen och avslutade med middag på restaurang Strand Mölle.

Tjänsteprocessen för ett besök till Molpehällorna eller Rönnskär är i behov av utveckling på vissa plan. Tjänsteprocessen är förankrad i tjänstekonceptet och tjänstesystemet. Ändrar man på dessa måste man också tänka om tjänsteprocessen. (Wilhelmsson & Edvardsson 1994, s. 30) Till exempel skulle det vara bättre att starta från restaurang Strand Mölle om gruppen äter lunch där. Dock måste faret förbättras för att detta skall vara möjligt säger Peter Björkqvist. I mitt tjänsteutvecklingsförslag har jag gjort upp ett produktions/konsumtions schema för den nya tjänsten där man tydligt kan se hela processen och vilka resurser kunden är i kontakt med.

6.3. Hur upplever besökarna tjänstekvaliteten och hur kan man utveckla kvalitén?

När man utvecklar en tjänst bör man ta i beaktade kvaliteten redan från början menar Wilhelmsson & Edvardsson. Kvaliteten bör byggas in i tjänsten. (1994 s. 68) Punkt fyra och fem i Grönroos tjänsteutvecklingsfas handlar om att identifiera och planera de kvalitetspåverkande resurserna som kontaktpersonal, fysisk-tekniska resurser och konsumenterna. Även tillgänglighet, kontaktpersonalens kommunikation, stödtjänster, konsumenternas inflytande på tjänsten är viktiga kvalitetspåverkande resurser. I min undersökning och i utvecklingen av tjänsten har jag analyserat dessa och tagit med dem i utvecklingen.

På Forststyrelsen jobbar man mycket med kvalitetsmanagement. Så här säger Anna Meriruoho om hur man jobbar med kvalitet av besöksmål i Kvarkens skärgård: *”Forststyrelsen har redan nu en Laadunhallinta, alltså ett Kvalitetsförsäkringssystem. Vi har på utinaturen.fi ett formulär där man kan ge respons och på kvarken.fi finns en annan kanal för att ge respons. Sedan har vi en respons formulär som vi skickar ut till turismföretagarna varje år. Vi frågar turismföretagarna och besökare om kvaliteten om*

besöksmålen som vi uppehåller. Sedan har vi också gjort den där besökarundersökningen och där finns ganska många frågor om kvalitet. Jag tycker också att det är turistföretagarnas jobb att fråga deras kunder om hur deras kunder upplever kvaliteten och vad som borde göras bättre. Samma sak gäller också Österbottens Turism r.f. De får finansiering av kommuner och turistföretagare så de borde fråga kommunerna och turistföretagarna och sina egna kunder och turister om kvaliteten. Vi måste göra det tillsammans. Den feedback som Forststyrelsen får måste vi informera till kommuner, turistföretagare, Österbottens Turism r.f. att de sakerna måste man jobba med.”

Peter Björkqvist berättade om vad hans kunder tycker om kvaliteten för hans tjänst och Molpehällorna: *”Huvudsakligen positivt, förmånligt ställe att hyra och det finns nästan allting där.”* Det kom också fram i min undersökning att kvaliteten för Rönnskär var högre än för Molpehällorna. De faktorer som påverkade detta var att Rönnskärs naturstations fysiska resurser är bättre i skick, den är mer städad och naturen är speciellt vacker där. En annan viktig orsak som Häggdahl nämnde var att mer folk rör sig på Rönnskärs naturstation så den är mer ”ombonad” och inte lika öde som Molpehällorna. Eftersom det kom fram i min undersökning att behovet för utveckling var större för Molpehällorna än för Rönnskär har jag också valt att koncentrera utvecklingsförslaget till Molpehällorna. Meriruoho sade i intervjun att de saker som kom fram i Forststyrelsens besökarundersökning som borde utvecklas för att höja kvaliteten på besöksmålen var: tjänster för rörelsehindrade, avfallshantering, bättre i landtagningsmöjligheter och information om säkerhet t.ex. på naturstigarna. Naturen var något som kunderna var mycket nöjda med.

Det är ganska svårt att säga om kunderna upplever tjänstekvalitet speciellt för de självständiga besökarna som kommer med egen båt till besöksmålen. Enligt Peter Björkqvist så upplever hans kunder tjänstekvalitet eftersom han fått mest positiv kritik. Jan-Henrik Häggdahl och Jonas Lidholm som representerar målgrupperna skolor och företag som mest besökt Molpehällorna hade ganska mycket negativt att säga speciellt om de fysiska resurserna. Däremot var de väldigt nöjda med naturen. Häggdahl sade att Björkqvist tjänst var dyr för skolor och Lidholm sade att priset inte hade någon betydelse bara kvaliteten var hög.

Förväntningar är också något som påverkar om kunderna upplever tjänstekvalitet vilket jag har beaktat i tjänsteutvecklingsförslaget för att höja kvaliteten. (Grönroos 1987 s, 83) För

de två målgrupperna är förväntningarna på kvalitet ganska olika. För företagsgrupper är förväntningarna höga och om de inte motsvarar vad de får kommer de inte att uppleva tjänstekvalitet. Kraven på kvalitet är högre för en företagsgrupp än för en skolgrupp. Skolgrupper har också förväntningar och behov men de är kanske vana med en lägre standard på till exempel övernattningsfaciliteter speciellt eftersom skolor har mindre pengar än företag. Man behöver förbereda kunderna väl och ge dem realistiska förväntningar för att de skall uppleva kvalitet.

För att höja kvalitet har jag tagit i beaktande vad som sagts i min undersökning samt de kvalitetspåverkande resurserna som Grönroos beskriver. (1987, s. 88) I tjänsteutvecklingsförslaget har jag utvecklat ett online bokningssystemet för att förbättra tillgängligheten för kunderna. Engagemang bör finnas hos personalen och det har jag utveckla genom att ha personal från lokalbefolkningen som är engagerade i sin egen orts naturarv och kulturhistoria. Bokningssystemet, säkerhet och transport bör vara pålitliga och säkra för att höja kvaliteten. Personalen bör också vara utbildad t.ex. sommarjobbarna bör vara turismstuderanden och fått en världsarvsutbildning. Enkelhet och tydlighet uppnår jag i mitt utvecklingsförslag genom att hålla verksamheten småskalig, enkel hemsida och bokningssystem samt genom att använda broschyrer som hör till världsarvet Kvarkens skärgård. Personalen är tydlig med vad kundens roll är i tjänsteprocessen. Funktionell och teknisk kvalitet som Grönroos beskriver har jag också beaktat i och med utvecklingen av de tekniska resurserna. Funktionell kvalitet kan till exempel uppnås genom att ha kunnig, engagerad och trevlig personal.

6.4. Hur skulle tjänsteutvecklingsförslaget se ut för besöksmålen?

Den sista frågeställningen är den huvudsakliga frågan och mitt syfte med undersökningen. Jag kommer först att presentera de viktigaste behoven för utveckling och idéer till tjänsteutvecklingsförslaget som kom fram i min undersökning. I nästa kapitel presenterar jag det nya tjänsteutvecklingsförslaget som följer Grönroos tjänsteutvecklingsfas.

I min undersökning ville jag samla idéer och behov till ett tjänsteutvecklingsförslag av respondenterna som alla har special kunskap om besöksmålen. Jag har redan tagit upp mycket angående själva tjänstekonceptet, tjänstesystemet och tjänsteprocessen men här kommer jag att presentera de idéer och behov som mina respondenter hade för att utveckla Molpehällorna och Rönnskär. Anna Meriruoho sade en viktig sak i sin intervju: ”*Man*

måste ha något slags innehåll i turismprodukterna. De där byggnaderna, visst de är viktiga men jag tycker att det är viktigare för besökare och turister med innehåll och berättelser. Att turismprodukterna inte bara är att övernatta eller bada i bastu. Innehåll som storytelling eller guidade utflykter dit eller en fin eldplats för båtfolk. Sådana små saker.” Vad Meriruoho säger beskriver ganska bra hur mitt tjänsteutvecklingsförslag kommer att se ut. Jag vill skapa ett tjänsteutvecklingsförslag som är realistiskt med tanke på dagens resurser och efterfrågan och satsa mer på innehåll än på utvecklingen av fysiska resurser.

Jag ville utveckla besöksmålen med en tyngdpunkt på kulturen och naturen. Storytelling är något som alla respondenter föreslagit eller varit positiva till. Meriruoho nämner storytelling som innehåll i turismprodukten. Ann-Sofi Backgren är speciellt positiv till storytelling. Backgren säger i intervjun att hon vill använda lokalhistoria och storytelling för att locka besökare till besöksmålen. Backgren kommer speciellt att använda sig av berättelsen om fyrvaktaren Jakob Rautio på Moikipää fyr. Boken som är tryckt år 1891 har hittats i Kuopio och tros vara det enda exemplaret i Finland. Möjligtvis finns även ett finskt exemplar bevarat. Korsnäs kommun kommer att göra en nytryckning av boken. En stumfilm har också spelats in om Jakob Rautio. Backgren säger: *”Man skulle då kunna ha storytelling och även visa lite stumfilm.”*

Backgren säger också att historier om kaffe och spritsmuggling som funnit i dessa trakter passar bra som storytelling. För Rönnskär finns även mycket historiskt material som man kunde använda sig av. Backgren vill använda historier om Mårten Uhrväder, lotstiden, krigstiden och vapensmuggling. Lindholm är också positiv till att använda storytelling som programpunkt i en utflykt till besöksmålet med en företagsgrupp. Han påpekar dock att det måste vara på tre olika språk och att det inte blir för långt. Peter Björkqvist säger att han tycker det är viktigt med storytelling och att han själv alltid vill delta i sådana aktiviteter när han besökt till exempel Höga kusten. Erkki Laaksonen tror också på storytelling och att man borde samla alla historier i ett välgjort häfte som alla turismaktörer runt om i trakten skulle ha. Laaksonen säger så här: *”Men att man får den där storn berättad inomhus med bildspel och sedan kan man fara ut och se de där samma ställena. Jag skulle nog satsa på den här historiebiten.”* Jag har använt storytelling i mitt utvecklingsförslag. På så vis får jag med den kulturhistoriska biten i tjänsteutvecklingen.

I några av intervjuerna diskuterades att man kunde använda uthuset på Molpehällorna till utställningsutrymme för till exempel information om världsarvet, sjöbevakningsstationen samt flora och fauna. Speciellt Jan-Henrik Häggdahl påpekade att detta var ett stort behov för skolorna som kommer dit. Molpe skola tar med egen information om naturarvet osv. Hans åsikt lyder: *"Men skulle man städa ur det så skulle man kunna ha en bra utställning där om stationens historia och naturarvet osv. Det går ju för oss som vet hur det är att ha med information men kommer det en skola från Petalax skulle det vara bra om det skulle finns där färdigt. Om Peter kör ut ett företag eller grupp som vill ha något möte där ute så kan ju inte de börja ta med kartor och fåglar utan allt måste finnas där på plats i något snygg utställningsutrymme."* Björkqvist säger också att han tycker det skulle vara en bra idé att använda uthuset till utställningsutrymme. På Rönnskär finns redan en fotoutställning men samma behov finns där att samla information om natur- och kulturarvet i en snygg utställning. I mitt utvecklingsförslag finns detta med.

Ett problem är att Rönnskär ligger så pass långt ut att de gör förutsättningarna annorlunda. Utflykten till Rönnskär är också väldigt beroende av vädret. Erkki Laaksonen sade så här: *"Molpehällorna skulle vara det här fasta där de här tre sommarjobbarna finns. Så båten kommer dit, och så kan det vara någon enstaka som har köpt en utflykt till Rönnskär och resten blir där och så far men på en utstickare med en snabbgående mindre båt dit."* Detta förslag valde jag att ta med i mitt utvecklingsförslag. Jag bestämde att koppla ihop utflykterna med varandra.

Den första punkten i Grönroos tjänsteutvecklingsfas är strategival. Jag har valt att använda mig av en serviceorienterad strategi. (1987 s, 39) Som sagt tidigare kom det fram i undersökningen att mycket av de fysiska resurserna behöver utvecklas men även servicen för kunderna. Det finns inte heller ekonomiska resurser att genomföra all utveckling för de fysiska resurserna därför har jag valt att satsa på servicen. Punkt två är bestämning av kvalitetsmål vilken profil, teknisk och funktionell kvalitet. Allt som utvecklas inom tjänsteerbjudandet påverkar profilen och kvaliteten. Enligt Grönroos bör man göra upp ett produktions/konsumtions schema för tjänsteprocessen för att utveckla den nya tjänsten. Jag presenterar produktions/konsumtions schema för den utvecklade tjänsten eftersom jag beskrivit tjänsteprocessen för den nuvarande tjänsten i föregående kapitel. Punkt fyra och fem i Grönroos tjänsteutvecklingsfas som handlar om att identifiera och planera de kvalitetspåverkade resurserna. Det har behandlats i resultaten för frågeställning tre och fyra och finns med i tjänsteutvecklingsförslaget.

Jag har presenterat de viktigaste idéerna och behoven som kom upp i min undersökning. I nästa kapitel presentera jag själva tjänsteutvecklingsförslaget.

7. Tjänsteutvecklingsförslaget

I det här kapitlet beskriver jag tjänsteutvecklingsförslaget som baserar sig på de viktigaste resultaten av min undersökning. Tjänsteutvecklingsförslaget har jag valt att presentera korfattat och uppdelat i tjänstekonceptet, tjänstesystemet och tjänsteprocessen. Därefter presenterar jag produktions/konsumtions schemat för den utvecklade tjänsten. Själva tjänstekonceptet är ganska oförändrat och tyngdpunkten ligger på vissa delar av tjänstesystemets resurser samt tjänsteprocessen utgående från resultaten som presenterades i föregående kapitel. Tjänsteutvecklingsförslaget är ett gemensamt för besöksmålen där tyngdpunkten ligger på Molpehällorna.

Tjänstekonceptet: En turismföretagare erbjuder som kärntjänst båttransport främst till Molpehällorna och till Rönnskär om kunden önskar. Utflykterna ordnas på specifika dagar under sommaren eller per bokning. Turismföretagaren hyr naturstationen av Forststyrelsen i fall gruppen även vill ha övernattning eller vill använda faciliteterna. Utflykten kan kombineras med lunch eller middag före eller efter vistelsen på restaurang Strand Mölle. Alternativt kan en lagad matsäck fås med från Strand Mölle eller turismföretagaren/sommarjobbarna kan laga mat på naturstationen. Turerna samt besöksmålet kan kombineras enligt kundernas behov. Turismföretagaren kan även erbjuda nischade turer för fiske eller dykning. Programpunkter på besöksmålet kan vara guidning runt naturstigen och storytelling med bildspel, fiske, team building och skattjakt anpassat till barn eller vuxna. Programmet hålls av sommarjobbarna som fått en världsarvsutbildning eller en utbildad världsarvsguide. Broschyrer, material om världsarvet och den nytryckta boken om Jakob Rautio används. Priset på tjänsten är det samma som idag för hyrning av naturstationerna och transport. Kostnader för program och mat tillkommer.

Tjänstesystemet: Tjänsten marknadsförs på turismföretagarens egen hemsida samt via en gemensam hemsida för turismtjänster i Kvarkens skärgård. På hemsidan finns även ett enkelt online bokningssystem där man kan se vilka dagar som är lediga och preliminär boka. Nya marknadsföringskanaler används som Join me Tube. Tjänsten erbjuds främst till

målgrupperna skolgrupper och företagsgrupper. Turismföretagaren har två båtar så att det finns möjlighet att transportera en större grupp. Under sommaren finns två sommarjobbare ute på Molpehällorna som tar hand om kundservice, program, matlagning och underhåll av naturstationen. En del av uthuset på Molpehällorna har gjorts om till utställningsutrymme. Här finns en utställning om världs naturarvet och Molpehällornas kulturhistoria. På Rönnskär finns en liknande utställning om världs naturarvet och kulturhistorien. En strandbastu har byggts i samband med båthallen på Molpehällorna. Här finns också duschutrymmen som är anpassade för rörelsehindrade. Inne i stationsbyggnaden har man ytrenovert och gården har kontrollerats så att inga för farliga saker för barn finns. En enklare mötesutrustning finns på naturstationerna.

Tjänsteprocessen: Heldagsutflykter ordnas på specifika dagar under högsäsongen från restaurang Strand Mölle eller Bredskärs fiskehamn till Molpehällorna. Om någon beställt en tur till Rönnskär ordnas en kortare utflykt dit medans resten av gruppen stannar på Molpehällorna. Aktiviteter och program ordnas under dagen på besöksmålen. Övernattning i sjöbevakningsstationen om gruppen boka annars hemfärd till kvällen. Dagen avslutas i så fall med middag på restaurang strand Mölle. Övriga utflykter och hyrning av naturstationerna per bokning.

I produktions/konsumtions schemat finns alla de viktiga delmomenten som kunden genomgår i tjänsteprocessen för tjänsten. I detalj beskrivs också alla de resurser i tjänstesystemet som kunden är i kontakt med. Schemat beskriver i detalj hur den utvecklade tjänsten kommer att produceras och konsumeras i tjänsteprocessen och vilka de nya resurserna är i tjänstesystemet.

Produktions/konsumtions schema (Grönroos 1987, s. 89) för en företagsgrupp på en dagsutflykt till Molpehällorna, med avstickare till Rönnskär.

Delmoment	Resurser
1. Kunden bokar och betalar	Bokningssystem, Turismföretagaren
2. Kunderna kommer till Bredskärs hamn på morgonen	Hamnen, medarbetare
3. Påstigning	Bryggor, båten
4. Transport till besöksmålet	Natur, båt, väder, medkonsumenter

5. I landstigning	Bryggan, sommarjobbarna
6. Presentation av naturstationen	Faciliteter, området
7. Guidning av naturstigen	Naturstigen, guide, vippfyren, natur, utställningsutrymmet, material, infotavlor, bilder
8. Lunch eller medtagen matsäck	Mat, stämning, medkonsumenter, medarbetare
(1. Avstickare till Rönnskär)	(Natur, båt, väder, medkonsumenter)
(2. Guidning på Rönnskär)	(Faciliteter, miljö, natur, utställning)
(3. Hemfärd till Molpehällorna)	(Natur, båt, väder, medkonsumenter)
9. Storytelling	Berättare, material, bildspel
10. Bastubadning	Bastu, duschutrymmen, havet, medkonsumenter
11. Hemfärd till restaurang Strand Mölle	Natur, båt, väder, medkonsumenter
12. Middag på Mölle	Personal, mat, miljö, stämning

Jag har presenterat tjänsteutvecklingsförslaget och konsumtions/produktions schemat för den nya tjänsten. I nästa kapitel sammanfattar och reflekterar jag över mitt examensarbete i en avslutande sammanfattning.

8. Avslutande sammanfattning

Mitt syfte med examensarbetet var att skapa ett tjänsteutvecklingsförslag för besöksmålen Molpehällorna och Rönnskär. Jag valde att göra mitt examensarbete om tjänsteutveckling i Kvarkens skärgård eftersom att det finns ett behov att utveckla turismen och turismprodukter i Österbotten speciellt sedan utnämningen av Kvarkens skärgård till världsarv och tack vare projektet Livet som lots / Fyrvaktaren på Moikipää fyr. Jag uppnådde mitt syfte genom att först studera litteratur om tjänsteutveckling inom turism, turismen i Kvarkens skärgård, naturen och kulturhistorien i världsarvet. Därefter gjorde jag en kvalitativ undersökning genom att intervjua representanter från turismaktörer och valda målgrupps representanter som alla hade kunskap och erfarenhet av besöksmålen. Utgående från materialet jag fick genom min undersökning kunde jag besvara frågeställningarna och sammanställa ett tjänsteutvecklingsförslag som både baserade sig på målgruppernas behov och åsikter samt turismaktörernas behov och åsikter. Behovet av utveckling visade sig vara var större för Molpehällorna än för Rönnskär, därför blev det också ett gemensamt utvecklingsförslag som koncentrerar sig på Molpehällorna. Om jag hade vetat det före jag

började hade jag kanske avgränsat mitt examensarbete till att bara undersöka Molpehällorna. På samma gång var det också ett viktigt resultat som kom fram tack vare min undersökning. De största utvecklingsbehoven var; renovering av Molpehällornas faciliteter och behovet av en strandbastu, behov av utställningsutrymmen, mer regelbunden transport och fler transportföretagare, mötesutrustning, möjligheten att äta på besöksmålet, ett bokningssystem och en webbsida samt kundservice på besöksmålet. För att uppnå syftet skapade jag ett tjänsteutvecklingsförslag där jag beaktade de viktigaste utvecklingsbehoven samt kvaliteten. Målgrupperna för den nya tjänsten är främst skolgrupper och företagsgrupper.

Tjänsteutvecklingsförslaget är realistiskt men ekonomiska resurser krävs för att genomföra till exempel utvecklingen av fysiska/tekniska resurser. Mitt förslag till vidareforskning skulle vara en ekonomisk utredning av kostnader för renovering och bastubygge på Molpehällorna. En marknadsföringsplan borde även göras för besöksmålen. Tack vare utnämningen av Kvarkens skärgård till UNESCO:s världsnaturarv ökar turismen hela tiden. Förhoppningsvis kommer också efterfrågan att öka på utflykter till besöksmål som Molpehällorna och Rönnskär. Möjligheten att verksamheten skall öka på Molpehällorna och Rönnskär är fullt möjlig med tanke på att båda besöksmålen har en unik världsarvsnatur och kulturhistoria.

Källförteckning

- Gottfridsson, P. (2001) *Småföretags tjänsteutveckling – en studie av hur småföretag utvecklar individuellt anpassade tjänster*. Akademitryck AB: Stockholm
- Grönroos, C. (1987). *Marknadsföring i tjänsteföretag*. Liber: Stockholm
- Edvardsson, B. (1996) *Kvalitet och tjänsteutveckling*. Studentlitteratur: Lund
- Hietikko-Hautala, T. (2010). *Ekot från istiden. Kvarkens skärgård - ett världsarv*. Vasa: Waasa Graphics.
- Holme, I.M. & Solvang, B.K. (1991) *Forskningsmetodik – Om Kvalitativa och kvantitativa metoder*. Studentlitteratur: Lund
- Enetjärn, A & Molander, L.L. (u.å.) *Lanskapet och naturen i Kvarken*. Kvarkeguide. <http://www.kvarkeguide.org/natursv.html> (Hämtat 12.10.2010)
- Forststyrelsen. (u.å.) *Naturtyper*. http://www.kvarken.fi/Pa_svenska/Kvarkens_skargard/Natur (Hämtat 11.10.2010)
- Forststyrelsen. (2009). *Förvaltnings- och utvecklingsplan för världsarvet Kvarkens skärgård*. Helsingfors: Edita Prima Oy.
- Forststyrelsen (2006) *Kvarkens skärgård blir Finlands första naturområde på UNESCOs världsarvslista*. <http://www.metsa.fi/sivustot/metsa/sv/Aktuellt/arkiveradepressmeddelanden/Pressmeddelandenar2006/Sivut/KvarkensskargardblirFinlandsforstanaturomradepaUNESCOsvarldsarvslista.aspx> (Hämtat 17.1.2011)
- Forststyrelsen (u.å.). *Rönnskärs inkvarterings- och möteslokaler*. <http://www.luontoon.fi/page.asp?Section=2935&Item=3426> (Hämtat 16.11.2010)
- Forststyrelsen (u.å.) *Molpes inkvarteringslokaler*. <http://www.luontoon.fi/page.asp?Section=2935&Item=3424>(Hämtat 16.11.2010)
- Hissa Timo (u.å.) *Kvarken guide. Fäliskäret ur fågelperspektiv..* <http://www.kvarkeguide.org/img/pages/THroennskaer.html> (Hämtat 17.1.2011)
- Ismark, A. (2010). *Livet som lots- Fyrvaktaren på Moikipääfyr. Korsnäs Nytt, 2010 (5), 2.*
- Komppula, R. & Boxberg, M. (2002). *Matkailuyrityksen tuotekehitys*. Helsinki: Edita Prima Oy
- Kotler, P., Bowen, J. & Makens, J. (1999) *Marketing for Hospitality and Tourism*. Prentice-Hall Inc.: Upper Saddle River
- Kvarken guide. (u.å.) *Karta av Molpehällorna*. <http://www.kvarkeguide.org/molpesv.html> (Hämtat 17.1.2011)

- Kvarken guide. (u.å.) *Karta av Rönnskär*. <http://www.kvarkenguide.org/ronnskarsv.html> (Hämtat 17.1.2011)
- Malinen, P. Forststyrelsen. (u.å.) Naturrum Höga kusten. *Kvarkens skärgård*. <http://www.naturumhogakusten.se/hem/upplevvarldsarvet/omvarldsarvet/kvarkensskargard.4.769ea9c311f4ae6a45480003706.html> (Hämtat 17.1.2011)
- Meriruoho, A. (2009). *Företagsundersökning i Kvarkens skärgård har publicerats*. Forststyrelsen. http://www.kvarken.fi/Pa_svenska/Nyheter/Nyheter_2010/Foretagsundersokning_i_Kvarkens_skargard_har_publicerats (Hämtat 9.11.2010)
- Meriruoho, A. (2009) *Besökarundersökning på världsarvet Kvarkens skärgård 2009*. Forststyrelsen: Vasa
- Mikkonen Tuija (2006) Museiverket. *Fyr- och lotsöar i Kvarkens skärgård, Malax. Bottniska vikens äldsta båk (symbolfyr) i trä på Rönnskär*. http://www.kulturmiljo.fi/read/asp/rsv_kohde_kuva_print.aspx?KUYVA_ID=105884 (Hämtat 17.1.2011)
- Molander, L. (u.å.) Kvarken guide. *På sensommaren är blomsterprakten iögonfallande på grynnorna*. <http://www.kvarkenguide.org/img/pages/strandvaextlighet.html> (Hämtat 17.1.2011)
- Nyman Harri (1999) Museiverket. *Fyr- och lotsöar i Kvarkens skärgård, Malax. Lotssamhälle på Rönnskär*. http://www.kulturmiljo.fi/read/asp/rsv_kohde_det.aspx?KOHDE_ID=5110 (Hämtat 17.1.2011)
- Rinkineva, L. & Bader, P. (1998). *Merenkurkun luonto*. Vasa: Gummerus kirjapaino Oy.
- Salomonson, A., Molander, L.L., Muukka, L., Rautalin, M., Pirttiniemi, N., Höglund, K., Storm, A. & Räsänen, E. (2001) . *Plan för turism och rekreation i Kvarken*. Vasa: Ykköset-Offset Oy.
- Strömfors Göran (u.å.) Kvarken guide. *Bild av naturstig*. <http://www.kvarkenguide.org/img/pages/skylt.html> (Hämtat 17.1.2011)
- Söderholm, V., Högbäck E., Nyman K., Sjöberg A., Sjöberg I., Söderholm B., Söderholm K. & West R. (2001). *I storm och stiltje*. Vasa: Fram AB
- Vaasan Kanoottikerho (2008.) *Mojkepä Båk*. <http://picasaweb.google.com/vaasakk/SkRgR> (Hämtat 17.1.2011)
- Vaasan Kanoottikerho (2008) *Sjöbevakningsstationen*. <http://picasaweb.google.com/vaasakk/SkRgRdsvyer#5217316269696056530> (Hämtat 17.1.2011)
- Vasa yrkeshögskola & Umeå universitet. (2002). *Samhälle och Miljö i Kvarken*. Vasa: Oy FRAM Ab
- Wallin, T. (2010) *Utveckling av världsarvsområdet Kvarkens skärgårds kundservice och guidning*. Tendon Oy: Vaasa

Wilhelmsson, M. & Edvardsson, B. (1994) *Utveckling av nya tjänster – Referensram och fallstudier*. Högskoletryckeriet: Karlstad

Österbottens turism r.f. (u.å.) *Veronica Blomkvist kartlade världsarvets service utbud*.
<http://www.matkailupohjanmaa.fi/Default.aspx?id=586725> (Hämtad 9.11.2010)

Österbottens Turism r.f. (u.å.). *Produktutveckling och marknadsföring av nyckelprodukter 2003 – 2005. Pojanmaan kautta – Via Österbotten*.
<http://www.pohjanmaanmatkailu.fi/Default.aspx?id=603600>(Hämtat 16.11.2010)



Bild 1. Kvarkens skärgård. Källa: Forststyrelsen 2006

Bild 2. Moränlandskap. Källa: Pertti Malinen, Forststyrelsen (u.å.)



Bild 3. Träbåken på Rönnskär. Källa: Tuija Mikkonen (2006).



Bild 4. Flygbild av Rönnskär. Källa: Timo Hissa (u.å.)



Bild 5. Fälistjärns byggnader. Källa: MV/RHO Harri Nyman (1999)



Bild 6. Mojkepä båk. Källa: Vaasan Kanoottikerho 2008.



Bild 7. Naturstig. Källa: Göran Strömfors (u.å.)



Bild 8. Sjöbevakningsstationen. Källa: Vaasan Kanoottikerho (2008)

Intervjumanual – Turismaktörsrepresentanterna

1. Personlig bakgrund

Namn

Ålder

Yrke

2. Förhållande till besöksmålen

Vad vet du om Molpehällorna och Rönnskär?

Har du besökt M och/eller R?

Har du jobbat med turism för något av besöksmålen? Med vad?

3. Nuläget

Vilken verksamhet bedrivs på M och R idag?

Finns det ett tjänsterbjudande/turismprodukt för besöksmålen?

Vilken är kärntjänst, bitjänst och stödtjänster för Molpehällorna och Rönnskär? (Förklaring till vad kärn-, stöd- och bitjänster)

Hur är tillgängligheten av turismprodukten? Hur bokar man? Tar sig dit? Är det lätt att hitta?

Hur ser en typisk tjänsteprocess ut dvs. vad är händelseförloppet från början till slut vid besök av M och R?

Vilka olika aktörer ingår i konsumtionsprocessen? Ex. båt företagare, guider, Forststyrelsen mfl

Vilka är problemen för dessa besöksmål anser du?

3. Utveckling

Vilka lösningar kunde finnas på problemen du angav?

Anser du att Molpehällorna och/eller Rönnskär är i behov av en tjänsteutveckling?

Vilka resurser finns och hur används de? (Natur, kultur, organisation, fysisk/tekniska resurser, personal)

Hur kunde man använda kulturen och naturen som resurser i tjänsteutvecklingen? Ge exempel.

Finns det ett utvecklat tjänstekoncept, system och process för besöksmålen?

Vilka delar av tjänsterbjudandet är i behov av utveckling?

Vilka ekonomiska resurser finns för en tjänsteutveckling?

Är besöksmålen i behov av ett helt nytt tjänsteerbjudande för att locka turister? I såf. vad?

Tar man hänsyn till naturarvet på besöksmålet? I fall svaret är ja, hur?

Hur påverkar det i så fall turismen?

4. Kvalitet

Tycker du att M och R är turismprodukter med tjänstekvalitet? Motivera!

Upplever besökarna tjänstekvalitet?

Hur kunde man utveckla kvaliteten? Ge förslag!

5. Framtiden

Vilka visioner har du för besöksmålen?

Vilka visioner har du för turismen i Kvarkens Skärgård?

Hur kunde Molpehällorna och Rönnskär se ut turistiskt sett om 10 år?

Välj en sak för Molpehällorna och Rönnskar som du vill förbättra.

Intervjumanual – Målgruppsrepresentanterna

1. Personlig bakgrund

Namn

Ålder

Yrke

2. Förhållande till besöksmålen

Vad vet du om Molpehällorna och Rönnskär?

Har du besökt besöksmålen? I vilket sammanhang?

3. Nuläge

Om du besökt något av besöksmålen vad var dina upplevelser?

Hur bokade du? Tog du dig dit själv?

Positiva och negativa saker med besöksmålen?

Vad borde förbättras och hur kunde man göra?

Är turismprodukten tillgänglig?

Upplevde du/gruppen att tjänsten hade kvalitet? Varför?

Har du besökt andra besöksmål i kvarkens skärgård? Jämförelser?

4. Behov

Tror du att din organisation (företag/skola) kunde vara intresserad av turismprodukter som dessa besöksmål?

Hur tycker du tjänsteerbjudandet för Molpehällorna och Rönnskär kunde se ut?

Hurdana aktiviteter skulle er grupp vara intresserade av?

Vad skulle du/gruppen vilja få ut av besöket? Ex. kunskap om kulturhistoria, naturarvet, upplevelser mm.

Hur länge skulle besöket räcka? Timmar? Dygn?

Varför skulle du välja att komma till besöksmålen M och R?

4. Utveckling

Vad är i störst behov av utvecklingen anser du för M och R?

Tror du att det finns möjlighet för dessa turismprodukter att bli ekonomiskt lönsamma?

Borde de vara gratistjänster?

Är M och R i behov av nya tjänsteerbjudanden?

Vad skulle vara ditt förslag på en ny tjänsteidé?

Hur kunde man utveckla en tjänst med kvalitet?