



Turvallisuusviestintä Helsingissä matkailijoiden näkökulmasta

Henna Karvinen

2021 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Turvallisuusviestintä Helsingissä matkailijoiden näkökulmasta

Henna Karvinen
Turvallisuus ja riskienhallinta
Opinnäytetyö
Joulukuu, 2021

Henna Karvinen

Turvallisuusviestintä Helsingissä matkailijoiden näkökulmasta

Vuosi 2021

Sivumäärä 103

Opinnäytetyö käsittelee matkailijoiden turvallisuusviestintää ja toimeksiantaja oli Helsingin kaupungin Matkailun turvallisuuden alueellinen johtaminen -hanke. Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää turvallisuusviestinnän tavoitettavuuden nykytila ja tuloksena syntyi selvitys, jota toimeksiantaja voi hyödyntää matkailualan yritysten ja muiden toimijoiden toimintamallien yhtenäistämässä, koulutuksissa ja hankkeessa syntyvässä matkailun turvallisuuden käsikirjassa.

Opinnäytetyön tietoperusta rakentuu teoriaan yhteisöviestinnästä, turvallisuusviestinnästä, Elinkeinoelämän keskusliiton yritysturvallisuusmalliin ja matkailun turvallisuudesta, jossa keskitytään kuluttajapalveluiden turvallisuuteen ja kuluttajaturvallisuuslakiin. Tietoperustassa on myös käsitelty aiempaa tutkimusta Helsingin matkailun turvallisuudesta ja selitetty keskeiset käsitteet.

Opinnäytetyö on kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus ja tutkimusstrategia on survey-tutkimus. Tutkimusmenetelmänä on kysely, joka toteutettiin E-lomake-ohjelmistolla. Kyselyn kysymykset olivat monivalintakysymyksiä ja se tehtiin sekä suomeksi että englanniksi. Kyselyä jaettiin internetissä matkailuaiheisissa Facebook-ryhmissä ja vastauksia kerättiin myös kasvotusten Helsingin kaupungin matkailuneuvonnan Biennaalin pisteellä. Kyselyyn vastasi 189 vastaajaa, josta ulkomailla asuvia vastaajia oli 24. Kyselyn tulokset analysointiin SPSS-ohjelmistolla. Tulosten analysoinnissa ja vertailussa käytettiin ristiintaulukointia. Analysoitavat muuttujat olivat vastaajien asuinpaikka ja matkan kesto. Tuloksia vertailtiin eri matkailijaryhmien kesken, jotka olivat kotimaiset ja ulkomaiset matkailijat sekä päivämatkustajat ja kohteessa yöpyvät matkustajat.

Matkailijat olivat selkeästi eniten havainnoineet matkansa aikana koronavirukseen liittyviä turvallisuusohjeita. Seuraavaksi eniten matkailijat olivat nähneet tai kuulleet poistumisturvallisuuteen, paloturvallisuuteen ja turvallisiin kulkureitteihin ja sallittuihin vierailualueisiin liittyviä ohjeita. Matkailijoita tavoitettiin eniten majoituspalveluiden, kauppakeskusten ja kaupapaliikkeiden sekä liikennevälineiden kautta. Parhaat kanavat matkailijoiden tavoittamiseen olivat kohteessa tai toimipaikassa kuvista, kylteistä tai julisteista sekä kohteen tai toimipaikan internetsivut. Jatkotutkimusaiheeksi sopisi tarkempi perehtyminen tiettyjen kohteiden tai toimijoiden turvallisuusviestintään laajemman tietämyksen saamiseksi eri toimijoiden osalta.

Asiasanat: matkailija, matkailun turvallisuus, turvallisuusviestintä

Henna Karvinen

Safety Communication in Helsinki from the Perspective of Tourists

Year

2021

Pages

103

The thesis covers tourism safety communication and was commissioned by the City of Helsinki's project called Leading the safety in tourism in the Helsinki area. The objective of the thesis was to examine the current state of accessibility of safety communications and the results can be used by the commissioner in the tourism safety handbook created in the project, in training and harmonisation of the operating models of companies and other actors in the tourism industry.

The theoretical framework of the thesis review the theory of organisational communication and public relations, safety communication, the Confederation of Finnish Industries' corporate security and safety model and tourism safety, which focuses on the safety of consumer services and the Consumer Safety Act. The framework also covers previous research on the safety of tourism in Helsinki and explains key concepts.

The thesis is quantitative, and the research strategy is survey research. The research method is a survey conducted with the E-lomake software. The questions were multiple-choice questions and could be answered both in Finnish and English. The survey was shared on the Internet in tourism-related Facebook groups, and answers were also collected face-to-face at the Tourist Information Helsinki Biennial's Pavillion. The survey was answered by 189 people out of which 24 live abroad. The survey results were analysed with the SPSS software. A cross-tabulation was used to analyse and compare the results between the groups. The analysed variables were the place of residence of the respondents and the duration of the trip. The results were compared between different groups of tourists, which were domestic and foreign tourists, as well as between day travelers and overnight travelers.

Tourists had most noticed the safety instructions related to the coronavirus during their trip. The next most tourists had also seen or heard instructions on exit safety, fire safety and safe routes and permitted visiting areas. Tourists were reached the most through accommodation services, shopping malls and shops, as well as in the means of transport. The best channels to reach tourists were pictures, signs or posters at the destination or place of business, as well as on the website of the destinations or places of business. A more detailed study of the safety communications of different actors and destinations would be a suitable topic for further research in order to gain a wider understanding of the issue.

Keywords: safety communication, tourism security and safety, tourist

Sisällys

1	Johdanto.....	7
1.1	Matkailu Helsingissä.....	8
1.2	Toimeksiantaja	9
1.3	Opinnäytetyön tavoitteet ja tehtävät.....	9
2	Matkailun turvallisuuteen ja turvallisuusviestintään liittyvä teoria.....	10
2.1	Keskeiset käsitteet.....	10
2.2	Aiemmat tutkimukset.....	12
2.3	Yhteisöviestintä	13
2.4	Turvallisuusviestintä	15
2.5	Yritysturvallisuus	16
2.6	Matkailun turvallisuus	18
2.7	Kuluttajapalveluiden turvallisuus.....	20
3	Opinnäytetyön prosessi ja menetelmät	22
3.1	Kyselyn suunnittelu ja toteuttaminen.....	23
3.2	Aineistonkeruu.....	26
3.3	Aineiston analysointi.....	28
4	Tulokset	29
4.1	Turvallisuusohjeet	32
4.2	Ohjeet hätätilanteiden ja onnettomuuksien varalle	34
4.2.1	Taustatiedot.....	34
4.2.2	Toimijat ja matkailukohteet.....	35
4.2.3	Kanavat	36
4.2.4	Päivämatkustajien ja yöpyvien matkustajien vertailu	38
4.3	Koronavirukseen liittyvät turvallisuusohjeet.....	40
4.3.1	Taustatiedot.....	40
4.3.2	Toimijat ja matkailukohteet.....	40
4.3.3	Kanavat	42
4.3.4	Päivämatkustajien ja yöpyvien matkustajien vertailu	44
4.4	Poistumisturvallisuuteen liittyvät ohjeet	45
4.4.1	Taustatiedot.....	45
4.4.2	Toimijat ja matkailukohteet.....	46
4.4.3	Kanavat	48
4.4.4	Päivämatkustajien ja yöpyvien matkustajien vertailu	49
4.5	Paloturvallisuuteen liittyvät ohjeet	51
4.5.1	Taustatiedot.....	51
4.5.2	Toimijat ja matkailukohteet.....	52

4.5.3	Kanavat	53
4.5.4	Päivämatkustajien ja yöpyvien matkustajien vertailu	54
4.6	Ohjeet välineiden ja laitteiden turvalliseen käyttöön	56
4.6.1	Taustatiedot.....	56
4.6.2	Toimijat ja matkailukohteet	57
4.6.3	Kanavat	58
4.6.4	Päivämatkustajien ja yöpyvien matkustajien vertailu	59
4.7	Ohjeet turvallisista kulkureiteistä ja sallituista vierailualueista	61
4.7.1	Taustatiedot.....	61
4.7.2	Toimijat ja matkailukohteet.....	62
4.7.3	Kanavat	64
4.7.4	Päivämatkustajien ja yöpyvien matkustajien vertailu	65
4.8	Ohjeet kielletyistä aineista ja esineistä	67
4.8.1	Taustatiedot.....	67
4.8.2	Toimijat ja matkailukohteet	67
4.8.3	Kanavat	68
4.8.4	Päivämatkustajien ja yöpyvien matkustajien vertailu	69
4.9	Ohjeet omaisuuden suojaamiseksi	71
4.9.1	Taustatiedot.....	72
4.9.2	Toimijat ja matkailukohteet.....	72
4.9.3	Kanavat	73
4.9.4	Päivämatkustajien ja yöpyvien matkustajien vertailu	74
4.10	Turvallisuusviestinnän riittävyys	76
5	Johtopäätökset	78
6	Pohdinta	83
	Kuviot	91
	Taulukot	93
	Liitteet	94

1 Johdanto

Turvallisuus liittyy jokapäiväisiin toimintoihimme ja sen lisääminen on tärkeää yksilön, yritysten ja yhteiskunnan toiminnassa. Varsinkin koronapandemia on korostanut turvallisuuden tärkeyttä yhteiskunnassamme ja erityisesti matkustamisessa. Myös vaatimukset turvallisuudesta viestimiseen ovat lisääntyneet.

Matkailun turvallisuus on tärkeää matkailualan yritysten toiminnassa, koska matkailijat saattavat joutua herkemmin rikoksien ja onnettomuuksien uhreiksi. Matkailijat ottavat enemmän riskejä lomamatkansa aikana kuin kotona ja saattavat olettaa, että matkakohteessa on turvallista, koska he eivät tunne kohdetta yhtä hyvin kuin paikalliset asukkaat. (Tarlow 2014, 6.) Kuitenkin myös matkailijoiden turvallisuushakuisuus on lisääntynyt ja riskinottohalu on vähentynyt matkakohteissa sattuneiden onnettomuuksien, pandemian tai terrori-iskujen takia (Iivari 2012, 12-13).

Suomi koetaan turvallisena paikkana matkustaa. Myös joidenkin maiden epävakainen poliittinen tilanne edistää Suomessa matkailua. Kaikki voi kuitenkin muuttua hetkessä mahdollisen onnettomuuden tai kriisitilanteen sattuessa. Poliittiset ja yhteiskunnalliset ääri-ilmiöt ulottuvat nykypäivänä yhä laajemmalle ja myös matkailuun kohdistuu uusia uhkia. Yhä useammin matkustajat valitsevat matkakohteensa ja palvelut turvallisuuden perusteella. Tämän takia matkailualan yritysten tulee kiinnittää erityistä huomiota matkustajien turvallisuuteen ja siitä viestimiseen. Turvallisuuden tunne lisää myös matkustajien kokemien elämysten laatua ja antaa kilpailuetua yritykselle. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019, 40-41.)

Koronapandemia on lisännyt yritysten tarvetta turvallisuusviestinnälle. Turvallisuusviestinnällä voidaan ennaltaehkäistä onnettomuuksia ja vahinkoja sekä lisätä yrityksen ja sen toimintojen turvallisuutta ja kehittää monipuolista turvallisuuskulttuuria, joka taas lisää asiakkaan luottamusta yritystä kohtaan (Waitinen 2017, 33). Läpinäkyvä ja avoin viestintä koronatoimista ja terveysturvallisesta matkailusta ovat matkailijalle tärkeä kriteeri matkakohteen valinnassa, koska matkailijat haluavat tänä päivänä matkustaa mahdollisimman turvallisesti (Business Finland 2020). Turvallisuudesta viestiminen kertoo myös yrityksen vastuullisuudesta ja halusta huolehtia niin asiakkaan kuin yrityksenkin turvallisuudesta.

Opinnäytetyö käsittelee matkailun turvallisuutta ja siihen liittyvää turvallisuusviestintää. Tavoitteena on selvittää tavoittaako Helsingin kaupungin matkailualan yritysten ja muiden toimijoiden turvallisuusviestintä matkailijat. Siitä syntyy selvitys turvallisuusviestinnän tavoitettavuuden nykytilasta ja mahdollisia kehitysehdotuksia viestinnän tai matkustajien tavoitettavuuden parantamiseen.

1.1 Matkailu Helsingissä

Helsingissä rekisteröityihin majoitusliikkeisiin saapui 481 000 matkailijaa tammi-heinäkuun välisenä aikana vuonna 2021. Rekisteröidyt majoitusliikkeet ovat hotelleja, motelleja, matkustajakoteja, retkeilymajoja, lomakyliä ja leirintäalueita. Kotimaisten matkailijoiden määrä oli 89 prosenttia eli 426 000 ja ulkomaalaisten määrä oli 11 prosenttia eli 54 800. Ulkomaalaisten matkailijoiden osuus Helsingissä matkailusta oli huomattavasti pienempi kuin kotimaisten. Kokonaisuudessaan matkailijoiden määrä vähentyi edellisvuoteen verrattuna 20 prosenttia. Kotimaisten matkailijoiden määrä nousi 8 prosenttia ja ulkomaalaisten matkailijoiden määrä väheni 73 prosenttia edellisvuodesta. Eniten matkailijoita, jotka ovat yöpyneet rekisteröidyissä majoitusliikkeissä, Suomeen saapui Saksasta ja Virosta. Saksasta saapui 8500 matkailijaa ja Virosta 4600. Seuraavaksi eniten matkailijoita saapui Ruotsista 4300, Yhdysvalloista 3600 ja Alankomaista 3200 kappaletta. (Visitory 2021.)

Helsingissä on myös rekisteröity tammi-heinäkuu 2021 välisenä aikana 856 000 yöpymistä, joista kotimaisia matkailijoita oli 730 000 ja ulkomaalaisia matkailijoita oli 126 000. Kotimaiset matkailijat viettivät rekisteröidyissä majoitusliikkeissä keskimäärin 1,7 yötä ja ulkomaalaiset matkailijat 2,3 yötä. Yöpymisten kokonaismäärä on vähentynyt edellisvuoteen verrattuna 19 prosentilla. Ulkomaalaisten matkailijoiden yöpymisten määrä on vähentynyt 68 prosenttia, mutta kotimaisten matkailijoiden yöpymisten määrä on lisääntynyt 10 prosentilla. 856 000 rekisteröidystä yöpymisestä vapaa-ajan matkailijoiden viettämiä öitä oli 570 000 ja työmatkailijoiden 286 000. (Visitory 2021.)

Ulkomaalaisten matkailijoiden ja heidän yöpymistensä määrän väheneminen selittynee koronaviruspandemialla. Suomessa on ollut maahantulorajoituksia, jotka ovat rajoittaneet matkailua ulkomailta ja lento- ja laivaliikenteestä on ollut normaalia vähemmän vuoroja. Tilastoista on kuitenkin huomattavissa se, että kotimaisten matkailijoiden osuus on noussut. Koronavirustilanteen aikana varsinkin kotimaan matkailu on nostanut suosiotaan ja matkailijoita on ollut enemmän. Tilastokeskuksen mukaan kotimaiset matkailijat ovat matkustaneet yksinomaan Suomessa alkuvuodesta 2021. (Tilastokeskus 2021b.) Työmatkalla olevien matkustajien yöpymisten määrä on myös pienempi kuin vapaa-ajan matkustajien. Koronavirus on lisännyt paljon etätyöskentelyä ja Telian liikkumis- ja etätyötilaston mukaan koronakriisin alussa lähes puolet suomalaisista työntekijöistä siirtyi etätöihin (Telia 2021). Kokouksia ja tapaamisia pidetään internetin välityksellä, joka vähentää tarvetta työmatkoille.

1.2 Toimeksiantaja

Opinnäytetyö tehtiin yhteistyössä Helsingin kaupungin Matkailun turvallisuuden alueellinen johtaminen -hankkeen kanssa, jonka toteutti Helsingin kaupungin elinkeino-osaston yrityspalvelut-yksikkö. Hanke toteutettiin 1.11.2020-31.12.2021 välisenä aikana. Hankkeen tavoite oli rakentaa turvallisuuden ja sen kehittämisen johtamismalli, jolla edistetään kriiseistä palautumista ja varaudutaan tulevaisuudessa tapahtuviin kriiseihin. (Helsingin kaupunki 2021.)

Hankkeessa muodostettiin kokonaiskuva matkailun turvallisuuden tasosta Helsingissä ja selvitettiin tarvittavat kehittämistoimenpiteet. Hankkeen kehittämiskohteita olivat muun muassa tiedolla johtaminen, kestävä matkailu ja digitalisaatio. Siinä myös toteutettiin koulutuskokonaisuus yrityksille ja tuotettiin turvallisuuden käsikirja kaikille oleellisille matkailualan toimijoille, jossa käsitellään esimerkiksi viestintää ja turvallista asiakaspolkua. (Helsingin kaupunki 2021.)

1.3 Opinnäytetyön tavoitteet ja tehtävät

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää Helsingin kaupungin matkailun turvallisuusviestinnän tavoitettavuuden nykytila. Työssä selvitettiin tavoittaako turvallisuusviestintä matkailijat ja jos tavoittaa, niin mistä aiheista, minkä toimijoiden osalta ja missä kanavissa. Helsingin kaupungin matkailun turvallisuusviestinnän nykytila ei ole ollut tiedossa ja se oli tarpeellista selvittää hankkeen kannalta. Opinnäytetyössä etsittiin vastauksia seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

1. Minkä eri toimijoiden turvallisuusviestintä tavoittaa matkailijat?
2. Missä kanavissa matkailijat tavoitetaan?
3. Millainen turvallisuusviestintä tavoittaa matkailijat?
4. Onko tavoittamisessa eroja kotimaisten ja ulkomaisten matkailijoiden välillä?

Toimeksiantaja etsi opinnäytetyön tekijöitä Helsingin kaupungin Matkailun turvallisuuden alueellinen johtaminen -hankkeeseen ja hanke oli mielenkiintoinen mahdollisuus toteuttaa opinnäytetyö, koska matkailun turvallisuus on hyvin ajankohtainen aihe tällä hetkellä koronapandemian takia. Toimeksiantajan kanssa käydyn keskustelun perusteella opinnäytetyön aiheeksi valikoitui matkailun turvallisuusviestintä, koska siitä on hyötyä matkailuyritysten turvallisuuden kehittämisessä. Aihe oli kiinnostava myös opinnäytetyön tekijän mielestä, koska tekijä on kiinnostunut viestinnästä ja haluaa mahdollisesti tulevaisuudessa yhdistää viestinnän ja turvallisuuden työssään.

Opinnäytetyön tutkimus oli tärkeä toteuttaa, koska hankkeen tavoite on kehittää Helsingin matkailun turvallisuutta. Myös vallitseva koronapandemia on korostanut turvallisuuteen liittyvien toimien tärkeyttä ja tarvetta kehittää toimintamalleja turvallisuuden edistämiseksi ja turvallisuudesta viestimiseksi. (Helsingin kaupunki 2021.) Turvallisuusviestinnällä voidaan

ennaltaehkäistä onnettomuuksia ja vahinkoja, joista voi aiheutua yrityksille kustannuksia tai mainehaittaa. Turvallisuusviestinnällä parannetaan myös matkustajien turvallisuutta. Opinnäytetyöstä hyötyvät niin hankkeen tekijät, Helsingin kaupunki kuin matkailualan yrityksetkin. Opinnäytetyön tuloksia voidaan hyödyntää esimerkiksi hankkeen myötä syntyvissä kouluksissa ja matkailun turvallisuuden käsikirjassa. Toimeksiantaja saa myös selvityksen turvallisuusviestinnän tavoitettavuuden nykytilasta, jota he voivat hyödyntää matkailualan yritysten ja muiden toimijoiden toimintamallien yhtenäistämässä.

Opinnäytetyön aiheen rajaus on tehty niin, että siinä tutkittiin vain matkailuun liittyvää turvallisuusviestintää matkailualan yritysten, kaupungin eri toimijoiden ja viranomaisten kautta. Turvallisuudesta viestiviä viranomaisia ovat esimerkiksi pelastustoimi, poliisi ja rajavartiolaitos. Työ toteutettiin matkailijan näkökulmasta, mutta ennen kyselyn tekoa selvitettiin myös, miten nämä toimijat viestivät turvallisuudesta matkustajille.

2 Matkailun turvallisuuteen ja turvallisuusviestintään liittyvä teoria

Opinnäytetyön tietoperusta rakentuu teoriaan viestintään liittyvistä aiheista, kuten yhteisöviestinnästä ja turvallisuusviestinnästä. Aiheeseen liittyy myös yritysturvallisuus, jonka teoriaosuus pohjautuu Elinkeinoelämän keskusliiton yritysturvallisuusmalliin ja matkailun turvallisuus, jossa keskitytään kuluttajapalveluiden turvallisuuteen ja kuluttajaturvallisuuslakiin. Tietoperustassa on myös käsitelty aiempaa tutkimusta Helsingin matkailun turvallisuudesta ja selitetty keskeiset käsitteet. Keskeisimmät käsitteet ovat turvallisuus, viestintä, yhteisöviestintä, turvallisuusviestintä, matkailija, matkailualan yritys ja matkailun turvallisuus.

2.1 Keskeiset käsitteet

Turvallisuus tarkoittaa toimintaa, jonka tarkoituksena on hallita tilanteen uhat ja riskit tai tunnetta siitä, että ne ovat hallinnassa. Englannin kielessä turvallisuutta kuvaa kaksi termiä, jotka ovat ”security” ja ”safety.” Tässä opinnäytetyössä turvallisuutta käsitellään ”safety”-termin kautta, joka tarkoittaa sitä, että turvallisuus vaarantuu tapaturmien, onnettomuuksien tai virheiden vuoksi. (Kokonaisturvallisuuden sanasto 2017, 16.)

Viestinnällä tarkoitetaan verbaalista eli sanallista ja nonverbaalista eli sanatonta viestintää. Viestintä tarkoittaa myös kommunikaatiota, tiedottamista ja tiedonvälitystä. Yrityksissä tärkeää on sisäinen ja ulospäin suuntautuva viestintä. (Kielitoimiston sanakirja 2020.)

Yhteisöviestinnän tarkoitus on rakentaa suhteita yhteiskuntaan ja tuottaa arvoa yritykselle, organisaatiolle ja niiden sidosryhmille. Yhteisöviestintä on johdettua ja suunniteltua viestintää, jonka avulla yritys voi tuoda esille toimintaansa, tuotteitaan, palveluitaan sekä

tavoitteitaan. (Juholin 2017, 31-33.) Yhteisöviestinnästä voidaan myös käyttää termiä yritys- viestintä (Juholin 2013, 25).

Turvallisuusviestintä on interaktiivista kanssakäymistä eri tahojen kanssa. Sen tavoitteena on lisätä turvallisuutta, kehittää turvallisuuskulttuuria ja pyrkiä ehkäisemään onnettomuuksia. (Waitinen 2017, 33.) Turvallisuusviestinnän avulla lisätään myös ihmisten ja yhteisöjen tietoutta turvallisuudesta sekä onnettomuuksien ja rikosten ennaltaehkäisystä, jotta he osaisivat toimia yllättävissä häiriötilanteissa ja ehkäistä onnettomuuksia omissa elinympäristöissään (Sisäasiainministeriö 2013, 2-3). Pelastuslaki (379/2011) määrittää pelastuslaitosten lakisääteiseksi tehtäväksi turvallisuusviestinnän, joka yleensä mielletäänkin vain pelastuslaitoksen toteuttamaksi, mutta sitä toteuttavat myös yritykset sisäisesti ja ulkoisesti eli asiakkailleen ja muille sidosryhmilleen. Turvallisuusviestinnän tulisi olla osa yrityksen kokonaisviestintää ja varautumista (Ranta & Martikainen 2020, 8).

Matkailija tarkoittaa sellaista henkilöä, joka yöpyy vähintään yhden yön matkan kohteessa. Matkailijoita ovat kotimaiset ja kansainväliset matkailijat. Matkailija, joka ei yövy matkansa aikana kohteessa, on päivämatkailija eli päiväkävijä. (Tilastokeskus 2021a.) Maailman matkailujärjestön UNWTO:n mukaan matkailija määritetään matkan ajallisen keston ja tarkoituksen mukaan. Kesto on vähintään yksi yö ja korkeintaan yksi vuosi, matkan kohde on tavanomaisen elinpiirin ulkopuolella ja matkan tarkoitus on esimerkiksi vapaa-ajan matka tai työmatka. (UNWTO 2021.)

Matkailualan yritykset toimivat useilla eri toimialoilla, kuten majoitus- ja ravitsemistoiminnassa, kulttuuri- ja viihdetoiminnassa, hovi-, urheilu- ja virkistyspalveluissa, henkilöliikennepalveluissa ja matkanjärjestäjä- ja matkapalveluissa. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019, 7.) Suurin osa suomalaisista matkailuyrityksistä on pieniä tai keskisuuria yrityksiä (Edelheim & Ilola 2017, 129).

Matkailussa turvallisuus on huomioitava asiakkaalle tarjottavissa palveluissa ja tuotteissa, mutta myös matkakohteen kokonaisturvallisuudessa. Matkailijoille tärkeää on matkakohteen turvallisuus kohdetta valittaessa. (Marski 2021, 57.) Matkailun turvallisuus koostuu kaikista matkan vaiheista eikä pelkästään onnettomuuksien ja vahinkojen ehkäisemistä tietyssä kohteessa tai yrityksessä (Iivari 2012, 23). Esimerkiksi asiakkaan ja palveluntarjoajien näkökulmasta matkailun turvallisuus näkyy matkan markkinoinnissa, varaamisessa, kohteeseen saapumisessa, kohteessa tai matkan aikana tarjottavissa palveluissa, kohteesta poistuessa ja myös matkan jälkeen. Tätä kutsutaan asiakkaan turvalliseksi palvelupoluksi. (Sammalkangas, Ristonmaa, Nisula & Kestilä 2021, 22-23.)

2.2 Aiemmat tutkimukset

Helsingin kaupungilla oli vuonna 2020 käynnissä Feel Safe -projekti, jonka tarkoitus oli lisätä matkailu- ja tapahtuma-alan toimijoiden ymmärrystä asiakkaiden turvallisuuden tunnetta tuottavista toimenpiteistä, joiden avulla voidaan edistää normaaliin liiketoimintaan palautumista koronapandemian aikana ja sen jälkeen. Projektissa palvelumuotoilutoimisto Hellon on toteuttanut valtakunnallisen kuluttajatutkimuksen ja myös matkailu- ja tapahtuma-ala kohtaiset kyselytutkimukset kuluttajille. Valtakunnallisessa kuluttajatutkimuksessa selvisi, että 77 prosentille kuluttajista turvallisuuden tunne on yksi tärkeimmistä päätöksentekoon vaikuttavista tekijöistä, kun poikkeustilan jälkeen aloitetaan eri matkailu- ja tapahtumapalveluiden käyttö. Jos palveluntarjoaja on huomionnut turvallisuuden ja toteuttanut turvallisuutta lisääviä toimenpiteitä, myös 44 prosenttia kuluttajista aloittaisi niiden palveluiden käytön aiemmin poikkeustilan päättymisen jälkeen. (Hellon 2020.)

Matkailu- ja tapahtuma-ala kohtaisissa kyselytutkimuksissa oli tarkoituksena tunnistaa eri tekijät, jotka vaikuttavat positiivisesti turvallisuuden kokemukseen matkailussa ja tapahtumiin osallistuessa. Matkailun kyselytutkimuksessa selvisi, että 66 prosenttia kaikista kyselyyn vastanneista ja tapahtuma-alan kyselytutkimuksessa taas 61 prosenttia on sitä mieltä, että turvallisuus on yksi tärkeimpiä tekijöitä päätöksessä matkustaa tai osallistua tapahtumiin. (Hellon 2020.)

Projektissa kartoitettiin myös sitä, mitä matkailijat odottivat turvalliselta matkailulta. He halusivat, että heille viestitään selkeästi, miten turvallisuutta voidaan lisätä koko matkan ajan, koska viestintä lisää turvallisuuden tunnetta. Matkustajan tulee myös voida vaikuttaa itse omaan turvallisuuteensa matkan aikana. (Helsingin kaupunki 2020.)

Projektista syntyi myös toimenpide-ehdotuksia turvalliseen matkailuun ja viestintään. Matkailijan tulee voida luottaa siihen, että henkilökunta noudattaa turvallisuusohjeita ja antaa esimerkkiä asiakkaille. Ensimmäinen toimenpide-ehdotus olikin se, että henkilökunta toivottaa asiakkaan tervetulleeksi ja kertoo 3-5 tärkeintä asiaa, jotka vierailijan tulee ottaa huomioon turvallisuudessa. Myös se, että henkilökunta saa koulutuksen turvallisuustoimenpiteisiin ja koulutuksesta tiedottaminen, lisää matkailijoiden turvallisuuden tunnetta. Kun matkailija suunnittelee matkaa, hänelle on tärkeää, että yritys on viestinyt turvallisuustoimenpiteistään ja siitä, miten asiakas voi toimia oikein ja turvallisesti kohteessa. (Helsingin kaupunki 2020.)

2.3 Yhteisöviestintä

Viestintä on sanallista tai sanatonta viestintää, joka tarkoittaa myös kommunikaatiota, tiedottamista ja tiedonvälitystä. Viestintää ovat esimerkiksi kuvallinen viestintä, painoviestintä, joukkoviestintä ja yrityksissä sisäinen ja ulkoinen viestintä eli yhteisöviestintä. (Kielitoimiston sanakirja 2020.) Viestinnällä vastaanotetaan, rakennetaan ja jaetaan erilaisia viestejä ja sisältöjä sekä aikaansaadaan merkityksiä niille (Jyväskylän yliopisto 2005).

Yhteisöviestintä tarkoittaa suhteiden rakentamista yhteiskuntaan ja arvon tuottamista yritykselle, organisaatiolle sekä niiden sidosryhmille. Yhteisö tai organisaatio määritellään kokonaisuudeksi, jolla on tarkoitus, tavoitteet, syyt tai velvoite kommunikoida ympäristön kanssa tai kertoa itsestään. Yhteisöviestintä voi koskea siis yrityksiä tai organisaatioita, esimerkiksi kuntaa, valtiota, projektia tai verkostoa. Se on johdettua ja suunniteltua viestintää, jonka avulla yritys voi tuoda esille omaa toimintaansa, palveluitaan, tuotteitaan ja tavoitteitaan. Yhteisöviestinnästä käytetään myös termiä yritysviestintä, varsinkin silloin, kun tarkoitetaan yksityisen sektorin organisaatioiden tai yritysten viestintää (Juholin 2013, 25; Juholin 2017, 31-33.) Viestintätilanteissa on monia eri vastaanottajia, esimerkiksi työntekijät, työkaverit ja esimies, tai yrityksen sidosryhmät, kuten asiakkaat ja yhteistyökumppanit (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola 2016, luku 1).

Nykypäivänä viestintä on monikanavaista ja vuorovaikutteista internetin ja sosiaalisen median myötä ja organisaatioihin on syntynyt monia eri viestintätapoja. Yrityksen verkkosivut ja sosiaalinen media ovatkin tärkeitä alustoja viestimiseen, koska niiden avulla voidaan keskustella sidostyhmien kanssa ja myös kerrotaan tarpeellisia tietoja eri kohderyhmille. Viestinnällä on myös suuri rooli esimerkiksi yhteiskunnallisissa keskusteluissa, yrityksen markkinoinnissa ja maineen johtamisessa. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola 2016, luku 1.)

Viestintää tarvitaan jokaisen yrityksen perustoiminnoissa ja sen tarkoitukset ovat samat jokaisessa organisaatiossa ja yhteisössä. Viestinnän eri tarpeet kuitenkin vaihtelevat riippuen siitä, mikä ala ja organisaatio on kyseessä. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola 2016, luku 1.) Viestinnän tulisi olla yrityksissä ja organisaatioissa osa johtamista ja johtamiskulttuuria, koska viestintä auttaa tuottamaan yrityksille voittoa ja hyvän viestinnän avulla yritys on kannattavampi. Myös vastuullisuus ja sidosryhmien eli esimerkiksi asiakkaiden näkemysten ja odotusten huomioon ottaminen on tärkeää. Yrityksen menestykseen vaikuttaa se, miten hyvin yritys pystyy huomiomaan sidosryhmät. Asiakkaat kuitenkin vaikuttavat suuresti yrityksen toiminnan jatkumiseen, koska tuotteiden ja palveluiden kysyntä on riippuvainen asiakkaista ja edellytys toiminnan jatkumiselle. (Juholin 2013, 25, 40, 51.)

Yrityksen viestintä on jaettu sisäiseen ja ulkoiseen viestintään. Kun viestitään työpaikan sisäisesti, esimerkiksi työntekijöille tai johdolle, se on sisäistä viestintää. Kun taas viestitään työpaikan ulkopuolelle, esimerkiksi asiakkaille tai muille yhteistyökumppaneille, se on ulkoista

viestintää. (Juholin 2013, 51.) Yhteisöviestinnän eri muotoja ovat päivittäisviestintä, informointi tai tiedotus, vaikuttajaviestintä, markkinoinnin tukeminen ja sidosryhmäviestintä eli asiakas- ja kumppanuusviestintä, johon liittyy myös maineen ja imagon rakentaminen.

Päivittäisviestintä tarkoittaa tehtävistä ja veloitteista suoriutumisen kannalta tarvittavasta tiedonvaihdosta ja keskusteluista. Se voi olla esimerkiksi viestintää esimiehen ja tiimin, yksikön tai osaston välistä tai tiimin jäsenten keskinäistä viestintää. (Juholin 2013, 55-56.) Informointi tai tiedotus taas tarkoittaa suunnitelmallisesti ja tietoisesti hoidettua viestintää. Viestintä on usein yksisuuntaista ja muodollisempaa kuin päivittäisviestintä. Informointia ohjaavat organisaatioiden tai yritysten omat tavoitteet ja edut. Kohteina ovat esimerkiksi sidosryhmät eli myös asiakkaat. (Juholin 2013, 57-58.)

Asiakkaalle suuntautuvaa viestintää kutsutaan asiakasviestinnäksi. Se on markkinointiviestintää, mutta myös asiakassuhteiden hoitamista, esimerkiksi tiedottamalla muutoksista ja uudistuksista. Markkinointiviestinnällä pyritään tekemään yritystä, tuotteita ja palveluita tunnetuksi, vastata asiakkaiden tarpeisiin, lisätä asiakkaiden kiinnostusta yritystä kohtaan ja vaikuttaa asiakkaiden ostopäätöksiin. Asiakasviestinnän avulla vahvistetaan asiakassuhdetta, joka on nykypäivänä yhä enemmän vuorovaikutteinen suhde. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola 2016, luku 2.)

Kumppanuusviestinnässä vaihdetaan tietoja ja viestejä yhteistyökumppaneiden kanssa päivittäisessä yhteistoiminnassa tai esimerkiksi projekteissa tai hankkeissa. Eri sidosryhmiä voivat olla esimerkiksi alihankkijat, tavarantoimittajat, muut yritykset tai osakkeenomistajat. Heille tulee tiedottaa tärkeistä muutoksista ja asioista yritystoiminnassa. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola 2016, luku 2.)

Maineen johtaminen ja rakentaminen liittyy asiakas- ja kumppanuusviestintään. Yritys voi rakentaa mainettaan ja imagoaan viestimällä ulospäin sidosryhmille ja asiakkaille. Yrityksen imagoon eli yrityskuvaan vaikuttaa se, miten yritys toimii. Yrityksen hyvä toiminta, johon sisältyy myös laadukas ja tehokas viestintä, vaikuttavat positiivisesti yrityskuvaan. Viestintää käytetään myös tuotteiden ja palveluiden markkinoinnissa, esimerkiksi kampanjoissa ja promootioissa. (Juholin 2013, 61, 64.) Vaikuttaminen eli vaikuttajaviestintä yrityksissä tarkoittaa sitä, että yritys tuo esiin omaa asiaansa niille, jotka tekevät päätöksiä erilaisista asioista. Yritysten ja organisaatioiden tulee olla tietoisia heidän velvollisuuksistaan, mutta myös oikeuksistaan, sillä he ovat osa yhteiskuntaa. Toisin sanoen vaikuttajaviestinnästä voidaan myös puhua lobbauksena. Tärkeintä on kuitenkin, että siinä noudatetaan lakeja eikä syyllistytä epäsopevaan käytökseen, esimerkiksi taloudellisten etujen tarjoamiseen. (Juholin 2013, 64-66.)

Viestinnän tulee olla myös läpinäkyvää, jotta eri sidosryhmät voivat tarkastella ja arvioida yrityksen toimintaa. Läpinäkyvyys lisää luottamusta ja myös parantaa yrityksen mainetta. Kun eri sidosryhmät saavat tietoa yrityksestä, he luottavat enemmän yritykseen ja siihen ettei se

tuota pettymystä. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola 2016, luku 2.) Viestintää toteutetaan päivittäin kaikissa kanssakäymisissä ja eri muodoissa. Viestinnän tulisi siis olla osa yrityksen johtamiskulttuuria ja siihen kannattaa panostaa, koska sen avulla voidaan luoda kilpailuetua muihin yrityksiin ja tuottaa myös voittoa. Suunniteltu, laadukas ja tehokas viestintä parantavat yrityksen asemaa markkinoilla, joka lisää myös luottamusta sidosryhmien suuntaan.

2.4 Turvallisuusviestintä

Turvallisuusviestintä on vuorovaikutteista kanssakäymistä eri tahojen kanssa ja sen avulla kehitetään ihmisten, yhteisöjen ja yritysten turvallisuuskulttuuria. Turvallisuusviestinnän tarkoituksena on, että yksittäiset henkilöt ja eri organisaatiot osaisivat ehkäistä tulipaloja ja muita onnettomuuksia sekä toimia onnettomuustilanteen sattuessa. Turvallisuusviestinnällä voidaan lisätä yksittäisten ihmisten, yhteisöjen ja yhteiskunnan turvallisuutta. (Waitinen 2017, 15, 18, 33.)

Turvallisuusviestintää toteutetaan monella eri tavalla ja eri kanavissa, esimerkiksi erilaisilla koulutuksilla, luennoilla, turvallisuuskävelyillä tai perinteistä sekä sosiaalista mediaa hyödyntäen. Joukkoviestimet eli radio, televisio, internetsivut, sosiaalisen median kanavat ja lehdistö ovat hyviä kanavia turvallisuusaiheisten viestien välittämiseen. (Waitinen 2017, 17.) Niiden avulla voidaan tavoittaa nopeasti suuria määriä ihmisiä, jolloin viestintä on tehokasta.

Pelastuslaki (379/2011) määrittää pelastuslaitosten lakisääteiseksi tehtäväksi ohjauksen, neuvonnan ja turvallisuusviestinnän. Pelastustoimen turvallisuusviestintään kuuluvat muun muassa turvallisuusneuvonta, turvallisuuskoulutus ja turvallisuusvalistus. Turvallisuusneuvontaa kansalaiset saavat esimerkiksi puhelimesta palotarkastajalta ja palotarkastuskohteissa valvontakäynnillä. Turvallisuuskoulutuksia järjestetään tietyille kohderyhmille luennon, oppitunnin tai harjoituksen muodossa. Kohderymänä voivat olla esimerkiksi kouluryhmät. Turvallisuusvalistus tarkoittaa viranomaisen yksisuuntaista viestintää, esimerkiksi kansalaisia varoitetaan metsäpalovaarasta tai heikoista jäistä. Turvallisuusvalistusta voidaan myös järjestää yleisöta-
pahtumissa, esimerkiksi messuilla. (Waitinen 2017, 15-17.)

Yleensä turvallisuusviestintä mielletäänkin pelastuslaitoksen toteuttamaksi, mutta sitä toteuttavat myös yritykset sisäisesti ja ulkoisesti eli asiakkailleen ja muille sidosryhmilleen. Turvallisuusviestinnän tulisi olla osa yrityksen kokonaisviestintää ja varautumista (Ranta & Martikainen 2020, 8). Varautumisella tarkoitetaan sitä, että yrityksen toiminta pyritään pitämään mahdollisimman häiriöttömänä yllättävissäkin tilanteissa (Turvallisuuskomitea 2021). Turvallisuusviestinnällä voidaan vaikuttaa myös yrityksen henkilöstön asenteisiin turvallisuutta kohtaan ja kehittää toimintakulttuuria, jolloin yrityksen ja sen asiakkaiden turvallisuus lisääntyy. Tärkeää on, että yritysten henkilökunta osaa toimia tilanteissa, joita ei voi ennakoita. Tällaiset tilanteet voivat olla myös vaaraksi työntekijöille, asiakkaille, kiinteistölle tai omaisuudelle. Turvallisuusviestintä tulisikin sisällyttää yrityksen turvallisuussuunnitelmaan.

(Sammalkangas ym. 2021, 26.) Myös yrityksen ulkoinen imago, asiakkaiden ja muiden sidosryhmien mielikuvat yrityksestä paranevat, kun yritys viestii ajankohtaisista turvallisuusaiheista, turvallisuusohjeista ja turvallisuutta lisäävistä toimenpiteistä (Väyrynen 2015, 67-68).

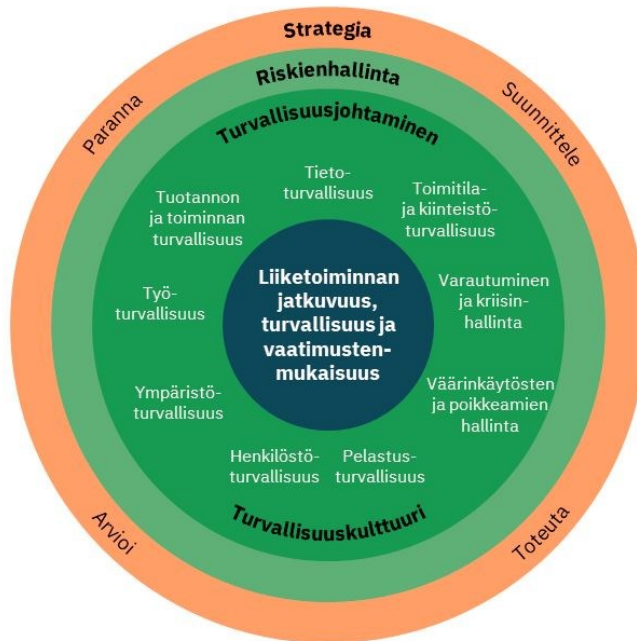
Vastuullisuus ja turvallisuus kulkevat yrityksissä käsi kädessä. Kun yritys kertoo vastuullisuudesta turvallisuusviestinnässään, se vaikuttaa asiakastyytyvyyteen, asiakkaiden ja henkilöstön käyttäytymiseen ja asenteisiin yrityksen turvallisuustoimenpiteitä kohtaan. Turvallisuusviestinnän tulee olla selkeää ja yrityksen täytyy miettiä, millä eri kielillä viestintää toteutetaan, jotta viesti ymmärretään mahdollisimman monessa asiakasryhmässä. Varsinkin matkailualalla asiakkaat ovat usein ulkomaalaisia ja puhuvat eri kieliä. Yrityksen kannattaa myös hyödyntää monia eri kanavia viestinnässään, esimerkiksi sosiaalista mediaa, yrityksen internetsivuja ja paikan päällä viestimistä. (Sammalkangas ym. 2021, 25-26.) Viestinnän tulisi tavoittaa asiakas mahdollisimman monessa matkailun vaiheessa, jotta he kokevat matkansa turvallisiksi ja turvallisuusasiat jäisivät asiakkaan mieleen, jotta hätä- tai vaaratilanteen satuessa hän osaisi toimia oikein.

Kansalaiset saattavat olla tuudittautuneita turvallisuuden tunteeseensa, joten turvallisuusviestinnän yksi tärkeä tehtävä onkin saada ihmiset huolehtimaan omasta ja muiden turvallisuudesta sekä kiinnittämään huomiota omaan toimintaansa. Yleensä ihmiset havahtuvat turvallisuusasioihin vasta, kun vahinko tai onnettomuus on sattunut itselleen tai lähipiirissä. (Waitinen 2017, 51.) Esimerkiksi koronapandemia on lisännyt asiakkaiden ja yritysten tarvetta turvallisuusviestinnälle (Sammalkangas ym. 2021, 25).

2.5 Yritysturvallisuus

Elinkeinoelämän keskusliitto on kehittänyt yritysturvallisuusmallin, jota käytetään yrityksen tai organisaation turvallisuusjohtamiseen. Sen avulla voidaan suojata yrityksen mainetta, omaisuutta ja ympäristöä tai esimerkiksi tärkeitä arvoja, kuten henkilöitä eli henkilöstöä ja asiakkaita. Yritysturvallisuuden eri osa-alueet auttavat hahmottamaan ja tarkastelemaan yrityksen turvallisuuskenttää. Henkilöstön kouluttamisella, turvallisuustietoisuuden lisäämisellä ja turvallisuuskulttuurin luomisella voidaan kehittää yrityksen turvallisuustoimintaa. Turvallisuus tuottaa asiakkaalle lisäarvoa ja lisää luottamusta. Sen takia yrityksen kannattaa sitoutua jatkuvaan turvallisuuden kehittämiseen toiminnassaan. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2021.)

Osa yritysturvallisuuden osa-alueista liittyy myös olennaisesti matkailualan yritysten turvallisuuteen. Osa-alueiden merkityksellisyys vaihtelee yrityksen toimialan ja liiketoiminnan mukaan. Kuviossa 1 on esitettyä Elinkeinoelämän keskusliiton yritysturvallisuusmalli, jota voidaan käyttää myös matkailualalla. Matkailun ja matkailijoiden turvallisuuden kannalta tärkeitä osa-alueita ovat muun muassa henkilöstöturvallisuus, kiinteistö- ja toimitilaturvallisuus, tuotannon ja toiminnan turvallisuus sekä pelastusturvallisuus. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2021.)



Kuvio 1: Yritysturvallisuusmalli (Elinkeinoelämän keskusliitto 2021).

Henkilöstöturvallisuus tarkoittaa ihmisten turvallisuuden ja toimintakyvyn takaamista sekä rikoilta ja onnettomuuksilta suojaamista. Henkilöstöturvallisuuteen liittyvät yrityksen henkilöstön, mutta myös asiakkaiden turvallisuus. Asiakkaiden turvallisuus on tärkeää matkailualan yrityksissä. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2021.)

Kiinteistö- ja toimitilaturvallisuudessa keskitytään organisaatioiden toimitilojen ja -paikkojen suojaamiseen mahdollisimman taloudellisesti riskiarvioiden perusteella. Turvallinen ja häiriötön asiointiympäristö on tärkeää matkailun ja matkailijoiden turvallisuudessa. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2021.) Esimerkiksi majoituspalveluissa on tärkeää huolehtia, että rakenteellinen turvallisuus on kunnossa. Rakenteet ja materiaalit ovat tärkeässä osassa kiinteistön turvallisuutta. Hotellin sisustusmateriaalit tulee valita niin, että ne ovat paloturvallisia ja allergiaystävällisiä, koska ne parantavat asiakasturvallisuutta sekä työturvallisuutta. (Iivari 2012, 95-96.)

Tuotannon ja toiminnan turvallisuus on yksi tärkeimmistä yritysturvallisuusmallin osa-alueista liittyen matkailualan yrityksiin. Siinä huolehditaan, että yrityksellä on turvalliset tuotteet ja palvelut. Osa-alueeseen kuuluu tuotevastuu ja -turvallisuus, johon liittyvät esimerkiksi huolellisuusvelvoite, riskien arviointi ja palveluiden turvallisuus. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2021.) Matkailualan yritykset ovat siis vastuussa omien tuotteidensa ja palveluidensa turvallisuudesta. Nämä tekijät parantavat olennaisesti myös asiakkaiden turvallisuutta.

Pelastusturvallisuuden osa-alue on myös tärkeää matkailuyrityksissä. Se tarkoittaa tulipalojen ja muiden onnettomuuksien ja vaaratilanteiden ennaltaehkäisyä. Yrityksissä tulee ennakoida vaaratilanteita ja henkilökunnan tulee saada säännöllistä koulutusta onnettomuuksien varalle. Paloturvallisuuteen liittyen yrityksessä tulee huolehtia pelastus- ja sammutusjärjestelyistä, alkusammutuskalustosta, turva- ja merkkivalaistuksesta sekä turvallisuusopasteista. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2021.) Työntekijöiden, mutta myös asiakkaiden turvallisuus paranee, kun yrityksessä on otettu tämän osa-alueen asiat huomioon.

Turvallisuudella on suuri vaikutus yrityksen toimintaan. Sen avulla muun muassa tuetaan yrityksen liiketoiminnallisia tavoitteita sekä turvallisuustoiminnot lisäävät tuotteiden ja palveluiden kysyntää. Turvallisuustoiminnoilla myös ehkäistään onnettomuuksia ja pienennetään vahingoista aiheutuvien kustannusten määrää. Turvallisuus liittyy jokaiseen yrityksen toimintoon, tuotteeseen ja palveluun. (Waitinen 2017, 21-22.)

Tärkeää on yrityksen toiminnan turvaaminen ja tärkeiden tietojen ja arvojen suojaaminen. Henkilöstö, tiedot, maine, ympäristö ja toiminta suojataan uhkaavilta tekijöiltä, esimerkiksi vahingoilta, vaaratekijöiltä ja onnettomuuksilta. Uhkien syntymistä ehkäistään tai estetään riskien arvioinnilla. Siinä tunnistetaan ja arvioidaan riskit ja vähennetään tunnistettujen riskien vaikutusta yrityksen toimintaan. Seurausten vaikutusta voidaan vähentää esimerkiksi luomalla turvalliset toimintatavat, joita myös valvotaan ja ylläpidetään. (Waitinen 2017, 22)

Yrityksen toimintaan liittyy myös sen turvallisuuskulttuuri. Turvallisuuskulttuuri tarkoittaa tapaa toimia turvallisuusasioissa, mikä syntyy yrityksen tai organisaation ja sen työntekijöiden sitoutuneesta asenteesta ja arvostuksesta turvallisuutta kohtaan. Myös yksilön ja ryhmän arvot, tietoisuus, taidot ja käyttäytyminen vaikuttavat turvallisuuskulttuurin syntymiseen ja olemassaoloon. Hyvään yrityksen turvallisuuskulttuuriin kuuluu myös perusteellinen ymmärrys turvallisuudesta ja siihen panostaminen. Jokaisen yrityksen toimijan tulisi pyrkiä ehkäisemään ja poistamaan toimintaan liittyvät vaarat. Onkin tärkeää, että turvallisuus yhdistetään jokapäiväiseen työskentelyyn yrityksessä ja henkilökunta perehdytetään ja otetaan mukaan turvallisuustyöhön. (Waitinen 2017, 44, 49.)

2.6 Matkailun turvallisuus

Matkailun turvallisuus koskee kaikkia matkan vaiheita matkan suunnittelusta matkan päättämiseen asti eikä pelkästään onnettomuuksien ja vahinkojen ehkäisemistä tietyssä kohteessa tai yrityksessä. Matkailija pohtii jo matkaa harkitessaan ja varatessaan kohteen turvallisuutta ja turvallisuuskysymyksiä. Matkailun turvallisuus liittyy myös kuljetuksiin matkakohteeseen ja kotiin, majoitus- ja ravitsemispalveluihin sekä hui-, kulttuuri-, viihde-, ja aktiviteettipalveluihin matkan aikana. (Iivari 2012, 23.)

Turvallisuus liittyy myös merkittävästi matkailun laatuun. Laadukkaissa matkailupalveluissa huomioidaan asiakkaiden ja myös henkilökunnan turvallisuus. Markkinoinnissa ja myynnissä turvallisuuden merkitys on korostunut nykypäivänä. Asiakkaat vaativat enemmän matkailupalveluilta, varsinkin turvallisuuden suhteen ja matkailualalla myös kilpailu kiristyy. Tällöin joukosta erottuvat ne laadukkaat palvelut, jotka huomioivat matkailun kokonaisturvallisuuden. Matkailupalveluiden tulee tehdä tiivistä yhteistyötä eri alihankkijoiden ja viranomaisten kanssa, jotta kokonaisturvallisuuden toteutuminen voidaan varmistaa. (Marski 2021, 56.) Matkailun turvallisuuteen liittyviä osapuolia ovat asiakas, palveluntarjoaja, työntekijä, yritysjohtaja ja matkanjärjestäjä. Jokaisella eri osapuolella on oma näkemyksensä turvallisuudesta, mutta kaikilla on kuitenkin yhteinen tavoite eli matkustamisen sujuminen mahdollisimman hyvin ilman häiriöitä. (Iivari 2012, 25-26.)

Asiakkaan ja palveluntarjoajien näkökulmista matkailun turvallisuus näkyy kaikissa matkan eri vaiheissa matkan markkinoinnista, varaamiseen, kohteeseen saapumiseen, tarjottavissa palveluissa, kohteesta poistuessa ja myös matkan jälkeen. Tätä kutsutaan asiakkaan turvalliseksi palvelupoluksi. Palveluntarjoajien tulee viestiä asiakkaalle turvallisuudesta jo ennen matkakohteen valintaa. Markkinoinnissa voidaan korostaa sitä, että turvallisuusasiat on otettu huomioon ja kerrotaan ajankohtaista tietoa matkakohteen turvallisuudesta. Nämä asiat vaikuttavat asiakkaan ostopäätökseen. Kun asiakas saapuu matkakohteeseen, on palveluntarjoajan hyvä huomioida turvalliset toimintatavat, esimerkiksi koronapandemian aikana sisäänkirjautuminen etänä tai hygieniaturvallisesti turvavälejä noudattaen. Asiakkaalle tulee myös kertoa turvallisuuskäytännöistä ja -toimenpiteistä kohteeseen saavuttaessa, mutta myös matkan aikana toteutettavissa palveluissa ja aktiviteeteissa. Asiakkaalle voidaan antaa esimerkiksi kirjalliset tai suulliset ohjeet turvalliseen asiointiin ja suoja- ja turvallisuusvälineiden käyttöön. Matkan jälkeen palveluntarjoajan olisi hyvä antaa asiakkaalle mahdollisuus palautteeseen, jotta yrityksen turvallisuutta voidaan kehittää. (Sammalkangas ym. 2021, 22-23.) Asiakas haluaa nauttia matkastaan ilman pelkoa tai vahingoittumisen vaaraa ja näkee turvallisuuden ensisijaisesti huolettomana matkakokemuksena. Turvallinen matka ja vahva turvallisuuden tunne matkan aikana parantavat asiakkaan kokemaa elämystä. (Iivari 2012, 25-26; Marski 2021, 57).

Työntekijälle turvallisuus merkitsee työsuhteen pysyvyyttä ja työympäristön on terveellisyttä, turvallisuutta ja mahdollisten häiriöiden minimointia. Yritysjohtajan näkökulmasta matkailun ja asiakkaiden turvallisuus edistää yrityksen liiketoiminnan jatkuvuutta ja parantaa mainetta. Myös työsuojelu on tärkeää, koska työsuojelun tasoa pidetään yleensä mittarina sille, kuinka hyvin asiakkaiden turvallisuudesta on huolehdittu. Vakavat puutteet työsuojelussa kertovat yleensä siitä, että myös asiakkaiden turvallisuutta täytyy parantaa. Matkanjärjestäjät voivat ajatella turvallisuutta esimerkiksi vakuutusyhtiöiden kautta. Ne ovat huolissaan vakuutusyhtiöiden vaatimuksista ja korvauksista, jos matkan aikana tapahtuu jotain,

joka vaarantaa asiakkaan turvallisuuden. Matkanjärjestäjät ajattelevat turvallisuutta myös asiakassuhteiden säilymisen ja yritystoiminnan jatkuvuuden kannalta. (Iivari 2012, 25-26.)

Matkailijan turvallisuutta uhkaavia tekijöitä voidaan ajatella tahattomiksi tapahtumiksi, joissa turisti esimerkiksi loukkaantuu vahingossa. Tapahtumat voidaan jakaa kahteen eri luokkaan eli niihin, joihin ei voida vaikuttaa, kuten luonnonkatastrofit ja sääilmiöt ja niihin, joihin voidaan vaikuttaa. Tilanteita, joihin voidaan vaikuttaa, ovat esimerkiksi ongelmat infrastruktuurissa ja puutteet kiinteistöjen turvallisuusstandardeissa. Jos kiinteistössä on puutteita esimerkiksi paloturvallisuudessa, voi se aiheuttaa tulipaloja, joka vaarantaa matkailijat. Ongelmat infrastruktuurissa, esimerkiksi huonoissa saniteettitiloissa tai hygieniapuutteet voivat aiheuttaa erilaisia tauteja ja matkailija voi sairastua. (Fuchs & Pizam 2011, 301-302.)

Matkailijat saattavat myös vaarantaa itse oman turvallisuutensa harrastamalla esimerkiksi vaarallisia ja onnettomuuksille altistavia urheilulajeja, kuten laskettelua ja kiipeilyä. Joskus matkailijat eivät noudata ohjeita tai eivät ymmärrä niitä, heidän taitonsa ja kykynsä eivät vastaa aktiviteetissä tarvittavia vaatimuksia, terveydentila on huono tai he eivät tunne ympäristöään. Nämä altistavat myös erilaisille onnettomuuksille tai tapaturmille. Lomalla myös matkailija saattaa käyttäytyä riskialttiimmin kuin arkena, joka myös saattaa vaarantaa matkailijan turvallisuuden. Esimerkiksi liiallinen alkoholin käyttö altistaa tapaturmille. Riskialtis käyttäytyminen saattaa myös altistaa turistin erilaisille rikoksille ja huijauksille. (Fuchs & Pizam 2011, 301-302.)

2.7 Kuluttajapalveluiden turvallisuus

Matkailun turvallisuudessa tulee huomioida kuluttajapalveluiden ja tuotteiden turvallisuus. Kuluttajapalveluita ovat muun muassa tivolit, huvipuistot, uimahallit, kylpylät, sisä- ja ulko-leikki puistot, uimarannat, ohjelmapalvelut, yleisötapahtumat ja esimerkiksi urheiluvarusteiden vuokraus. Tukes eli Turvallisuus- ja kemikaalivirasto valvoo erilaisten kuluttajapalveluiden turvallisuutta pistokokeilla ja riskien arvioinnin perusteella. (Tukes 2021a.) Palveluiden ja kulutustavaroiden turvallisuutta ohjaa Kuluttajaturvallisuuslaki (920/2011). Sen tarkoituksena on ennaltaehkäistä kuluttajapalveluista ja -tavaroista terveydelle tai omaisuudelle aiheutuvia haitallisia tekijöitä ja parantaa palveluntarjoajien ja toiminnanharjoittajien toimintaedellytyksiä. Kuluttajaturvallisuuslaki (920/2011) määrittää myös vaarallisen kulutustavaran ja -palvelun. Kulutustavaraa ja -palvelua pidetään terveydelle vaarallisena silloin, kun ne voivat esimerkiksi vian tai puutteellisten tietojen takia aiheuttaa vamman, sairauden tai myrkytyksen tai omaisuudelle vaarallisena silloin, kun ne voivat vahingoittaa toista esinettä tai muuta omaisuutta. (Kuluttajaturvallisuuslaki 920/2011 1:1 §, 3:10 §.)

Kaikkia kuluttajapalveluiden palveluntarjoajia koskee yleinen huolellisuusvelvollisuus, joka tarkoittaa sitä, että he ovat vastuussa palveluidensa turvallisuudesta. Palvelu ei saa aiheuttaa vaaraa terveydelle tai omaisuudelle ja palvelussa käytettävien laitteiden ja välineiden

turvallisuus on myös varmistettava. Tärkeää palveluissa on myös vaarojen ja riskien kartoittaminen ja tunnistaminen eli riskien arviointi. Siinä arvioidaan mahdollisten vaaratilanteiden ja onnettomuuksien todennäköisyys ja tapahtuman seurausten vakavuus esimerkiksi asiakkaalle, henkilöstölle ja ulkopuolisille henkilöille. Riskien arviointia tulee tehdä koko toiminnan ajan säännöllisesti. Riskien ja vaarojen minimoimiseksi palveluntarjoajan on ryhdyttävä toimenpiteisiin ja pyrkiä vahinkojen ja onnettomuuksien ennaltaehkäisyyn. (Tukes 2021b; Turvasatanen 2013, 11.)

Joihinkin kohteisiin tulee myös laatia turvallisuusasiakirja, joka on kirjallinen selvitys palvelun turvallisuudesta. Siinä selvitetään muun muassa millaisia vaaroja ja riskejä palveluun liittyen on ja mitä turvallisuustoimenpiteitä hätätilanteiden varalle ja riskien hallitsemiseksi on tehty. Turvallisuusasiakirja laaditaan sellaisiin palveluihin, jotka voivat aiheuttaa vähäistä merkittävämpää vaaraa henkilöiden ja asiakkaiden turvallisuudelle. Tällaisia palveluja ovat muun muassa huvipuistot, eläintarhat, kuntosalit, seikkailu- ja elämyspalvelut, eri urheiluaktiiviteettipalvelut, kuten kiipeilykeskukset, ratsastustallit ja uimahallit, uimarannat ja maauimalat. Turvallisuusasiakirjan tulee olla valmis ennen palvelun aloittamista ja sitä tulee päivittää säännöllisesti, jotta se pysyy ajan tasalla. Henkilökunta tulee perehdyttää sen sisältöön ja heidän kanssansa on hyvä harjoitella eri toimenpiteitä, jotta he osaavat toimia hätä- ja onnettomuustilanteiden sattuessa. (Tukes 2021c.)

Palveluntarjoajan tulee varmistaa, että asiakas saa tietoa palveluiden turvallisuudesta ennen palvelun alkua, sen aikana ja myös sen jälkeen. Palveluihin liittyviä turvallisuustietoja ovat esimerkiksi ohjeet tarvittavasta valmistautumisesta, varusteista, ennako-osaamisesta ja asiakkaille tulee antaa myös toiminta- ja käyttäytymisohjeet, ohjeet hätä- ja vaaratilanteisiin ja palvelun jälkeiseen toimintaan. Asiakasta tulee myös tiedottaa turvallisuudesta vastaavista henkilöistä. Ennen palvelun suorittamista palveluntarjoajan tulee varmistua siitä, että asiakkaat ovat ymmärtäneet ohjeet ja osaavat toteuttaa niitä käytännössä. Matkailualalla on myös paljon ulkomaalaisia matkailijoita, joten palveluntarjoajan vastuuseen kuuluu myös se, että he ymmärtävät turvallisuusohjeet. (Tukes 2021b; Turvasatanen 2013, 17.)

Tietoa turvallisuudesta ja turvallisuusohjeista tulee antaa asiakkaalle selkeästi, mutta palveluntarjoaja voi päättää itse, mikä on paras tapa tiedon välittämiseen. Tietoja voidaan antaa esimerkiksi kylttien, videoiden, kuvien tai varoitustaulujen avulla, mutta myös kirjallisesti ja suullisesti. Turvallisuudesta tiedottavat materiaalit eivät saa sekoittaa markkinointimateriaaliin. Asiakkaalle on tärkeää saada tietoa palveluiden turvallisuudesta, jotta hän voi arvioida etukäteen pystyykö osallistumaan kyseiseen toimintaan ja että hän osaa toimia turvallisesti ja oikein. Palveluntarjoajan tulee myös pidättäytyä palvelun tarjoamisesta, jos ei voida varmistua siitä, että asiakkaat ovat ymmärtäneet turvallisuusohjeet ja turvallisuuteen liittyvät tiedot. Palveluntarjoaja on edelleen vastuussa palvelunsa turvallisuudesta, eikä vaaroista tiedottaminen poista tätä. (Tukes 2021b; Turvasatanen 2013, 17.)

Läheltä piti-tilanteista ja tapahtuneista tapaturmista tulee pitää kirjaa, koska sen avulla voidaan kehittää palvelun turvallisuutta ja seurata turvallisuustilannetta. Tilanteet, joista aiheutuu vakava tapaturma, esimerkiksi kuolemantapaus tai pysyvä terveyshaitta ja vakavat läheltä-piti tilanteet, jotka kohdistuvat lapsiin tai vaaralle on altistunut useita ihmisiä, täytyy ilmoittaa Turvallisuus- ja kemikaalivirastoon. Jos palvelussa on ollut vika tai puute ja siitä aiheutuu tapaturma tai läheltä piti-tilanne, täytyy se myös ilmoittaa Turvallisuus- ja kemikaalivirastoon. Myös täysin uudenlaiset tai poikkeavat tilanteet täytyy ilmoittaa, jotta ne voidaan selvittää ja muut palveluntarjoajat voivat ottaa siitä opiksi eikä vastaavia tilanteita enää synnyisi. (Tukes 2021b.)

3 Opinnäytetyön prosessi ja menetelmät

Opinnäytetyö on kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus ja tutkimusstrategia on survey-tutkimus, jota kutsutaan myös kyselytutkimukseksi. Määrällisessä tutkimuksessa tulokset ja ilmiöt kuvataan numeerisesti ja ne voidaan esittää taulukoilla tai kuvioilla, esimerkiksi diagrammeilla. Siinä myös usein vertaillaan tutkittavien asioiden riippuvuussuhteita ja tulokset yleistetään koskemaan isompaa joukkoa. Määrällinen tutkimus on hyvä tapa kartoittaa asian tai ilmiön nykytila, mutta syitä asioille on hankala sen avulla selvittää. (Heikkilä 2014, 15, 17.) Survey-tutkimuksen tavoitteena on selvittää tiettyjen ilmiöiden tai tapahtumien esiintyminen, vuorovaikutus ja jakautuminen, mikä tässä opinnäytetyössä tarkoittaa turvallisuusviestinnän tavoitettavuutta. (Jyväskylän yliopisto 2015.)

Koska opinnäytetyö on survey-tutkimus, tutkimusmenetelmänä on määrällinen kysely. Siinä kerätään suurehkolta joukolta tietoa vakioidussa muodossa ja saatua tietoa on tarkoitus analysoida, vertailla ja kuvailla. Kerätyn tiedon avulla pyritään myös selittämään jotakin tiettyä ilmiötä. Tämä valittiin tutkimusmenetelmäksi, koska opinnäytetyössä selvitetään matkailijoiden käsitystä ja kokemusta turvallisuusviestinnän tavoitettavuudesta ja riittävydestä. (Vehkalahti 2014, 12-13; Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2013, 134.) Survey-tutkimuksissa kootaan kyselymenetelmällä tietoa melko suuresta määrästä tutkimuskohteita eli osaa perusjoukosta. Perusjoukko on Helsingissä matkailevat henkilöt, jotka ovat yöpyneet vähintään yhden yön kohteessa ja päivämatkustajat. (Jyväskylän yliopisto 2015.)

Kysely on tehokas tutkimusmenetelmä ja sen avulla voidaan kerätä tutkimusaineistoa suurelta määrältä ihmisiä nopeasti. Kyselyn tulokset käsitellään tilastollisesti, koska se tuottaa tulokset numeroihin perustuvina tilastoina. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2015, 121-122.) Tyypillisimpiä kyselyn toteuttamismuotoja ovat kyselylomake, joka voidaan esimerkiksi lähettää postissa vastaajalle ja internetissä itsenäisesti täytettävät kyselyt. Myös puhelimesta tai kasvokkain tehdyt kyselyt ovat yleisiä ja silloin lomakkeen täyttää haastattelija tutkimukseen

vastaajan puolesta. (Ojasalo ym. 2015, 121.) Tässä opinnäytetyössä kysely oli internetissä täytettävä, mutta vastauksia kerättiin myös kasvokkain ihmisiltä.

3.1 Kyselyn suunnittelu ja toteuttaminen

Ennen kyselyn tekoa selvitettiin taustatietoja eri matkailualojen yritysten ja organisaatioiden turvallisuusviestinnästä. Organisaatioille lähetettiin sähköposti, jossa kerrottiin opinnäytetyöstä ja sen tavoitteesta. Viestissä kysyttiin myös, millaista kyseisen yrityksen turvallisuusviestintä asiakkaan suuntaan on, missä kanavissa ja miten sitä toteutetaan. Taustatietoja koskeva sähköposti lähetettiin yhteensä 14 eri kohteeseen. Vastauksia kysymyksiin saatiin 9 eri paikasta eli Suomenlinnasta, Korkeasaaresta, Linnanmäeltä, Ateneumista, Helsingin matkailuneuvonnasta, Oodista, Helsingin pelastuslaitokselta, Poliisihallitukselta ja Sokos Hotels-ketjulta. Taustatietojen selvittämistä varten valittiin mahdollisimman monipuolisesti organisaatioita eri aloilta, kuten majoituspalveluista, ravintola-alalta, elämyspalveluista ja eri viranomaisia.

Terveysturvallisuus eli koronaan liittyvät ohjeistukset nousivat eniten esiin kartoituksessa. Myös paloturvallisuuteen, esimerkiksi tupakointiin ja grillaukseen liittyen, turvalliseen liikkumiseen, huvipuistolaitteiden turvalliseen käyttöön ja kiellettyihin esineisiin liittyviä ohjeita tuli esille muutaman organisaation vastauksissa. Taustatiedoista saatiin tietoon monipuolisesti eri kanavia, missä organisaatiot viestivät turvallisuudesta asiakkailleen. Kanavista eniten nousivat esiin internetsivut, sosiaalinen media, kyltit ja julisteet, esitteet, kuulutukset, digitaaliset näytöt ja videot. Myös kasvotusten henkilökunnan toimesta annetaan turvallisuusohjeita. Organisaatioissa oli useampia eri kanavia käytössä, joissa turvallisuudesta viestittiin. Ne usein viestivät myös usealla eri kielellä. Koska taustatietoja saatiin eri aloilta, kyselyssä pystyttiin huomioimaan kaikki mahdolliset osa-alueet, jotka kuuluvat matkailualan yritysten ja organisaatioiden turvallisuusviestintään.

Taustatietojen selvittämisen jälkeen kyselylomaketta suunniteltiin aluksi Microsoft Word -ohjelmistoon. Kyselylomakkeen kysymykset ja vastausvaihtoehdot suunniteltiin taustatietojen kartoituksen perusteella ja siinä otettiin huomioon myös opinnäytetyön tekijän havainnot turvallisuusviestinnän aiheista. Lomakkeen rakenne ja kysymysten muotoilu mietittiin tarkkaan. Suunnittelussa tuli ottaa huomioon monia eri asioita. Kyselylomakkeen tulee olla selkeä, yksiselitteinen ja sopivan pituinen. Sen tulee sisältää vain sellaiset kysymykset, joita tarvitaan tutkimuksen tavoitteiden saavuttamiseksi. (Ojasalo ym. 2015, 130-131.) Kysymykset pyrittiin suunnittelemaan sellaisiksi, että kaikki vastaajat ymmärtävät ne samalla tavalla eikä vastauksiin tulisi tulkintavirheitä.

Kysymystyyppiksi kyselyyn valittiin monivalintakysymykset, koska niissä vastausvaihtoehdot ovat valmiiksi määrätty. Tällöin kysymys- ja vastausmuoto on aina samanlainen eli vakioitu. Osa kysymyksistä oli myös sekamuotoisia, koska niihin lisättiin yksi avoin kysymys, esimerkiksi

vaihtoehto ”muu”, jonka perään annettiin vastaajalle mahdollisuus kirjoittaa vastaus. Avoin kysymys oli tarpeellinen, koska siihen vastaaja pystyi kirjoittamaan tarvittaessa sellaisen vaihtoehdon, jota ei ollut osattu ottaa huomioon kyselyä tehdessä. (Vilka 2007, 67-69.)

Vastaajan taustatietoihin liittyvät kysymykset olivat kyselylomakkeessa ensimmäisenä. Taustatietoina kysyttiin vastaajan ikää, sukupuolta, asuinpaikkaa (suomi tai ulkomaat), matkan tarkoitusta ja matkan kestoa. Seuraavana kysymyksenä oli: Mitä seuraavista turvallisuusohjeista olet nähnyt tai kuullut matkasi aikana Helsingissä? Vastausvaihtoehtoina oli eri aihealueita liittyen turvallisuusohjeisiin, eli ohjeita hätätilanteisiin, paloturvallisuuteen, koronavirukseen, poistumisturvallisuuteen, välineiden ja laitteiden turvalliseen käyttöön, turvallisiin kulkureitteihin ja sallittuihin vierailualueisiin, kiellettyihin aineisiin ja esineisiin ja omaisuuden suojaamiseen liittyen. Vaihtoehtoina oli myös avoin kenttä ”muu” ja ”en ole nähnyt tai kuullut mitään”. Tähän ja muihin turvallisuusviestintään liittyviin kysymyksiin oli mahdollista valita useampi eri vastausvaihtoehto. Kyselylomake on nähtävissä liitteessä 1.

Seuraavat kysymykset liittyivät turvallisuusviestinnän aiheisiin. Riippuen siitä, mitkä vastausvaihtoehdot vastaaja valitsi, avautui jatkokysymyksiä. Kysymyksissä selvitettiin minkä eri toimijoiden tai matkailukohteiden kyseisen aiheen turvallisuusviestintää vastaaja on nähnyt matkansa aikana Helsingissä ja missä eri kanavissa. Vastausvaihtoehdot ovat esitettynä kuviossa 2. Vastausvaihtokategoriat valittiin matkailualan yritysten toimialojen määrittelyä ja kyselyn taustatietojen selvityksiä hyödyntäen.

Majoituspalvelut	• Esim. Hotellit, hostellit, leirintäalueet
Yleisötapahtumat	• Esim. Urheilutapahtumat, konsertit, festarit
Kulttuuri ja taide	• Esim. Museot, teatterit, elokuvateatterit
Aktiveittipalvelut	• Esim. Urheiluaktiiviteetit, kylpylät, uimahallit
Elämispalvelut	• Esim. Korkeasaari, Linnanmäki, risteilyt
Nähtävyydet	• Esim. Suomenlinna, Tuomiokirkko, Kauppatori
Ravintolat ja kahvilat	
Kauppakeskukset ja kauppaliikkeet	
Satama tai lentokenttä	
Viranomaiset	• Esim. Pelastuslaitos, Poliisi, Rajavartiolaitos
Helsingin kaupunki	

Kuvio 2: Vastausvaihtokategoriat matkailukohteita ja toimijoita koskeviin kysymyksiin sekä esimerkit kategorioista.

Kanavia koskevassa kysymyksessä vastausvaihtoehtoja oli yhdeksän, jotka ovat esitetty kuviossa 3. Vastausvaihtokategoriat valittiin eri organisaatioilta saatujen taustatietojen

avulla. Lopuksi kysyttiin monivalintakysymyksillä vastaajan mielipidettä turvallisuusviestinnän riittävydestä ja minkälaista turvallisuusviestintää vastaaja haluaisi lisää.



Kuvio 3: Vastausvaihtoehtokategoriat kanavia koskeviin kysymyksiin.

Kyselylomakkeen suunnitelma hyväksyttiin toimeksiantajalla. Tämän jälkeen kysely toteutettiin E-lomake-ohjelmistolla. E-lomake on selaimessa käytettävä ohjelmisto kyselyiden ja erilaisten verkkolomakkeiden luomiseen ja julkaisemiseen. Ohjelmistosta tiedot saadaan siirrettyä suoraan eri tilasto-ohjelmistoihin, joissa tietoa voidaan analysoida. (E-lomake 2021.) Kysely tehtiin sekä suomeksi että englanniksi, koska työn tarkoituksena oli myös selvittää, onko kotimaisten ja ulkomaalaisten matkustajien tavoittamisessa eroja. Kyselylomake rakennettiin samalla tavalla ja samoilla vastausvaihtoehdoilla molemmille kielille, jotta tutkimustuloksia voidaan vertailla. Suomenkielinen kyselylomake on opinnäytetyön liitteenä (Liite 1).

Kyselylomakkeen alkuun laadittiin saatekirje. Saatekirje on tarpeellinen osa kyselytutkimusta, koska sen tarkoitus on kertoa vastaajalle mistä on kyse, kyselyn teettäjä ja tutkimuksen tarpeellisuus. Hyvin laadittu saatekirje lisää vastausten määrää ja luottamusta tutkimusta kohtaan. (Ojasalo ym. 2015, 133.) Kun kyselylomake oli valmis, sitä testattiin vielä viidellä kohderyhmään kuuluvalla vastaajalla. Lomakkeen testaajat olivat opinnäytetyön lähipiiristä valittuja kohderyhmään kuuluvia henkilöitä. He täyttivät kyselylomakkeen alusta loppuun ja kommentoivat, jos huomasivat puutteita tai virheitä lomakkeessa. Kommenttien perusteella lomake vielä viimeisteltiin ennen julkaisua. Lomakkeen testaaminen ennen sen laajaa levittämistä on tärkeää ja välttämätöntä, jotta siihen voidaan tehdä vielä tarvittavat korjaukset ja täydennykset ennen julkaisua sekä varmistaa, että siinä on kaikki tarvittava tieto tutkimuskysymyksiin vastausten saamiseksi (Ojasalo ym. 2015, 133).

3.2 Aineistonkeruu

Määrällisessä tutkimusmenetelmässä ilmiö, jota tutkitaan, määritellään tutkimuksen tavoitteiden perusteella. Siinä mittauksen kohteita eli tutkittavia kohteita kutsutaan havaintoyksiköiksi. Tässä opinnäytetyössä havaintoyksikkö on siis Helsingissä matkailevat henkilöt, koska tavoitteena on selvittää miten turvallisuusviestintä tavoittaa heidät. Kaikki Helsingissä matkailevat henkilöt muodostavat tutkimuksen perusjoukon. (Ojasalo ym. 2015, 122-123.) Victory-palvelun (2021) mukaan Helsingissä rekisteröityihin majoitusliikkeisiin saapui tammi-heinäkuun 2021 välisenä aikana 481 000 matkailijaa. Tätä voidaan pitää suuntaa antavana lukuna perusjoukon koosta, mutta tarkkojen matkustajalukujen saaminen on mahdotonta, koska kaikkia matkailijoita ei rekisteröidä. Määrällisessä tutkimuksessa kaikkein luotettavin tieto saadaan silloin, kun tutkitaan koko perusjoukkoa. Tämä ei kuitenkaan ollut mahdollista perusjoukon suuren määrän takia. (Ojasalo ym. 2015, 122-123.)

Perusjoukosta valittiin otoksen sijasta harkinnanvarainen ja sattumanvarainen näyte, koska satunnaisotoksen saaminen perusjoukosta eli kaikista Helsingissä matkailevista henkilöistä oli mahdotonta eikä opinnäytetyön tekijällä ollut tietoa kaikista havaintoyksiköistä. (Kvantitatiivisen tutkimuksen verkkokäsikirja 2021b.) Sattumanvaraista näytettä kutsutaan myös itsevalikoituvaksi näytteeksi. Kyselyn aineistoa kerättiin internetissä, joten vastaajat valikoituvat sattumanvaraisesti. (Vehkalahti 2014, 47.) Kyselyyn kerättiin vastauksia myös fyysisesti paikan päällä, jolloin syntyy harkinnanvarainen näyte, koska opinnäytetyön tekijä on valinnut tutkimuksen kohteet eli kyselyyn vastaajat (Vilka 2007, 58).

Näytteen ja otoksen koon valitsemiseksi ei ole yksinkertaista menetelmää, mutta sen tulee olla riittävän suuri, jotta tutkimuksesta saadaan tarpeeksi tietoa, jota hankkeen tekijät voivat hyödyntää (Vilka 2007, 58). Näytteen ja otoksen kokoon vaikuttaa työn luottamustaso. Luottamustaso kertoo todennäköisyyden sille, että kyselystä saatu tulos pätee koko perusjoukossa. 95 prosentin luottamustaso on yleensä riittävä tilastollisissa tutkimuksissa. Otostutkimuksessa ei voida saada täsmällistä tulosta vaan pelkästään arvio siitä. Tulokseen vaikuttaa virhemarginaali. Jos tavoitteena on pieni virhemarginaali työn tuloksia arvioidessa, sen suurempi työn otoksen tai näytteen on oltava. (Heikkilä 2014, 40-41.)

Näytteen kooksi tavoiteltiin 400 vastaajaa, mutta vastausmäärä jäi pienemmäksi. Näytteen koon olisi hyvä olla vähintään 200-300 vastaajaa, koska tutkittavia oli kaksi eri ryhmää, kotimaiset ja ulkomaiset vastaajat. Jokaisessa ryhmässä tulisi olla 30 tutkittavaa yksikköä. (Heikkilä 2014, 43.) Vastauksia kyselyyn saatiin 189 kappaletta, joista ulkomailta asuvia matkailijoita oli 24 kappaletta. Saatua vastausmäärä on riittävän lähellä näytekoon viitearvoja, joten vastausmäärä todettiin riittäväksi. Kun näytteen koko on tavoiteltua vastausmäärää ja viitearvoja pienempi, tutkimuksen luotettavuus hieman pienenee (Heikkilä 2014, 43). Tässä tutkimuksessa sillä ei ole suurta merkitystä, koska näytteestä saatavia tuloksia ei voida

sellaisenaan yleistää laajempaan perusjoukkoon, mutta siitä saadaan kuitenkin arvokasta tietoa tutkimuksen kannalta. Kyselyyn vastanneiden henkilöiden mielipiteet ja kokemukset ovat oikeita, joten niihin tulee suhtautua vakavasti ja niitä voidaan hyödyntää turvallisuusviestinnän kehittämisessä. (Otantamenetelmä 2019.)

Kyselyyn kerättiin vastauksia sekä internetin kautta matkailuaiheisissa Facebook-ryhmissä että kasvotusten ihmisiä tapaamalla. Kysely oli auki kahden viikon ajan 26.7.-8.8.2021 välisenä ajankohtana. Kyselyä jaettiin yhteensä yhdeksässä matkailuaiheisessa Facebook-ryhmässä, joista kaksi oli englanninkielisiä. Taulukossa 1 on kerrottuna kaikki ryhmät ja ryhmien jäsenmäärät heinäkuussa 2021. Ryhmissä julkaistiin kuva ja saateteksti suomeksi sekä englanniksi. Englanninkielisissä ryhmissä kuva ja saateteksti oli vain englanniksi. Julkaisuja käytiin säännöllisin väliajoin kommentoimassa, jotta ne nousivat taas aktiiviseksi ja ylimmäksi ryhmän uutisvirtaan ja tällä tavoin kyselyyn saatiin lisää vastauksia.

Facebook-ryhmät	Jäsenmäärä
Kimppakyyti	58,0 tuhatta
Matkaile Suomessa: Vinkkejä ja ideoita	26,3 tuhatta
Hei me reissataan kotimaassa	20,3 tuhatta
Suomi Matkailu Elämyksiä	7,4 tuhatta
Kotimaan helmet	4,9 tuhatta
Kotimaan matkailijat	1,7 tuhatta
Vastuullinen matkailu	346
Visit Finland (eng.)	8,3 tuhatta
Travel in Finland (eng.)	3,0 tuhatta

Taulukko 1: Facebook-ryhmät, joissa kyselyä jaettiin ja niiden jäsenmäärät

Toinen tapa, jolla kyselyyn kerättiin vastauksia, oli kasvotusten matkailijoiden tapaaminen. Opinnäytetyön toimeksiantajan kanssa sovittiin sopivasta paikasta kerätä kyselyyn vastauksia. Paikaksi valikoitui Helsingin matkailuneuvonnan Biennaalin paviljonki Kauppatorilla, koska se oli hyvä paikka matkailijoiden tavoittamiseen. Biennaalin paviljongilta lähti vesibussi Vallisaareen, missä järjestettiin Helsinki Biennaali 2021 -näyttely, jossa vieraili paljon matkailijoita. Kyselyyn liittyen tehtiin myös juliste, jossa oli lyhyt esittely kyselystä suomeksi ja englanniksi ja QR-koodit, jolla matkailijat pääsivät suoraan kyselyyn (Liite 2). QR-koodit skannaamalla avautui linkki joko suomenkieliseen tai englanninkieliseen kyselyyn. Juliste vietiin Helsingin

matkailuneuvonnan pisteille eli rautatieasemalle ja Biennaalin paviljongille 28.7.2021, missä se oli esillä 8. elokuuta 2021 asti.

Vastauksia kerättiin kolmena päivänä Biennaalin paviljongilla ja sen lähiympäristössä. Matkailijat pystyivät vastaamaan kyselyyn omalla älylaitteellaan skannaamalla julisteessa ollut QR-koodi, joka vei kyselyn internetsivulle, kahden tablettitietokoneen kautta tai tulostetuille kirjallisille lomakkeille. Matkailijoille jaettiin myös tulostettuja papereita, joissa oli saateteksti sekä linkki ja QR-koodi kyselyyn, jos he eivät ehtineet paikan päällä kyselyä täyttää.

Haasteeksi vastausten keräämisessä huomattiin, että joidenkin ulkomaalaisten matkailijoiden puhelin ei tukenut QR-koodilla skannattavaa linkkiä, joten he eivät päässeet vastaamaan kyselyyn. Kun ongelma havaittiin, tulostettiin seuraavaksi vastausten keräämispäiväksi myös papereita, joissa tekstit olivat suomeksi ja englanniksi sekä linkki kyselyyn. Myös ulkomaalaisten vastaajien määrä jäi pieneksi. Tämä johtuu todennäköisesti meneillään olevasta koronaviruspandemiasta sekä matkustusrajoituksista, koska matkustajia on vähemmän liikkeellä normaaliin aikaan verrattuna. Internetissä levitettävän kyselyn haasteena oli se, miten saadaan tarpeeksi vastaajia. Ulkomaalaisia matkailijoita ei oikeastaan saatu juurikaan houkutelua vastaamaan Facebook-ryhmien kautta. Suomenkielisissä Facebook-ryhmissä jaettu ilmoitus kyselystä tuotti kuitenkin hyvin vastauksia.

3.3 Aineiston analysointi

Tilastolliset analyysimenetelmät jaetaan kahteen pääjoukkoon eli perustaviin menetelmiin ja monimuuttujamenetelmiin. Perustavat menetelmät tarkoittavat aineiston kuvailuun kohdistuvia menetelmiä ja niitä ovat muun muassa keskiluvut, hajontaluvut, ristiintaulukointi, korrelaatio ja riippuvuusluvut. Monimuuttujamenetelmiä ovat klusteri-, faktori-, erottelu-, varianssi-, regressio- ja conjoint-analyysi. (Ojasalo ym. 2015, 134.)

Tässä opinnäytetyössä kyselystä saatuja tietoja analysoitiin SPSS-ohjelmistolla. Analysointiin käytettiin ristiintaulukointia, koska siinä voitiin tarkastella havaintoja samanaikaisesti kahden muuttujan avulla. Ristiintaulukoinnissa voidaan siis löytää eri muuttujia, jotka selittävät toista muuttujaa. (Vilka 2007, 129.) Analysoitavia muuttujia olivat vastaajien asuinpaikka ja matkan kesto eli oliko matkailija päivämatkustaja vai yöpyvä matkustaja. Analysoinnissa selvitettiin miten nämä eri tekijät vaikuttavat siihen, tavoittiko turvallisuusviestintä matkailijat. Asuinpaikka valittiin analysoitavaksi taustamuuttujaksi, koska sen avulla pyrittiin vastaamaan tutkimuskysymykseen kotimaisten ja ulkomaisten matkailijoiden eroista. Tutkimuksen edetessä huomattiin, että matkan keston avulla saatiin myös vertailtua hyvin eri matkustajaryhmiä, minkä takia se valittiin myös analysoitavaksi taustamuuttujaksi.

Taustamuuttujia oli kuitenkin useampia, esimerkiksi vastaajien ikä ja matkan tarkoitus. Niiden tulokset on kerrottu jokaisen ohjeen kohdalla, mutta tarkempaan analysointiin niitä ei

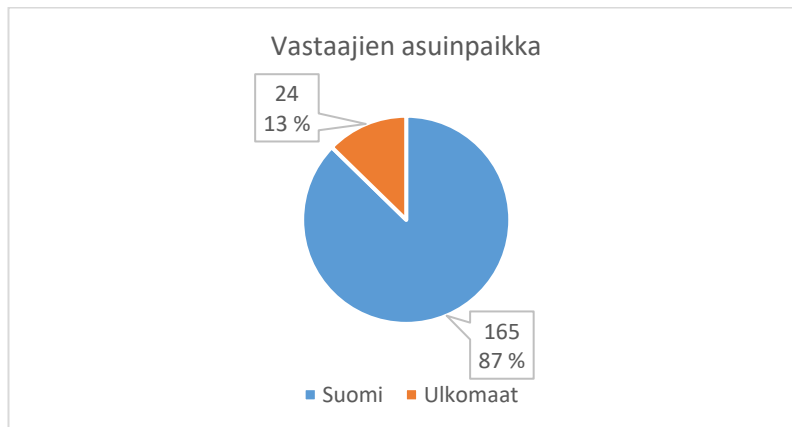
valittu. Suurin osa matkailijoista oli loma- tai vapaa-ajan matkalla, joten vertailua eri vaihtoehtojen välillä ei kannattanut tehdä. Tarkempaa analyysiä ikäryhmittäin ei myöskään tehty, koska osassa ryhmissä oli vähän vastaajia.

Koska opinnäytetyössä perusjoukosta eli Helsingissä matkailuvista henkilöistä ei ole voitu valita otosta, tutkimus toteutettiin harkinnanvaraisen ja sattumanvaraisen näytteen avulla. Silloin tuloksia ei voida silloin yleistää koskemaan koko perusjoukkoa, joten ristiintaulukoiden merkitsevyyttä ei ole testattu esimerkiksi khiin neliö -testin (χ^2) avulla. Testiä käytetään tutkimuksissa, jotka perustuvat otoksiin. Se kertoo tilastollisen merkitsevyyden ja pätevätkö erot eri vastaajaryhmien välillä myös perusjoukossa. (Kvantitatiivisen tutkimuksen verkkokäsikirja 2021a.)

Kyselyssä oli myös avoimia kysymyksiä jokaisen kysymyksen vaihtoehtoissa. Vastauksia avoimiin kysymyksiin tuli kuitenkin vain muutamia, jonka takia vastauksista ei ole tehty sisällyönanalyysiä. Avoimien kenttien vastaukset on kuitenkin kerrottu tuloksissa. Tutkimuksessa saadut keskeiset ja olennaisimmat tulokset esitetään graafisesti palkkikaavioiden ja piirakkakuvion avulla sekä myös sanallisesti. Taulukot ja kuviot lisäävät ymmärrystä tulosten sanalliseen kuvailuun (Vilka 2007, 135). SPSS-ohjelmistolla tehdyt taulukot vietiin Exceliin, jossa kaaviot muotoiltiin ja liitettiin opinnäytetyöhön.

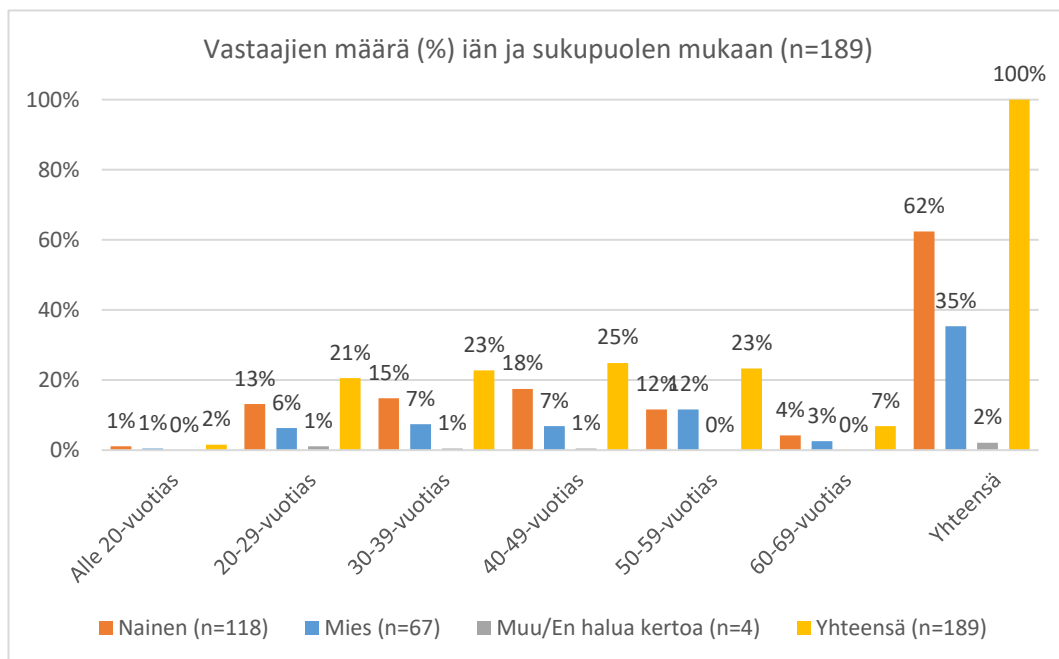
4 Tulokset

Matkailijoille kohdistettuun kyselyyn turvallisuusviestinnästä vastasi yhteensä 189 henkilöä. Heistä 87 prosenttia asui Suomessa ja 13 prosenttia ulkomailla (Kuvio 4). Naisia vastaajista oli 62 prosenttia ja miehiä 35 prosenttia. Noin 2 prosenttia eli neljä vastaajaa valitsi sukupuolekseen vaihtoehdon muu/en halua kertoa. (Kuvio 5). Kyselytutkimuksen tulokset on esitelty kaavioiden avulla ja sanallisessa muodossa. Tulokset esitetään prosentteina ja prosenttiluvut on pyöristetty lähimpään kokonaislukuun kysymyksissä, joissa vastaajamäärä on ollut yli 30 vastaajaa. Alle 30 vastaajan ryhmät esitetään vain vastaajamäärinä, kuten myös ulkomailla asuvien ja Suomessa asuvien sekä päivämatkustajien ja yöpyvien matkustajien ryhmien vastaukset ja niiden välinen tarkastelu. Ryhmien koot eroavat toisistaan jonkin verran ja osassa kysymyksissä vastaajamäärät olivat pieniä, joten riittävää vertailua ryhmien välillä ei voitu tehdä.



Kuvio 4: Vastaajien asuinpaikka ja vastausmäärät.

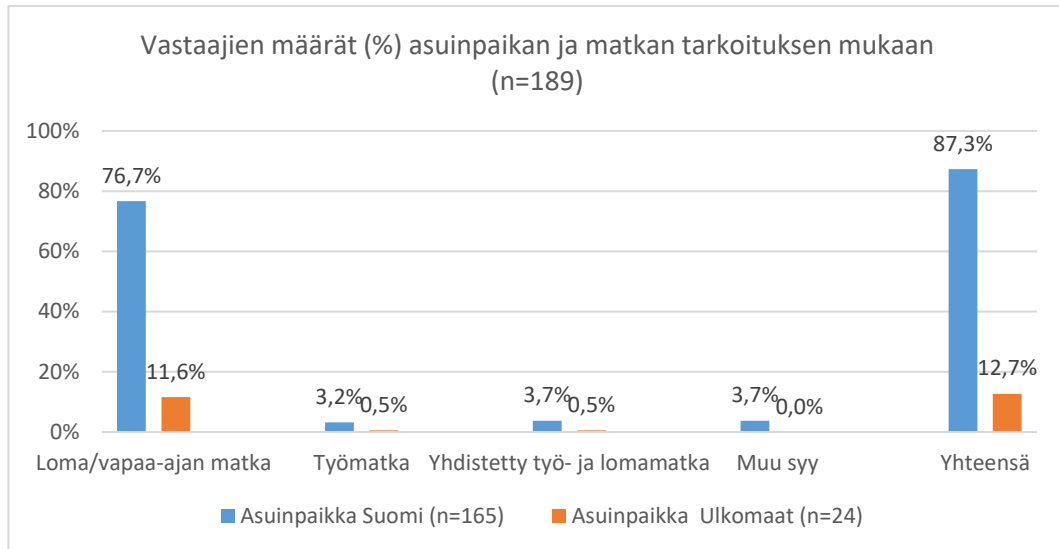
Alle 20-vuotiaita vastaajia oli 2 prosenttia kaikista vastaajista. 20-29-vuotiaita vastaajia oli yhteensä 21 prosenttia, 30-39-vuotiaita vastaajia oli 23 prosenttia ja 40-49-vuotiaita vastaajia oli 25 prosenttia. 50-59-vuotiaita vastaajia oli 23 prosenttia ja 60-69-vuotiaita vastaajia 7 prosenttia. Yli 70-vuotiaita vastaajia ei ollut yhtään. Vastaukset jakautuivat melko tasan vain muutamien prosenttiyksikköjen erolla 20-59-vuotiaisiin. Eniten vastaajia oli ikäryhmästä 40-49-vuotiaat. (Kuvio 5.)



Kuvio 5: Vastaajien määrä prosentteissa iän ja sukupuolen mukaan (n=189).

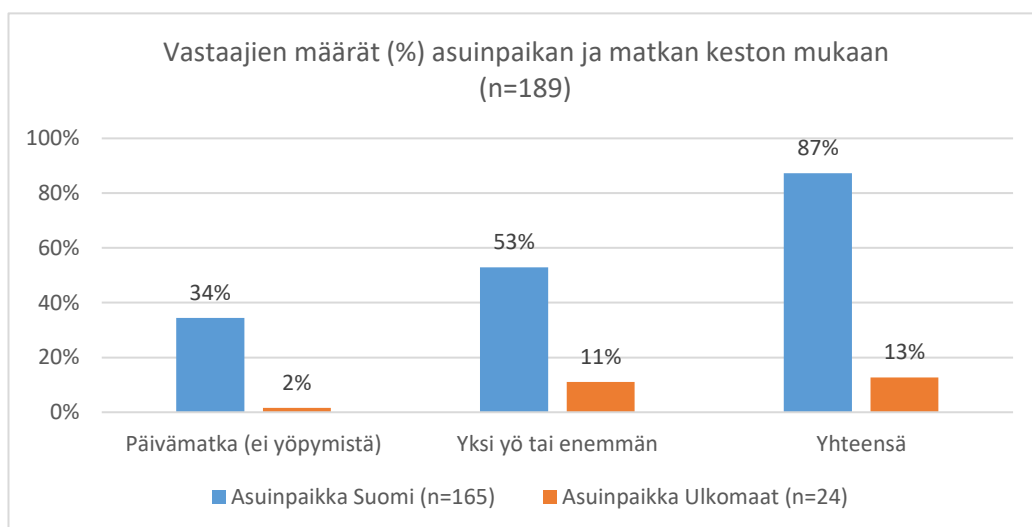
Taustatietoina kyselyssä kysyttiin myös vastaajien matkan tarkoitusta ja matkan kestoa. Suomessa asuvista vastaajista noin 77 prosenttia oli loma- tai vapaa-ajanmatkalla, 3 prosenttia oli työmatkalla ja 4 prosenttia oli yhdistetyllä työ- ja lomamatkalla. Kaikista vastaajista ulkomailla asuvia vastaajia oli loma- tai vapaa-ajan matkalla 12 prosenttia ja vain yksi vastaaja

työmatkalla sekä yksi vastaaja yhdistetyllä työ- ja lomamatkalla. Yhteensä muu syy -vastauksia oli 4 prosenttia vastauksista. Syitä olivat muun muassa lääkäri- tai sairaalakäynti, veturinkuljettajien lakko ja etäsuhde. (Kuvio 6.)



Kuvio 6: Vastaajien määrät prosenteissa asuinpaikan ja matkan tarkoituksen mukaan (n=189).

Päivämatkalla oli yhteensä 36 prosenttia vastaajista, joista 34 prosenttia asui Suomessa ja 2 prosenttia ulkomailla. Heidän matkansa ei siis sisältänyt yöpymistä Helsingissä. Heitä, jotka yöpyivät matkansa aikana Helsingissä, oli kuitenkin selkeä enemmistö vastaajista eli yhteensä 64 prosenttia. Suomessa asuvista yli puolet kaikista vastaajista eli 53 prosenttia ja ulkomailla asuvista vastaajista 11 prosenttia yöpyivät matkakohteessa yhden yön tai enemmän. Ulkomailla asuvista vastaajista myös selkeä enemmistö yöpyi matkansa aikana Helsingissä. (Kuvio 7.)



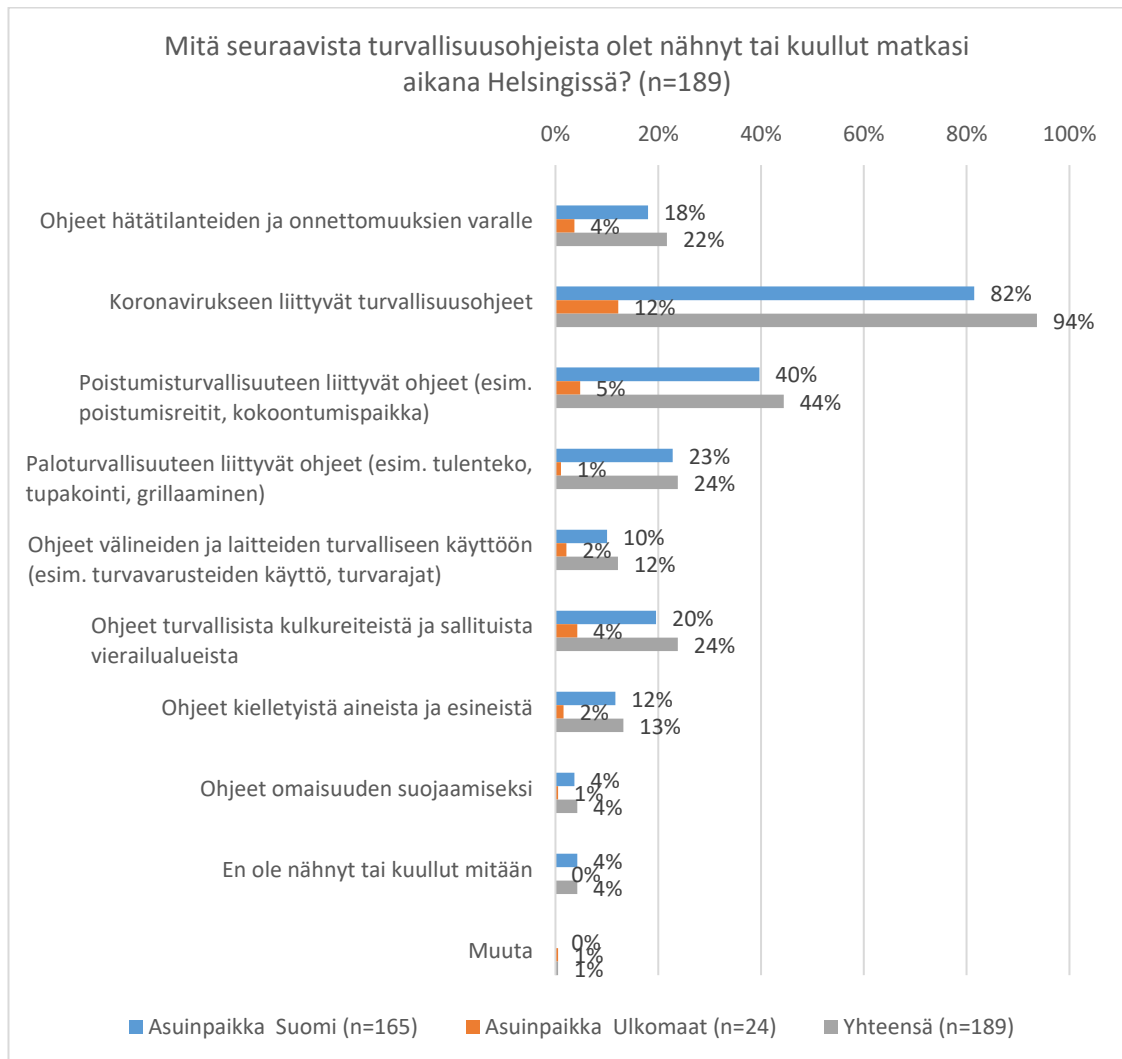
Kuvio 7: Vastaajien määrät prosentteina asuinpaikan ja matkan keston mukaan (n=189).

4.1 Turvallisuusohjeet

Seuraavaksi kyselyssä selvitettiin mitä turvallisuusohjeita kyselyyn vastanneet ovat nähneet tai kuulleet matkansa aikana Helsingissä (Kuvio 8). Vastaajilla oli mahdollisuus valita kysymykseen useita vastausvaihtoehtoja. Vastaukset on esitetty asuinpaikan ja vastausvaihtoehtojen mukaan, jotta voidaan tarkastella eroja Suomessa ja ulkomailla asuvien välillä.

Eniten turvallisuusohjeita oli nähty tai kuultu koronavirukseen liittyen (94 %). Seuraavaksi eniten vastauksia sai poistumisturvallisuus (44 %). Paloturvallisuuteen (24 %), turvallisiin kulkureitteihin ja sallittuihin vierailualueisiin (24 %) ja hätä- ja onnettomuustilanteisiin (22 %) liittyviä ohjeita oli nähty melkein yhtä paljon. Vähiten turvallisuusohjeita oli nähty tai kuultu kiellettyihin aineisiin tai esineisiin (13 %), välineiden ja laitteiden turvalliseen käyttöön (12 %) ja omaisuuden suojaamiseen (4 %) liittyen. 4 prosenttia eli 8 vastaajaa ei ollut nähnyt tai kuullut mitään turvallisuusohjeita matkansa aikana. (Kuvio 8.)

Vastauksista on huomioitava se, että kuitenkin suurempi osa vastaajista ei ollut nähnyt kyselyssä selvitettyjä turvallisuusviestinnän aiheita matkansa aikana. Esimerkiksi yli puolet (56 %) kyselyyn vastanneiden kokonaismäärästä ei ollut nähnyt poistumisturvallisuuteen liittyviä ohjeita ja 76 % vastaajista ei ole nähnyt paloturvallisuuteen tai turvallisiin kulkureitteihin ja sallittuihin vierailualueisiin liittyviä ohjeita. Kuitenkin vain kahdeksan vastaajaa on vastannut kyselyyn, ettei ole nähnyt tai kuullut mitään ohjeita matkansa aikana. Tämä ero johtuu siitä, että moni kyselyyn vastannut on valinnut pelkästään havainnoineensa yhtä turvallisuusviestinnän aihetta, joka suurimmalla osalla vastaajista oli koronavirukseen liittyvät ohjeet.



Kuvio 8: Turvallisuusohjeet, joita vastaajat ovat nähneet tai kuulleet matkansa aikana Helsingissä (n=189).

Vastauksia tarkasteltiin myös Suomessa asuvien ja ulkomailla asuvien vastaajaryhmien sisällä. Suomessa asuvista vastaajista ohjeita koronavirukseen liittyen oli nähnyt 154 vastaajaa, poistumisturvallisuuteen liittyen 75 vastaajaa, paloturvallisuuteen liittyen 43 vastaajaa ja turvallisiin kulkureitteihin ja sallittuihin vierailualueisiin liittyen 37 vastaajaa. Ulkomailla asuvat olivat nähneet myös eniten ohjeita koronavirukseen liittyen. Siihen vastasi kaikki paitsi yksi ulkomailla asuva eli 23 vastaajaa. Poistumisturvallisuusohjeita oli nähnyt 9 vastaajaa, ohjeita turvallisiin kulkureitteihin ja sallittuihin vierailualueisiin liittyen 8 vastaajaa ja hätä- ja onnettomuustilanneohjeita oli nähnyt 7 vastaajaa. Huomion arvoinen asia vastauksissa on myös se, että ulkomailla asuvat vastaajat olivat nähneet huomattavasti vähemmän paloturvallisuuteen liittyviä ohjeita kuin Suomessa asuvat. Ulkomailla asuvista vain 2 vastaajaa oli nähnyt tai kuullut näitä ohjeita.

Seuraavissa luvuissa 4.2-4.9 käsitellään tarkemmin eri turvallisuusohjeita ja niihin liittyviä tuloksia. Tulokset ovat jaoteltuna aihealueittain. Aihealueeseen liittyen kysyttiin kaksi kysymystä, joista toinen koski toimijoita, joiden turvallisuusohjeita vastaaja on nähnyt tai kuullut ja toinen eri kanavia, mistä ohjeita on saatu. Luvussa 4.10 käsitellään turvallisuusviestinnän riittävyyttä ja millaista turvallisuusviestintää vastaajat haluaisivat lisää.

4.2 Ohjeet hätätilanteiden ja onnettomuuksien varalle

Hätätilanteiden ja onnettomuuksien varalle on monenlaisia eri ohjeita, kuten esimerkiksi ensiapuohjeita tai ohjeita hätäilmoituksen tekoon. Työturvallisuuslaissa (738/2002) määritetään, että työpaikalla tulisi olla saatavilla riittävä määrä ensiapuvälineitä ja työntekijät tulee kouluttaa hätätilanteiden varalle. Tämä todennäköisesti myös näkyy kohteessa vierailevalle matkailijalle, esimerkiksi ensiapukaappeina, defibrillaattoreina tai hätäilmoitusohjeina. Muun muassa Sokos Hotels (2021) kertoo internetsivuillaan, että hotellissa on aina paikalla elvytystaitoinen henkilö ja hotellit on varustettu defibrillaattorilla. Myös esimerkiksi liikennevälineissä ohjeistetaan ohjetauluilla, miten tulee toimia hätätilanteissa.

4.2.1 Taustatiedot

Aiemmasta kuviosta (Kuvio 8) kävi ilmi, että noin 22 prosenttia eli 41 kaikista vastaajista oli nähnyt tai kuullut matkansa aikana Helsingissä ohjeita hätätilanteiden ja onnettomuuksien varalle. Heistä Suomessa asuvia vastaajia oli 34 (83 %) ja ulkomailla asuvia oli 7 (17 %). Ohjeita nähneistä naisia oli 83 prosenttia eli 34 vastaajaa ja miehiä oli 17 prosenttia eli 7 vastaajaa.

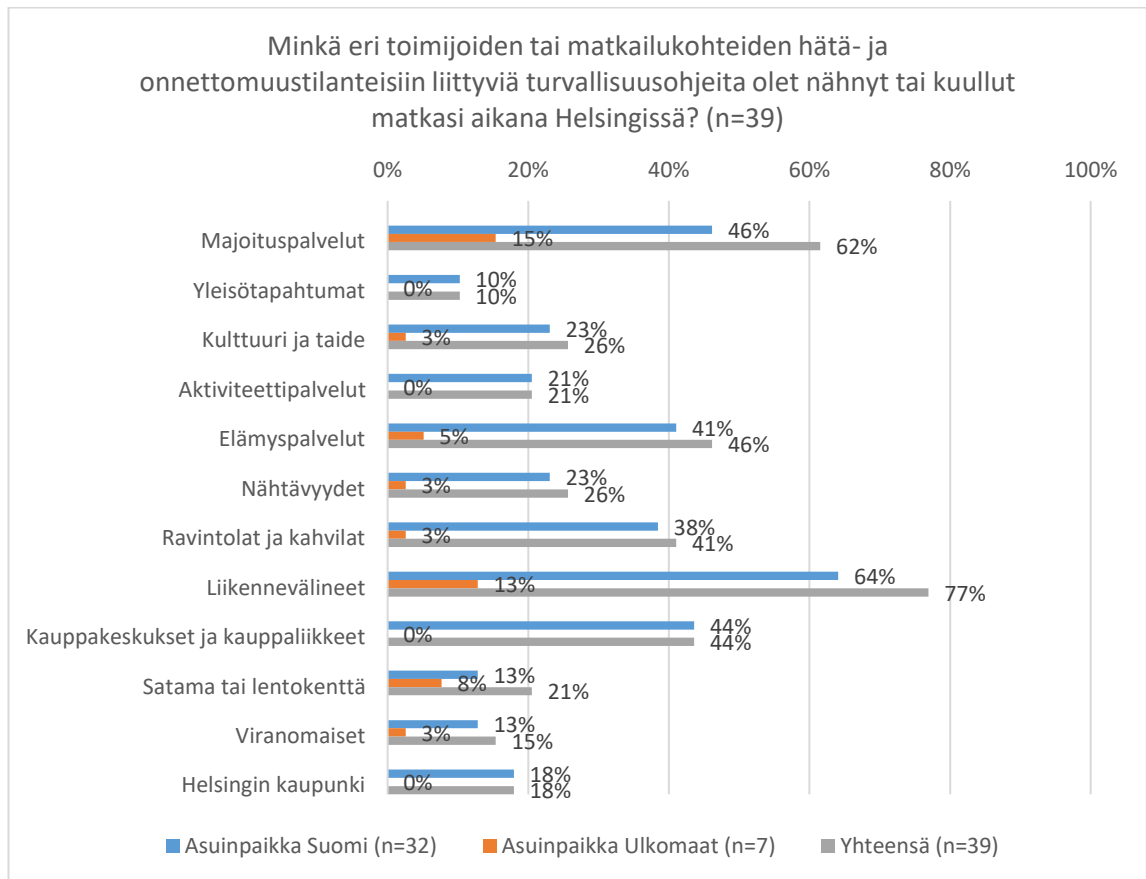
Suurin osa, jotka olivat nähneet hätä- ja onnettomuustilanteisiin liittyviä ohjeita, oli 30-39-vuotiaita. Heitä oli 13 vastaajaa (32 %). Seuraavaksi eniten oli 40-49-vuotiaita ja 20-29-vuotiaita. Molemmissa ryhmissä oli 8 vastaajaa (20 %). 50-59-vuotiaita vastaajia oli 7 (17 %), 60-69-vuotiaita vastaajia oli 3 (7 %) ja alle 20-vuotiaita vastaajia oli 2 (5 %). Vastaajien kokonaismäärästä (Kuvio 5) suurin vastaajaryhmä oli 40-49-vuotiaat, kun taas hätä- ja onnettomuustilanteisiin liittyvää ohjeistusta oli nähnyt lukumäärältään eniten 30-39-vuotiaat.

Kaikista hätä- ja onnettomuustilanteisiin liittyviä ohjeita nähneistä 93 prosenttia oli loma- tai vapaa-ajan matkalla. Työmatkalla oli yksi vastaaja (2 %), yhdistetyllä työ- ja lomamatkalla kaksi vastaajaa (5 %) ja muun syyn valitsi yksi vastaaja (2 %). Osa vastaajista on vastannut useamman vaihtoehdon. Matkan keston mukaan vastaukset jakautuivat niin, että ohjeita nähneistä 16 vastaajaa (39 %) oli päivämatkustajia ja 25 vastaajaa (61 %) oli yöpynyt yhden yön tai enemmän Helsingissä. Enemmistö oli siis yöpyviä matkustajia.

4.2.2 Toimijat ja matkailukohteet

39 vastaajaa vastasi seuraavaan tarkentavaan kysymykseen koskien eri toimijoita tai matkailukohteita, joiden hätä- ja onnettomuustilanneviestintää vastaajat ovat nähneet matkansa aikana Helsingissä. Suomessa asuvia oli 82 prosenttia ja ulkomailla asuvia oli 18 prosenttia. Kysymys oli monivalintakysymys, joten vastaajat pystyivät valitsemaan useita vastausvaihtoehtoja. Kuviossa 9 kerrotaan tarkemmin vastausten jakautuminen.

Eniten hätä- ja onnettomuustilanteisiin liittyvää turvallisuusviestintää ja ohjeistusta oli nähty tai kuultu eri liikennevälineissä, kuten junissa, raitiovaunuissa, metroissa ja linja-autoissa. Yhteensä noin 77 prosenttia eli 30 vastaajaa valitsi tämän vaihtoehdon. Seuraavaksi eniten vastaajia sai vaihtoehto majoituspalvelut eli esimerkiksi hotellit ja leirintäalueet, jonka valitsi yhteensä 24 vastaajaa (62 %). Elämispalveluissa, kuten Linnanmäellä, Korkeasaarella tai risteilyillä, jonka valitsi 18 vastaajaa (46 %) ja kauppakeskuksissa tai kauppaliikkeissä, jonka valitsi 17 vastaajaa (44 %) oli nähty tai kuultu hätä- ja onnettomuustilanteisiin liittyviä turvallisuusohjeita melkein yhtä paljon. Vähiten ohjeita oli nähty Helsingin kaupungilta, viranomaisilta ja yleisötapahtumissa, kuten urheilutapahtumissa tai konserteissa. Helsingin kaupungilta ohjeita oli saanut 7 vastaajaa (18 %), viranomaisilta 6 vastaajaa (15 %) ja yleisötapahtumissa 4 vastaajaa (10 %). (Kuvio 9.)



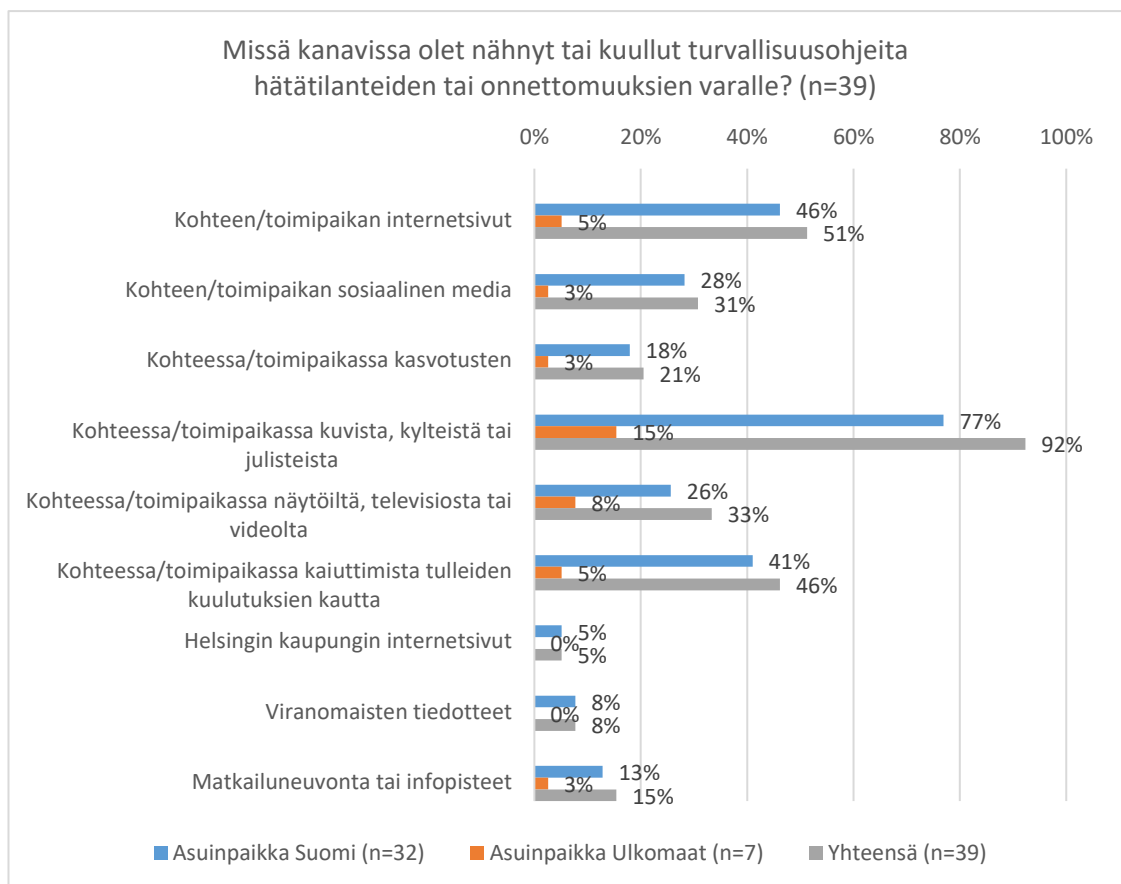
Kuvio 9: Eri toimijat tai matkailukohteet, joiden hätä- ja onnettomuustilanteisiin liittyviä turvallisuusohjeita vastaajat ovat nähneet tai kuulleet (n=39).

Vastauksia tarkasteltiin Suomessa asuvien ja ulkomailla asuvien vastaajaryhmien kesken. Suomessa asuvat vastaajat olivat nähneet eniten hätä- ja onnettomuustilanteisiin liittyviä turvallisuusohjeita liikennevälineissä (25 vastaajaa), majoituspalveluissa (18 vastaajaa), kauppakeskuksissa ja kauppaliikkeissä (17 vastaajaa) ja elämispalveluissa (16 vastaajaa). Ulkomailla asuvien joukosta eniten ohjeita oli nähty majoituspalveluissa. Sen valitsi 6 vastaajaa. 5 ulkomailla asuvaa vastaajaa valitsi vaihtoehdon liikennevälineet, 3 vastaajaa vaihtoehdon satama tai lentokenttä ja 2 vastaajaa vaihtoehdon elämispalvelut. Satama tai lentokenttä vaihtoehto oli ulkomailla asuvien joukosta kolmanneksi eniten vastattu vaihtoehto, kun Suomessa asuvien joukosta se oli yksi vähiten vastatuista vaihtoehdoista.

4.2.3 Kanavat

Seuraavassa tarkentavassa kysymyksessä käsiteltiin sitä, missä kanavissa vastaajat ovat nähneet tai kuulleet turvallisuusohjeita hätätilanteiden tai onnettomuuksien varalle (Kuvio 10). Yhteensä 39 vastaajaa vastasi tähän tarkentavaan kysymykseen. Vastaajista Suomessa asuvia oli 82 prosenttia ja ulkomailla asuvia oli 18 prosenttia.

Kohteessa tai toimipaikassa kuvista, kylteistä tai julisteista nähty hätä- ja onnettomuustilanneohjeistus oli eniten vastauksia saanut vaihtoehto. Yhteensä 36 vastaajaa eli melkein jokainen tähän kysymykseen vastannut oli valinnut kyseisen vaihtoehdon. Seuraavaksi eniten vastauksia saivat vaihtoehdot kohteen tai toimipaikan internetsivut, jonka valitsi 20 vastaajaa (51 %) ja kohteessa tai toimipaikassa kaiuttimista tulleiden kuulutuksien kautta, jonka valitsi 18 vastaajaa (46 %). Melkein yhtä paljon vastauksia saivat vaihtoehdot kohteessa tai toimipaikassa näytöiltä, televisiosta tai videoilta (33 %) ja kohteen tai toimipaikan sosiaalinen media (31 %). 13 vastaajaa oli nähnyt ohjeita näyttöjen, televisioiden tai videoiden kautta ja 12 vastaajaa sosiaalisen median kautta. Kasvotusten ohjeita oli saanut 21 prosenttia eli 8 vastaajaa ja matkailuneuvonnasta tai kohteiden infopisteiltä ohjeita oli saanut 15 prosenttia eli 6 vastaajaa. Vähiten vastauksia saivat vaihtoehdot viranomaisten tiedotteet, jonka valitsi 3 vastaajaa (8 %) ja Helsingin kaupungin internetsivut, jonka valitsi 2 vastaajaa (5 %). (Kuvio 10.)



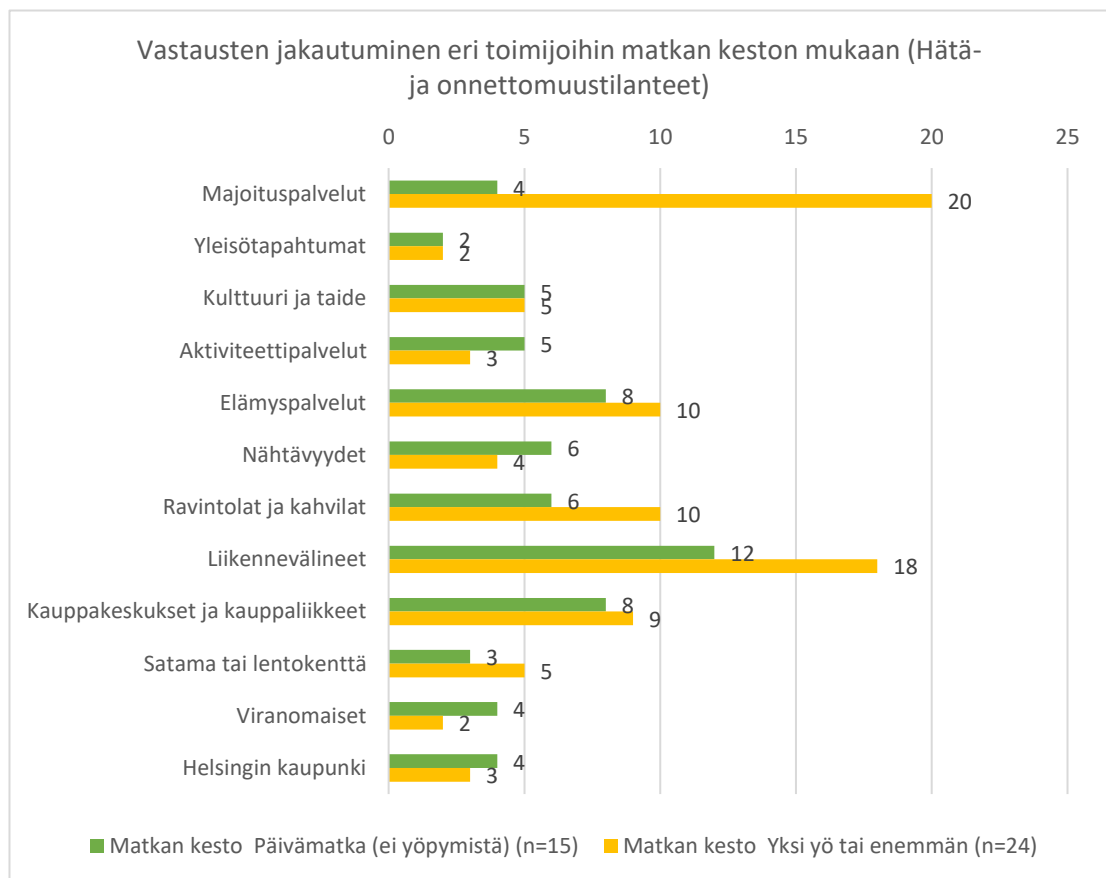
Kuvio 10: Eri kanavat, joissa vastaajat ovat nähneet tai kuulleet hätä- ja onnettomuustilanteisiin liittyviä turvallisuusohjeita (n=39).

Vastauksia tarkasteltiin myös Suomessa asuvien ja ulkomailta asuvien vastaajien kesken omina ryhminään. Suomessa asuvat olivat nähneet eniten hätä- ja onnettomuustilanteisiin liittyviä turvallisuusohjeita kohteessa tai toimipaikassa kuvista, kylteistä tai julisteista, kuten myös ulkomailta asuvat. Suomessa asuvista 30 vastaajaa ja ulkomailta asuvista 6 vastaajaa valitsi

kyseisen kanavan. Suomessa asuvista seuraavaksi eniten vastauksia saivat vaihtoehdot kohteen tai toimipaikan internetsivut (18 vastaajaa), kohteessa tai toimipaikassa kaiuttimista tulleiden kuulutuksien kautta (16 vastaajaa) ja sosiaalinen media (11 vastaajaa). Ulkomailla asuvista seuraavaksi eniten vastattu vaihtoehto oli kohteessa tai toimipaikassa näytöiltä, televisiosta tai videolta, jonka valitsi 3 vastaajaa. Kaksi vastaajaa valitsivat vaihtoehdot kohteen tai toimipaikan internetsivut ja kaiuttimista tulleiden kuulutuksien kautta.

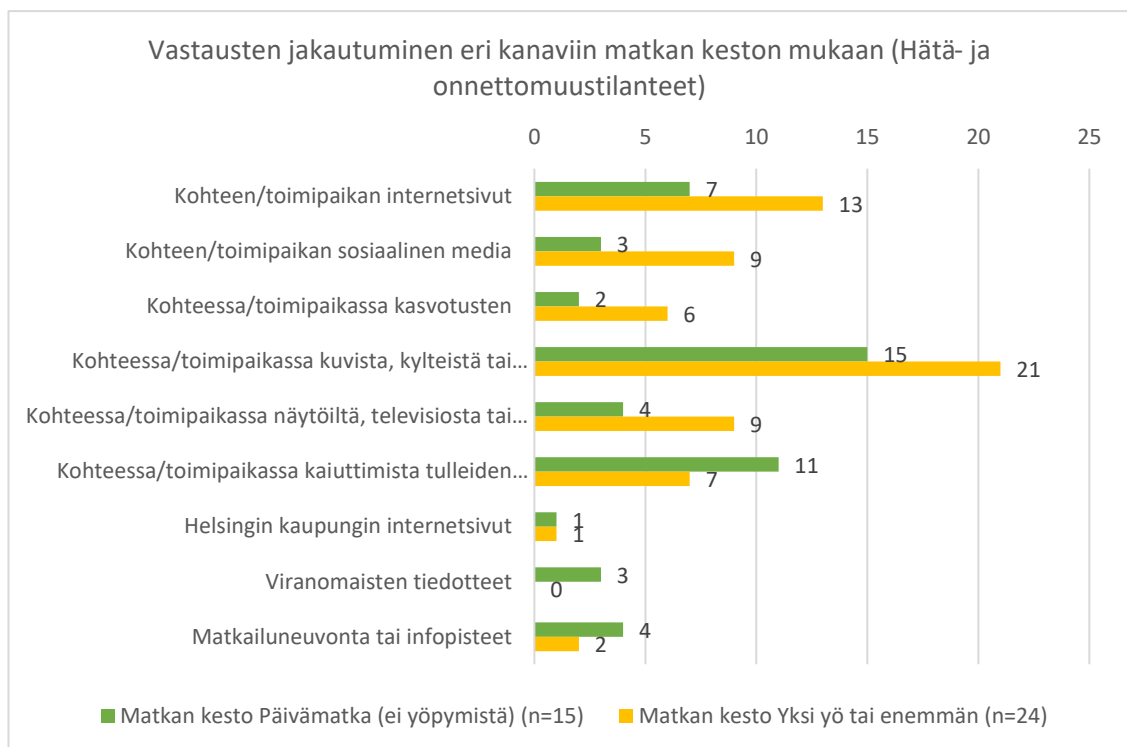
4.2.4 Päivämatkustajien ja yöpyvien matkustajien vertailu

Vastauksia tarkasteltiin myös matkan keston ja eri toimijoiden ristiintaulukoinnilla (Kuvio 11). Yöpyvät matkustajat (20 vastaajaa) olivat nähneet selkeästi enemmän hätä- ja onnettomuustilanteisiin liittyviä ohjeita majoituspalveluissa kuin päivämatkustajat (4 vastaajaa). Yöpyvät matkustajat olivat nähneet myös enemmän ohjeita liikennevälineissä (18 vastaajaa) ja ravintoloissa ja kahviloissa (10 vastaajaa). Yöpyvistä matkustajista 5 ja päivämatkustajista 3 olivat nähneet ohjeita satamassa tai lentokentällä. Päivämatkustajat olivat taas nähneet yöpyviä matkustajia enemmän ohjeita nähtävyyksissä (6 vastaajaa), aktiviteettipalveluissa (5 vastaajaa) ja viranomaisilta sekä Helsingin kaupungilta, jotka molemmat valitsi 4 vastaajaa.



Kuvio 11: Vastausten jakautuminen eri toimijoihin matkan keston mukaan (Hätä- ja onnettomuustilanteet).

Päivämatkustajista kaikki kysymykseen vastanneet olivat nähneet hätä- ja onnettomuustilanteisiin liittyvää ohjeistusta kohteessa tai toimipaikassa kuvista, kylteistä tai julisteista. Yöpyvistä matkustajista myös suurin osa eli 21 vastaajaa oli valinnut tämän vaihtoehdon. Päivämatkustajista 11 vastaajaa oli kuullut ohjeita kohteessa tai toimipaikassa kaiuttimista tulleiden kuulutuksien kautta, kun taas yöpyvistä matkustajista 7 vastaajaa valitsi tämän vaihtoehdon. Päivämatkustajat (4 vastaajaa) olivat myös saaneet ohjeita enemmän matkailuneuvonnan tai infopisteiden kautta kuin yöpyvät matkustajat (2 vastaajaa). Viranomaisten tiedotteiden kautta ohjeita oli saanut 3 päivämatkustajaa, mutta yksikään yöpyvä matkustaja ei vastannut tätä. Yöpyvät matkustajat (13 vastaajaa) olivat nähneet päivämatkustajia (7 vastaajaa) enemmän ohjeita internetsivujen kautta. Myös sosiaalisen median kautta yöpyvät matkustajat (9 vastaajaa) olivat saaneet enemmän ohjeita. Päivämatkustajista vain 3 vastaajaa vastasi sosiaalisen median. (Kuvio 12.)



Kuvio 12: Vastausten jakautuminen eri kanaviin matkan keston mukaan (Hätä- ja onnettomuustilanteet).

4.3 Koronavirukseen liittyvät turvallisuusohjeet

Koronavirukseen liittyviä turvallisuusohjeita on hyvin monenlaisia. Osa niistä liittyy hygieniaan ja osa taas turvaväleihin ja kontaktien välttämiseen. Ohjeita ovat muun muassa käsienpesuohjeet, kasvomaskisuositukset, yskimis- ja aivastamisohjeet, asiakasmäärärajoitukset, ohjeita kontaktittomasta maksamisesta tai esimerkiksi hotelliin kirjautumisesta. Monet kertovat myös omista siivouskäytännöistään ja henkilökunnan koulutuksesta. Yritysten ja palvelujen kannattaa kertoa asiakkailleen terveysturvallisista toimistaan, koska se herättää luottamusta asiakkaissa. (Business Finland 2021.)

4.3.1 Taustatiedot

Yhteensä 177 vastaajaa oli nähnyt koronavirukseen liittyviä turvallisuusohjeita matkansa aikana (Kuvio 8). Tämä tarkoittaa 94 prosenttia kaikista kyselyyn vastanneista. Ohjeita nähneistä vastaajista 87 prosenttia asui Suomessa ja 13 prosenttia ulkomailla. Naisia oli 64 prosenttia ja miehiä oli 33 prosenttia. 2 prosenttia eli 4 vastaajaa oli ilmoittanut sukupuolekseen muu tai eivät halunneet sitä kertoa.

40-49-vuotiaat olivat suurin ikäryhmä niistä, jotka olivat nähneet koronavirukseen liittyviä ohjeita matkansa aikana. Heitä oli 25 prosenttia kaikista ohjeita nähneistä vastaajista. Seuraavaksi eniten hyvin pienellä erolla oli 30-39-vuotiaita (24 %). 50-59-vuotiaita oli 21 prosenttia, 20-29-vuotiaita oli 20 prosenttia, 60-69-vuotiaita oli 7 prosenttia ja alle 20-vuotiaita 2 prosenttia ohjeita nähneistä. Tarkasteltuna asiaa ikäryhmien kokonaisvastaajamäärien mukaan alle 20-vuotiaista, 30-39-vuotiaista ja 60-69-vuotiaista vastaajista kaikki olivat nähneet tai kuulleet koronaan liittyviä ohjeita. Myös muista ikäryhmistä melkein kaikki olivat vastanneet tämän vaihtoehdon.

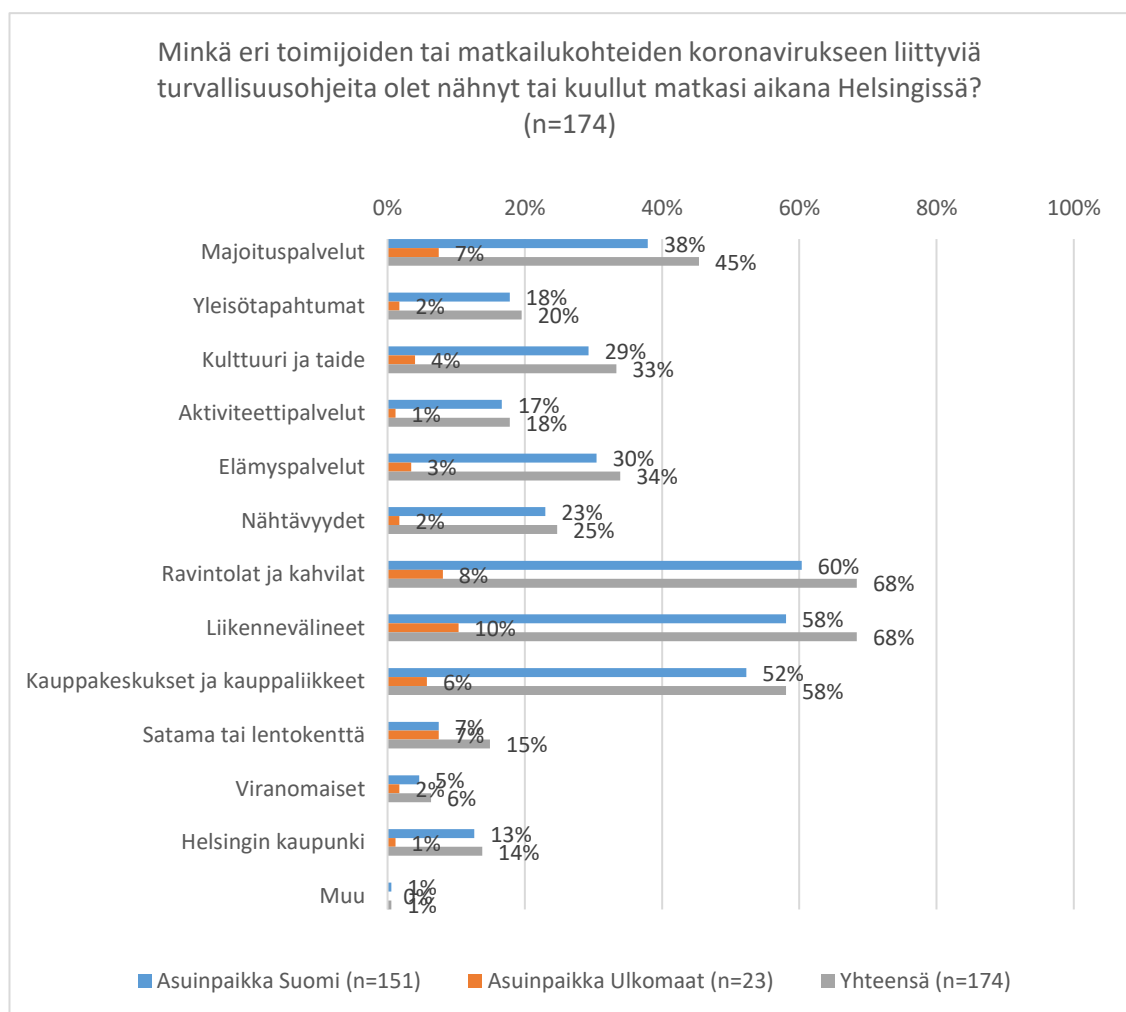
Kaikista ohjeita nähneistä 91 prosenttia oli loma- tai vapaa-ajan matkalla. Yhdistetyllä työ- ja lomamatkalla oli 8 vastaajaa (5 %) ja työmatkalla oli 6 vastaajaa (3 %). 2 prosenttia eli 4 vastaajaa oli valinnut vaihtoehdon muu syy ja syitä olivat muun muassa etäsuhde, veturinkuljettajien lakko ja sairaalakäynti. Ohjeita nähneitä päivämatkustajia oli 36 prosenttia ja yöpyviä matkustajia oli enemmistö eli 64 prosenttia.

4.3.2 Toimijat ja matkailukohteet

Tarkentavassa kysymyksessä kysyttiin minkä eri toimijoiden tai matkailukohteiden koronavirukseen liittyviä turvallisuusohjeita vastaaja on nähnyt matkansa aikana Helsingissä. 174 vastaajaa vastasi tarkentavaan kysymykseen. Tulokset esitetään kuviossa 13. Kysymyksessä vastaaja pystyi valitsemaan useampia eri vastausvaihtoehtoja.

Eniten koronavirukseen liittyviä turvallisuusohjeita oli nähty ravintoloissa ja kahviloissa sekä eri liikennevälineissä, kuten linja-autoissa, junissa, raitiovaunuissa ja metroissa. Molempiin

vaihtoehtoihin oli vastannut 68 prosenttia vastaajista. Seuraavaksi eniten ohjeita oli nähty tai kuultu kauppakeskuksissa ja kauppaliikkeissä (58 %). Majoituspalveluissa ohjeita oli nähnyt noin 45 prosenttia kysymykseen vastanneista. Ohjeita oli nähty tai kuultu myös elämyspalveluissa, esimerkiksi Linnanmäellä, risteilyillä tai Korkeasaarella (34 %), kulttuuriin ja taiteeseen liittyvissä tapahtumissa tai kohteissa (33 %) ja nähtävyyksissä (25 %). Yleisötapahtumissa (20 %) ja aktiviteettipalveluissa (18 %) ohjeita oli nähty melkein yhtä paljon. Satamassa tai lentokentällä ohjeita oli nähnyt 15 prosenttia, Helsingin kaupungin ohjeita 14 prosenttia ja eri viranomaisen ohjeita 6 prosenttia kysymykseen vastanneista. Yksi vastaaja oli valinnut vaihtoehdon muu ja hän oli tarkentanut vastaustaan, että on nähnyt koronaan liittyviä ohjeita Fintrafficin tieliikennekeskukselta. (Kuvio 13.)



Kuvio 13: Eri toimijat tai matkailukohteet, joiden koronavirukseen liittyviä turvallisuusohjeita vastaajat ovat nähneet tai kuulleet (n=174).

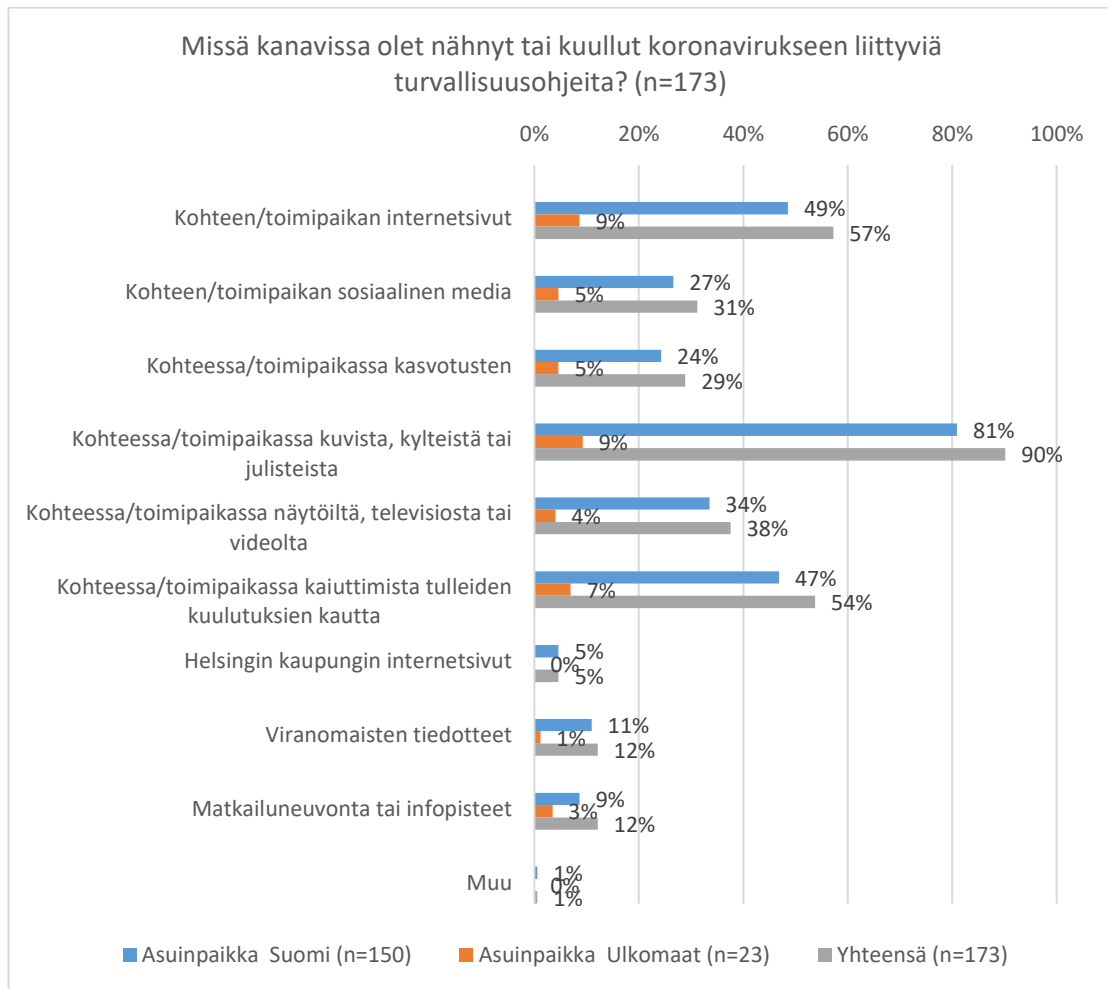
Vastauksia tarkasteltiin Suomessa ja ulkomailla asuvien vastaajaryhmien sisällä. Ulkomailla asuvien joukosta eniten vastatut vaihtoehdot olivat liikennevälineet, jonka vastasi 18 vastaajaa ja ravintolat ja kahvilat, jonka vastasi 14 vastaajaa. Majoituspalvelut ja satama tai

lentokenttä -vaihtoehdot valitsivat 13 ulkomailla asuvaa vastaajaa. Suomessa asuvien vastaajien joukosta eniten vastauksia sai vaihtoehdot ravintolat ja kahvilat (105 vastaajaa) ja liikennevälineet (101 vastaajaa). Kauppakeskukset ja kauppaliikkeet vaihtoehdon valitsi 91 vastaajaa ja majoituspalvelut-vaihtoehdon valitsi 66 vastaajaa. Satamassa tai lentokentällä ohjeita oli nähnyt 13 Suomessa asuvaa ja 13 ulkomailla asuvaa vastaajaa, mikä tarkoittaa sitä, että ulkomailla asuvat ovat vastaajamääriin suhteutettuna nähneet enemmän ohjeita kyseisen toimijan kautta.

4.3.3 Kanavat

Kuviossa 14 esitetään seuraavan tarkentavan kysymyksen tulokset. Kysymys koski sitä, missä kanavissa vastaaja on nähnyt tai kuullut koronavirukseen liittyviä turvallisuusohjeita. 173 vastaajaa vastasi kysymykseen. Heistä 87 prosenttia asui Suomessa ja 13 prosenttia ulkomailla. Vastaajilla oli mahdollisuus valita useampia vaihtoehtoja kysymykseen.

Selvästi eniten vastauksia sai vaihtoehto kohteessa tai toimipaikassa kuvista, kylteistä tai julisteista. Yhteensä 90 prosenttia kaikista kysymykseen vastanneista valitsi tämän vaihtoehdon. Seuraavaksi eniten vastauksia sai vaihtoehto kohteen tai toimipaikan internetsivut, jonka valitsi 57 prosenttia vastaajista. Internetsivujen jälkeen eniten vastauksia saivat vaihtoehdot kohteessa tai toimipaikassa kaiuttimista tulleiden kuulutuksien kautta (54 %), kohteessa tai toimipaikassa näyttöjen, television tai videoiden kautta (38 %), sosiaalinen media (31 %) ja kasvatusten kohteessa tai toimipaikassa (29 %). Vähiten vastauksia saivat viranomaisten tiedotteet (12 %), matkailuneuvonta ja infopisteet (12 %) ja Helsingin kaupunki (5 %). Yksi vastaaja oli valinnut vaihtoehdon muu ja tarkentanut vastaustaan, että asiakaspalvelijalta. Tämän vaihtoehdon voisi luokitella myös kasvatusten ohjeiden antamiseen. (Kuvio 14.)

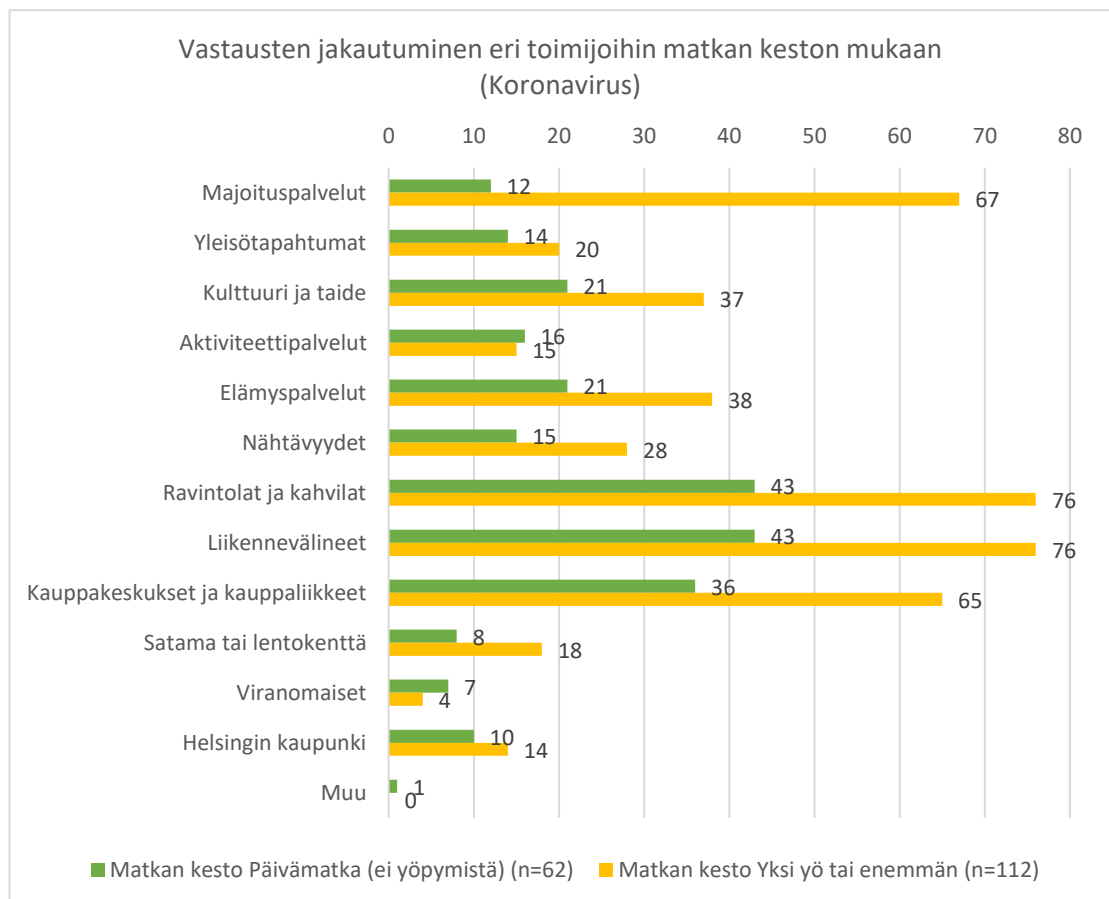


Kuvio 14: Eri kanavat, joissa vastaajat ovat nähneet tai kuulleet koronavirukseen liittyviä turvallisuusohjeita (n=173).

Vastauksia tarkasteltiin myös Suomessa asuvien ja ulkomailla asuvien ryhmien kesken. Suomessa ja ulkomailla asuvat olivat nähneet eniten koronavirukseen liittyviä ohjeita kohteessa tai toimipaikassa kuvista, kylteistä tai julisteista. Suomessa asuvista 140 vastaajaa ja ulkomailla asuvista 16 vastaajaa oli valinneet tämän vaihtoehdon. Suomessa asuvista seuraavaksi eniten vastauksia sai kohteen tai toimipaikan internetsivut (84 vastaajaa), kaiuttimista tulleiden kuulutuksien kautta (81 vastaajaa) ja kohteessa tai toimipaikassa näytöiltä, televisiosta tai videolta (58 vastaajaa). Ulkomailla asuvat olivat vastanneet seuraavaksi eniten vaihtoehtoihin internetsivut (15 vastaajaa), kaiuttimista tulleiden kuulutuksien kautta (12 vastaajaa), sosiaalinen media (8 vastaajaa) ja kasvatusten (8 vastaajaa). Ulkomailla asuvat, joita oli 6, olivat suhteessa ryhmien vastausmääriin verrattuna nähneet enemmän ohjeita matkailuneuvonnan tai infopisteiden kautta kuin Suomessa asuvat, joita oli 15 vastaajaa.

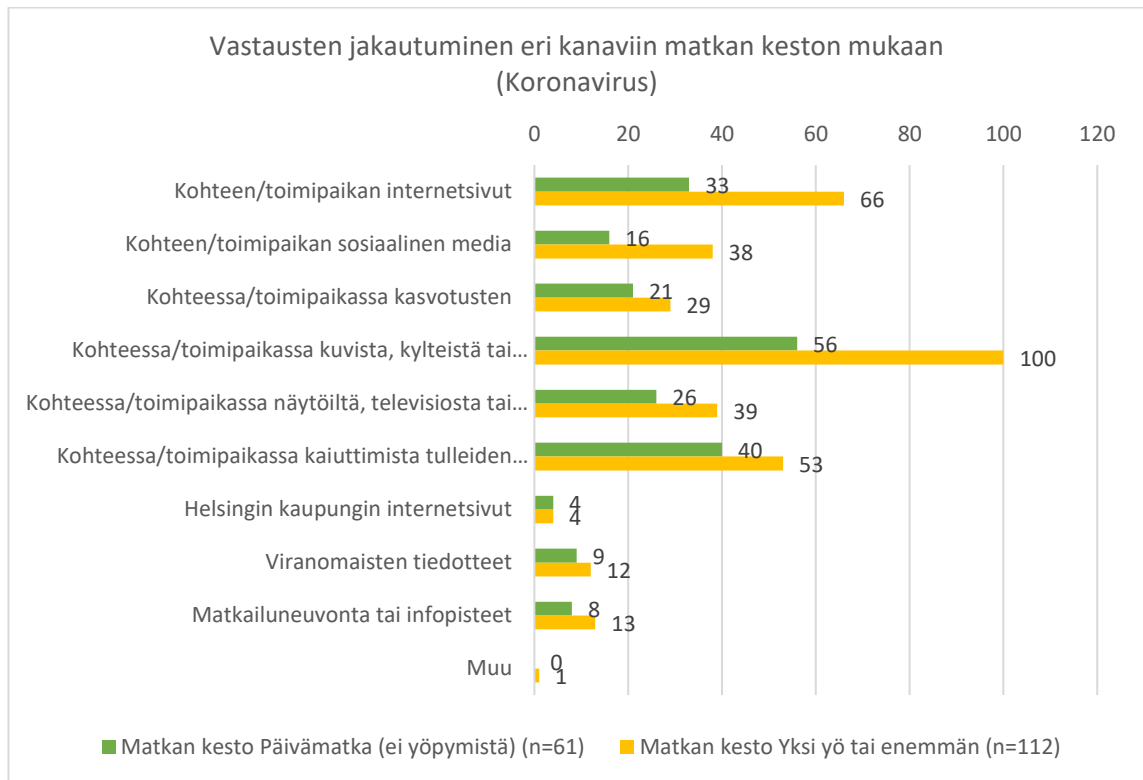
4.3.4 Päivämatkustajien ja yöpyvien matkustajien vertailu

Vastaukset esitetään myös matkan keston ja eri toimijoiden ristiintaulukoinnilla (Kuvio 15). Eniten vastauksia yöpyvien ja päivämatkustajien joukosta saivat ravintolat ja kahvilat, liikennevälineet ja kauppakeskukset ja kaupalliikkeet. 76 yöpyvää matkustajaa ja 43 päivämatkustajaa valitsi vaihtoehdot ravintolat ja kahvilat ja liikennevälineet. Kauppakeskukset ja kaupalliikkeet valitsi 65 yöpyvää matkustajaa ja 36 päivämatkustajaa. Selkein ero vastauksissa oli majoituspalveluissa. Yöpyvistä matkustajista 67 vastaajaa oli nähnyt tai kuullut ohjeita majoituspalveluissa, kun päivämatkustajista vain 12 vastaajaa valitsi tämän vaihtoehdon. Ero on luonnollinen, koska yöpyvät matkustajat viettävät aikaa enemmän majoituspalveluissa kuin päivämatkustajat.



Kuvio 15: Vastausten jakautuminen eri toimijoihin matkan keston mukaan (Koronavirus).

Eniten päivämatkustajat (56 vastaajaa) ja yöpyvät matkustajat (100 vastaajaa) olivat nähneet koronavirukseen liittyviä ohjeita kohteessa tai toimipaikassa kuvista, kylteistä tai julisteista. Yöpyvät matkustajat (66 vastaajaa) tavoitetaan päivämatkustajia (33 vastaajaa) paremmin kohteen tai toimipaikan internetsivujen kautta. Myös sosiaalisen median kautta yöpyvät matkustajat (38 vastaajaa) olivat nähneet ohjeita enemmän kuin päivämatkustajat (16 vastaajaa). (Kuvio 16.)



Kuvio 16: Vastausten jakautuminen eri kanaviin matkan keston mukaan (Koronavirus).

4.4 Poistumisturvallisuuteen liittyvät ohjeet

Poistumisturvallisuuteen liittyviä ohjeita ovat esimerkiksi hätäpoistumisteiden merkinnät ja kokoontumispaikkojen sijainti. Nämä ovat usein kerrottu muun muassa hotellihuoneissa olevissa turvallisuusohjeistuksissa. Majoitustiloihin, liike- ja kokoontumistiloihin kulkureitit ja uloskäytävät merkitään turva- ja merkkivalaistuksella (Pelastustoimi 2021). Myös liikennevälineissä ohjeistetaan turvallisesta poistumisesta, esimerkiksi Helsingin seudun liikenne ohjeistaa evakuoinnista hätätilanteessa (HSL 2021).

4.4.1 Taustatiedot

Yhteensä 84 vastaajaa eli noin 44 prosenttia kyselyyn vastanneista oli nähnyt tai kuullut poistumisturvallisuuteen liittyviä ohjeita matkansa aikana Helsingissä, kuten aiemmassa kuviossa 8 todettiin. Ohjeita nähneistä vastaajista 75 (89 %) asui Suomessa ja 9 (11 %) ulkomailla. Naisia heistä oli 57 (68 %) ja miehiä 25 (30 %). 2 prosenttia eli 2 vastaajaa oli vastannut sukupuolekseen vaihtoehdon muu/en halua kertoa.

Vastausmäärältään suurin ikäryhmä oli tähän vaihtoehtoon 30-39-vuotiaat, joita oli 25 vastaajaa (30 %) kaikista ohjeita nähneistä. Seuraavaksi eniten vastauksia eli 21 vastaajaa (25 %) oli 50-59-vuotiaiden joukossa. 40-49-vuotiaita vastaajia oli 18 (21 %) ja 20-29-vuotiaita oli 15 (18 %) kaikista vastaajista. Alle 20-vuotiaita oli 3 vastaajaa ja 60-69-vuotiaita oli kaksi.

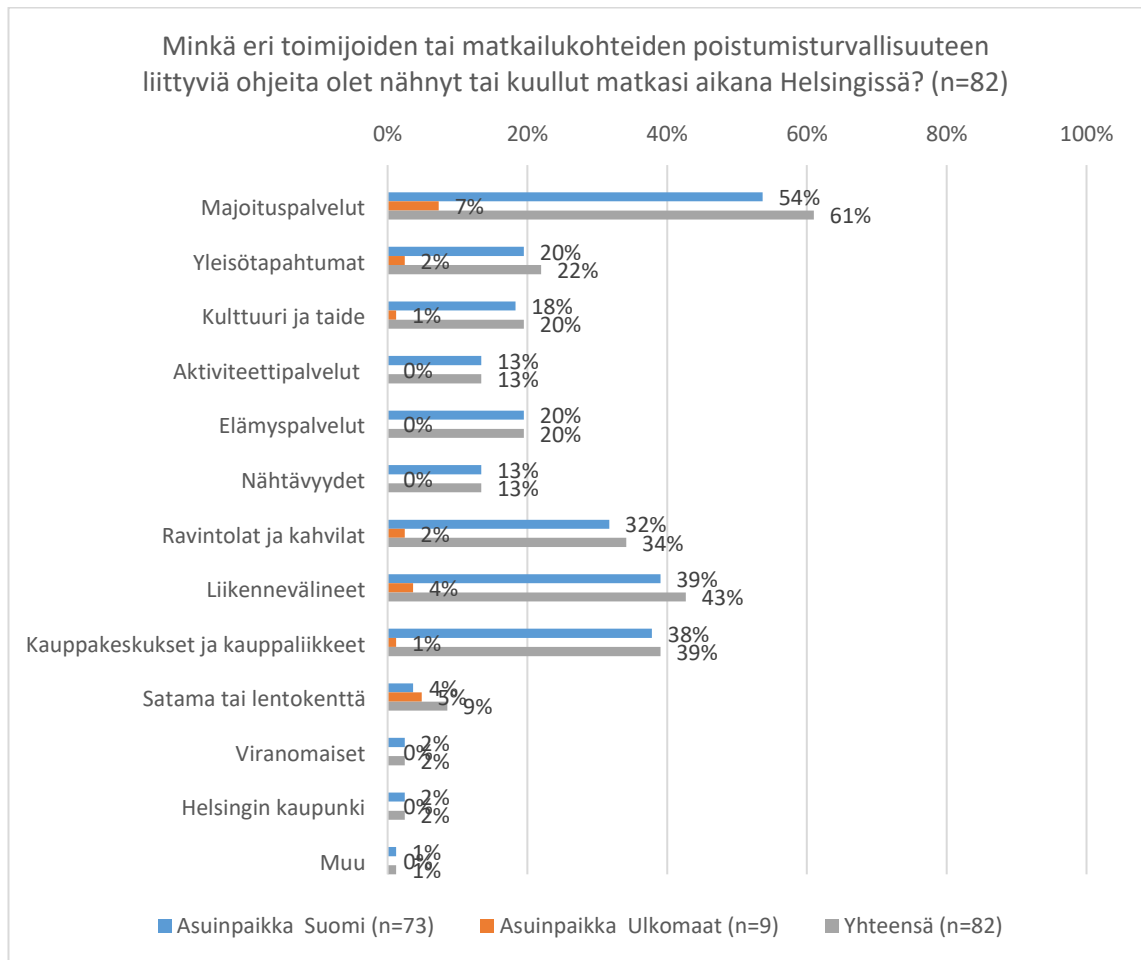
Ikäryhmien kokonaisvastaajamäärää tarkastellessa kaikki alle 20-vuotiaat eli 3 vastaajaa olivat nähneet poistumisturvallisuuteen liittyviä ohjeita.

Vastaajista, jotka vastasivat nähneensä tai kuulleensa poistumisturvallisuuteen liittyviä ohjeita, 85 prosenttia eli 71 vastaajaa oli loma- tai vapaa-ajan matkalla, 7 prosenttia eli 6 vastaajaa oli työmatkalla ja 6 prosenttia eli 5 vastaajaa yhdistetyllä työ- ja lomamatkalla. 2 vastaajaa (2 %) valitsi vaihtoehdon muu syy. Ohjeita nähneistä päivämatkustajia oli 27 vastaajaa (32 %) ja yöpyviä matkustajia oli 57 vastaajaa (68 %).

4.4.2 Toimijat ja matkailukohteet

Yhteensä 82 vastaajaa vastasi tarkentavaan kysymykseen koskien poistumisturvallisuutta. Kysymyksessä käsiteltiin minkä eri toimijoiden ohjeita vastaajat ovat nähneet. Kysymys oli monivalintakysymys, joten vastaajilla oli mahdollisuus valita useampi vastausvaihtoehto. Yhteensä 89 prosenttia Suomessa asuvista ja 11 prosenttia ulkomailla asuvista vastaajista vastasivat tarkentaviin kysymyksiin. Kuviossa 17 käydään läpi vastausten jakautuminen.

Majoituspalveluissa, kuten hotelleissa tai leirintäalueilla, oli nähty eniten poistumisturvallisuuden liittyviä ohjeita. Yhteensä 50 vastaajaa oli valinnut kyseisen vaihtoehdon (61 %). Seuraavaksi eniten vastauksia sai vaihtoehto liikennevälineet, jonka oli valinnut 43 prosenttia eli 35 vastaajaa. Melkein yhtä paljon ohjeita oli nähty kauppakeskuksissa ja kauppaliikkeissä, jonka valitsi 32 vastaajaa (39 %) ja ravintoloissa ja kahviloissa, jonka valitsi 28 vastaajaa (34 %). Loput vastausvaihtoehdoista saivat vähemmän vastauksia. 18 vastaajaa (22 %) oli nähnyt ohjeita yleisötapahtumissa, 16 vastaajaa (20 %) kulttuuriin ja taiteeseen liittyvissä tapahtumissa ja elämyspalveluissa ja 11 vastaajaa (13 %) aktiviteettipalveluissa sekä nähtävyyksissä. Vähiten poistumisturvallisuusohjeita oli nähty tai kuultu satamassa tai lentokentällä, jonka valitsi 7 vastaajaa (9 %) sekä viranomaisten kautta ja Helsingin kaupungilta, jotka molemmat valitsi kaksi vastaajaa (2 %). Yksi vastaaja oli vastannut vaihtoehdon muu ja tarkentanut vastaustaan, että hän on nähnyt poistumisturvallisuusohjeita työpaikalla. (Kuvio 17.)



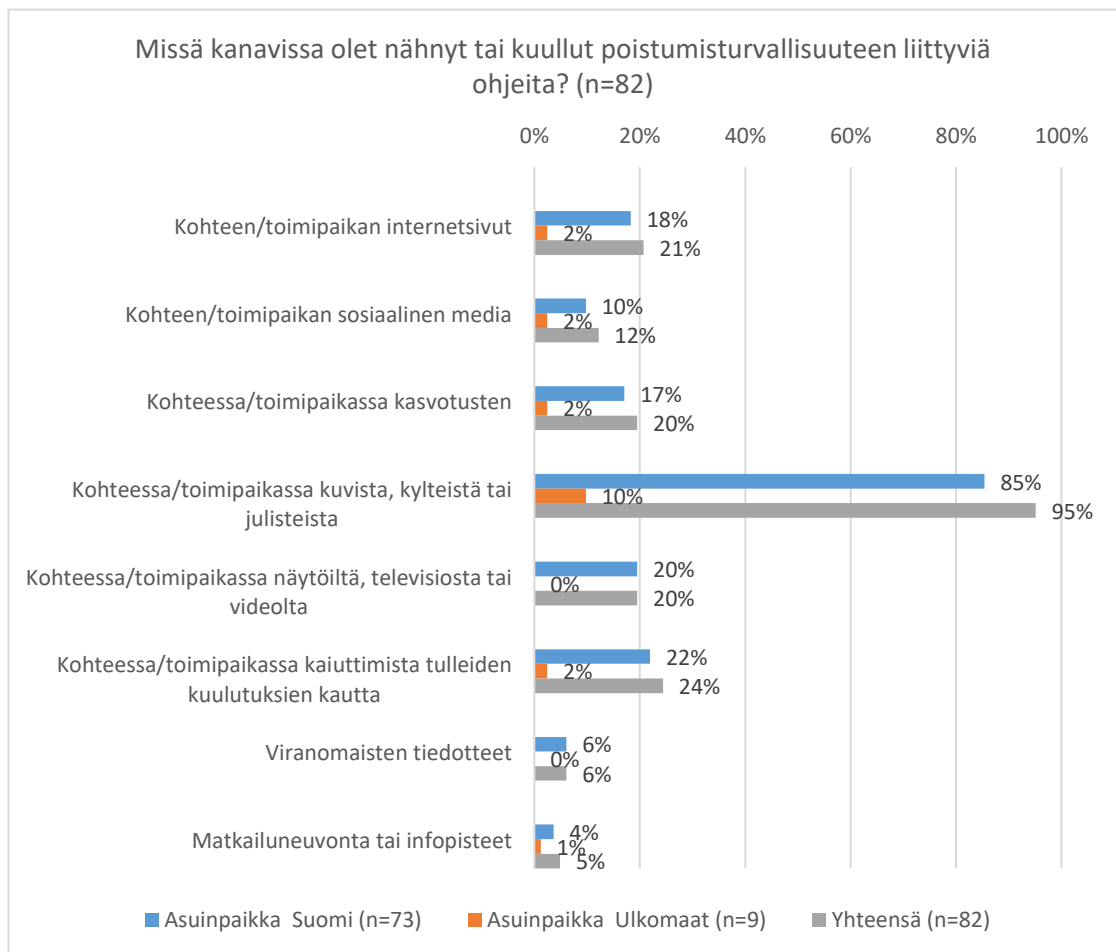
Kuvio 17: Eri toimijat tai matkailukohteet, joiden poistumisturvallisuuteen liittyviä ohjeita vastaajat ovat nähneet tai kuulleet matkansa aikana Helsingissä (n=82).

Poistumisturvallisuuteen liittyviä vastauksia tarkasteltiin myös Suomessa ja ulkomailla asuvien ryhmien kesken. Suomessa asuvat olivat vastanneet eniten vaihtoehtoihin majoituspalvelut (44 vastaajaa), liikennevälineet (32 vastaajaa), kauppakeskukset ja kauppaliikkeet (31 vastaajaa) ja ravintolat ja kahvilat (26 vastaajaa). Ulkomailla asuvien joukosta eniten vastatut vaihtoehdot olivat majoituspalvelut (6 vastaajaa), satama tai lentokenttä (4 vastaajaa), liikennevälineet (3 vastaajaa), ravintolat ja kahvilat (2 vastaajaa) sekä yleisötaphtumat (2 vastaajaa). Satama tai lentokenttä oli toiseksi eniten vastattu vaihtoehto ulkomailla asuvien joukosta, kun taas Suomessa asuvien joukosta se oli neljänneksi vähiten vastattu vaihtoehto. Vain 3 vastaajaa Suomessa asuvista oli nähnyt ohjeita satamassa tai lentokentällä. Ero todennäköisesti johtuu siitä, että ulkomailla asuvat ovat saapuneet Suomeen joko laivalla tai lentokoneella, jonka takia he ovat havainnoineet ohjeita enemmän satamissa tai lentokentällä.

4.4.3 Kanavat

Seuraava tarkentava kysymys koski eri kanavia, joissa poistumisturvallisuuteen liittyviä ohjeita oli nähty tai kuultu. 82 vastaajaa oli vastannut tarkentavaan kysymykseen. Vastaukset esitetään kuviossa 18.

Suurin osa eli 78 (95 %) kysymykseen vastanneista oli nähnyt tai kuullut ohjeita kohteessa tai toimipaikassa kuvista, kylteistä tai julisteista. Muita vastausvaihtoehtoja oli vastattu selvästi vähemmän. 20 vastaajaa (24 %) oli nähnyt tai kuullut ohjeita myös kohteessa tai toimipaikassa kaiuttimista tulleiden kuulutuksien kautta, 17 vastaajaa (21 %) kohteessa tai toimipaikassa internetsivujen kautta, 16 vastaajaa (20 %) kasvatusten ja myös näytöiltä, televisiosta tai videolta. Kohteen tai toimipaikan sosiaalisen median kautta ohjeita oli saanut 12 prosenttia eli 10 vastaajaa. Vastaajista ohjeita oli nähnyt tai kuullut viranomaisten tiedotteiden kautta 6 prosenttia eli 5 vastaajaa ja matkailuneuvonnan tai infopisteiden kautta 5 prosenttia eli 4 vastaajaa. (Kuvio 18.)

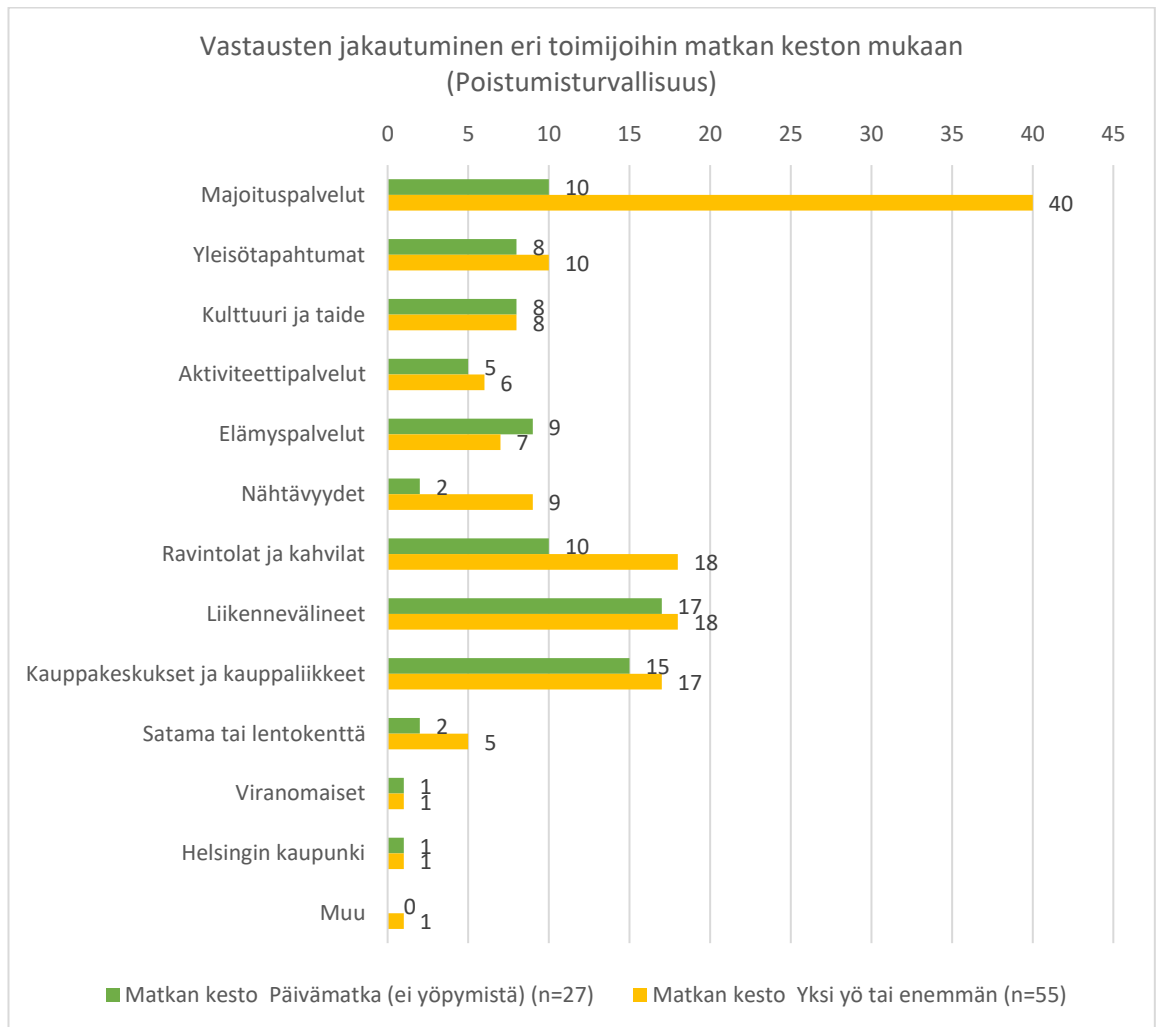


Kuvio 18: Eri kanavat, joissa vastaajat ovat nähneet tai kuulleet poistumisturvallisuuteen liittyviä ohjeita (n=82).

Suomessa ja ulkomailla asuvien vastausten jakautumista tarkasteltiin myös ryhmittäin. Suomessa asuvat olivat nähneet tai kuulleet poistumisturvallisuuteen liittyviä ohjeita eniten kohteessa tai toimipaikassa kuvista, kylteistä tai julisteista, kuten myös ulkomailla asuvat vastaajat. Suomessa asuvista 70 vastaajaa ja ulkomailla asuvista 8 vastaajaa oli nähneet ohjeita kyseisen kanavan kautta. Suomessa asuvat olivat havainnoineet seuraavaksi eniten ohjeita kohteessa tai toimipaikassa kaiuttimista tulleiden kuulutuksien kautta, jonka valitsi 18 vastaajaa, näytöiltä, televisiosta tai videolta, jonka valitsi 16 vastaajaa ja internetsivujen kautta, jonka valitsi 15 vastaajaa. Ulkomailla asuvista seuraavaksi eniten vastatut vaihtoehdot olivat kohteen tai toimipaikan sosiaalinen media, kasvotusten kohteessa, kohteen internetsivut ja kaiuttimista tulleiden kuulutuksien kautta, joihin kaikkiin vastasi kaksi ulkomailla asuvaa vastaajaa.

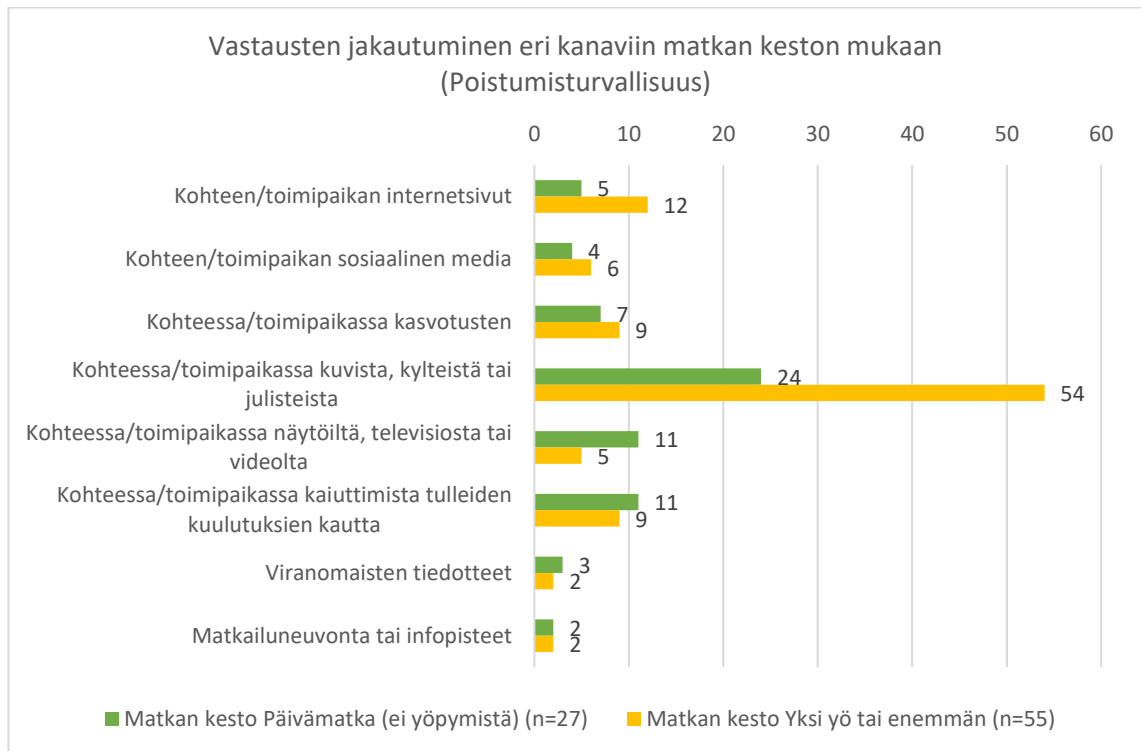
4.4.4 Päivämatkustajien ja yöpyvien matkustajien vertailu

Tuloksia vertailtiin myös päivämatkustajien ja yöpyvien matkustajien välillä. Melkein yhtä paljon yöpyvät matkustajat ja päivämatkustajat olivat vastausmäärien perusteella nähneet tai kuulleet poistumisturvallisuusohjeita liikennevälineissä, aktiviteettipalveluissa, yleisötapahtumissa, kauppakeskuksissa ja kauppaliikkeissä. Kulttuuriin ja taiteeseen liittyvissä kohteissa ohjeita oli nähty molemmissa ryhmissä yhtä paljon (8 vastaajaa). Yöpyvät matkustajat (40 vastaajaa) olivat taas nähneet ohjeita huomattavasti enemmän majoituspalveluissa kuin päivämatkustajat (10 vastaajaa). Yöpyvät matkustajat (9 vastaajaa) olivat nähneet nähtävyyksissä enemmän ohjeita kuin päivämatkustajat (2 vastaajaa), kuten myös satamassa tai lentokentällä. (Kuvio 19.)



Kuvio 19: Vastausten jakautuminen eri toimijoihin matkan keston mukaan (Poistumisturvallisuus).

Päivämatkustajien ja yöpyvien matkustajien ryhmissä eniten vastauksia sai vaihtoehto kohteessa tai toimipaikassa kuvista, kylteistä tai julisteista. Yöpyvistä matkustajista kaikki paitsi yksi vastaajaa ja päivämatkustajistakin 24 vastaajaa oli nähnyt kyseisen kanavan kautta ohjeita poistumisturvallisuudesta. Yöpyvät matkustajat (12 vastaajaa) olivat myös nähneet ohjeita enemmän kohteen internetsivujen kautta kuin päivämatkustajat (5 vastaajaa). Päivämatkustajat (11 vastaajaa) olivat nähneet yöpyviä matkustajia (5 vastaajaa) enemmän ohjeita kohteessa tai toimipaikassa näytöiltä, televisiosta tai videolta. Myös kohteessa tai toimipaikassa tulleiden kuulutuksien kautta päivämatkustajat (11 vastaajaa) olivat kuulleet poistumisturvallisuuteen liittyviä ohjeita enemmän kuin yöpyvät matkustajat (9 vastaajaa). (Kuvio 20.)



Kuvio 20: Vastausten jakautuminen eri kanaviin matkan keston mukaan (Poistumisturvallisuus).

4.5 Paloturvallisuuteen liittyvät ohjeet

Paloturvallisuuteen liittyviä ohjeita eri toimijoilla tai matkailukohteilla voivat olla esimerkiksi ohjeistus tulenteosta, tupakoinnista ja grillaamisesta. Tupakointi kielletään joissain paikoissa kokonaan tai sille on määritetty erilliset alueet. Esimerkiksi Korkeasaarella on ohjeistus siitä, missä saa tupakoida ja grillata. Grillaaminen on sallittu vain grillipaikoilla eikä kertakäyttögrillejä saa paloturvallisuuden takia käyttää. (Korkeasaari 2021.) Myös esimerkiksi Vallisaarella ja Suomenlinnassa tulenteo on kokonaan kielletty (Vallisaari 2021; Suomenlinna 2021).

4.5.1 Taustatiedot

Kuten kuviossa 8 kerrottiin, vastaajista 45 eli 24 prosenttia oli nähnyt paloturvallisuuteen liittyviä ohjeita matkansa aikana Helsingissä. Heistä 96 prosenttia eli 43 vastaajaa asui Suomessa ja 4 prosenttia eli 2 vastaajaa ulkomailla. Ohjeita nähneistä vastaajista naisia oli 30 (67 %), miehiä oli 14 (31 %) ja sukupuolekseen vaihtoehdon muu/en halua kertoa valinneita oli yksi vastaaja.

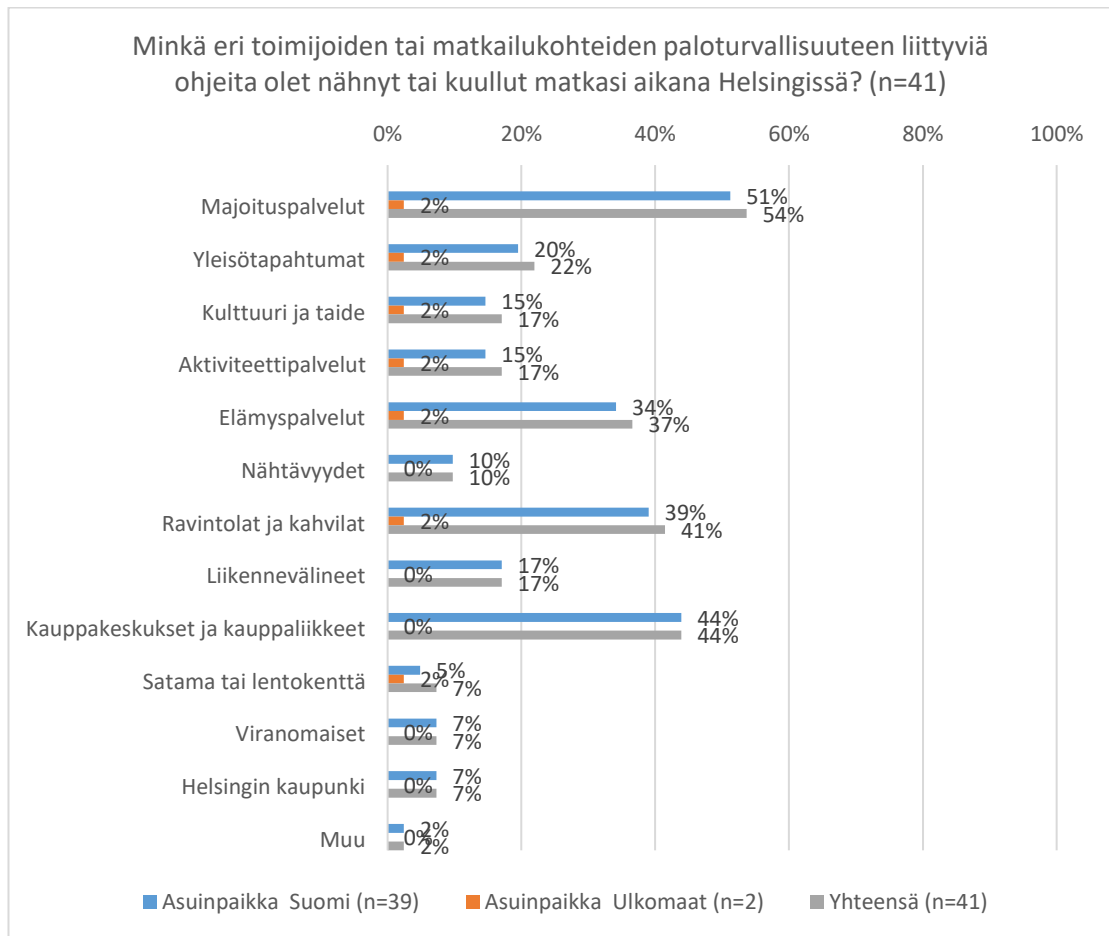
Eniten paloturvallisuuteen liittyviä ohjeita oli nähnyt 50-59-vuotiaat, joita oli 14 vastaajaa (31 %) ja 40-49-vuotiaat, joita oli 13 vastaajaa (29 %). 30-39-vuotiaita vastaajia oli 20 prosenttia eli 9 vastaajaa ja 20-29-vuotiaita oli 16 prosenttia eli 7 vastaajaa. Alle 20-vuotiaita oli yksi

vastaaja (2 %), kuten myös 60-69-vuotiaita. Kaikista paloturvallisuusohjeita nähneistä lomatai vapaa-ajan matkalla oli 40 vastaajaa (89 %), työmatkalla oli 2 vastaajaa (4 %) ja yhdistetyllä työ- ja lomamatkalla oli yksi vastaaja (2 %). 2 vastaajaa (4 %) oli vastannut vaihtoehdon muu syy. Suurin osa ohjeita nähneistä oli yöpyviä matkustajia. Heitä oli 32 (71 %). Päivämatkustajia oli 29 prosenttia eli 13 vastaajaa.

4.5.2 Toimijat ja matkailukohteet

Paloturvallisuuteen liittyen kysyttiin tarkentavia kysymyksiä. Ensimmäinen kysymys koski eri toimijoita, joiden ohjeita on nähty tai kuultu matkan aikana Helsingissä. Kyseiseen kysymykseen vastasi 41 vastaajaa, joista 95 prosenttia eli 39 vastaajaa asui Suomessa ja 5 prosenttia eli 2 vastaajaa ulkomailla. Tarkentaviin kysymyksiin vastaajat pystyivät valitsemaan useampia vastausvaihtoehtoja, koska kysymykset olivat monivalintakysymyksiä. Kuviossa 21 kerrotaan vastauksien jakautuminen.

Noin 54 prosenttia eli 22 vastaajaa oli nähnyt tai kuullut paloturvallisuuteen liittyviä ohjeita majoituspalveluissa, kuten hotelleissa. Seuraavaksi eniten vastauksia saivat vaihtoehdot kaupakeskukset tai kauppaliikkeet, jonka valitsi 18 vastaajaa (44 %), ravintolat ja kahvilat, jonka valitsi 17 vastaajaa (42 %) ja elämyspalvelut eli esimerkiksi Linnanmäki, Korkeasaari tai risteilyt, jonka valitsi 15 vastaajaa (37 %). Muut vastausvaihtoehdot saivat selvästi vähemmän vastauksia. 22 prosenttia eli 9 vastaajaa oli nähnyt ohjeita yleisötapahtumissa, 17 prosenttia eli 7 vastaajaa oli nähnyt ohjeita kulttuuriin ja taiteeseen liittyen, kuten myös aktiviteettipalveluissa sekä liikennevälineissä. 7 prosenttia eli 3 vastaajaa oli nähnyt ohjeita satamassa tai lentokentällä, viranomaisten kautta ja Helsingin kaupungilta. Muu-vaihtoehdon oli valinnut yksi vastaaja ja hän kertoi nähneensä ohjeita omalla työpaikallaan. Ulkomailla asuvat vastaajat eivät juurikaan olleet nähneet paloturvallisuuteen liittyviä ohjeita. Vain kaksi oli vastannut nähneensä tai kuullessa ohjeita matkansa aikana Helsingissä, minkä takia tarkempaa tarkastelua Suomessa asuvien ja ulkomailla asuvien välillä ei tehty. (Kuvio 21.)



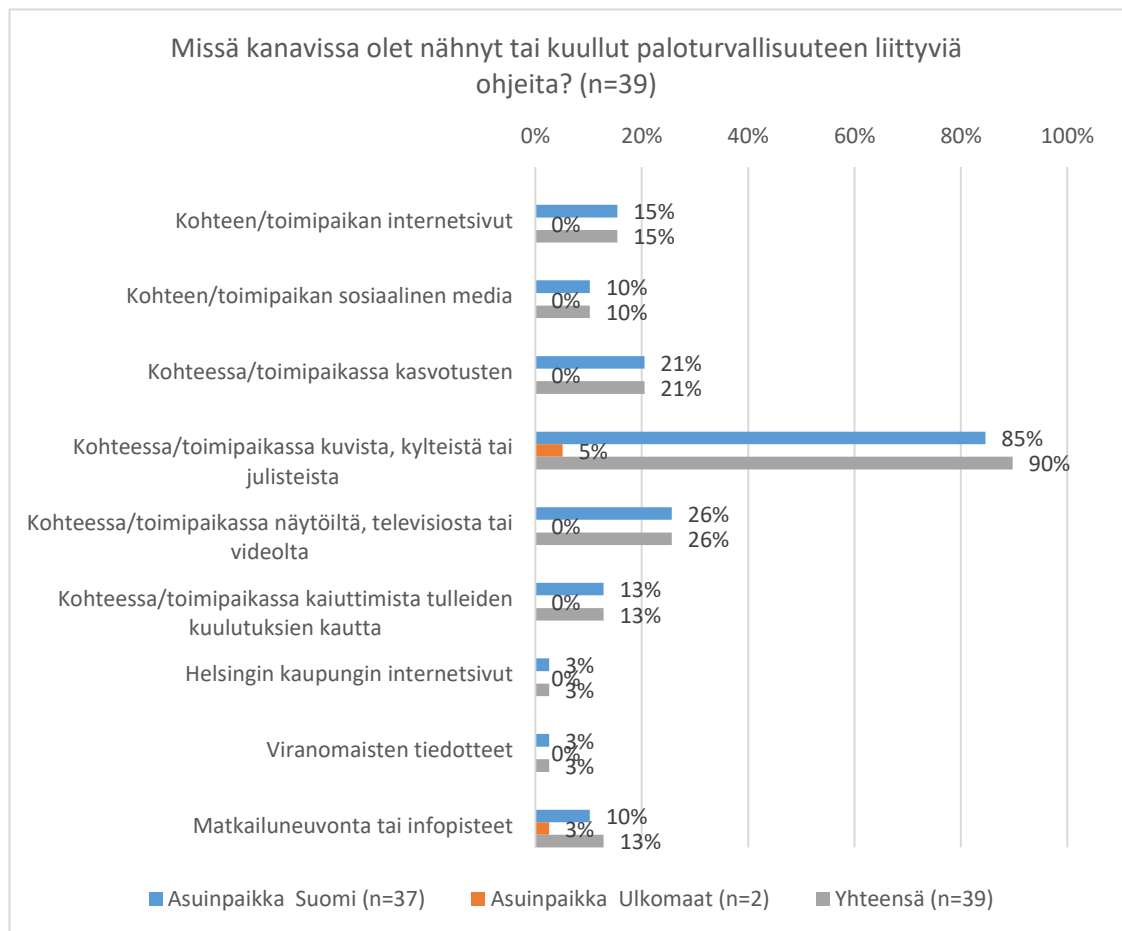
Kuvio 21: Eri toimijat tai matkailukohteet, joiden paloturvallisuuteen liittyviä ohjeita vastaajat ovat nähneet tai kuulleet (n=41).

4.5.3 Kanavat

Toinen tarkentava kysymys koski eri kanavia missä ohjeita on nähty tai kuultu. Kysymykseen vastasi yhteensä 39 vastaajaa, joista 95 prosenttia asui Suomessa ja 5 prosenttia ulkomailla. Kuviossa 22 esitetään, miten vastaukset jakautuivat eri vaihtoehtojen kesken.

Eniten ohjeita oli nähty kohteessa tai toimipaikassa kuvista, kylteistä tai julisteista. Yhteensä 35 vastaajaa (90 %) eli melkein kaikki kysymykseen vastanneet olivat valinneet tämän vaihtoehdon. Seuraavaksi suurin vastausmäärä oli vaihtoehtoisissa kohteessa tai toimipaikassa näyttöiltä, televisiosta tai videoilta, jonka valitsi 10 vastaajaa (26 %), kasvatusten kohteessa, jonka valitsi 8 vastaajaa (21 %) ja kohteen internetsivujen kautta, jonka valitsi 6 vastaajaa (15 %). Ohjeita oli saatu myös kohteessa kaiuttimista tulleiden kuulutuksien kautta ja matkailuneuvonnasta tai infopisteeltä, joihin molempiin vastasi 5 vastaajaa (13 %) sekä sosiaalisen median kautta, jonka valitsi 4 vastaajaa (10 %). Helsingin kaupungin internetsivuilta ohjeita oli saanut yksi vastaaja, kuten myös viranomaisten tiedotteiden kautta. Tarkempaa tulosten

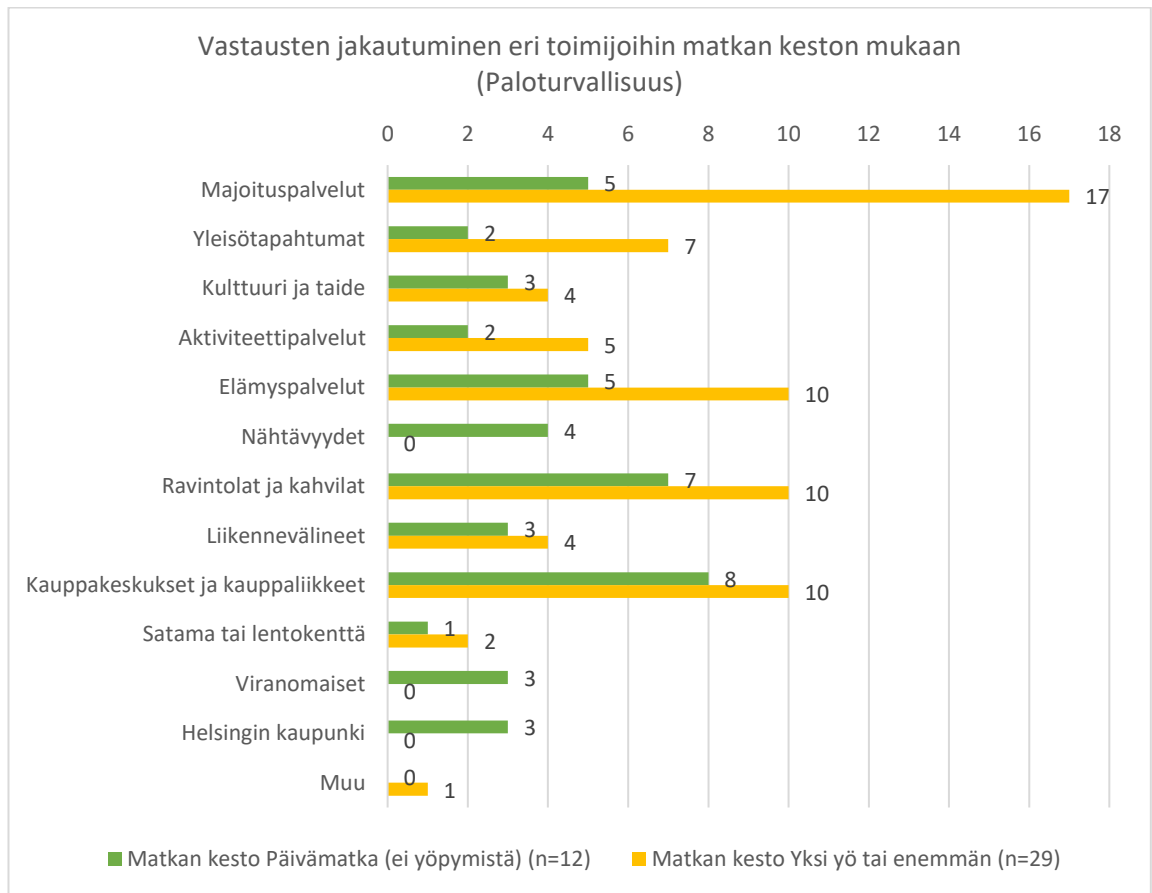
tarkastelua ryhmien välillä ei tehty ulkomailla asuvien pienen vastaajamäärän takia. (Kuvio 22.)



Kuvio 22: Eri kanavat, joissa vastaajat ovat nähneet tai kuulleet paloturvallisuuteen liittyviä ohjeita (n=39).

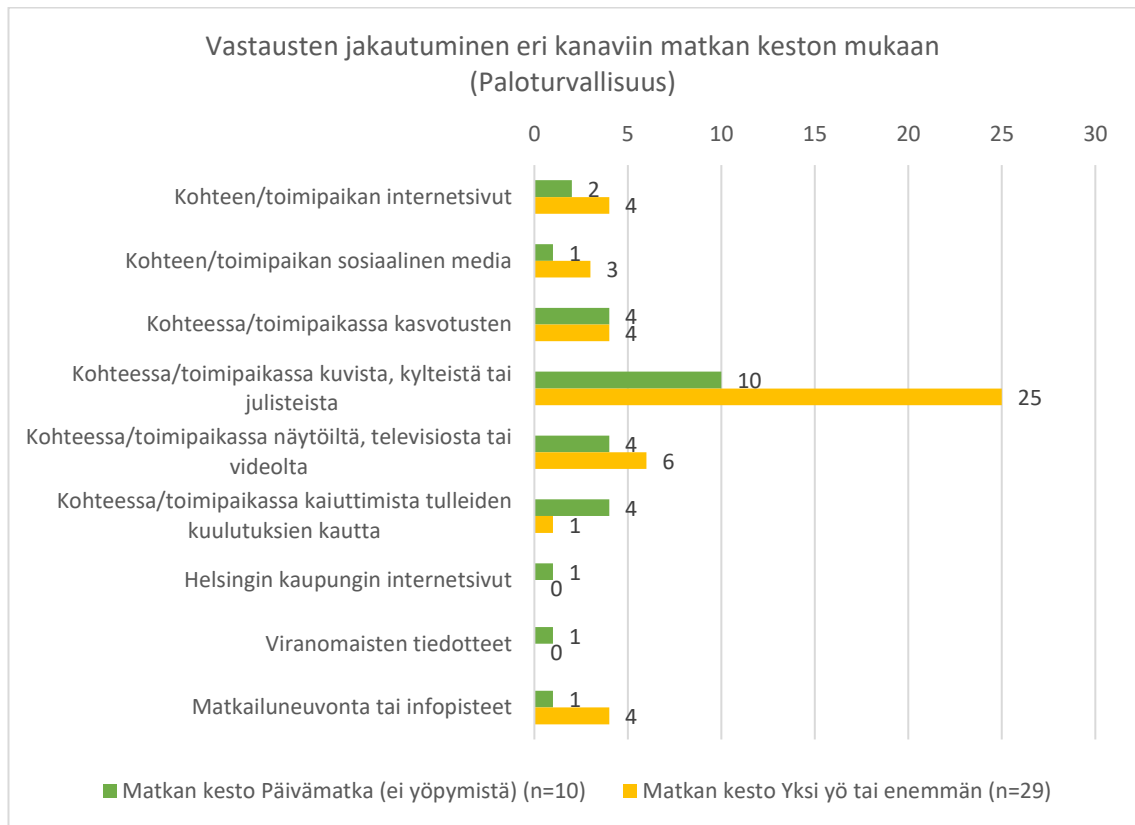
4.5.4 Päivämatkustajien ja yöpyvien matkustajien vertailu

Yöpyvät matkustajat olivat nähneet päivämatkustajia enemmän paloturvallisuuteen liittyviä ohjeita majoituspalveluissa (17 vastaajaa). Päivämatkustajista 5 vastaajaa oli nähnyt ohjeita majoituspalveluissa. Päivämatkustajat olivat vastanneet vaihtoehtoja nähtävyydet (4 vastaajaa), viranomaiset (3 vastaajaa) ja Helsingin kaupunki (3 vastaajaa), kun taas kukaan yöpyvistä matkustajista ei ollut valinnut näitä vaihtoehtoja. Melkein saman verran ohjeita oli nähty molemmissa ryhmissä esimerkiksi kulttuuriin ja taiteeseen liittyen, liikennevälineissä, satamassa tai lentokentällä, kauppakeskuksissa ja kauppaliikkeissä sekä ravintoloissa ja kahviloissa. (Kuvio 23.)



Kuvio 23: Vastausten jakautuminen eri toimijoihin matkan keston mukaan (Paloturvallisuus).

Päivämatkustajista jokainen vastaaja oli nähnyt paloturvallisuuteen liittyviä ohjeita kohteessa tai toimipaikassa kuvista, kylteistä tai julisteista ja yöpyvistä matkustajistakin suurin osa eli 25 vastaajaa. Saman verran ohjeita molemmissa ryhmissä oli kuultu kohteessa tai toimipaikassa kasvoitusten (4 vastaajaa). Päivämatkustajista 4 vastaajaa ja yöpyvistä matkustajista yksi vastaaja oli kuullut ohjeita kaiuttimista tulleiden kuulutuksien kautta. Muissa vastausvaihtoehdoissa yöpyvät matkustajat tavoitettiin hieman päivämatkustajia paremmin paloturvallisuuteen liittyvissä ohjeissa. (Kuvio 24.)



Kuvio 24: Vastausten jakautuminen eri kanaviin matkan keston mukaan (Paloturvallisuus).

4.6 Ohjeet välineiden ja laitteiden turvalliseen käyttöön

Välineiden ja laitteiden turvallista käyttöä ohjeistetaan esimerkiksi eri aktiviteettipalveluissa, kuten kiipeilypuistoissa ja muissa urheiluaktiviteeteissa sekä huvipuistoissa. Esimerkiksi Linnanmäellä huvipuistolaitteisiin on määritetty turvarajat pituudelle ja myös ohjeistettu oikeanlainen varustus laitteisiin (Linnanmäki 2021b). Ohjeistusta annetaan myös aktiviteettipalveluissa, kuten kiipeilypuistoissa, turvavarusteiden käytöstä, turvarajoista ja oikeasta varustuksesta kiipeilyyn (Korkee 2021).

4.6.1 Taustatiedot

Kuviosta 8 selvisi, että noin 12 prosenttia eli 23 vastaajaa oli kertonut nähneensä ohjeita välineiden ja laitteiden turvalliseen käyttöön matkansa aikana Helsingissä. Heistä 19 vastaajaa asui Suomessa ja 4 vastaajaa ulkomailla. Ohjeita nähneistä naisia oli 20 vastaajaa ja miehiä 3 vastaajaa.

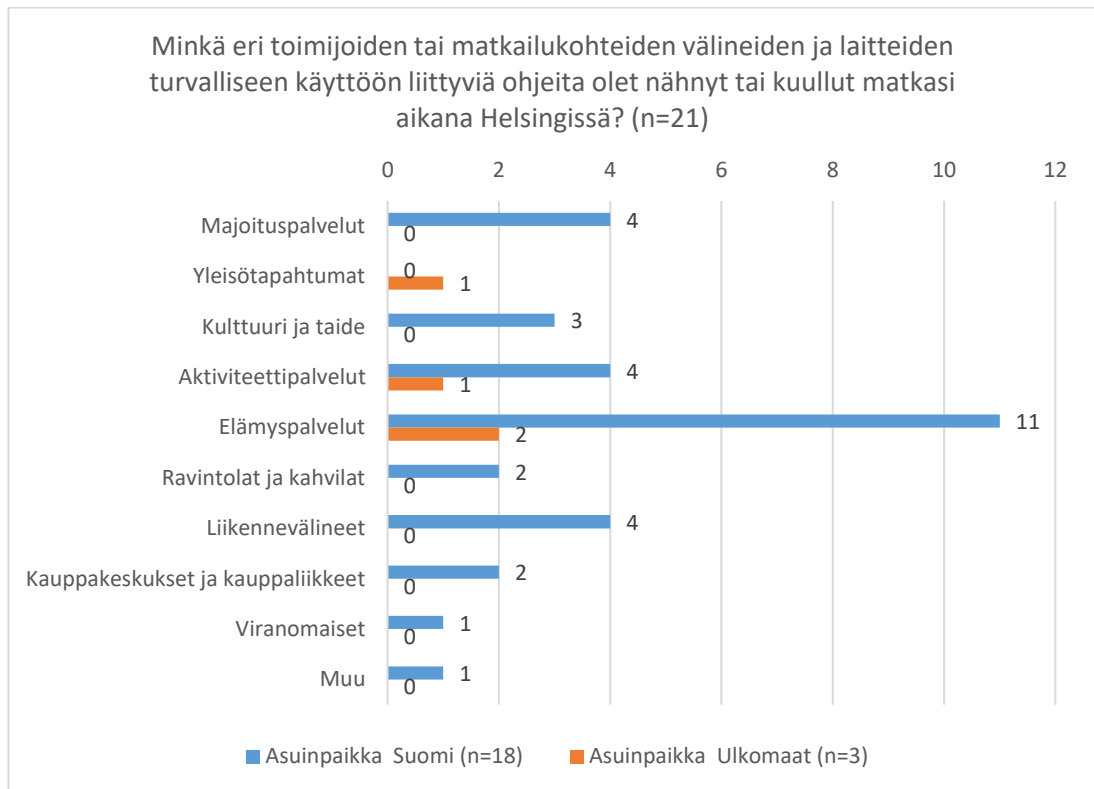
Suurin osa, jotka olivat nähneet ohjeita välineiden ja laitteiden turvalliseen käyttöön, oli 30-39-vuotiaita. Heitä oli 7 vastaajaa kaikista ohjeita nähneistä. Seuraavaksi eniten oli 20-29-vuotiaita (6 vastaajaa), 50-59-vuotiaita (5 vastaajaa) ja 40-49-vuotiaita (4 vastaajaa). 60-69-vuotiaita ohjeita nähneitä oli vain yksi vastaaja. Kukaan alle 20-vuotias ei ollut nähnyt ohjeita

matkansa aikana. Kaikki välineiden ja laitteiden turvalliseen käyttöön liittyviä ohjeita nähneet olivat loma- tai vapaa-ajan matkalla. Päivämatkalla oli 9 vastaajaa ja yöpyviä matkustajia oli 14 vastaajaa.

4.6.2 Toimijat ja matkailukohteet

Tarkentavissa kysymyksissä käsiteltiin eri toimijoita ja kanavia, joissa ohjeita oli nähty tai kuultu. Kuviossa 25 esitetään minkä eri toimijoiden välineiden ja laitteiden turvalliseen käyttöön liittyviä ohjeita vastaajat ovat nähneet. Kysymykseen oli vastannut yhteensä 21 vastaajaa, joista 18 asui Suomessa ja 3 asui ulkomailla. Vastaajat ovat voineet valita useamman vastausvaihtoehdon, koska tarkentavat kysymykset olivat monivalintakysymyksiä.

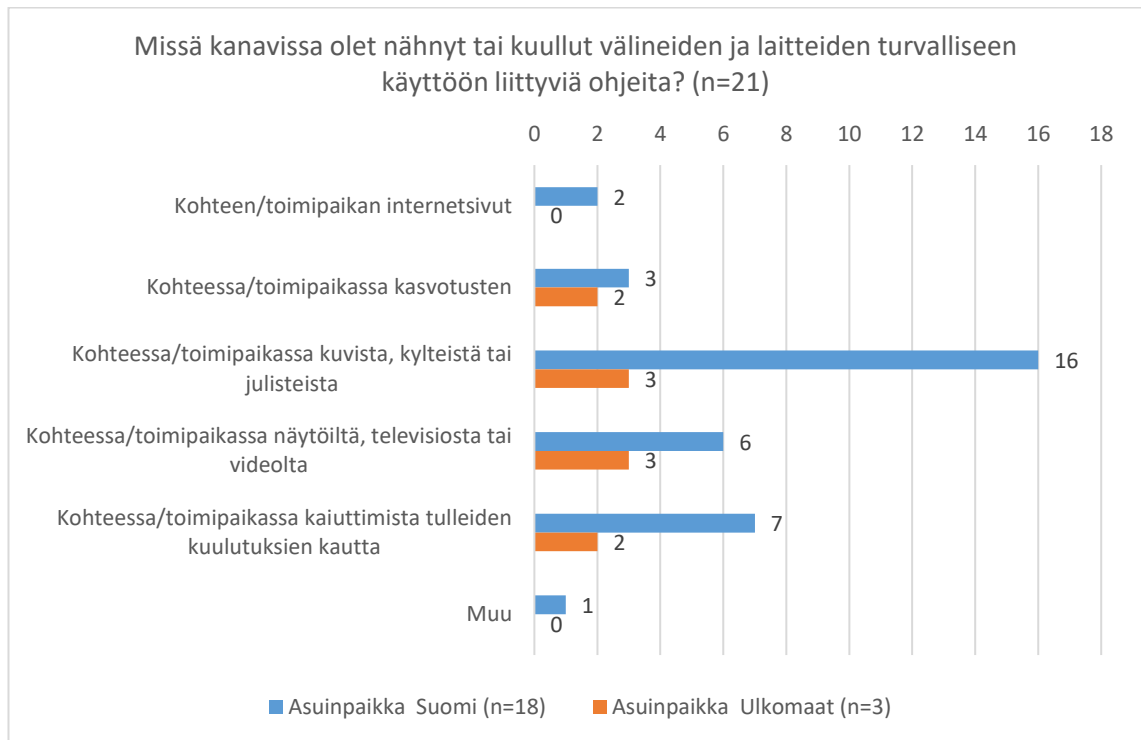
Yli puolet vastaajista (13 vastaajaa) oli nähnyt tai kuullut välineiden ja laitteiden turvalliseen käyttöön liittyviä ohjeita elämispalveluissa, kuten Linnanmäellä, risteilyillä tai Korkeasaaressa. Muut vastausvaihtoehdot olivat saaneet vähemmän vastauksia. 5 vastaajaa oli nähnyt tai kuullut ohjeita aktiviteettipalveluissa, 4 vastaajaa liikennevälineissä, 4 vastaajaa majoituspalveluissa ja 3 vastaajaa kulttuuriin ja taiteeseen liittyvissä kohteissa. 2 vastaajaa oli havainnoinut ohjeita ravintoloissa ja kahviloissa, kuten myös kauppakeskuksissa ja kauppaliikkeissä. Yleisötapahtumissa ja viranomaisilta oli myös saatu ohjeistusta yhtä paljon. Molempiin vastasi yksi vastaaja, kuten myös vaihtoehtoon muu, jonka vastausta ei ollut tarkennettu. Ulkomailla asuvien vastaajien pienen määrän takia tarkempaa tarkastelua ryhmien välillä ei tehty. (Kuvio 25.)



Kuvio 25: Eri toimijat tai matkailukohteet, joiden välineiden ja laitteiden turvalliseen käyttöön liittyviä ohjeita vastaajat ovat nähneet tai kuulleet (n=21).

4.6.3 Kanavat

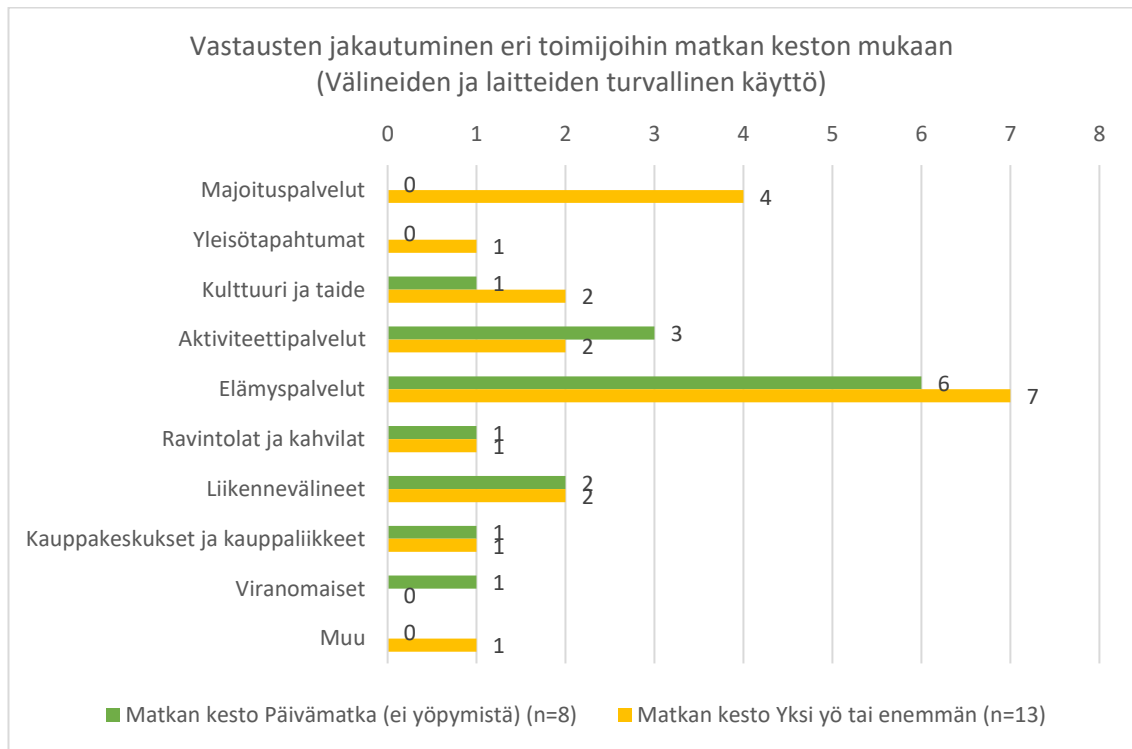
Eri kanavia koskevaan tarkentavaan kysymykseen oli vastannut myös 21 vastaajaa. Suurin osa eli 19 vastaajaa oli nähnyt välineiden ja laitteiden turvalliseen käyttöön liittyviä ohjeita kohteessa tai toimipaikassa kuvista, kylteistä tai julisteista. Seuraavaksi eniten ohjeita oli nähty tai kuultu kohteessa tai toimipaikassa näyttöjen, televisioiden tai videoiden kautta sekä kaiuttimista tulleiden kuulutuksien kautta. Molempiin vastasi 9 vastaajaa. 5 vastaajaa oli saanut ohjeita kohteessa tai toimipaikassa kasvatusten ja 2 vastaajaa internetsivujen kautta. Yksi vastaaja oli valinnut vaihtoehdon muu, mutta ei ollut tarkentanut vastaustaan. Ulkomailla asuvien vastaajien osuus oli pieni verrattuna Suomessa asuviin, joten erillistä vertailua ryhmien vastausmäärien kesken ei tehty. (Kuvio 26.)



Kuvio 26: Eri kanavat, joissa vastaajat ovat nähneet tai kuulleet välineiden ja laitteiden turvalliseen käyttöön liittyviä ohjeita (n=21).

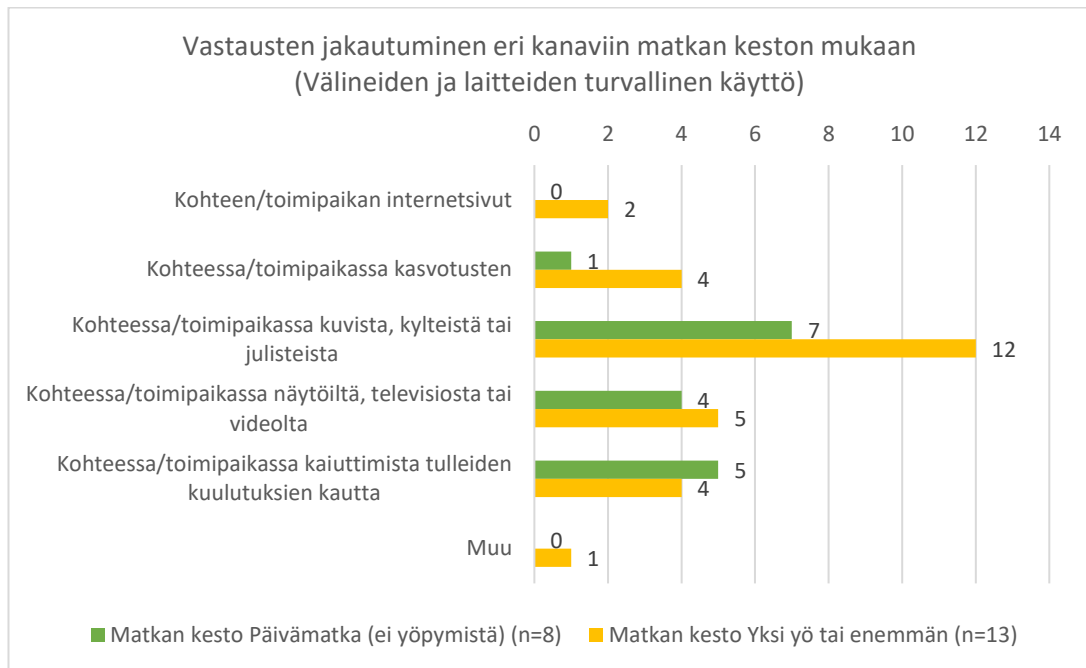
4.6.4 Päivämatkustajien ja yöpyvien matkustajien vertailu

Tuloksia vertailtiin myös päivämatkustajien ja yöpyvien matkustajien kesken. Päivämatkustajat (3 vastaajaa) olivat nähneet välineiden ja laitteiden turvalliseen käyttöön liittyviä ohjeita enemmän aktiviteettipalveluissa kuin yöpyvät matkustajat (2 vastaajaa). Yöpyvät matkustajat, joita oli 7 vastaajaa, olivat nähneet ohjeita hieman päivämatkustajia (6 vastaajaa) enemmän elämyspalveluissa. Ainoastaan yöpyvät matkustajat olivat nähneet ohjeita majoituspalveluissa (4 vastaajaa) ja yleisötapahtumissa (yksi vastaaja). Saman verran ohjeita molemmissa ryhmissä oli nähty ravintoloissa ja kahviloissa, liikennevälineissä ja kauppakeskuksissa ja kauppaliikkeissä. (Kuvio 27.)



Kuvio 27: Vastausten jakautuminen eri toimijoihin matkan keston mukaan (Välineiden ja laitteiden turvallinen käyttö).

Sekä päivämatkustajien (7 vastaajaa) että yöpyvien matkustajien (12 vastaajaa) joukosta eniten välineiden ja laitteiden turvalliseen käyttöön liittyviä ohjeita oli nähty kohteessa tai toimipaikassa kuvista, kylteistä tai julisteista. Molemmista ryhmistä kaikki paitsi yksi vastaaja olivat vastanneet kyseisen vaihtoehdon. Yöpyvät matkustajat olivat nähneet ohjeita enemmän kasvatusten (4 vastaajaa) ja internetsivujen kautta (2 vastaajaa). Kukaan päivämatkustajista ei ollut vastannut internetsivut-vaihtoehtoa. Päivämatkustajat (5 vastaajaa) olivat kuulleet ohjeita yöpyviä matkustajia (4 vastaajaa) enemmän kaiuttimista tulleiden kuulutuksien kautta. (Kuvio 28.)



Kuvio 28: Vastausten jakautuminen eri kanaviin matkan keston mukaan (Välineiden ja laitteiden turvallinen käyttö).

4.7 Ohjeet turvallisista kulkureiteistä ja sallituista vierailualueista

Ohjeita turvallisista kulkureiteistä ja sallituista vierailualueista voi olla esimerkiksi eri nähtävyyksissä tai vierailukohteissa, kuten Suomenlinnassa, Vallisaarella ja Korkeasaarella. Niihin on merkattu kulkureitit, joita vierailija saa kulkea. Turvallisuuden vuoksi sallitut kulkureitit ovat merkattu esimerkiksi aidoin tai kulkuestein. Vallisaarella on osa-alueesta suljettu vaarallisten rakenteiden takia. Kielletyistä alueista ilmoitetaan varoitusmerkeillä. (Vallisaari 2021; Suomenlinna 2021; Korkeasaari 2021.) Monissa palveluissa ja kohteissa, kuten ravintoloissa, on myös vain henkilökunnalle sallittuja alueita.

4.7.1 Taustatiedot

Kuten kuviosta 8 nähtiin, ohjeita turvallisista kulkureiteistä ja sallituista vierailualueista on nähnyt tai kuullut 45 vastaajaa matkansa aikana Helsingissä. Prosentteissa tämä on 24 prosenttia kaikista vastaajista. Ohjeita nähneistä 82 prosenttia eli 37 vastaajaa asui Suomessa ja 18 prosenttia eli 8 vastaajaa ulkomailla. Naisia heistä oli 34 (76 %), miehiä oli 10 (22 %) ja yksi vastaaja valitsi sukupuolekseen vaihtoehdon muu/en halua kertoa.

Eniten vastaajia oli ikäryhmässä 40-49-vuotiaat. Heitä oli 13 (29 %) kaikista ohjeita nähneistä. Seuraavaksi eniten ohjeita oli nähnyt tai kuullut 50-59-vuotiaat, joita oli 10 vastaajaa (22 %). 30-39-vuotiaita vastaajia oli 9 (20 %) ja 20-29-vuotiaita vastaajia oli 7 (16 %). Alle 20-vuotiaita ja 60-69-vuotiaita vastaajia oli molemmissa ryhmissä 3 vastaajaa (7 %). Kaikki kyselyyn

vastanneet alle 20-vuotiaat olivat nähneet ohjeita turvallisista kulkureiteistä ja sallituista vierailualueista.

93 prosenttia ohjeita nähneistä oli loma- tai vapaa-ajan matkalla, 2 vastaajaa (4 %) työmattalla ja yksi vastaaja (2 %) yhdistetyllä työ- ja lomamatkalla. Vastaukset jakautuivat melko tasan päivämatkustajiin ja yöpyviin matkustajiin. Päivämatkustajia oli 24 vastaajaa eli 53 prosenttia ja yöpyviä matkustajia 21 vastaajaa eli 47 prosenttia.

4.7.2 Toimijat ja matkailukohteet

Tarkentavissa kysymyksissä ohjeisiin liittyen selvitettiin minkä eri toimijoiden ohjeita turvallisista kulkureiteistä ja sallituista vierailualueista vastaaja on nähnyt tai kuullut ja myös missä eri kanavissa. Kuviossa 29 on käsitelty toimijoita koskevan kysymyksen vastaukset. Kysymykseen vastasi 42 vastaajaa, joista 34 vastaajaa eli 81 prosenttia asui Suomessa ja 8 vastaajaa eli 19 prosenttia ulkomailla.

Vastaukset ovat jakautuneet melko tasaisesti eri vaihtoehtojen kesken. Eniten vastauksia sai vaihtoehto ravintolat ja kahvilat, jonka valitsi 19 vastaajaa (45 %). Seuraavaksi eniten ohjeita oli nähty kulttuuriin ja taiteeseen liittyen, esimerkiksi museoissa tai teattereissa sekä kauppakeskuksissa ja kauppaliikkeissä. Molempiin vaihtoehtoihin vastasi 15 vastaajaa (36 %). Ohjeita oli nähty myös tasaisesti nähtävyyksissä, jonka valitsi 14 vastaajaa (33 %), elämyspalveluissa, jonka valitsi 13 vastaajaa (31 %), liikennevälineissä, jonka valitsi 12 vastaajaa (29 %) sekä majoituspalveluissa, jonka valitsi myös 12 vastaajaa (29 %). Vähiten vastauksia saivat aktiviteettipalvelut, Helsingin kaupunki, yleisötapahtumat ja satama tai lentokenttä. 7 vastaajaa (17 %) oli nähnyt tai kuullut ohjeita aktiviteettipalveluissa ja Helsingin kaupungilta. 5 vastaajaa (12 %) oli saanut ohjeita yleisötapahtumissa ja satamassa tai lentokentällä. (Kuvio 29.)



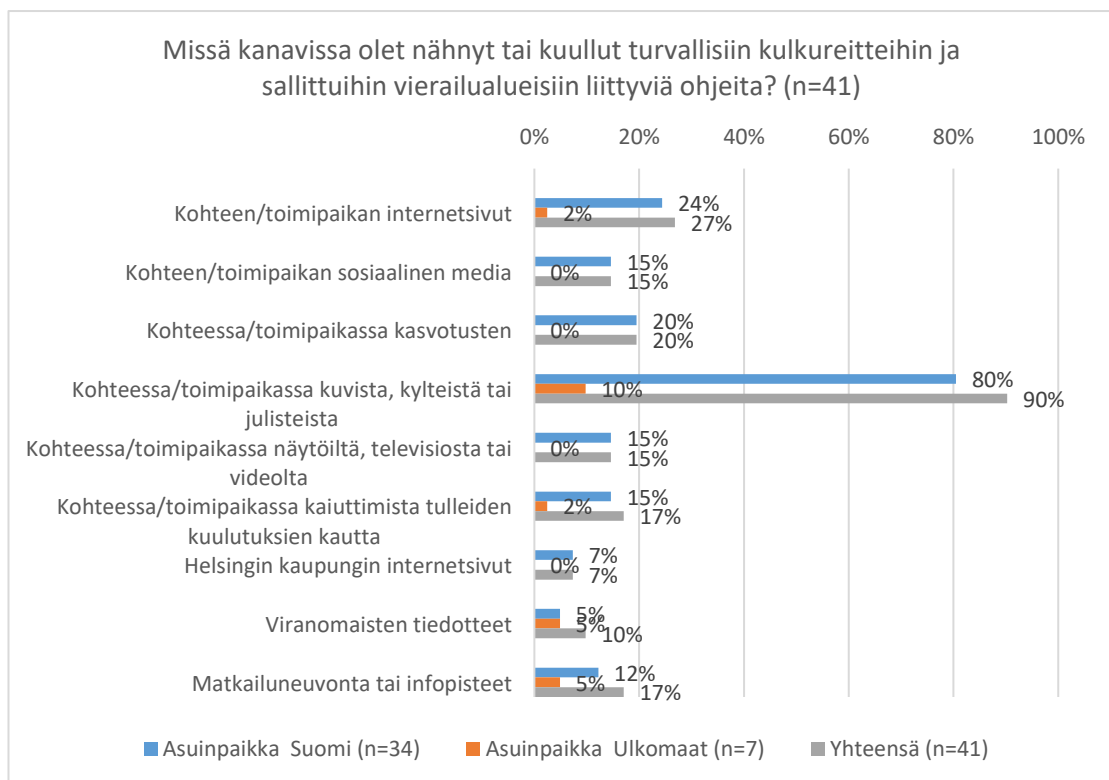
Kuvio 29: Eri toimijat tai matkailukohteet, joiden turvallisiin kulkureitteihin ja sallittuihin vierailualueisiin liittyviä ohjeita vastaajat ovat nähneet tai kuulleet (n=42).

Vastauksia tarkasteltiin myös Suomessa asuvien ja ulkomailla asuvien vastausmääriä vertaamalla. Suomessa asuvat olivat saaneet turvallisiin kulkureitteihin ja sallittuihin vierailualueisiin liittyvää turvallisuusviestintää eniten ravintoloissa ja kahviloissa. Sen vastasi 18 Suomessa asuvaa vastaajaa. 15 vastaajaa valitsi vaihtoehdon kauppakeskukset ja kaupalliikkeet ja 13 vastaajaa valitsi vaihtoehdon kulttuuri ja taide. 12 vastaajaa valitsi vaihtoehdot elämispalvelut ja nähtävyydet. Ulkomailla asuvien joukosta eniten vastattu vaihtoehto oli satama tai lentokenttä, jonka vastasi 3 vastaajaa. Seuraavaksi eniten vastatut vaihtoehdot olivat nähtävyydet, kulttuuri ja taide ja Helsingin kaupunki, mitkä kaikki oli valinnut kaksi vastaajaa. Tässäkin vaihtoehdossa ulkomailla asuvat vastaajat olivat nähneet Suomessa asuvia enemmän ohjeita satamassa tai lentokentällä. Suomessa asuvista vain kaksi vastaajaa oli valinnut kyseisen vaihtoehdon.

4.7.3 Kanavat

41 vastaajaa vastasi tarkentavaan kysymykseen koskien eri kanavia, joissa ohjeita turvallisiin kulkureitteihin ja sallittuihin vierailualueisiin liittyen on nähty tai kuultu. Heistä 83 prosenttia eli 34 vastaajaa asui Suomessa ja 17 prosenttia eli 7 vastaajaa ulkomailla. Kuviossa 30 esitetään, miten vastaukset ovat jakautuneet.

Eniten vastauksia sai vaihtoehto kohteessa tai toimipaikassa kuvista, kylteistä tai julisteista. 90 prosenttia eli 37 kaikista kysymykseen vastanneista valitsi vaihtoehdon. Ohjeita oli nähty tai kuultu selkeästi vähemmän muissa vaihtoehdoissa. 27 prosenttia eli 11 vastaajaa oli nähnyt ohjeita kohteen tai toimipaikan internetsivujen kautta ja 20 prosenttia eli 8 vastaajaa oli saanut ohjeistusta kasvotusten. 7 vastaajaa (17 %) oli kuullut ohjeita kaiuttimista tulleiden kuulutuksien ja matkailuneuvonnan tai infopisteiden kautta. 6 vastaajaa (15 %) oli saanut ohjeita kohteen tai toimipaikan sosiaalisen median kautta ja kohteessa näytöiltä, televisiosta tai videolta (15 %). Viranomaisten kautta ohjeita oli saanut 4 vastaajaa (10 %) ja Helsingin kaupungin internetsivuilta 3 vastaajaa (7 %). (Kuvio 30.)



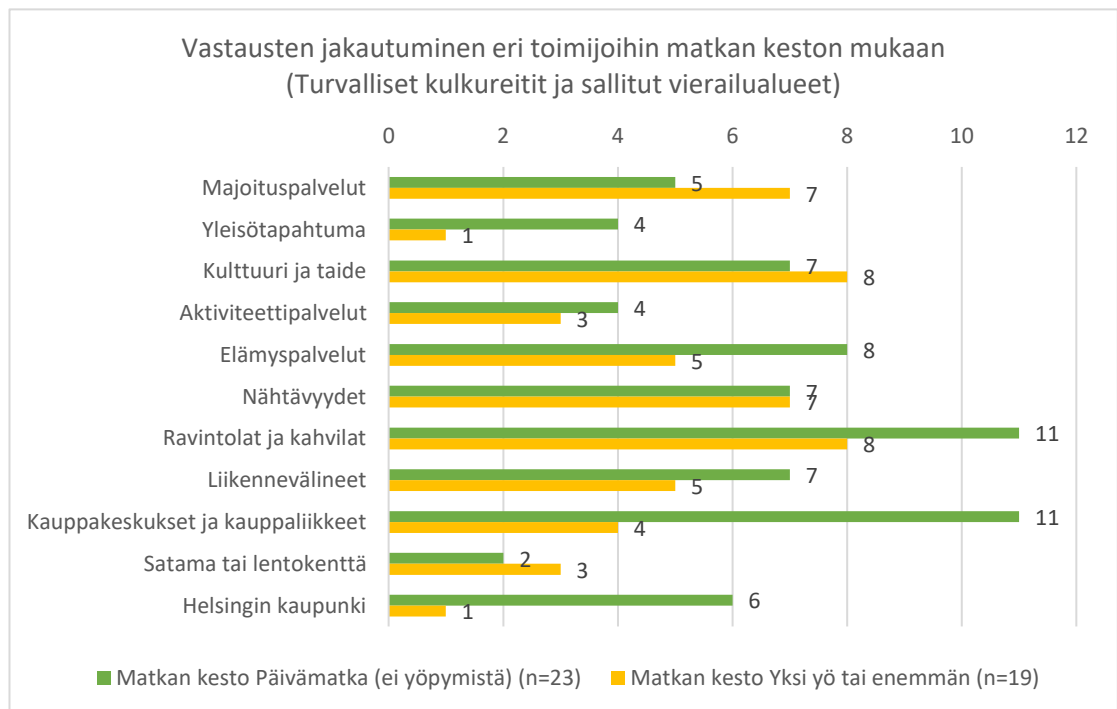
Kuvio 30: Eri kanavat, joissa vastaajat ovat nähneet tai kuulleet turvallisiin kulkureitteihin ja sallittuihin vierailualueisiin liittyviä ohjeita (n=41).

Turvallisiin kulkureitteihin ja sallittuihin vierailualueisiin liittyviä vastauksia tarkasteltiin myös ryhmittäin. Suomessa asuvista melkein jokainen vastaaja eli 33 ja ulkomailla asuvien joukosta yli puolet eli 4 vastaajaa oli nähnyt ohjeita kohteessa tai toimipaikassa kuvista,

kylteistä tai julisteista. Seuraavaksi eniten Suomessa asuvien joukosta vastattiin vaihtoehtoja kohteen tai toimipaikan internetsivut, jonka valitsi 10 vastaajaa ja kasvotusten kohteessa, jonka vastasi 8 vastaajaa. 6 vastaajaa oli vastannut myös havainnoineensa ohjeita sosiaalisen median kautta, näytöiltä, televisiosta tai videolta sekä kaiuttimista tulleiden kuulutuksien kautta. Ulkomailla asuvista matkailuneuvonnan tai infopisteen ja viranomaisten kautta ohjeita sai 2 vastaajaa. Suomessa asuvista taas matkailuneuvonnan tai infopisteiden kautta ohjeita oli saanut 5 vastaajaa ja viranomaisten kautta 2 vastaajaa.

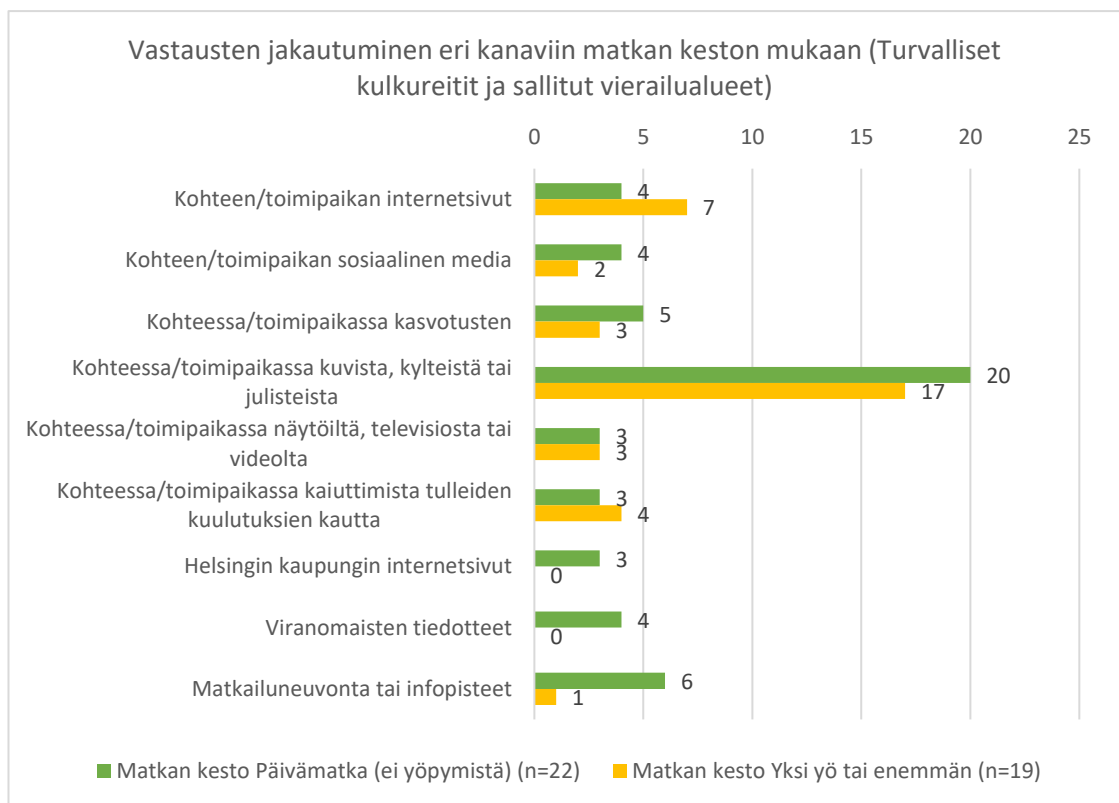
4.7.4 Päivämatkustajien ja yöpyvien matkustajien vertailu

Yöpyvät matkustajat (7 vastaajaa) olivat nähneet turvallisiin kulkureitteihin ja sallittuihin vierailualueisiin liittyviä ohjeita enemmän majoituspalveluissa kuin päivämatkustajat (5 vastaajaa). Myös satamassa tai lentokentällä yöpyvät matkustajat olivat havainnoineet hieman päivämatkustajia enemmän kyseisiä ohjeita. Nähtävyyksissä molemmat ryhmät olivat havainnoineet yhtä paljon ohjeita. Kulttuuriin ja taiteeseen liittyvissä kohteissa ja aktiviteettipalveluissa ohjeita oli nähty tai kuultu melkein saman verran molemmissa ryhmissä. Päivämatkustajat olivat taas saaneet yöpyviä matkustajia enemmän ohjeita yleisötapahtumissa (4 vastaajaa), elämyspalveluissa (8 vastaajaa), ravintoloissa ja kahviloissa (11 vastaajaa) ja liikennevälineissä (7 vastaajaa). Selkeästi eniten vastauksista korostuivat kauppakeskukset ja kaupalliikkeet ja Helsingin kaupunki. Näissä päivämatkustajat olivat nähneet ohjeita huomattavasti enemmän kuin yöpyvät matkustajat. (Kuvio 31.)



Kuvio 31: Vastausten jakautuminen eri toimijoihin matkan keston mukaan (Turvalliset kulkureitit ja sallitut vierailualueet).

Vastauksia tarkasteltiin myös matkan keston ja eri kanavien ristiintaulukoinnilla. Eniten vastauksia sai vaihtoehto kohteessa tai toimipaikassa kuvista, kylteistä ja videoista. Päivämatkustajista 20 vastaajaa ja yöpyvistä matkustajista 17 vastaajaa oli nähneet ohjeita kyseisestä kanavasta. Yöpyvät matkustajat olivat nähneet enemmän ohjeita kuin päivämatkustajat kohteen tai toimipaikan internetsivujen kautta (7 vastaajaa) ja kohteessa kaiuttimista tulleiden kuulutuksien kautta (4 vastaajaa). Saman verran ryhmien kesken ohjeita oli nähty kohteessa tai toimipaikassa näyttöjen, televisioiden tai videoiden kautta. Muissa kanavissa päivämatkustajat olivat nähneet ohjeita enemmän. Matkailuneuvonnan tai infopisteiden kautta saaduissa ohjeissa oli melko suuri ero päivämatkustajien ja yöpyvien matkustajien välillä. Päivämatkustajista 6 vastaajaa ja yöpyvistä vain yksi vastaaja oli saanut ohjeita matkailuneuvonnan tai infopisteiden kautta. Yöpyvät matkustajat eivät myöskään olleet vastanneet ollenkaan vaihtoehtoihin Helsingin kaupungin internetsivut ja viranomaisten tiedotteet. (Kuvio 32.)



Kuvio 32: Vastausten jakautuminen eri kanaviin matkan keston mukaan (Turvalliset kulkureitit ja sallitut vierailualueet).

4.8 Ohjeet kielletyistä aineista ja esineistä

Kielletyistä aineista ja esineistä ohjeistetaan yleensä esimerkiksi yleisötapahtumien yhteydessä. Kokoon tumislaki (530/1999) määrittää, että yleisötilaisuuksiin ei saa tuoda vaarallisia esineitä tai aineita, kuten teräasetta tai ampuma-asetta. Myös esimerkiksi eri elämyspalvelut, kuten Linnanmäki ohjeistaa verkkosivuillaan ja paikan päällä vierailijoita siitä, mitä esineitä paikan päälle saa tuoda mukanaan. Esimerkiksi teräaseita, ilotulitteita, tusseja, spraymaaleja ja muita laittomia tai yleisvaarallisia esineitä ja aineita ei saa tuoda huvipuistoon. (Linnanmäki 2021a.) Myös lentokentällä, satamissa, kauppakeskuksissa ja eri liikennevälineissä on ohjeita mitä saa niihin tuoda ja mitkä esineet tai aineet ovat kiellettyjä.

4.8.1 Taustatiedot

Kuviossa 8 kerrottiin, että yhteensä 25 vastaajaa eli 13 prosenttia kaikista vastaajista oli nähnyt tai kuullut ohjeita kielletyistä aineista tai esineistä matkansa aikana Helsingissä. Heistä 22 vastaajaa asui Suomessa ja 3 vastaajaa ulkomailla. Naisia oli 17 vastaajaa, miehiä 7 vastaajaa ja yksi vastaaja oli vastannut sukupuolekseen vaihtoehdon muu/en halua kertoa.

Eniten ohjeita oli nähnyt 30-39-vuotiaat, joita oli 7 vastaajaa. Seuraavaksi eniten ohjeita oli nähnyt 20-29-vuotiaat (6 vastaajaa). 40-49-vuotiaita oli 4 vastaajaa, kuten myös 50-59-vuotiaita. Alle 20-vuotiaita ja 60-69-vuotiaita vastaajia oli 2. Loma- tai vapaa-ajan matkalla oli suurin osa vastaajista eli 24 vastaajaa. Yhdistetyllä työ- ja lomamatkalla oli yksi vastaaja. Työmatkalla ei ollut yksikään vastaaja. Päivämatkalla oli 12 vastaajaa ja 13 vastaajaa yöpyi vähintään yhden yön Helsingissä.

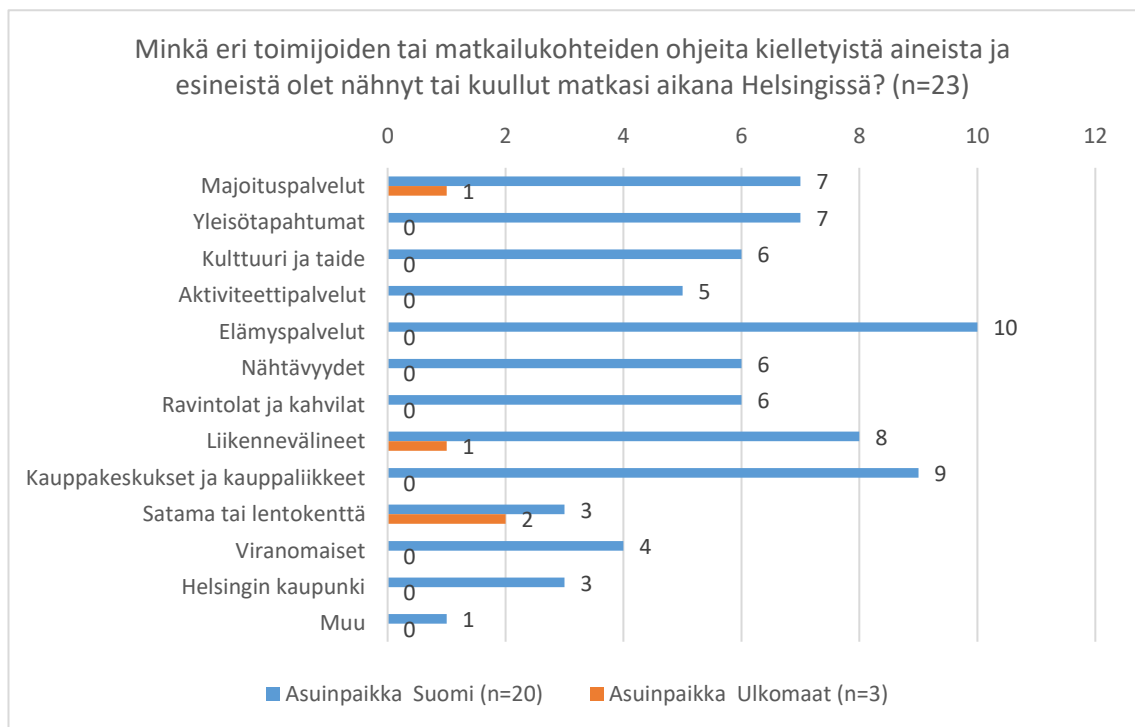
4.8.2 Toimijat ja matkailukohteet

Seuraavat kysymykset koskivat eri toimijoita, joiden ohjeita kielletyistä aineista ja esineistä vastaaja on nähnyt tai kuullut ja sitä, että missä eri kanavissa ohjeita on havainnoitu. Molempiin tarkentaviin kysymyksiin vastasi 23 vastaajaa, joista 87 prosenttia asui Suomessa ja 13 prosenttia ulkomailla. Kuviossa 33 käsitellään eri toimijoihin liittyviä vastauksia.

Eniten kiellettyihin aineisiin ja esineisiin liittyviä ohjeita oli nähty elämyspalveluissa, kuten Linnanmäellä, risteilyillä tai Korkeasaarella, jonka valitsi 10 vastaajaa. 9 vastaajaa oli vastannut nähneensä ohjeita eri liikennevälineissä ja kauppakeskuksissa. Majoituspalveluissa ohjeita oli havainnoinut yhteensä 8 vastaajaa ja yleisötapahtumissa, esimerkiksi konserteissa tai festareilla 7 vastaajaa. Muuten vastaukset jakautuivat melko tasan eri vaihtoehtojen kesken. Kulttuuriin ja taiteeseen liittyvissä kohteissa tai tapahtumissa ohjeita oli nähnyt 6 vastaajaa, kuten myös nähtävyyksissä ja ravintoloissa ja kahviloissa. Aktiviteettipalveluissa ja satamassa tai lentokentällä ohjeita oli nähnyt tai kuullut 5 vastaajaa, viranomaisilta 4 vastaajaa ja

Helsingin kaupungilta 3 vastaajaa. Yksi vastaaja oli vastannut vaihtoehdon muu, mutta ei ollut tarkentanut minkä toimijan viestintää on nähnyt. (Kuvio 33.)

Ulkomailla asuvista vain 3 oli vastannut nähneensä tai kuulleensa ohjeita kielletyistä aineista ja esineistä, joten vastausmäärä on hyvin pieni. Sen takia tarkempaa vertailua Suomessa ja ulkomailla asuvien kesken ei tehty. Kuitenkin huomion arvoinen asia vastauksia tarkastellessa Suomessa asuvien ja ulkomailla asuvien ryhmien vastausmääriin suhteutettuna oli se, että ulkomailla asuvat olivat nähneet enemmän ohjeita satamassa ja lentokentällä. Ulkomailla asuvien joukosta 2 vastaajaa ja Suomessa asuvista 3 vastaajaa valitsi kyseisen vaihtoehdon.

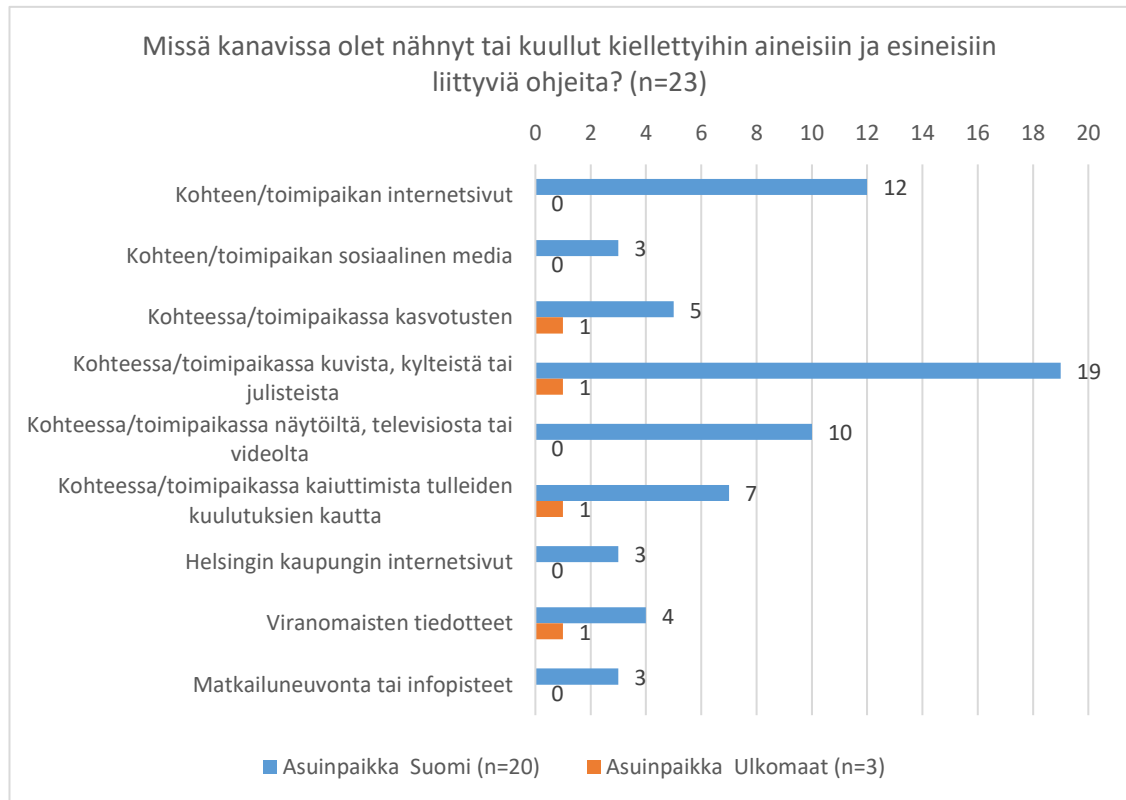


Kuvio 33: Eri toimijat tai matkailukohteet, joiden kiellettyihin aineisiin ja esineisiin liittyviä ohjeita vastaajat ovat nähneet tai kuulleet (n=23).

4.8.3 Kanavat

Kuviossa 34 käsitellään sitä, missä kanavissa vastaaja on nähnyt tai kuullut kiellettyihin aineisiin ja esineisiin liittyviä ohjeita. Selvästi eniten vastauksia sai vaihtoehdoissa tai toimipaikassa kuvista, kylteistä tai julisteista. Yhteensä 20 vastaajaa oli valinnut vaihtoehdon. Kohteen tai toimipaikan internetsivujen kautta ohjeita oli nähnyt 12 vastaajaa, kohteessa tai toimipaikassa näytöiltä, televisiosta tai videolta 10 vastaajaa ja kohteessa kaiuttimista tulleiden kuulutuksien kautta 8 vastaajaa. Seuraavaksi eniten ohjeita oli nähty kasvotusten kohteessa tai toimipaikassa, jonka vastasi 6 vastaajaa ja viranomaisten tiedotteiden kautta ohjeita oli saanut 5 vastaajaa. Kolme vastaajaa oli nähnyt ohjeita sosiaalisen median kautta, Helsingin kaupungin internetsivuilta ja matkailuneuvonnassa tai infopisteillä. (Kuvio 34.)

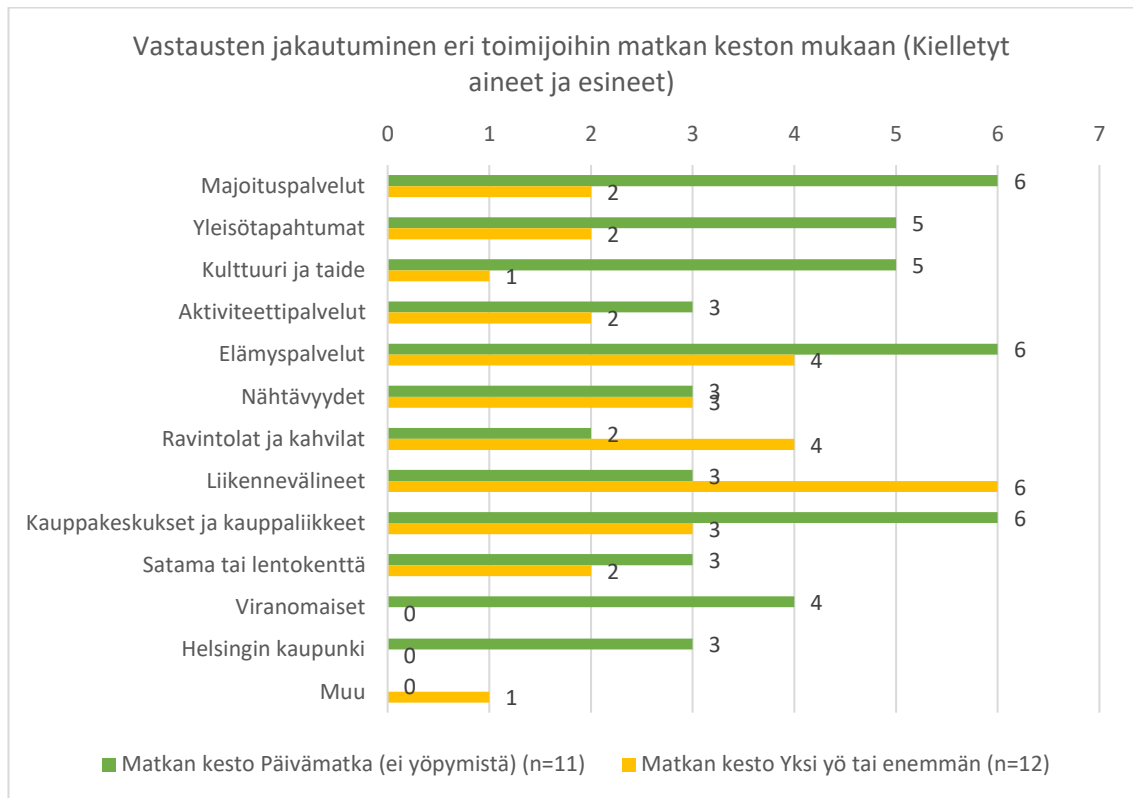
Ulkomailla asuvista vain 3 henkilöä oli vastannut kysymykseen. Vastausmäärän pienuuden takia tarkastelua ryhmien vastausmäärien välillä ei voitu tehdä. Ulkomailla asuvat vastaajat olivat saaneet ohjeita ainoastaan kasvotusten, kuvista, kylteistä tai julisteista, kaiuttimista tulleiden kuulutuksien ja viranomaisten tiedotteiden kautta. Jokaiseen näistä vaihtoehdoista vastasi vain yksi ulkomailla asuva henkilö.



Kuvio 34: Eri kanavat, joissa vastaajat ovat nähneet tai kuulleet kiellettyihin aineisiin ja esineisiin liittyviä ohjeita (n=23).

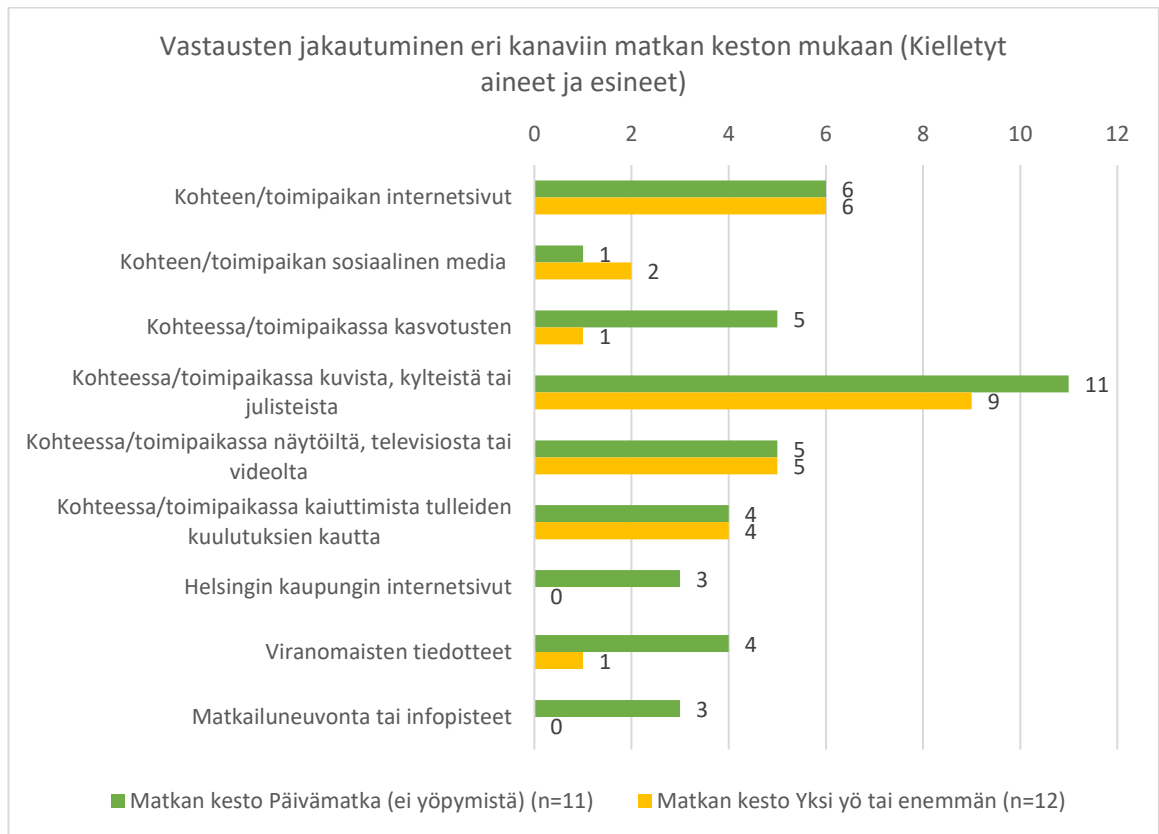
4.8.4 Päivämatkustajien ja yöpyvien matkustajien vertailu

Tuloksia vertailtiin tarkastelemalla päivämatkustajien ja yöpyvien matkustajien vastauksia. Yöpyvät matkustajat olivat nähneet päivämatkustajia enemmän kiellettyihin aineisiin ja esineisiin liittyviä ohjeita liikennevälineissä (6 vastaajaa) ja ravintoloissa ja kahviloissa (4 vastaajaa). 3 vastaajaa molemmista ryhmistä olivat nähneet tai kuulleet ohjeita nähtävyyksissä. Muissa vaihtoehdoissa päivämatkustajat olivat nähneet enemmän ohjeita. Päivämatkustajien joukosta eniten vastauksia saivat vaihtoehdot majoituspalvelut, elämyspalvelut ja kauppakeskukset ja kauppaliikkeet, joihin kaikkiin vastasi 6 päivämatkustajaa. Seuraavaksi eniten vastauksia päivämatkustajien joukosta saivat yleisötapahtumat (5 vastaajaa) ja kulttuuriin ja taiteeseen liittyvät kohteet (5 vastaajaa). (Kuvio 35.)



Kuvio 35: Vastausten jakautuminen eri toimijoihin matkan keston mukaan (Kielletyt aineet ja esineet).

Saman verran molemmissa ryhmissä kiellettyihin aineisiin ja esineisiin liittyviä ohjeita oli nähty kohteen internetsivujen kautta (6 vastaajaa), kohteessa tai toimipaikassa näytöiltä, televisiosta ja videolta (5 vastaajaa) ja kohteessa kaiuttimista tulleiden kuulutuksien kautta (4 vastaajaa). Yöpyvät matkustajat olivat nähneet hieman enemmän ohjeita kohteen tai toimipaikan sosiaalisen median kautta (2 vastaajaa). Muissa vaihtoehdoissa päivämatkustajat olivat nähneet yöpyviä matkustajia enemmän ohjeita. Suurin ero oli kasvatusten ja viranomaisten tiedotteiden kautta saaduissa ohjeissa. 5 päivämatkustajaa ja vain yksi yöpyvä matkustaja oli saanut ohjeita kasvatusten ja 4 päivämatkustajaa ja yksi yöpyvä matkustaja oli saanut ohjeita viranomaisten tiedotteista. Yksikään yöpyvä matkustaja ei ollut saanut ohjeita Helsingin kaupungin internetsivujen tai matkailuneuvonnan ja infopisteiden kautta. (Kuvio 36.)



Kuvio 36: Vastausten jakautuminen eri kanaviin matkan keston mukaan (Kielletyt aineet ja esineet).

4.9 Ohjeet omaisuuden suojaamiseksi

Omaisuuksien suojaamisen liittyviä ohjeita antavat esimerkiksi elämäntapalvelut, aktiviteettipalvelut, majoituspalvelut ja liikennevälineet. Hotellit, kuten Scandic Hotels, usein ohjeistavat asiakkaitaan turvalliseen tavaroiden säilyttämiseen, kuten ettei arvotavaroita jätetä autoon. Hotelleissa on myös usein mahdollisuus tallelokeroon. (Scandic Hotels 2021.) Helsingin seudun liikenne (HSL 2021) varoittaa internetsivuillaan taskuvarkaista. Linnanmäki (2021b) myös ohjeistaa pitämään huolen tavaroistaan eikä ylimääräisiä tavaroita saa ottaa laitteiden kyytiin tai jättää valvomatta.

4.9.1 Taustatiedot

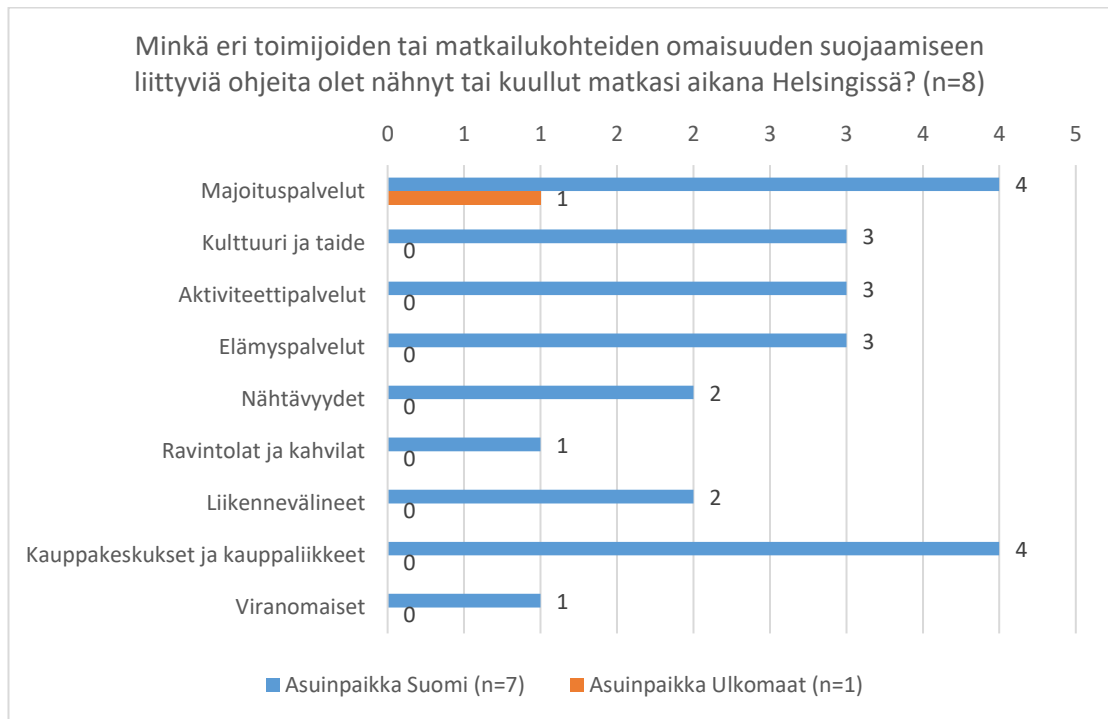
Kuten aiemmassa kuviossa 8 on kerrottu, kaikista kyselyyn vastanneista 8 vastaajaa eli noin 4 prosenttia on nähnyt tai kuullut omaisuuden suojaamiseen liittyviä ohjeita matkansa aikana Helsingissä. Suomessa heistä asui 7 vastaajaa ja ulkomailla yksi vastaaja. Naisia oli 6 vastaajaa ja miehiä 2 vastaajaa.

Alle 20-vuotiaita, 30-39-vuotiaita ja 40-49-vuotiaita vastaajia, jotka olivat nähneet omaisuuden suojaamiseen liittyviä ohjeita, oli 2 vastaajaa kaikissa ryhmissä. 50-59-vuotiaita ja 60-69-vuotiaita oli yksi vastaaja molemmissa ryhmissä. Kukaan 20-29-vuotias ei ollut nähnyt omaisuuden suojaamiseen liittyviä ohjeita. Kaikki ohjeita nähneet olivat loma tai vapaa-ajan matkalla. Puolet vastaajista oli päivämatkalla ja puolet yöpyivät vähintään yhden yön Helsingissä.

4.9.2 Toimijat ja matkailukohteet

Seuraava tarkentava kysymys koski sitä, minkä eri toimijoiden tai matkailukohteiden omaisuuden suojaamiseen liittyviä ohjeita vastaaja nähnyt matkansa aikana Helsingissä. Kaikki kahdeksan vastaajaa vastasivat tarkentavaan kysymykseen. Vastaajat pystyivät valitsemaan useita vastausvaihtoehtoja. Kuviossa 37 esitetään vastausten jakautuminen.

Vastaajamäärä oli hyvin pieni, mutta eniten vastauksia keräsi vaihtoehto majoituspalvelut, jonka oli valinnut yhteensä 5 vastaajaa. Puolet vastaajista oli havainnoinut ohjeita myös kauppakeskuksissa ja kauppaliikkeissä. Kolme vastaajaa oli nähnyt ohjeita kulttuuriin ja taiteeseen liittyvissä palveluissa tai tapahtumissa, aktiviteettipalveluissa ja elämispalveluissa. Nähtävyyksissä ja liikennevälineissä 2 vastaajaa oli nähnyt tai kuullut omaisuuteen suojaamiseen liittyviä ohjeita. Ravintoloissa ja kahviloissa ohjeita oli nähnyt vain yksi vastaaja, kuten myös viranomaisten kautta. Vastausmäärä oli pieni molemmissa vastaajaryhmissä, joten tarkastelua ryhmien vastausmäärien välillä ei voitu tehdä. Ulkomailla asuva vastaaja oli nähnyt ohjeita ainoastaan majoituspalveluissa. (Kuvio 37.)

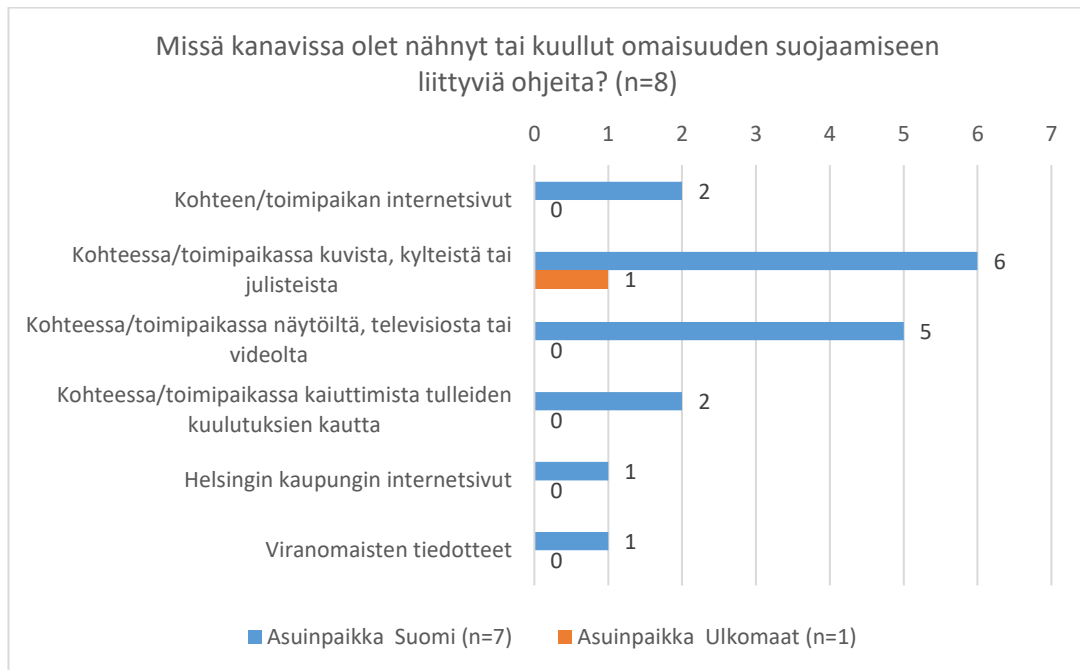


Kuvio 37: Eri toimijat tai matkailukohteet, joiden omaisuuden suojaamiseen liittyviä ohjeita vastaajat ovat nähneet tai kuulleet (n=8).

4.9.3 Kanavat

Seuraava kysymys koski sitä, missä kanavissa vastaaja on nähnyt tai kuullut omaisuuteen suojaamiseen liittyviä ohjeita. Kuviossa 38 esitetään vastausten jakautuminen. Kahdeksan vastaajaa vastasi tähän kysymykseen.

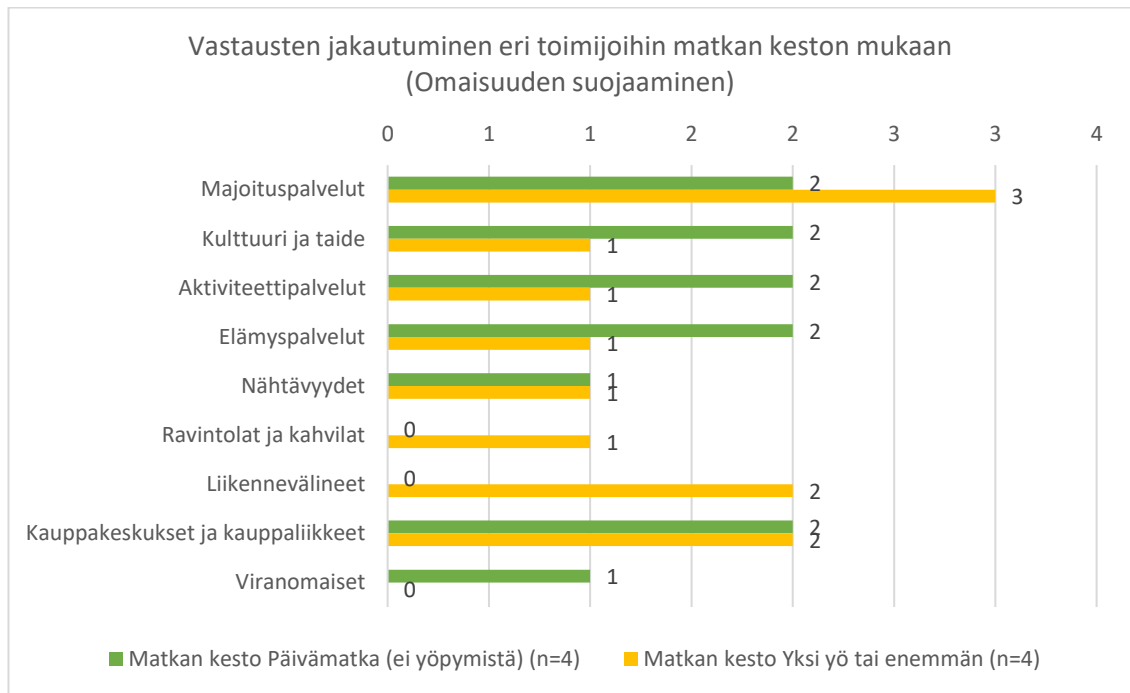
Eniten vastauksia sai vaihtoehto kohteessa tai toimipaikassa kuvista, kylteistä tai julisteista, jonka vastasi lähes kaikki eli 7 vastaajaa. 5 vastaajaa oli nähnyt ohjeita kohteessa tai toimipaikassa näytöiltä, televisiosta tai videoilta. Kohteen tai toimipaikan internetsivuilla ja kohteessa kaiuttimista tulleiden kuulutuksien kautta ohjeita oli nähnyt ja kuullut molemmissa vaihtoehtoissa 2 vastaajaa. Helsingin kaupungin internetsivuilla ja viranomaisten tiedotteiden kautta ohjeita oli nähnyt vain yksi vastaaja. Tarkentavaan kysymykseen vastasi yksi ulkomailla asuva henkilö, joka oli nähnyt omaisuuden suojaamiseen liittyviä ohjeita vain kohteessa tai toimipaikassa kuvista, kylteistä tai julisteista. Suomessa ja ulkomailla asuvien pienten vastaajamäärien takia tarkempaa tarkastelua ryhmien välillä ei tehty. (Kuvio 38.)



Kuvio 38: Eri kanavat, joissa vastaajat ovat nähneet tai kuulleet omaisuuden suojaamiseen liittyviä ohjeita (n=8).

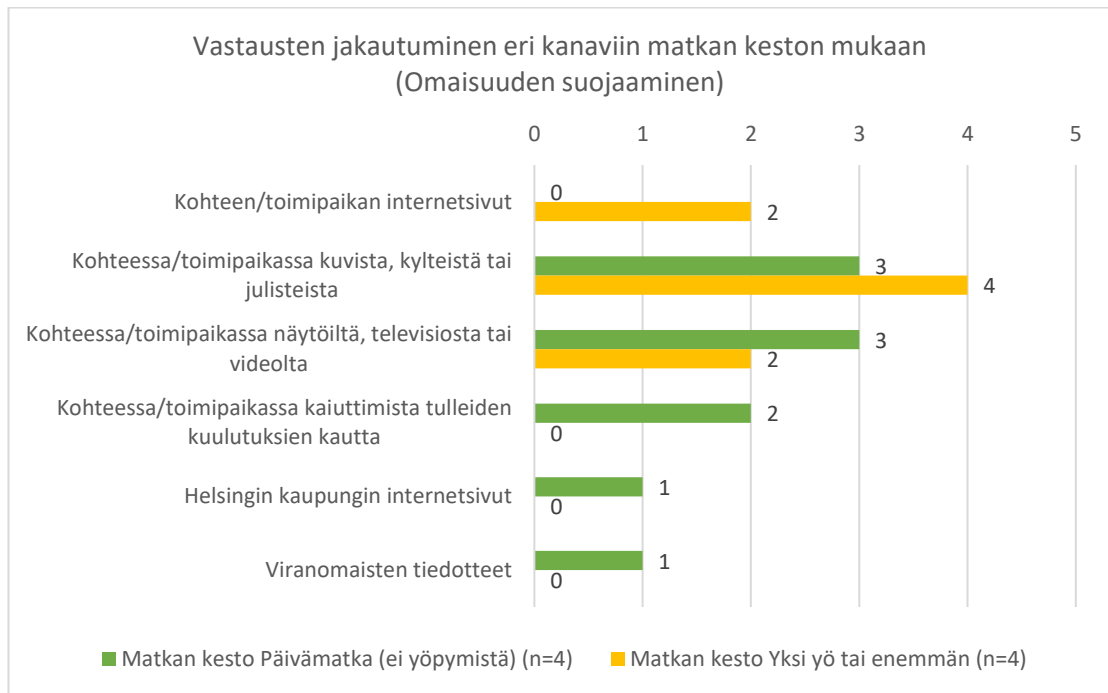
4.9.4 Päivämatkustajien ja yöpyvien matkustajien vertailu

Omaisuuden suojaamiseen liittyviä ohjeita oli nähnyt saman verran sekä päivämatkustajia että yöpyviä matkustajia. Yöpyvät matkustajat olivat nähneet päivämatkustajia enemmän ohjeita majoituspalveluissa (3 vastaajaa), liikennevälineissä (2 vastaajaa) ja ravintoloissa ja kahviloissa (yksi vastaaja). Päivämatkustajista kukaan ei ollut nähnyt ohjeita liikennevälineissä eikä ravintoloissa tai kahviloissa. Päivämatkustajat olivat nähneet yöpyviä enemmän ohjeita kulttuuriin ja taiteeseen liittyvissä kohteissa, aktiviteettipalveluissa ja elämyspalveluissa, joihin kaikkiin vastasi 2 vastaajaa. Viranomaisten kautta vain päivämatkustajat olivat saaneet ohjeita omaisuuden suojaamiseksi. Kauppakeskuksista ja kauppaliikkeistä ja nähtävyyksissä ohjeita olivat saaneet molemmat ryhmät yhtä paljon. (Kuvio 39.)



Kuvio 39: Vastausten jakautuminen eri toimijoihin matkan keston mukaan (Omaisuuuden suojaaminen).

Yöpyvät matkustajat olivat nähneet ohjeita enemmän internetsivujen kautta (2 vastaajaa) ja kohteessa tai toimipaikassa kuvista, kylteistä tai julisteista, jonka oli vastannut kaikki yöpyvät matkustajat. Päivämatkustajat olivat taas nähneet ohjeita yöpyviä enemmän kohteessa tai toimipaikassa näytöiltä, televisiosta tai videolta (3 vastaajaa). Kukaan päivämatkustaja ei ollut nähnyt ohjeita internetsivujen kautta, eikä kukaan yöpyvistä ollut nähnyt ohjeita kaiuttimista tulleiden kuulutuksien, Helsingin kaupungin internetsivujen tai viranomaisten tiedotteiden kautta. (Kuvio 40.)



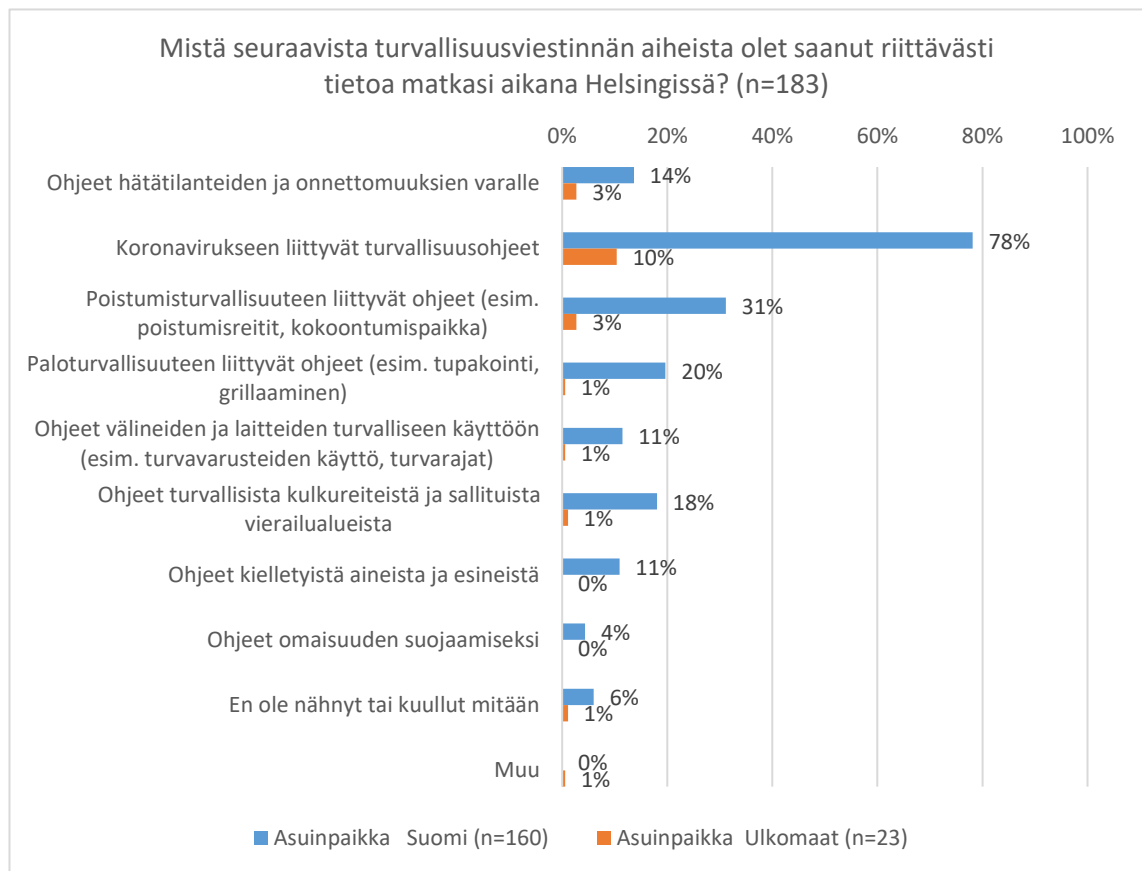
Kuvio 40: Vastausten jakautuminen eri kanaviin matkan keston mukaan (Omaisuuksien suojaaminen).

4.10 Turvallisuusviestinnän riittävyys

Kyselyssä kysyttiin myös mistä turvallisuusviestinnän aiheista vastaajat ovat saaneet tarpeeksi tietoa matkansa aikana ja myös sitä, mistä aiheista he haluaisivat lisää tietoa. Kysymyksissä oli monivalintavaihtoehtoja, joten vastaajat ovat voineet valita useamman vaihtoehdon. Vastaukset esitetään kuvioissa niin, että Suomessa ja ulkomailla asuvien vastausmäärät ovat laskettu vastaajien kokonaismäärästä. Seuraavassa kuviossa (Kuvio 41) käsitellään mistä aiheista vastaajat olivat saaneet tarpeeksi tietoa. Vastaajia oli yhteensä 183, joista 87 prosenttia asui Suomessa ja 13 prosenttia ulkomailla.

Eniten vastauksissa nousi esiin koronavirukseen liittyvät ohjeet. Suomessa asuvista kysymykseen vastanneista 143 eli 78 prosenttia ja ulkomailla asuvista 19 vastaajaa eli 10 prosenttia oli saaneet tarpeeksi informaatiota koronavirukseen ja sen ehkäisemiseen liittyviin toimenpiteisiin matkansa aikana. Seuraavaksi eniten vastauksia sai vaihtoehto poistumisturvallisuuteen liittyvät ohjeet. Suomessa asuvista 57 vastaajaa (31 %) ja ulkomailla asuvista 5 vastaajaa (3 %) valitsi tämän vaihtoehdon. Paloturvallisuuteen liittyviä ohjeita oli saanut riittävästi 36 Suomessa asuvaa vastaajaa (20 %), kun taas ulkomailla asuvista vain yksi vastaaja oli vastannut kyseisen vaihtoehdon. 18 prosenttia eli 33 Suomessa asuvaa vastaajaa oli saanut tarpeeksi ohjeita turvallisiin kulkureitteihin ja sallittuihin vierailualueisiin liittyen ja 2 ulkomailla asuvaa oli vastannut tämän vaihtoehdon. Ulkomailla asuvat vastaajat kokivat Suomessa asuvia vastaajia enemmän saaneensa riittävästi ohjeita hätätilanteiden ja onnettomuuksien varalle

ryhmien vastausmääriin suhteutettuna. 22 Suomessa asuvaa vastaajaa ja 5 ulkomailla asuvaa vastaajaa valitsi kyseisen vaihtoehdon. (Kuvio 41.)



Kuvio 41: Turvallisuusviestinnän aiheet, joista vastaajat ovat saaneet riittävästi tietoa (n=183).

Seuraavassa kuviossa 42 käsitellään sitä, millaista turvallisuusviestintää vastaajat haluaisivat saada matkansa aikana. Kysymykseen vastasi yhteensä 181 vastaajaa, joista 88 prosenttia asui Suomessa ja 12 prosenttia ulkomailla. Kuten edellisessä kysymyksessä, tässäkin oli vastaajalla mahdollisuus valita useampi vaihtoehto.

Hätä- ja onnettomuustilanteiden varalle haluttiin eniten lisää ohjeistusta. Suomessa asuvista 56 vastaajaa eli 31 prosenttia ja ulkomailla asuvista 12 vastaajaa eli 7 prosenttia valitsi tämän vaihtoehdon. Ulkomailla asuvien joukosta tämä oli eniten vastattu vaihtoehto. Poistumisturvallisuuteen liittyviä ohjeita halusi lisää 55 (30 %) Suomessa asuvaa ja 8 (4 %) ulkomailla asuvaa vastaajaa. Suomessa asuvista vastaajista 29 (16 %) ja ulkomailla asuvista 5 (3 %) halusi lisää paloturvallisuuteen liittyviä ohjeita. 2 prosenttia eli 4 ulkomailla asuvaa vastaajaa ja Suomessa asuvista 13 prosenttia eli 24 vastaajaa halusi lisää omaisuuden suojaamiseen liittyviä ohjeita, mikä on huomion arvoinen asia, koska vain 8 vastaajaa oli nähnyt omaisuuden suojaamiseen liittyviä ohjeita matkansa aikana Helsingissä. Tällaiselle viestinnälle on siis vastausten

mukaan tarvetta. Moni vastaaja oli tyytyväinen siihen, millaista turvallisuusviestintää he olivat matkansa aikana saaneet. 60 (33 %) Suomessa asuvaa vastaajaa ja 5 ulkomailla asuvaa vastaajaa (3 %) ei tarvitse lisää tietoa turvallisuusviestinnän aiheista. Kuitenkin tästä tuloksesta päätellen enemmistö vastaajista haluaisi saada lisää turvallisuusviestintää matkaillessaan. (Kuvio 42.)



Kuvio 42: Turvallisuusviestinnän aiheet, joista vastaajat haluaisivat lisää tietoa (n=181).

5 Johtopäätökset

Opinnäytetyössä tavoitteena oli selvittää Helsingin kaupungin matkailun turvallisuusviestinnän nykytila ja etsiä vastauksia tutkimukselle asetettuihin tutkimuskysymyksiin. Tutkimuskysymykset olivat minkä eri toimijoiden turvallisuusviestintä tavoittaa matkailijat, missä kanavissa matkailijat tavoitetaan, millainen turvallisuusviestintä tavoittaa matkailijat ja onko tavoittamisessa eroja kotimaisten ja ulkomaisten matkailijoiden välillä.

Kaikkiin muihin tutkimuskysymyksiin, paitsi viimeiseen koskien tavoittamisen eroja kotimaisten ja ulkomaisten matkailijoiden välillä, saatiin vastaukset. Vastaukset ovat kuitenkin vain suuntaa antavia, koska kyselyn perusjoukosta on saatu vain harkinnanvarainen ja sattumanvarainen näyte, joten tuloksia ei voida yleistää koskemaan koko perusjoukkoa. Kysymys tavoittamisen eroista kotimaisten ja ulkomaisten matkailijoiden välillä jäi vajaaksi ulkomailla

asuvien vastaajamäärän vähäisyyden takia eikä myöskään riittävää vertailua ryhmien välillä pystytty tekemään. Pieni vastausmäärä ulkomailla asuvien joukosta johtui todennäköisesti koronaviruspandemiasta ja matkustusrajoituksista. Myös tekniset ongelmat QR-koodin kanssa ulkomaalaisten matkailijoiden kohdalla pienensivät ulkomailla asuvien vastausmäärää. Kuitenkin joitakin erityisiä huomioita vastauksista nousi esiin ja ne on kerrottu tuloksissa ja johtopäätöksissä.

Opinnäytetyössä oli tavoitteena etsiä vastausta tutkimuskysymykseen millainen turvallisuusviestintä tavoittaa matkailijat. Selkeästi eniten matkan aikana oli havainnoitu koronavirukseen liittyviä ohjeita sekä Suomessa asuvien että ulkomailla asuvien joukosta (Kuvio 8). Vastausten suureen määrään vaikuttaa meneillään oleva koronapandemia. Kuvioista 13 ja 14 nähdään, että ohjeita oli nähty tai kuultu kaikilta kyselyssä selvitettyiltä toimijoilta ja myös kaikissa kanavissa, mikä kertoo siitä, että turvallisuusohjeista viestitään laajasti. Selkeä enemmistö vastaajista kertoi saaneensa riittävästi ohjeita koronavirukseen liittyen (Kuvio 41), kuitenkin myös pieni osa vastaajista halusi saada ohjeita lisää (Kuvio 42).

Kuvioista 8 nähdään, että Suomessa asuvat vastaajat olivat havainnoineet ohjeita eniten koronaohjeistuksen lisäksi poistumisturvallisuuteen, paloturvallisuuteen ja turvallisiin kulkureitteihin ja sallittuihin vierailualueisiin liittyen. Ulkomailla asuvien vastaajien joukosta eniten oli nähty tai kuultu ohjeita poistumisturvallisuuteen, turvallisiin kulkureitteihin ja sallittuihin vierailualueisiin ja hätä- ja onnettomuustilanteisiin liittyen. Huomion arvioinen asia kyselyn tuloksissa oli, että ulkomailla asuvat vastaajat eivät juurikaan olleet nähneet paloturvallisuuteen liittyviä ohjeita, kun Suomessa asuvista se oli kolmanneksi eniten vastattu vaihtoehto.

Tutkimuskysymyksenä oli myös minkä eri toimijoiden turvallisuusviestintä tavoittaa matkailijat. Toimijat tai matkailukohteet, joiden turvallisuusviestintä ja -ohjeistus tavoittaa matkailijat parhaiten, olivat majoituspalvelut, kauppakeskukset ja kauppaliikkeet sekä liikennevälineet. Myös elämyspalveluissa nähtiin paljon turvallisuusohjeita. Majoituspalvelut oli kuitenkin eniten vastattu vaihtoehto turvallisuusviestinnän aiheissa ja matkailijat usein yöpyvätkin matkakohteessa. Esimerkiksi kuvioista 17, 21 ja 37 nähdään, että poistumisturvallisuuteen, paloturvallisuuteen ja omaisuuden suojaamiseen liittyviä ohjeita oli nähty eniten majoituspalveluissa. Hotelleissa ja muissa majoituspaikoissa on yleensä heti huoneen ovesa ohjeistus hätätilanteita varten, johon on merkitty ainakin poistumisreitit ja kokoontumispaikka ja useimmissa paikoissa on esimerkiksi tallelokerot, jonne matkailija saa laitettua säilöön omat arvotavaransa. Majoituspalvelut myös tarjoavat matkalaukkujen säilytyspalveluja.

Kauppakeskukset ja kauppaliikkeet sijaitsevat usein hyvin keskeisellä paikalla, esimerkiksi juna-asemien yhteydessä tai kaupungin keskustassa. Osa matkailijoista tulee myös ostosmatkalle Helsinkiin. Matkailijat viettävät siis aikaa paljon kauppakeskuksissa, minkä takia he ovat havainnoineet siellä toiseksi eniten ohjeita. Kauppakeskuksissa ja kauppaliikkeissä

havainnoitiin paljon koronavirukseen, paloturvallisuuteen ja turvallisiin kulkureitteihin ja sallittuihin vierailualueisiin liittyviä ohjeita, mikä nähdään kuvioista 13, 21 ja 29. Matkailijat käyttävät matkansa aikana todennäköisesti paljon julkista liikennettä liikkuessaan Helsingissä, jonka takia he ovat nähneet kolmanneksi eniten turvallisuusviestinnän aiheita liikennevälineissä. Liikennevälineissä oli nähty tai kuultu eniten hätä- ja onnettomuustilanneohjeita (Kuvio 9). Esimerkiksi junissa on turvaohjeita seinillä olevissa kylteissä, joissa ohjeistetaan junasta poistuminen vain henkilökunnan luvalla hätätilanteessa ja hätänumeroon soittaminen. Elämyspalveluissa oli nähty eniten välineiden ja laitteiden turvalliseen käyttöön (Kuvio 25) ja kiellettyihin aineisiin ja esineisiin liittyviä ohjeita (Kuvio 33). Elämyspalveluihin kuului esimerkiksi Linnanmäki, jossa ohjeistetaan huvipuistolaitteiden turvallinen käyttö ja myös se, että mitä alueelle saa tuoda ja mitä ei. Monet matkailijat tulevat tiettyä kohdetta, esimerkiksi Linnanmäen tai Korkeasaaren vierailua varten Helsinkiin. Kyseisissä kohteissa vierailee vuosittain paljon matkailijoita, joten niissä myös havainnoidaan paljon ohjeita.

Suomessa asuvat vastaajat olivat nähneet tai kuulleet ohjeita eniten majoituspalveluissa, kauppakeskuksissa tai kauppaliikkeissä, liikennevälineissä ja elämyspalveluissa eniten vastattujen vaihtoehtojen mukaisesti. Vaikka riittävää vertailua ulkomailla ja Suomessa asuvien välillä ei voitu tehdä, voidaan kuitenkin tarkastella sitä, mitkä ovat ulkomailla asuvien eniten vastatut vaihtoehdot. Majoituspalveluissa ulkomailla asuvat ovat nähneet tai kuulleet eniten esimerkiksi hätä- tai onnettomuustilanteisiin, poistumisturvallisuuteen ja omaisuuden suojaamiseen liittyviä ohjeita. Vastauksissa nousi esiin myös satama tai lentokenttä -vaihtoehto enemmän kuin Suomessa asuvien vastauksissa. Se oli ulkomailla asuvien joukosta toiseksi eniten vastattu vaihtoehto heti majoituspalveluiden jälkeen. Ulkomailla asuvat vastaajat olivat nähneet Suomessa asuvia vastaajia enemmän vastaajaryhmittäin verrattuna esimerkiksi koroonaan, turvallisiin kulkureitteihin ja sallittuihin vierailualueisiin, kiellettyihin aineisiin ja esineisiin liittyviä ohjeita satamassa tai lentokentällä, joka kertoo siitä, että he ovat käyttäneet enemmän esimerkiksi laivoja tai lentokoneita matkustamiseen ja liikkumiseen kuin Suomessa asuvat.

Tutkimuskysymyksenä oli myös missä kanavissa matkailijat tavoitetaan. Jokaisessa turvallisuusviestinnän aiheessa ohjeita oli eniten nähty kohteessa tai toimipaikassa kuvin, kyltein tai julistein, joka on varmasti yksi yleisimmistä vaihtoehtoista ohjeistuksien toteuttamiseen. Se on myös helppo ja nopea tapa, eikä vaadi kovin suuria rahallisia panoksia. Tämä osoittautui siis parhaimmaksi tavaksi tavoittaa matkailija matkansa aikana. Seuraavaksi eniten ohjeita oli nähty kohteen tai toimipaikan internetsivuilla. Matkailijat useimmiten etsivät tietoa matkakohteestaan ja sen palveluista ennen matkaa internetsivujen kautta, joten on tärkeää myös, että turvallisuusohjeita on nähtävillä organisaatioiden internetsivuilla. Työ- ja elinkeinoministeriön (2019, 40-41) raportin mukaan matkustajat valitsevat matkakohteensa nykypäivänä yhä useammin turvallisuuden perusteella, joten se, että organisaatio viestii turvallisuusasioista internetsivuillaan, josta matkailija voi sen huomata ennen matkakohteen valintaa, on tärkeää

kilpailuetu. Kohteessa tai toimipaikassa näyttöjen, televisioiden tai videoiden ja kaiuttimista tulleiden kuulutuksien kautta olivat myös paljon vastattuja vaihtoehtoja, jota kautta matkustajat tavoitetaan hyvin, mutta nämä saattavat vaatia kuvia, kylttejä ja julisteita enemmän panostusta turvallisuusviestinnän toteuttamiseen. Matkailijat huomioivat siis monipuolisesti eri kanavien kautta turvallisuusohjeita kohteissa paikan päällä sekä internetissä.

Suomessa asuvien ja ulkomailla asuvien välillä oli jonkin verran eroja eri kanavien suhteen. Suomessa asuvien joukosta parhaimmat kanavat matkustajien tavoittamiseen olivat kohteessa tai toimipaikassa kuvat, kyltit tai julisteet, kuten myös ulkomailla asuvien joukosta. Seuraavaksi eniten Suomessa asuvat olivat nähneet ohjeita kohteen tai toimipaikan internetsivujen kautta, kun taas ulkomailla asuvat olivat kuulleet ohjeita kaiuttimista tulleiden kuulutuksien kautta. Ulkomailla asuvat matkailijat tavoitetaan myös hyvin internetsivujen kautta ja kohteessa tai toimipaikassa kasvatusten. Suomessa asuvien joukosta kaksi seuraavaksi eniten vastattua vaihtoehtoa olivat kohteessa tai toimipaikassa näyttöjen, televisioiden tai videoiden kautta sekä kaiuttimista tulleiden kuulutuksien kautta. Ulkomailla asuvat olivat siis havainnoineet ohjeita enemmän kuulutuksien kautta ja myös kasvatusten kuin Suomessa asuvat vastaajaryhmien vastausmääriin verrattuna. Tämä voi johtua siitä, että ulkomailla asuvat henkilöt kiinnittävät paremmin huomiota englanninkielisiin turvallisuusohjeisiin, kun he kuulevat ne jotakin kautta, kun taas Suomessa asuvat matkailijat saattavat helpommin sivuuttaa erilaiset kuulutukset. Sammalkankaan ym. (2021, 25-26) mukaan yrityksen tulisi hyödyntää monia eri kanavia viestinnässään ja myös miettiä millä kielillä viestitään. Monikanavainen viestintä tehostaa turvallisuusohjeiden ja turvallisuusviestien saavuttamista.

Vastauksia vertailtiin myös päivämatkustajien ja yöpyvien matkustajien kesken, vaikka tätä ei huomattu asettaa tutkimuskysymykseksi tutkimuksen alussa. Kuitenkin turvallisuusviestinnän nykytilaan liittyen saatiin kattavaa tietoa näitä ryhmiä vertailemalla. Päivämatkustajat olivat nähneet ohjeita eniten kauppakeskuksissa ja kauppaliikkeissä, elämyspalveluissa ja liikennevälineissä. Kauppakeskuksissa ja kauppaliikkeissä oli havainnoitu paloturvallisuuteen, turvallisiin kulkureitteihin ja sallittuihin vierailualueisiin, kiellettyihin aineisiin ja esineisiin sekä omaisuuden suojaamiseen liittyviä ohjeita. Elämyspalveluissa taas oli nähty tai kuultu eniten välineiden ja laitteiden turvalliseen käyttöön, kiellettyihin aineisiin ja esineisiin ja omaisuuden suojaamiseen liittyviä ohjeita. Omaisuuden suojaamiseen, poistumisturvallisuuteen, koronavirukseen ja hätä- ja onnettomuustilanteisiin liittyviä turvallisuusohjeita oli havainnoitu eniten päivämatkustajien ryhmästä liikennevälineissä.

Yöpyvät matkustajat taas näkivät tai kuulivat ohjeita eniten majoituspalveluissa, ravintoloissa ja kahviloissa ja liikennevälineissä. Majoituspalveluissa havainnoitiin eniten hätä- ja onnettomuustilanteisiin, poistumisturvallisuuteen, paloturvallisuuteen ja omaisuuden suojaamiseen liittyviä ohjeita. Ravintoloissa ja kahviloissa oli nähty eniten turvallisiin kulkureitteihin ja sallittuihin vierailualueisiin liittyviä ohjeita. Koronavirukseen ja kiellettyihin aineisiin ja

esineisiin liittyviä turvallisuusohjeita oli nähty eniten liikennevälineissä. Luonnollista oli, että yöpyvät matkustajat näkivät ohjeita enemmän majoituspalveluiden kautta kuin päivämattakustajat, koska he todennäköisesti majoittuivat esimerkiksi hotellissa, hostellissa tai leirintäalueilla matkansa aikana. Päivämattakustajat taas tulevat useimmin vierailemaan tiettyä aktiiviteettia, kuten ostosmatkailua tai huvipuistoreissua varten, minkä takia he ovat nähneet enemmän ohjeita esimerkiksi kauppakeskuksissa ja kauppaliikkeissä ja elämispalveluissa.

Melkein kaikki kyselyyn vastanneet olivat siis nähneet koronavirukseen liittyviä ohjeita. Muut vaihtoehdot olivat saaneet huomattavasti vähemmän vastauksia, joka on merkittävä tulos kyselyssä (Kuvio 8). Esimerkiksi vain 22 prosenttia vastaajista oli nähnyt hätä- ja onnettomuustilanteisiin liittyviä ohjeita matkansa aikana. Se myös tarkoittaa sitä, että suurempi osa kyselyyn vastanneista ei ollut havainnut näitä ohjeita. Sama pätee muidenkin kyselyssä selvitettyjen turvallisuusviestinnän aiheiden kohdalla. Tämä voi johtua esimerkiksi siitä, ettei matkailijat ole ymmärtäneet asian olevan turvallisuusviestintää tai asiaan ei ole kiinnitetty tarkempaa huomiota, vaikka ohjeita olisi nähtykin. Koronavirukseen liittyvät ohjeet ovat saattaneet myös syrjäyttää muuta turvallisuusviestintää tai ohjeita on niin runsaasti esillä joka puolella, että matkailijoiden huomio kiinnittyy enemmän niihin.

Kyselyyn vastanneet matkailijat halusivat eniten lisää hätä- ja onnettomuustilanteisiin ja poistumisturvallisuuteen liittyviä turvallisuusohjeita. Myös paloturvallisuuteen ja turvallisiin kulkureitteihin ja sallittuihin vierailualueisiin haluttiin lisää viestintää. (Kuvio 42). Nämä kaikki turvallisuusviestinnän aiheet ovat sellaisia, jotka vaikuttavat myös vahvasti matkustajan turvallisuuden tunteeseen. Turvallisuus ja turvallisuuden tunne vaikuttaa myös matkakohteen valintaan. Viestinnällä ja toimintaohjeilla voidaan parantaa turvallisuutta ja matkakokemusta. Matkailijat haluavat osata toimia oikein erilaisissa tilanteissa ja ehkäistä onnettomuuksia, minkä takia viestintää näistä aiheista olisi tärkeää lisätä. Kaikki aiheet, joista matkailijat eniten halusivat lisää tietoa, ovat myös yleisimpiä vaaratilanteita matkailualalla. Niitä ovat esimerkiksi rikokset, tulipalot ja henkilön katoaminen eli eksyminen reitiltä. (Iivari 2012, 151.) Vähiten turvallisuusviestintään liittyviä ohjeita nähtiin omaisuuden suojaamiseen liittyen (Kuvio 8). Moni myös vastasi, että haluaisi kyseisestä aiheesta lisää viestintää (Kuvio 42). Tarlowin (2014, 6) mukaan matkailijat saattavat joutua herkemmin rikosten uhreiksi, koska he eivät tunne kohdetta yhtä hyvin kuin paikalliset asukkaat ja he saattavat olettaa, että matkakohteessa on turvallista. Viestinnän lisääminen omaisuuden suojaamisesta on tärkeää, koska viestinnällä pystytään ehkäisemään rikosten, esimerkiksi taskuvarkauksien mahdollisuutta, kun ihmiset ovat tarkkaavaisia ja huolehtivat omista tavaroistaan. Rikoksen uhriksi joutuminen vaikuttaa myös matkailijan turvallisuuden tunteeseen ja mielikuvaan matkailukohteesta, joka voi aiheuttaa mainehaittaa yritykselle. Väyrösen (2015, 67-68) mukaan mielikuva yrityksestä paranee, kun se viestii ajankohtaisista turvallisuusaiheista, turvallisuusohjeista ja turvallisuutta lisäävistä toimenpiteistä.

Toimijoita ja matkailukohteita tarkastellen vähiten ohjeita oli saatu Helsingin kaupungilta ja viranomaisilta. Kanavissa vähiten vastatut vaihtoehdot olivat viranomaisten tiedotteet ja Helsingin kaupungin internetsivut. Viranomaisilla ei ole suoraan matkailijoille kohdistettua viestintää ennen kyselyn toteuttamista kerättyjen taustatietojen perusteella. He kuitenkin viestivät ajankohtaisista aiheista, esimerkiksi kesällä turvallisesti vesillä liikkumisesta ja metsäpalovaroituksista. Helsingin kaupungin internetsivuilla on paljon turvallisuustietoa, mutta matkailija ei välttämättä löydä sitä helposti vieraillessaan sivuilla. Kehitysideana voisi olla turvallisuustiedon kohdistaminen matkailijoille molempien toimijoiden osalta, varsinkin sesonkiaikoina. Tiedotusta voitaisiin myös lisätä Helsingin kaupungin internetsivuilla olevista ohjeista esimerkiksi Helsingin kaupungin sosiaalisessa mediassa tai yhteistyötoimijoiden ja matkailuyritysten kautta, jotta tietoa ja ohjeet olisivat helposti matkailijan löydettävissä.

6 Pohdinta

Opinnäytetyön ja mittauksen luotettavuutta arvioidaan validiteetin ja reliabiliteetin avulla. Validiteetti eli pätevyys tarkoittaa sitä, että tutkimus mittaa juuri sitä mitä pitikin eli tutkimuksen avulla pystytään vastaamaan tutkimuskysymyksiin. Reliabiliteetin eli toistettavuuden arvioinnissa keskitytään mittaustuloksiin ja -menetelmiin ja mitä vähemmän työhön sisältyy mittavirheitä, sitä parempi on työn reliabiliteetti. Tiedonkeruun luotettavuuden arviointi on myös osa opinnäytetyön kokonaisluotettavuuden arviointia. (Vehkalahti 2014, 41-42.)

Validiteettia voidaan arvioida pohtimalla kysymyksen asettelun onnistumista. Kysymyksen asettelu onnistui hyvin, koska suurimpaan osaan tutkimuskysymyksistä saatiin vastaukset. Kuitenkin jotain huomioita kysymyksen asetteluun liittyen tehtiin. Esimerkiksi turvallisuusohjeiden vaihtoehto omaisuuden suojaaminen sai hyvin vähän vastauksia. Joko vastaajat eivät ole oikeasti nähneet omaisuuden suojaamiseen liittyviä ohjeita, he eivät ole osanneet yhdistää omia havaintojaan turvallisuusviestinnäksi tai vaihtoehdon muotoilu olisi voinut olla selkeämpi. Osaan turvallisuusviestinnän aiheista tarkennettiin sitä, että millaista tilannetta aihe koski, mutta tässä vaihtoehdossa ei tarkennusta ollut. Sen lisääminen olisi voinut auttaa ihmisiä muistamaan missä he ovat omaisuuden suojaamisen liittyviä ohjeita nähneet.

Reliabiliteetin arvioinnissa kiinnitetään huomiota siihen, että jos kysely toistetaan, tulokset olisivat samat riippumatta siitä, kuka kyselyn toteuttaa (Vilka 2007, 149). Tämän opinnäytetyön kysely on toistettavissa täysin samalla tavalla kenen tahansa muun toimesta. Tuloksetkin ovat todennäköisesti samansuuntaisia, koska kysymyksissä on valmiit vastausvaihtoehdot eikä suurta vaihtelua vastausten suhteen synny. Kuitenkin näyte tai otos ja matkailijoiden käyttäytyminen vaikuttavat saataviin tuloksiin. Myös jotkut matkailijat ovat aktiivisempia

vierailemaan eri kohteissa ja palveluissa, joten he ovat voineet havainnoida turvallisuusviestintään liittyviä ohjeita enemmän kuin toiset. Julkisissa liikennevälineissä viestitään myös turvallisuudesta, joten omalla autolla kulkevat matkailijat eivät näe ohjeita näiden toimijoiden kautta.

Perusjoukosta eli Helsingissä matkailleista henkilöistä saatiin melko edustava näyte, vaikka vastaajamäärä jäi tavoiteltua pienemmäksi. Ikäryhmät ovat jakautuneet tasaisesti 20-59-vuotiaisiin. Alle 20-vuotiaita ja yli 60-vuotiaita sen sijaan oli muita ryhmiä vähemmän. Naisten ja miesten vastausmäärissä oli jonkin verran eroa, mutta molempien ryhmien vastauksia saatiin tarpeeksi. Myös yöpyviä matkustajia oli enemmän kuin päivämatkustajia, mutta molemmissa ryhmissä oli riittävästi vastauksia. Näyte olisi voinut olla vielä edustavampi, jos olisi ollut mahdollista saada tietoa kaikista Helsingissä vierailleista matkailijoista ja heistä olisi voitu poimia sopiva otos vastaamaan kyselyyn. Tämä ei kuitenkaan ollut mahdollista, koska kaikkia matkailijoita ei rekisteröidä eikä tietoa ole saatavilla kootusti. Kuten aiemmin opinnäytetyössä on jo kerrottu, näytettä ei voida yleistää koskemaan koko perusjoukkoa, mutta tulokset ovat kuitenkin tärkeitä, koska niistä saadaan uutta tietoa turvallisuusviestinnästä ja vastaukset ovat oikeiden henkilöiden kokemuksia, joita voidaan hyödyntää kehittämistyössä.

Tiedonkeruussa käytettiin internetiä jakamalla kyselyä Facebookissa eri ryhmissä. Internetissä levitettävän kyselyn haasteena on se, miten saada tarpeeksi vastaajia vastaamaan kyselyyn. Ulkomaalaisia vastaajia ei internetin kautta saatu ollenkaan. Kyselyä jaettiin Facebookissa kahdessa eri englanninkielisessä matkailuaiheisessa ryhmässä. Tähän voi vaikuttaa se, ettei ulkomailla asuvat olleet päässeet koronapandemian takia matkustamaan Helsinkiin tai sitten ulkomaalaiset eivät ole aktiivisia Facebookin käyttäjiä. Heidät olisi voinut tavoittaa jossain muussa sosiaalisen median kanavassa paremmin. Kyselyyn vastauksia kerätessä havaittiin myös ongelma ulkomaalaisten puhelinten ja QR-koodien kanssa. Jotkin puhelimet eivät antaneet avata kyselyn linkkiä QR-koodin kautta, joka myös pienensi ulkomailla asuvien vastausmäärää. Heillä oli kuitenkin mahdollisuus vastata kyselyyn tablettitietokoneella sekä kirjallisesti. Seuraavaksi kysymysten keräyspäiväksi tulostettiin myös papereita, jossa oli linkki ja QR-koodit kyselyyn, joita jaettiin niille vastaajille, jotka eivät QR-koodia voineet käyttää tai halunneet vastata muita tapoja käyttäen.

Vastauksia kerättiin myös Helsingin kaupungin matkailuneuvonnan Biennaalin pisteellä. Biennaalin piste oli neutraali vastausten keräämispaiikka eikä vaikuttanut siihen, miten ihmiset vastasivat kyselyn vaihtoehtoihin. Jos vastauksia olisi kerätty esimerkiksi Linnanmäellä, olisi välineiden ja laitteiden turvalliseen käyttöön kohdistuvat ohjeet voineet korostua enemmän vastauksissa. Tiedonkeruun luotettavuuden voidaan todeta olevan hyvä, koska tutkimuksen näyte on melko edustava osa perusjoukkoa eli Helsingissä matkailleita henkilöitä. Vastausmäärä olisi voinut olla suurempi, joka olisi lisännyt luotettavuutta, mutta tämän todettiin riittävän tutkimuksen tavoitteeseen.

Tutkimuksen tulosten analysoinnin edetessä huomattiin, että päivämatkustajia ja yöpyviä matkustajia vertailemalla saadaan myös arvokasta tietoa turvallisuusviestinnän tavoitettavuuden nykytilasta. Tätä ei huomattu työn alkaessa asettaa tutkimuskysymykseksi. Vaikka näiden matkustajien ero ei kuulu tutkimuskysymyksiin, vastaukset ja johtopäätökset on kuitenkin kerrottu työssä, koska tiedot liittyvät turvallisuusviestinnän tavoitettavuuden nykytilan selvittämiseen ja tietoa voidaan käyttää turvallisuusviestinnän kehittämisessä.

Opinnäytetyön kokonaisluotettavuuden todetaan olevan riittävä. Suurimpaan osaan tutkimuskysymyksistä saatiin vastaukset. Luotettavuutta voitaisiin kuitenkin parantaa sillä, että matkailijoista saisi otoksen, josta valita ne, kenelle kysely lähetettäisiin. Tällöin voitaisiin myös arvioida tulosten tilastollista merkitsevyyttä esimerkiksi khiin neliö -testin (χ^2) avulla, jota nyt ei voitu tehdä, koska kyseessä oli näyte. Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää yleisesti eri toimijoiden ja matkailukohteiden turvallisuusviestinnän tavoitettavuuden nykytila, koska se ei ollut tiedossa. Koko Helsingin matkailualan turvallisuusviestinnän nykytilaa ei pystytty selvittämään, mutta tuloksista saa hyvän kuvan siitä, missä ja minkä toimijoiden osalta matkailijat tavoitetaan parhaiten ja tulokset myös kertovat matkailijoiden oikeita havaintoja ja mielipiteitä. Jatkotutkimusaiheeksi sopisi esimerkiksi tarkempi perehtyminen tiettyjen kohteiden tai toimijoiden turvallisuusviestintään, jotta saataisiin laajempi tietämys aiheesta eri toimijoiden osalta.

Lähteet

Painetut

Edelheim, J. & Ilola, H. 2017. Matkailututkimuksen avainkäsitteet. Rovaniemi: Lapland University Press.

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2013. Tutki ja kirjoita. 18. painos. Helsinki: Tammi.

Juholin, E. 2013. Communicare! Kasva viestinnän ammattilaiseksi. Helsinki: Management Institute of Finland.

Juholin, E. 2017. Communicare! Viestinnän tekijän käsikirja. 7. painos. Helsinki: Infor.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2015. Kehittämistyön menetelmät - Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 3.-4. painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Tarlow, P.E. 2014. Tourism Security - Strategies for Effectively Managing Travel Risk and Safety. USA: Elsevier.

Vehkalahti, K. 2014. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsinki: Finn Lectura.

Waitinen, M. 2017. Pelastustoimen turvallisuusviestinnän käsikirja. Helsinki: Suomen Palopäällystöliitto.

Sähköiset

Business Finland. 2020. Vinkkejä terveysturvallisuudesta viestimiseen uuden normaalin aikana. Viitattu 15.9.2021. <https://www.businessfinland.fi/ajankohtaista/uutiset/2020-visit-finland/vinkkeja-terveysturvallisuudesta-viestimiseen-uuden-normaalin-aikana>

Business Finland. 2021. Terveysturvallinen matkailu. Viitattu 20.10.2021. <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/tuotekehitys-ja-tee-mat/terveysturvallinen-matkailu>

Elinkeinoelämän keskusliitto. 2021. Yritysturvallisuus. Viitattu 13.5.2021. <https://ek.fi/hyoty-tietoa-yrityksille/yritysturvallisuus/>

E-lomake. 2021. Viitattu 30.8.2021. <https://e-lomake.fi/fi/>

Fuchs, G. & Pizam, A. 2011. The Importance of Safety and Security for Tourism Destinations. Teoksessa Wang, Y. Pizam, A. & Breiter, D. (toim.) Destination Marketing and Management: Theories and Applications. E-kirja. CAB International, 300-313.

Hellon. 2020. Feel Safe. Turvallisen matkailu- ja tapahtumakokemuksen tekijät ja toimenpidesuosituksat. Viitattu 10.5.2021. <https://www.hel.fi/static/kanslia/elo/helsingin-kaupunki-feel-safe-matkailu-tapahtumat.pdf>

Helsingin kaupunki. 2020. Miten varmistat asiakkaiden turvallisuuskokemuksen matkailualalla. Turvallisen kokemuksen ajurit ja toimenpidesuosituksat. Viitattu 14.5.2021. <https://www.hel.fi/static/kanslia/elo/matkailu-feel-safe-korj.pdf>

Helsingin kaupunki. 2021. Matkailun turvallisuuden alueellinen johtaminen -hanke. Viitattu 10.5.2021. <https://www.hel.fi/yrittystenhelsinki/fi/matkailuelinkeino/turvallisuus/Matkailun+turvallisuuden+alueellinen+johtaminen/>

HSL. 2021. Turvallisuus. Viitattu 20.10.2021. <https://www.hsl.fi/matkustaminen/turvallisuus>

livari, P. 2012. Matkailun turvallisuus. Globaalit muutokset - paikalliset vaikutukset. Rovaniemen ammattikorkeakoulu. Viitattu 10.5.2021. <https://matkailu.luc.fi/loader.aspx?id=6a01c43a-d21a-4ea9-a871-b63267d0f26b>

Jyväskylän yliopisto. 2015. Tutkimusstrategiat - Survey. Viitattu 10.5.2021. <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/survey>

Jyväskylän yliopisto. 2005. Viestintä. Viestintätieteiden laitos. Viitattu 11.9.2021. <https://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/ryhmaviestit/vuorovaikutus/viestinta.html>

Kielitoimiston sanakirja. 2020. Viestintä. Kotimaisten kielten keskus. Viitattu 10.5.2021. <https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/#/viestint%C3%A4>

Kokonaisturvallisuuden sanasto. 2017. Turvallisuuskomitea. Helsinki: Sanastokeskus TSK ry. Viitattu 10.5.2021. https://turvallisuuskomitea.fi/wp-content/uploads/2018/02/Kokonaisturvallisuuden_sanasto.pdf

Kokoontumislaki 530/1999. Viitattu 20.10.2021. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990530#L3P16>

Korkeasaari. 2021. Eläintarhaetiketti. Viitattu 20.10.2021. <https://www.korkeasaari.fi/elaintarhaetiketti/#90def69a>

Korkee. 2021. Turvaohje. Viitattu 20.10.2021. <https://korkee.fi/turvaohje/>

Kortetjärvi-Nurmi, S. & Murtola, K. 2016. Areena. Yritysviestinnän käsikirja. 1.-2. painos. E-kirja. Helsinki: Edita

Kuluttajaturvallisuuslaki 920/2011. Viitattu 17.5.2021. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2011/20110920>

Kvantitatiivisen tutkimuksen verkkokäsikirja. 2021a. Ristiintaulukointi. Viitattu 23.11.2021. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvanti/ristiintaulukointi/ristiintaulukointi/>

Kvantitatiivisen tutkimuksen verkkokäsikirja. 2021b. Otantamenetelmät. Tietoarkisto. Viitattu 20.5.2021. <https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/otos/otantamenetelmat.html>

Linnanmäki. 2021a. Huvisäännöt. Viitattu 20.10.2021. <https://www.linnanmaki.fi/fi/tietoa-puistosta/huvisaannot/>

Linnanmäki. 2021b. Turvallisuus puistossa. Viitattu 20.10.2021. <https://www.linnanmaki.fi/fi/tietoa-puistosta/turvallisuus-puistossa/>

Marski, L. 2021. Matkailun suuntana kestävä ja turvallinen tulevaisuus. TEM toimialaraportit 2021:1. Työ- ja elinkeinoministeriö. Helsinki. Viitattu 8.9.2021. https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/162841/TEM_2021_01_t.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Otantamenetelmä. 2019. Akin menetelmäblogi. Viitattu 20.5.2021. <https://tilastoapu.wordpress.com/tag/harkinnanvarainen-nayte/>

Pelastuslaki 379/2011. Viitattu 14.5.2021. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2011/20110379#L4P27>

Pelastustoimi. 2021. Poistumisturvallisuus. Viitattu 20.10.2021. <https://pelastustoimi.fi/kotija-arki/ennaltaehkaisy/poistumisturvallisuus>

Ranta, T. & Martikainen, S. 2020. Kohti avointa, ennakoivaa ja positiivista turvallisuusviestintää päiväkodeissa ja kouluissa. Laurea-julkaisut. Laurea-ammattikorkeakoulu. Viitattu 14.5.2021. <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/345583/Laurea%20Julkaisut%20146.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Sammalkangas, J., Ristonmaa, M., Nisula, S. & Kestilä, S. 2021. Vetoapua - matkailun tulevaisuuteen, turvallisuuteen ja hyvinvointiin. Lapin ammattikorkeakoulun julkaisuja 2/2021. Rovaniemi: Lapin ammattikorkeakoulu. Viitattu 6.9.2021. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/495129/D_2_2021_Vetoapua.pdf?sequence=1

Sisäasianministeriö. 2013. Selkokielen turvallisuusviestintä sisäasiainhallinnossa. Suosituksia viestinnän kehittämiseksi. Sisäasiainministeriön julkaisuja 23/2013. Viitattu 11.10.2021.

<https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/79026/Selkokielenen%20turvallisuusviestint%C3%A4%20sis%C3%A4asiainhallinnossa.pdf>

Sokos Hotels. 2021. Turvallisuus on sydämenasia. Viitattu 20.10.2021. https://www.sokoshotels.fi/fi/ajankohtaista/uutinen/turvallisuus-on-sydamenasia/011588377_419607

Suomenlinna. 2021. Ohjeet vastuulliseen vierailuun. Viitattu 20.10.2021. <https://www.suomenlinna.fi/kavijalle/ohjeet/vierailevastuullisesti/>

Telia. 2021. Tuore tilasto kertoo: Koronavuosi muutti rajusti suomalaisten liikkumista ja etätyön määrää. Viitattu 12.10.2021. <https://www.telia.fi/telia-yrityksena/medialle/epress?articleId=6a8c23af-4e8e-4758-b647-d5d6af48e4b1>

Tilastokeskus. 2021a. Käsitteet - Matkailija. Viitattu 10.5.2021. <https://www.stat.fi/meta/kas/matkailija.html>

Tilastokeskus. 2021b. Suomalaisten matkailu. Viitattu 12.10.2021. https://www.stat.fi/til/smat/2021/13/smat_2021_13_2021-06-22_fi.pdf

Tukes. 2021a. Kuluttajille tarjottavat palvelut. Viitattu 17.5.2021. <https://tukes.fi/tuotteet-ja-palvelut/kuluttajille-tarjottavat-palvelut#b44197f2>

Tukes. 2021b. Palveluntarjoajan velvollisuudet. Viitattu 17.5.2021. <https://tukes.fi/tuotteet-ja-palvelut/kuluttajille-tarjottavat-palvelut/palveluntarjoajan-velvollisuudet#b44197f2>

Tukes 2021c. Turvallisuusasiakirjan laatiminen ja hyödyntäminen. Viitattu 7.9.2021. <https://tukes.fi/tuotteet-ja-palvelut/kuluttajille-tarjottavat-palvelut/palveluntarjoajan-velvollisuudet/turvallisuusasiakirja>

Turvallisuuskomitea. 2021. Ennakointi ja varautuminen. Viitattu 6.9.2021. <https://turvallisuuskomitea.fi/yhteiskunnan-turvallisuusstrategia/ennakointi-ja-varautuminen/>

Turvasatanen. 2013. Näkökulmia turvallisuuden huomioimiseen ammattimaisessa Wildlife-matkailussa. Matkailun edistämiskeskus, Outdoors Finland 2013. Viitattu 6.9.2021. <https://www.businessfinland.fi/4accdb/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/of-turvasatanen.pdf>

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2019. Toimialaraportit - Matkailu. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2019:3. Viitattu 10.5.2021. https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161292/TEM_3_2019_Matkailun_toimialaraportti.pdf

Työturvallisuuslaki 738/2002. Viitattu 20.10.2021. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2002/20020738?search%5Btype%5D=pika&search%5Bpika%5D=ty%C3%B6turvallisuuslaki>

UNTWO. 2021. Glossary of Tourism Terms. Viitattu 8.9.2021. <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>

Vallisaari. 2021. Ohjeet, säännöt ja rajoitukset. Viitattu 20.10.2021. https://vallisaari.fi/fi_FI/info-2/ohjeet-saannot-ja-rajoitukset

Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa - Määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Tammi. Viitattu 12.5.2021. <http://hanna.vilka.fi/wp-content/uploads/2014/02/Tutki-ja-mittaa.pdf>

Visitory. 2021. Helsinki. Majoitustilastot ja matkailutilastot. Tammikuu 2021 - Elokuu 2021. Viitattu 11.9.2021. <https://visitory.io/fi/helsinki/2021-01/2021-08/>

Väyrynen, T. 2015. Sisäinen turvallisuusviestintä ammattiopistossa. Teoksessa Martikainen, S. (toim.) Arjen ennakoiva turvallisuusjohtaminen oppilaitoksissa. Laurea Julkaisut 53. Espoo: Laurea-ammattikorkeakoulu, 67-68. Viitattu 6.9.2021. <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/114785/Laurea%20julkaisut%2053.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Kuviot

Kuvio 1: Yritysturvallisuusmalli (Elinkeinoelämän keskusliitto 2021).	17
Kuvio 2: Vastausvaihtoehtokategoriat matkailukohteita ja toimijoita koskeviin kysymyksiin sekä esimerkit kategorioista.	24
Kuvio 3: Vastausvaihtoehtokategoriat kanavia koskeviin kysymyksiin.	25
Kuvio 4: Vastaajien asuinpaikka ja vastausmäärät.	30
Kuvio 5: Vastaajien määrä prosenteissa iän ja sukupuolen mukaan (n=189).	30
Kuvio 6: Vastaajien määrät prosenteissa asuinpaikan ja matkan tarkoituksen mukaan (n=189).	31
Kuvio 7: Vastaajien määrät prosentteina asuinpaikan ja matkan keston mukaan (n=189).	31
Kuvio 8: Turvallisuusohjeet, joita vastaajat ovat nähneet tai kuulleet matkansa aikana Helsingissä (n=189).	33
Kuvio 9: Eri toimijat tai matkailukohteet, joiden hätä- ja onnettomuustilanteisiin liittyviä turvallisuusohjeita vastaajat ovat nähneet tai kuulleet (n=39).	36
Kuvio 10: Eri kanavat, joissa vastaajat ovat nähneet tai kuulleet hätä- ja onnettomuustilanteisiin liittyviä turvallisuusohjeita (n=39).	37
Kuvio 11: Vastausten jakautuminen eri toimijoihin matkan keston mukaan (Hätä- ja onnettomuustilanteet).	38
Kuvio 12: Vastausten jakautuminen eri kanaviin matkan keston mukaan (Hätä- ja onnettomuustilanteet).	39
Kuvio 13: Eri toimijat tai matkailukohteet, joiden koronavirukseen liittyviä turvallisuusohjeita vastaajat ovat nähneet tai kuulleet (n=174).	41
Kuvio 14: Eri kanavat, joissa vastaajat ovat nähneet tai kuulleet koronavirukseen liittyviä turvallisuusohjeita (n=173).	43
Kuvio 15: Vastausten jakautuminen eri toimijoihin matkan keston mukaan (Koronavirus). ...	44
Kuvio 16: Vastausten jakautuminen eri kanaviin matkan keston mukaan (Koronavirus).	45
Kuvio 17: Eri toimijat tai matkailukohteet, joiden poistumisturvallisuuteen liittyviä ohjeita vastaajat ovat nähneet tai kuulleet matkansa aikana Helsingissä (n=82).	47
Kuvio 18: Eri kanavat, joissa vastaajat ovat nähneet tai kuulleet poistumisturvallisuuteen liittyviä ohjeita (n=82).	48
Kuvio 19: Vastausten jakautuminen eri toimijoihin matkan keston mukaan (Poistumisturvallisuus).	50
Kuvio 20: Vastausten jakautuminen eri kanaviin matkan keston mukaan (Poistumisturvallisuus).	51
Kuvio 21: Eri toimijat tai matkailukohteet, joiden paloturvallisuuteen liittyviä ohjeita vastaajat ovat nähneet tai kuulleet (n=41).	53
Kuvio 22: Eri kanavat, joissa vastaajat ovat nähneet tai kuulleet paloturvallisuuteen liittyviä ohjeita (n=39).	54

Kuvio 23: Vastausten jakautuminen eri toimijoihin matkan keston mukaan (Paloturvallisuus).	55
Kuvio 24: Vastausten jakautuminen eri kanaviin matkan keston mukaan (Paloturvallisuus). .	56
Kuvio 25: Eri toimijat tai matkailukohteet, joiden välineiden ja laitteiden turvalliseen käyttöön liittyviä ohjeita vastaajat ovat nähneet tai kuulleet (n=21).	58
Kuvio 26: Eri kanavat, joissa vastaajat ovat nähneet tai kuulleet välineiden ja laitteiden turvalliseen käyttöön liittyviä ohjeita (n=21).....	59
Kuvio 27: Vastausten jakautuminen eri toimijoihin matkan keston mukaan (Välineiden ja laitteiden turvallinen käyttö).	60
Kuvio 28: Vastausten jakautuminen eri kanaviin matkan keston mukaan (Välineiden ja laitteiden turvallinen käyttö).	61
Kuvio 29: Eri toimijat tai matkailukohteet, joiden turvallisiin kulkureitteihin ja sallittuihin vierailualueisiin liittyviä ohjeita vastaajat ovat nähneet tai kuulleet (n=42).....	63
Kuvio 30: Eri kanavat, joissa vastaajat ovat nähneet tai kuulleet turvallisiin kulkureitteihin ja sallittuihin vierailualueisiin liittyviä ohjeita (n=41).	64
Kuvio 31: Vastausten jakautuminen eri toimijoihin matkan keston mukaan (Turvalliset kulkureitit ja sallitut vierailualueet).	65
Kuvio 32: Vastausten jakautuminen eri kanaviin matkan keston mukaan (Turvalliset kulkureitit ja sallitut vierailualueet).	66
Kuvio 33: Eri toimijat tai matkailukohteet, joiden kiellettyihin aineisiin ja esineisiin liittyviä ohjeita vastaajat ovat nähneet tai kuulleet (n=23).....	68
Kuvio 34: Eri kanavat, joissa vastaajat ovat nähneet tai kuulleet kiellettyihin aineisiin ja esineisiin liittyviä ohjeita (n=23).	69
Kuvio 35: Vastausten jakautuminen eri toimijoihin matkan keston mukaan (Kielletyt aineet ja esineet).	70
Kuvio 36: Vastausten jakautuminen eri kanaviin matkan keston mukaan (Kielletyt aineet ja esineet).	71
Kuvio 37: Eri toimijat tai matkailukohteet, joiden omaisuuden suojaamiseen liittyviä ohjeita vastaajat ovat nähneet tai kuulleet (n=8).	73
Kuvio 38: Eri kanavat, joissa vastaajat ovat nähneet tai kuulleet omaisuuden suojaamiseen liittyviä ohjeita (n=8).	74
Kuvio 39: Vastausten jakautuminen eri toimijoihin matkan keston mukaan (Omaisuuden suojaaminen).	75
Kuvio 40: Vastausten jakautuminen eri kanaviin matkan keston mukaan (Omaisuuden suojaaminen).	76
Kuvio 41: Turvallisuusviestinnän aiheet, joista vastaajat ovat saaneet riittävästi tietoa (n=183).	77
Kuvio 42: Turvallisuusviestinnän aiheet, joista vastaajat halusivat lisää tietoa (n=181).....	78

Taulukot

Taulukko 1: Facebook-ryhmät, joissa kyselyä jaettiin ja niiden jäsenmäärät	27
--	----

Liitteet

Liite 1: Kyselylomake suomeksi.....	95
Liite 2: Kyselyn juliste	103

Liite 1: Kyselylomake suomeksi

21.10.2021 14.53

E-lomake - Kysely matkailun turvallisuusviestinnästä Helsingissä matkaileville

Lomake on ajastettu: julkisuus alkaa 26.7.2021 0.00 ja päättyy 8.8.2021 23.59

Kysely matkailun turvallisuusviestinnästä Helsingissä matkaileville

Hyvä Helsingissä parhaillaan matkaileva tai vuoden 2021 aikana matkaillut!

Vastaa kyselyyn ja osallistu Helsingin matkailun turvallisuuden kehittämiseen.

Olen turvallisuuden ja riskienhallinnan tradenomiopiskelija Laurea-ammattikorkeakoulusta ja teen opinnäytetyötä Helsingin matkailuun liittyvästä turvallisuusviestinnästä. Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää tavoittaako Helsingin matkailualojen yritysten ja muiden toimijoiden turvallisuusviestintä matkailijat. Kyselyn kohderyhmänä on Helsingissä vuoden 2021 aikana matkaileet tai parhaillaan matkailevat henkilöt.

Turvallisuusviestintä tarkoittaa vuorovaikutteista kanssakäymistä eri tahojen kanssa. Turvallisuusviestinnän tavoitteena on lisätä yksittäisten ihmisten, yhteisöjen ja yhteiskunnan turvallisuutta sekä kehittää turvallisuuskulttuuria, jotta ihmiset osaisivat toimia hätätilanteissa ja ehkäistä onnettomuuksia.

Opinnäytetyö on osa Helsingin kaupungin Matkailun turvallisuuden alueellinen johtaminen -hanketta, jonka tavoitteena on edistää Helsingin matkailuelinkeinon palautumista kriisistä. Hankkeessa luodaan matkailun turvallisuuden kehittämisen ja johtamisen malli, jota voidaan käyttää esimerkiksi koronapandemiakriisistä toipumiseen ja tulevaisuuden kriiseihin varautumiseen.

Opinnäytetyön avulla kehitetään Helsingin matkailun turvallisuutta, jonka myötä myös asiakkaiden matkailukokemukset paranevat. Jokainen vastaus on tärkeä tutkimuksen onnistumiseksi.

Kyselystä saatuja vastauksia käytetään ainoastaan opinnäytetyössä tiedon analysointiin. Kaikki vastaukset ovat nimettömiä ja ne käsitellään anonyymisti.

Kysely on avoinna 26.7.-8.8.2021. Vastaamiseen kuluu aikaa noin 5-10 minuuttia. Jos kyselystä tai opinnäytetyöstä ilmenee kysyttävää, voitte ottaa yhteyttä opinnäytetyön tekijään sähköpostitse.

Kiitos osallistumisestanne ja vastauksistanne!

Opinnäytetyön tekijä
Henna Karvinen

Lisätietoja hankkeesta:
<https://www.hel.fi/yritystenhelsinki/fi/matkailuelinkeino/turvallisuus/Matkailun+turvallisuuden+alueellinen+johtaminen/>

Taustatiedot

Ikä? [\(ohje\)](#)

- Alle 20-vuotias
- 20-29-vuotias
- 30-39-vuotias
- 40-49-vuotias
- 50-59-vuotias

21.10.2021 14.53

E-lomake - Kysely matkailun turvallisuusviestinnästä Helsingissä matkaileville

-
- 60-69-vuotias
-
-
- Yli 70-vuotias

Sukupuoli? [\(ohje\)](#)

-
- Nainen
-
-
- Mies
-
-
- Muu/En halua kertoa

Asuinpaikka? [\(ohje\)](#)

-
- Suomi
-
-
- Ulkomaat

Matkan tarkoitus? [\(ohje\)](#)

-
- Loma/vapaa-ajan matka
-
-
- Työmatka
-
-
- Yhdistetty työ- ja lomamatka
-
-
- Muu syy

Jos valitsit vaihtoehdon
 muu syy, tarkenna
 vastaustasi:

Matkan kesto? [\(ohje\)](#)

-
- Päivämatka (ei yöpymistä)
-
-
- Yksi yö tai enemmän

Turvallisuusviestintä

Mitä seuraavista turvallisuusohjeista olet nähnyt tai kuullut matkasi aikana Helsingissä? [\(ohje\)](#)

-
- Ohjeet hätätilanteiden ja onnettomuuksien varalle
-
-
- Koronavirukseen liittyvät turvallisuusohjeet
-
-
- Poistumisturvallisuuteen liittyvät ohjeet (esim. poistumisreitit, kokoontumispaikka)
-
-
- Paloturvallisuuteen liittyvät ohjeet (esim. tulenteko, tupakointi, grillaaminen)
-
-
- Ohjeet välineiden ja laitteiden turvalliseen käyttöön (esim. turvavarusteiden käyttö, turvarajat)
-
-
- Ohjeet turvallisista kulkureiteistä ja sallituista vierailualueista
-
-
- Ohjeet kielletyistä aineista ja esineistä
-
-
- Ohjeet omaisuuden suojaamiseksi
-
-
- En ole nähnyt tai kuullut mitään
-
-
- Muuta

Jos valitsit vaihtoehdon
 muuta, tarkenna
 vastaustasi:

Ohjeet hätätilanteiden ja onnettomuuksien varalle

Minkä eri toimijoiden tai matkailukohteiden hätä- ja onnettomuustilanteisiin liittyviä turvallisuusohjeita olet nähnyt tai kuullut matkasi aikana Helsingissä? [\(ohje\)](#)

-
- Majoituspalvelut (esim. hotelli, leirintäalue)
-
-
- Yleisötapahtumat (esim. urheilutapahtumat, konsertit, festarit)
-
-
- Kulttuuri ja taide (esim. teatterit, elokuvateatterit, museot)
-
-
- Aktiviteettipalvelut (esim. urheiluaktiviteetit, kylpylät, uimahallit)
-
-
- Elämyspalvelut (esim. Linnanmäki, Korkeasaari, risteilyt)
-
-
- Nähtävyydet (esim. Suomenlinna, Tuomiokirkko, Kauppatori)

21.10.2021 14.53

E-lomake - Kysely matkailun turvallisuusviestinnästä Helsingissä matkaille

- Ravintolat ja kahvilat
- Liikennevälineet (esim. junat, raitiovaunut, metrot, linja-autot)
- Kauppakeskukset ja kauppaliikkeet
- Satama tai lentokenttä
- Viranomaiset (esim. Pelastuslaitos, Poliisi, Rajavartiolaitos)
- Helsingin kaupunki
- Muu

Jos valitsit vaihtoehdon
muu, tarkenna
vastaustasi:

Missä kanavissa olet nähnyt tai kuullut turvallisuusohjeita hätätilanteiden tai onnettomuuksien varalle? [\(ohje\)](#)

- Kohteen/toimipaikan internetsivut
- Kohteen/toimipaikan sosiaalinen media (esim. Facebook, Instagram, Youtube)
- Kohteessa/toimipaikassa kasvotusten
- Kohteessa/toimipaikassa kuvista, kylteistä tai julisteista
- Kohteessa/toimipaikassa näytöiltä, televisiosta tai videolta
- Kohteessa/toimipaikassa kaiuttimista tulleiden kuulutuksien kautta
- Helsingin kaupungin internetsivut (www.hel.fi)
- Viranomaisten tiedotteet
- Matkailuneuvonta tai infopisteet
- Muu

Jos valitsit vaihtoehdon
muu, tarkenna
vastaustasi:

Koronavirukseen liittyvät turvallisuusohjeet

Minkä eri toimijoiden tai matkailukohteiden koronavirukseen liittyviä turvallisuusohjeita olet nähnyt tai kuullut matkasi aikana Helsingissä? [\(ohje\)](#)

- Majoituspalvelut (esim. hotelli, leirintäalue)
- Yleisötahtumat (esim. urheilutapahtumat, konsertit, festarit)
- Kulttuuri ja taide (esim. teatterit, elokuvateatterit, museot)
- Aktiiviteettipalvelut (esim. urheiluaktiiviteetit, kylpylät, uimahallit)
- Elämyspalvelut (esim. Linnanmäki, Korkeasaari, risteilyt)
- Nähtävyydet (esim. Suomenlinna, Tuomiokirkko, Kauppatori)
- Ravintolat ja kahvilat
- Liikennevälineet (esim. junat, raitiovaunut, metrot, linja-autot)
- Kauppakeskukset ja kauppaliikkeet
- Satama tai lentokenttä
- Viranomaiset (esim. Pelastuslaitos, Poliisi, Rajavartiolaitos)
- Helsingin kaupunki
- Muu

Jos valitsit vaihtoehdon
muu, tarkenna
vastaustasi:

Missä kanavissa olet nähnyt tai kuullut koronavirukseen liittyviä turvallisuusohjeita? [\(ohje\)](#)

- Kohteen/toimipaikan internetsivut
- Kohteen/toimipaikan sosiaalinen media (esim. Facebook, Instagram, Youtube)
- Kohteessa/toimipaikassa kasvotusten
- Kohteessa/toimipaikassa kuvista, kylteistä tai julisteista
- Kohteessa/toimipaikassa näytöiltä, televisiosta tai videolta

21.10.2021 14.53

E-lomake - Kysely matkailun turvallisuusviestinnästä Helsingissä matkaille

- Kohteessa/toimipaikassa kaiuttimista tulleiden kuulutuksien kautta
- Helsingin kaupungin internetsivut (www.hel.fi)
- Viranomaisten tiedotteet
- Matkailuneuvonta tai infopisteet
- Muu

Jos valitsit vaihtoehdon
muu, tarkenna
vastaustasi:

Poistumisturvallisuuteen liittyvät ohjeet

Minkä eri toimijoiden tai matkailukohteiden poistumisturvallisuuteen liittyviä ohjeita olet nähnyt tai kuullut matkasi aikana Helsingissä? ([ohje](#))

- Majoituspalvelut (esim. hotelli, leirintäalue)
- Yleisötapahtumat (esim. urheilutapahtumat, konsertit, festarit)
- Kulttuuri ja taide (esim. teatterit, elokuvateatterit, museot)
- Aktiviteettipalvelut (esim. urheiluaktiviteetit, kylpylät, uimahallit)
- Elämyspalvelut (esim. Linnanmäki, Korkeasaari, risteilyt)
- Nähtävyydet (esim. Suomenlinna, Tuomiokirkko, Kauppatori)
- Ravintolat ja kahvilat
- Liikennevälineet (esim. junat, raitiovaunut, metrot, linja-autot)
- Kauppakeskukset ja kauppaliikkeet
- Satama tai lentokennä
- Viranomaiset (esim. Pelastuslaitos, Poliisi, Rajavartiolaitos)
- Helsingin kaupunki
- Muu

Jos valitsit vaihtoehdon
muu, tarkenna
vastaustasi:

Missä kanavissa olet nähnyt tai kuullut poistumisturvallisuuteen liittyviä ohjeita? ([ohje](#))

- Kohteen/toimipaikan internetsivut
- Kohteen/toimipaikan sosiaalinen media (esim. Facebook, Instagram, Youtube)
- Kohteessa/toimipaikassa kasvotusten
- Kohteessa/toimipaikassa kuvista, kylteistä tai julisteista
- Kohteessa/toimipaikassa näytöiltä, televisiosta tai videolta
- Kohteessa/toimipaikassa kaiuttimista tulleiden kuulutuksien kautta
- Helsingin kaupungin internetsivut (www.hel.fi)
- Viranomaisten tiedotteet
- Matkailuneuvonta tai infopisteet
- Muu

Jos valitsit vaihtoehdon
muu, tarkenna
vastaustasi:

Paloturvallisuuteen liittyvät ohjeet

Minkä eri toimijoiden tai matkailukohteiden paloturvallisuuteen liittyviä ohjeita olet nähnyt tai kuullut matkasi aikana Helsingissä? ([ohje](#))

- Majoituspalvelut (esim. hotelli, leirintäalue)
- Yleisötapahtumat (esim. urheilutapahtumat, konsertit, festarit)
- Kulttuuri ja taide (esim. teatterit, elokuvateatterit, museot)
- Aktiviteettipalvelut (esim. urheiluaktiviteetit, kylpylät, uimahallit)

21.10.2021 14.53

E-lomake - Kysely matkailun turvallisuusviestinnästä Helsingissä matkailleille

- Elämyspalvelut (esim. Linnanmäki, Korkeasaari, risteilyt)
- Nähtävyydet (esim. Suomenlinna, Tuomiokirkko, Kauppatori)
- Ravintolat ja kahvilat
- Liikennevälineet (esim. junat, raitiovaunut, metrot, linja-autot)
- Kauppakeskukset ja kauppaliikkeet
- Satama tai lentokenttä
- Viranomaiset (esim. Pelastuslaitos, Poliisi, Rajavartiolaitos)
- Helsingin kaupunki
- Muu

Jos valitsit vaihtoehdon
muu, tarkenna
vastaustasi:

Missä kanavissa olet nähnyt tai kuullut paloturvallisuuteen liittyviä ohjeita? ([ohje](#))

- Kohteen/toimipaikan internetsivut
- Kohteen/toimipaikan sosiaalinen media (esim. Facebook, Instagram, Youtube)
- Kohteessa/toimipaikassa kasvotusten
- Kohteessa/toimipaikassa kuvista, kylteistä tai julisteista
- Kohteessa/toimipaikassa näyttöiltä, televisiosta tai videolta
- Kohteessa/toimipaikassa kaiuttimista tulleiden kuulutuksien kautta
- Helsingin kaupungin internetsivut (www.hel.fi)
- Viranomaisten tiedotteet
- Matkailuneuvonta tai infopisteet
- Muu

Jos valitsit vaihtoehdon
muu, tarkenna
vastaustasi:

Välineiden ja laitteiden turvallinen käyttö

Minkä eri toimijoiden tai matkailukohteiden välineiden ja laitteiden turvalliseen käyttöön liittyviä ohjeita olet nähnyt tai kuullut matkasi aikana Helsingissä? ([ohje](#))

- Majoituspalvelut (esim. hotelli, leirintäalue)
- Yleisötapahtumat (esim. urheilutapahtumat, konsertit, festarit)
- Kulttuuri ja taide (esim. teatterit, elokuvateatterit, museot)
- Aktiviteettipalvelut (esim. urheiluaktiviteetit, kylpylät, uimahallit)
- Elämyspalvelut (esim. Linnanmäki, Korkeasaari, risteilyt)
- Nähtävyydet (esim. Suomenlinna, Tuomiokirkko, Kauppatori)
- Ravintolat ja kahvilat
- Liikennevälineet (esim. junat, raitiovaunut, metrot, linja-autot)
- Kauppakeskukset ja kauppaliikkeet
- Satama tai lentokenttä
- Viranomaiset (esim. Pelastuslaitos, Poliisi, Rajavartiolaitos)
- Helsingin kaupunki
- Muu

Jos valitsit vaihtoehdon
muu, tarkenna
vastaustasi:

Missä kanavissa olet nähnyt tai kuullut välineiden ja laitteiden turvalliseen käyttöön liittyviä ohjeita? ([ohje](#))

- Kohteen/toimipaikan internetsivut
- Kohteen/toimipaikan sosiaalinen media (esim. Facebook, Instagram, Youtube)
- Kohteessa/toimipaikassa kasvotusten

21.10.2021 14.53

E-lomake - Kysely matkailun turvallisuusviestinnästä Helsingissä matkaille

- Kohteessa/toimipaikassa kuvista, kylteistä tai julisteista
- Kohteessa/toimipaikassa näytöiltä, televisiosta tai videolta
- Kohteessa/toimipaikassa kaiuttimista tulleiden kuulutuksien kautta
- Helsingin kaupungin internetsivut (www.hel.fi)
- Viranomaisten tiedotteet
- Matkailuneuvonta tai infopisteet
- Muu

Jos valitsit vaihtoehdon
muu, tarkenna
vastaustasi:

Ohjeet turvallisista kulkureiteistä ja sallituista vierailualueista

Minkä eri toimijoiden tai matkailukohteiden ohjeita turvallisista kulkureiteistä ja sallituista vierailualueista olet nähnyt tai kuullut matkasi aikana Helsingissä? ([ohje](#))

- Majoituspalvelut (esim. hotelli, leirintäalue)
- Yleisötapahtumat (esim. urheilutapahtumat, konsertit, festarit)
- Kulttuuri ja taide (esim. teatterit, elokuvateatterit, museot)
- Aktiviteettipalvelut (esim. urheiluaktiviteetit, kylpylät, uimahallit)
- Elämyspalvelut (esim. Linnanmäki, Korkeasaari, risteilyt)
- Nähtävyydet (esim. Suomenlinna, Tuomiokirkko, Kauppatori)
- Ravintolat ja kahvilat
- Liikennevälineet (esim. junat, raitiovaunut, metrot, linja-autot)
- Kauppakeskukset ja kauppaliikkeet
- Satama tai lentokenttä
- Viranomaiset (esim. Pelastuslaitos, Poliisi, Rajavartiolaitos)
- Helsingin kaupunki
- Muu

Jos valitsit vaihtoehdon
muu, tarkenna
vastaustasi:

Missä kanavissa olet nähnyt tai kuullut turvallisiin kulkureitteihin ja sallittuihin vierailualueisiin liittyviä ohjeita? ([ohje](#))

- Kohteen/toimipaikan internetsivut
- Kohteen/toimipaikan sosiaalinen media (esim. Facebook, Instagram, Youtube)
- Kohteessa/toimipaikassa kasvotusten
- Kohteessa/toimipaikassa kuvista, kylteistä tai julisteista
- Kohteessa/toimipaikassa näytöiltä, televisiosta tai videolta
- Kohteessa/toimipaikassa kaiuttimista tulleiden kuulutuksien kautta
- Helsingin kaupungin internetsivut (www.hel.fi)
- Viranomaisten tiedotteet
- Matkailuneuvonta tai infopisteet
- Muu

Jos valitsit vaihtoehdon
muu, tarkenna
vastaustasi:

Ohjeet kielletyistä aineista ja esineistä

Minkä eri toimijoiden tai matkailukohteiden ohjeita kielletyistä aineista ja esineistä olet nähnyt tai kuullut matkasi aikana Helsingissä? ([ohje](#))

- Majoituspalvelut (esim. hotelli, leirintäalue)

<https://elomake.laurea.fi/lomakkeet/19431/lomake.html?esikatselu=true>

6/9

21.10.2021 14.53

E-lomake - Kysely matkailun turvallisuusviestinnästä Helsingissä matkaileville

- Yleisötapahtumat (esim. urheilutapahtumat, konsertit, festarit)
- Kulttuuri ja taide (esim. teatterit, elokuvateatterit, museot)
- Aktiviteettipalvelut (esim. urheiluaktiviteetit, kylpylät, uimahallit)
- Elämyspalvelut (esim. Linnanmäki, Korkeasaari, risteilyt)
- Nähtävyydet (esim. Suomenlinna, Tuomiokirkko, Kauppatori)
- Ravintolat ja kahvilat
- Liikennevälineet (esim. junat, raitiovaunut, metrot, linja-autot)
- Kauppakeskukset ja kauppaliikkeet
- Satama tai lentokenttä
- Viranomaiset (esim. Pelastuslaitos, Poliisi, Rajavartiolaitos)
- Helsingin kaupunki
- Muu

Jos valitsit vaihtoehdon
muu, tarkenna
vastaustasi:

Missä kanavissa olet nähnyt tai kuullut kiellettyihin aineisiin ja esineisiin liittyviä ohjeita? [\(ohje\)](#)

- Kohteen/toimipaikan internetsivut
- Kohteen/toimipaikan sosiaalinen media (esim. Facebook, Instagram, Youtube)
- Kohteessa/toimipaikassa kasvotusten
- Kohteessa/toimipaikassa kuvista, kylteistä tai julisteista
- Kohteessa/toimipaikassa näyttöiltä, televisiosta tai videolta
- Kohteessa/toimipaikassa kaiuttimista tulleiden kuulutuksien kautta
- Helsingin kaupungin internetsivut (www.hel.fi)
- Viranomaisten tiedotteet
- Matkailuneuvonta tai infopisteet
- Muu

Jos valitsit vaihtoehdon
muu, tarkenna
vastaustasi:

Ohjeet omaisuuden suojaamiseksi

Minkä eri toimijoiden tai matkailukohteiden omaisuuden suojaamiseen liittyviä ohjeita olet nähnyt tai kuullut matkasi aikana Helsingissä? [\(ohje\)](#)

- Majoituspalvelut (esim. hotelli, leirintäalue)
- Yleisötapahtumat (esim. urheilutapahtumat, konsertit, festarit)
- Kulttuuri ja taide (esim. teatterit, elokuvateatterit, museot)
- Aktiviteettipalvelut (esim. urheiluaktiviteetit, kylpylät, uimahallit)
- Elämyspalvelut (esim. Linnanmäki, Korkeasaari, risteilyt)
- Nähtävyydet (esim. Suomenlinna, Tuomiokirkko, Kauppatori)
- Ravintolat ja kahvilat
- Liikennevälineet (esim. junat, raitiovaunut, metrot, linja-autot)
- Kauppakeskukset ja kauppaliikkeet
- Satama tai lentokenttä
- Viranomaiset (esim. Pelastuslaitos, Poliisi, Rajavartiolaitos)
- Helsingin kaupunki
- Muu

Jos valitsit vaihtoehdon
muu, tarkenna
vastaustasi:

Missä kanavissa olet nähnyt tai kuullut omaisuuden suojaamiseen liittyviä ohjeita? [\(ohje\)](#)

21.10.2021 14.53

E-lomake - Kysely matkailun turvallisuusviestinnästä Helsingissä matkailleille

- Kohteen/toimipaikan internetsivut
- Kohteen/toimipaikan sosiaalinen media (esim. Facebook, Instagram, Youtube)
- Kohteessa/toimipaikassa kasvotusten
- Kohteessa/toimipaikassa kuvista, kylteistä tai julisteista
- Kohteessa/toimipaikassa näytöiltä, televisiosta tai videolta
- Kohteessa/toimipaikassa kaiuttimista tulleiden kuulutuksien kautta
- Helsingin kaupungin internetsivut (www.hel.fi)
- Viranomaisten tiedotteet
- Matkailuneuvonta tai infopisteet
- Muu

Jos valitsit vaihtoehdon
muu, tarkenna
vastaustasi:

Turvallisuusviestinnän riittävyys

Mistä seuraavista turvallisuusviestinnän aiheista olet saanut riittävästi tietoa matkasi aikana Helsingissä?
(ohje)

- Ohjeet hätätilanteiden ja onnettomuuksien varalle
- Koronavirukseen liittyvät turvallisuusohjeet
- Poistumisturvallisuuteen liittyvät ohjeet (esim. poistumisreitit, kokoontumispaikka)
- Paloturvallisuuteen liittyvät ohjeet (esim. tupakointi, grillaaminen)
- Ohjeet välineiden ja laitteiden turvalliseen käyttöön (esim. turvavarusteiden käyttö, turvarajat)
- Ohjeet turvallisista kulkureiteistä ja sallituista vierailualueista
- Ohjeet kielletyistä aineista ja esineistä
- Ohjeet omaisuuden suojaamiseksi
- En ole nähnyt tai kuullut mitään
- Muu

Jos valitsit vaihtoehdon
muu, tarkenna
vastaustasi:

Millaista turvallisuusviestintää haluaisit saada lisää matkasi aikana? (ohje)

- Ohjeet hätätilanteiden ja onnettomuuksien varalle
- Koronavirukseen liittyvät turvallisuusohjeet
- Poistumisturvallisuuteen liittyvät ohjeet (esim. poistumisreitit, kokoontumispaikka)
- Paloturvallisuuteen liittyvät ohjeet (esim. tupakointi, grillaaminen)
- Ohjeet välineiden ja laitteiden turvalliseen käyttöön (esim. turvavarusteiden käyttö, turvarajat)
- Ohjeet turvallisista kulkureiteistä ja sallituista vierailualueista
- Ohjeet kielletyistä aineista ja esineistä
- Ohjeet omaisuuden suojaamiseksi
- En tarvitse lisää tietoa
- Muu

Jos valitsit vaihtoehdon
muu, tarkenna
vastaustasi:

Tietojen lähetys

Tallenna

Esitäyttö URL

Kiitos vastauksistanne!

Liite 2: Kyselyn juliste



**VASTAA OPINNÄYTETYÖN KYSELYYN
MATKAILUN TURVALLISUUSVIESTINNÄSTÄ
JA AUTA KEHITTÄMÄÄN HELSINGIN
MATKAILUN TURVALLISUUTTA!**

DEAR TRAVELER IN HELSINKI! ANSWER THE THESIS SURVEY ON
TOURISM SAFETY COMMUNICATION
AND HELP DEVELOP HELSINKI TOURISM SAFETY!
YOU CAN ENTER THE SURVEY BY SCANNING THE QR CODE:

**KYSELYYN PÄÄSET
SKANNAAMALLA QR-KOODIN**



SUOMEKSI



IN ENGLISH