

# Kundundersökning i Ekenäs naturum 2012



Pärbild: Ekenäs naturum 2006. Bild: Hans-Erik Nyman.

Käännös: Christina Lax.

Ett projekt delfinansierat av den Europeiska unionen.



© Forststyrelsen, Vanda, 2013

ISSN-L 1235-8983

ISSN 1799-5388 (online)

ISBN 978-952-295-042-0 (pdf)

# Kundundersökning i Ekenäs naturum 2012



# PRESENTATIONSBLAD

UTGIVARE	Forststyrelsen	UTGIVNINGSDATUM	13.12.2013
UPPDRAGSGIVARE	Forststyrelsen	DATUM FÖR GODKÄNNANDE	
SEKRETESSGRAD	Offentlig	DIARIENUMMER	6247/2013 05.2
TYP AV SKYDDSOMRÅDE/ SKYDDSPROGRAM	nationalpark, Natura 2000-område		
OMRÅDETS NAMN	Ekenäs skärgårds nationalpark		
NATURA 2000-OMRÅDETS NAMN OCH KOD			
REGIONENHET	Södra Finlands naturtjänster		
FÖRFATTARE	Julia Nyström och Robin Kempe		
PUBLIKATION	Kundundersökning i Ekenäs naturum 2012		
SAMMANDRAG	<p>Forststyrelsens naturtjänsters kundbetjäningsspunkt Ekenäs naturum ligger i Ekenäs ca 18 km från Ekenäs skärgårds nationalpark. Naturumet är öppet för allmänheten från mars till oktober men tar emot förhandsbokade grupper under hela året. Naturumets personal ger råd och information om naturen och friluftsmöjligheterna i nationalparken och om övriga utflyktsmål i närområdet. Naturvägledning för skolor och daghem är också en viktig del av verksamheten. Den år 2012 förnyade permanenta utställningen berättar om förändringar i skärgårdens natur och kultur, med speciell fokus på Östersjöns tillstånd. Utställningen riktar sig speciellt till barn, unga och familjer.</p> <p>Den föregående kundundersökningen i Ekenäs naturum gjordes år 2004, och år 2012 var det dags för en ny. Resultaten visade att ungefär hälften av de tillfrågade hade besökt Ekenäs naturum förut men en stor del var ändå nya kunder som inte har planerat in besöket i naturum på förhand. De flesta kunder besökte eller hade för avsikt att besöka också andra ställen i staden under samma resa, t.ex. gamla stadskärnan och muséer. Av svararna besökte 43 % något naturresemål, dvs. skärgård eller naturområde i närheten, av dessa besökte 13 % just Ekenäs skärgårds nationalpark. Största delen av de som deltog i undersökningen var över 45 år och reste i ett sällskap på 2–5 personer bestående av den egna familjen. Majoriteten av de som svarade var kvinnor. Antalet besökare i naturumet var störst i juli och augusti månad, och under dessa månader deltog också flest kunder i enkäten. Majoriteten av besökarna som svarade på enkäten var finländare från huvudstadsregionen och Raseborg. Besökarnas viktigaste aktiviteter i staden och dess närliggande naturområden var att promenera, njuta av naturen och att gå på café. Även naturobservation, simning och att besöka en naturstig var populära aktiviteter.</p> <p>Kunderna var speciellt nöjda med service riktad till barn, service för specialgrupper, personlig kundservice samt med den permanenta utställningen. Naturumets satsning på en ny utställning speciellt riktad till barn och unga verkar alltså ha tagits emot väl. Gruppguidningen, den allmänna datorn samt tillgången till information om vattentrafik fick sämre medeltal och där kan naturumet ännu utveckla sina tjänster. Undersökningsresultaten kommer att användas till att utveckla Ekenäs naturums verksamhet och tjänster mot att bättre motsvara efterfrågan.</p>		
NYCKELORD	kundundersökning, Ekenäs naturum, Ekenäs skärgårds nationalpark		
ÖVRIGA UPPGIFTER	Undersökningen har utförts som en del av ett projekt delfinansierat av den Europeiska unionens regionala utvecklingsfond (Utveckling av förutsättningar för natur- och kulturturism i Ekenäs skärgårds nationalpark A31544)		
SERIENS NAMN OCH NUMMER	Forststyrelsens naturskyddspublicationer. Serie B 193		
ISSN-L	1235-8983	ISBN (PDF)	978-952-295-042-0
ISSN (ONLINE)	1799-5388		
SIDANTAL	40 s.	SPRÅK	svenska
FÖRLAG	Forststyrelsen	TRYCKERI	
DISTRIBUTION	Forststyrelsen, naturtjänster	PRIS	

# KUVAILULEHTI

JULKAISIJA	Metsähallitus	JULKAISUAIKA	13.12.2013
TOIMEKSIANTAJA	Metsähallitus	HYVÄKSYMISPÄIVÄMÄÄRÄ	
LUOTTAMUKSELLISUUS	Julkinen	DIAARINUMERO	6247/2013 05.2
SUOJELUALUETYYPPI/ SUOJELUOHJELMA	kansallispuisto, Natura 2000 -alue		
ALUEEN NIMI	Tammisaaren saariston kansallispuisto		
NATURA 2000 -ALUEEN NIMI JA KOODI			
ALUEYKSIKKÖ	Etelä-Suomen luontopalvelut		
TEKIJÄ(T)	Julia Nyström ja Robin Kempe		
JULKAISUN NIMI	Tammisaaren luontokeskuksen asiakastutkimus 2012		
TIIVISTELMÄ	<p>Metsähallituksen luontopalveluiden Tammisaaren luontokeskuksen asiakaspalvelupiste sijaitsee Tammisaarella n. 18 km Tammisaaren saariston kansallispuistosta. Luontokeskus on yleisölle avoinna maaliskuusta lokakuuhun mutta ottaa vastaan ennakkovarauksen tehneitä ryhmiä koko vuoden. Luontokeskuksen henkilöstö neuvoa ja antaa tietoa kansallispuiston luonnosta ja ulkoilu-mahdollisuuksista sekä muista lähellä olevista retkeilykohteista. Myös koulujen ja päiväkotien luonto-ohjaus on tärkeä osa toimintaa. Vuonna 2012 uusittu perusnäyttely kertoo saariston luonnon ja kulttuurin muutoksista painottaen erityisesti Itämeren tilaa. Näyttely on suunnattu erityisesti lapsille, nuorille ja perheille.</p> <p>Tammisaaren luontokeskuksen edellinen asiakastutkimus tehtiin vuonna 2004, ja vuonna 2012 oli uuden tutkimuksen aika. Tulokset osoittivat, että noin puolet tutkimukseen osallistuneista oli käynyt Tammisaaren luontokeskuksessa aiemmin mutta että suuri osa kuitenkin oli uusia asiakkaita, jotka eivät etukäteen olleet suunnitelleet tulevansa luontokeskukseen. Suurin osa asiakkaista vieraili tai aikoi vierailla samalla matkalla myös kaupungin muissa kohteissa, esimerkiksi vanhassa kantakaupungissa ja museoissa. 43 % vastanneista vieraili jossakin luontokohteessa, eli saaristossa tai lähellä olevalla luontoalueella. Näistä vierailijoista 13 % kävi Tammisaaren saariston kansallispuistossa. Suurin osa tutkimukseen osallistuneista oli yli 45-vuotiaita ja matkusti 2–5 hengen ryhmässä, joka koostui omasta perheestä. Enemmistö vastanneista oli naisia. Luontokeskuksen kävijämäärä oli suurin heinä- ja elokuussa, jolloin myös eniten asiakkaita osallistui kyselyyn. Suurin osa kyselyyn vastanneista kävijöistä oli suomalaisia ja saapui pääkaupunkiseudulta tai Raaseporista. Kävijöiden tärkeimpiä harrastuksia kaupungilla ja lähialueen luontoalueilla olivat kävely, luonnosta nauttiminen ja kahviloissa käyminen. Suosituttuja aktiviteettejä olivat myös luonnon tarkkailu, uiminen ja luontopolulla käyminen.</p> <p>Asiakkaat olivat erityisen tyytyväisiä lapsille ja erikoisryhmille suunnattuun palveluun, henkilökohtaiseen asiakaspalveluun sekä perusnäyttelyyn. Luontokeskuksen panostus uuteen lapsille ja nuorille suunnattuun näyttelyyn vaikuttaa siis saaneen hyvän vastaanoton. Ryhmäopastus, yleinen tietokone ja saatavilla oleva tieto vesiliikenteestä saivat huonomman keskiarvon, joten näissä palveluissa on vielä kehittämisen varaa. Tutkimustulosta tullaan käyttämään Tammisaaren luontokeskuksen toiminnan ja palveluiden kehittämiseen, jotta ne vastaisivat paremmin kysyntään.</p>		
AVAINSANAT	asiakastutkimus, Tammisaaren luontokeskus, Tammisaaren saariston kansallispuisto		
MUUT TIEDOT	Selvitys on tehty osana Euroopan unionin aluekehitysrahaston rahoittamaa hanketta (Tammisaaren saariston kansallispuiston luonto- ja kulttuurimatkailun edellytysten kehittäminen A31544)		
SARJAN NIMI JA NUMERO	Metsähallituksen luonnonsuojelujulkaisuja. Sarja B 193		
ISSN-L	1235-8983	ISBN (PDF)	978-952-295-042-0
ISSN (VERKKOJULKAISU)	1799-5388		
SIVUMÄÄRÄ	40 s.	KIELI	ruotsi
KUSTANTAJA	Metsähallitus	PAINOPAIKKA	
JAKAJA	Metsähallitus, luontopalvelut	HINTA	

# Innehåll

1 INLEDNING .....	7
2 FÖRVERKLIGANDET AV UNDERSÖKNINGEN .....	8
2.1 Beskrivning av naturumet.....	8
2.2 Material och metoder.....	9
3 RESULTAT .....	11
3.1 Kundstruktur.....	11
3.1.1 Basuppgifter om kunderna.....	11
3.1.2 Kundernas resesällskap.....	13
3.2 Besöket i Ekenäs naturum .....	14
3.2.1 Resmållets betydelse.....	14
3.2.2 Kundernas friluftsförhållanden.....	15
3.2.3 Fördelning av besöken i området.....	17
3.2.4 Besökets längd och återkommande besök .....	18
3.2.5 Ankomsten till Ekenäs naturum.....	18
3.2.6 Informationskälla.....	20
3.3 Kundbelåtenhet.....	21
3.3.1 Kundernas åsikter om naturumet och dess service .....	21
3.3.2 Hur bra naturumet lyckades.....	23
3.3.3 Kundbelåtenhetsindex.....	23
3.4 Valfria frågor .....	24
3.4.1 Område som kunderna sökte information om .....	24
3.4.2 Vad som fastnade i minnet av besöket och utställningen .....	25
3.5 Fritt formulerade åsikter .....	27
4 ANALYS AV RESULTATEN .....	28
4.1 Sammandrag .....	28
4.2 Jämförelse med tidigare undersökningar .....	28
4.2.1 Kundstruktur .....	28
4.2.2 Hur bra naturumet lyckades.....	29
4.2.3 Kundernas belåtenhet.....	30
TACK.....	32
KÄLLOR.....	32
BILAGOR	
Bilaga 1 Ekenäs naturums kundundersökning 2012 samplingsram .....	33
Bilaga 2 Tidtabell för insamling av information .....	34
Bilaga 3 Svararnas andra resmål .....	35
Bilaga 4 Fritt formulerade åsikter.....	36
Bilaga 5 Svenskspråkigt frågeformulär .....	37

# 1 Inledning

Ekenäs är en av centralorterna i Raseborgs stad i Nyland och ligger cirka 90 kilometer väster om Helsingfors och cirka 110 kilometer sydost om Åbo. Ekenäs var en egen stad fram till den 1.1.2009 då den slogs samman med Karis stad och Pojo kommun till den nya staden Raseborg. Invånarantalet i Raseborg är ca 29 000, varav ca 15 000 bor i Ekenäs. Ekenäs är en tvåspråkig ort med svenska som majoritetsspråk (ca 82 %) och finska som minoritetsspråk (ca 16 %). Raseborgs yta är 2 178 km<sup>2</sup> varav är 1 035 km<sup>2</sup> är vattenområden. Med sina ca 1 300 öar utgör skärgården en betydande del av kommunen. Raseborg har många fritidsbostäder, ca 6 200 st. (Raseborgs hemsida 2013).

Ekenäs naturum är Forststyrelsens kundbetjäningsspunkt och har årligen ca 15 000–20 000 besökare, vilket är mycket för en kort säsong. Naturumet i Ekenäs grundades år 1995 och en kundundersökning gjordes år 2004. Dessa resultat är dock opublicerade, så det har funnits ett stort behov av en förnyad undersökning. I denna undersökning görs vissa jämförelser med undersökningen från 2004. Sedan den förra undersökningen gjordes har naturumets basutställning förnyats och kundservicedisken renoverats, så speciellt intressant är att undersöka hur dessa satsningar påverkat kundernas belåtenhet. Kundundersökningar är viktiga verktyg då Forststyrelsen utvecklar sin service. Undersökningen utfördes enligt Forststyrelsens standardiserade metodik, som möjliggör jämförelser med liknande undersökningar.

Ekenäs naturum har ett speciellt läge för ett naturum, mitt i en stad och långt ifrån nationalparken (bild 1 & 2). Läget är centralt, alldeles intill gästhamn, badstrand och caféer. Ekenäs är om somrarna en populär turistort, med en gammal stadskärna och flera museer. Raseborgs natur är mycket mångsidig och kommunen har flera naturskydds- och friluftsområden. Ekenäs skärgårds nationalpark ligger i skärgården söder om Ekenäs. Naturskyddsområdet Hagen–Ramsholmen–Högholmen med gammal parkskog och lundar är beläget alldeles invid Ekenäs centrum, och Västerby friluftsområde med flera märkta vandringsleder ligger några kilometer utanför Ekenäs. För fågelskådning finns flera fågeltorn, det mest kända i Läppträsk. I Raseborg finns 17 st. Natura 2000-områden, varav sju i Ekenäs. I Raseborg finns också Finlands första landskapsvårdområde Skärlandet.



**Bild 1.** Ekenäs och Ekenäs skärgårds nationalparks läge. © Forststyrelsen 2013, © Karttakeskus, Tillstånd L 5293.

## 2 Förverkligandet av undersökningen

### 2.1 Beskrivning av naturumet

Ekenäs naturum fungerar som en port på land till Ekenäs skärgårds nationalpark, som befinner sig ca 18 kilometer söderut (bild 2). Naturumet grundades år 1995 (tabell 1), sex år efter att nationalparken grundades år 1989, inom det dåvarande Ekenäs skärgårds vatten. På ön Älgö finns nationalparkens naturstuga, det gamla fiskehemmanet Rödjan. Ekenäs naturum finns i ett gammalt trämagasin från 1840-talet som har en rik historia som tullkammare, järnhandlarförråd samt som ett av Finlands första diskotek, ”Gnägget”. Naturumet erbjuder material och rådgivning om Forststyrelsens områden och tjänster, om kustens och skärgårdens natur, utflyktsmål som t.ex. nationalparker och andra naturskydds- och friluftsområden. Naturumet ordnar guidningar för grupper och naturvägledning för daghems- och skolgrupper, som är populära. Man kan också se utställningar på egen hand, se naturfilmer samt köpa kartor, naturböcker och andra produkter. Naturumet är öppet från mars till oktober och dessutom under vinterns evenemang och för grupper. Under sommaren är det öppet dagligen. Marknadsföringen sker främst via de egna hemsidorna på [www.utinaturen.fi](http://www.utinaturen.fi), på Facebook och via annonser i lokaltidningarna.



Bild 2. Ekenäs naturums läge i staden. © Forststyrelsen 2013, © Lantmäteriverket 1/MML/13.

Tabell 1. Fakta om Ekenäs naturum.

EKENÄS NATURUM	
Grundades år	1995
Läge	I Ekenäs, Raseborgs kommun, nära Ekenäs skärgårds nationalpark
Besökarantal	15 000–20 000 per år
Service	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kundrådgivning, guidning, naturvägledning</li><li>• Försäljning av Forststyrelsens fiskelov</li><li>• Information om skärgårdens företag inom naturturism</li><li>• Information om friluftsliv</li><li>• Basutställning, växlande utställningar, AV-visning</li></ul>
Speciellt	Naturumets basutställning och servicepunkt förnyade våren 2012



Ekenäs skärgårds nationalpark kan endast nås med båt. Under sommaren ordnar staden kryssningar ut till Jussarö och Älgö, som är de två största öarna. Den kompakta och mångformiga skärgården med sina många naturhamnar är ypperlig för båtturister. Den årliga besökarmängden i nationalparken uppgår till ca 50 000 (Nyman 2007, Weckman 2012).

Under sin verksamhetstid har Ekenäs naturum haft två permanenta utställningar. ”Från Land till Hav” invigdes år 1995 och stängdes i januari 2012. Utställningen var indelad enligt skärgårdens zoner. Utställningen började vid fastlandet och innerskärgården och fortsatte via den mellersta och yttre skärgården ut till det öppna havet. Vid varje zon fanns en stor bildtavla, där man beskrev de olika zonerna samt vad som gjorde dem unika. Tavlorna hade små luckor och innanför luckorna fanns det text eller föremål som berättade mer djupgående om skärgårdens invånare. Temat med zoner fortsatte i torrakvariet som visade livet under ytan med dess vertikala zoner. Torrakvariet, samt några andra delar av den gamla utställningen finns kvar i den nya utställningen. I slutet av utställningen lärde man sig om vett och etikett i skärgården, dvs. hur människan bör föra sig för att bevara den känsliga skärgårdsmiljön.

I maj 2012 invigdes den nya utställningen, ”Skärgårdens skiftningar”, som byggdes inom ramen för EU:s strukturfondsprojekt ”Utveckling av förutsättningar för natur- och kulturturism i Ekenäs skärgårds nationalpark”, i samarbete med Raseborg och Nylands närings-, trafik- och miljöcentral. Utställningens tema är förändringar i skärgårdens natur och kultur. I utställningen får man bekanta sig med olika fenomen som påverkar skärgården, t.ex. övergödning, klimatförändring, miljögifter, samt skärgårdens användning genom tiderna. Målet med utställningen är att väcka intresse för miljöfrågor och få besökaren att fundera på sin egen roll i förändringen, samt ge idéer om hur individen kan motverka negativa förändringar i naturen. Eftersom majoriteten av besökarna är barnfamiljer, daghemsgrupper och skolgrupper, är målgruppen för den nya utställningen barn och unga. Man har strävat efter att utställningen skall vara interaktiv, dvs. att man får röra vid vissa utställningsobjekt, och att det skall finnas någonting man får göra med händerna. I övre våningen finns ett utrymme för växlande utställningar. I naturumet finns även ett auditorium där man kan se naturfilmer mm.

## 2.2 Material och metoder

Kundundersökningen gjordes enligt Forststyrelsens standardiserade metoder, så att materialet är jämförbart med andra kundundersökningar. Som grund för jämförelser används i denna rapport opublicerat material från kundundersökningen i Ekenäs naturum år 2004. Av speciellt intresse för jämförelsen är kundstrukturen och kundbelåtenheten. Frågeformuläret skapades utgående från en standardversion i programmet ASTA och anpassades sedan för Ekenäs naturum. Formuläret var fyra sidor långt och innehöll 19 frågor (bilaga 5). Formulären fanns på tre olika språk, finska, svenska och engelska. Svaren matades in manuellt i Forststyrelsens databas för kundstatistik ASTA och därifrån togs informationen ut i tabell- eller bildformat. Analys av resultat samt rapportskrivning gjordes som ett samarbete mellan Forststyrelsens naturtjänster och Yrkes- högskolan Novia i Ekenäs och kommer att stå som grund för medförfattarens slutarbete på linjen Integrated Coastal Zone Management.

Statistiska metoder som användes var frekvensfördelning och beskrivande statistiska mått (medelvärde, standardavvikelse, typvärde, median och percentiler):

- Typvärde är det vanligaste värdet i en datamängd, dvs. det värde som förekommer flest gånger i observationsmaterialet
- Median är mittenvärdet i en datamängd, det delar sålunda observationsmaterialet i två lika stora delar.
- Percentil 25 motsvarar det värde under vilket en fjärdedel av observationsmaterialet finns och percentil 75 motsvarar det värde under vilket tre fjärdedelar av observationsmaterialet finns.

På grund av arbetet med att förnya utställningen öppnade naturum för allmänheten först den 25 maj. Materialet för kundundersökningen samlades in under perioden 16.6.2012–18.10.2012. Dagarna för kundundersökning avgjordes genom utlottning och en undersökningsdag var 4 timmar lång. Planeringsblanketten finns med som bilaga 2.

Svaren samlades in på två sätt. Delvis användes den ursprungligt tilltänkta metoden, där naturumets personal aktivt tog kontakt med kunderna och frågade dem om de ville vara med i kundundersökningen. Då det inte fanns tillräckligt med personal på plats, fanns blanketterna framme i aulan tillsammans med en informationslapp där meningen med undersökningen beskrevs. Enkäterna fylldes i första hand i av besökaren själv, vid behov med hjälp av personalen. Stora grupper var svåra att närma sig, eftersom de hade bråttom. I slutet av säsongen fick vi svar från en daghemledare. Det slutliga antalet insamlade frågeformulär blev 144, då målsättningen var 300 st (bilaga 1). Största delen (65 %) av svarsformulären fylldes i på finska (tabell 2), vilket stämmer överens med uppgifter från naturumets besökarräkning, där majoriteten av besökarna sommartid är finskspråkiga. Av svarsformulären var 29 % ifyllda på svenska och 6 % på engelska. Metoden med att ha frågeformulären framme utan någon personal som aktivt tog kontakt med kunderna fungerade inte bra. Delvis kan också det osäkra och regniga vädret ha inverkat på svarsantalet. Då det var regnigt rörde sig folk inte i området och vid soliga stunder gav de sig inte tid att fylla i enkäter.

**Tabell 2.** De inlämnade frågeformulärens språk.

Formulärets språk	st	%
engelska	8	6
svenska	42	29
finska	94	65
<b>Totalt</b>	<b>144</b>	<b>100</b>

# 3 Resultat

## 3.1 Kundstruktur

### 3.1.1 Basuppgifter om kunderna

Kundundersökningen riktades till personer i åldern 15 år och uppåt. Några svar av under 15-åringar kom dock även att behandlas. Den största delen (63 %) av svararna var kvinnor, medan 37 % var män (tabell 3). Männen medelålder var 49 år medan kvinnornas var 46 år (tabell 4). Den största åldersgruppen bland svararna var personer mellan 55 och 64 år (23 %), tätt följt av åldersgrupperna 65 och uppåt (18 %), 45–54 år (17 %), 25–34 år (15%) och 35–44 år (20%) (bild 3). Över hälften (56 %) av männen som deltog i undersökningen var över 55 år gamla, medan dryga hälften (54 %) av kvinnorna som svarade var under 34 år. Den största delen av männen som svarade i kundundersökningen var i åldern 55–64 år.

En stor del (42 %) av svararna har en högre universitetsexamen och 25 % en lägre universitetsexamen (tabell 5). Endast 10 % av besvarande anger att de inte hade någon yrkesmässig utbildning men en del av denna 10 % kan vara ungdomar i skolåldern som inte ännu gått ut sin utbildning (tabell 5). 88 % av de som svarat var från Finland, medan 6 % av gästerna på naturummet kommit från grannlandet Sverige. Andra utländska kunder som deltog i undersökningen kom från Schweiz, Danmark, Stor-Britannien, Tyskland och Luxemburg (tabell 7). Av de finska kunderna angav 23 % Helsingfors som sin hemort, 21 % svarade Raseborg och 13 % Esbo (tabell 6); i övrigt fanns gäster från en stor del av landet (tabell 6).

Tabell 3. Svaramas könsfördelning.

Kön	st	%
Man	52	37
Kvinna	87	63
<b>Totalt</b>	<b>139</b>	<b>100</b>

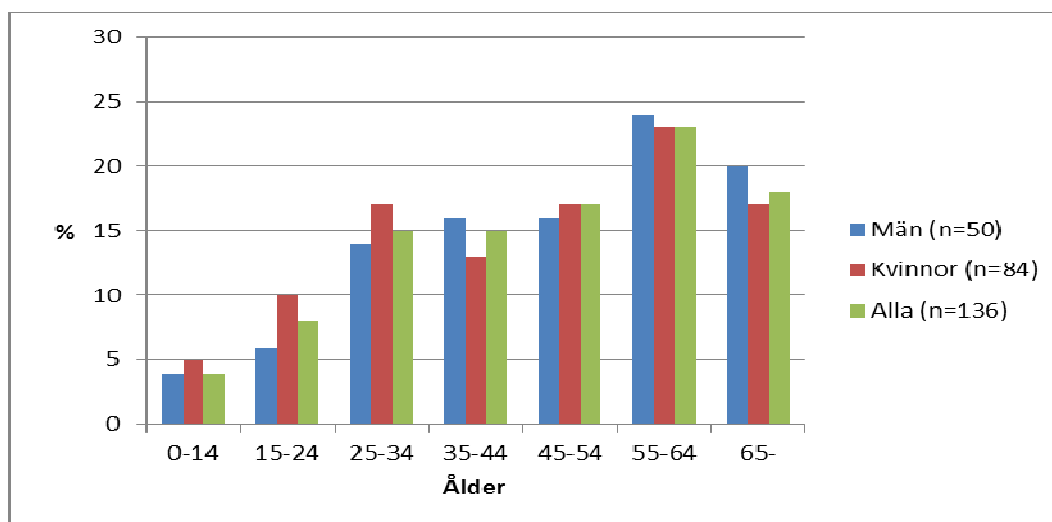


Bild 3. Svaramas åldersfördelning enligt kön.

**Tabell 4.** Svararnas lägsta och högsta ålder samt medelålder enligt kön.

<b>Ålder</b>	<b>Män</b>	<b>Kvinnor</b>	<b>Alla</b>
Medelålder	48,60	45,50	46,66
Ålderns standardavvikelse	17,63	17,51	17,55
Min. ålder	8	10	8
Max. ålder	81	79	81
Medelvärde	56	56	56
Median	49	45	47

**Tabell 5.** Svararnas yrkesinriktade utbildning.

<b>Utbildning</b>	<b>st</b>	<b>%</b>
Yrkesskola	15	11
Högskole-examen	20	14
Lägre universitetsexamen	35	25
Högre universitetsexamen	59	42
Ingen yrkesinriktad utbildning	10	7
<b>Totalt</b>	<b>139</b>	<b>100</b>

**Tabell 6.** Svararnas hemort i Finland.

<b>Hemort i Finland</b>	<b>st</b>	<b>%</b>
Helsingfors	26	23
Raseborg	24	21
Esbo	15	13
Åbo	7	6
Kyrkslätt	5	4
Tavastehus	4	4
Borgå	4	4
Pöytis	2	2
Pargas	2	2
Tusby	2	2
Vichtis	2	2
Lahtis	2	2
En svarare från var och en av följande orter: Lemi, Lovisa, Lojo, Karleby, Kuusamo, Vanda, Ingå, Kemi, Kerava, Hangö, Tammerfors, Alavus, Asikkala, Pemark, Pukkila, Salo, Sjundea, Sodankylä	18	16
<b>Totalt</b>	<b>113</b>	<b>100</b>

**Tabell 7.** Svararnas hemland.

Hemland	st	%
Finland	127	88
Sverige	8	6
Schweiz	4	3
Danmark	2	1
Stor-Britannien	1	1
Tyskland	1	1
Luxemburg	1	1
<b>Totalt</b>	<b>144</b>	<b>100</b>

### 3.1.2 Kundernas resesällskap

Hela 83 % av kunderna som besvarat enkäten uppger att de reste i grupper på 2–5 personer (tabell 8). Den genomsnittliga gruppstorleken var fyra personer. Elva % av svararna hade kommit ensam på besök till naturumet. Bara sex procent svarade att de reste i en grupp på fler än sex personer, vilket kan förklaras av att gruppresenärer sällan har tid att fylla i enkäter. Under 15 år gamla var 61 st (53 %) personer av de som besökt naturumet i sällskap med svararna (tabell 9). Medelåldern bland de under 15-åriga var sju år och det genomsnittliga antalet barn var två per sällskap. Endast två av de som svarat på undersökningen reste i sällskap av en rörelsehindrad. Den vanligaste formen av grupp bland svararna var den egna familjen (74 %) eller vänner (20 %) (tabell 10).

**Tabell 8.** Svararnas gruppstorlek vid besöket i Ekenäs naturum.

Gruppens storlek	st	%
Ensam	15	11
2–5 personers grupp	117	83
6 eller flere personer	9	6
<b>Totalt</b>	<b>141</b>	<b>100</b>

**Tabell 9.** Statistiska mått för sällskap på flera personer i Ekenäs naturum.

	n	Medeltal	Standard- avvikelse	Percentil				
				Min	25 %	Med	75 %	Max
Gruppens storlek totalt	126	3,7	3,09	2	2	3	4	30
Personer under 15 år	61	2,0	1,37	1	1	2	2	10
Rörelsehindrade	2	1,0	0,00	1	1	1	1	1
Födelseår för under 15-åringar	78	2 005,1	3,86	1996	2002	2005	2008	2012

**Tabell 10.** Gruppernas sammansättning vid besöket i Ekenäs naturum.

Gruppen bestod av	st	%
Familjemedlemmar	97	74
Andra släktingar	2	2
Vänner	26	20
Arbetskamrater	2	2
Daghemsgrupp	1	1
Klubb eller förening	1	1
<b>Totalt</b>	<b>131</b>	<b>100</b>

## 3.2 Besöket i Ekenäs naturum

### 3.2.1 Resmålets betydelse

Naturumets betydelse som resmål ger oss en bild av hur kunderna upplever naturumet. Tydligt är att besöket på Ekenäs naturum ofta är något som inte är planerat i förväg, hela 56 % av svararna uppgav Ekenäs naturum som ett oplanerat mål under resan (tabell 11). Nio % av svararna hade ändå planerat in besöket i Ekenäs naturum som resans enda mål. Däremot angav 36 % att naturumet var ett av resans planerade mål, men kanske ändå inte det viktigaste målet på agendan. De vanligaste resmålen som sammanfaller med ett besök i naturum tycks vara ett allmänt besök till Ekenäs, där viktiga mål har varit kulturella upplevelser som besök på muséer, teater och konserter. Fem svarare angav Hangö som det planerade resmålet, andra städer som nämndes var Dalsbruk och Åbo (tabell 12). Andra mål under resan då de besökte Ekenäs naturum finns i bilaga 3.

Tabell 11. Betydelsen av Ekenäs naturum som resmål.

Ekenäs naturum som resmål	st	%
Resans enda och viktigaste mål	12	9
Ett av resans planerade mål	49	36
Oplanerat mål under resan	77	56
<b>Totalt</b>	<b>138</b>	<b>100</b>

Tabell 12. Resans huvudmål då det inte varit Ekenäs naturum.

Resans huvudmål	st
Ekenäs stad	9
Ekenäs gamla stad	6
Muséer (EKTA 4 st)	5
Hangö	5
Butiksbesök	3
Konsert	2
Dalsbruk	2
Raseborgs sommar-teater	2
Släktingar	2
Friluftsliv	1
Lekpark	1
Hotell	1
Stuga	1
Segling	1
Södra Finlands kuster	1
Ekenäs och Hangö hamnar	1
Älgö	1
Åbo	1
Övrigt	2
<b>Totalt</b>	<b>46</b>

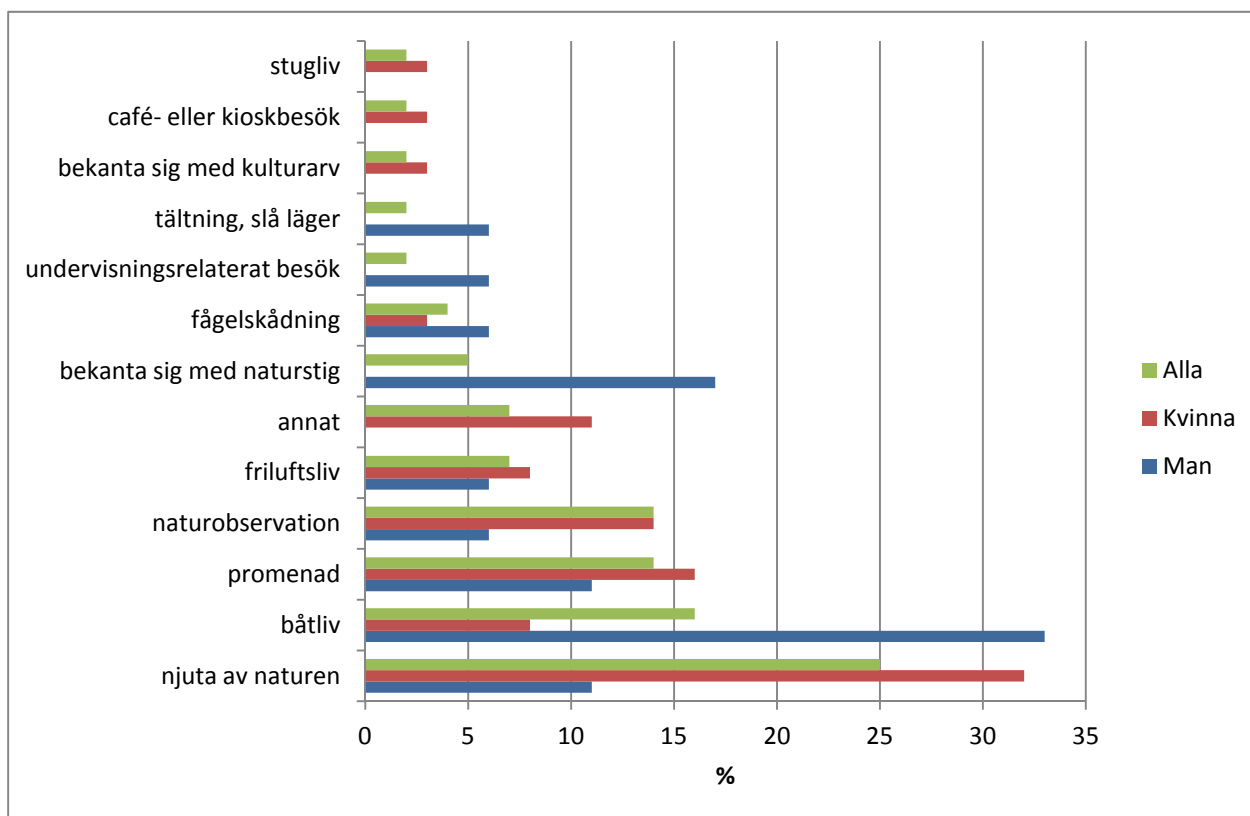
### 3.2.2 Kundernas friluftslivs- och naturhobbyn

Kunderna ombads ange de huvudsakliga aktiviteterna som de ägnat eller planerat ägna sig åt i samband med besöket i Ekenäs naturum. Eftersom Ekenäs naturum ligger i stadsmiljö kan ett besök här tänkas skilja sig mycket från besök i naturum som ligger ute i naturen. Ett besök i Ekenäs naturum verkar sammanfalla med ett allmänt besök i Ekenäs stad, vilket gör att flera av de angivna aktiviteterna inte direkt är bundna till naturen. Staden är utmärkt att promenera i, så det är inte förvånande att promenad var den vanligaste aktiviteten bland svararna i denna undersökning (69 %) (tabell 13). Den tredje vanligaste aktiviteten är att besöka ett café (46 %). I föregående stycke såg vi att många besöker stadens historiska stadskärna eller besöker ett museum (tabell 12). Naturen verkar ändå vara mycket viktig för naturumets besökare. Dryga hälften (54 %) anger att en viktig aktivitet för dem är att njuta av naturen, 42 % ägnar sig åt naturobservation och 35 % besöker en naturstig. Andra viktiga aktiviteter är simning, att bekanta sig med kulturarv, friluftsliv, utflykt med matsäck, båtliv och fågelskådning. Kunderna ombads därefter att ange den allra viktigaste aktiviteten under i fråga varande besök. En fjärdedel (25 %) svarade då ”njuta av naturen”, följt av båtliv (16 %) samt promenad (14 %) och naturobservation (14 %) på delad tredje plats (bild 4). Bland männen var båtliv den högst prioriterade aktiviteten (33 %), följt av att besöka en naturstig, medan kvinnorna angav njuta av naturen som högsta prioritet (32 %) och därefter promenader.

**Tabell 13.** Huvudsakliga aktiviteter i närliggande naturområden som svararna deltog i eller hade planerat att delta i under ifråga varande besök. Man fick välja flera alternativ.

Aktivitet	Män		Kvinnor		Alla	
	st	%	st	%	st	%
Promenad	15	54	41	82	56	69
Njuta av naturen	11	39	30	60	44	54
Cafébesök	7	25	29	58	37	46
Naturobservation	8	29	23	46	34	42
Simning	6	21	20	40	29	36
Naturstigsbesök	12	43	14	28	28	35
Båtliv	8	29	16	32	25	31
Besök till kulturarv	7	25	16	32	24	30
Utflykt med matsäck	6	21	14	28	22	27
Friluftsliv	5	18	13	26	21	26
Fågelskådning	8	29	11	22	19	23
Solbad	4	14	14	28	18	22
Naturfotografering	5	18	8	16	13	16
Bärplockning	4	14	8	16	13	16
Botanik	2	7	8	16	11	14
Svampplockning	4	14	5	10	10	12
Jogging	3	11	4	8	7	9
Övernattning	1	4	4	8	7	9
Ute med hund	0	0	7	14	7	9
Sommarstuga	0	0	5	10	6	7
Stavgång	1	4	4	8	5	6
Fiske	3	11	2	4	5	6
Cykling	0	0	5	10	5	6
Paddling	1	4	3	6	4	5
Undervisningsrelaterat besök	1	4	3	6	4	5
Orientering	0	0	2	4	2	2
Annat	3	11	5	10	8	10
<b>Totalt</b>	<b>28</b>		<b>50</b>		<b>81</b>	

Då det gäller antalet aktiviteter under resan finns det i denna undersökning skillnader mellan män och kvinnor (tabell 14). Männerna svarade oftast att de hade 4–6 olika aktiviteter under besöket, ingen av männen svarade dock att de skulle ha 10 eller fler aktiviteter under ett besök. Av kvinnorna anger däremot 20 % att de kan ha upp till 10 eller fler aktiviteter under ett besök. Problemet med denna fråga är dock att kunderna kanske inte alltid fyllt i bara för i fråga varande besök, utan tänkt på aktiviteter de i allmänhet ägnar sig åt i trakten.



**Bild 4.** Svarens högst prioriterade aktiviteter på närliggande naturområden under i fråga varande besök i Ekenäs naturum.

**Tabell 14.** Antal aktiviteter per besök i förhållande till kön.

Aktiviteter	Män		Kvinnor		Alla	
	st	%	st	%	st	%
1–3	10	36	14	28	24	30
4–6	13	46	14	28	27	33
7–9	5	18	12	24	19	23
10 eller fler	0	0	10	20	11	14
<b>Totalt</b>	<b>28</b>	<b>100</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	<b>81</b>	<b>100</b>



### 3.2.3 Fördelning av besöken i området

En av de första frågorna i undersökningen var om kunden under sin resa hade tänkt besöka eller besökt olika stads- och naturresmål i närheten av Ekenäs naturum. Stadsresmålen var populärast, 77 % nämnde Ekenäs stad, 66 % Ekenäs gamla stad och 31 % museum i Ekenäs som huvudsakliga mål för sin resa. 13 % hade eller hade tänkt besöka Ekenäs skärgårds nationalpark, 16 % besökte ett annat resmål i skärgården och 13 % nämnde Raseborgs kommuns närliggande friluftsområde Hagen–Ramsholmen–Högholmen (tabell 15a). En knapp fjärdedel svarade dock något annat än de färdigt angivna resmålen. De resmål som då nämndes mest var Hangö och restauranger (5 st. vardera), följt av lejonleparken (4 st.), torget (3 st.) och simstranden (2 st.) som alla ligger mycket nära Ekenäs naturum. Raseborgs slottsruiner i Snappertuna nämndes av 3 st. och Snappertuna av 2 st. svarare (tabell 15b).

**Tabell 15a.** Svararnas huvudsakliga mål för sin resa då det inte var Ekenäs naturum. Man kunde välja flera platser.

Besökets mål	st	%
Ekenäs skärgårds nationalpark	18	13
Annat skärgårdsmål	22	16
Hagen-Ramsholmen-Högholmen	18	13
Västerby friluftsområde	1	1
Ekenäs stad	103	77
Ekenäs gamla stad	88	66
Ekenäs muséer	41	31
Annanstans, var?	32	24
<b>Svar sammanlagt</b>	<b>134</b>	

**Tabell 15b.** Svararnas resmål då de svarat annat än de färdiga alternativen.

Annat resmål	st
Hangö	5
Restaurang	5
Lejonleparken	4
Raseborgs slottsruiner	3
Torget i Ekenäs	3
Snappertuna	2
Simstranden	2
Ett av varje: Tvärminne, Källviken, Hummeldal, Pojo, Fiskars, Billnäs, Karis, Sjundeå, Raseborgs sommar-teater, loppmarknader, Bovik farm	11
<b>Totalt</b>	<b>35</b>

### 3.2.4 Besökets längd och återkommande besök

Besökarna i denna undersökning stannade i Ekenäs naturum i genomsnitt 45,5 minuter (tabell 16). Hälften (51 %) av svararna har besökt Ekenäs naturum tidigare, medan hälften (49 %) var nya besökare. De som hade besökt naturumet tidigare, hade varit där i medeltal tre ggr under de senaste två åren. Av kvinnorna hade en lite större andel besökt naturumet tidigare (53 %) än männen (48 %) (tabell 17).

**Tabell 16.** Besökets längd i Ekenäs naturum.

Besök i Ekenäs naturum	n	Medeltal	Standardavvikelse	Percentil				
				Min	25%	Med	75%	Max
Besökstid, min	144	45,5	34,33	0	20	40	60	240

**Tabell 17.** Upprepade besök i Ekenäs naturum enligt kön.

Upprepande av besök	Män		Kvinnor		Alla	
	st	%	st	%	st	%
första gången	27	52	40	47	70	49
besökt tidigare	25	48	46	53	72	51
<b>Totalt</b>	<b>52</b>	<b>100</b>	<b>86</b>	<b>100</b>	<b>142</b>	<b>100</b>

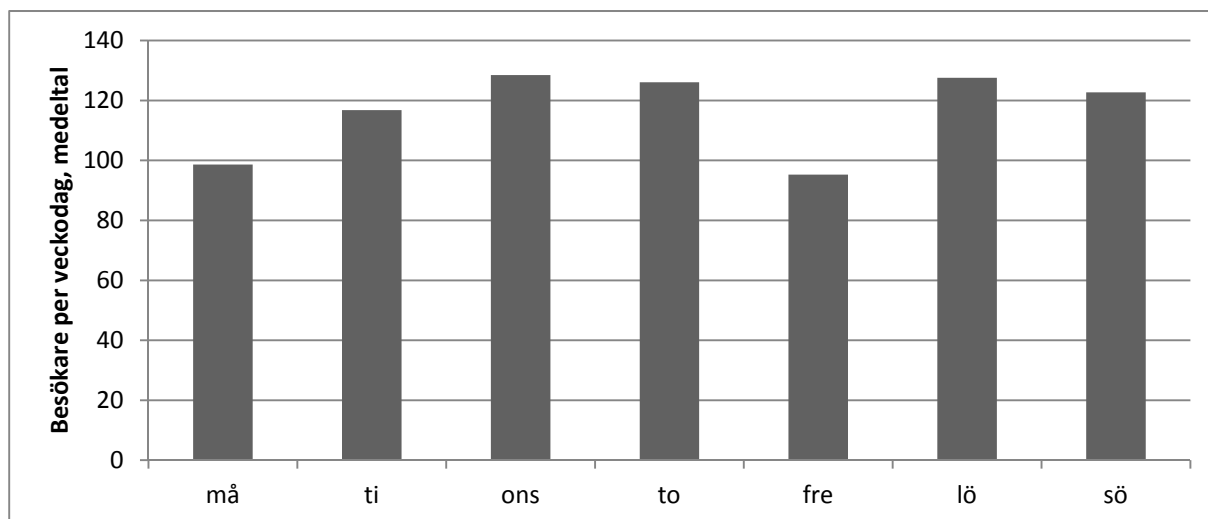
### 3.2.5 Ankomsten till Ekenäs naturum

I planeringen av ett naturums öppethållningstider är det viktigt att veta när de flesta besöken görs. Besöken i naturum registreras automatiskt med hjälp av en räknare, talen skrivs ner varje hel timme och resultaten sparas i Forststyrelsens databas Asta. Räknaren kalibreras med hjälp av manuell räkning av naturumets personal. De flesta besöken i Ekenäs naturum år 2012 gjordes under sommarmånaderna maj, juni, juli och augusti (tabell 18). Juli hade den överlägset högsta besökarmängden. Majoriteten av de svar som samlats in i samband med kundundersökningen ligger under säsongtiden i juli och augusti månad. Raseborg är en kommun med många sommarstugor och har en kort men intensiv turistsäsong under finländarnas semesterperiod. Måndagar och fredagar har varit de enda veckodagarna som i genomsnitt haft under 100 besökare dagligen under säsongtid. Lördagar och onsdagar har varit de populäraste dagarna att besöka Ekenäs naturum (bild 5).

I undersökningen frågades kunderna hur de tagit sig till Ekenäs naturum och vilket fordon som använts på den sista sträckan fram till naturumet. Det vanligaste sättet att ta sig till naturum var med personbil, bil användes av 74 % av kunderna. Bil användes av 65 % som det sista fortkaffningsmedlet fram till naturum. Att de gått en bit av resan anger 21 % och 15 % har gått den sista sträckan till naturumet. 14 % använde motor- eller segelbåt under resan, och 10 % färdades den sista sträckan med båt (tabell 19).

**Tabell 18.** Antalet besökare per månad i Ekenäs naturum år 2012 och antal svar under de månader som kundundersökningen gjordes. Talen inom parentes betyder att naturum var öppet endast för förhandsbokade grupper.

Månad	Antal besökare	Antal svar
Januari	(397)	-
Februari	(381)	-
Mars	(407)	-
April	(394)	-
Maj	1 321	-
Juni	2 183	16
Juli	6 281	58
Augusti	2 334	56
September	365	7
Oktober	395	7
November	370	-
December	500	-
<b>Totalt</b>	<b>15 328</b>	<b>144</b>



**Bild 5.** Genomsnittligt antal besökare under olika veckodagar i Ekenäs naturum under perioden 1.6.–2.9.2012, då naturum var öppet varje dag.

**Tabell 19.** Ekenäs naturums kunders användning av olika fordon på resan till naturumet (n = 144) och vilket fordon de använde på den sista sträckan fram till naturumet (n = 133).

Fordon	Använt under resan (%)	Använt som sista fordon (%)
personbil	74	65
buss	6	1
charterbuss (gruppres)	1	1
tåg	8	3
cykel	1	1
gående	21	15
motorbåt	8	5
segelbåt	6	5
annat	8	5
<b>Totalt (%)</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

### 3.2.6 Informationskälla

Det är viktigt för Forststyrelsen att veta hur kunderna har hittat naturumet och var de fått information om stället. Hela 42 % har svarat att de känt till platsen från tidigare, 28 % svarade att de inte fått någon förhandsinformation alls utan gått in av en slump. Den vanligaste källan av information om naturumet kommer från släktingar eller vänner samt andra bekanta, 22 % av de som svarat säger att deras kännedom om naturumet kommit från släktingar och vänner. En svarade att det var barnet som hade varit i naturumet med skolan tidigare och sedan ville komma tillbaka. Uteskyltar (14 %) och broschyrer (11 %) verkar också vara betydande informationskällor. Endast 3 % av alla som svarat på denna punkt säger att de hittat naturumet via Forststyrelsens hemsidor, och bara 4 % säger att informationen kommit från den lokala turistbyrån (tabell 20).

**Tabell 20.** Svararnas informationskällor om Ekenäs naturum. Man kunde välja flera alternativ.

Informationskälla	st	%
Forststyrelsens informationspunkt eller naturum	4	3
Bekanta, släktingar eller vänner	31	22
Forststyrelsens www-sida (www.metsa.fi eller www.luontoon.fi)	6	4
Andra www-sidor	2	1
Broschyrer eller annat material	15	11
TV/Radioprogram	3	2
Regionens turistinformation	5	4
Regionens företag	1	1
Känner till platsen från förut	59	42
Annat museum	1	1
Uteskyltar	20	14
Reklam	2	1
Ingenstans, kom in av en slump	39	28
Annan	2	1,5
<b>Svar totalt</b>	<b>141</b>	

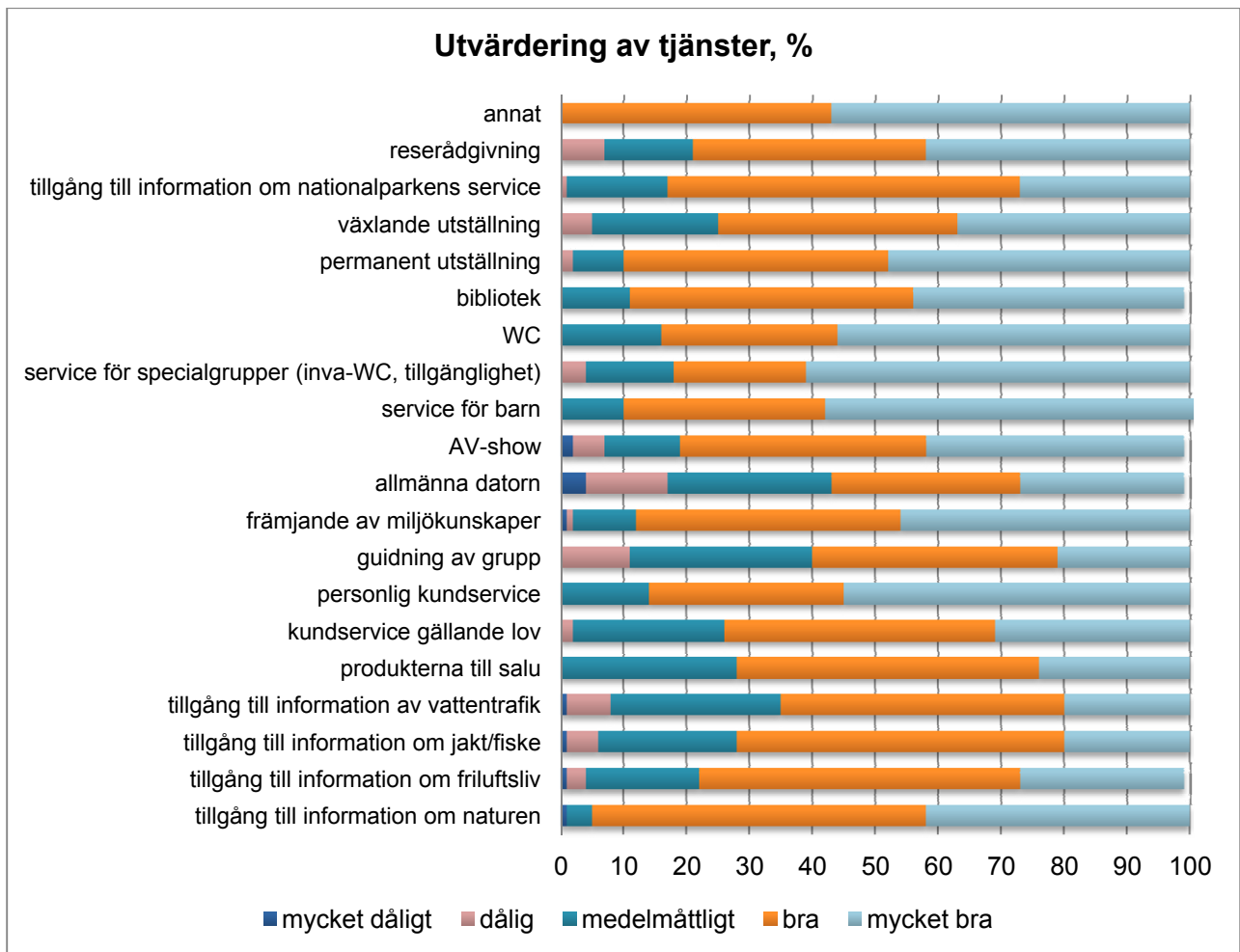
## 3.3 Kundbelåtenhet

### 3.3.1 Kundernas åsikter om naturumet och dess service

Kunderna ombads svara på om de använt olika tjänster och utvärdera deras kvalitet på en skala från 1 = mycket dålig till 5 = mycket bra. Ekenäs naturums tjänster fick generellt höga vitsord och bara mycket få gav vitsordet 1. Service för barn fick det bästa betyget, 4,5 i medeltal. Även personlig kundservice, WC-utrymmen, den permanenta utställningen, service för specialgrupper samt tillgång till information om naturen fick det höga medeltalet 4,4. De svagaste betygen och samtidigt de enda tjänsterna som fick ett medeltal under 4 var den allmänna datorn och tillgång till information om vattentrafik (tabell 21 och bild 6).

**Tabell 21.** Användning av tjänster i Ekenäs naturum, och svarens åsikter om tjänsternas kvalitet. Utvärdering: 1 = mycket dålig, 5 = mycket bra.

Service	Använt och utvärderat		Utvärdering, %					Medeltal	Använde ej
			mycket dålig	dålig	medelmåttlig	bra	mycket bra		
tillgång till information om naturen	136	94	1	0	4	53	42	4,4	8
tillgång till information om friluftsliv	92	64	1	3	18	51	26	4,0	50
tillgång till information av vattentrafik	75	52	1	7	27	45	20	3,8	64
produkterna till salu	103	72	0	0	28	48	24	4,0	33
personlig kundservice	87	60	0	0	14	31	55	4,4	48
främjande av miljö-kunskaper	107	74	1	1	10	42	46	4,3	24
allmänna datorn	23	16	4	13	26	30	26	3,6	102
AV-show	41	28	2	5	12	39	41	4,1	87
service för barn	73	51	0	0	10	32	59	4,5	58
service för specialgrupper (inva-WC, tillgänglighet)	28	19	0	4	14	21	61	4,4	99
WC	80	56	0	0	16	28	56	4,4	57
bibliotek	53	37	0	0	11	45	43	4,3	76
permanent utställning	120	83	0	2	8	42	48	4,4	14
växlande utställning	95	66	0	5	20	38	37	4,1	40
tillgång till information om nationalparkens service	75	52	0	1	16	56	27	4,1	61
reserådgivning	43	30	0	7	14	37	42	4,1	89
annat	7	5	0	0	0	43	57	4,6	40
<b>Svar totalt</b>	<b>144</b>								



**Bild 6.** Svararnas åsikter om kvaliteten på tjänsterna i Ekenäs naturum under i fråga varande besök.

### 3.3.2 Hur bra naturumet lyckades

Hur bra Ekenäs naturum lyckades med att framföra önskad information och med sin service bedömdes på en skala från 1 till 5 (mycket dåligt = 1, ganska dåligt = 2, medelmåttligt = 3, ganska bra = 4 och mycket bra = 5). Det högsta betyget för Ekenäs naturum under sommaren 2012 fick renligheten och funktionaliteten inomhus, med ett medeltal av 4,73 (tabell 22). Sämsta medeltal fick tillgången till information om servicen i förväg, med medeltalet 3,6. Andra områden som fått höga medeltal i förfrågningen är t.ex. hur bra naturumet lyckats uppfylla kundernas förväntningar (4,45), renlighet och funktionalitet utomhus (4,33), hur naturumet lyckades ge kunderna upplevelser (4,32) samt tillgång till för kunderna intressant information (4,25).

**Tabell 22.** Hur bra Ekenäs naturum lyckades med sin service inom olika delområden.

Service eller miljöfaktor	Svar		Utvärdering, %					Medeltal	Standardavvikelse
	n	%	mycket dåligt	dåligt	medelmåttligt	bra	mycket bra		
Renlighet/funktionalitet inomhus	143	99	0	1	2	20	77	4,73	0,53
Uppfyllande av förväntningar	137	95	0	0	8	39	53	4,45	0,64
Uteområdets renlighet/funktionalitet	130	90	0	2	10	42	46	4,33	0,72
Upplevelser	141	98	0	1	12	42	45	4,32	0,71
Tillgång till information som intresserar mig	138	96	0	1	15	41	43	4,25	0,76
Hitta fram	129	90	0	2	24	39	35	4,06	0,83
Produkternas lämplighet	134	93	0	2	33	39	26	3,89	0,82
Information om service i förväg	121	84	4	7	36	33	21	3,60	1,02
<b>Totalt</b>	<b>144</b>								

### 3.3.3 Kundbelåtenhetsindex

Kundbelåtenhetsindexet räknas ut på basen av hur kunderna värderat tjänsternas kvalitet samt hur kunderna bedömt att deras förväntningar uppfyllts. Dessa faktorer värderades på en skala mellan 1–5 och resultaten kan jämföras med såväl det områdesvisa indexet från tidigare år som med det landsomfattande indexet. I det landsomfattande indexet beaktas inte de områdesvisa valfria svarsalternativen. Det områdesvisa indexet ligger i denna undersökning på 4,19 (tabell 23). Ekenäs ligger strax under det landsomfattande indexet 4,22. Om man ser på skilt på de medeltal som ligger bakom indexet är medeltalet för miljö och tjänster 4,16, vilket också ligger aningen under det landsomfattande medeltalet som är 4,23, medan medeltalet för hur väl förväntningarna uppfyllts ligger på samma nivå som det landsomfattande medeltalet, 4,22.

Om man ser närmare på delfaktorerna som inverkar på kundbelåtenhetsindexet har de flesta punkter ett medeltal på 4. De starka sidorna i Ekenäs naturum 2012 verkar ha varit kundservicen riktad till såväl barn och vuxna samt renlighet, medan tillgången på specialinformation samt gruppguidningarna har upplevts som svagare av kunderna. Högst betyg fick funktionalitet och renlighet inomhus (4,73), service för barn (4,49) och uppfyllelse av förväntningar (4,45). Den förnyade permanenta utställningen fick ett medeltal på 4,37. De punkter som fick ett medeltal på under 4 var information gällande jakt och fiske, information om vattentrafik, tillgång till information om friluftsliv, och gruppguidning. Reserådgivning, som inte direkt hör till naturumets huvudsakliga uppgifter, fick ett relativt bra medeltal från kunderna (4,14).

**Tabell 23.** Delfaktorer i kundbelåtenheten och deras medelvärden och kundbelåtenhetsindex (1 = mycket dålig, 5 = mycket bra).

Förväntningar		Tjänster	
funktionalitet/renlighet inomhus	4,73	service för barn	4,49
uppfyllelse av mina förväntningar	4,45	personlig kundservice	4,41
uteområdets funktionalitet/renlighet	4,33	WC-utrymmen	4,40
Ekenäs naturum erbjöd upplevelser	4,32	service för specialgrupper	4,39
tillgång till information som intresserar mig	4,25	permanent utställning	4,37
hitta fram till Ekenäs naturum	4,06	tillgång till information om naturen	4,35
produkternas lämplighet för mina behov	3,89	naturumets bibliotek	4,32
tillgång till information i förväg	3,60	främjande av miljökännedom	4,31
		reserådgivning	4,14
		AV-visning	4,12
		tillgång till information om nationalparkens service	4,08
		växlande utställningar	4,06
		kundservice gällande lov	4,02
		tillgång till information om friluftsliv	3,98
		produkterna till salu i naturum	3,96
		information om jakt/fiske	3,85
		tillgång till information om vattentrafik	3,76
		gruppguidning	3,71
<b>Områdesvist medeltal</b>	<b>4,22</b>		<b>4,16</b>
<b>Jämförande medeltal</b>	<b>4,22</b>		<b>4,23</b>
<b>Områdesvist kundbelåtenhetsindex</b>			<b>4,19</b>
<b>Landsomfattande jämförande kundbelåtenhetsindex</b>			<b>4,22</b>

## 3.4 Valfria frågor

### 3.4.1 Område som kunderna sökte information om

Frågorna om vilka områden kunderna sökte information om saknade färdiga svarsalternativ. Svaren var följaktligen brokiga och i tabell 24a och 24b har svaren delats in i olika grupper. En stor del (25 %) av de som svarat på frågan om närområdet sökte information om Ekenäs, dess historiska stadskärna och museum. 15 % var intresserade av information om skärgården och dess natur, 14 % av Ekenäs skärgårds nationalpark och andra natur- och friluftsområden i närheten, t.ex. Ramsholmen och Källviken. Östersjön i allmänhet intresserade 13 % av svararna, medan 10 % kom specifikt för att uppleva naturumet, dess nya permanenta utställning samt konstutställning. Tio procent av alla som svarat på undersökningen sökte information om ett område annanstans i Finland, men flera svarade inte direkt på frågan utan t.ex. ”natur i allmänhet”. Två svarade Hangö och andra platser som nämndes var Åland, Finska viken, Skärgårdshavet och Riisitunturi.



**Tabell 24a.** Områden i närheten av naturumet (radie ca. 10 km) som svararna sökte information om under besöket i Ekenäs naturum (n = 71).

Område i närheten av naturumet	st	%
Ekenäs, dess gamla stad och museum	18	25
Skärgården och dess natur	11	15
Nationalparken, naturskydds- och friluftsområden	10	14
Östersjön	9	13
Naturumet, dess utställningar	7	10
Vet inte, inget speciellt	6	8
Natur i allmänhet	5	7
Områdets historia	3	4
En av varje: matställen, skarvar, turistbyrå, undervisningsmaterial	4	

**Tabell 24b.** Områden annanstans i Finland som svararna sökte information om under deras besök i Ekenäs naturum (n = 15).

Område annanstans i Finland	st
Natur i allmänhet	4
Hangö	2
En av varje: Åland, Finska viken, Skärgårdshavet, Riisitunturi, vattendrag, vandringsleder, området nordväst om Ekenäs, Östersjön	8

### 3.4.2 Vad som fastnade i minnet av besöket och utställningen

Hela 87 % av svararna nämnde något som fastnat i minnet av besöket och 69 % nämnde något i utställningen som fastnat i minnet. I vissa fall rördes dessa två frågor ihop, och ofta var det något i utställningen som samtidigt var det man kom ihåg från hela besöket. Då det gällde hela besöket nämndes den förnyande utställningen i allmänhet av 42 st men många nämnde också enskilda delar av den, t.ex. fiskebryggan, ljudinspelningarna, sälen och fisketorpet. Renligheten, trivsel och atmosfär nämndes av 23 st. och 18 st. tyckte att naturumets helhet och planeringen av utrymmen var lyckad. Glädjande många (13 st.) nämnde att de fått bra och vänlig service, och lika många tyckte att platsen var mycket barnvänlig (tabell 25). Bara tre hade något negativt som fastnat i minnet, det var hetta, att utställningen var snäv och ytlig, samt att där fanns "oanvända möjligheter". Då det specifikt gällde utställningen "Skärgårdens skiftningar", var det ljuden som nämndes av flest svarare. Det var särskilt undervattensljuden som fastnat i minnet, men också bakgrundsljudmiljön och skärgårdsberättelserna nämndes (tabell 26). Väggen med luckorna där utställningens olika fenomen binds samman nämndes också av många, samt torrakvariet där uppgiften är att hitta de främmande arterna. Andra saker som nämndes av flera var de vackra väggmålningarna, fisketorpet och att utställningen är barninriktad. De få negativa saker som svararna kom ihåg från utställningen var att utställningen var sliten, och att den led av barnsjukdomar.

**Tabell 25.** Vad som fastnade i kundernas minne av besöket i Ekenäs naturum.

<b>Fastnade i minnet av besöket</b>	<b>st</b>
Den förnyade utställningen	42
Renlighet, trivsel	23
Bra helhet, välplanerad	18
Bra och vänlig service	13
Barnvänligt	13
Informationen	8
Väggmålningarna	6
AV, filmer	5
Interaktivitet	5
Fiskeplatsen	5
Ljuden	4
Sälen med näringskedja	3
Önen Ivar	3
Mångsidig	2
Doften	2

**Tabell 26.** Vad som fastnade i kundernas minnet av den permanenta utställningen.

<b>Utställningen</b>	<b>st</b>
Ljuden	12
Väggen med luckor	11
Hitta främmande arter	10
Väggmålningarna	6
Fisketorpet	6
Riktad till barn	5
Fiskebryggan	4
Havspanorama	4
Mycket/passligt med information	4
Sinnesövningar	2
Östersjöns djur	2
Fyren	2
Skärgårdens natur	2
Havet	2
Böcker	2
Film	2

### 3.5 Fritt formulerade åsikter

Totalt skrevs det 18 st fria kommentarer (bilaga 4). Största delen av de fria kommentarerna från kunderna har varit positiva. Kunder tackar naturumet exempelvis för att det finns till, att informationen i utställningen har varit lämplig att närma sig med yngre barn, att barnen fått leka och trivs, att de långa öppettiderna är bra, att personalen är vänlig och miljön är fin.

Som idéer för förbättring erbjöds t.ex. förnyelse av AV-föreställningen ”Skärgårdsbilder” som hängt med ganska länge, en allmän kunddator som man kunde få läsa sin e-post på samt anskaffning av bänkar till naturumets gård. En av de få som hade använt gruppguidningen hade bett om att guiderna skulle ta vara på barnens egna frågor och initiativ och på detta vis få utställningen att vara lite mera interaktiv för barnen i daghemsgrupper.

## 4 Analys av resultaten

### 4.1 Sammandrag

Resultaten visade att ungefär hälften av de tillfrågade hade besökt Ekenäs naturum förut men en stor del var ändå nya kunder som inte har planerat in besöket i naturum på förhand. De flesta kunder besökte eller hade för avsikt att besöka också andra ställen i staden under samma resa, t.ex. gamla stadskärnan och museer. Av svaren besökte 43 % något naturresemål, dvs. skärgård eller naturområde i närheten, av dessa besökte 13 % just Ekenäs skärgårds nationalpark. Största delen av de som deltog i undersökningen var över 45 år och reste i ett sällskap på 2–5 personer bestående av den egna familjen. Majoriteten av de som svarade var kvinnor. Antalet besökare i naturumet var störst i juli och augusti månad, och under dessa månader deltog också flest kunder i enkäten. Majoriteten av besökarna som svarade på enkäten var finländare från huvudstadsregionen och Raseborg. Besökarnas viktigaste aktiviteter i staden och dess närliggande naturområden var att promenera, njuta av naturen och att gå på café. Även naturobservation, simning och att besöka en naturstig var populära aktiviteter.

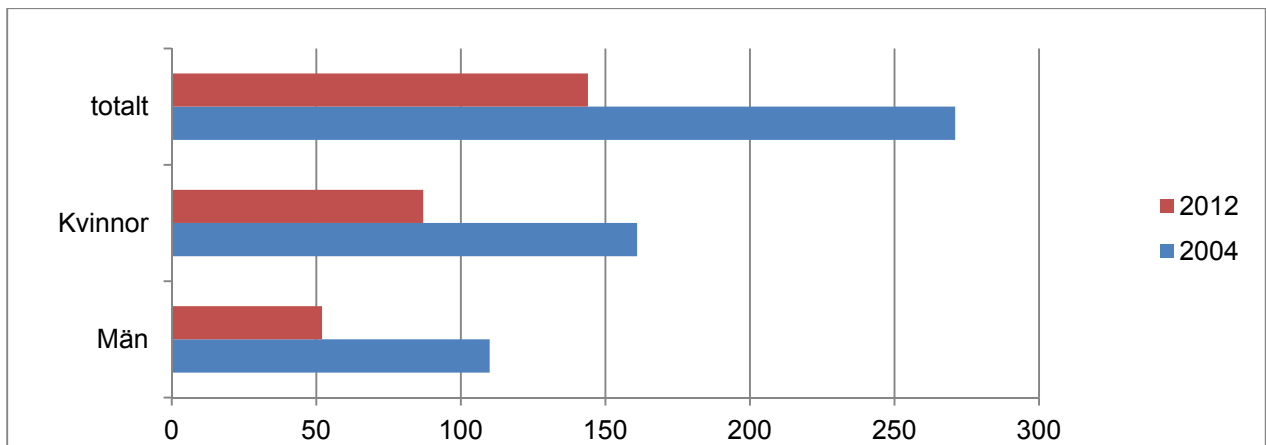
Kunderna var speciellt nöjda med service riktad till barn, service för specialgrupper, personlig kundservice samt med den permanenta utställningen. Naturumets satsning på en ny utställning speciellt riktad till barn och unga verkar alltså ha tagits emot väl. Gruppguidningen, den allmänna datorn samt tillgången till information om vattentrafik fick sämre medeltal och där kan naturumet ännu utveckla sina tjänster. Undersökningsresultaten kommer att användas till att utveckla Ekenäs naturums verksamhet och tjänster mot att bättre motsvara efterfrågan.

### 4.2 Jämförelse med tidigare undersökningar

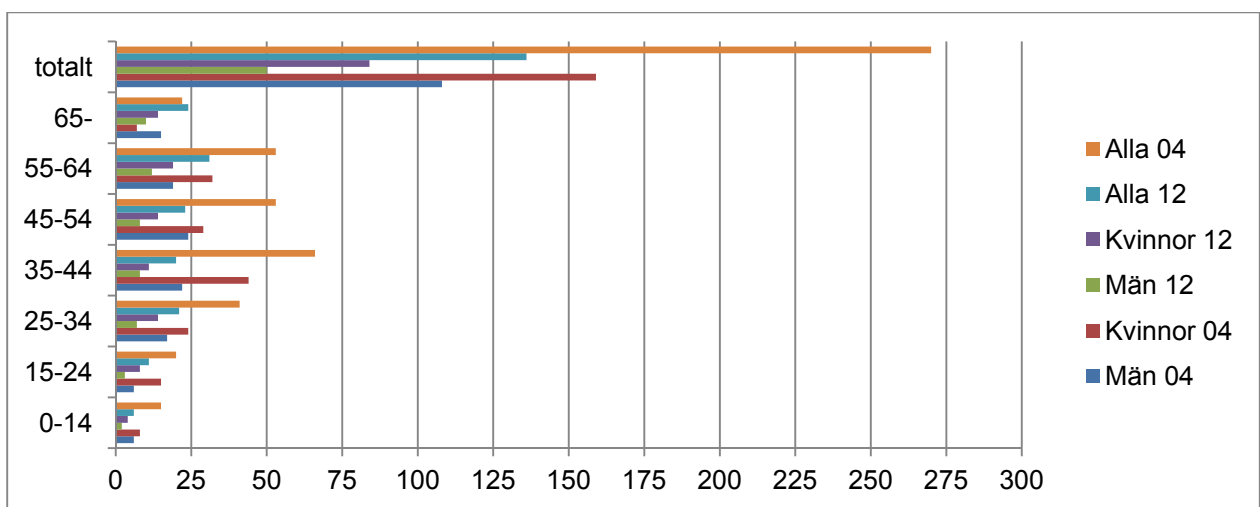
#### 4.2.1 Kundstruktur

Eftersom det är åtta år sedan förra kundundersökningen gjordes och eftersom utställningen förnyats sedan dess, är det intressant att göra en jämförelse mellan resultaten från åren 2004 och 2012. Då man gör jämförelsen måste man ta i beaktande att man år 2004 samlade in 277 svar och 2012 endast 144 st. (bild 7). Från undersökningar med så lågt svarsantal kan man inte dra några kvantitativa slutsatser, men man kan göra kvalitativa jämförelser. Av särskilt intresse är skillnader i kundstrukturen och kundbelåtenheten.

En majoritet av naturumets besökare är kvinnor, enligt både resultat från 2004 och 2012. Då det gäller åldern finns små skillnader i kundstrukturen. Under 2004 har den största åldersgrupp som svarat på undersökningen varit mellan 35–44 år, medan under 2012 var den mest representerade åldersklassen 55–64 år. Under år 2004 verkade det vara kvinnor i åldern 35–44 som aktivast besökte naturumet. Det verkar även finnas andra skillnader mellan åren. Antalet män över åldern av 65 som besökt naturumet var aningen större år 2012 än 2004, medan kvinnor i samma åldersklass visar ett motsatt mönster (bild 8).



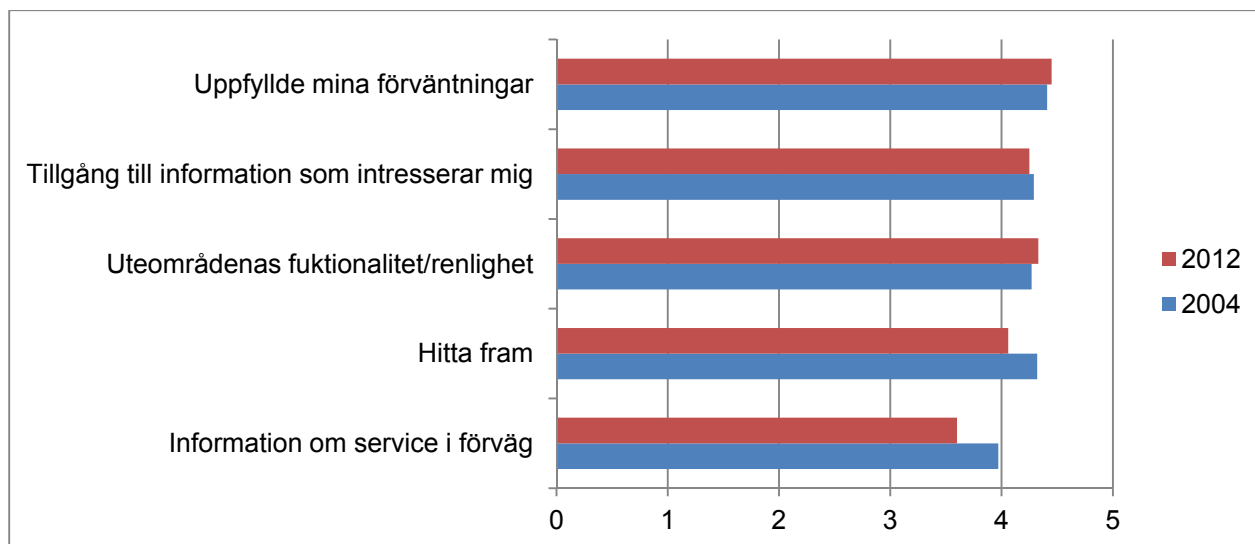
**Bild 7.** Svararnas könsfördelning i undersökningarna år 2004 och 2012.



**Bild 8.** Svararnas åldersfördelning i förhållande till kön åren 2004 & 2012.

#### 4.2.2 Hur bra naturumet lyckades

Det finns endast små skillnader mellan hur bra kunderna anser att naturumet lyckats mellan åren 2004 och 2012 (bild 9). Hur väl förväntningarna uppfylldes, tillgång till intressant information för kunderna samt uteområdenas funktionalitet och renlighet ligger på samma nivå båda åren. Däremot fick Ekenäs naturum år 2012 sämre vitsord för information om service i förväg samt för att hitta fram till naturumet, vilket tyder på att det finns något som kan förbättras då det gäller både marknadsföring och skyltning.



**Bild 9.** Hur bra Ekenäs naturum lyckades med sin service inom olika delområden år 2004 och 2012. Värderingens skala: 1 = mycket dålig, 5 = mycket bra. (2004: n = 270, 2012: n = 144)

#### 4.2.3 Kundernas belåtenhet

Kundbelåtenheten är ett av de mer intressanta områdena att jämföra mellan åren 2004 och 2012. Under våren 2012 skedde många förändringar på naturumet, då utställningen förnyades och kundservicepunkten förnyades. Frågeformulären innehöll inte exakt samma frågor år 2012 som 2004. Även här kommer resultaten att påverkas av skillnaden i antal svar i de två undersökningarna.

Generellt kan man säga att kunderna både år 2004 och 2012 varit nöjda med sitt besök i Ekenäs naturum, indexet var år 2012 4,19 och år 2004 4,34 (tabell 27). Det betyder att år 2004 har Ekenäs naturum legat ovan om det nationella jämförande kundbelåtenhetsindexet, medan år 2012 har den legat på samma nivå eller aningen under. Både år 2004 och 2012 fick den permanenta utställningen ett bra vitsord. Den nya utställningen har alltså tagits väl emot, men det är också intressant att märka att kunderna värdesatte den gamla utställningen trots att den år 2004 redan var 9 år gammal. Skillnader mellan åren kan man se i åsikterna om AV-föreställningen som fick ett högre vitsord under säsong 2004 än säsong 2012. Fastän den är fin och får mycket beröm, är det många som redan sett den flera gånger, och Forststyrelsen planerar att förnya den. Den personliga kundservicen har fått ett högt vitsord, fastän aningen lägre år 2012. Guidning av grupper har kunderna upplevt som bättre under sommaren 2004, även WC samt service för specialgrupper följer samma mönster. Vitsordet för service riktad till barn har i sin tur stigit. Den nya och mer interaktiva utställningen har säkert bidragit till detta, då det finns mer som barnen kan göra. Främjande av miljökunskap och tillgång till information om friluftsmöjligheter har också fått högre vitsord år 2012.

**Tabell 27.** Jämförelse av kundbelåtenhetsindexet och delfaktorerna åren 2004 & 2012.

Förväntningar	Medeltal 2012	Medeltal 2004	Tjänster	Medeltal 2012	Medeltal 2004
funktionalitet/renlighet inomhus	4,73	-	service för barn	4,49 ↑	4,00
uppfyllelse av mina förväntningar	4,45 ↑	4,41	personlig kundservice	4,41 ↓	4,72
uteområdets funktionalitet/renlighet	4,33 ↑	4,27	WC-utrymmen	4,40 ↓	4,56
Ekenäs naturum erbjud upplevelser	4,32	-	service för specialgrupper	4,39 ↓	5,00
tillgång till information som intresserar mig	4,25 ↓	4,29	permanent utställning	4,37	4,37
hitta fram till Ekenäs naturum	4,06 ↓	4,32	tillgång till information om naturen	4,35	-
produkternas lämplighet för mina behov	3,89	-	naturumets bibliotek	4,32	-
tillgång till information i förväg	3,60 ↓	3,97	främjande av miljökännedom	4,31 ↑	4,11
			reserådgivning	4,14	-
			AV-föreställning	4,12 ↓	4,39
			tillgång till information om nationalparkens service	4,08	-
			växlande utställningar	4,06	-
			kundservice gällande lov	4,02	-
			tillgång till information om friluftsliv	3,98 ↑	3,82
			produkterna till salu i naturum	3,96	-
			information om jakt/fiske	3,85	-
			tillgång till information om vattentrafik	3,76	-
			gruppguidning	3,71 ↓	3,96
<b>Områdesvist medeltal</b>	<b>4,22</b>	<b>4,28</b>		<b>4,16</b>	<b>4,23</b>
<b>Jämförande medeltal</b>	<b>4,22</b>	<b>4,26</b>		<b>4,23</b>	<b>4,25</b>
<b>Områdesvist kundbelåtenhetsindex</b>	<b>2012: 4,19 (2004: 4,34)</b>				
<b>Landsomfattande jämförande kundbelåtenhetsindex</b>	<b>2012: 4,22 (2004: 4,26)</b>				

## Tack

Ett stort tack till alla som svarat på denna undersökning och till hela personalen på Ekenäs naturum som hjälpt till att samla in enkäter.

## Källor

Söderlund, E.-L.: Kundundersökning i Ekenäs naturum 2004. – Opublicerat material.

Nyman, H. 2007: Besökarundersökning i Ekenäs skärgårds nationalpark. – Forststyrelsens naturskyddspublikationer. Serie B 106. 50 s.

Raseborgs stads hemsidor. – [www.raseborg.fi](http://www.raseborg.fi).

Weckman A. 2012: Besökarundersökning i Ekenäs skärgårds nationalpark. – Forststyrelsens naturskyddspublikationer. Serie B.



BILAGA 1.

## Ekenäs naturums kundundersökning 2012 samplingsram

<b>Plats</b>	<b>Målgrupp</b>	<b>Svar (mål)</b>	<b>Insamlingsdagar</b>
Ekenäs naturum	Alla kunder från 15 år och uppåt	300	30
<b>Förverkligat</b>		<b>144</b>	<b>39</b>

## Tidtabell för insamling av information

Plats: Ekenäs naturum

Insamlingsdagens längd: 4 h

Mål: 5 blanketter/dag

Eftersom det vissa dagar var svårt att hinna ta kontakt med tillräckligt många kunder, försökte vi istället få så många som möjligt de dagar vi hade tillräckligt många anställda. Vi lade också till insamlingsdagar till den ursprungliga planen.

Juni 2012

dag	6.6	16.6					
st	3	13					
							16

Juli 2012

dag	1.7	2.7	4.7	5.7	9.7	10.7	11.7
st	0	1	10	11	6	6	4
							38

Juli 2012

dag	12.7	13.7	15.7	23.7	24.7	27.7	30.7
st	2	1	2	1	2	7	4
							19

Augusti 2012

dag	31.7	1.8	2.8	3.8	5.8	6.8	8.8
st	1	3	14	12	1	1	2
							34

Augusti 2012

dag	9.8	11.8	13.8	15.8	16.8	18.8	19.8
st	2	1	2	4	3	3	3
							18

Augusti 2012

dag	21.8	23.8	24.8	25.8			
st	1	1	1	2			
							5

September 2012

dag	5.9	12.9	13.9	18.9	3.10	5.10	
st	2	1	2	2	2	1	
							10

Oktober 2012

dag	12.10	17.10	18.10				
st	2	1	1				
							4

**TILLSAMMANS**

**144 st**

### BILAGA 3.

## Svararnas andra resmål

<b>Andra resmål, då Ekenäs naturum varit en av resans mål</b>	<b>st</b>
Hangö	2
Restaurang	2
Lekparken i Ekenäs	4
Raseborgs slottsruiner	3
Närområdets natur eller parker	2
Kyrka	1
Minigolf	1
Åland	1
Fiskars	1
Billnäs	1
Bromarf	1
Karis	1
Friluftsliv	1
Segling längs kusten	1
<b>Totalt</b>	<b>29</b>

## Fritt formulerade åsikter

Typ	Fritt formulerade åsikter
beröm	Hyvää materiaalia myös opetuskäyttöön! kiitos!
beröm	This is a wonderful place. Will visit in future with a better plan.
beröm	Näyttely oli mielenkiintoinen ja aktivoiva. Vakavista asioista oli kerrottu sopivan "kevyellä" tavalla. Hieno näyttely kaikin puolin. Tietoa oli saatavilla sopivasti!
beröm	Brilliant place, keep up the good work!
beröm	Kiitos, että olette Tammissaarella. Meitä on useita perheitä, jotka tulemme joka vuosi tänne uudestaan. Lapset viihtyvät myös aina tuntitolkulla ja nauttivat täällä olost! KIITOS! Yksi toivomus olisi, että olisi kone jolla voisi lukea sähköpostit. Tosi hienoa myös, että saa katsoa sään. Kiitos myös loistavista aukioloajoista! Niin ja elokuvista!
beröm	kiitoksia mukavalle henkilökunnalle
beröm	Fint naturum!
-	Kiitos
förbättringsförslag	Eftersom jag var tillsammans med en daghemsgrupp (förskolebarn) så hade jag önskat att guiden tagit tillvara på barnens initiativ och frågor. Nu blev det lite för mycket "föreläsning" -> engagera gärna barnen så att utställningen blir mera interaktiv.
beröm	Barnen sa att de tyckte så om allt, och att de hade möjlighet at leka var jättefint.
klagomål	Tallentajan lisäys: Kysymyksessä 3 (uteområdets funktion och renlighet) kirjoitettu vastauksen viereen: inga bänkar.
förbättringsförslag	AV-esityksiä voisi uudistaa ja monipuolistaa.
klagomål	Valokuvat jossa esitetään vanhaa kalastusta ja elämää olisivat kiinnostaneet enemmän. Mutta kuvat olivat teknisesti huonoja, olivat liian tummia.
beröm	oli kiva tutustua, mukavat merelliset tilat!
beröm	Kiitos. Itse olen luonto ihmisiä. Hieno paikka.
beröm	Kiitos! Hienoja elämyksiä lapsille.
beröm	Täällä on aina niin kiva vieraila!
beröm	hienot maalaukset näyttelyssä muuttuvasta merestä, kiva kokemus

## Svenskspråkigt frågeformulär



# Ekenäs naturum

## KUNDUNDERSÖKNING 2012

---

---

### Ifyllnadsanvisningar:

Den information vi får genom denna kundundersökning kommer att utnyttjas för att utveckla kundtjänsterna i Ekenäs naturum. Vi hoppas att ni svarar omsorgsfullt på alla frågor på denna blankett och ber er beakta följande anvisningar:

1. Läs frågorna omsorgsfullt.
2. Besvara frågorna **personligen** genom att sätta ett kryss i svars\_cirkel (○) eller för sådana frågors del som kan besvaras med flera alternativ genom att sätta kryss i de svarsrutor (□) ni finner lämpliga. I en del frågor ber vi er skriva ett fritt formulerat svar.
3. Frågorna berör endast dagens besök i Ekenäs naturum.
4. Returnera den ifyllda blanketten till insamlaren av materialet eller till anvisad plats.
5. För ytterligare information vänligen kontakta naturums personal
6. Mellan alla dem som deltar i kundundersökningen utlottas fem böcker eller andra pris. Du kan delta i utlottningen genom att fylla i en skild lottkupong. Vi tar personligen kontakt med vinnarna.

**TACK PÅ FÖRHAND!**

---

---

# Ekenäs naturum

## Kundundersökning 2012

**1. När kom ni till Ekenäs naturum?**  
datum \_\_\_\_\_ och klockslag \_\_\_\_\_

**2. Hur länge vistades ni eller har för avsikt att vistas i Ekenäs naturum i dag?**  
ca \_\_\_\_\_ timmar och \_\_\_\_\_ minuter

**3. Har ni under er resa besökt eller tänkt besöka övriga platser?** (anteckna vid behov flere platser)

Ekenäs skärgårds nationalpark  
 Annat ställe skärgården  
 Hagen-Ramsholmen  
 Västerby friluftsområde  
 Ekenäs stad  
 Ekenäs gamla stad  
 Ekenäs museum  
 Något annat ställe, vilket? \_\_\_\_\_

**4a. Med vilka fortskaffningsmedel färdades du hemifrån till Ekenäs naturum?** (kryssa för alla fordon du använde)

1  bil  
 3  buss  
 4  charterbuss (gruppresa)  
 5  tåg  
 16  gående  
 19  motorbåt  
 20  segelbåt  
 cykel  
 99  annat, vad? \_\_\_\_\_

**4b. Vilket av ovannämnda fordon använde du sist?**  
Anteckna numret -> \_\_\_\_\_

**5. Hurdant resällskap har du?**  
jag är ensam  → gå till fråga 7.

storlek av sällskap \_\_\_\_\_ personer  
 (svarare inberäknad) av vilka  
 under 15-åringar \_\_\_\_\_ personer  
 under 15-åringarnas födelseår \_\_\_\_\_  
 (om alla är i ungefär samma ålder, ange  
 det vanligaste födelseåret) \_\_\_\_\_  
 rörelsehindrade? \_\_\_\_\_ personer

**6. Vad består ditt resällskap huvudsakligen av under detta besök i Ekenäs naturum?**

(välj det bäst beskrivande alternativet)

- den egna familjen  
 andra släktingar  
 vänner  
 arbetskamrater  
 skolklass  
 daghemsgrupp  
 studentgrupp  
 pensionärsgrupp  
 ett programtjänstföretags kunder  
 klubb, förening e.d.  
 något annat, vad? \_\_\_\_\_

**7. Vilket eller vilka områden söker eller sökte du information om under det här besöket i Ekenäs naturum**

närheten av naturumet (inom en radie på 10 km)

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

övriga Finland

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**8. Hur bra tycker du att vi lyckades med följande saker?**

(svara på alla frågor)

(5= mycket bra, 4= ganska bra, 3= varken eller, 2= ganska dåligt, 1= mycket dåligt)

mycket  
bra 5 4 3 2 1 mycket  
dåligt

Tillgången till information om servicen i förväg

Att hitta fram (t.ex. skyltar)

uteområdets funktion och renlighet

fungerande och snyggt naturum

tillgång till för mig viktig information

de saluförda produkterna motsvarar mina behov

mina förväntningar uppfylls

vi erbjöd dig upplevelser

**9. Vad anser du om kvaliteten på de tjänster och produkter du utnyttjade under detta besök i Ekenäs naturum? Var vänlig och gå igenom alla punkter nedan när du utvärderar kvaliteten på de tjänster eller produkter du har använt. Om du inte har utnyttjat i fråga varande tjänst eller produkt under besöket, lämna punkten tom och kryssa för alternativet "använde inte".**

Kvaliteten bedöms på skalan 5 = mycket bra, 4 = tämligen bra, 3 = måttlig 2 = tämligen dålig, 1 = mycket dålig

	kvaliteten av tjänsten eller produkt jag använt					använde inte
	mycket bra			mycket dåligt		
	5	4	3	2	1	
information om naturen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
information om friluftsliv	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
information om fiske eller jakt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Information om vattentrafik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
produkter som säljs i naturumet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kundtjänst som gäller olika tillstånd (fiske, jakt, snöskoteråkning, virkesköp)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
personlig kundtjänst	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
gruppguidningar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
främjande av naturkännedom	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kunddator	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
AV-föreställning	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tjänster för barn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tjänster för specialgrupper (lättframkomlighet, inva-wc m.m.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
WC	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
naturumets handbibliotek	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
basutställning	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
växlande utställning	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
information om nationalparkens service	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
turistrådgivning	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
något annat, vad? _____	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**10. Besökte du eller tänker du besöka Ekenäs skärgårds nationalpark eller något annat utflyktsmål i närheten?**

1  ja      2  nej → gå till fråga 12      Om du svarar ja, vad gjorde du eller tänker du göra? (anteckna vid behov flere platser)

- |  |  |   |
|--|--|---|
| 1 <input type="checkbox"/> promenad            | 10 <input type="checkbox"/> bärplockning                         | 60 <input type="checkbox"/> simning                   |
| 2 <input type="checkbox"/> stavgång            | 11 <input type="checkbox"/> svampplockning                       | 62 <input type="checkbox"/> solbad                    |
| 3 <input type="checkbox"/> joggning            | 12 <input type="checkbox"/> blomstervandringar                   | 63 <input type="checkbox"/> båtliv                    |
| 4 <input type="checkbox"/> friluftsliv         | 13 <input type="checkbox"/> besök som ansluter till undervisning | 64 <input type="checkbox"/> paddling                  |
| 5 <input type="checkbox"/> naturobservation    | 15 <input type="checkbox"/> naturfotografering                   | 83 <input type="checkbox"/> bekanta sig med naturstig |
| 6 <input type="checkbox"/> utflykt med matsäck | 18 <input type="checkbox"/> promenad med hunden                  | 88 <input type="checkbox"/> bekanta sig med kulturarv |
| 7 <input type="checkbox"/> cykling             | 19 <input type="checkbox"/> orientering                          | 105 <input type="checkbox"/> café- eller kioskbesök   |
| 8 <input type="checkbox"/> fiske               | 20 <input type="checkbox"/> tältning                             | 111 <input type="checkbox"/> stugliv                  |
| 9 <input type="checkbox"/> fågelskådning       | 56 <input type="checkbox"/> njutande av naturen                  | 999 <input type="checkbox"/> annat, vad? _____        |

**Vilket av de alternativ du valt var eller är enligt din åsikt allra viktigast under detta besök?**

anteckna det allra viktigaste alternativs nummer → [ \_\_\_\_\_ ]

**12. Hur ofta har du besökt Ekenäs naturum före detta besök?**

detta är första besöket

under senaste två år \_\_\_\_\_ gånger

**13. Är Ekenäs naturum under denna resa ...**

det enda eller viktigaste målen för resan?

ett av de planerade målen för resan?

De övriga målen är : \_\_\_\_\_

ett på förhand oplanerat mål under resan?

Huvudmål/målen för resan är: \_\_\_\_\_

**14. Varifrån fick du främst information om Ekenäs naturum? (antäckna flere alternativ vid behov)**

- från ett annat naturum eller kundservicepunkt
- av bekanta, vänner eller släktingar
- från webbsidor av Forststyrelsen (www.metsa.fi tai www.utinaturen.fi)
- från andra webbsidor
- broschyrer eller guider (Retkeilyopas, m.m.)
- från TV/ radio eller tidningsartiklar
- från närområdets turistbyrå eller -info
- från närområdets företagare (programtjänst, inkvartering)
- platsen är bekant från tidigare
- från ett annat museum
- skyltar
- från reklam
- av en slump
- från annat håll, vilket \_\_\_\_\_

**15a Vad fastnade först och främst i minnet av besöket i naturumet?**

\_\_\_\_\_

**15b Vad fastnade först och främst i minnet av naturumets utställningar?**

\_\_\_\_\_

**16. Ditt postnummer och ditt permanenta bostadskommun?**

[ \_ \_ \_ \_ \_ ] \_\_\_\_\_

**17. Kön?**  man  kvinna

**18. Födelseår?** [ \_ \_ \_ \_ ]

**19. Yrkesutbildning? (antecnkä högsta nivå)**

- yrkeskola
- examen på institutnivå
- lägre universitets- eller högskoleexamen
- högre universitets- eller högskoleexamen
- ej yrkesinriktad examen

**TACK FÖR DITT SVAR!!**

Om du har andra funderingar som du vill framföra, du kan skriva den här

---

---

---

---



# Nyaste Forststyrelsens naturskyddspublikationer

## Serie A

- No 201 Vuori, H., Kareksela, S., Haapalehto, T. & Kotiaho, J. S. 2013: Ravinnetason ja ojituksen vaikutus suokasvillisuuden monimuotoisuuteen ja lajikoostumukseen. 39 s.
- No 202 Salla, A. 2013: Sipoonkorven kansallispuiston geologiset luontokohteet. 29 s.
- No 203 Kuntsi, S. & Toivanen, T. 2013: Lahopuun lisäyksen vaikutus kovakuoriaislajistoon. 34 s.
- No 204 Niemi, M. & Nyman, M. 2013: Valkohäntäpeuran ekologiset ja sosiaaliset vaikutukset Tammissaaren saariston kansallispuistossa ja sen lähialueilla. 52 s.
- No 205 Niemi, M. & Nyman, M. 2013: Vitsvanshjortens ekologiska och sociala verkningar i Ekenäs skärgårds nationalpark och dess närområden. 50 s.

## Serie B

- No 183 Konttinen, T. & Saari, H. 2013: Haapakeitaan soidensuojelun alueen kävijätutkimus 2012. 33 s.
- No 184 Metsähallitus 2013: Metsähallituksen julkisten hallintotehtävien tilinpäätös ja toimintakertomus 2012. 70 s.
- No 185 Koskeli, A. & Nieminen, E. 2013: Ruunaan luontotalon asiakastutkimus 2011. 44 s.
- No 186 Siekkinen, S. & Nieminen, E. 2013: Luontokeskus Ukon asiakastutkimus 2010–2011. 51 s.
- No 187 Nivunkijärvi, M., Ylläsjärvi, J. & Saarensalmi, R. 2013: Pallas–Yllästunturin kansallispuiston yritystutkimus 2011. 56 s.
- No 188 Aapala, K., Similä, M. & Penttinen, J. (toim.) 2013: Ojitettujen soiden ennallistamisopas. 301 s.
- No 189 Kyrönviita, M. 2013: Helvetinjärven kansallispuiston kävijätutkimus 2012. 63 s.
- No 190 Sutela, J. 2013: Itäisen Suomenlahden kansallispuiston kävijätutkimus 2012. 61 s.
- No 191 Olin, K. 2013: Kevon luonnonpuiston kävijätutkimus 2013. 70 s.
- No 192 Weckman, A. 2013: Besökarundersökning i Ekenäs skärgårds nationalpark 2012. 41 s.
- No 193 Nyström, J. & Kempe, R. 2013: Kundundersökning i Ekenäs naturum 2012. 40 s.

## Serie C

- No 122 Metsähallitus 2012: Teijon retkeilyalueen ja Natura 2000 -alueen hoito- ja käyttösuunnitelma 2011–2026. 112 s.
- No 123 Lapin ympäristökeskus 2012: Kilpiaavan hoito- ja käyttösuunnitelma. 60 s.
- No 124 Piironen, A. 2012: Eteläisen Kaupunginlahden ja Pohjoislahden–Tiilitehtaanmäen alueen pienpetojen pyyntisuunnitelma. 36 s.
- No 125 Forststyrelsen & Nylands miljöcentral 2012: Skötsel- och användningsplan för Ekenäs och Hangö östra skärgård. 136 s.

ISSN-L 1235-8983  
ISSN 1799-5388 (verkkajulkaisu)  
ISBN 978-952-295-042-0 (pdf)

[julkaisut.metsa.fi](http://julkaisut.metsa.fi)