

Kaisa Korpisaari

KESTÄVÄ LIIKKUMINEN MATKAILUSSA

Särkänniemen alueelle Tampereen ulkopuolelta saapuvien kestävän matkaketjun mahdollistaminen

Diplomityö
Informaatioteknologian ja viestinnän tiedekunta
Tarkastaja: Tutkijatohtori Kirsikka Kaipainen
Tarkastaja: Professori Kaisa Väänänen
Huhtikuu 2021

TIIVISTELMÄ

Kaisa Korpisaari: Kestävä liikkuminen matkailussa – Särkänniemen alueelle Tampereen ulkopuolelta saapuvien kestävän matkaketjun mahdollistaminen

Diplomityö

Tampereen yliopisto

Tietotekniikan DI-tutkinto-ohjelma

Huhtikuu 2021

Matkailusektorin hiilidioksidipäästöjä on kiireellinen tarve vähentää haitallisten ympäristövaikutusten pienentämiseksi. Koska esimerkiksi kulkuneuvoihin liittyvä teknologia ei kehity tarpeeksi nopeasti, on tarpeen saada aikaan muutoksia ihmisten matkailukäyttäytymisessä ja kulkuneuvovalinnoissa. Tässä tutkimuksessa tarkastellaan suomalaisten kotimaanmatkailijoiden liikkumistottumuksia ja saapumista Särkänniemen huvipuistoalueelle Tampereelle, sekä suunnitellaan kestävää saapumista tukeva palvelukonsepti ja prototyyppi. Tällä hetkellä noin 80 % vierailijoista saapuu Särkänniemeen omalla autolla, ja vierailijoita haluttaisiin ohjata kestävämpään saapumiseen. Tutkimuksessa keskitytään Tampereen ulkopuolelta saapuviin vierailijoihin.

Ensimmäisen tutkimuskysymyksen tarkoituksena oli tutkia, mitkä tekijät vaikuttavat matkailijoiden kulkuneuvovalintoihin. Tekijöitä selvitettiin kirjallisuuskatsauksen sekä käyttäjätutkimuksen avulla. Tehty käyttäjätutkimus koostui kolmesta vaiheesta. Särkänniemen vierailijoita haastateltiin paikan päällä syyslomalla 2020 järjestetyn tapahtuman aikana. Haastatteluun vastasi kahtena eri päivänä yhteensä 62 seuruetta. Syvällisempää tietoa tuovia ennalta sovittuja haastatteluja järjestettiin neljä kappaletta Tampereen ulkopuolella asuvien osallistujien kanssa, jotka olivat vierailleet Särkänniemessä edellisenä kesänä. Haastattelujen lisäksi tietoa saatiin analysoimalla Kestävän matkailun hub -hankkeen loppukesästä 2020 keräämää kyselyaineistoa. Tutkimuksen perusteella selvisi, että autoa suositaan erityisesti sen helppouden ja joustavuuden sekä julkisen liikenteen puutteiden takia. Muita vaihtoehtoja ei yleensä harkita, eivätkä matkailijat juurikaan mieti kulkuneuvovalintojensa ympäristövaikutuksia.

Toisen tutkimuskysymyksen avulla pyrittiin selvittämään, millainen matkan suunnittelun ja lippujen oston palvelu parhaiten ohjaisi käyttäjiä kestäviin valintoihin. Ajatuksena oli siis jo tutkimuksen alussa suunnitella palvelua, joka yhdistää matka- ja pääsylippujen oston. Käyttäjätutkimuksen perusteella todettiin, että palvelu voisi kiinnostaa vierailijoita, joten palvelukonseptia kehitettiin pidemmälle. Kehitetystä konseptista asiakkaalle esitetään julkista liikennettä hyödyntävä reititiedotus Särkänniemen verkkosivuilla pääsylippujen oston yhteydessä, ja asiakas voi halutessaan samalla ostaa matkaliput. Palvelun havainnollistamiseksi ja arvioimiseksi tehtiin interaktiivinen prototyyppi, jossa edellä mainitut ominaisuudet ja palvelusta kertova etusivun mainos on lisätty Särkänniemen verkkosivuille. Konseptia ja prototyypin toteutusta evaluoitiin käyttäjätestauksen avulla. Testaus koostui testitehtävistä, jotka osallistujat pyydettiin suorittamaan prototyypillä, sekä tehtävien jälkeisestä haastattelusta. Evaluointeihin osallistui kuusi osallistujaa, jotka asuivat Tampereen ulkopuolella ja joiden perheeseen kuului ainakin yksi alle 15-vuotias lapsi.

Evaluoinnin perusteella palvelulla voitaisiin saavuttaa joitakin muutoksia vierailijoiden saapumisvalinnoissa, mutta toivottua vähemmän: kaksi Pirkanmaalla asuvaa osallistujaa uskoi, että palvelu voisi saada heidät saapumaan Särkänniemeen julkisilla, mutta neljä muuta osallistujaa valitsisi edelleen oman auton. Kyseisen palvelun lisäksi olisikin siis hyvä kehittää myös muita ratkaisuja, jotka saisivat myös kauempaa tai huonompien julkisten yhteyksien päästä saapuvat vierailijat valitsemaan julkiset kulkuneuvot. Mahdollisia ratkaisuja ovat useampia palveluita yhdistävät matkapaketit ja etäparkit. Palvelua tulisi kaikissa tapauksissa mainostaa laajasti, jotta tieto saavuttaisi vierailijat jo ennen vierailupäätöstä. Matkaosuuden elämyksellisyyden korostaminen sekä alennukset matkalipuissa voisivat lisätä palvelun houkuttavuutta. Myös opastuksen tulisi olla riittävää ja selkeää koko palvelun osalta, jotta vaihtoehto pystyisi vastaamaan auton tarjoamaan helppouteen sekä mielikuvissa että käytännössä.

Avainsanat: kestävä matkailu, kotimaan matkailu, kestävyys, matkaketju, julkinen liikenne, vakuuttava suunnittelu, palvelumuotoilu

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck –ohjelmalla.

ABSTRACT

Kaisa Korpisaari: Sustainable transportation in tourism – Enabling sustainable trip chains for Särkänniemi area visitors coming from outside of Tampere
Master of Science Thesis
Tampere University
Master's Programme in Information Technology
April 2021

There is an urgent need to reduce the CO₂ emissions caused by tourism to decrease the negative effects on the environment. Because the vehicle-related technological development, for example, is not fast enough, it is needed for changes to happen in people's travel behaviour and vehicle choices. In this study the travel habits of Finnish domestic tourists and their arriving to Särkänniemi amusement park area are studied, and a service and a prototype to support sustainable arrival are designed. Now around 80 % of the visitors arrive to Särkänniemi by car and there is a desire to guide the visitors towards more sustainable arrival. The study focuses on visitors coming from outside of Tampere.

The first research question examined which factors affect the vehicle choices of tourists. The factors were studied through a literature review and a user research. The user research consisted of three phases. Särkänniemi visitors were interviewed on-site during an event held on the autumn holiday of 2020. A total of 62 parties took part in the interviews on two different days. Four in-depth, pre-planned interviews were conducted with participants who lived outside of Tampere and had visited Särkänniemi the previous summer. In addition to the interviews, survey results collected by Kestävän matkailun hub -hanke (Sustainable Tourism Hub Project) in late summer 2020 were analysed. The study revealed that the car is favoured especially because of its easiness and flexibility, and shortcomings in the public transport. Other options are not usually considered, and the tourists do not think much about the environmental impacts of their vehicle choices.

The purpose of the second research question was to find out which kind of service for trip planning and buying the tickets would most effectively guide the users to make sustainable choices. So, from the beginning of the study the idea was to design a service that would combine buying both transport and entrance tickets. Based on the user research there could be interest in such a service, so the service concept was developed further. In the designed concept, a trip suggestion using public transport is presented to the customer when they are on the Särkänniemi website buying entrance tickets, and if the customer wishes they can buy the transport tickets at the same time. In order to illustrate and evaluate the service, an interactive prototype was created in which the above-mentioned features and a front-page advertisement about the service were added to the Särkänniemi website. The concept and the prototype implementation were evaluated through user testing. The testing consisted of tasks that participants were asked to perform with the prototype, as well as a post-task interview. The evaluations involved six participants who lived outside of Tampere and had at least one child under the age of 15 in their family.

Based on the evaluation, some changes in the visitors' choices could be achieved with the service, but less than what is desired: two participants living in Pirkanmaa region thought that the service could make them take the public transport to get to Särkänniemi, but the other four would still choose their own car. In addition to the service described, it would therefore be advisable to also develop other solutions that would encourage visitors coming from further afield or with poorer public connections to choose public transport. Possible solutions include travel packages combining more services, and remote parking. In all cases, the service should be widely advertised so that the information reaches the visitors even before the decision to visit is made. Emphasizing the experiential trait of the travel part and discounts on the transport tickets could make the service more appealing. The guidance should also be sufficient and clear throughout the whole service, so that it could measure up to the ease of the car in both impression and practice.

Keywords: sustainable tourism, domestic tourism, sustainability, trip chain, public transport, persuasive design, service design

The originality of this thesis has been checked using the Turnitin OriginalityCheck service.

ALKUSANAT

Tämä diplomityö on tehty osana Tampereen yliopiston tietotekniikan DI-tutkintoa poikkeuksellisenä lukuvuonna 2020-2021. Haluan kiittää Kestävän matkailun hub -hanketta sekä Tampereen Särkänniemi Oy:tä, jotka ovat tukeneet itsenäisenä työnä tehtyä tutkimustani esimerkiksi avustamalla tutkimuksen osallistujien rekrytoimisessa.

Lämmin kiitos työni ohjaajalle, tutkijatohtori Kirsikka Kaipaiselle mielekkään aiheen tarjoamisesta, mielenkiinnosta työtäni kohtaan sekä kaikesta avusta ja ohjauksesta koko prosessin ajan. Neuvosi ja kommenttisi olivat minulle hyvin arvokkaita ja auttoivat suuresti työn eteenpäin viemisessä.

Haluan kiittää myös ystäviäni ja perhettäni kaikesta tuesta ja kannustuksesta paitsi diplomityötä tehdessä, myös koko opintojeni ajan. Opiskelukaverit, olette tarjonneet korvaamatonta vertaistukea, ja TTY:n ulkopuoliset ystävät, olette muistuttaneet keskittymään välillä myös elämän muihin puoliin.

Jaakko, kiitos jokapäiväisestä tuesta, lukemattomista oikoluvuista ja loputtomasta tsemppauksesta. Uskoit työni valmistumiseen aina silloinkin, kun se itselleni tuntui ylivoimaiselta. Huono huumorisi toi päiviini tärkeää kevennyttä. Tehdessämme diplomitöitämme samaan aikaan pääsimme kokemaan myös nämä epätoivot ja onnistumiset yhdessä.

Näiden nuoruuden lempikirjasarjani sanojen siivittämänä valmistaudun uuteen, pian koitettavaan elämänvaiheeseen:

”Minusta tuntuu että me ollaan kasvettu kokopäiväisen opiskelun ohi. -- On aika kokeilla kykyjämme oikeassa elämässä, vai mitä?” (*Fred Weasley teoksessa Harry Potter ja Feeniksin kilta, J.K. Rowling, suom. Jaana Kapari*)

Tampereella, 25.4.2021

Kaisa Korpisaari

SISÄLLYSLUETTELO

| | | |
|-------|---|----|
| 1. | JOHDANTO | 1 |
| 2. | LIKKUMINEN OSANA KESTÄVÄÄ MATKAILUA | 3 |
| 2.1 | Kulkuneuvon valintaan vaikuttavat tekijät..... | 3 |
| 2.1.1 | Matkustajaan liittyvät tekijät | 4 |
| 2.1.2 | Kulkuneuvon liittyvät tekijät | 5 |
| 2.1.3 | Matkaan liittyvät tekijät..... | 6 |
| 2.1.4 | Ympäristöystävällisyyteen liittyvät asenteet ja käyttäytyminen | 7 |
| 2.2 | Mahdolliset vaikutuskeinot matkailukäyttämisen muuttamiseksi | 9 |
| 2.2.1 | Matkapaketit ja kohdentaminen..... | 9 |
| 2.2.2 | Tiedotus ja kampanjat..... | 11 |
| 2.2.3 | Digitaaliset ratkaisut: mobiilisovellukset | 12 |
| 3. | TAMPEREEN JA SÄRKÄNNIEMEN ALUEEN NYKYTILANNE JA KEHITYSSUUNNITELMAT..... | 16 |
| 3.1 | Hub-hankkeen työpaja..... | 18 |
| 4. | KÄYTTÄJÄTUTKIMUS..... | 20 |
| 4.1 | Menetelmät..... | 20 |
| 4.1.1 | Lyhyet haastattelut Särkänniemessä..... | 20 |
| 4.1.2 | Pidemmät käyttäjähaastattelut | 21 |
| 4.1.3 | Kyselytutkimus..... | 22 |
| 4.2 | Tulokset..... | 24 |
| 4.2.1 | Lyhyet haastattelut Särkänniemessä..... | 24 |
| 4.2.2 | Pidemmät käyttäjähaastattelut | 25 |
| 4.2.3 | Kyselytutkimus..... | 30 |
| 4.3 | Käyttäjätutkimuksen tulosten yhteenveto | 35 |
| 5. | PROTOTYYPPI JA SEN ARVIOINTI | 37 |
| 5.1 | Persoonat..... | 37 |
| 5.2 | Konsepti | 39 |
| 5.3 | Prototyyppi | 40 |
| 5.4 | Prototyypin arviointi | 45 |
| 5.4.1 | Menetelmä..... | 45 |
| 5.4.2 | Tulokset..... | 47 |
| 6. | JOHTOPÄÄTÖKSET JA TYÖN ARVIOINTI..... | 53 |
| 6.1 | Prototyypin evaluoinnin tulosten pohdinta ja päätelmät..... | 53 |
| 6.2 | Tutkimuksen arviointi ja jatkotutkimustarpeet..... | 56 |
| 7. | YHTEENVETO..... | 59 |

| | |
|--|----|
| LÄHTEET | 61 |
| LIITE A: KÄYTTÄJÄTUTKIMUKSEN HAASTATTELURUNKO | 65 |
| LIITE B: HUB-HANKKEEN KYSELYYN VASTANNEIDEN KÄYTTÄMÄT KULKUNEUVOT | 66 |
| LIITE C: PALVELUN KOKEMUSMATKA | 67 |
| LIITE D: PROTOTYYPPIIN TOTEUTETTU SAAPUMISOHJE | 68 |
| LIITE E: KÄYTTÄJÄTESTAUKSEN TEHTÄVÄT JA HAASTATTELURUNKO | 70 |

KUVALUETTELO

| | |
|---|----|
| <i>Kuva 1: Karttakuva Tampereen keskustasta</i> | 16 |
| <i>Kuva 2: Alueen tulevat uudistukset (Uudistuva Särkänniemen alue -tiekartta 2020)</i> | 18 |
| <i>Kuva 3: Persoona 1 – Tiina Tiedostava</i> | 37 |
| <i>Kuva 4: Persoona 2 – Anna Autoilija</i> | 38 |
| <i>Kuva 5: Verkkosivujen lippukaupan prototyypin navigaatiomalli</i> | 40 |
| <i>Kuva 6: Palvelun mainos prototyypin etusivulla</i> | 41 |
| <i>Kuva 7: Lippukaupan aloitussivu</i> | 42 |
| <i>Kuva 8: Lippukaupan reittiehdotus, lähtöpaikkana Espoo</i> | 43 |
| <i>Kuva 9: Pääsylippujen valinta lippukaupassa</i> | 44 |

TAULUKKOLUETTELO

| | |
|--|-----------|
| <i>Taulukko 1: Haastateltavien taustatiedot</i> | <i>22</i> |
| <i>Taulukko 2: Kyselyyn vastanneiden taustatiedot, n = 382.....</i> | <i>23</i> |
| <i>Taulukko 3: Kyselyyn vastanneiden viimeisimpään vierailuun liittyvät tiedot</i> | <i>31</i> |
| <i>Taulukko 4: Käyttäjätestauksen osallistujien taustatiedot.....</i> | <i>46</i> |
| <i>Taulukko 5: Koonti tutkimuksen perusteella suositeltavista ominaisuuksista ja jatkotutkimuskohteista.....</i> | <i>58</i> |

1. JOHDANTO

Turismi aiheuttaa noin viisi prosenttia ihmisten aiheuttamista hiilidioksidipäästöistä, ja näistä päästöistä noin 75 prosenttia aiheutuu matkailijoiden liikkumisesta. Näihin liikkumisen päästöihin lukeutuvat matkustaminen kohteeseen ja takaisin, liikkuminen kohteissa sekä erilaiset kulkuneuvoja hyödyntävät elämykset. (Gross & Grimm 2018) Sen lisäksi, että kuljetus on olennainen osa matkailun arvoketjua, se on myös kriittisessä roolissa matkailun ympäristövaikutusten muuttamisessa (Reilly et al. 2010). Liikennesektorilla on kiireellinen tarve vähentää sen hiilidioksidipäästöjä ja muita kielteisiä vaikutuksia, kuten muita pakokaasupäästöjä, meluhaittaa ja maankulutusta. Kasvavan liikennemäärän, hitaan teknisen edistyksen ja vähäisen tehokkuuden parantamisen vuoksi muutokset käyttäytymisessä ovat ratkaisevan tärkeitä. (Prillwitz & Barr 2011) Päästöjen vähentämiseksi on tarpeen tehdä rakenteellisia muutoksia, kuten vähentää matkojen määrää, viipyä kohteessa pidempi aika ja suosia kestävämpiä liikennemuotoja (Scott et al. 2010). Jotta ymmärrettäisiin, miten kulkuneuvon valintaan voidaan vaikuttaa, on tärkeää ymmärtää, millä perusteilla matkailijat tämän valinnan tekevät (Hergesell 2017).

Tässä työssä tarkastellaan kestävämmän matkailun saavuttamista matkailijoiden valintoihin vaikuttamisen näkökulmasta. Näin ollen esimerkiksi erilaiset rajoitustoimet tai kulkuneuvojen teknologinen kehitys jäävät tutkimuksen ulkopuolelle. Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää erityisesti digitaalisten palveluiden mahdollisuuksia vaikuttaa matkailijoiden kulkuneuvovalintoihin. Työn aihepiirinä on kotimaan matkailu ja tarkempana aiheena Tampereen Särkänniemen huvipuistoalueelle saapuminen. Tällä hetkellä valtaosa Särkänniemen vierailijoista saapuu alueelle omalla henkilöautolla. Työn lähtökohdana on idea palvelusta, josta voisi yhdistetysti ostaa sekä pääsy- että matkaliput vierailua varten. Tutkimus on rajattu Tampereen ulkopuolelta saapuviin matkailijoihin, ja tarkastelun kohteena on koko matkaketju kotiovelta huvipuistoalueelle.

Särkänniemen alueelle on suunnitteilla suuria uudistuksia lähitulevaisuudessa. Alueesta on tarkoitus kehittää elämiskokonaisuus, joka sisältää Särkänniemen huvipuiston lisäksi esimerkiksi uusia ravintoloita, kylpylähotellin sekä Järviluontokeskuksen. Alue on suunnattu sekä kaupunkilaisille että kauempaa tuleville matkailijoille, ympäri vuoden. Suunnitelmien perustana on toiminut pyrkimys ekologiseen, sosiaaliseen ja taloudelliseen kes-

tävytyteen. (Uudistuva Särkänniemen alue -tiekartta 2020) Kestävyystavoitteet ovat linjassa Tampereen kaupungin strategian kanssa, jossa yksi asetetuista tavoitteista on hiilineutraalius vuoteen 2030 mennessä (Tampereen strategia 2030).

Tutkimuksen alussa asetetut tutkimuskysymykset ovat:

1. Mitkä tekijät vaikuttavat kulkuvälineen valintaan kotimaan matkailussa?
2. Millainen matkan suunnittelun ja lippujen oston palvelu parhaiten ohjaisi käyttäjiä kestäviin valintoihin?

Ensimmäisen tutkimuskysymyksen tarkoituksena on selvittää ihmisten matkailukäyttämistä ja tärkeimpiä kulkuneuvon valintaan vaikuttavat tekijöitä, jotta ymmärretään, miten näihin matkailijoiden valintoihin voitaisiin vaikuttaa. Tähän kysymykseen etsitään vastausta kirjallisuuskatsauksen sekä käyttäjätutkimuksen avulla. Kirjallisuuskatsauksessa tarkastellaan tutkimusta myös ulkomaanmatkailusta ja arjen liikkumisesta. Käyttäjätutkimus koostuu paikan päällä Särkänniemessä tehdyistä lyhyistä haastatteluista, syvällisemmistä kohderyhmän haastatteluista sekä kyselyaineistosta.

Kerätyn ja analysoidun tiedon pohjalta suunnitellaan pidemmälle palvelukonseptia matka- ja pääsylippujen oston yhdistämisestä, ja palvelua kuvaamaan tehdään interaktiivinen prototyyppi. Konseptia ja sen prototyyppiä arvioidaan käyttäjätestauksen avulla. Arvioinnin tulosten avulla sekä yhdistämällä niitä tutkimuksen aiempiin tuloksiin vastataan toiseen tutkimuskysymykseen.

Seuraavassa luvussa tutustutaan aiempaan tutkimukseen aiheesta sekä sovelluksiin, joilla on pyritty vaikuttamaan kulkuneuvovalintoihin arkikontekstissa. Sen jälkeen kolmannessa luvussa tarkastellaan Särkänniemen alueen ja Tampereen tämänhetkistä tilannetta sekä alueelle suunniteltuja muutoksia. Neljännessä luvussa esitellään tehdyn käyttäjätutkimuksen menetelmät ja tulokset. Suunniteltu palvelu, prototyypin toteutus sekä niiden arvioinnin menetelmät ja tulokset esitetään luvussa viisi. Kuudennessa luvussa muodostetaan tutkimuksesta tehtävät johtopäätökset ja suositukset tulevalle kehitykselle. Luvussa myös arvioidaan työn onnistumista. Viimeisessä seitsemännessä luvussa esitetään tutkimuksen yhteenveto.

2. LIKKUMINEN OSANA KESTÄVÄÄ MATKAILUA

Liikkuminen on tärkeä osa matkailun arvoketjua: se mahdollistaa turistien pääsyn matkakohteen ympäristö- ja kulttuurikohteisiin. Liikkumisen päästöjen hallinta kuitenkin asettaa arvoketjulle haasteen. (Reilly et al. 2010) Koska matkailua ei voi toteuttaa ilman liikkumista paikasta toiseen, on tärkeää löytää keinoja negatiivisten ympäristövaikutusten pienentämiseen.

Muun muassa suurempi matkojen määrä henkilöä kohden ja myös kehittyvien maiden väestön paremmat mahdollisuudet matkailla ovat syynä siihen, että turistien liikkuminen lisääntyy. Tehtyjen matkojen suurempi määrä taas johtuu esimerkiksi kotitalouksien rakenteellisista muutoksista: perheet pienenevät ja yhä useammassa perheessä ei ole lapsia. (Gross & Grimm 2018) Myös lyhyet lomat ja päivämatkan yleistyvät, ja matkailu nähdäänkin osana jokapäiväistä elämää (Dominik et al. 2017).

Toimenpiteet, joilla käyttäytymistä pyritään muuttamaan kestävämmäksi, otetaan vastaan hyvin eri tavoin. Esimerkiksi jätteiden kierrätys ja energiansäästölamppuihin vaihtaminen ovat asioita, jotka iso osa väestöstä on omaksunut. Sen sijaan päivittäiseen liikkumiseen ja matkailuun liittyvät toimet ovat huomattavasti vähemmän hyväksytyjä ja toteutettuja, vaikka juuri näillä on suuri vaikutus ilmastonmuutokseen. (Prillwitz & Barr 2011) Syvälinen ymmärrys matkailijoiden kulkuneuvopäätöksiin vaikuttavista tekijöistä on olennaista, kun matkailukäyttäytymistä pyritään muuttamaan kestävämmäksi.

2.1 Kulkuneuvon valintaan vaikuttavat tekijät

Matkailijoiden kulkuvälineen valintaan, niin kohteeseen ja takaisin kuin myös kohteessa, vaikuttavat monet eri tekijät. Gross ja Grimm (2018) luokittelivat vaikuttavia tekijöitä eri kategorioihin seuraavasti:

- Matkailijan sosiodemografiset ominaisuudet, kuten ikä, sukupuoli ja koulutus
- Matkaan liittyvät ominaisuudet, kuten matkakohteen tuntemus, matkan kesto ja suunniteltu ohjelma
- Kohteen ominaisuudet, kuten maantieteelliset olosuhteet ja liikenteen infrastruktuuri
- Kuljetuspalvelujen laatu, kuten hinta ja kesto
- Matkan tarkoitus tai tyyppi
- Päätösten ajankohta, kuten kuljetus ja majoitus. (Gross & Grimm 2018)

Osittain tähän kategorisointiin perustuen seuraavissa alaluvuissa esitellään valintaan vaikuttavia tekijöitä, joita aihepiirin tutkimuksissa on tunnistettu.

2.1.1 Matkustajaan liittyvät tekijät

Dominik et al. (2017) tutkimuksen kohteena olivat päivämatkat ja lyhyet lomat saksalaiseen kaupunkikohteeseen Kasseliin. Tutkimuksessa havaittiin, että etenkin perheet, lapsettomat aikuiset ja seniorit valitsivat sekä saapumiskulkuneuvokseen että kohteessa liikkumiseen mieluiten auton tai vastaavan (tutkimuksessa *motorised private transport*), kun taas nuoret pariskunnat sekä nuoret ja aikuiset sinkut kulkivat useimmiten julkisilla kulkuneuvoilla. Nuorille sinkuille ja pariskunnille hinta oli tärkein kriteeri kulkuneuvon valinnassa. Muut kohderyhmät kertoivat valinnan syyksi kätevyuden sekä ”kuljetuslupauksen” (*transport offer*), jolla tarkoitetaan lähinnä matka-aikaa, saatavuutta ja julkisen liikenteen laatua. Lapsettomille aikuisille myös joustavuus oli tärkeää. (Dominik et al. 2017) Samankaltaisia tuloksia saatiin myös kahdessa muussa tutkimuksessa. Masiero ja Zoltan (2013) huomasivat, että miespuoliset turistit sekä vanhemmat turistit käyttivät epätodennäköisemmin julkista liikennettä kohteessa. Kotimaan matkailijat käyttivät todennäköisemmin julkisia. Saksalaisturistien kotimaanmatkoja koskevan tutkimuksen (Gross & Grimm 2018) mukaan nuoret, alle 30-vuotiaat matkailijat sekä sinkut käyttävät todennäköisemmin julkista liikennettä matkakohteessa.

Samassa tutkimuksessa havaittiin, että tulotason parantuessa julkisen liikenteen käytön todennäköisyys matkakohteessa väheni. Julkisia käyttävätkin eniten opiskelijat, harjoittelijat ja työnhakijat. Autolla matkailun todennäköisyyttä lisäsi myös auton omistaminen. (Gross & Grimm 2018) Kaksi muutakin tutkimusta tukevat matkailijan tulotasoon liittyviä havaintoja. Gutierrez ja Miravetin (2016) tutkimuksessa julkisia kulkuneuvoja kohteessa käyttivät enemmän korkeampaan sosiaaliluokkaan kuuluvat kuin keskiluokkaiset matkailijat. Le-Klähn et al. (2015) huomasivat, että korkeakoulutetut käyttivät enemmän julkista liikennettä kaupunkikohteessa, Münchenissä.

Myös asuinpaikalla on huomattu olevan merkitystä: Maaseudulta kotoisin olevat matkailijat käyttävät julkisia kohteessa liikkueensa epätodennäköisimmin, ja suurissa 100 000–499 999 asukkaan kaupungeissa asuvat hieman keskiarvoa todennäköisemmin. Sekä keskikokoisissa 50 000–99 999 asukkaan kaupungeissa että suurissa, yli 500 000 asukkaan kaupungeissa asuvat käyttävät julkisia kohteessa kaikista todennäköisimmin. (Gross & Grimm 2018) Tämä liittyy varmaankin siihen, että harvempaan asutulla seudulla asuvat ovat tottuneet liikkumaan omalla autolla, koska julkista liikennettä ei välttämättä ole tarjolla. Monilta syrjäisiltä alueilta ei ole suoraa julkisen liikenteen yh-

teyttä matkakohteisiin, joten ainakin osa matkasta pitäisi joka tapauksessa kulkea autolla. Tällöin sitä todennäköisemmin käytetään myös matkakohteessa, kuten seuraavassa alaluvussa todetaan.

2.1.2 Kulkuneuvoon liittyvät tekijät

Useamman tutkimuksen mukaan perillä kohteessa liikkumiseen vaikuttaa suuresti se, millä matkakohteeseen saavutaan. Saksalaistutkimuksessa (Dominik et al. 2017) huomattiin, että vierailijat, jotka saapuivat kohteeseen julkisella kulkuneuvolla, käyttivät myös kohteessa julkisia huomattavasti todennäköisemmin kuin henkilöautolla tai vastaavalla saapuneet. Myös Gross ja Grimmin (2018) mukaan noin 80 prosenttia matkailijoista, jotka saapuivat matkakohteeseen autolla, käytti autoa myös kohteessa liikkueensa. Vastaavasti noin 60 prosenttia junalla saapuneista käytti kohteessa julkisia kulkuneuvoja, ja bussilla saapuneista hieman yli puolet käytti bussia myös kohteessa. Toisaalta, verrattuna muilla kulkuneuvoilla saapuneisiin, autolla tulleista suurempi osa käytti kohteessa myös pyörää tai sähköpyörää. (Gross & Grimm 2018) Myös espanjalaista rantakohdetta tarkastelleessa tutkimuksessa (Gutierrez & Miravet 2016) havaittiin, että saapumiseen käytetty kulkuneuvo oli kaikista merkittävin tekijä määritettäessä kohteessa käytettyä kulkuneuvoa. Todennäköisyys julkisten käyttämiseen kohteessa kasvoi huomattavasti, jos myös kohteeseen oli saavuttu julkisilla. Kaikista eniten todennäköisyys kasvoi, jos kohteeseen oli saavuttu lentokoneella, vaikka heidän profiilinsa olisivat muuten viitanneet juuri toisin. Tämä johtui siitä, että saapumiskulkuneuvoon taas vaikutti suoraan se, mistä matkailija oli kotoisin. (Gutierrez & Miravet 2016)

Hergesellin tutkimuksessa (2017) tärkeimmiksi tekijöiksi kulkuneuvon valinnassa todettiin joustavuus, hinta, savutettavuus, mukavuus ja aika. Ympäristötekijöillä oli kaikista vähiten merkitystä päätöksenteossa. Neljässä tärkeimmässä tekijässä auto todettiin parhaaksi vaihtoehdoksi. Hinnan ja mukavuuden kohdalla myös juna pidettiin usein parhaana vaihtoehtona. Lentokoneen parhaina puolina pidettiin matka-aikaa ja täsmällisyyttä, jotka taas nähtiin bussin ja junan heikkouksina. Tutkimuksessa, jossa keskityttiin eurooppalaisten opiskelijoiden matkailukäyttäytymiseen (Hergesell & Dickinger 2013), selvisi, että opiskelijoille tärkeimmät tekijät olivat hinta ja aika, ja mukavuus oli toissijaista. Heillä on usein tiukempi taloudellinen tilanne, mikä näkyy myös matkailukäyttäytymisessä. Le-Klähn et al. (2015) mukaan matkailijat, jotka pitivät hintaa suuremmassa arvossa kulkuneuvoa valitessa, käyttivät kaupunkikohteessa liikkueensa todennäköisemmin julkisia.

Iso-Britannialaiset matkailijat eivät Hares et al. (2010) tutkimuksen mukaan pidä junaa houkuttelevana vaihtoehtona lomamatkoille, koska se on liian hidas ja kallis. Ainoa ulkomaankohde, jonne fokusryhmäkeskusteluiden osallistujien mielestä voisi mennä junalla tai lautalla, oli Ranska. Muutoin he pitivät lentämistä ainoana vaihtoehtona, ja myös kotimaanmatkoilla moni sanoi mieluummin valitsevansa lentokoneen kuin junan tai auton. Halpalentoyhtiöiden koettiin mahdollistaneen lomailun aiempaa useammin. (Hares et al. 2010) Erityisesti ulkomaan matkoilla Iso-Britannian maantieteellinen sijainti selittää lentämisen suosimista verrattuna junaan, ja tältä osin Suomea voikin verrata enemmän näihin tuloksiin kuin esimerkiksi Keski-Eurooppaan. Hergesellin (2017) mukaan mitä pidempi matka matkakohteeseen on, sitä vähemmän käytetään junaa ja enemmän lentokonetta.

Reilly et al. (2010) tutkivat matkailijoiden kulkuneuvovalintaa matkalla Vancouverista noin 120 kilometrin päässä sijaitsevaan Whistleriin, joka talvella on laskettelukohde. Pitkän matkan vierailijat olivat hieman valmiimpia vaihtamaan julkisiin kulkuneuvoihin, kun yksityisten kulkuneuvojen attribuutteja muutettiin tutkimuksessa selkeästi huonommiksi. Lyhyen matkan vierailijat, jotka pystyivät ajamaan kohteeseen kotoaan omalla autolla, olisivat sen sijaan ennemmin vaihtaneet matkakohdetta kuin vaihtaneet julkisiin. Yksi selittävä tekijä on talviurheiluun tarvittavien varusteiden määrä, joita tulisi kantaa mukana. (Reilly et al. 2010) Oma auto on tällaisessa tilanteessa houkutteleva vaihtoehto varsinkin, jos matka julkisilla sisältäisi vaihtoja, tai sillä ei pääsisi aivan lähelle kohdetta.

2.1.3 Matkaan liittyvät tekijät

Loman kestolla on huomattu olevan vaikutusta valittuun saapumiskulkuneuvoon. Dominik et al. tekemässä tutkimuksessa (2017) havaittiin, että päivämatalaiset valitsivat auton useammin kuin yön yli viiptyvät vierailijat, mitä selittää esimerkiksi suurempi joustavuuden tarve ja kiireisempi aikataulu. Gutierrez ja Miravet (2016) mukaan 1-2 viikkoa kestäville matkoille lentokone ja julkinen liikenne olivat enemmän käytettyjä kuin auto, verrattuna sekä lyhyempiin että pidempiin matkoihin.

Saman tutkimuksen mukaan matkustajat, jotka olivat käyneet kohteessa aiemmin, valitsivat todennäköisemmin saapua omalla autolla, mutta kohteessa he todennäköisemmin käyttivät julkista liikennettä (Gutierrez & Miravet 2016). Sen sijaan Le-Klähn et al. (2015) mukaan julkista liikennettä kohteessa käyttivät todennäköisemmin ensi kertaa vierailevat. Myös Masiero ja Zoltan (2013) huomasivat, että yksityistä liikennettä kohteessa käyttivät todennäköisemmin ne, jotka olivat vierailleet paikassa aikaisemminkin. Gutierrez ja Miravet tarkastelivat tutkimuksessaan (2016) rantakohdetta, Le-Klähn et al. (2015) Italian kantonian ja Masiero ja Zoltan (2013) kaupunkikohdetta.

Myös majoitustyyppillä ja saapumiskulkuneuvolla havaittiin olevan merkittävä yhteys: matalampitasoisissa hotelleissa yöpyneet saapuivat autolla todennäköisemmin kuin neljän ja viiden tähden hotelleissa majoittuneet. ”Kakkoskodeissa” tai ystävän tai sukulaisten luona majoittuneet valitsivat todennäköisemmin lentokoneen tai julkisen liikenteen. (Gutierrez & Miravet 2016) Myös Gross ja Grimmin mukaan (2018) julkisia käyttivät sekä kohteeseen saapumiseen että kohteessa liikkumiseen eniten ne, jotka vierailivat ystävien tai sukulaisten luona.

Koko Saksan kattavaa kotimaanmatkailua tarkasteltaessa yksin matkustavat valitsivat julkisen liikenteen kohteessa liikkumiseen todennäköisemmin kuin erityisesti kolmen tai neljän hengen seurueessa matkustavat (Gross & Grimm 2018). Sen sijaan tutkiessa pelkästään Münchenin matkailua yksin matkustavat käyttivät julkisia vähemmän. He olivat Münchenissä usein työasioissa tai vierailivat ystävien tai sukulaisten luona. München myös tarjoaa ryhmälippua enintään viiden hengen ryhmille. (Le-Klähn et al. 2015) Gross ja Grimmin tutkimuksessa (2018) oli kohteena nimenomaan lomamatkat, ja työmatkojen puuttuminen tuloksista voikin selittää havaintojen eroa.

Ne, jotka olivat kiinnostuneita luonnosta, historiasta ja kulttuurista, vierailivat usein myös kaupungin ulkopuolella ja käyttivät vähemmän julkista liikennettä. Ne, jotka olivat kiinnostuneita tapahtumista, ostoksista ja rentoutumisesta, pysyivät yleensä kaupungin sisällä ja käyttivät todennäköisemmin julkisia. Yön yli viipyvät vierailivat todennäköisemmin myös kaupungin ulkopuolella. (Le-Klähn et al. 2015) Masiero ja Zoltanin (2013) mukaan myös alueella aiemmin vierailleet kävivät todennäköisemmin matkansa aikana useammalla kantonin alueella, samoin kuin kaupallisessa majoituksessa yöpyneet verrattuna ystävien tai sukulaisten luona majoittuneisiin.

2.1.4 Ympäristöystävällisyyteen liittyvät asenteet ja käyttäytyminen

Dominik et al. (2017) mukaan arjen liikkumisvalinnoilla on suuri vaikutus siihen, mikä kulkuneuvo lomamatkoille valitaan. Ne, jotka käyttivät arjessaan enemmän julkisia kulkuneuvoja, myös todennäköisemmin valitsivat julkisen matkustaessaan matkakohteeseen. Samankaltaisia, mutta osittain myös eriäviä tuloksia havaitsivat tutkimuksessaan Prillwitz ja Barr (2011). Autoa enemmän käytävillä ryhmillä oli selvästi suurempi todennäköisyys myös kulkea autolla kohteeseen sekä kohteessa. Päivittäisen liikkumisen mukaan ”vihreisiin matkustajiin” luokitellut käyttivät juna kaks kertaa useammin kuin autokeskeisiin ryhmiin kuuluvat ja kävelivät kohteessa kaikista ryhmistä eniten, mutta toisaalta he myös kulkivat lentokoneella enemmän kuin mikään muu ryhmä. Ympäristöystävälliset ja kestävät asenteet eivät merkittävästi vaikuttaneet lomamatkailuun, ja kestä-

vät valinnat arjen liikkumisessa näyttivätkin osittain linkittyvän juuri kestävämpään matkailukäyttäytymiseen. Julkista liikennettä arjessa rajoitetusti käyttävät (*constrained public transport users*) kulkivat epätodennäköisemmin lentäen ja kulkivat kohteeseen julkisilla selvästi enemmän kuin autokeskeiset ryhmät. (Prillwitz & Barr 2011)

Hares et al. tutkimuksen (2010) fokusryhmäkeskusteluissa saatiin paljon tietoa ihmisten käsityksistä ja asenteista liittyen ilmastonmuutokseen ja matkailuun. Monet turistit eivät ota ilmastonmuutosta huomioon lomamatkoja suunnitellessaan. Vaikka lentäminen nähdäänkin kolmanneksi suurimpana ilmastonmuutokseen vaikuttavana tekijänä omassa toiminnassa, ei omaa matkailukäyttäytymistä silti muuteta esimerkiksi tekemällä vähemmän lentomatkvoja. Eläkeläiset-ryhmässä yleisin näkemys oli, ettei omilla yksittäisillä lomamatkoilla ole ilmastonmuutoksen kannalta merkitystä. Yhteensä neljässä ryhmässä tuotiin esiin yli kolmekymmentä tekijää, jotka otettiin huomioon lomamatkoja suunnitellessa, mutta ympäristöön liittyviä tekijöitä ei mainittu kertaakaan. Kun asiasta suoraan kysyttiin ryhmiltä, lähes jokainen osallistuja vastasi, ettei miettinyt ympäristöasioita lainkaan suunnitellessaan matkoja. Opiskelijat- ja ammattilaiset-ryhmissä jopa kerrottiin, että ilmastonmuutos sai heidät matkustamaan enemmän, ennen mahdollisia rajoitustoimia ja lentojen kallistumista. (Hares et al. 2010)

Syitä siihen, miksei tietämys esimerkiksi lentämisen ilmastovaikutuksista saa aikaan muutoksia käyttäytymisessä, ilmeni tutkimuksessa monia. Sen lisäksi, ettei lentokoneelle koettu olevan potentiaalisia vaihtoehtoja (kts. luku 2.2.2), pidettiin lomamatkoja ja valinnanvapautta suurena arvossa. Mahdollisia korkeampia lentoveroja tai henkilökohtaisia lentokiintiöitä ei pidetty hyväksyttävänä toimina. Vastuun ilmastonmuutoksen torjunnasta ei myöskään koettu olevan yksilöillä, vaan sen suurimpina aiheuttajina pidettiin maiden hallituksia, yrityksiä ja muita maita. Iso-Britannian hallitus näytti osallistujien mielestä huonoa esimerkkiä ympäristöasioissa, ja suuryritysten koettiin työntävän niille kuuluvaa vastuuta kuluttajille. Henkilökohtaisen vastuuntunnon puute ja tunne siitä, ettei yksilön valinnoilla ole merkitystä, ovatkin selvä este matkailukäyttäytymisen muutokselle. Kuilu sijaitsee enemmän tietämyksen ja asenteiden välillä kuin asenteiden ja käyttäytymisen välillä. Matkailun suhteen onkin ehkä niin, että käyttäytyminen vaikuttaa asenteisiin. (Hares et al. 2010) Tutkimuksen julkaisusta on kuitenkin tämän diplomityön kirjoitushetkellä aikaa 11 vuotta, joten asenteissa saattaa olla jo ilmennyt muutoksia näihin tuloksiin verrattuna.

Päivittäiseen työmatkaliikenteeseen keskittyneessä tutkimuksessa huomattiin, että ympäristöystävällisemmin asennoituneet valitsivat todennäköisemmin junan kuin bussin, mutta valinnassa bussin ja auton välillä ympäristöystävällisyydellä ei ollut merkitystä. Yleisesti naiset olivat ympäristöystävällisempiä kuin miehet. (Vredin Johansson et al.

2006) Myös Hergesellin (2017) mukaan naiset sekä kolmannen asteen koulutuksen käyneet olivat yleisesti sitoutuneempia ympäristöasioihin (*environmental commitment*, *GEB-asteikko*, *General Ecological Behaviour*). Tutkimuksessa selvisi, että henkilön GEB-tuloksella oli yhteys kulkuneuvovalintoihin myös lomamatkakontekstissa. Korkeamman GEB-tuloksen saaneet, eli yleisesti ympäristöystävällisemmin käyttäytyvät, käyttivät enemmän junaa ja vähemmän autoa lyhyemmillä matkoilla. Eri GEB-tuloksen saaneiden välillä ei sen sijaan huomattu eroa lentokoneen käytössä, vaikka korkeamman GEB-tuloksen saaneet suhtautuivatkin lentokoneeseen hieman negatiivisemmin. (Hergesell 2017) Opiskelijoilla pelkkä ympäristöystävällinen asenne ei näkynyt kulkuneuvovalinnoissa, mutta ympäristöystävällisellä muulla käyttäytymisellä oli yhteys kestävämpiin valintoihin myös kulkuneuvon kohdalla (Hergesell & Dickinger 2013).

2.2 Mahdolliset vaikutuskeinot matkailukäyttäytymisen muuttamiseksi

On välttämätöntä löytää keinoja, joilla saataisiin aikaan muutoksia ihmisten matkailukäyttäytymisessä, jotta kestävä tulevaisuus voidaan turismisektorilla saavuttaa. Syitä siihen, miksi ympäristötietämys ei näy ihmisten asenteissa eikä käyttäytymisessä matkailun suhteen, täytyy tutkia enemmän. (Hares et al. 2010) Seuraavissa alaluvuissa esitellään joitakin mahdollisia keinoja vaikuttaa matkailijoiden liikkumiskäyttäytymiseen.

2.2.1 Matkapaketit ja kohdentaminen

Dominik et al. (2017) ehdottavat tutkimuksensa tulosten pohjalta kahdelle eri kohderyhmälle kohdennettuja keinoja, joilla matkailijat voisi saada vaihtamaan ympäristöystävällisempiin kulkuneuvoihin. Toinen ryhmä on julkista liikennettä jo paljon käyttävät. Tätä käyttäytymistä voisi vielä lisätä kohdennetuilla palveluilla, kuten matkatavarakuuljetuksella tai valmiilla matkapaketeilla. Sen sijaan erityisesti perheille ja senioreille, jotka käyttävät enimmäkseen autoa ja arvostavat etenkin käytännöllisyyttä ja joustavuutta, ei riitä pelkästään julkisen liikenteen staattiset aikataulut ja reitit. Palveluun olisi hyvä sisällyttää myös polkupyörät, sähköavusteiset pyörät ja (sähkö)autot, jotta myös kohteessa pääsisi helposti liikkumaan ilman omaa autoa. Houkutteleva vaihtoehto omalle autolle voisikin olla palvelupaketti, joka sisältäisi saapumisen julkisilla kohteeseen ja takaisin, kuljetuspalvelun majoituskohteeseen, kohteen julkisen liikenteen käytön sekä jaettujen (sähkö)pyörien ja -autojen käytön. Tarjoukset vaihtelisivat vierailun keston mukaan. (Dominik et al. 2017) Myös Hergesell (2017) ehdottaa tutkimuksensa pohjalta eri ryhmille kohdennettua markkinointia, koska ihmiset painottavat kulkuneuvon valinnassaan eri asioita.

Myös Reilly et al. (2010) ehdottavat ratkaisuksi matkapaketteja, jotka yhdistäisivät julkisen liikenteen sekä muita palveluita, jotka luovat matkakokemuksen. Ekotehokkaiden kuljetusvaihtoehtojen markkinoiminen osana matkapakettia voi luoda lisää arvoa asiakkaille, tai toisaalta voidaan myös korostaa paketin mahdollistamaa matkustamisen vaihtavuutta. Tarkoitus on parantaa matkailun arvoketjua sekä asiakastytyvyyden että ympäristön kannalta. (Reilly et al. 2010)

Julkisen liikenteen houkuttelevuutta voitaisiin lisätä myös esimerkiksi sosiaalisen median kautta toimivalla varausjärjestelmällä, kulkuneuvojen WLAN-yhteydellä, yhteistyöllä yhteiskäyttöautojen ja -pyörien palvelujen kanssa ja lipputarjouksilla pienituloisille matkustajille. Yhteisliput voisivat sisältää kohteen julkisen liikenteen käytön ja esimerkiksi matkan kohteeseen tai pääsyn eri vierailukohteisiin tai tapahtumiin. Mobiililaitteet ja paikannus voisivat myös mahdollistaa kohdennetun informaation ja lippujen oston tarjoamisen turisteille. (Gross & Grimm 2018) Myös Masiero ja Zoltanin (2013) mukaan julkisen liikenteen houkuttelevuutta voisi lisätä yhdistämällä matkalipputarjouksia turisteja kiinnostavien aktiviteettien kanssa samaan lippuun. Sveitsissä onkin jo huomattu, että matkalippujen yhdistäminen festivaalien pääsylippuun vähensi liikenne- ja pysäköintiongelmia. Matkakohteissa, joissa nähtävyyksiä löytyy eri alueilta, tulisi tarjota hyvät julkiset yhteydet eri kohteiden välillä. (Masiero & Zoltan 2013) Sekä Dominik et al. (2017) että Gross ja Grimm (2018) korostavat kuvatuista, mahdollisista palveluista informoimisen tärkeyttä jo ennen matkaa, kun matkailijat vasta suunnittelevat vierailua: viestimällä jo suunnitteluvaiheessa palveluista, joiden avulla kohteeseen ja kohteessa pääsisi sujuvasti liikkumaan ilman omaa autoa, voitaisiin saavuttaa muutoksia matkailijoiden liikennekäyttäytymisessä.

Anagnostopoulou et al. (2017) selvittivät tutkimuksessaan tehokkaimpia ”vakuuttavia” keinoja (engl. *persuasive strategies*) motivoida käyttäjiä kohti kestävämpää liikkumiskäyttäytymistä arjessa. He tutkivat eri personoituja keinoja kahden käyttäjän ominaisuuden, persoonallisuustyyppin ja liikkumistyyppin, perusteella. Tutkimuksen perusteella ihmiset, jotka ovat persoonallisuudeltaan hyvin avoimia, eivät olleet suostuteltavissa millään strategialla. Ihmiset, jotka olivat vahvasti sovinnollisia, olivat parhaiten suostuteltavissa kehuilla, personoinnilla, omien tietojen ja kehityksen seurannalla sekä vertailulla. Parhaat keinot vaikuttaa korkean neuroottisuus-tuloksen käyttäjiin olivat personointi, ehdotukset sekä kilpailu. Persoonallisuudeltaan vahvasti tunnollisiin tai ekstroverteihin ihmisiin ei vaikuttanut mikään keino positiivisesti, sen sijaan itseseuranta ja personointi aiheuttivat negatiivisia vaikutuksia. Liikkumistyyppiä tarkastellessa autoilijoille tehokkaimmat keinot olivat vertailu, kilpailu ja kehuminen. Potentiaaliset ei-autoilijat olivat parhaiten suostuteltavissa vertailun, ehdotusten ja kilpailun avulla, ja ei-autoilijat itseseurannan,

vertailun ja ehdotusten. Tulosten perusteella käyttäjän persoonallisuus- ja liikkumistyyppien tietäminen auttavat valitsemaan kaikista vakuuttavimmat keinot, joilla heidän käyttäytymiseensä voidaan vaikuttaa. (Anagnostopoulou et al. 2017)

Käyttäjien segmentointi yllä mainittuihin liikkumistyyppihin parhaiden vakuuttavien strategioiden tunnistamiseksi on kuitenkin kyseenalaistettu Pangbourne et al. tutkimuksessa (2020), jossa tutkittiin kävelyyn kannustavien viestien vakuuttavuutta. Tarkastelun kohteena olivat argumentaatiotyyppi ja arvo, johon viestillä vedotaan. Persoonallisuuden piirteiden havaittiin olevan lupaavampi peruste viestien personoinnille kuin liikkumistyyppien. Tulosten perusteella myös eri arvoihin vetoamisella on paljon enemmän merkitystä kuin eri argumentaatiotyypeillä. Terveys havaittiin tehokkaimmiksi argumentaatioarvoksi kävelyn lisäämiseen pyrkiessä. Ikä tosin vaikutti arvoihin, jotka koettiin vakuuttavimpina: nuoremmat vastaajat pitivät taloudellisia ja ympäristöarvoja tärkeämpinä, kun taas vanhemmille tärkeämpiä olivat terveys ja kätevyys. (Pangbourne et al. 2020)

2.2.2 Tiedotus ja kampanjat

Olennaista tietoa matkailun vaikutuksista ilmastonmuutokseen tulisi viestiä helposti saavutettavasti. Luottamuspulaa hallitusten ja yritysten ympäristötoimia kohtaan tulisi ratkaista hallinnon selkeämmällä viestinnällä. (Hares et al. 2010) Toisaalta, koska ympäristöystävällisyys ei näytä vaikuttavan lentokoneen käyttöön, ei muutoksia lentämisen vähentämiseksi varmaankaan saavuteta lisäämällä tietoa lentämisen vaikutuksista. Mahdollinen keino voisi olla korostaa sitä, miten kauan lentomatkamiseen kokonaisuudessaan menee aikaa, koska aikaan liittyvät tekijät nähtiin yhtenä lentomatkamisen hyvistä puolista. Tämä voisi vaikuttaa etenkin lyhyisiin matkoihin. (Hergesell 2017) Hergesell ja Dickingerin (2013) mukaan ympäristöystävällisten asenteiden edistäminen ei riitä, koska ne eivät näytä vaikuttavan matkailuvalintoihin, vaan kuluttajat täytyy saada omaksumaan myös ympäristöystävällinen käyttäytyminen.

Ympäristöystävällistä käyttäytymistä ja kestävämpiä yhteiskuntia voidaan edistää tuomalla ympäristöasiat osaksi kouluopetusta jo varhaisessa vaiheessa. Opetus kuitenkin kattaa vain kolmanneksen tekijöistä, jotka vaikuttavat oppilaiden ympäristökäyttäytymiseen. Myös perheen ja koulun sosiaaliset ympäristöt ovat tärkeissä rooleissa. Ympäristökysymykset tulisikin ottaa kouluissa mukaan myös esimerkiksi sääntöihin ja ohjeistuksiin. (Lukman et al. 2013)

Hiselius ja Rosqvist (2016) tarkastelivat tutkimuksessaan 30:tä Ruotsissa toteutettua liikkumisen hallinnan kampanjaa (*mobility management campaign*). Kampanjoita oli pääasiassa kahdenlaisia: henkilökohtaiset kampanjat, joilla kannustetaan mahdollisesti erilaisten kannustimien avulla osallistujia kokeilemaan uudenlaista matkailukäyttäytymistä,

sekä kampanjat eri tasoilla, kuten kaupunki- tai organisaatiotasolla, joissa pyritään lisäämään yksilöiden tietoisuutta kestävästä liikkumisesta. Kampanjoissa esimerkiksi pyrittiin lisäämään pyöräilyä tai julkisen liikenteen käyttöä, ja jotkut oli suunnattu esimerkiksi tietyille ikäryhmille. Käytetyt argumentit liittyivät esimerkiksi taloudellisiin, yhteiskunnallisiin ja ympäristövaikutuksiin sekä parempaan terveyteen. Argumentteja käytettiin sekaisin ja usein ympäristövaikutukset tuotiin esiin sivuvaikutuksina. Argumentointi vetosi useammin järkisyyhin kuin tunteisiin tai kokemuksiin, ja useammin yksilötason vaikutuksiin kuin yhteiskunnallisiin. Kampanjointi tapahtui digitaalisen ja painetun mainonnan, esitteiden ja joskus myös videoleikkeiden kautta. Tutkijat suosittavat, että suurempien vaikutusten saavuttamiseksi tulevissa kampanjoissa tulisi vedota enemmän ihmisten tunteisiin ja painottaa ympäristövaikutuksia, ja ne tulisi ottaa osaksi strategista suunnittelua liikenneturvallisuuden parantamisen kampanjoinnin tapaan. Vaikutuksia voisi tehostaa myös hyödyntämällä julkisuuden henkilöitä kampanjoissa. (Hiselius & Rosqvist 2016) Viime vuosina sosiaalisen median vaikuttajien määrä on kasvanut runsaasti, ja he tavoittavat valtavan määrän varsinkin nuoria seuraajia. ”Perinteisten julkkisten” lisäksi tällaisten vaikuttajien saaminen mukaan kampanjoihin voisikin lisätä niiden näkyvyyttä merkittävästi.

2.2.3 Digitaaliset ratkaisut: mobiilisovellukset

Älypuhelimet ovat nykyään hyödyllisiä työkaluja matkailijoille, koska ne tuovat tiedon helposti saataville ja hyödyntävät sijaintiin perustuvia tietoja. Turistit löytävät helposti paikallistietoa, jonka kerääminen muuten veisi paljon aikaa ja vaatisi useampia vierailuja. Näin myös tarpeeton liikkuminen kohteessa vähenee. (Dickinson et al. 2014) Älypuhelimille kehitettyjen sovellusten potentiaalia tulisi hyödyntää myös matkailijoiden liikkumisvalintojen ohjaamisessa. Arkikontekstissa liikkumiskäyttäytymisen muuttamiseen on kehitetty useita prototyyppisiä, joiden vaikutusmahdollisuuksia on arvioitu tutkimuksissa.

Anagnostopoulou et al. hyödynsivät tutkimuksessaan (2020) luvussa 2.2.1 esitetyn aiemman tutkimuksen (Anagnostopoulou et al. 2017) tuloksia vakuuttavimmista vaikutuskeinoista persoonallisuus- ja liikkumistyyppin mukaan. He toteuttivat mobiilisovelluksen, jossa reittioppaaseen yhdistetään personoituja, suostuttelevia viestejä, jotka kehoittavat käyttäjiä valitsemaan kestävämpiä reittejä. Viesteissä käytetyt vakuuttamisen keinot olivat itse seuranta, vertailu ja ehdotukset. Järjestelmä oppi kokeilun kautta, minkälaiset viestit toimivat parhaiten kullekin yksittäiselle käyttäjälle. Viesteissä sanottiin esimerkiksi: ”Kohde ei ole niin kaukana. Valitse pyörä auton sijasta ja saavuta viikkotavoitteesi.” tai ”Valitse julkinen liikenne. (*Prosenttiosuus*) käyttäjistä on jo vähentänyt ajamista.” Sovellusta testattiin arkiliikkumiseen Wienissä kuuden viikon pituisella pilotit-

kimuksella. Osallistujien mielestä viestit olivat hyödyllisiä, ja suurin osa kertoi reittivaihtoehtojen järjestyksen vaikuttaneen heidän kulkuneuvovalintoihinsa. He olivat halukkaita saamaan tällaisia viestejä reittiopassovelluksissa, ja kokivat personoidut viestit jokseenkin vakuuttavina. Osallistujat kuitenkin painottivat, että matkan tarkoitus ja sosiaalinen konteksti vaikuttivat suuresti siihen, oliko ehdotettu reitti kulloinkin sopiva. Viestien personointia voikin edelleen parantaa huomioimalla myös matkan tarkoituksen. Koska suuri osa tutkimuksen osallistujista oli jo valmiiksi ympäristöystävällisiä, ja koska tulokset perustuvat osallistujien omaan raportointiin, ei vakuuttavien viestien vaikutuksia päästy täysimääräisesti osoittamaan. (Anagnostopoulou et al. 2020) Vaikka tutkimus tehtiin arkiympäristössä, voisi vastaavia viestejä tai reittien esittelyä varmasti hyödyntää myös turisteille suunnatuissa reittisovelluksissa.

Cellina et al. tutkimuksessa (2019) testattiin GoEco!-mobiilisovellusta Sveitsissä kolmen kuukauden ajan. Sovellus pyrkii suostuttelemaan käyttäjiä vaihtamaan liikkumismuotoaan hyödyntäen automaattista liikkumisen seurantaa, ympäristöpalautetta (*eco-feedback*), pelillistämistä ja sosiaalista vertailua. Ominaisuudet perustuvat käyttäytymisen muutoksen teoreettiseen malliin ja sisällön personointiin. Ne kehitettiin niin, että ne tukisivat käyttäjän siirtymistä kustakin käyttäytymisen muutoksen vaiheesta seuraavaan. Vaiheita on kuusi: esiharkintavaiheessa (*pre-contemplation*) käyttäjällä ei vielä ole motivaatiota tai aikomusta vähentää auton käyttöä. Käyttäjän tietoisuutta pyritään lisäämään antamalla palautetta jokaisesta tehdystä matkasta, sisältäen esimerkiksi matkan pituuden, energiankulutuksen ja hiilidioksidipäästöt (perustuen Sveitsiä koskeviin taulukkoarvoihin). Harkintavaiheessa (*contemplation*) käyttäjiä kannustetaan tarjoamalla lisäksi tietoa olemassa olevista vähähiilisistä vaihtoehdoista ja heidän muutosmahdollisuuksistaan. Valmisteluvaihe (*preparation*) on kriittinen muutoksen toteutumisen kannalta, kun käyttäjä suunnittelee toimintaansa. GoEco! kannustaa käyttäjää suunnittelussa tarjoamalla viisi mahdollista tavoitetta, joista käyttäjä voi valita haluamansa. Tavoitteita ovat esimerkiksi ”Vähennä auton käyttöä” ja ”Vähennä energiankulutusta”. Toiminta- ja ylläpitovaiheessa (*action ja maintenance*) käyttäjää tuetaan tavoitteen saavuttamisessa käytännön ohjeiden, ehdotusten ja palkitsemisen avulla. Käyttäjät saavuttaa päättymisvaiheen (*termination*), kun uudet käyttäytymismallit on otettu säännölliseen käyttöön, eikä käyttäjä enää koe houkutuksia palata vanhoihin tapoihinsa. Tällöin GoEco!:a ei käytännössä enää tarvita. Tasolta toiselle siirtyminen tapahtuu suorittamalla sovelluksen tarjoamia haasteita, kuten esimerkiksi ”En käytä autoa tai lentokonetta koko viikonlopun aikana”. Tutkimuksen osallistujat pitivät sovellusta yleisesti hyödyllisenä, helppokäyttöisenä ja melko informatiivisena. Sovelluksen antamaa palautetta pidettiin hyödyllisimpänä keinona liikkumiskäyttäytymisen muuttamisessa, kun taas vähiten hyödyllisenä pi-

dettiin suoritusten vertailua muihin käyttäjiin. Osallistujat toivoivat parannusta automaattiseen liikkumisen tunnistukseen, jotta manuaalista työtä matkojen validoimiseen tarvittaisiin vähemmän. Validoinnin työläys oli merkittävin syy siihen, että noin kaksi kolmasosaa osallistujista jätti tutkimuksen kesken. Sovelluksen moniin ominaisuuksiin ja komponentteihin sekä niiden yhteyksiin toivottiin enemmän selkeyttä, ja niiden toivottiin olevan enemmän kustomoitavissa. Tulosten pohjalta tekijät ehdottavat, että myös sovelluksen toiminnot tulisivat käyttöön vaiheittain. (Cellina et al. 2019) Kuten Anagnostopoulou et al. tutkimuksessa (2020), tutkimuksen osallistujat olivat asenteeltaan keskitasoisesti tai vahvasti ympäristömyönteisiä, ja tutkimus toteutettiin arkiympäristössä.

Gabrielli et al. tutkimusartikkelissa (2014) esitellään kolme toisiaan täydentävää tutkimusta, joissa testattiin vaihtoehtoisia prototyyppejä kaupunkiliikumisessa: kaksi pilottitutkimusta ja kolmas laajempi tutkimus. Pilottitutkimuksessa, joka järjestettiin Trentossa, Italiassa, testattiin sovelluksen prototyyppiä, jonka ominaisuuksia olivat viikoittaisen tavoitteen asettaminen, edistymisen seuranta, viikoittaiset personoidut, kestäviin liikkumismuotoihin kannustavat viestit sekä muiden käyttäjien kanssa jaettu pistetaulukko. Osallistujia pyydettiin itse raportoimaan päivittäin käytetyt liikkumismuodot sovellukseen. Pidetyimpiä ominaisuuksia olivat itseseuranta ja tavoitteiden asettaminen. Toinen pilottitutkimus järjestettiin Helsingissä. (Gabrielli et al. 2014) Tutkimuksessa testattiin mobiilisovellus MatkaHupia, joka seuraa automaattisesti käytettyjä liikkumismuotoja ja matkojen hiilidioksidipäästöjä. Tietojen perusteella käyttäjälle esitetään haasteita liikkumistottumusten muuttamiseksi. MatkaHupin muut ominaisuudet ovat reittiopas (HSL:n avoin rajapinta), matkahistoria ja visuaalinen palaute hiilidioksidipäästöistä. Sovellus esimerkiksi tarkistaa havaitun matkan jälkeen, olisiko sen voinut tehdä vähemmällä päästöillä, ja sen ollessa mahdollista ehdottaa käyttämään kestävämpää reittiä ensi kerralla. Osallistujat hyväksyivät testin aikana yhteensä 105 haastetta, joista 95 toteutettiin. Osallistujien mielestä haasteet olivat hyödyllisiä ja saivat heidät tietoisemmiksi omien valintojensa seurauksista, mutta he myös huomauttivat, etteivät kaikki haasteet sovi kaikenlaisille ihmisille. Alkunäytöllä näkyviä tietoja kuluvaan ja edellisten viikkojen päästöistä piti hyödyllisinä ja kiinnostavina noin puolet osallistujista. Moni osallistuja kertoi tietojen lisänneen heidän tietoisuuttaan aiheesta, ja tiedot saivat muutaman osallistujan myös näkemään vaivaa päästöjen pienentämiseksi. Tulosten perusteella MatkaHupiin suunniteltiin parannuksia haasteiden personoinnilla. (Jylhä et al. 2013)

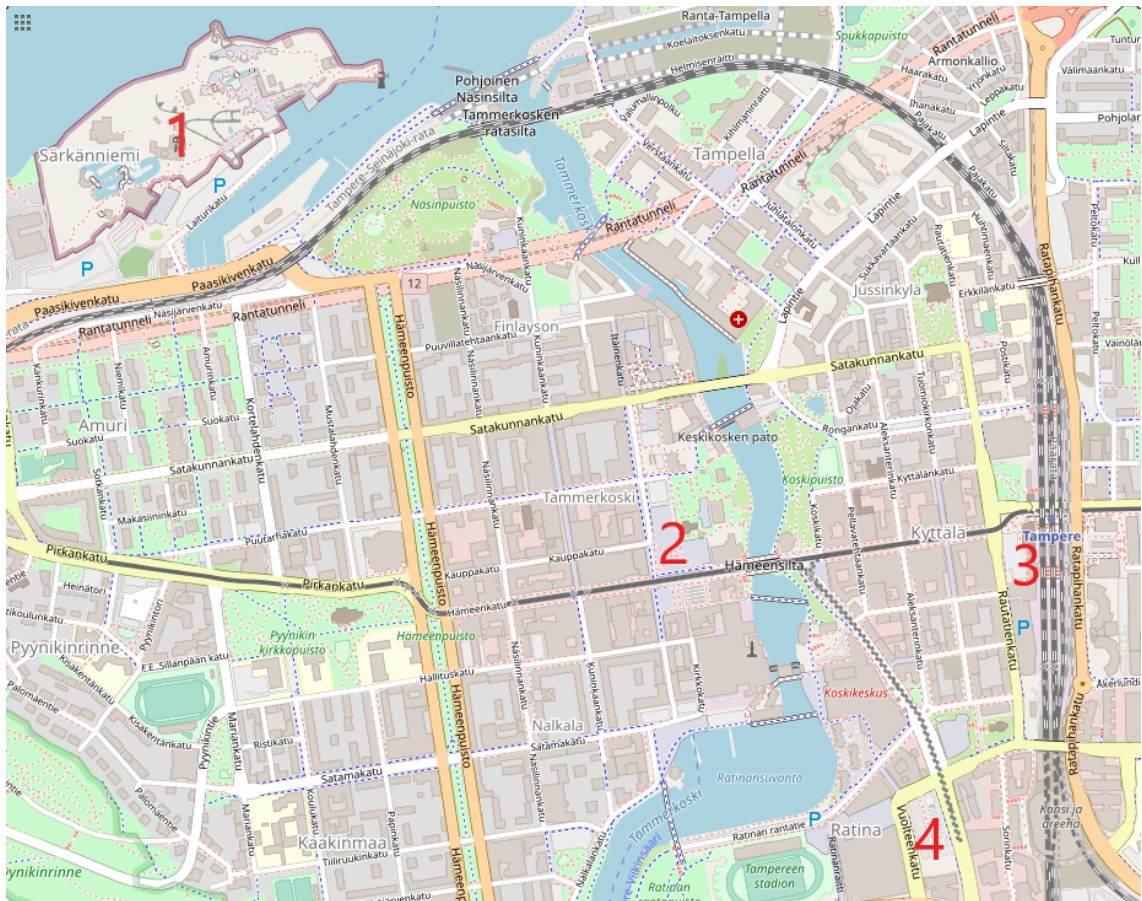
Kolmas, laajempi tutkimus toteutettiin Barcelonassa, Milanossa ja Helsingissä. Mobiilisovelluksen prototyyppi sisälsi eri matkustustyyppejä yhdistelevän reittioppaan, mahdollisuuden ilmoittaa häiriöistä, tavoitteiden asettamisen, itseseurannan ja palkitsemisen. Tutkimuksen aikana osallistujat raportoivat liikkumisestaan matkapäiväkirjasovelluksella. Moni osallistuja koki matkapäiväkirjan työläänä, mikä oli tärkein syy siihen, että

suuri osuus osallistujista jätti tutkimuksen kesken. Osallistajat eivät myöskään täyttäneet päiväkirjaa viimeisen viikon aikana yhtä tunnollisesti kuin aluksi. Näiden syiden takia ei voitu tehdä johtopäätöksiä siitä, oliko sovelluksella vaikutusta osallistujien kulkuneuvon valintaan tai hiilidioksidipäästöihin. Yhden kontrolliviikon ja kahden testiviikon todettiin olevan liian lyhyt aika vaikuttaa käyttäjien liikkumisasenteisiin- ja käyttäytymiseen, ja motivoivat ominaisuudet eivät sitouttaneet kaikkia osallistujia. Osallistajat olivat kuitenkin tyytyväisiä sovellukseen ja pitivät sitä helposti ymmärrettävänä. Motivointia voitaisiin parantaa lisäämällä sovellukseen sosiaalisia ominaisuuksia, kuten vertailua muihin käyttäjiin. Osallistajat eivät olleet kovinkaan halukkaita jakamaan tietojaan tuntemattomille käyttäjille, mutta kokivat pistesaldon jakamisen henkilökohtaisille kontakteilleen motivoivana. Kaikkien kolmen tutkimuksen perusteella voitiin todeta, että liikkumiskäyttäytymisen muuttaminen vaatii palautetta henkilökohtaisesta kehityksestä, pidempiaikaista sitouttamista kestävyteen liittyviin haasteisiin, tulosten jakamista muiden käyttäjien kanssa sekä personoituja oikea-aikaisia viestejä. (Gabrielli et al. 2014)

Sunio ja Schmöcker (2017) tarkastelivat olemassa olevia käyttäytymisen muutoksessa tukevia sovelluksia (*behaviour change support system, BCSS*), jotka on suunniteltu kestävä liikunnan edistämiseen. Personoinnin ja itseseurannan havaittiin olevan yleisimmät ominaisuudet, kuten yllä esitetystä tutkimuksista voi huomata. Monia onnistuneen matkailukäyttäytymisen muutoksen kannalta olennaisia keinoja, kuten muutoksen tasolta toiselle ohjaamista, harjoituksia ja sosiaalisia keinoja ei tutkituissa sovelluksissa käytetty paljoakaan. Sovelluksia evaluoineissa tutkimuksissa ei vielä oltu todettu merkittäviä vaikutuksia, mutta toisaalta metodologisesti vahvoja tutkimuksia ei vielä juurikaan oltu tehty. (Sunio & Schmöcker 2017) Tässäkin luvussa esiteltyjen artikkelien käyttäjätestauksissa oli melko pienet osallistujamäärät tai suuri keskeyttämisaste, lyhyehkö testausaika ja/tai suurilta osin jo valmiiksi ympäristömyönteisiä osallistujia. Tällaisten sovellusten testaaminen houkuttelee varmasti erityisesti ympäristöasioista kiinnostuneita vapaaehtoisia, mutta tärkeää olisi myös selvittää juuri vähemmän kestävästi liikkuvien näkemyksiä. Tutkimusten perusteella on kuitenkin voitu muodostaa monia suosituksia sovelluksille, ja näiden toimivuutta olisi tärkeää testata myös vapaa-ajan matkailun kontekstissa.

3. TAMPEREEN JA SÄRKÄNNIEMEN ALUEEN NYKYTILANNE JA KEHITYSSUUNNITELMAT

Särkänniemi sijaitsee Tampereen keskustan luoteispuolella Näsijärven rannalla. Itse huvipuiston lisäksi Särkänniemessä on myös Näsinneulan näkötorni ravintoloihin, eläinpuisto ja akvaario. Alueella sijaitsee myös Sara Hildénin taidemuseo. Kävelyreittiä pitkin Rautatieasemalta on matkaa Särkänniemeen 2,3 kilometriä, linja-autoasemalta 2,6 kilometriä ja Tampereen keskustorilta 1,6 kilometriä¹. Alla olevaan karttaan on merkitty 1. Särkänniemi, 2. Keskustori, 3. Rautatieasema ja 4. Linja-autoasema.



Kuva 1: Karttakuva Tampereen keskustasta¹

¹Pohjakartta ja data OpenStreetMapista ja OpenStreetMap Foundationilta, lisenssi: <https://www.openstreetmap.org/copyright>

Ennen kesän 2021 linjamuutoksia Särkänniemeen pääsee keskustasta useilla eri bussilinjoilla, mutta elokuussa 2021 alkava Tampereen Ratikan liikennöinti muuttaa monin tavoin joukkoliikenteen nykyisiä linjoja ja reittejä. Särkänniemen tulevasta joukkoliikenteellisestä sijainnista kerrotaan tarkemmin seuraavassa alaluvussa 3.1. Kesäisin Särkänniemeen on kulkenut erityinen kesälinja numero 100, jolla on päässyt muita kaupungin busseja lähemmäs aivan porttien viereen. Kesänä 2020 linja kulki 20 minuutin välein rengasmaista reittiä kiertäen esimerkiksi Rautatieaseman, Hämeenpuiston ja Ratinan kaupakeskuksen (Ruissalo 2020), joka sijaitsee aivan linja-autoaseman vieressä. Linja tulee kulkemaan jälleen ensi kesänä 2021.

Särkänniemen omalla pysäköintialueella on parkkipaikkoja rajatusti, ja verkkosivuilla suositellaankin saapumista julkisilla kulkuneuvoilla. Huvilaitteiden ollessa auki autoparkin päivämaksu on 15 euroa. (Särkänniemi n.d.) Parkkipaikkoja on tällä hetkellä noin 600-700. Tampereen keskustassa sijaitsee useita Finnpark Oy:n pysäköintitaloja, joista Särkänniemeä lähimmät ovat P-Plevna, P-Näsinkulma ja P-Frenckell (Finnpark n.d.). Tampereella on myös useita liityntäparkkeja, esimerkiksi Niihamassa ja Turtolassa, mutta ne ovat tarkoitettu ensisijaisesti työpäivän pituista pysäköintiä varten (Liityntäpysäköinti 2019). Särkänniemessä on käytössä säilytyslokeroita, mutta suuremmille matkalaukuille ei ole säilytysmahdollisuutta.

Tulevaisuudessa Särkänniemen alue tulee laajenemaan Mustalahdesta Santalahteen ulottuvaksi elämysalueeksi, joka palvelee ympäri vuoden. Tavoitteena on kansainvälisesti kiinnostava matkailukohde, joka yhdistää kaupunkikulttuurin, aktiviteetit, tapahtumat sekä ravintola- ja majoituspalvelut. Tarkoitus on myös, että alue olisi entistä paremmin kytkeytynyt Tampereen keskustaan. Alueen tulevia hankkeita ovat muun muassa digitaalisiin elämyksiin perustuva Xplore Park, ravintolakatu, kylpylähotelli ja Järviluontokeskus. Mustalahden satama yhdistyy Särkänniemeen uudella sillalla. (Uudistuva Särkänniemen alue -tiekartta 2020) Kuvassa 2 esitetään alueen yleissuunnitelma sellaisena kuin se oli vuonna 2020. Uusimmassa suunnitelmassa Järviluontokeskus on sijoitettu kuvasta poiketen Kortelahden pohjukkaan kylpylän yhteyteen (Roth 2021).



Kuva 2: Alueen tulevat uudistukset (Uudistuva Särkänniemen alue -tiekartta 2020)

Alueen imago ja pitkän tähtäimen kilpailukyky perustuvat ekologiseen, sosiaaliseen ja taloudelliseen kestävyteen sekä vähähiilisyyteen. Kestävyyden osa-alueista merkittävimmät ovat juuri liikkuminen sekä energiaratkaisut, ruokaketjut, kiertotalous ja digitaalisuus. (Uudistuva Särkänniemen alue -tiekartta 2020)

3.1 Hub-hankkeen työpaja

Osana Kestävän matkailun hub-hanketta järjestettiin 6.10.2020 työpaja ”Särkänniemen uudistuva alue ja vähähiilisen liikkumisen palvelut matkailijan näkökulmasta”. Paikalla oli edustajia Särkänniemestä, Tampereen kaupungilta, Tampereen seudun joukkoliikenteeltä sekä Tampereen yliopistolta. Ennen työpajaosuutta eri tahot kertoivat tämän hetken tilanteesta sekä tulevista muutoksista omista näkökulmistaan. Kaikissa alustuksissa keskeistä oli, että muutoksia ja kehitystä on tapahtumassa monilla eri osa-alueilla tulevina vuosina. Myös väliaikaisia ratkaisuja ja opasteita tarvitaan työmaiden vuoksi. Raitiotien toisen osan rakentaminen varmistui pari viikkoa työpajan jälkeen kaupunginvaltuuston päätöksellä (Pohjanen 2020), mutta asiaa voitiin tuolloin jo pitää lähes varmana.

Joukkoliikenteen eli Nyssen edustaja esitteli Särkänniemen joukkoliikenteellistä sijaintia 9.8.2021 alkaen, jolloin Tampereen Ratikan liikennöinti alkaa. Bussi numero 100 tulee kulkemaan aivan Särkänniemen viereen 20 minuutin välein, ja muu bussi Paasikivenkatua eli hyvin lähelle 7,5 minuutin välein. 7,5 minuutin välein kulkevan ratikan lähin pysäkki sijaitsee Pyyrikintorilla, josta on Särkänniemeen noin 900 metrin matka eli kävellen noin

10 minuuttia². Kesällä 2024 ratikalla pääsisi lähemmäs Sepänkadulle ("Ratikkapysäkki" aiemmassa kuvassa 2), ja bussilla pääsisi ihan Särkänniemen viereen 15 minuutin välein. Kävely-yhteys Sepänkadulta on tavoitteena saada huipputasoiseksi. Myös lippuyhteistyötä Nyssen ja muiden tahojen kanssa on kokeiltu ja sitä mahdollisesti laajennetaan jo ensi kesänä: tähän asti on kokeiltu VR:n ja Nyssen sekä pysäköinnin ja Nyssen matkatuotepaketteja. On myös pohdittu, että Särkänniemen elämyslippuun voisi kuulua Nysse-matkustusoikeus.

Tampereen kaupungin alustuksessa nostettiin esiin esimerkiksi keskustan kasvava asukasmäärä, tulevat yksityisautoilun rajoitukset keskusta-alueella, raitiotien liikennöinnin alkaminen sekä pyöräilyn kasvava suosio. Olennainen teema oli kävely- ja pyöräilymahdollisuuksien sekä opastuksen parantaminen. Kävelyreittien laatua parannetaan esimerkiksi jalankulkualueita leventämällä, katupintoja parantamalla ja katuvihreää lisäämällä. Esimerkiksi Aleksis Kiven katu Hallituskadun ja Laukontorin välillä muutetaan kävelykaduksi. Kävelyopastuksen suunnittelu on ollut haasteellista, mutta suunnitelmassa on parannuksia sekä asukkaita että turisteja ajatellen. Opastettaviin kohteisiin kuuluu myös huvi- ja teemapuistot. Opasteiden sijoittaminen on tarkoitus toteuttaa kesällä 2021. Myös pyöräilymahdollisuuksia keskustaan parannetaan esimerkiksi leventämällä nykyisiä pyöräteitä ja mahdollistamalla vastavirtaan pyöräily tietyillä katuosuuksilla.

Myös Särkänniemessä itsessään on suunnitteilla saapumiseen liittyviä muutoksia. Nykyiset pysäköintialueet poistuvat noin viiden vuoden kuluessa, ja pääportti siirtyy nykyisen alaparkin pätyyn. Koska alueesta kehitetään ympärivuotista elämysaluetta, liikkumisen tarve edelleen kasvaa. Finnparkin kanssa on tarkoitus tehdä yhteistyötä keskustapysäköinnin osalta. Tunnistettuja haasteita on useita, esimerkiksi yleisesti pienten lasten kanssa saapuminen. Uuteen paikkaan saapuessa suurin haaste on lipun osto, joten viestintä on hyvin tärkeää. Paasikivenkadun bussipysäkin nimeäminen Särkänniemeksi voisi myös helpottaa bussilla saapumista.

Varsinaisessa työpajaosiossa käsitellyt aiheita olivat esimerkiksi tamperelaisten lapsiperheiden saaminen joukkoliikenteen käyttäjiksi, kauempaa saapuvien saaminen raide liikenteen käyttäjiksi, turvallinen pyöräsäilytys ja elämusbussilinjan uudelleen konseptointi. Yksi ongelma on myös se, miten Särkänniemen saisi tuntumaan osalta keskustaa ja että se on helposti saavutettavissa kävellen tai pyörällä. Tällä hetkellä sijaintinsa ja ympäristönsä takia Särkänniemi tuntuu jokseenkin erilliseltä keskustasta, tai että se sijaitsee sen laidalla pidemmän matkan päässä kuin se todellisuudessa onkaan.

² Data OpenStreetMapista ja OpenStreetMap Foundationilta, lisenssi: <https://www.openstreetmap.org/copyright>

4. KÄYTTÄJÄTUTKIMUS

Särkänniemen alueen vierailijoiden liikkumistottumuksia ja -tarpeita selvitettiin haastattelujen avulla sekä analysoimalla Kestävän matkailun hub -hankkeessa loppukesällä 2020 kerättyä kyselyaineistoa. Tutkimusta varten tehtiin kahdenlaisia haastatteluja lokakuussa 2020: lyhyitä, kuuden kysymyksen haastatteluja paikan päällä Särkänniemessä, sekä pidempiä ennalta sovittuja haastatteluja, joissa pyrittiin selvittämään liikkumisvalintojen syitä syvällisemmin. Lyhyemmissä haastatteluissa keskityttiin ainoastaan kyseiseen Särkänniemen vierailuun, kun taas pidemmissä myös liikkumiseen yleisemmin sekä mielipiteisiin mahdollisesta palvelukonseptista.

4.1 Menetelmät

Seuraavissa alaluvuissa kuvataan tarkemmin käytetyt tutkimusmenetelmät.

4.1.1 Lyhyet haastattelut Särkänniemessä

Lyhyet haastattelut toteutettiin Särkänniemessä syyslomalla, jolloin siellä järjestettiin tapahtuma ”Karmiva karnevaali” 10.-17.10.2020. Haastatteluja tehtiin kahtena päivänä, keskiviikkona 14.10. sekä lauantaina 17.10. Satunnaisesti valituille, täysi-ikäisiksi arvioituille Särkänniemen vierailijoille kerrottiin lyhyesti haastattelun tarkoitus ja tutkimuksen aihe, ja heiltä kysyttiin, haluaisivatko he vastata muutama kysymykseen heidän vierailuunsa liittyen. Haastattelut olivat strukturoituja ja koostuivat kuudesta kysymyksestä:

1. Saavuitteko Tampereelta vai sen ulkopuolelta, mistä?
2. Minkälaisella porukalla saavuitte?
3. Millä kulkuneuvolla saavuitte? Koko matkaketju
4. Pohditteko muita vaihtoehtoja?
5. Minkä takia päädyitte tähän vaihtoehtoon?
6. Oliko helppo löytää perille? Katsoitteko jostain neuvoa?

Vastaukset kirjoitettiin ylös paperille. Tämä muistiinpanotapa valittiin siksi, että esimerkiksi nauhoitus puhelimella olisi saattanut nostaa vierailijoiden osallistumiskynnystä, ja koska haastattelut haluttiin pitää mahdollisimman lyhyinä Särkänniemen vierailua sen enempää häiritsemättä. Haastattelut kestivät noin kahdesta neljään minuuttia. Muistiin-

panot kirjoitettiin puhtaaksi Excel-taulukkoon, jonka avulla tuloksia analysoitiin. Analysointi tehtiin laskemalla prosentiosuuksia aineistosta, esimerkiksi kuinka moni saapui milläkin kulkuneuvolla, sekä luokittelemalla avoimia vastauksia kategorioihin.

Keskiviikkona haastatteluja tehtiin hieman yli puolentoista tunnin ajan iltapäivällä. Lauantaina paikalle mentiin hieman myöhemmin alkuillasta, ja haastatteluja tehtiin noin tunnin ajan. Nämä viikonpäivät ja kellonajat valittiin, jotta tavoitettaisiin sekä lapsiperheitä että nuoria, ilman lapsia vierailevia aikuisia. Oletus oli oikea, sillä lauantai-iltana Karnevaalissa oli selvästi enemmän myös nuoria pariskuntia ja aikuisia ystäväporukoita, kun keskiviikkoiltapäivänä selvästi suurin osa kävijöistä oli lapsiperheitä ja arviolta varhais-teeni-ikäisiä kaveriporukoita.

Haastatteluun vastasi yhteensä 62 seuruetta, joista 35 keskiviikkona ja 27 lauantaina. Haastatelluista seurueista 24 oli Tampereelta, 30 muualta ja 8 sellaisia, että osa seurueesta oli Tampereelta ja osa muualta.

4.1.2 Pidemmät käyttäjähaastattelut

Pidempiä haastatteluja tehtiin neljä kappaletta. Näissä haastatteluissa pyrittiin saamaan haastateltava pohtimaan kulkuneuvon valintaan vaikuttavia syitä hieman syvällisemmin. Haastateltavia etsittiin ensin kahden Facebookin matkustusryhmän kautta, mutta koska osallistujia ei löytynyt tarpeeksi, ilmoitus jaettiin myös omalla henkilökohtaisella sosiaalisen median tilillä. Kriteereinä haastateltaville oli asuminen Tampereen ulkopuolella sekä vierailu Särkänniemessä parin viime vuoden aikana.

Haastattelutyypiksi valittiin puolistrukturoitu haastattelu. Näin haastatteluista saatiin keskenään vertailukelpoisia, mutta myös tarkentaville lisäkysymyksille ja vapaammalle keskustelulle jäi tilaa. Esimerkiksi jonkin myöhemmän kysymyksen vastaus saattoi ilmetä jo aiemmin keskustelussa, jolloin kysymystä ei enää sellaisenaan tarvinnut esittää. Haastattelu koostui neljästä osuudesta: taustatiedoista, edellisestä Särkänniemen vierailusta, yleisistä asenteista ja mielipiteistä arjen liikkumista ja ympäristökysymyksiä kohtaan sekä mielipiteistä mahdollisesta matkan suunnittelun ja lippujen oston palvelusta, joka haastateltaville lyhyesti esiteltiin. Haastattelurunko löytyy liitteestä A. Haastatteluiden kestoksi arvioitiin etukäteen noin puoli tuntia.

Haastatteluista kolme toteutettiin etäyhteydellä videopuheluna ja yksi kasvotusten. Haastattelut nauhoitettiin, minkä jälkeen nauhoitteet litteroitiin. Nauhoitus aloitettiin tutkimuksen lyhyen esittelyn ja nauhoitusluvan saamisen jälkeen. Suostumus nauhoitukseen kysyttiin suullisesti. Haastattelujen toteutuneet kestot olivat noin 15-20 minuuttia, nauhoitetulta osuudelta 10 – 17 minuuttia. Litterointeja ei kirjoitettu täysin sanasta sanaan, vaan esimerkiksi täytesanat ”niinku” ja ”tota” jätettiin pois.

Osallistujia saatiin kolmesta eri ikäryhmästä. Haastateltavista kolme oli naisia ja yksi mies. Osallistujien taustatiedot on esitelty alla olevassa taulukossa 1.

Taulukko 1: Haastateltavien taustatiedot

| | Ikä-ryhmä | Sukupuoli | Asuinpaikka | Talouden koko | Omistaako autoa | Matka pysäkeille bussi / juna |
|----|-----------|-----------|------------------------|---------------------|-----------------|-------------------------------|
| O1 | 36-40 | Nainen | Tampereen naapurikunta | 2 aikuista, 2 lasta | Kyllä | 2 km / 6-7 km |
| O2 | 31-35 | Nainen | Pääkaupunkiseutu | 2 aikuista, 2 lasta | Kyllä | < 100 m / 5 km |
| O3 | 31-35 | Mies | Pääkaupunkiseutu | 1 aikuinen | Kyllä | 200 m / 900 m |
| O4 | 21-25 | Nainen | Kanta-Häme | 2 aikuista, 1 lapsi | Kyllä | < 1 km / 30 km |

Kaikkien perheellisten osallistujien lapset olivat iältään alle kouluikäisiä. Osallistujia pyydettiin arvioimaan, kuinka pitkä matka heidän kotoaan suunnilleen on lähimmille bussipysäkille ja juna-asemalle. Kaikki osallistajat olivat vierailleet edellisen kerran Särkänniemessä kesällä 2020 heinä- tai elokuussa.

Haastatteluiden tuloksia analysoitiin ryhmittelykaavion (*affinity diagram*) avulla (Holtzblatt & Beyer 2016, s. 127-146). Litteroiduista haastatteluista valittiin olennaisia sitaatteja – tässä tapauksessa valtaosa haastateltavien vastauksista – ja niitä ryhmiteltiin erojen ja yhtäläisyyksien löytämiseksi. Ensin sitaatit ryhmiteltiin haastattelukysymysten mukaan ja tämän jälkeen kategorioihin sitaattien sisällön perusteella.

4.1.3 Kyselytutkimus

Kestävän matkailun hub -hanke selvitti kävijöiden liikkumistottumuksia ja toiveita alueen palveluille ”Särkänniemen alueelle saapuminen ja liikkumisen palvelut” -verkkokyselyllä, joka oli avoinna ajalla 12.8.-6.9.2020. Kysely oli esillä Särkänniemen Facebook- ja Twitter-tileillä, muilla hankkeen projektikumppaneiden kanavilla sekä matkailuun liittyvissä Facebook-ryhmissä. Pääosa vastaajista löysi kyselyyn Särkänniemen kanavien kautta. Kyselyyn saatiin yhteensä 790 vastausta, joista 759 oli täytetty loppuun asti. Tätä diplomityötä varten aineistosta rajattiin pois Tampereella asuvien vastaukset, jolloin vastauksia jäi 382 kappaletta.

Kysely koostui viidestä osiosta: taustatiedoista, liikenne- ja matkailutottumuksista, liikkumisesta liittyen viimeisimpään Särkänniemen vierailuun, vierailun suunnittelusta sekä toiveista koskien alueen uusia palveluita. Tätä työtä varten osa kysymyksistä, etenkin viimeisimmästä osiosta, rajattiin pois, ja keskityttiin tutkimuksen kannalta olennaisimpiin kysymyksiin. Näitä kysymyksiä olivat erityisesti viimeisimmän Särkänniemen vierailun

kulkuneuvovalinnat, niiden syyt, matkaketjun sujuminen sekä parannusehdotukset opastukselle ja kestävä liikunnan edistämiseksi. Kyselyssä oli monivalintakysymyksiä, avoimia kysymyksiä sekä asteikolla 1-5 vastattavia kysymyksiä.

Vastaajien taustatiedot on esitetty alla olevassa taulukossa 2.

Taulukko 2: Kyselyyn vastanneiden taustatiedot, n = 382

| | | n | % |
|--|--------------------------------------|----------|----------|
| Sukupuoli | Naisia | 308 | 80,6 |
| | Miehiä | 71 | 18,6 |
| | En halua sanoa | 3 | 0,8 |
| Ikäryhmä | alle 18 | 12 | 3,1 |
| | 18-25 | 63 | 16,5 |
| | 26-35 | 99 | 25,9 |
| | 36-45 | 155 | 40,6 |
| | 46-55 | 41 | 10,7 |
| | 56-65 | 10 | 2,6 |
| | yli 65 | 2 | 0,5 |
| Asuinpaikka | Muu Suomi | 251 | 65,7 |
| | Pirkanmaa (poislukien Tampere) | 131 | 34,3 |
| Alle 15-vuotiaita lapsia perheessä | 0 | 136 | 35,6 |
| | 1-2 | 186 | 48,7 |
| | 3-4 | 54 | 14,1 |
| | 5 tai enemmän | 6 | 1,6 |
| Kuinka usein käy Särkänniemessä keskimäärin | Yli kolme kertaa vuodessa | 17 | 4,5 |
| | 2-3 kertaa vuodessa | 64 | 16,8 |
| | Kerran vuodessa | 203 | 53,1 |
| | Harvemmin kuin kerran vuodessa | 95 | 24,9 |
| | En ole koskaan käynyt Särkänniemessä | 3 | 0,8 |

Pirkanmaalla asuvien osuus vastauksista oli noin 34 % (n = 131) ja muualla Suomessa asuvien noin 66 % (n = 251). Selvästi suurempi osa vastaajista, noin 80 %, oli naisia. Vastaajista 155, noin 40 %, oli iältään 36–45-vuotiaita. Noin neljäsosa vastaajista, 99, oli 26–35-vuotiaita. Kolmanneksi yleisin ikäluokka oli 18–25 (17 %) ja neljänneksi yleisin 46–55 (11 %). Hieman alle puolet vastaajista kertoi perheeseensä kuuluvan yksi tai kaksi alle 15-vuotiasta lasta. Noin 36 %:lla vastaajista ei ollut alle 15-vuotiaita lapsia, noin 14 %:lla oli kolme tai neljä, ja noin 2 %:lla oli 5 tai enemmän.

Tuloksia analysoitiin Excelin avulla samankaltaisesti kuin lyhyitä Särkänniemessä tehtyjä haastatteluja. Aineiston analysoinnin tarkoituksena oli täydentää haastatteluista saatua tietoa. Kvantitatiivisen aineiston osalta laskettiin prosenttiosuudet, esimerkiksi kuinka moni vastaaja oli käyttänyt mitään kulkuneuvoa. Avoimia vastauksia luokiteltiin eri kategorioihin hakemalla tiettyjä avainsanoja kuten ”helppous” sekä käymällä suuri osa vastauksista myös yksitellen läpi. Myös avoimille vastauksille laskettiin luokittelun perusteella prosenttiosuuksia, esimerkiksi kuinka moni autolla saapunut vastaaja mainitsi helppouden kulkuneuvovalinnan syyksi. Avoimia kysymyksiä tarkasteltiin asuinpaikan ja matkan pisimmällä osuudella käytetyn kulkuneuvon mukaan jaoteltuina.

4.2 Tulokset

Käyttäjätutkimuksen eri osioiden tulokset esitellään seuraavissa alaluvuissa.

4.2.1 Lyhyet haastattelut Särkänniemessä

Vaikka syyslomalla Särkänniemessä tehdyt haastattelut olivat nopeita ja haastateltavat vastasivat pääosin vain lyhyesti, saatiin niistäkin selville olennaista tietoa Särkänniemeeseen saapumisesta.

Haastatelluista 62 seurueesta 24 oli tullut Särkänniemeeseen Tampereelta (39 %), 10 muualta Tampereen kaupunkiseudulta (16 %), kahdeksan osa seurueesta Tampereelta ja osa muualta (13 %), neljä pääkaupunkiseudulta (6 %) ja 16 muualta Suomesta (26 %). Omalla autolla tai autokyydillä jonkun tuomana saapui 81 % kaikista haastatelluista eli 50 seuruetta. Tamperelaisien vierailijoiden vastauksissa oli eniten vaihtelua, mutta heistäkin 71 prosenttia, 17 seuruetta, saapui autolla. Toiseksi eniten tamperelaiset saapuivat bussilla (13 %), minkä jälkeen yhtä paljon pyörällä ja kävellen (8 % kummallakin). Muualta Tampereen seudulta saavuttiin vain omalla autolla lukuun ottamatta yhtä suurta seuruetta, josta osa saapui bussilla ja osa autoilla. Seurueista, joista osa oli tullut Tampereelta ja osa muualta, yksi saapui junalla ja bussilla, ja loput seitsemän seuruetta ainakin osan matkasta autolla. Yksi seurue oli jättänyt auton hieman kauemmas ja kävellyt, ja toinen seurue tullut loppumatkan bussilla ja kävellen. Pääkaupunkiseudulta saapuneista yksi seurue tuli junalla ja kävellen, ja muut kolme autolla. Muualta Suomesta yksi seurue saapui asuntoautolla ja loppumatkan sähköpotkulaudalla sekä yksi seurue matkailuautolla. Loput 14 seuruetta saapuivat omilla autoilla.

Lähes puolet, 47 %, kaikista haastatelluista sanoivat suoraan, etteivät he harkinneet mitään muuta kulkuneuvovaihtoehtoa. Bussia harkitsi viisi vastaajaa, joista yksi oli Tampereen ympäryskunnasta ja neljä Tampereelta. He kuitenkin päätyivät valitsemaan auton aikataulujen, koronan, hinnan ja helppouden takia. Yksi Varsinais-Suomesta saapunut

kävijä harkitsi junaa, mutta hylkäsi sen aikataulujen ja erityisesti aikaisemman lähtöajan takia. Yksi pääkaupunkiseudulta saapunut seurue, joka yöpyi keskustassa hotellissa, harkitsi kävelyä hotellilta Särkänniemeen. He kuitenkin valitsivat auton, jotta heidän olisi helpompi lähteä illalla Särkänniemestä pois.

Kaksi yleisintä syytä autolla saapumiseen olivat **puutteet julkisessa liikenteessä sekä auton helppous**. Yhteensä 18 vastauksessa (29 %) syyksi kerrottiin ongelma julkisessa liikenteessä tai ettei julkista liikennettä ole saatavilla ollenkaan. Eniten mainitut ongelmat julkisessa liikenteessä olivat **aikataulut** ja matkan pidempi **kesto** verrattuna autolla saapumiseen. Kaksi vastaajaa mainitsi, että auto tuli **halvemaksi** tai saman hintaiseksi kuin koko seurueen julkisen liikenteen liput. Myös julkisella matkustamisen **hankaluus väsyneiden lasten kanssa** illalla takaisinpäin tuli esiin kahdessa vastauksessa. Viisi vastaajaa sanoi, ettei pääsisi millään muulla tavalla kuin omalla autolla.

Helppous mainittiin 16 vastauksessa (26 %), joista muutamassa sitä selitettiin tarkemmin: Neljä vastaajaa kertoi, että auto oli helpoin isolla porukalla saapuessa. Kolmessa vastauksessa helppoutta perusteltiin julkisen liikenteen hankaluudella. Nopeus mainittiin kahdessa vastauksessa, ja yksi vastaaja valitsi auton, jotta illalla olisi helpompi lähteä takaisin.

4.2.2 Pidemmät käyttäjähaastattelut

Viimeisin Särkänniemen vierailu

Neljästä haastateltavasta kaksi asui pääkaupunkiseudulla, yksi Tampereen naapurikunnassa ja yksi Kanta-Hämeessä. Heistä kolme saapui Särkänniemeen edellisellä vierailullaan koko matkan henkilöautolla. He ajoivat suoraan kotoaan Särkänniemen parkkiin. Myös neljäs osallistuja (O3) kulki matkan pisimmän osuuden autolla, mutta loppumatkalla käytti toista kulkuneuvoa. Hän oli saapunut useammaksi päiväksi Tampereelle, ja Särkänniemeen lähtiessä jätti auton seurustelukumppaninsa luokse Etelä-Tampereelle. Sieltä hän kulki Särkänniemeen Tier-sähköpotkulaudalla ja seurustelukumppani pyörällä. Kaikilta haastateltavilta päästiin siis kysymään syistä valita auto, ja miten julkisten kulkuvälineiden käyttämisestä voisi heidän näkökulmastaan tehdä houkuttelevampaa.

Yksi haastateltava (O3) siis vieraili Särkänniemessä seurustelukumppaninsa kanssa. Muut haastateltavat saapuivat Särkänniemeen perheensä sekä ystäväperheen ja/tai sukulaisten kanssa. Kaksi haastateltavaa vieraili Tampereella pidempään ja vieraili myös muualla (O2 ja O3), ja kaksi kävi ainoastaan Särkänniemessä ja lähti sen jälkeen takaisin kotiin (O1 ja O4).

Haastateltavista kolme ei harkinnut mitään muuta kulkuneuvovaihtoehtoa, vaan oli selvää, että matka kuljetaan autolla. Neljäs, pääkaupunkiseudulla asuva haastateltava (O2) kertoi heidän harkinnan hetken aikaa junaa, mutta tästä vaihtoehdosta kuitenkin luovuttiin melko nopeasti. Hän mainitsi, että Särkänniemen parkkipaikan 15 euron maksu autoa kohden olisi voinut saada heidät valitsemaan junan, mikäli he olisivat olleet enemmän kahden vaiheilla, mutta auton valintaa puoltavia syitä oli kuitenkin enemmän. Kaikki haastateltavat perustelivat auton valintaa **helppoudella**. Helppoutta selitettiin useilla näkökulmilla, esimerkiksi **hankalalla reitillä julkisen liikenteen pysäkille**, mukaan otettavan **tavaran määrällä** sekä suunnitelmilla **vierailla eri kohteissa Tampereella** Särkänniemen käyntiä seuraavana päivänä. Yksi haastateltava kuvaili syitä seuraavasti:

”Omalla autolla on helpoin liikkua, ja varsinkin lapsen kanssa kun otettiin rattaat mukaan, ja sit kun tota porukkaa muutenkin tuli siitä matkan varrelta kyytiin. Niin se oli helpoin meille.” -O4

Yksin asuva osallistuja myös vertasi autoilun ja julkisella matkustamisen hintoja.

”Auto on itelle vaan sellanen helppo. Joo, semmonen et sitä vaan tulee sit käytettyä kun semmonen kerran on. Ja sit se vaan, no se on käytännössä halvempi kun juna tällä hetkellä, kuitenkin.” -O3

Liikkumis- ja muut tottumukset yleisesti

Helppous ja käytännöllisyys korostuivat myös, kun haastateltavilta kysyttiin Särkänniemen vierailun lisäksi yleisesti heidän kulkuneuvovalinnoistaan. Yksi haastateltavista (O2) osasi suoraan eritellä olennaisimmat tekijät tärkeysjärjestyksessä: ensin käytännöllisyys mukaan lukien tavaran määrä, toisena hinta ja kolmantena toimivuus. Toimivuudella hän tarkoitti esimerkiksi sitä, jos täytyy mennä useaan paikkaan peräkkäin.

Syitä julkisten kulkuneuvojen valitsemiseen mainittiin mukavuus pidemmällä, varsinkin yön yli kestävillä matkoilla sekä heikot pysäköintimahdollisuudet. Kaksi haastateltavaa (O1 ja O2) myös kertoi välillä valitsevansa junan, koska heidän lapsensa tykkää matkustaa junalla tai jotta lapset oppisivat matkustamaan myös julkisilla.

Toisaalta hyvät pysäköintimahdollisuudet myös tukivat auton valintaa yhden haastateltavan mukaan (O3). Toinen (O2) taas mainitsi, että korona-aikana autoa on käytetty hieman aiempaa enemmän. Esiin tuli myös huono sää syynä auton valitsemiseen (O3). Helppous yleisesti ja **helppous lasten kanssa** kuitenkin vaikutti olennaisimmalta tekijältä.

”No siis auto on yleisesti helppo pienten lasten kanssa. Se on valittu sillain et se on tilava, et sinne mahtuu tavaraa. Ja sit se on vaan niin yksinkertainen ja helppo.” -O1

Kun haastateltavilta kysyttiin, pohtivatko he liikkumisvalintojen ympäristövaikutuksia, kolme heistä vastasi ei. Yksi osallistuja kertoi pohtivansa, mutta muiden asioiden kuitenkin vaikuttavan enemmän.

”Pohdin, mutta se tulee harmittavan myöhään siellä ketjussa. Tavallaan pohdin mutta sitte en aina anna sen vaikuttaa, koska muut asiat vaikuttaa tärkeemmiltä.” -O2

Kolme haastateltavaa osasi kuitenkin miettiä tekijöitä, jotka voisivat saada heidät vaihtamaan ympäristön kannalta kestävämpiin kulkuneuvoihin. Yksi haastateltavista (O1) kertoi asuvansa syrjässä ja lähimmälle pysäkille olevan hankala kulkea, joten heillä ei ole muuta vaihtoehtoa kuin auto. Tästä syystä heille mahdollinen muutos olisi sähköauton hankkiminen, jos niiden hinnat tulisivat reilusti alaspäin. Myös latauspisteiden määrää pitäisi merkittävästi lisätä ympäri Suomea, jotta sähköautolla pääsisi hyvin kulkemaan. Toinen osallistuja (O2) arveli, että käyttäisi enemmän julkisia, jos se olisi merkittävästi halvempaa kuin autoilu. Hän kuitenkin totesi, että esimerkiksi mökkimatkoilla julkisen kulkuneuvon pitäisi viedä hyvin lähelle, mikä ei varmastikaan ole mahdollista kaikkialla toteuttaa. Hän sekä toinen osallistuja (O4) toivat esille myös omat vaikutusmahdollisuudet, kuten vähemmän tavaramäärän pakkaamisen sekä aikatauluista paremmin selvää ottamisen. Neljäs osallistuja (O3) kuitenkin totesi, ettei tiedä vaihtaisiko autoa mihinkään muuhun, koska on niin helppoa lähteä suoraa oven edestä ja päästä suoraan kohteeseen.

Kysyttäessä yleisemmin arjen teoista tai asenteista ympäristöystävällisyyttä ajatellen kaikki neljä haastateltavaa vastasivat kierrättävänsä – tämä mainittiin esimerkkinä kysymyksessä. Lisäksi ympäristöystävällisen sähköyhtiön valinta ja tavaroiden osto käytettynä tulivat esiin kahdessa haastattelussa. Kasvisruokapäivä ja kestävämmät valinnat vaatteita ostaessa mainittiin kumpikin kerran.

Mahdollinen palvelu

Haastattelun viimeisessä osiossa haastateltaville esiteltiin mahdollinen palvelukonsepti karkealla tasolla. Yhden haastateltavan (O1) kanssa keskusteltiin mahdollisesta liityntäparkista, jonne voisi ajaa omalla autolla ja siirtyä sieltä julkisella kulkuneuvolla perille Särkänniemeen, sillä hänen mukaansa auto on heille ainoa vaihtoehto kotoa lähtiessä. Muiden haastateltavien kanssa keskusteltiin lähinnä vaihtoehdosta saapua junalla Tampereelle ja Rautatieasemalta Särkänniemeen julkisella tai esimerkiksi kävellen. Kaikkien haastateltavien mielestä palvelu kuulosti vähintään jonkin verran kiinnostavalta, ja he osasivat kertoa ideoita ja toiveitaan koskien sitä, millaisia ominaisuuksia palvelulla tulisi olla. Yksi haastateltava kuvaili konseptia hyväksi ideaksi, koska sisäänpääsylippuja kuitenkin selvitetään jo etukäteen:

”Ois silleen et kun ne liput täytyy kuitenkin selvittää ja hommata, kaikki siihen liittyvä, niin jos siinä samalla olis jotenki järkevästi sit tehty se liikkuminenki. Ja et se mahdollistas sit vaikka et siihen lipun hintaan kuuluis sitten joku tämmönen yhteys jostain niin joo, mun mielestä se vois olla ihan fiksu itse asiassa.” - O3

Kolme haastateltavaa – he, joilla on lapsi tai lapsia – nosti esiin **matkatavarat** olennaisena palvelun toimivuuteen vaikuttavana tekijänä. Jotta palvelu voisi toimia, tulisi matkatavaroiden säilytyksen sekä ihanteellisesti myös kuljetuksen olla hyvin järjestetty.

”Joo, ainaki mikä meillä ois ollu este, mikä ois ollu hyvä, että ne kuljettais osan tavaroista suoraan hotellille mihin me oltas menossa. Tai sit ainaki ihan vähintään joku säilytysmahdollisuus, mieluummin jopa niin että me kerran nostetaan ne junaan niin sit ne odottas meitä hotellilla. Koska se on ku kaks lapsiperhettä reissas niin sitä kamaa oli ihan julmetusti, et ei puhettakaan et ne ois voinu olla meillä siellä Särkänniemessä päivän. Autossa meni hyvin, mutta jos oltas tultu julkisilla niin ei missään nimessä.” -O2

”- - jos sä tuut viä joskus pelkästään Särkänniemeen jostain kauempaa et sä et tuu ees kotoo, niin sithän jos sä lähet lomareissulle, niin sullahan on varmasti sitä tavaraa mukana, et tuutte sit autolla tai millä, niin - - mikä kelläkin on helppointa. Itelle on jotenki helppointa ajaa suoraan määränpähän kamojen kanssa ja sit purkautua autosta. Mut tietysti jos on joku hotelli tai muu mihin sä voit niinku purkaa ensin, ja saa sinne auton pysäköityä, niin sit se on ihan eri asia.” -O1 (*Liityntäparkista*)

Yksi haastateltava myös kuitenkin totesi, että jos junalla matkustaisi enemmän, ehkä sitten osaisi myös valikoida matkatavarat paremmin, jolloin niiden määrän saisi pidettyä pienempänä.

”No se joo, se (*lastenrattaat yms. tavara*) ehkä vaikuttaa ja sitte et ne semmotteet matkatavarat niin ne sitten sais jättää sinne omaan autoon siel Särkänniemen parkkipaikalla, kun se että sä joudut koko ajan kantamaan niitä. Koska aika rajallisesti myös rattaissa on sitä tilaa kuskailta mitään. - - Tottakai asioihin tottuu, ja sitte just jos matkustais junalla enemmän, niin sitte osais ne myös ne matkatavarat sillain valikoida ettei ota ihan kauheeta määrää.” -O4

Osallistuja, jonka kotoa on hankala päästä julkisen liikenteen pysäkille (O1), painotti sitä, että **liityntäparkki- ja kuljetuspalvelun tulisi olla todella sujuva, helppo ja edullinen**. Muutoin omalla autolla saapuminen tuntuisi varmasti edelleen monelle helpommalta

vaihtoehdolta. Palvelun tulisi hänen mielestään löytyä jonkinlaisena pakettina, joka sisältäisi sekä pysäköinnin että kuljetuksen, eikä niin, että pitäisi erikseen valita monta asiaa tai huolehtia monesta maksusta.

”Et periaatteessa siis ymmärrän ton sun jutun, tai sen idean siinä, mut sen pitäis olla hirveen helppoo ja vaivatonta, et varmaan jos se liitääntäparkin hinta ois vaikka, tai jos se itse liitääntäparkki ei maksais mitään, ja sit sä maksaisit vaikka vaan siitä jonkun julkisen muutaman euron, niin sit se ehkä niinku voiski olla houkutteleva. Mut jos siihen tulee niinku monta eri maksua, mitä sun pitää huomioda siinä, niin mä luulen et ihmisten on helpompi ajaa Särkänniemeen ja maksaa se 15 euroo pysäköinnistä.” -O1

Hän mainitsi myös Särkänniemen lähellä sijaitsevan junaradan parkkipaikan, josta ei tarvitse maksaa mitään ja josta on helppo kävellä lasten kanssa Särkänniemeen. Hän kertoi aina Särkänniemessä vieraillessaan katsovansa ensin sen, ja vain sen ollessa täysi ajavansa Särkänniemen parkkiin. Tämäkin lisää palvelun tarvetta olla helppo ja edullinen, sillä on mahdollista myös päästä omalla autolla lähelle ilmaiseksi.

Yksi osallistuja (O2) esitti viime Särkänniemen vierailunsa perusteella paljon ideoita **sukkulabussista ja matkapaketista**, joka sisältäisi Särkänniemen liput, matkaliput sekä mahdollisesti muita palveluita. Jo mainitun matkatavarasäilytyksen ja -kuljetuksen lisäksi hän mainitsi myös laajemman Tampere-vierailu-paketin, koska he valitsivat viimeksi auton myös siksi, että pääsisivät helpommin seuraavana päivänä liikkumaan eri kohteisiin. Paketti voisi valmiiksi sisältää yöpymisen sekä kohteita, jotka sijaitisivat kävelyetäisyydellä valitulta hotellilta, jolloin auto ei enää olisi niin välttämätön. Toisena vaihtoehtona hän esitti myös kuljetuksen illalla kotiin pääkaupunkiseudulle. Tällöin he eivät ehkä olisi taloudellisista syistä jääneet yöksi Tampereelle, kun taas nyt he olivat päättäneet, etteivät enää illalla jaksa lähteä ajamaan takaisin väsyneiden lasten kanssa. Hän myös kehui sukkulabusseja, joita he ovat ulkomailla huvipuistoihin liikkeessä käyttäneet, ja sanoi että sellainen voisi toimia hyvin hotellista Särkänniemeen ja takaisin. Vaihtoehtona junalla saapumiselle hän esitti myös ”puoliväliratkaisun” liityntäparkista:

”- - illalla väsyneenä lähetettiin sinne hotellille nii taas tuntu siltä et me ei taaskaan löydetä parkkipaikkaa. Et jos ois vaik semmonenki että aja auto tänne Tampere-parkkiin, ja sit se saa olla siel kaks päivää ja sit sulla on tässä tää lippu joka käy kaikkeen Tampereen liikenteeseen, ja sukkulabussiin Särkänniemeen, niin semmonenki joku ois ollu meille ehkä semmonen hyödyllinen puoliväliratkaisu et sen ei tarvi ees olla kotiovelta tai kotikaupungista lähtösin.” -O2

Kysyttäessä siitä, miten palvelu olisi paras toteuttaa – esimerkiksi suoraan Särkänniemen verkkokaupan yhteydessä vai uutena palveluna tai sovelluksena – haastateltavilla

oli keskenään eriäviä mielipiteitä. Kaksi heistä (O1 ja O3) oli sitä mieltä, että palvelun olisi hyvä olla suoraan Särkänniemen verkkokaupassa pääsylippujen oston yhteydessä. Tätä perusteltiin helpoudella: asiaa kuitenkin ajattelee siinä samalla pääsylippuja ostaessa, ja asia hoituisi nopeasti, jos vain parilla lisäklikkauksella saisi myös matkaliput. Matkalippujen oston pitäisi toki kuitenkin olla valinnaista.

”Mun mielestä jos se ois ympätty jotenki siihen (*Särkänniemen verkkokaupaan*) niin sit se kyl menis ehkä paremmin. Et toki silleen et sä voit valita, et otatko pelkät liput tai tälleen - - mut et sit se ois mahdollisimman helposti vaan siitä että uus, yks klikkaus vielä ja sit sä saat ne kaikki matkat vaikka jotenki järkätyä tai muuta.” -O3

Yksi haastateltava (O2) kuitenkin arveli, että jos he olisivat jo päättäneet lähteä Särkänniemeen ja hän menisi verkkokauppaan ostamaan pääsylippuja, he olisivat jo lähtökohdaisesti menossa autolla, ja hän valitsisi automaattisesti ”ei” kaikille lisäpalveluille. Hän kokisi, että verkkokaupassa myytävissä matkalippupaketeissa voisi olla niin sanottu Särkänniemi-lisä, ja hän voisi saada liput halvemmalla muualta. Hänen tapauksessaan ajatuksen junaretkestä Tampereelle pitäisi tulla ensin, ja hän mainitsikin voivansa kiinnostua, jos näkisi mainoksen matkapaketista, joka sisältäisi matkaliput, yöpymisen ja pääsyliput Särkänniemeen. Neljäs haastateltava (O4) piti parhaana vaihtoehtona erillistä sovellusta, johon voisi päästä Särkänniemen sivuilta. Sovellus voisi olla laajempi, jolla pääsisi myös esimerkiksi Linnanmäelle.

Mikäli haastatteluissa esiin tulleet tarpeet ja toiveet palvelulle toteutuisivat, oli kaikkien haastateltavien mukaan mahdollista, että he vaihtaisivat henkilöautolla Särkänniemeen asti saapumisen joko julkisiin kulkuneuvoihin tai liityntäparkkiin ja julkiseen. Yksi haastateltava (O4) kuitenkin arveli, että lapsen kanssa matkustaessaan hän edelleen valitsisi oman auton. Myös toisen haastateltavan (O3) oli ensin vaikea kuvitella saapuvansa Tampereelle julkisilla, koska hän on niin tottunut autoilemaan, mutta hänkin totesi kuitenkin lopuksi sen olevan mahdollista, mikäli matkat olisivat pääsylippujen kanssa helpo-
pona pakettina.

4.2.3 Kyselytutkimus

Kestävän matkailun hub-hankkeen keräämää kyselyaineistoa analysoitiin siis rajaamalla Tamperelaisten antamat vastaukset aineistosta pois. Vastaajien viimeisimpään Särkänniemen vierailuun liittyviä tietoja koskien vierailun ajankohtaa, kestoa ja matkaseuraa on esitelty seuraavassa taulukossa 3.

Taulukko 3: Kyselyyn vastanneiden viimeisimpään vierailuun liittyvät tiedot

| Viimeisin vierailu | | Kaikki | | Pirkanmaa (-Tre) | | Muu Suomi | |
|---|-------------------------------|--------|----|------------------|----|-----------|----|
| | | n | % | n | % | n | % |
| Milloin vieraili viimeksi | Tänä vuonna | 173 | 45 | 63 | 48 | 110 | 44 |
| | Viime vuonna | 137 | 36 | 54 | 41 | 83 | 33 |
| | Toissa vuonna tai aiemmin | 72 | 19 | 14 | 11 | 58 | 23 |
| Kauanko viipyi Tampereella | Muutaman tunnin | 51 | 13 | 36 | 27 | 15 | 6 |
| | 1 päivän | 199 | 52 | 59 | 45 | 140 | 56 |
| | 2-3 päivää | 79 | 21 | 2 | 2 | 77 | 31 |
| | Yli 3 päivää | 21 | 5 | 2 | 2 | 19 | 8 |
| | (tyhjä) | 32 | 8 | 32 | 24 | 0 | 0 |
| Kenen kanssa vieraili Särkänniemessä | Perheen | 273 | 71 | 107 | 82 | 166 | 66 |
| | Kumppanin | 41 | 11 | 11 | 8 | 30 | 12 |
| | Ystävän/ystävien | 64 | 17 | 29 | 22 | 67 | 27 |
| | Yksin | 11 | 3 | 3 | 2 | 8 | 3 |
| | Muu | 16 | 4 | 7 | 5 | 9 | 4 |
| Jos lapsia mukana, minkä ikäisiä | Alle kouluikäisiä | 112 | 29 | 42 | 32 | 70 | 28 |
| | Alakouluikäisiä | 200 | 52 | 82 | 63 | 118 | 47 |
| | Yläkouluikäisiä tai vanhempia | 96 | 25 | 34 | 26 | 62 | 25 |

Hieman alle puolet vastaajista oli vierailut Särkänniemessä kuluvan vuoden (2020) aikana. Noin 35 % vastaajista oli käynyt Särkänniemessä viime vuonna, ja noin 20 % toissa vuonna tai aiemmin. Pirkanmaalaisista hieman suurempi osa oli käynyt Särkänniemessä tänä tai viime vuonna kuin muualta Suomesta kotoisin olevat vastaajat. Yleisintä oli viipyä Tampereella yksi päivä, kuten hieman yli puolet vastaajista oli tehnyt. Pirkanmaalaisille oli toiseksi yleisintä viipyä Tampereella muutama tunti, kun taas muualta Suomesta tuleville toiseksi yleisin vaihtoehto oli viettää Tampereella 2-3 päivää.

Hieman yli 70 % vastaajista oli vierailut Särkänniemessä perheensä kanssa. Pirkanmaalaisista perheen kanssa oli vierailut 82 % ja muualta Suomesta tulleista 66 %. Muualla Suomessa asuvat vierailivat hieman Pirkanmaalaisia enemmän Särkänniemessä myös ystävän tai ystävien kanssa. Kolmanneksi yleisin vastaus oli kumppanin kanssa vierailu. Hieman yli puolet vastaajista kertoi, että heillä oli ollut viime vierailulla mukana alakouluikäisiä lapsia. Alle kouluikäisiä oli mukana hieman enemmän kuin yläkouluikäisiä.

Vastaajien käyttämät kulkuneuvot on esitetty taulukossa Liitteessä B. Kulkuneuvot on eritelty koko matkaketjun, pisimmän osuuden sekä viimeisimmän osuuden mukaan. Noin 80 % vastaajista oli käyttänyt matkallaan henkilöautoa. Osuus oli suunnilleen sama Pirkanmaalaisilla ja muualta Suomesta tulleilla. Toiseksi eniten (20 %) vastaajat olivat kulkeneet kävellen. Myös kolmanneksi yleisimmän kulkuneuvon, lähiliikenteen bussin, osuus oli molemmissa ryhmissä suurin piirtein sama, 18 % ja 16 %. Neljänneksi eniten vastaajat käyttivät kaukojunaa, jota muualta Suomesta tulleet käyttivät kuitenkin enemmän kuin Pirkanmaalaiset (3 % ja 12 %).

Pisimmän osuuden henkilöautolla oli kulkenut noin 75 % vastaajista, Pirkanmaalaisista hieman isompi osa kuin muualta Suomesta tulleista. Pirkanmaalaiset kulkivat pisimmän osuuden toiseksi yleisimmin lähiliikenteen bussilla (14 %) ja kolmanneksi yleisimmin kaukojunalla (3 %). Muualla Suomessa asuvat kulkivat pisimmän osuuden toiseksi yleisimmin kaukojunalla (13 %) ja kolmanneksi yleisimmin kaukoliikenteen bussilla (4 %).

Myös matkan viimeisellä osuudella henkilöauto oli eniten käytetty kulkuneuvo (53 %). Toiseksi yleisimmin viimeinen osuus kuljettiin kävellen. Näin vastasi noin kolmasosa vastaajista, Pirkanmaalaisista 35 % ja muualta kotoisin olevista 30 %. Tämän kysymyksen kohdalla kävelyn osuus on siis suurempi, kuin kysymyksessä, jossa pyydettiin valitsemaan kaikki käytetyt kulkutavat. Voi olla, etteivät vastaajat siihen vastatessaan vielä laskeneet kävelyä mukaan, jos he olivat esimerkiksi saapuneet lähipysäkille bussilla tai Särkänniemen parkkialueelle autolla, ja kävelleet sieltä lyhyen loppumatkan. Tämänkin kysymyksen kohdalla on hyvin mahdollista, että osa vastaajista on katsonut edellä kuvatuissa tilanteissa tulleensa myös viimeisen osuuden autolla tai bussilla, ja osa kävellen. Kolmanneksi yleisin kulkuneuvo matkan viimeiselle osuudelle oli lähiliikenteen bussi (Pirkanmaa 8 % ja muu Suomi 13 %) ja neljänneksi yleisin pyörä (Pirkanmaa 2 % ja muu Suomi 0,4 %).

Yleisin syy henkilöauton valintaan matkan pisimmälle osuudelle oli sen **helppous**. Näin vastasi vähän alle 60 % vastaajista. Prosenttiosuus oli sama sekä Pirkanmaalaisilla että muualta Suomesta tulleilla. Muita käytettyjä ilmauksia, joiden katsottiin tarkoittavan samaa asiaa, olivat **vaivattomuus, kätevyys ja käytännöllisyys**. Pirkanmaalaisille toiseksi painavimmat syyt olivat **huonot julkisen liikenteen yhteydet tai ettei muita vaihtoehtoja ole**, sekä **nopeus** (molemmat 21 %). Muualla Suomessa asuville toiseksi yleisimmät syyt olivat huonot julkisen liikenteen yhteydet tai ettei muita vaihtoehtoja ole, sekä matkan **hinta** (molemmat 16 %). Muita esiin nousseita syitä kaikkien vastaajien osalta olivat **joustavuus ja riippumattomuus aikatauluista** (11 %), helppous liittyen erityisesti **lasten kanssa liikkumiseen** (7 %) ja **tavaroiden kuljetus** (3 %).

Helppous, vaivattomuus tai kätevyys olivat suurimmat syyt myös lähiliikenteen bussilla tai kaukojunalla pisimmän osuuden matkustaneille (bussi 67 % ja juna 50 %). Lähiliikenteen bussin osalta mainittiin myös se, ettei tarvitse huolehtia pysäköinnistä, ja ettei muita vaihtoehtoja ollut. Kaukojunalla kulkeneet nostivat esiin erityisesti hinnan, niin muutenkin kuin Särkänniemen parkkipaikkaan verrattuna (42 %), sekä nopeuden (39 %). Kaukoliikenteen bussin valitsemiseen yleisimmät syyt olivat hinta (42 %) ja helppous (17 %).

Kyselyssä pyydettiin vastaajia kertomaan, mikä heidän matkaketjussaan sujui hyvin ja millaisia haasteita siinä oli. Tätäkin kysymystä tarkasteltiin pisimmän osuuden kulkuneuvon perusteella, joten on mahdollista, että vastaukset liittyvät johonkin muuhun käytettyyn kulkuneuvon. Suurimmasta osasta vastauksista oli kuitenkin selkeästi pääteltävissä, mihin osuuteen viitataan. Yleisin vastaus sekä henkilöautolla, lähiliikenteen bussilla, kaukojunalla että kaukoliikenteen bussilla kulkeneilla oli, että kaikki sujui hyvin tai ettei mitään ongelmia ilmennyt (auto 34 %, lähibussi 21 %, kaukojuna 28 % ja kaukobussi 25 %).

Henkilöautolla kulkeneet kertoivat suurimmiksi haasteiksi parkkeeraamiseen liittyviä asioita: 9 % mainitsi parkkipaikan löytämisen, jonotuksen Särkänniemen parkkiin tai Särkänniemen parkkipaikan sekavuuden. Parkkimaksun mainitsi 6 %. Toisaalta useampi vastaaja myös kertoi parkkipaikan löytyneen helposti. Muita mainittuja haasteita olivat ruuhka, lasten kanssa matkustaminen, pitkä ajomatka ja työmaat.

Lähiliikenteen bussilla kulkeneista 8 % kertoi hyvänä puolena vaihtojen sujuneen hyvin tai ettei vaihtoja ollut. Haasteiksi he mainitsivat **lähimmän bussipysäkin selvittämisen, aikatauluhaasteet** sekä matkan keston (myös 8 % jokainen). Kaukojunalla saapuneille suurimmat haasteet olivat **Särkänniemeen menevän bussin selvittäminen** (8 %) ja täysi tai epähygieeninen juna (8 %). Yksi vastaaja esimerkiksi kertoi, että he olivat jo ostaneet bussiliput, kun bussikuski kertoi, että rannekkeilla olisi päässyt ilmaiseksi 100-linjan bussiin. Hän ei ollut löytänyt tästä infoa. Toinen vastaaja myös kertoi bussien selvittelyyn vieneen paljon aikaa, ja hän toivoi, että bussiliput olisi mahdollista ostaa jo etukäteen. Junalla kulkeneista 8 % myös nosti hyvänä puolena esiin aikataulussa pysymisen.

Vastaajilta kysyttiin myös, miten he kehittäisivät Tampereen joukkoliikennettä niin, että saapuminen ilman omaa autoa olisi sujuvaa ja miellyttävää. Pisimmän matkan henkilöautolla saapuneista vastaajista 6 % toi vastauksessaan esiin **etäparkin, josta kulkisi tiheään edullinen tai ilmainen kuljetus Särkänniemeen**. 6 % toivoi **parempaa opastusta**, erityisesti koskien bussiliikennettä Tampereella Särkänniemeen. 5 % sanoi, ettei kuitenkaan käyttäisi julkisia tai että Särkänniemeen pitäisi jatkossakin päästä omalla autolla. Kaksi vastaajaa myös sanoi, että mikäli autolla saapuminen tehdään hankalaksi,

he ennemmin vaihtavat kokonaan matkakohdetta. Suoran, mahdollisesti ilmaisen **bussilinjan suoraa linja-auto- ja rautatieasemilta Särkänniemeen** mainitsi 4 % ja **suorat yhteydet kauempaa** 3 %. Muita mainittuja ehdotuksia olivat ratikkapysäkki Särkänniemeen, tiheämmät bussivuorot Särkänniemeen sekä kaupungin sisäisesti että lähikunnista, yhdistetyt pääsylipun ja bussilipun paketit sekä alennus tai ilmainen pääsy lähiliikenteen bussiin Särkänniemen rannekkeella.

Muulla kuin henkilöautolla pisimmän osuuden kulkeneiden vastauksissa oli paljon samoja asioita kuin autoilijoilla, mutta opastuksen kehittäminen nousi erityisesti esiin. **Parempaa opastusta koskien niin kaupungin busseja, bussipysäkkejä kuin kävely- ja pyöräreittejä** toivoi 14 % vastaajista. 5 % ehdotti suoraa bussilinjaa linja-auto- ja/tai rautatieasemilta, ja 4 % ilmaista kuljetusta. Myös sujuvampi (kaupunki)pyöräily, runkolukittavat pyörätelineet ja ratikka mainittiin. Kaksi vastaajaa ihmetteli, miksi viimeinen 100-linjan bussi lähtee jo ennen huvipuiston sulkemisaikaa, ja kaksi vastaajaa toivoi, että myös muut bussilinjat pysähtyisivät lähempänä Särkänniemeä samalla pysäkillä kuin linja 100.

Kysyttäessä vielä erikseen opastuksen parantamisesta ilmeni aiempien kysymysten mukaisesti, että vastaajat kaipaivat parempaa opastusta monilla eri osa-alueilla. Neljä vastaajaa toivoi selkeitä tienviittoja kauempaa autolla tuleville jo hyvissä ajoin. Kaksi vastaajaa kommentoi Särkänniemen parkkialueen olevan sekava, ja kolme toivoi sieltä parempaa ohjeistusta sisääntulolle kulkemisesta. Särkänniemen nettisivuille toivottaisiin parempaa tiedotusta koskien esimerkiksi kyyditsemistä, bussilinja 100:aa ja Särkänniemeessä järjestettäviä yksityistilaisuuksia. Bussilinja 100 oli tuttu vastaajista vain 21 %:lle ja 14 % oli käyttänyt sitä. Opastusta toivottiin myös sekä kävellen, pyörällä että bussilla saapuville. Linja-auto- ja rautatieasemilla toivottiin olevan opasteita, ja Särkänniemeen kulkevien bussien pysäkeille toivottiin jonkinlaista Särkänniemi-logoa. Bussien selvittämistä kommentoitiin esimerkiksi näin:

”Useammin kulkevat bussit ja näistä tiedottaminen esimerkiksi rannekkeiden oston yhteydessä” – Nainen, muu Suomi, 36–45

”Koen aikaa vievänä alkaa selvittämään julkisten aikatauluja varsinkin kun en paikkakuntaa tarkemmin tunne. Jokin pakettimatka kotimaassa missä olisi mainoksissa kerrottu jo suorat kulkuyhteydet esim. ratikalla juna asemalta särkänniemeen ja sieltä kylpylähotelliin.” - Nainen, muu Suomi, 36–45

Pakettimatkoille tai ainakin saapumisvaihtoehdoista tiedottamiselle jo pääsylippuja ostaessa voisi siis olla kysyntää myös kyselytutkimuksen perusteella.

4.3 Käyttäjätutkimuksen tulosten yhteenveto

Kaikkien yllä kuvattujen tutkimusmenetelmien mukaan auto on eniten käytetty kulkuneuvo Särkänniemeen saapuessa. Sekä lyhyiden haastatteluiden että kyselyaineiston mukaan noin 80 % vierailijoista saapuu autolla. Pidempien haastatteluiden neljästä osallistujasta kolme kulki koko matkan autolla ja neljäskin osallistuja matkan pisimmän osuuden. Sekä pitkissä että lyhyissä haastatteluissa ilmeni, ettei muita kulkuneuvoja harkittu: lyhyiden haastatteluiden osallistujista näin kertoi lähes puolet ja pidempien haastatteluiden osallistujista kolme. Kyselyn perusteella Pirkanmaalaisten toiseksi eniten käyttämä kulkuneuvo pisimmälle osuudelle on lähiliikenteen bussi ja muualta Suomesta tuleville kaukojuna.

Yleisimmät syyt auton valitsemiseen ovat sen helppous ja vaivattomuus sekä puutteellinen julkinen liikenne tai sen puuttuminen kokonaan. Auton kuvattiin olevan yleisesti helppo sekä erityisesti lasten kanssa liikkuesssa, matkatavaroiden takia ja useissa kohteissa vieraillessa. Julkisen liikenteen huonoiksi puoliksi mainittiin etenkin sen hankaluus, huonot aikataulut, matkan kesto sekä matkan hinta. Myös auton joustavuutta ja sen mahdollistamaa riippumattomuutta aikatauluista pidettiin tärkeänä syynä. Toisaalta lähiliikenteen bussilla ja kaukojunalla matkustaneet perustelivat valintaa myös helppoudella ja kätevyydellä, eikä tällöin tarvitse huolehtia pysäköinnistä eikä pysäköintimaksuista. Särkänniemeen vievän bussin ja pysäkkien selvittäminen on kuitenkin ollut monelle Tampereen ulkopuolelta tulleelle hankalaa.

Pidempien haastatteluiden ja kyselyaineiston avulla saatiin tietoa siitä, mikä saisi vierailijat saapumaan Särkänniemeen ilman omaa autoa. Esiin nousi etenkin etäparkkipaikka, josta tulisi olla sujuva, tiheästi kulkeva sekä edullinen tai ilmainen kuljetus Särkänniemeen. Lähi- ja kevyttä liikennettä koskien tulisi olla parempi opastus niin Särkänniemen nettisivuilla kuin fyysisinä opasteina ja pysäkkimerkintöinä, jotta vierailijoille olisi selvää, miten Särkänniemeen pääsee helpoiten esimerkiksi Rautatieasemalle kauempaa saapuessa. Valtaosalle vastaajista esimerkiksi bussilinja 100 ei ollut tuttu. Matkatavaroita varten tulisi olla säilytys- tai kuljetuspalvelu. Linja-autoasemalta ja Rautatieasemalta olisi hyvä kulkea suora ja mahdollisesti ilmainen bussilinja Särkänniemeen, ja myös sukkulabussia hotelleilta toivottiin. Myös suorat yhteydet kauempaa Särkänniemeen mainittiin, esimerkiksi suora kuljetus illalla pääkaupunkiseudulle.

Pidempien haastatteluiden osallistajat olivat sitä mieltä, että mahdollinen pääsy- ja matkaliput yhdistävä palvelu vaikuttaa ainakin jonkin verran kiinnostavalta, ja he voisivat mahdollisesti myös käyttää sellaista. Lippupaketit tai pakettimatkat mainittiin myös kyselyaineistossa. Neljällä haastateltavalla oli eri mielipiteitä siitä, miten palvelu olisi paras toteuttaa: kahden mielestä Särkänniemen nettisivuilla pääsylippujen oston yhteydessä,


yhden mielestä mainostettavana matkapakettina, jotta päätös tulisi jo ennen pääsylippujen ostoa, ja yhden mielestä erillisenä sovelluksena, joka kattaisi Särkänniemen lisäksi muitakin kohteita.

5. PROTOTYYPPI JA SEN ARVIOINTI

Tässä luvussa esitellään suunniteltu palvelukonsepti sekä palvelua havainnollistamaan tehty prototyyppi. Luvussa kerrotaan myös prototyypin arvioinnin menetelmät ja tulokset.

5.1 Persoonat

Käyttäjätutkimuksen tulosten perusteella muodostettiin kaksi erilaista persoonakuvausta palvelun suunnittelun tueksi (kuvat 3 ja 4). Persoonien avulla voidaan esittää palvelun tyypilliset käyttäjät helposti ymmärrettävässä muodossa. Persoonakuvaukset tuntuvat oikeilta ihmisiltä, ja niiden avulla on helpompi ymmärtää, mikä motivoi erityyppisiä käyttäjiä. (Holtzblatt & Beyer 2016, s. 225-229) Ne havainnollistavat käyttäjätutkimuksen tuloksia ja näin edistävät paremman käyttäjäkokemuksen luomista (Mulder & Yaar 2006).



Bio

Tiina asuu pääkaupunkiseudulla kerrostalossa puolisonsa ja lapsensa kanssa. He käyvät yleensä kerran vuodessa Särkänniemessä tai jossakin muussa huvipuistossa.

Liikkuminen

Tiina omistaa puolisonsa kanssa yhteisen auton. Hän liikkuu työmatkansa useimmiten julkisilla, koska se on hyvien yhteyksien ansiosta vaivatonta ja melko nopeaa. Hän kulkee välillä muuten julkisilla liikkeudessa yksin tai puolisonsa kanssa, mutta varsinkin lapsensa kanssa ja pidemmällä matkoilla he kulkevat mieluiten omalla autolla.

Tärkeimmät kriteerit kulkuneuvon valinnassa

Helppous

Joustavuus

Hinta

Ympäristöasenteet

Tiina kokee ympäristöasiat itselleen jokseenkin tärkeiksi. Hän esimerkiksi kierrättää, ostaa osan vaatteista käytettynä ja kokkaa välillä kasvisruokaa. Liikkumisvalinnoisakin hän välillä pohtii ympäristövaikutuksia, mutta muut kriteerit ovat silti tärkeämpiä.

Tiina Tiedostava

Ikä
34


Sukupuoli
Nainen

Perhe
Puoliso ja 5-vuotias lapsi

Ammatti
Graafinen suunnittelija

Kuva 3: Persoonat 1 – Tiina Tiedostava

Persoonista ensimmäinen, ”Tiina Tiedostava” (kuva 3), käyttää liikkumiseen sekä henkilöautoa että julkisia. Hän asuu hyvien julkisten liikenneyhteyksien lähellä, joten julkisilla liikkuminen on hänelle usein helppo valinta. Hän kokee henkilöauton kuitenkin vaivattomammaksi vaihtoehdoksi erityisesti silloin, kun hän matkustaa perheensä kanssa tai kyseessä on pidempi matka. Helppous, joustavuus ja usein myös hinta ovat ympäristövaikutuksia tärkeämpiä kriteerejä kulkuneuvoa valitessa, vaikka hän yleisesti pyrkiikin elämään ekologisesti.



Anna Autoilija

Ikä
43

Sukupuoli
Nainen

Perhe
Puoliso, 9- ja 12-vuotiaat lapset, koira

Ammatti
Luokanopettaja

Bio

Anna asuu perheensä kanssa omakotitalossa Pirkanmaalla, alle tunnin matkan päässä Tampereelta. He käyvät yleensä joka vuosi Särkänniemessä, ja perheen vanhempi lapsi saattaa käydä useammankin kerran kavereidensa kanssa.

Liikkuminen

Anna ja hänen puolisonsa omistavat omat autot, ja perhe liikkuu suurimman osan matkoistaan autolla. Julkisten pysäkeille on käveltävissä oleva matka, mutta varsinkin Tampereelle matka kestäisi melko kauan ja vaatisi vaihdon. Anna arvostaakin auton kätevyyttä ja sitä, että pääsee sillä suoraan määränpäähänsä.

Tärkeimmät kriteerit kulkuneuvon valinnassa

Helppous Nopeus Vaivattomuus

Ympäristöasenteet

Anna pyrkii arjessaan tekemään ympäristöystävällisiä valintoja silloin, kun siihen on mahdollisuus eikä se ole kovin vaivalloista verrattuna muihin vaihtoehtoihin. Hän esimerkiksi kierrättää ja valitsee kestävämmän sähköyhtiön. Liikkumisvalinnoissaan hän ei pohdi ympäristövaikutuksia.

Kuva 4: Persoona 2 – Anna Autoilija

Toinen persoona, ”Anna Autoilija” (kuva 4) kulkee nimensä mukaisesti suurimman osan matkoistaan henkilöautolla. Hänen taloudessaan on kaksi autoa, joilla hän ja hänen puolisonsa kulkevat työmatkansa ja usein myös kyyditsevät perheen lapsia. Liikkumisvalintoja tehdessä hän ei pohdi ympäristövaikutuksia, koska arvostaa kaikista eniten helpoutta ja nopeutta. Asiakasryhmä, jota tämä persoona kuvastaa, on haastavampi saada jättämään oma auto kotiin ja matkustamaan matkakohteeseen julkisilla. Palvelun toteutuksessa ja viestinnässä tulisikin korostaa sitä, että vaihdot esimerkiksi pitkän matkan

bussista tai junasta kaupunkiliikenteen bussiin tai ratikkaan sujuvat vaivattomasti, ja näin voi vastaavasti välttää parkkipaikan etsimisen vaivalloisuuden ja pysäköintimaksun.

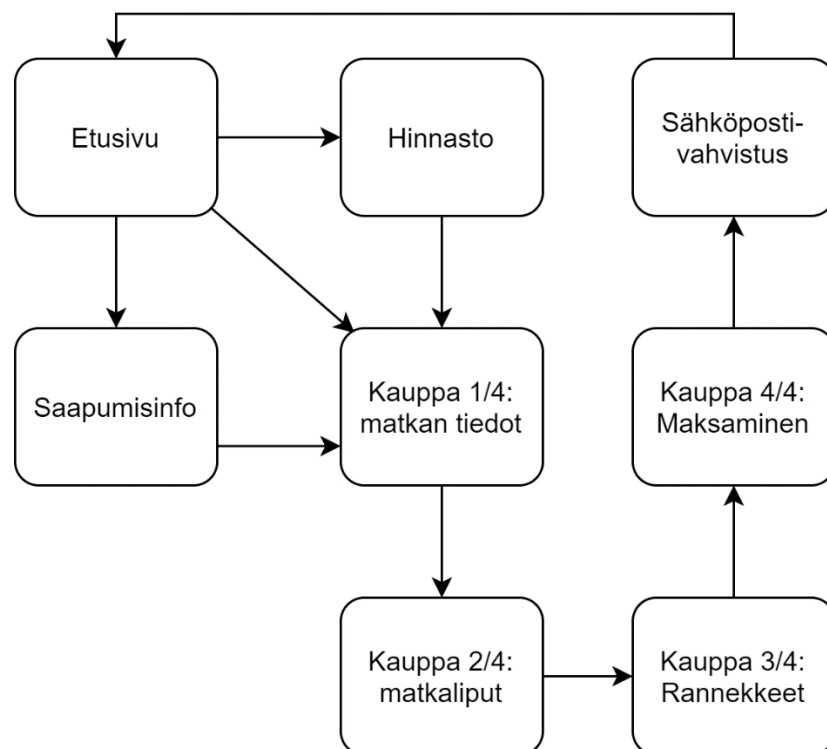
5.2 Konsepti

Koska käyttäjätutkimuksen perusteella Särkänniemen vierailijoilla voisi olla kiinnostusta rannekkeiden ja matkalippujen oston yhdistävää palvelua kohtaan, päätettiin alkupe- räistä ajatusta Särkänniemen verkkosivuille toteutetusta palvelusta konseptoida pidem- mälle. Suunnittelu aloitettiin muodostamalla kokemusmatkakartta (*experience journey map*). Kokemuskartta on työkalu, jonka avulla voidaan syvällisemmin ymmärtää käyttä- jän monitahoisia vuorovaikutuksia ja kokemuksia palvelua käytettäessä. Kokemuskartta koostuu esimerkiksi käyttäjän toiminnasta, ajatuksista ja tunteista, sekä kontaktipisteistä, joiden kautta käyttäjä on vuorovaikutuksessa palvelun kanssa. (Schauer et al. 2013) Muodostettu kartta löytyy liitteestä C. Kriittiseksi kohdaksi kokemuksen aikana tunniste- taan mahdollinen kulkuneuvon vaihto, esimerkiksi kun saavutaan junalla Tampereelle ja kuljetaan loppumatka bussilla. Vierailija voi kokea kiirettä tai epävarmuutta, jos oikea pysäkki ja bussi eivät löydy helposti, tai jos mukana on paljon matkatavaraa tai matkus- tetaan lasten kanssa. Selkeä opastus on tärkeää koko matkaketjun ja erityisesti mahdol- lisen vaihdon osalta. Palvelun tulisi tarjota reittiehdotus ostovaiheessa tarpeeksi selke- ästi, ja mikäli matkaliput ostetaan, asiakkaalle toimitetaan lippujen yhteydessä vielä tar- kempi saapumisohje, jossa olisi myös selkeät sanalliset ja kuvalliset ohjeet matkaketjun vaiheista. Särkänniemen verkkosivuilla palvelua tuotaisiin esiin juuri vaivattomuuden ja helppouden kautta, koska nämä olivat tutkimuksen perusteella tärkeimmät kulkuneuvon valintaan vaikuttavat tekijät. Myös ekologisuutta voi tuoda esiin, mutta pelkästään se ei tutkimustulosten mukaan olisi tarpeeksi vakuuttava argumentti.

Tulevaisuudessa tämän kaltainen palvelu voisi olla mahdollista toteuttaa. Loppuvuo- desta 2020 julkaistiin Särkänniemen uudistetut verkkopalvelut, ja lehdistötiedotteen mu- kaan niiden avulla voidaan tulevaisuudessa tarjota mahdollisuus valita mukaan myös matkat ja majoitus (Vincit uudistaa Särkänniemen verkkopalvelut 2020). VR:n varausjär- jestelmän uudistus taas mahdollistaisi kaikkien matkaketjun matkojen ostamisen sa- maan lippuun mobiilisovelluksesta, tai vastaavasti junalippujen ostamisen muiden jouk- koliikenteen lippujärjestelmien kautta. Lippuyhteistyö on jo ollut käynnissä VR:n ja Tam- pereen joukkoliikennepalvelun Nyssen välillä, ja yhteistyötä testataan myös muualla. (Tanskanen 2021)

5.3 Prototyyppi

Palvelua havainnollistamaan toteutettiin interaktiivinen prototyyppi Figma-työkalulla³. Prototyypin pohjana käytettiin olemassa olevia Särkänniemen verkkosivuja⁴, joihin toteutettiin uudenlainen versio lippukaupasta. Alla olevassa kuvassa 5 on esitetty prototyypin navigaatiomalli, joka kuvaa tärkeimmät polut lippujen ostamisessa. Verkkokaupan lisäksi toteutuksessa on mukana hinnasto ja saapumisinfo, jota myös muokattiin hieman. Jokaiselta sivulta pääsee lisäksi etusivulle, hinnastoon ja saapumisinfoon ylävalikon kautta. Lippukaupassa pääsee aina myös takaisinpäin edelliseen vaiheeseen.

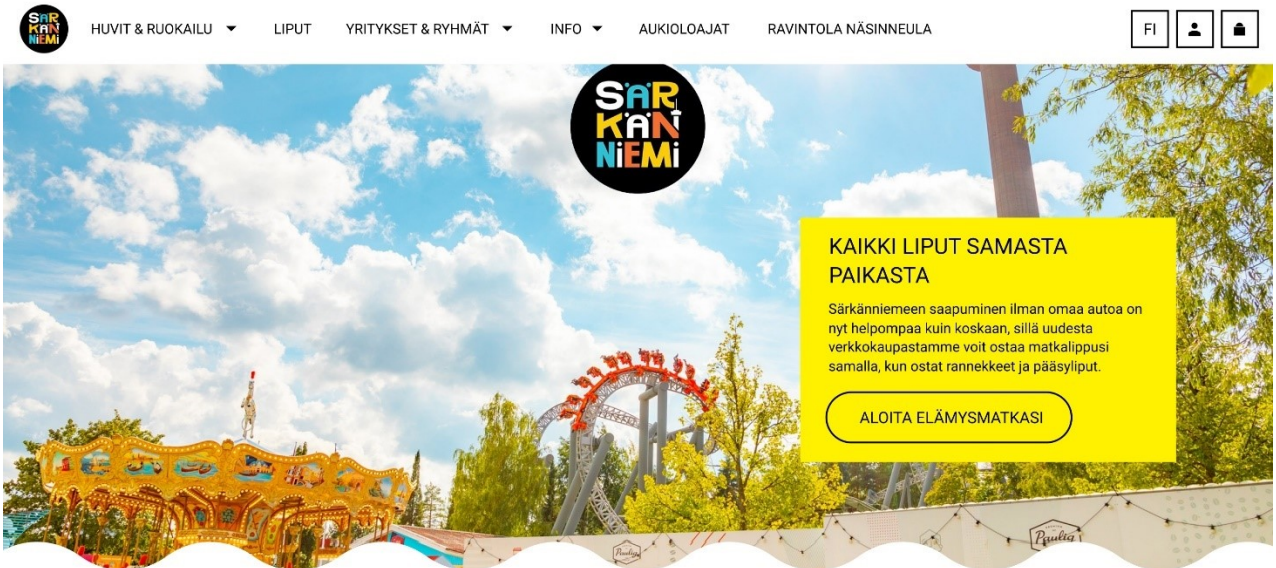


Kuva 5: Verkkosivujen lippukaupan prototyypin navigaatiomalli

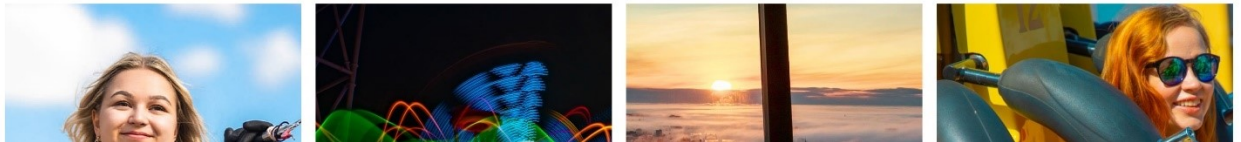
Verkkokaupan etusivulle ylävalikon alapuolella olevaan tilaan, jossa oikeilla sivuilla on videopätkä ja liikkuva teksti, suunniteltiin uutta palvelua esittelevä mainos (kuva 6). Vierailijan mielenkiinto pyritään herättämään painikkeella ”Aloita elämysmatkasi”. Mainoksen kuva on myös Särkänniemen verkkosivuilta.

³ <https://www.figma.com/>

⁴ <https://sarkanniemi.fi/fi> (helmikuussa 2021)



HELPOSTI JULKISILLA SÄRKÄNNIEMEEN!



Kuva 6: Palvelun mainos prototyypin etusivulla

Kuvissa 7-9 on nähtävissä lippujen oston toteutus. Ensimmäiseksi käyttäjältä kysytään vierailupäivä, vierailijoiden määrä sekä lähtöpaikkakunta (kuva 7). Toteutetussa palvelussa myös lasten iällä voisi olla merkitystä lippujen hintaan, ja lähtöpaikkaan olisi tarkoitus voida syöttää tarkempi osoite, jotta reittiehdotus kattaisi matkaketjun kotoa asti. Prototyypissä on valittavissa yksi tietty päivä, 6.5., vierailijoiden määrä on vakio ja lähtöpaikkakunnaksi on valittavissa kolme vaihtoehtoa: Espoo, Ikaalinen ja Iisalmi. Nämä paikkakunnat valittiin siksi, että esimerkkejä olisi yksi pääkaupunkiseudulta, yksi lähempää Pirkanmaalta ja yksi kauempaa pohjoisen suunnasta. Suunnittelun tavoitteena oli, että lippukauppa olisi mahdollisimman helppokäyttöinen, selkä ja tiiviisti informatiivinen.

Kuva 7: Lippukaupan aloitussivu

Suunnittelussa päädyttiin tarjoamaan matkalippuja heti ensimmäiseksi ennen Särkänniemen pääsylippuja, jotta käyttäjät varmasti kiinnittäisivät tähän huomiota ja voisivat mahdollisesti ajatella asiaa uudelleen, mikäli julkisilla saapuminen ei olisi aikaisemmin tullut heille mieleen. Prototyypissä esitetään yksi reittiehdotus lähtöpaikkakunnan perusteella, mutta varsinaisessa toteutuksessa olisi toki hyvä olla useampi vaihtoehto. Prototyypissä myös sivuutetaan lähtöajan valinta ja mukana on vain menomatkan liput. Näin pystytään kuitenkin havainnollistamaan, miten palvelu toimisi. Reittiehdotuksessa esitetään matkaketjun eri vaiheet, matkan kokonaiskesto ja matkalippujen hinta (kuva 8). Espoo-vaihtoehtoon lisättiin myös tieto saapumistavan hiilidioksidipäästöistä verraten niitä vastaavan automatkan päästöihin. Reittiehdotukset, matkojen kestot, matkalippujen hinnat ja hiilidioksidipäästöt muodostettiin Google Mapsin⁵ sekä VR:n⁶, Nysse⁷, HSL:n⁸,

⁵ <https://www.google.fi/maps>

⁶ <https://www.vr.fi/>

⁷ <https://www.nysse.fi/>

⁸ <https://www.hsl.fi/>

Matkahuollon⁹ ja Perille-palvelun¹⁰ verkkosivujen tietojen avulla. Kuvakkeet ovat Material Design Icons -kirjastosta¹¹.

Matkan tiedot Matkaliput Pääsylimatkat ja rannekkeet Maksaminen

Suositteltu reitti [KATSO KARTALLA >](#)

Valittu päivä: Lauantai 6.5.2021

8.53 | Lähijuna U asemalta Espoo asemalle Helsingin päärautatieasema (9 pysähdystä)
9.18

9.24 | Juna IC 43 asemalta Helsingin päärautatieasema asemalle Tampereen Rautatieasema (3 pysähdystä)
10.58

10.58 | Kävely asemalta Tampereen Rautatieasema pysäkillä Rautatieasema B (230 m)
11.01

11.10 | Bussi 3A pysäkillä Rautatieasema B pysäkillä Mustalahti (4 pysähdystä)
11.16

11.16 | Kävely pysäkillä Mustalahti kohteeseen Särkänniemi (220 m)
11.18

Kesto: 2 t 25 min

Hinta: 49,35 € (2 lasta ja 2 aikuista)

Päästöt noin 4 000 gCO₂, mikä on noin 7 890 gCO₂ vähemmän kuin autolla saapuessa.

Saat sähköpostiisi yksityiskohtaiset ohjeet, joiden avulla löydät oikeat pysäkit helposti.

Lisää liput ostoskoriin ✓

Jatka ilman matkalippuja

TAKAISIN JATKA

Kuva 8: Lippukaupan reittiehdotus, lähtöpaikkana Espoo

⁹ <https://www.matkahuolto.fi/>

¹⁰ <https://www.perille.fi/fi/>

¹¹ <https://material.io/resources/icons/>

Käyttäjää voi joko lisätä liput ostoskoriin tai jatkaa ilman matkalippuja. Prototyypissä ostettavat Särkänniemen rannekkeet ja liput ovat aina samat (kuva 9). Pääsylippujen valinnan jälkeen näytetään yhteenveto, jossa on listattuna valitut matka- ja pääsyliput ja laskettuna niiden kokonaishinta. Prototyypissä voi klikata ”Jatka maksamaan”, minkä jälkeen näytetään vahvistus onnistuneesta maksusta.

SUUNNITTELE ELÄMYSMATKASI

Matkan tiedot — Matkaliput — Pääsyliput ja rannekkeet — Maksaminen

Valitse haluamasi Särkänniemen liput [LUE LISÄÄ LIPUISTA >](#)

Valittu päivä: Lauantai 6.5.2021

| | | | |
|-------------------------------------|------------|-------|---------|
| Särkänniemi-ranneke, päiväkohtainen | 31,50 /KPL | - 2 + | 63,00 € |
| Huvipuiston sisäänpääsy | 9,90 /KPL | - 2 + | 19,80 € |
| Näsinneula-lippu | 7,90 /KPL | - 1 + | 7,90 € |

Yhteensä: 90,70 €

TAKAISIN JATKA

Kuva 9: Pääsylippujen valinta lippukaupassa

Maksamisen jälkeen aukeaa sähköpostivahvistus, joka on erilainen riippuen siitä, ostettiinko matkaliput vai ei. Mikäli matkalippuja ei ostettu, tarjotaan viestissä vielä mahdollisuus lisätä liput tilaukseen myöhemmin linkin kautta. Liitteenä on pääsylippujen lisäksi yleisen saapumisohje, jossa kerrottaisiin esimerkiksi, millä Tampereen joukkoliikenteen busseilla Särkänniemeen pääsee ja mitä reittejä ne kulkevat. Matkaliput ostaneille on

liitteenä tarkempi saapumisohje, jonka esimerkki löytyy liitteestä D. Saapumisohjeen kuvat ovat HSL:n¹² ja Nyssen¹³ reittioppaista.

5.4 Prototyypin arviointi

Jotta voitaisiin selvittää, vastaako suunniteltu palvelukonsepti ja sen prototyyppi suomalaismatkailijoiden tarpeita, prototyyppiä evaluoitiin mahdollisten loppukäyttäjien kanssa. Seuraavissa alaluvuissa esitellään prototyypin arvioinnin menetelmät sekä arvioinnin tulokset.

5.4.1 Menetelmä

Konseptia ja prototyyppiä evaluoitiin kuuden käyttäjätestauksen avulla. Vapaaehtoisia osallistujia etsittiin ilmoituksella, joka julkaistiin Särkänniemen sosiaalisen median tileillä. Julkaisuissa oli linkki Office Forms -lomakkeeseen, jossa kysyttiin, täyttääkö vastaaja osallistujille asetetut kriteerit, joita olivat:

- osallistuja asuu Tampereen ulkopuolella
- joku taloudesta omistaa auton
- perheeseen kuuluu vähintään yksi alle 15-vuotias lapsi, ja
- osallistuja on kiinnostunut vierailemaan Särkänniemessä.

Lomaketta pidettiin auki yhden päivän ajan, jonka jälkeen vastauksia oli tullut jo noin 70. Vastauksista valittiin kuusi osallistujaa satunnaisesti mutta niin, että osallistujia olisi eri ikäryhmistä, eri kokoisista perheistä ja sekä Pirkanmaalta että muualta. Näitä ominaisuuksia pyrittiin painottamaan niin, että otanta vastaisi luvussa 4.1.3 kuvatun ”Särkänniemen alueelle saapuminen ja liikkumisen palvelut” -kyselyn vastaajien sekä rekrytointikyselyyn vastanneiden jakaumaa. Osallistujien taustatiedot on esitetty seuraavalla sivulla taulukossa 4. Osallistujista neljä oli naisia ja kaksi miehiä. Kaikkien osallistujien perheisiin kuului kaksi aikuista. Kaikki olivat vierailleet Särkänniemessä aiemmin ja yhtä osallistujaa lukuun ottamatta he olivat myös aiemmin ostaneet lippuja Särkänniemen verkkokaupasta. Osallistujia pyydettiin arvioimaan matka heidän kotoaan lähimmille bus-sipysäkille ja juna-asemalle. Kaikille osallistujille yleisin kulkuneuvo Särkänniemeen liikkueissa tai muuten kotimaan matkoilla oli oma auto.

¹² <https://reittiopas.hsl.fi>

¹³ <https://reittiopas.tampere.fi>

Taulukko 4: Käyttäjätestauksen osallistujien taustatiedot

| | O1 | O2 | O3 | O4 | O5 | O6 |
|--|------------------------------|-----------------|-----------------|--|------------------------|----------------------|
| Ikäryhmä | 36-40 | 51-55 | 41-45 | 51-55 | 36-40 | 26-30 |
| Sukupuoli | Nainen | Mies | Nainen | Mies | Nainen | Nainen |
| Asuinpaikka | Uusimaa | Satakunta | Pirkanmaa | Pirkanmaa, Trennaapurikunta | Etelä-Pohjanmaa | Keski-Suomi |
| Lapsia (joista alle 15-v.) | 4 (2) | 2 (1) | 3 (3) | 3 (1) | 4 (4) | 2 (2) |
| Matka pysäkeille bussi / juna | 1 km / 40 km | 100 m / 30 km | 1 km / 15 km | 1 km / 1 km | 3 km / 50 km | 0,5 km / 3 km |
| Onko käynyt Särkänniemessä | Kyllä | Kyllä | Kyllä | Kyllä | Kyllä | Kyllä |
| Kuinka usein keskimäärin vierailee Särkänniemessä | Harvemmin kuin joka 2. vuosi | Kerran vuodessa | Kerran vuodessa | Noin 3-4 kertaa vuodessa | Noin joka kolmas vuosi | Noin kerran vuodessa |
| Millä yleensä liikkuu Särkänniemeen | Omalla autolla | Omalla autolla | Omalla autolla | Omalla autolla, vanhemmat lapset junalla | Omalla autolla | Omalla autolla |
| Onko ostanut lippuja Särkänniemen verkko-kaupasta | Kyllä | Kyllä | Kyllä | Kyllä | Ei | Kyllä |

Käyttäjätestaukset toteutettiin etäyhteydellä Zoom-videopuhelulla. Aluksi osallistujille esiteltiin vielä tutkimuksen tarkoitus, testauksen sisältö ja tietosuojaan liittyvät asiat. Tämän jälkeen kysyttiin suullinen tallennuslupa ja aloitettiin tallennus. Taustatietojen kysymisen jälkeen heille jaettiin linkki interaktiiviseen prototyyppiin, ja heitä pyydettiin aloittamaan näytönjako ja suorittamaan sillä muutamia testitehtäviä. Testitehtävien aikana heitä pyydettiin käyttämään ääneenajattelua, mutta tämä jäi monella osallistujalla vähäiseksi tai kokonaan puuttumaan. Näytönjaon ja prototyypin paremman toimivuuden vuoksi rekrytointilomakkeessa kerrottiin, että testaukseen tulisi osallistua tietokoneella, mutta kaksi osallistujaa osallistui tästä huolimatta tabletilla. Huomattiin siis, että tästä olisi ollut hyvä muistuttaa vielä lähempänä testausta liittymislinkin ja Zoom-ohjeiden lähettämisen yhteydessä. Nämäkin testaukset saatiin kuitenkin lopulta suoritettua, ja vaikka esimerkiksi hiiren liikkeet jäivät näkemättä, saatiin näistäkin testauksista analysoitavia tuloksia. Testitehtävien jälkeen osallistujille esitettiin haastattelukysymyksiä palveluideaan ja prototyyppiin liittyen. Testitehtävät ja haastattelurunko löytyvät liitteestä E. Haastattelu oli puolistrukturoitu. Käyttäjätestausten kestoksi arvioitiin etukäteen 30-40 minuuttia, ja toteutuneet kestot vaihtelivat suurin piirtein tällä välillä. Nauhoitetut osuudet

eli taustatiedot, testitehtävät ja haastattelut olivat kestoaltaan 21-36 minuuttia. Videotalenteista analysoitiin prototyypin käyttöä ja haastatteluosuudet litteroitiin samaan tapaan kuin käyttäjätutkimusvaiheen pidemmät haastattelut. Haastatteluja ja testitehtävien aikana mainittuja kommentteja analysoitiin ryhmittelykaavion (Holtzblatt & Beyer 2016, s. 127-146) avulla.

5.4.2 Tulokset

Kaksi kuudesta käyttäjätestauksen osallistujasta (O3 ja O4) asui Pirkanmaalla, ja heistä toinen (O4) Tampereen naapurikunnassa. Muut neljä osallistujaa asuivat kaikki eri maakunnissa. Lähimpänä Tamperetta asuva osallistuja kertoi vierailevansa Särkänniemessä noin 3-4 kertaa vuodessa, kolme osallistujaa (O2, O3 ja O6) noin kerran vuodessa ja kaksi osallistujaa (O1 ja O5) harvemmin kuin joka toinen vuosi. Yhdellä osallistujalla (O5) oli hieman pidempi matka lähimmälle bussipysäkille, noin kolme kilometriä, ja muilla matka vaihteli välillä 100 metriä – yksi kilometri. Matka lähimmälle juna-asemalle vaihteli enemmän, yhdestä kilometristä 50 kilometriin.

Palvelukonsepti

Kaikki osallistujat olivat sitä mieltä, että palveluidea matka- ja pääsylippujen oston yhdistämisestä on kiinnostava, ja sen kuvattiin säästävän aikaa ja vaivaa. Yksi osallistuja kertoi toivoneensa jonkinlaista vastaavaa palvelua:

”Ja ehkä jotain vähän tän tapasta oon kaivannutkin, tosin se ehkä tuolta missä itse asun - -, niin sieltä on noi yhteydet sen verran huonot, mutta varsinkin sil-lain aattelen, että kun jos lapset menee vaikka yksin tonne, välillä kun isommat lapset jo menee, niin mun mielestä tää ois tosi hyvä. Ja ihan niinkun toisaalta perheellisellekin kyllä hyvä palvelu.” -O3

Viisi osallistujaa ostaisi liput mieluummin juuri näin samasta paikasta kuin erikseen eri palveluntarjoajien, esimerkiksi VR:n sivuilta. Myös kuudes osallistuja, O3, piti lippujen yhdistämistä käteväenä, mutta oli yleisesti hieman epävarma julkisten lippujen ostamisesta netistä mahdollisten muutosten takia. Vaikka palvelua pidettiin hyvänä ja hyödyllisenä, vain kaksi osallistujaa kuudesta vastasi, että palvelu voisi saada heidät vaihtamaan omalla autolla saapumisen julkisiin kulkuneuvoihin. He olivat lähimpänä Tamperetta asuvat osallistujat, O3 ja O4. Kaksi osallistujaa (O1 ja O6) vastasivat, että jos he olisivat tulossa julkisilla, niin siinä tapauksessa he käyttäisivät palvelua. Osallistuja 5 sanoi, että jos hän asuisi jossain, mistä olisi paremmat julkiset yhteydet, palvelu voisi saada hänet vaihtamaan auton julkisiin. Syiksi siihen, miksi osallistujat valitsisivat edelleen oman auton, mainittiin huonojen julkisten yhteyksien lisäksi hinta, vauvan kanssa matkustaminen ja halu pitää useampiakin taukoja ajomatkan aikana esimerkiksi jäätelölle.

”No lähtökohtaisesti varmaan se ois hintakysymys. Silleen meillä on aika hankala kun me, jos meillä kuitenkin tästä vielä pitäis bussilla mennä sinne juna-asemalle ja sit sieltä, niin se tulis niin monen mutkan takaa se lähteminen, että, sanotaako tällä porukalla niin me ollaan todettu et auto on aina hyvä. Helppo.”
-O1

”Joo, täältä on niin hankala ensin päästä sinne juna-asemalle tällä sakilla ja muuta, et se ei sen takia, et sit taas täällä päässä ne yhteydet on niin huonot noi julkiset yhteydet että sen takia ei. - - Niin, mut jos olisin tosiaan jossain muualla et olis paremmat yhteydet sieltä alkupäästä niin kyllä, miksei. Siinä tapauksessa kyllä.” -O5

Kaikki kuusi osallistujaa pitivät alennuksia houkuttelevana tekijänä, kun heiltä kysyttiin, käyttäisivätkö he palvelua todennäköisemmin, jos matkalipuissa olisi jokin alennus verrattuna erikseen palveluntarjoajien sivuilta ostaessa. Osallistuja 4 kertoi palvelun ohittavan muut vaihtoehdot alennuksista huolimatta, mutta loput viisi osallistujaa sanoi mahdollisen alennuksen saavan heidät käyttämään palvelua todennäköisemmin.

”Kyllä, joo, kyllä mä käyttäisin jos ois alennuksii. Et kyl se alennus on aina semmonen joka merkkää, ku muutenkin Särkänniemen liput ja nämä on arvokkaita, niin kyl kaikki alennukset mielellään hyödyks.” -O2

”Juu, ehdottomasti. Ehdottomasti. Pienikin alennus on aina sellanen houkutteleva juttu.” -O5

Prototyypissä oli toteutettu vain menolippujen ostaminen. Kysyttäessä, haluaisivatko osallistujat ostaa samalla myös paluuliput, he pohtivat sen hyviä ja huonoja puolia: kaikkien lippujen ostamista kerralla pidettiin helppona, mutta toisaalta paluuaikataulua voi olla vaikea miettiä etukäteen ja joskus suunnitelmiin voi tulla muutoksia. Kaksi osallistujaa (O4 ja O6) kertoi, että ostaisi myös paluuliput samalla, kaksi osallistujaa (O1 ja O2) ostaisi ne mieluummin myöhemmin ja kaksi osallistujaa (O3 ja O5) piti hyvänä, että paluuliput olisi ainakin mahdollista ostaa, tai että ne voisi lisätä tilaukseen vielä myöhemmin.

”Kyl mä varmaan ostaisin paluuliput myöhemmin, et harvemmin tietää silleen ihan tasan tarkkaan et millon lähtee takaspäin.” -O1

”No tota - - siinä ehkä vois olla vaihtoehtoina et joko meno tai meno-paluu, et toisaalta se ois helppo et ois kaikki liput kerralla, mut tosiaan se aikataulusuunnittelu ei aina oo välttämättä helppoa. Mut joskus sekin voi olla hyvä et ne on jo valmiiks, niin sit se luo sen aikataulun.” -O3

Osallistujilta kysyttiin vielä, osaavatko he sanoa, mikä tekisi julkisilla saapumisesta houkuttelevampaa. Kolme osallistujaa (O2, O4 ja O6) mainitsi jonkinlaisen alennuksen matkalipuissa tai esimerkiksi yhden kaupan päälle saatavan laite- tai pelilipukkeen. Osallistuja 2 myös kertoi, että matka- ja pääsylippujen lisäksi myös majoituksen ja ruokailut yhdistävä pakettimatka voisi olla houkutteleva vaihtoehto, kun kaikkia eri palveluita ei tarvitsisi erikseen selvittää. Hänen mielestään matkapakettia olisi hyvä mainostaa esimerkiksi perinteisellä postilla tai televisiomainoksilla ennen kesää.

Osallistuja 3 ehdotti mahdollisuutta ajaa omalla autolla esimerkiksi Ideaparkille, josta voisi olla suora yhteys jonkinlaisella Särkänniemi-bussilla, koska he joutuvat syrjäisen asuinpaikkansa takia joka tapauksessa lähtemään liikkeelle autolla. Osallistuja 5 korosti, että sellaiselle, joka ei juuri koskaan kulje julkisilla, ei ole välttämättä lainkaan selvää, miten esimerkiksi lippujen ostaminen ja maksaminen tapahtuu. Hän toivoi tähän yksinkertaista yleistä ohjetta, johon voisi olla linkki palvelusta.

Osallistuja 4 uskoi Särkänniemen parkkipaikan pysäköintimaksun nostamisella olevan merkitystä, ja että myös tietämys ekologisuudesta ja päästöasioista alkaa ennen pitkää vaikuttaa ihmisten valintoihin. Hänen mielestään palvelun mainonnassa voisi myös korostaa enemmän yhteisen ajan viettoa, joka Särkänniemessä vieraillessa on tarkoitus: julkisilla saapuessa yhteistä aikaa voi viettää jo matkustaessa, kun taas autolla saapuessa kuskin täytyy keskittyä ajamiseen lasten istuessa takapenkillä.

Prototyyppi

Myös palvelun prototyyppi sai kaikilta osallistujilta pääosin positiivista palautetta, ja he kokivat prototyypin käytön helpoksi. Prototyyppiä kuvailtiin helppokäyttöisen lisäksi muun muassa käteväksi, selkeäksi, yksinkertaiseksi ja käyttäjäystävälliseksi. Myös observoinnin perusteella prototyypin käyttö oli heille vaivatonta eikä mitään suurempia ongelmia ilmennyt, lukuun ottamatta prototyypin hieman huonompaa toimivuutta tabletilla. Prototyypistä pitää klikata oikeaa kohtaa melko tarkkaan, ja kosketusnäytöllä käyttäessä joitakin komponentteja piti klikata useamman kerran ennen kuin interaktiivisuus toimi. Yksi osallistuja varmisteli melko paljon, onko hän toimimassa kulloinkin oikein. Myös pelkkien pääsylippujen ostaminen aiheutti lievää hämmennystä tai hiukan pidempää mietintää neljälle osallistujalle. Heitä oli ennen tätä tehtävää pyydetty ostamaan sekä pääsy- että matkaliput yksi tai kaksi kertaa. Kaikki kuitenkin kokeilivat melko nopeasti

ilman ohjeistusta, onnistuuko se samasta paikasta, eikä tämäkään tehtävä lopulta aiheuttanut kenellekään vaikeuksia.

Lippukauppaan pääsee prototyypissä sekä keltaisen mainoslaatikon että ylävalikosta ”Liput”-painikkeen kautta. Kolme osallistujaa lähti kokeilemaan lippujen ostoa keltaisen painikkeen kautta ja kaksi ylävalikon kautta. Yhden osallistujan kohdalla tämä jäi epäselväksi, koska tabletilla tätä ei voinut nähdä eikä tietoa huomattu kysyä häneltä. Kaikki kiinnittivät mainokseen huomiota, ja heistä oli hyvä, että palvelua mainostettiin heti etusivulla.

”Kiinnostais heti klikata ”Aloita elämysmatkasi”, näyttää houkuttelevalta. -- Mä nyt tietenki kiinnitin eniten huomioon just tähän aloita elämysmatkasi, tää on jotenki hauska et hei mikäs tää oikeen on, et mä aattelin et mitä sieltä löytyy.”
-O4

”On, on, et ei tarvi lähtee ettimään mistään, ei tommosta tulis mieleenkään ettiä mistään infosta jos sitä ei olis tossa. Kaikki liput samasta paikasta, se on hyvä ku se on tommonen isolla merkattu tossa.” -O5

Keltaisen mainoslaatikon ulkoasua tosin voisi vielä hioa, sillä kaksi osallistujaa (O3 ja O6) kommentoi sen näyttävän hieman räikeältä tai ”päälle liimatulta”.

Lippukaupan reittiehdotusta pidettiin pääosin selkeänä. Osallistajat selvästi lukivat reittiehdotuksen läpi varsinkin ensimmäistä kertaa lippuja ostaessa, osa tarkemmin ja osa hiukan nopeammin. Osallistuja 4 piti siitä, että myös kävelyosuuksien pituudet olivat ehdotuksessa esillä:

”Tuossa on onneks noi (*kävely*)matkat laitettu sillai, et jos ois vähän pienempiä lapsia, niin mä vähän mietin et jaksaisko ne kävellä tollasta välimatkaa, niin hyvä että ne on laitettu tohon mukaan”. -O4

Myös sähköpostivahvistuksen tarkempaa saapumisohjetta pidettiin suurimmilta osin selkeänä. Karttakuvien ja tekstin yhdistäminen sekä tieto, monennellako pysäkillä bussista tulee jäädä, saivat positiivista palautetta. Osallistuja 3 pohti, voisiko ohjeessa olla mainittu vielä seuraava bussivuoro siltä varalta, että juna on myöhässä tai jostakin muusta syystä myöhästyi tarkoitetusta bussista Rautatieasemalta Särkänniemeen. Osallistuja 4 käyttäisi karttakuvissa Google Mapsin näkymää, joka näyttää fyysiset rakennukset, jotta alueen hahmottaisi paremmin ja kävelymatka ei näyttäisi niin pitkältä kuin pelkistetyllä karttapohjalla. Osallistuja 2:n mielestä tekstin avulla suunnistaminen olisi helpompaa kuin karttakuvien, jos ulkopaikkakuntalaisena ei tiedä Tampereesta mitään.

Kun lähtöpaikkakunnaksi valittiin Espoo, reittiehdotuksessa oli mukana tieto myös matkan hiilidioksidipäästöistä. Kysyttäessä, olivatko osallistujat huomanneet tätä tietoa, neljä osallistujaa kertoi kiinnittäneensä tietoon huomiota ja kaksi osallistujaa ei. Kolme osallistujaa (O1, O2 ja O3) kertoi, ettei tieto hiilidioksidipäästöistä vaikuttaisi heidän kuluneuvovalintoihinsa. Muut kolme osallistujaa olivat sitä mieltä, että tieto voisi vaikuttaa jonkin verran tai että ainakin tieto on kiinnostava.

”Joo, kyl mä sen huomasin et se luki, mut en kattonu niitä lukuja sen tarkemmin, katoin vaan et se teksti oli siinä. - - Ei, ei vaikuta kyllä. Kyl siitä puhutaan paljon ja kaikkee et pitäis vähentää yksityisautoiluu ja tollain, mut mä en tiä sit, kaupungissa on ihan eri ja varmaan onkin, ja maallakin kun autoja ei mee niin paljoo niin ei se sillain, tuntuu ettei itteen vaikuta.” -O2

”Kyllä se silleen ku se on toleen noin konkreettisesti, ku ei sitä välttämättä muuten tulis aateltua, nii ihan hyödyllinen.” -O6

Osallistuja 4 pohti sitä, voisiko tiedon esittää jotenkin konkreettisemmin, jotta valinnan vaikutukset ja päästöjen säästöt hahmottaisi paremmin.

Jo mainittujen kehitysehdotusten lisäksi osallistujilla oli muitakin ideoita prototyypin parantamiseksi. Osallistuja 2 toivoi Särkänniemen verkkosivuille jonkinlaista koronainfoa, joskaan se ei suoranaisesti liity lippujen ostoon:

”- - nii aattelin et ku ihmiset ennakkoon kattelis kesän matkoja ja tällasia Särkänniemijuttuja nii varmaan ne haluais tietää sen et mikä siel on se tilanne niin et onks se auki ja pääseeeks sinne ja kuin paljon ihmisii ja minä päivänä pääsee ja tämmöstä.” -O2

Osallistuja 3 toivoi hintaerittelyä matkalippuihin, jotta voisi nähdä eri ikäisten lippujen hinnat ja onko iät huomioitu. Hän pohti myös, olisiko varattujen matkojen aikoja mahdollista muuttaa, jos suunnitelmat muuttuvatkin. Etenkin osallistuja 4 ehdotti useita parannuksia prototyyppiin. Hän mainitsi esimerkiksi, että olisi kiva tietää, onko reittivaihtoehtoja useampia, ja vaihtuuko hinta tai matka-aika, jos valitsee jonkin toisen vaihtoehdon. Hän myös toivoi, että matkalippujen hinta näkyisi myös pääsylippuja ostaessa, jotta kokonais-hinta olisi heti näkyvillä. Vielä yhteenvedossa olisi hyvä olla mahdollisuus voida poistaa matkaliput ostoskorista liikkumatta takaisinpäin, ja vastaavasti myös lisätä matkaliput vielä siinä kohtaa. Siinä voisi myös vihreiden arvojen mukaisesti vielä olla jokin viesti, jos asiakas ei olisi ostamassa matkalippuja. Jos asiakas ei ostanut matkalippuja, vahvistusviestissä kerrotaan mahdollisuudesta lisätä liput tilaukseen vielä myöhemmin – osallistuja 4 ehdotti, että tästä voisi matkan lähestyessä lähettää vielä muistutusviestin asiak-

kaalle, että matkalippujen ostaminen on vielä mahdollista. Hän myös toivoi, että palvelusta voisi ostaa lisäksi ravintolaliputkin valmiiksi, ja että mobiililiput voisi oston jälkeen lähettää suoraan WhatsApp-viestillä koko perheelle.

Osallistujilta kysyttiin myös, millä laitteella he todennäköisimmin käyttäisivät palvelua. Osallistuja 2 oli ainoa, joka käyttäisi palvelua tietokoneella. Loput viisi osallistujaa vastasivat, että käyttäisivät palvelua mobiililaitteella. Heistä neljä mainitsi, että käyttäisi palvelua nimenomaan älypuhelimella.

6. JOHTOPÄÄTÖKSET JA TYÖN ARVIOINTI

Tässä luvussa analysoidaan evaluoinnin tuloksia ja esitetään muodostetut johtopäätökset ja jatkotutkimustarpeet. Luvussa myös arvioidaan tutkimuksen onnistumista.

6.1 Prototyypin evaluoinnin tulosten pohdinta ja päätelmät

Prototyypin testauksesta saadun palautteen perusteella pääsy- ja matkaliput yhdistävän palvelun toteuttaminen Särkänniemen verkkosivujen yhteyteen voisi saada lähempänä Tamperetta asuvat vierailijat vaihtamaan saapumiskulkuneuvonsa omasta autosta julkisiin kulkuvälineisiin. Näidenkin vierailijoiden kulkuneuvovalintojen muutoksella olisi toki merkitystä kokonaisuuden ja päästöjen vähentämisen kannalta. Merkitys jäisi kuitenkin reilusti toivottua pienemmäksi, sillä tulosten perusteella pelkkä matkalippujen yhdistäminen pääsylippujen ostoon ei saisi kauempaa saapuvia vierailijoita vaihtamaan henkilöautoa julkisiin kulkuneuvoihin. Matkan pituutta merkittävämpi tekijä vaikuttaa kuitenkin olevan huonommat julkiset yhteydet, mahdollisesti yhdistettynä pidempään matkaan – neljästä Pirkanmaan ulkopuolella asuvasta osallistujasta kolme asui melko pienissä kunnissa 30, 40 ja 50 kilometrin päässä lähimmiltä juna-asemilta, ja toisin kuin huonot tai hankalat julkiset yhteydet, matkan pituutta ei evaluoinneissa mainittu syynä auton valitsemiseen.

Mahdollisia ratkaisuja kauempaa tai huonompien yhteyksien päästä saapuvien Särkänniemen kävijöiden autoilun vähentämiseksi voisivat olla etäparkit liityntäkuljetuksineen tai laajemmat matkapaketit. Etäparkit eivät toki myöskään toisi toivotun suuruisia muutoksia matkan päästöihin, vaan merkitys olisi suurempi Särkänniemen alueen vähentävän pysäköintitilan kannalta. Matka- ja pääsylippujen lisäksi useampia palveluita, kuten majoituksen ja ruokailun, sisältävät matkapaketit voisivat sen sijaan houkutella myös pidemmän matkan vierailijat matkustamaan Särkänniemeen julkisilla. Myös aiemmissa tutkimuksissa mahdollisina keinoina nostetaan esiin matkapaketit, joissa julkisilla saapumiseen yhdistettäisiin muita palveluita, kuten esimerkiksi matkatavarakuljetus, käyttöoikeus kohteen julkiseen liikenteeseen tai pääsy tapahtumaan tai vierailukohteeseen (Reilly et al. 2010; Masiero & Zoltan 2013; Dominik et al. 2017; Gross & Grimm 2018). Suurin yksittäinen syy auton suosioon kotimaan matkoilla on sen helppous, joten mahdollisen julkisten kulkuneuvojen valinnan pitäisi myös pystyä tarjoamaan ennen kaikkea helppo ja vaivaton kokemus. Tämän takia laajemmat matkapaketit voisivat vastata tähän haasteeseen: kaikki onnistuneen matkan osa-alueet olisivat helposti saatavilla yhdellä

kertaa, eikä aikaa kuluisi aikataulujen ja muiden tekijöiden selvittämiseen. Erityisen houkuttelevan matkapaketista voisivat tehdä suorat tilausajokuljetukset tiettyinä päivinä myös joiltakin pienemmiltä paikkakunnilta.

Sekä tällaista matkapakettia että työssä suunniteltua palvelua olisi hyvä mainostaa laajasti eri medioissa, jotta tieto saavuttaisi mahdolliset vierailijat jo aikaisessa vaiheessa – muuten päätös autolla saapumisesta voi jo olla tehty, kun pääsylippuja mennään ostamaan Särkänniemen verkkosivuilta. Pelkästään siinä hetkessä tapahtuva mainonta ei välttämättä saa asiakkaita enää muuttamaan suunnitelmiaan. Julkisilla liikkumisen palveluista tiedottaminen jo ennen matkaa mainitaan myös Gross ja Grimmin (2018) ja Dominik et al. (2017) tutkimuksissa yhtenä keinona vaikuttaa matkailijoiden kulkuneuvovaihtoihin. Käyttäjätutkimuksen tulosten perusteella on tyypillistä, että auton lisäksi muita vaihtoehtoja ei edes harkita, joten palvelusta olisi tärkeää viestiä näkyvästi sekä verkkosivuilla että muulla markkinoinnilla. Palvelut ja niiden markkinointi on myös hyvä kohdentaa eri asiakasryhmille (Dominik et al. 2017; Hergesell 2017). Hub-hankkeen kyselyn ja prototyypin arvioinnin rekrytointikyselyn vastaajien perusteella vaikuttaa siltä, että perheissä naiset ovat kiinnostuneempia lomamatkojen suunnittelusta kuin miehet. Tätä tietoa voisi mahdollisesti hyödyntää mainostamisen kohdentamisessa.

Alennukset vaikuttavat olevan houkutteleva tekijä suomalaisille matkailijoille. Hinta onkin yksi tärkeimmistä kriteereistä kulkuneuvon valinnassa myös aiemman tutkimuksen mukaan (Hergesell 2017), etenkin nuoremmille matkailijoille (Dominik et al. 2017). Prototyypin arviointiin osallistuneet vapaaehtoiset olivat sitä mieltä, että alennus matkalipuissa verrattuna erikseen ostettuihin saisi heidät todennäköisemmin käyttämään palvelua, vaikka he muuten eivät uskoneet sen saavan heitä vaihtamaan omaa autoa julkisiin. Särkänniemen liput koetaan arvokkaiksi, ja lapsiperheille alennukset voivat merkitä paljon. Varsinaisten alennusten lisäksi myös kaupan päälle saatava laite- tai pelilipuke voisi kannustaa saapumaan ehdotetuilla julkisilla. Myös Särkänniemen parkkipaikan hintaa ja sen korotuksia kommentoitiin, ja niillä onkin varmasti myös vaikutusta. Lähempänä asuvat tosin tuntevat myös ilmaisia vaihtoehtoja: sekä käyttäjätutkimuksen että prototyypin arvioinnin osallistujat, jotka asuivat Tampereen naapurikunnassa, mainitsivat hyödyntävänsä Särkänniemen lähistöllä olevia maksuttomia parkkipaikkoja. Hinnan korotus tai muulla tavoin autolla saapumisen hankaloittaminen voivat myös jossain tilanteessa saada vierailijat vaihtamaan matkakohdetta, kuten kaksi kyselyyn vastannutta kertoi.

Tulosten perusteella kotimaan matkailijat eivät juurikaan mieti kulkuneuvovaihtojensa ympäristövaikutuksia. Tämä on linjassa Hares et al. (2010) ja Hergesellin (2017) tutkimusten kanssa. Osa prototyypin arvioinnin osallistujista kuitenkin piti reittiehdotuksen päästötietoa kiinnostavana tai hyödyllisenä, mutta monille tieto ei sellaisenaan välttämättä kerro paljoa. Prototyypissä tietoa pyrittiin konkretisoimaan vertaamalla ehdotetun

matkan päästöjä vastaavan automatkan päästöihin. Tätä olisi kuitenkin hyvä konkretisoida vielä tarkemmin tai käytännöllisemmin, jotta vierailijat voisivat paremmin ymmärtää, millaisia vaikutuksia heidän valinnoillaan oikeasti on. Tietoa voisi havainnollistaa sekä visuaalisesti että kertomalla lisää esimerkiksi päästöjen käytännön vaikutuksista tai vuositason säästöistä, kun valitsee kestävämmän vaihtoehdon. Kulkuneuvon päästöt eivät kuitenkaan ole missään nimessä tärkein kriteeri valintaa tehdessä, monille ei ollenkaan, joten tiedosta huolimatta saapumisvaihtoehdon jo mainittua helppoutta ja esimerkiksi elämyksellisyyttä tulisi korostaa eniten.

Julkisilla matkustamiseen liitettävät elämykselliset tekijät tulivat esille sekä yhden prototyypin arvioinnin osallistujan että yhden käyttäjätutkimuksen haastateltavan kohdalla. Evaluoinnin osallistujan mielestä palvelun mainonnassa voisi korostaa myös mahdollisuutta viettää yhteistä aikaa jo matkan aikana, sillä autolla matkustaessa se ei onnistu yhtä hyvin. Käyttäjätutkimuksessa haastateltu osallistuja kertoi valitsevansa junan välillä siksi, että hänen lapsensa pitävät junalla matkustamisesta. Julkisilla saapuessa myös matkan voisikin siis tuoda paremmin osaksi itse elämystä, sekä viestinnässä välitettävien mielikuvien että käytännön kautta. Kokemusmatkassa (Liite C) tunnistettujen helppouden, innostuksen ja rentoutumisen lisäksi palvelun kokemustavoitteiksi voisikin asettaa myös yhteisen ajan vieton ja viihtyisyyden. Käytännön keinoja lisätä matkustamisen viihtyvyyttä voisivat olla esimerkiksi vahvistussähköpostissa toimitettavat tai erillisestä mobiilisovelluksesta löytyvät Särkänniemi-aiheiset materiaalit, joiden kautta alueeseen voi tutustua yhdessä jo etukäteen. Mukana voisi myös olla lapsille suunnattuja tehtäviä, joiden vastaukset voi varmistaa paikan päällä. Hub-hankkeen järjestämässä työpajassa (luku 3.1) pohdittiin keinoja tehdä Särkänniemi-bussilinja 100 paremmin tunnetuksi ja houkuttelevammaksi, ja myös näissä keskusteluissa nousi esiin linjan uudelleen konseptointi lapsiperheille sopivaksi elämyslinjaksi.

Jotta palvelu olisi vierailijoille vaivaton ja helppo vaihtoehto, tulisi opastuksen olla hyvin selkeää ja tarpeeksi yksityiskohtaista koko matkaketjun osalta. Tutkimuksessa ilmeni, että monet Tampereen ulkopuolelta saapuvat kokevat vaivalloiseksi selvittää, miten Särkänniemeen pääsee julkisilla kulkuneuvoilla. Pienellä paikkakunnalla asuvalle matkailijalle, joka ei lähes koskaan käytä julkisia, voi olla hyvin epäselvää, miten esimerkiksi lippujen ostoa julkisiin tapahtuu. Pienikin epävarmuus mahdollisesta kulkuneuvon vaihdosta tai lippujen ostosta voi nostaa kynnyistä valita julkisilla saapumisen. Prototyypin toteutettu ratkaisu, jossa ostovaiheessa näytetään reittiehdotus vaiheittain ja vahvistussähköpostissa toimitetaan vielä yksityiskohtainen saapumisohje, vaikuttaa evaluoinnin perusteella toimivalta ja riittävän informatiiviselta. Tarkemman ohjeen voisi kuitenkin tarjota tarkasteltavaksi jo lippukaupassa esimerkiksi niin, että nykyisen reittiohjeen lisäksi

ohjeen voisi klikata halutessaan auki. Näin reitin yksityiskohdat olisivat nähtävillä jo aikaisemmin, mikä voisi helpottaa ostopäätöstä. Opastusta matkan aikana voisi helpottaa myös vapaaehtoisella mobiilisovelluksella, joka näyttäisi ohjeet reaaliajassa ja voisi esimerkiksi muistuttaa paluumatkan lähestymisestä. Koko palvelu ylipäätään tulisi saada hyvin toimivaksi myös mobiiliversiona, sillä suurin osa osallistujista arveli, että käyttäisi palvelua mieluiten älypuhelimella.

Prototyypissä reittiehdotus esitetään käyttäjälle aina riippumatta siitä, mitä hän on ostamassa, ja jo ennen pääsylippujen valintaa. Tässä tunnistettiin mahdollinen riski siihen, että järjestys ärsyttäisi Särkänniemen matkaa suunnittelevia. Kukaan prototyypin evaluoinnin osallistujista ei kuitenkaan kommentoinut asiaa, eli ainakaan testitilanteessa esitystapa ei haitannut heitä. Tämä ei kuitenkaan välttämättä täysin vastaa oikean elämän tilannetta, sillä evaluoinneissa osallistujat olivat asennoituneet nimenomaan testaamaan palvelua hypoteettisessa tilanteessa.

Evaluoinnin osallistujat pohtivat paljon sitä, haluaisivatko he ostaa paluulippuja vielä samalla, sillä tarkkaa aikataulua voi olla vaikea laatia. He toivoivatkin, että lipuissa olisi joustavuutta, mutta toisaalta tiedostivat, ettei se välttämättä ole käytännössä mahdollista. Lippujen muuttaminen esimerkiksi toiseen junavuuroon ei välttämättä onnistuisi varsinkaan kovin pienellä varoitusajalla, sillä kulkuneuvot voivat hyvin olla täyteen varattuja. Jos peruutus- tai muutosmahdollisuus on mahdollista toteuttaa, se varmasti saisi vierailijat rohkeammin valitsemaan myös matkaliput.

Dominik et al. (2017) sekä Prillwitz ja Barrin (2011) mukaan arjen liikkumisvalinnat vaikuttavat kulkuneuvon valintaan myös matkaillessa, etenkin niin, että arjessa autoa enemmän käyttävät valitsevat auton myös matkustaessaan. Näin ollen välillinen keino vaikuttaa matkailukäyttäytymiseen olisi myös kasvattaa kestävien kulkuneuvojen suosiota arjessa. Vakuuttavia keinoja hyödyntävät mobiilisovellukset, joita kirjallisuuskatsausosiossa tarkasteltiin (luku 2.2.3), ovat varmasti hyödyllisempiä arjen kontekstissa kuin matkailukontekstissa. Monet keinoista, kuten esimerkiksi oman kehityksen seuraaminen, sopivat yksittäisiä matkavarauksia paremmin säännölliseen ja jatkuvaan vuoro-vaikutukseen. Palvelussa voisi kuitenkin hyödyntää joitakin vastaavia keinoja, kuten jo mainittua valinnan vaikutusten konkretisointia tai vertailua siitä, kuinka moni vierailija on jo valinnut kestävämmän saapumisen.

6.2 Tutkimuksen arviointi ja jatkotutkimustarpeet

Tutkimuksessa tehtyjen käyttäjätutkimuksen sekä prototyypin evaluoinnin osallistujien otannot ovat melko edustavat. Osallistujia on eri ikäryhmistä, eri paikkakunnilta ja eri

kokoisista perheistä, ja he kuuluvat Särkänniemen kohderyhmään. Käyttäjätutkimusvaiheen pidemmissä haastatteluissa otanta oli pieni, mutta haastattelujen tuloksia tukivat myös lyhyemmät paikan päällä tehdyt haastattelut sekä kyselyvastaukset, joita oli selvästi enemmän. Tutkimuksen luotettavuutta olisi voinut vielä parantaa käyttämällä kyselyaineiston analysointiin jotakin standardoitua tieteellistä menetelmää. Eri metodein kerätyt tulokset sekä tutustuminen aiheen aiempaan tutkimukseen toivat laajaa ymmärrystä kulkuneuvovalintoihin vaikuttavista tekijöistä, ja näin ensimmäiseen tutkimuskysymykseen saatiin vastattua kattavasti.

Myös evaluointivaiheessa suurempi otanta olisi ollut hyödyksi, jotta voitaisiin nähdä, säilyykö selkeä ero Pirkanmaalla ja muualla asuvien mielipiteissä. Näin voitaisiin myös saada selville, onko juuri matkan pituudella myös merkitystä, vai johtuuko ero selkeästi siitä, minkä kokoisella paikkakunnalla ja millaisten julkisten yhteyksien päässä vierailija asuu. Suuremmalla otannalla voitaisiin etsiä osallistujia vielä laajemmin eri puolilta Suomea. Tämän työn tarkoitukseen tutkimuksen laajuus on kuitenkin riittävä.

Vaikka konseptin ja prototyypin arviointi paljastavat arvokasta tietoa kohderyhmän tarpeista ja mielipiteistä, ei se pelkästään pysty antamaan varmoja vastauksia siihen, millaiset vaikutukset palvelulla todellisuudessa olisi. Mikäli palvelua haluttaisiin kehittää pidemmälle, olisi palvelun muotoilussa ensinnäkin hyvä ottaa tässä työssä saadut tulokset huomioon, ja sen jälkeen järjestää pilottitestaus. Pilottitestauksen avulla nähtäisiin, kuinka moni asiakas lopulta tarttuisi vaihtoehtoon ostaa myös matkaliput pääsylippujen yhteydessä. Testauksen avulla voisi myös esimerkiksi selvittää eri toteutuksia vertaillen, millainen päästötietojen esitystapa olisi kaikkein vaikuttavin, tai että kokisivatko asiakkaat matkustusvaiheen elämyksellisyyden tarpeeksi houkuttelevaksi. Koska tulosten perusteella vaikuttaa kuitenkin siltä, että palvelua käyttäisivät todennäköisemmin vain lähempää saapuvat matkailijat, olisi samalla tärkeää tutkia tarkemmin myös muita mahdollisuuksia, kuten aiemmin mainittuja laajempia matkapaketteja. Suositeltavat ominaisuudet, jotka palvelun jatkokehityksessä tulisi huomioida tai jotka vaativat vielä lisätutkimusta, on koottu seuraavalla sivulla olevaan taulukkoon 5.

Taulukko 5: Koonti tutkimuksen perusteella suositeltavista ominaisuuksista ja jatko-tutkimuskohteista

| Kehitysteema | Suosittelava ominaisuus tai jatkotutkimuskohde | Kuvaus |
|--------------------------------------|--|---|
| <i>Palvelun ominaisuudet</i> | Alennukset tai kaupanpäälliset | Verrattuna erikseen ostettuihin lippuihin; Esimerkiksi ylimääräinen peli- tai laiteranneke |
| | Selkeä opastus kautta palvelun | Mahdollisuus nähdä tarkempi saapumishoje jo lippuja valitessa |
| | Optimointi mobiililaitteelle | Suurin osa vaikuttaa käyttävän mieluiten älypuhelimella |
| | Vakuuttavat keinot ja pelillistäminen | Joidenkin arkiliikkumisen sovelluksissa käytettyjen keinojen hyödyntäminen, esim. vertailu |
| | Elämyksellisyys jo matkustaessa | Viestinnässä ja esim. erillisen materiaalin avulla |
| <i>Palvelusta viestintä</i> | Mainonta eri medioissa | Eri ihmiset tavoittaa erilainen mainonta; Viestintä tärkeää jo aikaisessa vaiheessa ennen matkustuspäätöstä |
| | Pakettien ja mainonnan kohdentaminen | Mainonnan lisäksi myös itse palveluiden sisältö voi olla hyödyllistä kohdentaa eri asiakasryhmille |
| <i>Jatkotutkimus tai -kehitys</i> | Laajempi tutkimus tai pilottitestaus | Laajempi otanta: Onko merkittävää matkan pituus vai paikkakunnan koko; Nähtäisiin vaikuttaako käytännössä valintoihin |
| | Laajemmat matkapaketit | Matkojen ja pääsylippujen lisäksi esimerkiksi majoitus ja ruokailut |
| | Etäparkit | Sujuva kuljetus Särkänniemeen; Päästövähennysten kannalta toissijainen vaihtoehto |
| | Päästötietojen esittäminen | Miten kaikista ymmärrettävin ja vakuuttavin |
| <i>Palvelun ulkopuoliset tekijät</i> | Lippujen joustomahdollisuus | Vierailijat eivät välttämättä uskalla ostaa paluu-lippuja etukäteen, jos ei muutosmahdollisuutta |
| | Särkänniemen parkkipaikan hinnankorotukset | Hinnankorotuksilla voi olla vaikutusta; Voivat kuitenkin myös saada asiakkaat vaihtamaan kohdetta |

Näin ollen toiseen tutkimuskysymykseen, ”Millainen matkan suunnittelun ja lippujen oston palvelu parhaiten ohjaisi käyttäjiä kestäviin valintoihin?”, ei löydetty täysin yksiselitteistä vastausta, ja jotkut seikat jäävät vielä auki tulevalle tutkimukselle. Työssä löydettiin kuitenkin vastauksia, jotka voivat ohjata mahdollista tulevaa kehitystä, ja asiakasryhmän tarpeita ja toiveita selvitettiin laajasti. Vaikka työn tuloksilla ei välttämättä ole merkittävää uutuusarvoa, voidaan tutkimuksen nähdä suurimmilta osin saavuttaneen tavoitteensa.

7. YHTEENVETO

Tässä tutkimuksessa tarkasteltiin matkailijoiden kulkuneuvovalintoja kotimaan matkailussa: kulkuneuvovalintojen taustalla olevia syitä, matkailijoiden tarpeita sekä mahdollisuuksia vaikuttaa näihin valintoihin digitaalisten ratkaisujen avulla negatiivisten ympäristövaikutusten pienentämiseksi. Työn tarkempana aiheena oli saapuminen Särkänniemen huvipuistoalueelle Tampereelle. Tutkimuksen alussa asetetut tutkimuskysymykset olivat:

1. Mitkä tekijät vaikuttavat kulkuvälineen valintaan kotimaan matkailussa?
2. Millainen matkan suunnittelun ja lippujen oston palvelu parhaiten ohjaisi käyttäjiä kestäviin valintoihin?

Ensimmäiseen tutkimuskysymykseen etsittiin vastausta tutustumalla aiheen aiempaan tutkimukseen sekä toteutetun käyttäjätutkimuksen avulla. Käyttäjätutkimus koostui paikan päällä Särkänniemessä tehdyistä haastatteluista, syvällisemmistä ennalta sovitusta haastatteluista sekä laajan Särkänniemeen saapumiseen liittyvän kyselyaineiston analysoinnista. Kirjallisuuskatsauksen perusteella niin koti- kuin ulkomaan matkailijoiden kulkuneuvovalintoihin vaikuttavat monet eri tekijät, kuten matkailijan ja kulkuvälineen ominaisuudet sekä matkan tarkoitus. Eri ihmiset painottavat valinnassaan eri asioita. Ympäristövaikutukset eivät vaikuta olevan tärkeä kriteeri valintaa tehdessä, mutta arjessaan kestävämmiin käyttäytyvät tekevät kestävämpiä valintoja myös matkustaessaan. Särkänniemen kohderyhmään keskittyvässä käyttäjätutkimuksessa selvisi, että auto on suosituin saapumiskulkuneuvo noin 80 % osuudella erityisesti sen helppouden ja vaivattomuuden sekä julkisen liikenteen puutteiden takia. Muita merkittäviä syitä olivat auton joustavuus sekä lasten ja matkatavaroiden kanssa matkustaminen. Kirjallisuuskatsauksen kanssa linjassa oli käyttäjätutkimuksen havainto siitä, etteivät suomalaismatkailijat juurikaan mieti kulkuneuvovalintojensa ympäristövaikutuksia. Särkänniemeen saapumiseen liittyvään opastukseen toivottiin paljon parannuksia, jotta esimerkiksi oikeiden bussilinjojen ja -pysäkkien selvittäminen ei olisi niin vaivalloista.

Käyttäjätutkimuksen pohjalta suunniteltiin palvelukonsepti, joka mahdollistaisi matkalippujen ostamisen Särkänniemen verkkosivuilta pääsylippujen oston yhteydessä. Palvelussa asiakkaalle esitetään julkisia kulkuneuvoja hyödyntävä reittiehdotus koko matkaketjun osalta lähtöpaikkaan perustuen. Ostaessaan matkaliput asiakas saa sähköpostivahvistuksessa vielä tarkemman saapumisohjeen, joka kuvaa matkaketjun eri vaiheet yksityiskohtaisesti. Palvelua havainnollistamaan tehtiin interaktiivinen prototyyppi, joka sisälsi muutaman erilaisen palvelupolun riippuen lähtöpaikkakunnasta ja matkalippujen

valinnasta. Prototyyppejä ja palvelukonseptia evaluoitiin käyttäjätestauksen avulla. Testaus koostui prototyypillä suoritettavista testitehtävistä sekä haastatteluista.

Evaluoinnin perusteella palvelukonsepti on askel oikeaan suuntaan, mutta se pelkästään ei onnistuisi saamaan aikaan tarpeeksi suurta muutosta vierailijoiden matkailukäyttäytymisessä. Matka- ja pääsylippujen yhdistämisellä samaan ostotapahtumaan voitaisiin saada suurempi osuus lähempänä Tamperetta asuvista vierailijoista saapumaan julkisilla, mutta Pirkanmaan ulkopuolelta tai huonojen julkisten yhteyksien päästä saapuville palvelu ei yksinään olisi tarpeeksi houkutteleva. Alennukset matkalipuissa palvelun kautta ostaessa tai jotkin kaupanpäälliset vaikuttivat osallistujien mielestä houkuttelevilta tekijöiltä. Lupaavimmilta ratkaisuilta julkisten osuuden kasvattamiseen vaikuttavat olevan matkapaketit, jotka yhdistäisivät matka- ja pääsylippujen lisäksi myös muita palveluita, tai etäparkit, joista kulkisi liityntäkuljetus Särkänniemeen. Jälkimmäinen ratkaisu ei toisi toivottuja päästövähennyksiä, mutta voisi muuten helpottaa Särkänniemen pysäköintitilannetta. Sellaisia vierailijoita kuitenkin on joka tapauksessa, joiden täytyy lähteä liikkeelle omalla autolla kodin sijainnista johtuen. Matkapaketit sen sijaan voisivat saada myös kauempaa saapuvat vierailijat valitsemaan julkiset kulkuneuvot, etenkin jos järjestettäisiin suoria kuljetuksia eri paikkakunnilta. Matkapakettien toivottiin sisältävän esimerkiksi majoituksen ja ruokailut.

Palvelun vaikuttavuuden kannalta on ratkaisevaa, että siitä viestittäisiin näkyvästi eri medioissa, jotta tieto saavuttaisi tulevat vierailijat jo ennen matkustuspäätöstä. Matkalippuja ostettaessa Särkänniemen verkkosivuilta päätös autolla matkustamisesta voi olla jo tehty. Myös selkeä opastus kautta palvelun on tärkeää, jotta julkisilla saapumista ei koettaisi sen hankalammaksi kuin autollakaan saapumista. Prototyyppeihin toteutetut reittiehdotus sekä tarkka saapumisohje vaikuttivat olevan tarpeeksi informatiiviset, mutta tarkemman ohjeen voisi tuoda tarkasteltavaksi jo ostopolun aiemmassa vaiheessa helpouden viestimiseksi.

Jos palvelua kehitettäisiin pidemmälle, olisi hyvä suunnitella, miten itse matkan voisi paremmin tuoda osaksi elämystä. Julkisilla saapuessa on esimerkiksi parempi tilaisuus viettää yhteistä aikaa verrattuna autolla matkustamiseen, ja viihtyvyyttä voitaisiin edistää tarjoamalla elämyspuistoon liittyvää materiaalia jo matkan aikana tutkittavaksi. Olisi myös hyvä tutkia tarkemmin, millä tavalla eri kulkuneuvovalintojen päästötiedot olisi hyvä esittää. Vaikka tieto ei ole valinnassa tärkeä kriteeri, osa evaluoinnin osallistujista piti sitä kiinnostavana. Tuomalla tieto konkreettisesti ymmärrettäväksi voitaisiin mahdollisesti saada vierailijat ajattelemaan asiaa enemmän, ja voidaan ainakin toivoa, että tulevaisuudessa ihmisten ympäristötietoisuus vain kasvaa.

LÄHTEET

- Anagnostopoulou, E., Magoutas, B., Bothos, E., Schrammel, J., Orji, R. & Mentzas, G. (2017). Exploring the Links Between Persuasion, Personality and Mobility Types in Personalized Mobility Applications. In: de Vries, P. W. et al., eds. *Persuasive Technology: Development and Implementation of Personalized Technologies to Change Attitudes and Behaviors*. Lecture Notes in Computer Science. Cham: Springer International Publishing, pp. 107–118.
- Anagnostopoulou, E., Urbančič, J., Bothos, E., Magoutas, B., Bradesko, L., Schrammel, J. & Mentzas, G. (2020). From mobility patterns to behavioural change: leveraging travel behaviour and personality profiles to nudge for sustainable transportation. *Journal of Intelligent Information Systems*, Vol. 54(1), pp. 157–178.
- Cellina, F., Bucher, D., Veiga Simão, J., Rudel, R. & Raubal, M. (2019). Beyond Limitations of Current Behaviour Change Apps for Sustainable Mobility: Insights from a User-Centered Design and Evaluation Process. *Sustainability*, Vol. 11(8), p. 2281.
- Dickinson, J.E., Ghali, K., Cherrett, T., Speed, C., Davies, N. & Norgate, S. (2014). Tourism and the smartphone app: capabilities, emerging practice and scope in the travel domain. *Current Issues in Tourism*, Vol. 17(1), pp. 84–101.
- Dominik, B., Carsten, S. & Claudia, W. (2017). Uncommon leisure traffic – Analyses of travel behaviour of visitors. *Transportation Research Procedia*, Vol. 25, pp. 3971–3984.
- Finnpark (N.d.). Pysäköintikohteet. Saatavilla: <https://www.finnpark.fi/kohteet/> (Luettu 11.2.2021).
- Gabrielli, S., Forbes, P., Jylhä, A., Wells, S., Sirén, M., Hemminki, S., Nurmi, P., Maimone, R., Masthoff, J. & Jacucci, G. (2014). Design challenges in motivating change for sustainable urban mobility. *Computers in Human Behavior*, Vol. 41, pp. 416–423.
- Gross, S. & Grimm, B. (2018). Sustainable mode of transport choices at the destination – public transport at German destinations. *Tourism Review*, Vol. 73(3), pp. 401–420.
- Gutierrez, A. & Miravet, D. (2016). The Determinants of Tourist Use of Public Transport at the Destination. *Sustainability; Basel*, Vol. 8(9), p. 908.

- Hares, A., Dickinson, J. & Wilkes, K. (2010). Climate change and the air travel decisions of UK tourists. *Journal of Transport Geography*, Vol. 18(3), pp. 466–473.
- Hergesell, A. (2017). Environmental commitment in holiday transport mode choice. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, Vol. 11(1), pp. 67–80.
- Hergesell, A. & Dickinger, A. (2013). Environmentally friendly holiday transport mode choices among students: the role of price, time and convenience. *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 21(4), pp. 596–613.
- Hiselius, L.W. & Rosqvist, L.S. (2016). Mobility Management campaigns as part of the transition towards changing social norms on sustainable travel behavior. *Journal of Cleaner Production*, Vol. 123, pp. 34–41.
- Holtzblatt, K. & Beyer, H. (2016). *Contextual Design: Design for Life*. San Francisco, UNITED STATES: Elsevier Science & Technology.
- Jylhä, A., Nurmi, P., Sirén, M., Hemminki, S. & Jacucci, G. (2013). MatkaHupi: a persuasive mobile application for sustainable mobility. In: *Proceedings of the 2013 ACM conference on Pervasive and ubiquitous computing adjunct publication*. UbiComp '13 Adjunct. New York, NY, USA: Association for Computing Machinery, pp. 227–230.
- Le-Klähn, D.-T., Roosen, J., Gerike, R. & Hall, C.M. (2015). Factors affecting tourists' public transport use and areas visited at destinations. *Tourism Geographies*, Vol. 17(5), pp. 738–757.
- Liityntäpysäköinti (2019). Tampereen kaupunki. Saatavilla: <https://www.tampere.fi/liityntapysakointi/liityntapysakointi.html> (Luettu 11.2.2021).
- Lukman, R., Lozano, R., Vamberger, T. & Krajnc, M. (2013). Addressing the attitudinal gap towards improving the environment: a case study from a primary school in Slovenia. *Journal of Cleaner Production*, Vol. 48, pp. 93–100.
- Masiero, L. & Zoltan, J. (2013). TOURISTS INTRA-DESTINATION VISITS AND TRANSPORT MODE: A BIVARIATE PROBIT MODEL. *Annals of Tourism Research*, Vol. 43, pp. 529–546.
- Mulder, S. & Yaar, Z. (2006). *The User Is Always Right: A Practical Guide To Creating and Using Personas for the Web*. New Riders.

- Pangbourne, K., Bennett, S. & Baker, A. (2020). Persuasion profiles to promote pedestrianism: Effective targeting of active travel messages. *Travel Behaviour and Society*, Vol. 20, pp. 300–312.
- Pohjanen, K. (2020). Tampereen raitiotien rakentaminen etenee toiseen vaiheeseen - asiaa puitiin yli neljä tuntia. *Yle Uutiset 19.10.2020*. Saatavilla: <https://yle.fi/uutiset/3-11602405> (Luettu 11.1.2021).
- Prillwitz, J. & Barr, S. (2011). Moving towards sustainability? Mobility styles, attitudes and individual travel behaviour. *Journal of Transport Geography*, Vol. 19(6), pp. 1590–1600.
- Reilly, J., Williams, P. & Haider, W. (2010). Moving towards more eco-efficient tourist transportation to a resort destination: The case of Whistler, British Columbia. *Research in Transportation Economics*, Vol. 26(1), pp. 66–73.
- Roth, R. (2021). Särkänniemen huimat suunnitelmat tulivat julki: tornihotelli, monitoimiareena, uusi silta ja jopa köysirata. *Aamulehti 23.1.2021*. Saatavilla: <https://www.aamulehti.fi/tampere/art-2000007741221.html> (Luettu 26.2.2021).
- Ruissalo, P. (2020). Särkänniemeeseen vievä linja 100 palaa taas liikenteeseen – Paluupäivänä on juhannusviikon maanantai. *Tamperelainen 8.6.2020*. Saatavilla: <https://www.tamperelainen.fi/paikalliset/2021398> (Luettu 11.2.2021).
- Särkänniemi (N.d.). Saapuminen ja pysäköinti. Saatavilla: <https://sarkanniemi.fi/fi/saapuminen-ja-pysakointi> (Luettu 11.2.2021).
- Schauer, B., Quattlebaum, P., Risdon, C., Bowman, B., Daghlian, P., Brune, R., Reed, A., Narges, I., Valentine, T., Parsons, G., Hui, E., Samadzadeh, S. & Ham, J. (2013). *Adaptive Path's Guide to Experience Mapping*.
- Scott, D., Peeters, P. & Gössling, S. (2010). Can tourism deliver its “aspirational” greenhouse gas emission reduction targets? *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 18(3), pp. 393–408.
- Sunio, V. & Schmöcker, J.-D. (2017). Can we promote sustainable travel behavior through mobile apps? Evaluation and review of evidence. *International Journal of Sustainable Transportation*, Vol. 11(8), pp. 553–566.

- Tampereen strategia 2030 (N.d.). Tampere – sinulle paras. Tampereen kaupunki. Saatavilla: https://www.tampere.fi/tiedostot/s/gMnFtUzmF/Tampereen_strategia_2030.pdf (Luettu 27.8.2020).
- Tanskanen, J. (2021). Juna- ja bussiliput sekä taksimatkat voi ehkä pian ostaa samasta sovelluksesta – VR neuvottelee kaupunkien kanssa lippuyhteistyöstä. *Yle Uutiset* 4.1.2021. Saatavilla: <https://yle.fi/uutiset/3-11710804> (Luettu 21.1.2021).
- Uudistuva Särkänniemen alue – Ilmastopositiivinen elämystalouden edelläkävijä (2020). Tiekartta. Kestävän matkailun hub -hanke. Saatavilla: https://visittampere.fi/wp-content/uploads/2020/02/Uudistuva-Särkänniemen-alue-ilmastopositiivisuustiekartta_2020.pdf (Luettu 27.8.2020).
- Vincit uudistaa Särkänniemen verkkopalvelut (2020). *Vincit* 9.12.2020. Saatavilla: <https://www.vincit.fi/fi/tiedotteet/vincit-uudistaa-sarkanniemen-verkkopalvelut/> (Luettu 21.1.2021).
- Vredin Johansson, M., Heldt, T. & Johansson, P. (2006). The effects of attitudes and personality traits on mode choice. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, Vol. 40(6), pp. 507–525.

LIITE A: KÄYTTÄJÄTUTKIMUKSEN HAASTATTELURUNKO

Taustatiedot

1. Ikä
2. Sukupuoli
3. Talouden koko – onko lapsia
4. Omistaako autoa
5. Asuinpaikka – kunta, kuinka lähellä julkinen liikenne (oma arvio)
6. Kuinka paljon kotimaan matkoja vuodessa

Kyseinen / edellinen matka Särkänniemeen

7. Milloin vierailitte viimeksi Särkänniemessä?
8. Minkälaisella porukalla tulitte Särkänniemeen?
9. Olitteko päättäneet etukäteen vieraillla Särkänniemessä, vai tulitteko ensin Tampereelle ja päätitte sitten?
10. Kävittekö Särkänniemen lisäksi muualla?
11. Millä kulkuneuvolla saavuit Särkänniemeen? Koko matkaketju.
12. Pohditko muita vaihtoehtoja?
13. Minkä takia päädyit tähän vaihtoehtoon?
14. Oliko Särkänniemeen helppo löytää? Mistä etsit tietoa?

Asenteet / mielipiteet

15. Osaatko eritellä muita tekijöitä, jotka yleensä vaikuttavat kulkuvälineen valintaan? Arjessa vs. matkoilla
16. Pohditko liikkumisvalintojen ympäristövaikutuksia?
17. Kuinka muuten kuvailisit suhtautumistasi sekä toimiasi ympäristöystävällisyyttä ajatellen? Onko esim. jotain konkreettisia tekoja
18. Osaatko sanoa, mitkä tekijät saisivat sinut käyttämään ympäristöystävällisempiä vaihtoehtoja? Tai mikä tekisi siitä entistä houkuttelevampaa / sujuvampaa?

Mahdollinen palvelu – yhden palvelun avulla voisi suunnitella matkan ja ostaa liput, mahdollisesti samalla myös Särkänniemen liput. Konseptin esittely haastateltavalle

19. Kuulostaako kyseinen konsepti kiinnostavalta?
20. Jos aiemmin suosinut henkilöautoa, voisiko tällainen palvelu saada sinut vaihtamaan esimerkiksi junaan + kävelyyn tai julkiseen liikenteeseen? Jos ei, niin miksi?
21. Toimisiko tämä mielestäsi paremmin kokonaan uutena palveluna tai laajennuksena johonkin aiempaan, esimerkiksi junalippujen tai Särkänniemen lippujen verkkokauppaan?

LIITE B: HUB-HANKKEEN KYSELYYN VASTANNEIDEN KÄYTTÄMÄT KULKUNEUVOT

| Käytetyt kulkuneuvot, viimeisin vierailu | | Kaikki | | Pirkanmaa (-Tre) | | Muu Suomi | |
|--|-----------------------|--------|-----|------------------|----|-----------|-----|
| | | n | % | n | % | n | % |
| Kaikki, koko matkaketju | Henkilöauto | 307 | 80 | 107 | 82 | 200 | 80 |
| | Kävely | 77 | 20 | 26 | 20 | 51 | 20 |
| | Lähiliikenteen bussi | 62 | 16 | 23 | 18 | 39 | 16 |
| | Kaukojuna | 34 | 9 | 4 | 3 | 30 | 12 |
| | Kaukoliikenteen bussi | 12 | 3 | 1 | 1 | 11 | 4 |
| | Lähijuna | 12 | 3 | 2 | 2 | 10 | 4 |
| | Lentokone | 1 | 0,3 | 0 | 0 | 1 | 0,4 |
| | Pyörä | 4 | 1 | 3 | 2 | 1 | 0,4 |
| | Muu | 10 | 3 | 4 | 3 | 6 | 2 |
| Pisin osuus | Henkilöauto | 288 | 75 | 101 | 77 | 187 | 75 |
| | Kaukojuna | 36 | 9 | 4 | 3 | 32 | 13 |
| | Lähiliikenteen bussi | 24 | 6 | 18 | 14 | 6 | 2 |
| | Kaukoliikenteen bussi | 12 | 3 | 1 | 1 | 11 | 4 |
| | Lähijuna | 8 | 2 | 2 | 2 | 6 | 2 |
| | Kävely | 4 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 |
| | Pyörä | 2 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 |
| | Lentokone | 1 | 0,3 | 0 | 0 | 1 | 0,4 |
| | Muu | 7 | 2 | 2 | 2 | 5 | 2 |
| Viimeisin osuus | Henkilöauto | 204 | 53 | 70 | 53 | 134 | 53 |
| | Kävely | 122 | 32 | 46 | 35 | 76 | 30 |
| | Lähiliikenteen bussi | 43 | 11 | 11 | 8 | 32 | 13 |
| | Pyörä | 3 | 1 | 2 | 2 | 1 | 0,4 |
| | Kaukoliikenteen bussi | 2 | 1 | 0 | 0 | 2 | 1 |
| | Lähijuna | 1 | 0,3 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| | Muu | 7 | 2 | 2 | 2 | 5 | 2 |

LIITE C: PALVELUN KOKEMUSMATKA

Käyttäjän kokemusmatka

| Vaiheet | Ennen matkaa | | | Matkalla | | | Perillä |
|---------------------------|--|---|---|--|--|---|--|
| | Matkan suunnittelu | Vaihtoehtojen tutkiminen ja vertailu | Lippujen valitseminen ja osto | Lippujen vastaanottaminen | Matkustaminen junalla | Vaihto junasta bussiin | |
| Kontaktipisteet | Särkänniemen verkkosivut, mahdolliset muut palveluntarjoajien sivut | Särkänniemen verkkosivut, maksupalvelu | Särkänniemen verkkosivut, maksupalvelu | Sähköposti | Sähköiset liput, älypuhelin | Opasteet, ohjeet | Sähköiset liput, älypuhelin |
| Toiminta | Eri vaihtoehtojen tutkiminen ja vertailu: millaisia palveluita, ranneke- ja matkalippuvaihtoehtot, hinnat, millaisia saapumisvaihtoehtoja | Haluttujen lippujen valitseminen ostoskoriin, maksaminen | Lippujen tietojen tarkistaminen ja tallentaminen matkaa varten | Laiturin löytäminen, istumapaikkojen etsiminen | Oikean pysäkin ja bussin löytäminen | Pysäkkien seuraaminen | Pysäkkiä portille löytäminen, mahd. jonotus ja matkatavaroiden vienti säilytykseen |
| Ajatukset | Onpa kallis parkkimaksu. Pitäisikö kokeilla tätä matkapakettia, mitä reittiä se ehdottaa? Voisiko se olla helppo vai pitäisikö kuitenkin mennä autoilla? Junalla ei tarvitsi miettiä parkkipaikkaa ja -maksua. Onnistuisikohan se helposti lasten kanssa? Minkä hintaisia rannekkeita ja matkoja on? | Onhan tässä nyt kaikki oikeat liput, ja oikealle päivälle? Kätevää, kun saa matkaliput samalla. | Hyvä, nyt on kaikki hoidossa. Pitäikö tallentaa liput johonkin, että löydän ne sitten helposti. | Mikä laitturi se olikaan, onko vielä kiire? Junalla on kylä mukava ja nopea matkustaa. | Mikä pysäkki se nyt oli, löydetäänkö me se? Tuleeko kiire? Kunpa ei tarvitsi vaihtaa. Täytyy pitää lapset lähellä. | Ihan pian ollaan perillä, onneksi oli helppo vaihto. Koskahan meidän pysäkki tulee? | Kiva olla täällä, onneksi kaikki sujui hyvin. Toivotta-vasti myös paluumatkalla. |
| Tunteet | Kiinnostus vaihtoehtoja kohtaan, innostus tulevasta matkasta ja tarjolla olevista palveluista | Helppoa, kun saa pääsy- ja matkaliput samalla! | Odotus tulevaa matkaa kohtaan | Onneksi tulee kuulutus hyvissä ajoin ennen Tamperetta. Rentoutuminen | Kiire, epävarmuus, stressi, ärtymys jos paljon tavaraa mukana | Epävarmuus siitä, koska pitää jäädä | Helppous, innostuminen tulevasta päivästä |
| Mahdollisuudet | Kestävien saapumisvaihtoehtojen esittely ja suosittelu, ylipäätään tiedon viestiminen selkeästi | Vielä mahdollisuus tarjota kestäviä saapumisvaihtoehtoja, jos ei vielä niitä valittu | Selkeä opastus etukäteen ja hetkessä | | | | Oma jono matkapaketin ostaneille |
| Kokemus-tavoitteet | Tunne, että tiedot ovat selkeästi esillä ja helposti löydettävissä | Helppous, valinnan vapaus | Odotus, innostus, tunne että tietää kaiken tarvittavan | Rentoutuminen | Vaivattomuus, huolettomuus | Helppous | Tyytyväisyys, ilo, rentoutuminen |

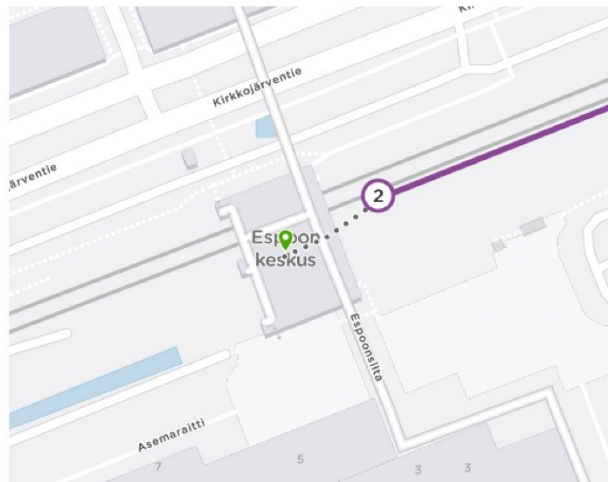
LIITE D: PROTOTYYPPIIN TOTEUTETTU SAAPUMISOHJE


Saapumisohje Särkänniemeen

Espoo - Särkänniemi, lauantai 6.5.2021

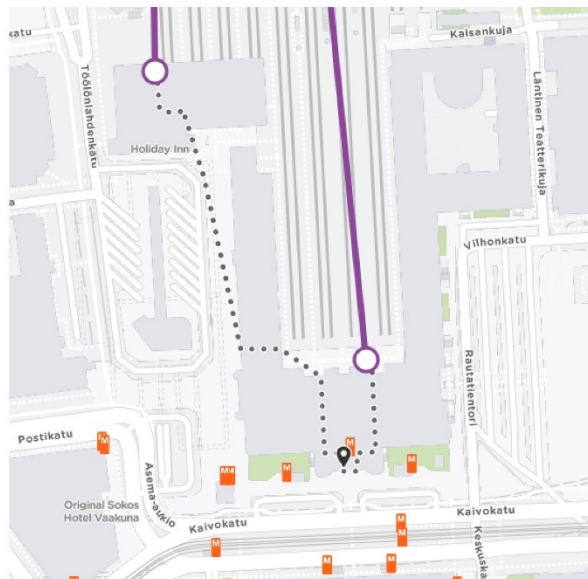
2 aikuista, 2 lasta


Tässä olisi myös info kotiosoitteesta asti ensimmäiselle asemalle. Lähijuna U lähtee asemalta Espoo, raiteelta 2 klo 8.53.



8.53
 | Lähijuna U asemalta Espoo asemalle Helsingin päärautatieasema (9 pysähdystä)
9.18

Saapuessasi Helsingin päärautatieasemalle katso aseman tauluista klo 9.24 lähtevän junan IC 43 lähtölahturi. Löydät oikealle laiturille seuraamalla aseman opasteita.



9.24
 | Juna IC 43 asemalta Helsingin päärautatieasema asemalle Tampereen Rautatieasema (3 pysähdystä)
10.58

Junassa kuulutetaan tulevista pysähdyksistä hyvissä ajoin. Jäätyäsi junasta poistu Tampereen rautatieaseman pääovista ja jatka risteyksestä suoraan Hämeenkadulle Rautatiekadun yli. Bussipysäkki Rautatieasema B on hieman yli korttelin päässä risteyksestä. Bussi 3A lähtee pysäkiltä klo 11.10.

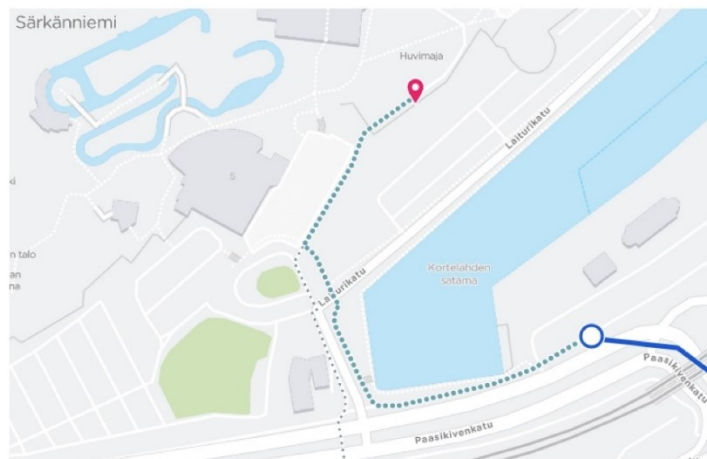
- 10.58
 Kävely asemalta Tampereen Rautatieasema pysäkillä Rautatieasema B (230 m)
 11.01



- 11.10
 Bussi 3A pysäkiltä Rautatieasema B pysäkillä Mustalahti (4 pysähdystä)
 11.16

Jää bussista pysäkillä Mustalahti. Nääät tulevat pysäkit bussin infotaululla. Mustalahti on bussimatkan neljäs pysäkki: Keskustori A - Finlayson - Näsinpuisto - Mustalahti. Jäätyäsi bussista kävele Paasikivenkatua, kunnes ohitat Korttelahden sataman. Käänny oikealle ja pian jo näetkin Särkänniemen lipunmyynnin ja sisäänkäynnin.

- 11.16
 Kävely pysäkiltä Mustalahti kohteeseen Särkänniemi (220 m)
 11.18



Kesto: 2 t 25 min

Tervetuloa Särkänniemeen, toivottavasti matkasi sujui vaivattomasti!

Saapumisohjeen kuvat ovat HSL:n ja Nyssen reittioppaista (<https://reittiopas.hsl.fi> ja <https://reittiopas.tampere.fi>).

LIITE E: KÄYTTÄJÄTESTAUKSEN TEHTÄVÄT JA HAASTATTELURUNKO

TAUSTATIEDOT

1. Ikä
2. Sukupuoli
3. Asuinpaikka
4. Kuinka lähellä julkisen liikenteen pysäkit / asemat?
5. Perheen koko, montako aikuista ja lasta?
6. Lasten iät?
7. Oletteko käyneet Särkänniemessä aiemmin?
8. Oletko aiemmin ostanut lippuja Särkänniemen verkkokaupasta?
9. Kuinka usein keskimäärin vieraillette Särkänniemessä?
10. Millä kulkuneuvolla yleensä liikutte Särkänniemeen, tai muuten kotimaan matkoilla?

TESTITEHTÄVÄT

1. Selvitä, millä tavoin Särkänniemen voi saapua, ja mitä pysäköintimaksu Särkänniemen parkkipaikalla maksaa.
2. Siirry takaisin sivuston etusivulle.
3. Osta matkaliput ja Särkänniemen pääsyliput lauantailla 6.5. Vaihtoehtoja lähtöpaikkakunnalle on prototyypissä kolme, valitse niistä se, joka lähiten vastaa omaa asuinpaikkaasi. (Onko aikataulu ja liput selkeitä?)
4. Onko selkeää, miten liput näytetään kulkuneuvossa ja Särkänniemessä?

Jos osallistuja valitsi ensimmäiseksi Espoon:

5. Avaa saapumisohje ja katso, miten pääset Tampereella Rautatieasemalta Särkänniemeen.
6. Sulje sähköposti-ikkuna.
7. Mene uudestaan lippukauppaan, ja valitse tällä kertaa lähtöpaikaksi jokin muu. Osta vain pääsyliput, ei matkalippuja.
8. Miten voit halutessasi ostaa matkaliput vielä myöhemmin?

Jos ei valinnut ensimmäiseksi Espoota:

9. Osta vielä matkaliput ja pääsyliput lähtien Espoosta.
10. Avaa saapumisohje ja katso, miten pääset Tampereella Rautatieasemalta Särkänniemeen.
11. Sulje sähköposti-ikkuna.
12. Osta vielä kerran liput, tällä kertaa vain Särkänniemen pääsyliput mutta ei matkalippuja.
13. Miten voit halutessasi ostaa matkaliput vielä myöhemmin?

HAASTATTELU

Teema 1: Konsepti

1. Onko palveluidea mielestäsi kiinnostava?

2. Koetko matka- ja pääsylippujen yhdistämisen käteväenä, vai haluaisitko mieluummin ostaa matkaliput erikseen palveluntarjoajilta?
3. Koetko, että palvelu voisi helpottaa vierailusi suunnittelua? (Hyödyllisyys)
4. Voisitko käyttää tällaista palvelua ensi kerralla Särkänniemen vierailua suunnitellesasi?
5. Miksi / miksi ei?
6. Jos olet aiemmin kulkenut useimmiten autolla, voisiko tämä palvelu saada sinut vaihtamaan julkisiin kulkuneuvoihin?
7. Miksi / miksi ei?
8. Prototyypin esimerkkihinnat on arvioitu esimerkiksi VR:n ja Nyssen verkkosivujen mukaan. Käyttäisitkö palvelua todennäköisemmin, jos matkalipuissa olisi jokin alennus verrattuna siihen, että ostaisit samat liput erikseen palveluntarjoajien sivuilta?

Teema 2: Prototyyppi

1. Millainen yleisvaikutelma sinulle jäi palvelun prototyypistä?
2. Miten kuvailisit sivuston helppokäyttöisyyttä?
3. Oliko sivusto mielestäsi selkeä?
4. Oliko jokin asia epäselvä tai hankala? (Mikään testitehtävistä?)
5. Mistä pidit sivustolla eniten?
6. Miten kuvailisit sivuston ulkoasua? (Visuaalisesti miellyttävä)
7. Oliko verkkokaupan tarjoama reittiehdotus mielestäsi selkeä tai tarpeeksi yksityiskohdainen?
8. Entä sähköpostivahvistuksessa oleva saapumisohje?
9. Yhdessä vaihtoehdossa, Espoossa, oli mainittu matkan keston ja hinnan jälkeen myös CO₂-päästöt. Kiinnitkö tähän huomiota?
10. Onko CO₂-tieto sinulle kiinnostava? Voisiko se vaikuttaa kulkuneuvopäätöksiisi?
11. Prototyypissä on tällä hetkellä toteutettu vain menomatkan liput. Haluaisitko ostaa samalla myös paluuliput? Vai haluaisitko ennemmin viettää aikaa ilman ennalta määrättyä paluuaikaa, ja ostaa paluuliput vasta matkustuspäivänä?
12. Oliko mielestäsi hyvä, että palvelua mainostettiin heti etusivulla? Kiinnitkö tähän huomiota?
13. Käyttäisitkö tällaista palvelua juuri tietokoneella, vai esimerkiksi mobiililaitteella?
14. Miten parantaisit palvelua? Kaipaisitko siihen esimerkiksi joitakin toimintoja, ominaisuuksia tai tietoja lisää?
15. Onko sinulla ehdotuksia, miten julkisilla saapumisesta voisi tehdä mahdollisimman vaivatonta ja houkuttelevan vaihtoehdon?