



SAVONIA

■ OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO
MATKAILU-, RAVITSEMIS- JA TALOUSALA

OPASTUKSET SUOMESSA

Opastusten tarjonta Suomen viidessä suurimmassa
matkailukaupungissa vuonna 2015

TEKIJÄ: Eevalotta Niemi

| | |
|--|------------|
| Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala | |
| Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma | |
| Työn tekijä(t) Eevalotta Niemi | |
| Työn nimi Opastukset Suomessa - Opastusten tarjonta Suomen viidessä suurimmassa matkailukaupungissa vuonna 2015 | |
| Päiväys | 14.12.2015 |
| Sivumäärä/Liitteet | 35 |
| Ohjaaja(t) Pauli Verhelä | |
| Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) SH Traveledu Oy | |
| <p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää Suomen viisi suurinta matkailijakaupunkia majoitustilastojen mukaan ja näiden kaupunkien opastuspalveluita. Tutkimuksen kohteena olivat kaupunkien oppaat ja heidän taustansa, oppaiden tarjoamat opastuspalvelut, opastuksia välittävät organisaatiot ja heidän käyttämänsä markkinointikanavat sekä toteutuneet opastukset.</p> <p>Tutkimuksessa käytettiin pääsääntöisesti kvalitatiivisia menetelmiä, kuten havainnointia ja aihepiiriin liittyvien julkaisujen tutkimista. Tällä tavoin tutkimustuloksiin saatiin luotettavat vastaukset, sillä tutkittavat kohteet olivat suurimmilta osin opastusten laadullisia piirteitä. Opinnäytetyön kvantitatiivinen osio liittyy toteutuneiden opastusten määrään ja se selvitettiin ottamalla yhteyttä palvelun tarjoajiin.</p> <p>Tulokseksi opinnäytetyössä saatiin, että Suomen suurimmat matkailukaupungit järjestyksessä ovat Helsinki, Tampere, Vantaa, Turku ja Oulu. Näistä kaupungeista huomattavasti eniten oppaita ja opastuksia on suurimmassa kaupungissa Helsingissä. Muiden kaupunkien opastuspalvelut ja niihin liittyvät seikat eivät tule samassa järjestyksessä matkailijamäärien kanssa. Toiseksi eniten oppaita ja opastuksia on tarjolla Turussa. Kaikissa muissa kaupungeissa paitsi Vantaalla opastuksia järjestävät Suomen opasliiton auktorisoimat oppaat ja kaupunkien matkailuorganisaatiot ovat vahvasti mukana melkein kaikkien kaupunkien opastusten myynnissä ja markkinoinnissa.</p> <p>Kaikkien tutkittavien kaupunkien opastuspalvelut ovat jo melko monipuolisia, mutta niitä voisi entisestään kehittää. Suomen suurimpien matkailukaupunkien tarjonnan ja palvelun tarjoajien ollessa selvillä, voitaisiin puutteita parantaa ja kehittää kokonaan uusia palveluita lisäämään kilpailukykyä muihin kaupunkeihin verrattuna. Hyvät ja ajan tasalla olevat opastuspalvelut ylläpitäisivät ja lisäisivät kaupunkien houkuttelevuutta matkailijoille.</p> | |
| Avainsanat Matkailu, Matkailupalvelut, Opastukset, Opastuspalvelut, Oppaat | |
| | |

| | | | |
|--|------------|------------------|----|
| Field of Study Tourism, Catering and Domestic Services | | | |
| Degree Programme Degree Programme in Tourism | | | |
| Author(s) Eevalotta Niemi | | | |
| Title of Thesis Guided tours in Finland - The selection of guided tours in five biggest travel cities in Finland in 2015 | | | |
| Date | 14.12.2015 | Pages/Appendices | 35 |
| Supervisor(s) Mr Pauli Verhelä | | | |
| Client Organisation /Partners SH Traveledu Oy | | | |
| <p>Abstract</p> <p>The purpose of this thesis was to find out five biggest travel destination cities in Finland, according to accommodation statistics - and guiding services of these five cities. To be examined were the guides, their backgrounds, the services they provide, the organizations selling those services, marketing channels and the number of guided tours that have taken place this year.</p> <p>In the study qualitative measures were mostly used. These measures were observation and studying the publications concerning this area of knowledge. By using these methods, reliable results were achieved, since most of the subjects studied were of a qualitative nature. The quantitative section of this thesis handled the number of guided tours arranged and those were examined by contacting the service providers.</p> <p>The results of this study showed that the biggest travel destination cities in Finland were Helsinki, Tampere, Vantaa, Turku and Oulu, in that particular order. Out of these cities, Helsinki provided the most guides and guided tours. The second largest provider of these services was Turku, even though it is only the fourth biggest travel destination, according to overnight stays. In almost all of these five cities, the guides were authorized by the Finnish guide union Suomen Opasliitto ry, and in most cities the local travel organization handled the marketing and selling of all of the services.</p> <p>In all cities the guiding services were quite versatile but they could be developed. Now that the biggest travel destination cities in Finland and their guiding services are known, lacks could be polished and new services developed. That would make those cities more appealing to travellers.</p> | | | |
| Keywords Travel, Tourism, Guided tours, Guiding, Guides | | | |
| | | | |

SISÄLTÖ

| | | |
|-----|---|----|
| 1 | JOHDANTO | 5 |
| 2 | MATKAILU | 6 |
| 2.1 | Matkailutuote..... | 9 |
| 2.2 | Matkailun ohjelmapalvelut | 10 |
| 3 | OPPAAT | 11 |
| 3.1 | Matkailuoppaan koulutus | 11 |
| 3.2 | Matkaoppaan ammattitutkinto | 12 |
| 4 | OPASTUSPALVELUT JA NIIDEN ERI MUODOT | 12 |
| 4.1 | Kiertoajeluopastukset | 13 |
| 4.2 | Kävelykierrokset | 13 |
| 4.3 | Draama- ja rooliopastukset..... | 14 |
| 4.4 | Teemaopastukset..... | 14 |
| 4.5 | Interaktiiviset sähköiset opastukset..... | 14 |
| 5 | TUTKIMUSMENETELMÄT | 15 |
| 5.1 | Kvantitatiivinen tutkimus | 15 |
| 5.2 | Kvalitatiivinen tutkimus | 16 |
| 6 | TUTKIMUKSEN KOHDEPAIKKAKUNNAT | 16 |
| 6.1 | Helsinki | 17 |
| 6.2 | Tampere | 19 |
| 6.3 | Vantaa | 21 |
| 6.4 | Turku..... | 22 |
| 6.5 | Oulu..... | 24 |
| 7 | TUTKIMUSAINEISTON ESITTELY JA TULOKSET | 26 |
| 7.1 | Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti | 27 |
| 8 | YHTEENVETO, VERTAILU JA POHDINTA..... | 29 |
| | LÄHTEET JA TUOTETUT AINEISTOT | 33 |

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana toimii SH Traveledu Oy. Kyseessä on kuopiolainen matkailualan yritys, joka välittää asiakkailleen Kuopion oppaat ry:n opastuksia ja niiden oheispalveluita. Asiakkaille myytävät opastuspalvelut ovat muuttuneet viimeaikoina paljonkin siitä mitä ne ovat joskus olleet. Toimeksiantajan mukaan kiertoajeluopastukset eivät ole enää nykyään yhtä suosittuja kuin aiemmin, vaan niiden tilalle on tullut erilaisia teemaopastuksia, draamaopastuksia ja myös osittain interaktiivisia opastuspalveluita.

Nykyään sosiaalisen median kasvattaessa suosiotaan ja tärkeyttään alalla kuin alalla, ovat sen vaikutukset nähtävissä myös opastuspalveluiden parissa. Mobiililaitteisiin ja sosiaaliseen mediaan pohjautuvat opastuspalvelut ovat uusin ilmiö opastuspalveluiden markkinoilla.

Toimeksiantajan toiveena oli selvittää, millaisia opastuspalveluita tarjotaan ja mikä on niiden määrä ja laatu Suomen viidessä suurimmassa matkailukaupungissa vuonna 2015. Näiden kaupunkien matkailijamäärät määräytyvät majoitustilastojen perusteella. Tutkitut opastuspalvelut sisältävät niitä tarjoavat tahot, eli kunkin kaupungin oppaat, oppaiden määrän ja sen ovatko he Suomen opasliiton (SOL) merkkipaita, itsenäisiä yrittäjiä vai palkallisia työntekijöitä.

Toinen tutkittava kohde ovat opastuspalveluita välittävät organisaatiot näissä viidessä kaupungissa. Tarkoituksena oli selvittää myykö opaspalveluita Suomen opasliiton alueyhdistys, kaupungin tai alueen matkailuorganisaatio, yksityinen yritys vai oppaat itse. Kolmanneksi tässä opinnäytetyössä selvitetään millaisia opaspalveluita ja tuotteita asiakkaille tarjotaan. Tutkimuksesta käy selville onko kaupungissa käytössä perinteiset kiertoajeluopastukset jotka ovat tarjolla kaikille, tilatut kiertoajelut, kävelyopastukset vai erilaiset draamaopastukset. Lisäksi tutkittavana ovat opastustuotteiden myyntiin käytettävät markkinointikanavat sekä toteutuneiden opastusten määrät.

Tässä opinnäytetyössä tutkittavia asioita opastuksista Suomen viidessä suurimmassa matkailukaupungissa tutkitaan lähinnä kvalitatiivisilla tutkimusmenetelmillä, havainnoimalla ja tutustumalla alan kirjallisuuteen sekä julkaistuihin tutkimuksiin.

2 MATKAILU

Maailman matkailujärjestö World Tourism Organization UNWTO:n mukaan matkailulla tarkoitetaan sitä, kun henkilö matkustaa ja viipyy paikassa, joka on hänen jokapäiväisen normaalin ympäristönsä ulkopuolella. Tämän lisäksi viipymisen on määriteltävä kestävä korkeintaan vuoden ja matkan syy on vapaa-aika, työmatka tai muu syy. (Walker & Walker 2011)

UNWTO:n määritelmä matkailusta on niin kutsuttu "demand-side" määritelmä, eli kysynnän tai tarpeen määrittelemä. Siihen sisältyvät ihmisten liikkuminen pois omasta ympäristöstään, viipyminen kohteessa, viipymisen vähimmäisaika, yksi yö, sekä enimmäisaika, yksi vuosi, ja tarkat matkustamisen syyt. Tämän lisäksi matkailua voidaan määritellä myös niin kutsutun "supply-side" määritelmän mukaan. Tämä tarjonnan mukainen määritelmä kertoo matkailusta ja sen vaikutuksista talouteen, kuten bruttokansantuotteeseen, sijoituksiin, verotuloihin, matkailijoiden kulutukseen ja vaikutuksesta valtion maksutaseeseen. Lisäksi tietoa saadaan myös matkailualan vaikutuksesta työllisyyteen ja matkailua pystytään vertailemaan muihin talouden sektoreihin. (Cooper & Fletcher & Fyall & Gilbert & Wanhill, 2008)

Matkailuun ja sen kehitykseen vaikuttavat useat yksilölliset ja yhteiskunnalliset tekijät, kuten vapaa-ajan lisääntyminen, taloudellisen tilanteen tasaantuminen sekä tekniikan ja tiedonvälityksen kehittyminen. Tämän lisäksi esimerkiksi maailmantalous ja poliittinen tilanne vaikuttavat matkailuun. Positiiviset tilanteet taloudessa ja rauhalliset poliittiset olot maailmalla ovat edellytyksiä matkailun suotuisaan kehitykseen. (Brännare & Kairamo & Kulusjärvi & Matero, 2003, 224)

Matkailualan ja matkailun ymmärtäminen käsitteenä riippuu siitä, minkä perustieteen näkökulmasta niitä tarkastellaan. Maantieteen näkökulmasta keskitytään matkailun alueellisiin vaikutuksiin, kun taas sosiologian näkökulmasta keskitytään esimerkiksi matkailijoiden motivaatiotekijöihin. Matkailussa peruselementteinä toimivat lähtö- ja kohdealueet sekä niitä yhdistävät matkailureitit. Tarkemmin sanottuna matkailuun vaikuttavat siis kysyntä ja tarjonta, useimmiten maantieteellisestä näkökulmasta. (Vuoristo, 2002, 15)



Kuva 1 Matkailusysteemi Leiperin mukaan

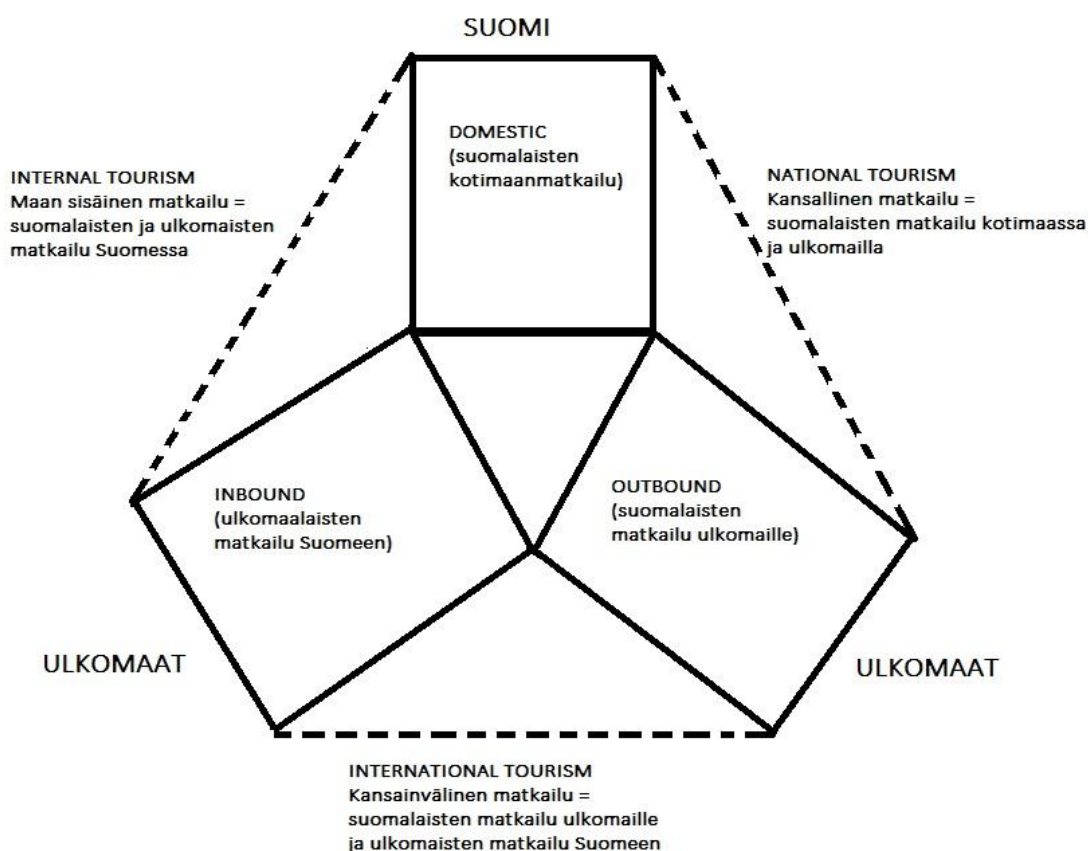
(Verhelä, 2014)

Leiperin matkailusysteemin mukaan matkailun lähtöalueella matkailijaan ja hänen tekemiinsä päätöksiin matkustaa vaikuttavat matkustusmotiivit ja matkustamisen edellytykset. Matkailun kohdealueella matkailijaa houkuttelevat matkakohteen vetovoima ja palvelut. Lähtöalueen ja kohdealueen välillä vaikuttavat liikenne- ja kuljetuspalvelut, tiet, reitit, terminaalipalvelut sekä jakelu- ja välityspalvelut. (Verhelä, 2014)

Matkailun lähtöalueella tarkoitetaan matkailijan normaalia elinpiiriä. Siellä vaikuttava työntövoima saa matkailijan matkustamaan. Työntövoimaan kuuluvat matkailijan matkustusmotivaatiotekijät sekä esimerkiksi kulttuuriset ja sosiaaliset tekijät, ikä, ammatti, koulutustaso sekä matkailijan tiedot matkailumarkkinoiden tarjonnasta. Matkailun kohdealueella matkailijaa houkuttelevina vetovoimatekijöinä toimivat esimerkiksi kohteen ilmasto, sijainti, kieli ja kulttuuri. Kaikki fyysiset ja abstraktit tekijät, jotka luovat matkailijan matkakokemuksen kokonaisuuden, toimivat kohdealueen vetovoimatekijöinä. (Verhelä, 2014)

Tärkeää matkailussa on, että työntövoimat ja vetovoimat kohtaavat. Tällöin matkailijan tarpeet ja motivaatiot matkalle lähtöön ja niiden muodostama kysyntä matkailupalveluille ja elämyksille saavat vastauksen kohdealueen tarjonnasta. Sillä tarjonnalla matkailijan kysyntä ja tarpeet voidaan tyydyttää. (Vuoristo, 2002, 14-16) Koska matkailukohteilla on usein voimakas keskinäinen kilpailu, edellyttää se kohteiden vetovoimatekijöiden kehittämistä (Brännare ym, 2003).

UNWTO määrittelee matkailun maantieteellisen jaottelun mukaan kotimaassa ja ulkomailla tapahtuvaksi. Matkailutilastoissa käytetään kolmea eri matkailutyyppiä. Nämä ovat kotimaanmatkailu, eli maassa asuvien matkailu maan sisällä, maan sisäinen matkailu, eli kotimaan matkailu sekä ulkomaalaisten matkailijoiden matkailu maan sisällä sekä kansallinen matkailu eli kotimaanmatkailun lisäksi maan asukkaiden matkailun ulkomailla. Ulkomaanmatkailu taas jaetaan maahan tulevaan ja maasta lähtevään matkailuun. (Verhelä 2014)



Kuva 2 Matkailun maantieteellinen jaottelu (UNWTO)

(Verhelä, 2014)

Matkailu on ollut viime vuosikymmeninä yksi maailman nopeimmin kasvavista elinkeinoista. Matkailu on Suomessakin alueellisesti merkittävä elinkeino. Sen tulo- ja työllisyysvaikutukset eivät kuitenkaan ole levinneet koko maahan, vaan vaikuttavat eniten suosituimmilla matkailualueilla. Matkailun taloudellisia vaikutuksia mitataan matkailutoimialojen tuotannon ja matkailutuotteiden kysynnän mukaan. Matkailukysyntä koostuu kotimaisten ja ulkomaalaisten matkailijoiden kulutuksesta kohdealueella. (Tilastokeskus 2015)

Suomessa matkailun aikaansaama arvonlisäys oli vuonna 2013 4,3 miljardia euroa, eli 2,5 prosenttia Suomen bruttokansantuotteesta. Tämä arvonlisäys on huomattavasti suurempi esimerkiksi elintarviketeollisuuteen, maatalouteen ja peliteollisuuden verrattaessa. Samana vuonna Suomessa matkailuala on työllistänyt yhteensä 136 700 ihmistä, eli 5,4 prosenttia kaikista työläisistä. Tähän lukuun ei ole laskettu mukaan vuokratyöläisiä. Matkailualalla yrityksiä toimii Suomessa 27 000 ja eniten alan yrityksiä syntyy ohjelmapalveluihin. (Visitfinland 2015)

2.1 Matkailutuote

Matkailutuotteella tarkoitetaan palvelua, eli jotain aineetonta, jota tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti. Palveluun voidaan yhdistää myös aineellisia osia, kuten ruokailua tai matkamuittoja, mutta ne yhdistyvät palvelutuotteeseen vasta matkan aikana. Matkailutuotteen ollessa palvelu, on sen kuluttaminen useimmiten asiakkaalle jonkin tarpeen tyydyttämiseen liittyvä palvelukokemus. Kokemuksen laatuun vaikuttavat asiakas itse, palvelun tarjoaja ja palveluun liittyvä henkilökunta, sekä muut asiakkaat. Tästä syystä erilaiset ja eri mielentilassa olevat asiakkaat kokevat palvelun laadun erilaisena. Toiset nauttivat asioista, jotka ovat toisille epämiellyttäviä. (Komppula, Boxberg 2002, 10-11)

Matkailupalvelulle on tyypillistä, että kysyntä ja tarjonta eivät välttämättä osu samaan aikaan. Matkailupalveluita tuotettaessa ollaan riippuvaisia asiakkaan ajasta ja muista muuttuvista tekijöistä. Tästä syystä usein opastuspalvelutkin on räätälöity asiakkaan tarpeiden mukaan ja niitä myydään silloin kun niille on kysyntää. (Komppula, Boxberg, 2002, 11)

Yksinkertaisin ja useimmin käytetty tapa määritellä matkailutuote, on esittää se pakkettina, joka koostuu viidestä eri osasta. Nämä osat ovat kohteen vetovoimatekijät, kohteen palvelut, saavutettavuus, mielikuvat kohteesta ja hinta. Kaikkien näiden osatekijöiden on oltava kunnossa, jotta matkailutuotteella voidaan vastata asiakkaan tarpeisiin ja luoda asiakkaalle miellyttävä kokemus palvelun parissa. (Komppula, Boxberg, 2002, 11)

Palvelutuotteen laadun on oltava hyvä, sillä huonoa kokemusta on vaikeampi korvata kuin aineellisten hyödykkeiden kohdalla. Asiakkaan ja palvelun tarjoajan välinen vuorovaikutus vaikuttaa asiakkaan kokemukseen ja siksi laadun kontrolloiminen on vaikeaa. Hyvän matkailutuotteen takaamiseksi se on kuitenkin erittäin tärkeää. (Komppula, Boxberg, 2002, 13-14)

2.2 Matkailun ohjelmapalvelut

Matkailun ohjelmapalveluita käytetään sekä vapaa-ajan matkailussa, että osana yritysten matkailupalveluita. Useimmiten asiakasryhmät koostuvat perheistä ja yritysasiakkaista. Tämän lisäksi eläkeläiset ovat kasvava asiakasryhmä, sillä heidän osuutensa väestöstä kasvaa jatkuvasti kiihtyvällä tahdilla. (Verhelä, 2007)

Yritysryhmät ovat suurin kuluttajaryhmä ohjelmapalveluyrityksille. Yritykset käyttävät ohjelmapalveluita eniten kannustematkailussa. Kannustematkailulla tarkoitetaan matkoja, joita yritys ostaa kannustaakseen henkilökuntaansa ja yhteistyökumppaneitaan työssä ja palkitakseen hyvin menestyneet työntekijät onnistuneista suorituksista. (Verhelä, 2007)

UNWTO:n määritelmän mukaan matkailun ohjelmapalvelut ovat vesi- ja ranta-aktiviteetteja, talviaktiviteetteja, luontomatkausta, sosiaalista elämää sekä kilpailuja. Suomen markkinoilla Hemmi ja Vuoristo ovat määritelleet ohjelmapalvelut kahteen ryhmään. Nämä ryhmät ovat harrastus- ja virkistyspalvelut, joihin sisältyvät luontoaktiviteetit, rakennetut aktiviteetit sekä huvikohteet ja kilpailutapahtumat sekä toisena ryhmänä kulttuuri- ja taidepalvelut. Käytännössä ohjelmapalvelut ovat siis matkailupalveluun liittyviä aktiviteetteja, jotka muodostavat matkan toiminnallisen osan. (Verhelä, 2007)

Yleisimmät ohjelmapalvelut Suomessa ovat luontoon liittyviä ohjattuja aktiviteetteja. Tällaisia ovat muun muassa erilaiset retket tai esimerkiksi moottorikelkkasafarit ja muut vastaavat aktiviteetit. Matkailun ohjelmapalveluissa asiakas osallistuu ohjattuun aktiviteettiin joko seuraajana tai suorittajana ja palvelut tuottavat hänelle elämyksiä. (Verhelä, 2007)

3 OPPAAT

Oppaiden ja erilaisten opastuspalveluiden tarkoitus on auttaa asiakasta kokemaan enemmän kuin itsenäisesti eri alueisiin tutustumalla. Opas kertoo asiakkailleen opastuksen aikana faktatiedon ja historian lisäksi esimerkiksi mielenkiintoisia tarinoita ja uskomuksia alueista. Tavallisten kiertoajeluiden lisäksi tarjolla on esimerkiksi draamaopastuksia, joissa mukana on erilaisia hahmoja. Muun muassa tämän oppinäytetyön toimeksiantajan SH Traveledu Oy:n myymillä Kuopion oppaat ry:n opastuksilla oli kesällä 2015 mukana kuopiolaisten historiallisten henkilöiden hahmoja. Nämä hahmot, kuten Juhani Aho, kertoivat omasta historiastaan ja toivat eläväisyyttä normaaleihin kiertoajeluihin. (SH Traveledu Oy)

Suomen opasliitto ry:llä on tunnuslause: *"Ota opas - koet enemmän!"* Opasliitto neuvoo asiakkaitaan opaspalveluissa sanoin: *"Suomi tarjoaa runsaasti opastettuja kierroksia ja retkiä niin kävellen kuin bussillakin. Matkailuopas vie ryhmä- ja yksittäisen matkailijan menneisyyden saloihin, taiteiden maailmaan, kaupungin vilinään, erämaajärven rannalle tai vaarojen korkeuksiin. Rooli- ja draamaoppaan mukana kurkistat merkkihenkilöiden elämäntilanteisiin ja tapahtumiin."* (Suomen opasliitto 2015)

3.1 Matkailuoppaan koulutus

Matkailuoppaan koulutuksen käynyt henkilö tuntee perusasiat Suomesta ja omasta paikkakunnastaan sekä osaa opastaa erilaisia matkailijoita ja matkailijaryhmiä ja suunnitella asiakkaiden tarpeiden mukaisia opastusreittejä. Peruskoulutuksen lisäksi Suomessa on mahdollista suorittaa myös matkailuoppaan täydennyskoulutus. Tähän koulutukseen kuuluvat muun muassa arvioija- ja matkanjohtajakoulutukset, joita opasliitto järjestää.

Tämän lisäksi paikalliset opasyhdistykset voivat järjestää erilaisia kohde-, rooli- ja teemaopastuskoulutuksia. Alueopaskoulutus puolestaan kouluttaa oppaalle pätevyyden tietyille matkailureiteille. Matkailuoppaan perustutkinto, alueopaskoulutus ja arvioijakoulutus ovat Suomen opasliiton koulutuksia ja niitä saavat tarjota myös opasyhdistykset. Usein koulutukset toteutetaan yhteistyössä matkailualan oppilai-

tosten kanssa. Kyseessä oleva koulutus ei siis ole osa Suomen virallista koulutusjärjestelmää. (Suomen opasliitto 2015b)

3.2 Matkaoppaan ammattitutkinto

Matkaoppaaksi tulemista varten täytyy suorittaa siihen tarkoitettu tutkinto. Tämän ammattitutkinnon suorittanut henkilö hallitsee laaja-alaisesti erilaiset opastustehtävät niin kotimaassa kuin ulkomaillakin ja omaa edellytykset kehittää ammattitaitoaan. Tiivistettynä matkaopas on henkilö, joka opastaa asiakkaita sekä tuottaa opaspalveluita itsenäisesti, vastuullisesti ja asiakaslähtöisesti. (Opetushallitus 2015)

Matkaoppaan ammattitutkinnon perusteet on määritellyt opetushallitus ja sen sisältöön kuuluu Suomi-oppaana toimimisen lisäksi joko erikoisoppaana toimiminen, FAM-oppaana toimiminen tai opastaminen vieraalla kielellä. Tutkinto suoritetaan näyttökokein. Matkaoppaan ammattitutkinnon suorittanut henkilö liittyy paikalliseen opasyhdistykseen. Suomen opasliitto ry:n auktorisoiman oppaan tunnuksena toimii opasmerkki. (Suomen opasliitto 2015c)

Erikoisoppaat omaavat joko harrastusten, työn tai kiinnostusten kohteiden kautta erikoisosaamista, jota voivat hyödyntää opastuksissa. Tämä osaaminen mahdollistaa alaan erikoistuneiden kansallisten ja kansainvälisten ryhmien opastamisen. FAM-oppaalla puolestaan tarkoitetaan opasta, joka opastaa kansainvälisiä matkailualan ammattilaisia, kuten matkanjärjestäjiä, liikenneyhtiöiden edustajia ja mediaryhmien edustajia. (Opetushallitus 2015b)

4 OPASTUSPALVELUT JA NIIDEN ERI MUODOT

Opastuspalveluita on saatavilla useita erilaisia vaihtoehtoja ja usein ne ovat vielä muokattavissa asiakkaan tai asiakasryhmän tarpeiden mukaisiksi. Perinteiset kiertoajeluopastukset järjestetään usein joko kaikille avoimiksi tai asiakkaat voivat tilata niitä tarpeidensa mukaan. Tämän lisäksi tarjolla on usein erilaisia kävelyopastuksia ja lisäksi uudempina opastuspalvelutuotteina mukana ovat myös teemaopastukset ja draamaopastukset. Kaikkein uusin ilmiö opastusmarkkinoilla ovat interaktiiviset

sosiaaliseen mediaan ja mobiililaitteisiin tukeutuvat sähköiset opastukset, jotka korvaavat perinteisten oppaiden tarpeen. (SH Traveledu Oy 2015)

Seuraavaksi esittelen tarkemmin käytössä olevat opastusten eri muodot. Kaikkia näitä opastusmuotoja on tarjolla ja myös vanhemmat opastusmuodot ovat edelleen käytössä, vaikka uusia syntyykin markkinoille. Kaikki kaupungit eivät kuitenkaan tarjoa kaikkia näistä opastuspalveluista.

4.1 Kiertoajeluopastukset

Kiertoajeluopastuksia on useita erilaisia. Jotkin kiertoajeluista on tarkoitettu kaikille avoimiksi ja toiset ovat tilausajoja, jolloin reitti on räätälöity asiakkaiden toiveiden mukaiseksi. Jotkin kiertoajeluista kiertävät tiettyä reittiä ja matkailijat voivat nousta kyytiin ja jäädä pois milloin haluavat. Tällaisia opastuksia ovat niin kutsutut "Hop on hop off sightseeing"-kiertoajelut. (Visit Helsinki 2015) Kaikissa näissä opastuksissa yhteistä on se, että opastusten aikana kierretään linja-autolla ajaen opastettavaa reittiä samalla kun opas kertoo reitin varrella nähtävistä kohteista.

4.2 Kävelykierrokset

Kävelykierroksilla opastusreittiin tutustutaan kävellen. Myös tässä opastusmuodossa opastus voi olla järjestetty joko kaikille avoimeksi tai tilauksesta asiakasryhmälle. Opastusreitti voi olla valmiiksi suunniteltu ja sisältää erilaisia teemoja, joiden pohjalta kävelykierros toteutetaan tai reitti voidaan suunnitella asiakkaan tarpeiden ja halujen mukaan. Esimerkiksi toimeksiantaja SH Traveledu Oy:llä on tarjolla valmiita kävelyopastuspaketteja. Toinen niistä keskittyy kaupungin puistoihin, kujiin ja kulttuuriin sekä historiaan. Toinen opastus kävellään keskustan alueella ja sen aikana tutustutaan kaupunkiin paikallisten kirjailijoiden näkökulmasta. (SH Traveledu Oy 2015b)

4.3 Draama- ja rooliopastukset

Draamaopastuksissa opas on pukeutunut joksikin muuksi, esimerkiksi kaupungin merkkihenkilöksi, ja esiintyy opastaessaan roolissa. Nämä roolit ja niiden mukainen pukeutuminen kuuluvat tiettyihin henkilöihin ja aikakausiin, jotka liittyvät opastettavaan kohteeseen. Esimerkiksi aiemmin mainitsemani SH Traveledu Oy:n myymillä Kuopion oppaat ry:n kesän 2015 opastuksissa mukana olleet hahmot, kuten Juhani Aho ja Pietari Brahe, ovat hyvä esimerkki draama- ja rooliopastuksista. (Moodle verkkoympäristö, Verhelä & Lackman)

4.4 Teemaopastukset

Teemaopastukset sisältävät erilaisia teemoja opastukselle. Tällaisia teemoja voivat olla esimerkiksi historialliset teemat, kulttuuriteemat, liikunta- ja urheiluteemat, liike-elämän teemat, ihmissuhdeteemat tai terveysteemat. Teemaopastus vaatii opaalta laajempaa tuntemusta opastuksessa käytössä olevasta teemasta. (Moodle verkkoympäristö, Verhelä & Lackman)

4.5 Interaktiiviset sähköiset opastukset

Digitaalisissa ja interaktiivisissa sähköisissä opastuksissa ei ole ollenkaan opasta, vaan opastus tapahtuu teknologian avulla. Tällaisia opastuksia voivat tarjota esimerkiksi kaduilla tai asiakaspalvelupisteissä olevat virtuaaliset näytöt, joista asiakas pystyy kosketusnäytön avulla lukemaan uutisia ja saamaan tietoja lähiympäristöstään. Esimerkiksi Helsingissä käytössä on karttapohjaisia opastustauluja, joista matkailijat saavat tietoa tapahtumista, uutisista sekä julkisesta liikenteestä. Tällaisia näyttöjä on käytössä esimerkiksi kaupungintalon aulassa, Kaupunginmuseossa sekä rautatieasemalla ja turisti-infossa. Digitaalista opastusta pidetään tärkeänä osana perusopastuksen kokonaisuutta. Tulevaisuuden visio on, että matkailija saa samat palvelut myös mobiililaitteelleen, jolloin käyttö helpottuu entisestään. (Forum Virium Helsinki 2015) Lisäksi Kuopiossa on käytössä Taidemuseon järjestämä patsaisiin pohjautuva opastuskierros, jolla ihmiset voivat tutustua paikallisiin julkisiin taideteoksiin Internetistä löytyvän ohjelman ohjaamina. (Kuopion Taidemuseo 2015)

5 TUTKIMUSMENETELMÄT

Tässä opinnäytetyössä tutkin millaisia opastuspalveluita eri kaupungeissa on tarjolla, kuka niitä tarjoaa ja myy ja miten opastuksia markkinoidaan asiakkaille. Tutkimuksen tavoitteena on saada lisätietoa Suomen suurimpien matkailukaupunkien opastustilanteesta ja niiden välisistä eroista.

Kaikissa tutkimuksissa, kuten tässäkin, on sekä kvantitatiivisen, eli määrällisen, että kvalitatiivisen, eli laadullisen, tutkimuksen piirteitä. Oma tutkimukseni on enimmäkseen laadullista tutkimusta, mutta siinä on seassa myös määrällisen tutkimuksen osia.

Koska laadullinen tutkimus tehdään usein havainnoimalla haastattelujen sijaan, on tässä opinnäytetyössä käytetty tutkimusmenetelmänä tutkittavien kaupunkien opastustarjonnan havainnointia. Havainnointiaineistoa voidaan kerätä käyttämällä julkaistua tietoa, eikä laadullinen tutkimusmenetelmä välttämättä vaadi tutkijan ja tutkittavan läheistä kontaktia. (Vilka, 2015, 142) Seuraavaksi erittelen näiden tutkimusten erot ja niitä määrittävät piirteet, sekä sen, mikä oman tutkimukseni osa kuuluu mihinkin tutkimusmenetelmään.

5.1 Kvantitatiivinen tutkimus

Kvantitatiivinen, eli määrällinen tutkimus pyrkii saamaan vastauksia kysymyksiin, kuten "kuinka moni" tai "kuinka paljon". Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla voidaan määrittellä tutkittavien kohderyhmien mielipiteitä ja asenteita sekä asioiden ja ilmiöiden välisiä suhteita. Usein määrällistä tutkimusta tehdään kyselylomakkeiden avulla, havainnoimalla tai käyttämällä valmiita tilastoja ja rekistereitä. (Vilka, 2015)

Tämän opinnäytetyön tutkimusaiheessa kvantitatiiviseen osuuteen vastaavat tiedot toteutuneista opastuksista tutkittavissa kaupungeissa. Nämä tiedot sain ottamalla yhteyttä palveluntarjoajiin ja tiedustelemalla tarvittavia tietoja.

Tässä tapauksessa suurin osa tutkimustyöstä ei kuitenkaan ole kvantitatiivista, vaikka siinä sen piirteitä onkin. Tutkimus on suuremmilta osin kvalitatiivista, sillä tavoitteena ei ole määrällinen vaan laadullinen tutkimus. Koska tavoitteenani oli tutkia tietoja siitä, kuka opastuksia tarjoaa, millaisia opastuksia tarjotaan ja miten niitä markkinoidaan, on kyseessä laadullinen tutkimustyö.

5.2 Kvalitatiivinen tutkimus

Kvalitatiivinen, eli laadullinen tutkimus tutkii tieteellisesti tutkittavan kohteen laatua ja ominaisuuksia. Kvalitatiivinen tutkimus pyrkii saamaan vastauksia laadullisiin kysymyksiin, kuten "millainen", "miksi" ja "miten".

Kun laadullisessa tutkimuksessa aineiston keräämisen tutkimusmenetelmänä on käytetty havainnointia, voidaan metodia käyttää useilla eri tavoilla. Havainnointitapaan vaikuttaa se, ollaanko tutkimassa ihmisten toimintaa vai heidän tuottamaansa materiaalia. Havainnoimalla saadaan tietoa siitä, mitä ihmiset tekevät ja miltä asiat näyttävät. Havainnointi ei kuitenkaan vastaa kysymykseen "miksi". Siihen vastauksen saamiseksi käytetään kvalitatiivisessa tutkimuksessa havainnoinnin lisäksi myös tutkimuksen aihepiiriin liittyvää kirjallisuutta ja aiempia tutkimuksia. (Vilka, 2015, 143)

Tässä opinnäytetyössä on käytetty sekä havainnointia, että kirjallisuutta ja aiempia tutkimuksia tutkittavien viiden suurimman matkailukaupungin opastustilanteen selvittämiseksi. Nämä ovat mielestäni parhaat keinot kaupunkien opastuksien selvittämiseksi, sillä kun esimerkiksi haastatteluilla pystyttäisiin helposti keräämään numeraalista dataa tai ihmisten mielipiteitä, pystytään havainnoinnin ja alan julkaisujen avulla saamaan tarvittavaa tietoa kaupungeista ja niiden tarjonnasta.

6 TUTKIMUKSEN KOHDEPAIKKAKUNNAT

Tutkimuksessa olivat mukana Suomen viisi suurinta matkailukaupunkia vuonna 2015. Matkailijamääriltään suurimmat kaupungit määritellään majoitustilastojen

mukaan. Tilastokeskuksen majoitustilastosta selviää kaupunkien majoituspalveluiden tarjonta ja käyttö, sekä tietoja palveluiden käyttäjistä ja yöpyjien määrästä.

Tilastoon on laskettu mukaan kaikki majoitusliikkeet, joissa on vähintään 20 vuodepaikkaa. Tilastossa ovat mukana siis rekisteröidyt hotellit, motellit, matkustajakodit ja retkeilymajat sekä lomakylät ja leirintäalueet. Yhteensä yöpymisvuorokausia suomalaisissa majoitusliikkeissä on ollut syyskuussa 2015 hieman alle 1,6 miljoonaa yöpymisvuorokautta, mikä on 3,7 prosenttia enemmän kuin edellisenä vuonna. (Tilastokeskus 2015b)

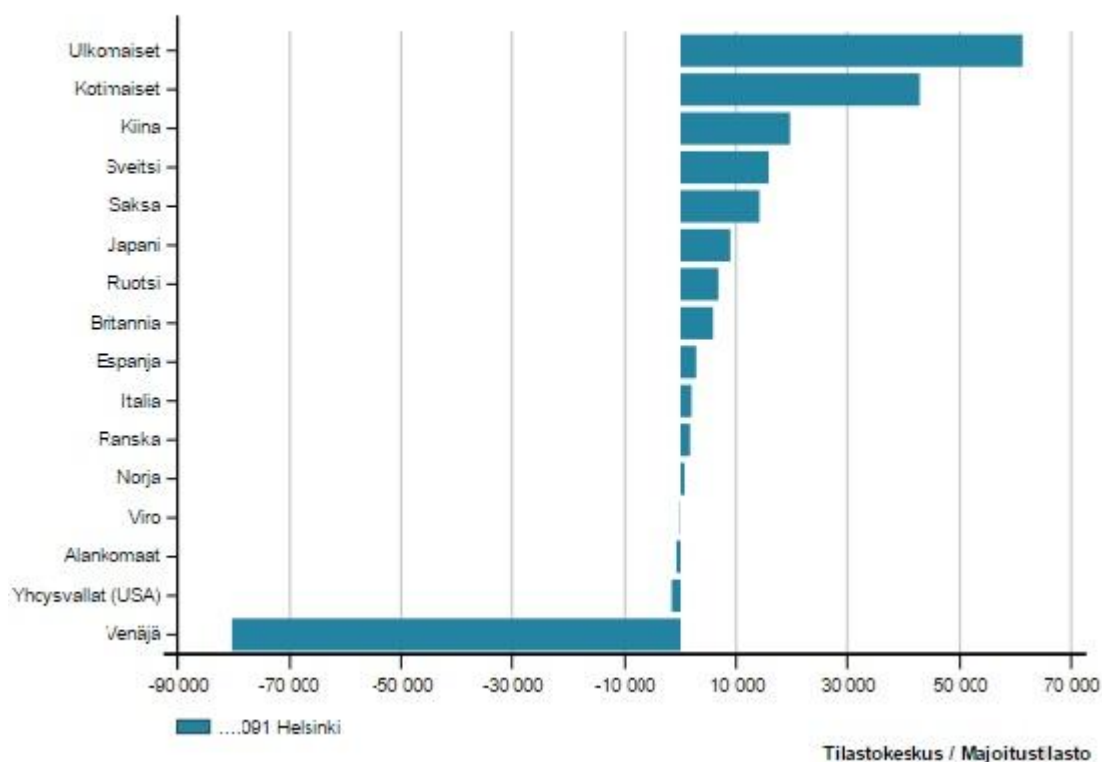
Visit Finland verkkopalvelun tilastopalvelu Rudolf kertoo tuoreimmat kumulatiiviset majoitustiedot koko Suomessa eri kaupunkien osalta, vuoden 2015 tammikuun ja syyskuun välisenä aikana. Suurimmat matkailijamäärät Suomessa ovat majoitustilastojen perusteella Helsingissä (2 639 085 yöpymistä), Tampereella (786 914 yöpymistä), Vantaalla (642 128 yöpymistä), Turussa (578 502 yöpymistä) sekä Oulussa (478 888 yöpymistä). Näihin lukumääriin on laskettu mukaan sekä kotimaiset, että ulkomaiset matkailijat, jotka ovat kyseisissä kaupungeissa yöpyneet. (Tilastopalvelu Rudolf 2015)

Seuraavaksi esittelen tutkimustulokset. Jokaisen tutkimuksessa mukana olleen kaupungin matkailijamäärät sekä tiedot tarjolla olevista oppaista, opastuksista, niiden markkinointikeinoista sekä toteutuneista opastuksista kaupungissa eritellään kaupungeittain.

6.1 Helsinki

Suurin matkailukaupunki yöpymisten osalta on Helsinki. Vuonna 2015 tammikuun ja syyskuun välisenä aikana yöpymisten lukumäärä Helsingissä on ollut 2 639 085. Tähän lukuun on laskettu mukaan sekä ulkomaiset että kotimaiset matkailijat. Koko Suomessa yöpymisten määrässä on tapahtunut muutoksia, mutta Helsingissä ne ovat pääosin positiivisia. Ainoastaan venäläisten matkailijoiden määrä yöpyjissä on vähentynyt huomattavasti, mikä selittyy Venäjän tämänhetkisellä huonolla taloustilanteella. Venäläisten matkailijoiden määrä on vähentynyt koko Suomessa jopa 43,1 prosenttia. (Visitfinland 2015)

Yöpymisten muutos (lkm) asuinmaittain 2015 (kumulatiivinen)091 Helsinki



Kuva 3 Yöpymisten muutos Helsinki

Helsingissä opastuksia asiakkaille tarjoavat Helsingin matkailuneuvonta ja Helsinki Tourist Guides. Helsingin matkailuneuvonnan tarjontaan kuuluvat muun muassa raitiovaunulla ajettavat opastuskierrokset, kävelyopastukset design-korttelissa sekä merelle suuntautuvat opastukset. Kaikki nämä opastukset on räätälöity vastaamaan Helsingin persoonallista tarjontaa ja siten ne on saatu eroamaan muiden kaupunkien tarjonnoista. Helsinki on Suomen ainoa kaupunki jossa on raitiovaunuja ja merellisyys on tärkeä osa Helsinkiä, joten näiden vahvuuksien hyödyntäminen on hyvä ratkaisu opastustarjonnan modifioimiseksi. (Visit Helsinki 2015b)

Helsingin matkailuneuvonnan viralliset kotisivut, joilla opastukset ovat tarjolla, ovat samalla Helsingin kaupungin viralliset matkailusivut. Kyseessä ovat siis Helsingin kaupungin markkinoimat julkiset palvelut. (Visit Helsinki 2015c)

Helsingissä opastuksia tekevät oppaat kuuluvat kahteen viralliseen opasyhdistykseen; Helsingin Turistioppaat ry:hyn sekä Helsingfors Auktoriserade Turistguider rf:ään. Yhteensä näihin yhdistyksiin kuuluu lähes 400 opasta. Tästä määrästä noin 320 on opastavia oppaita. Helsingin oppaiden tarjoamien opastusten vahvuutena

ovat useat eri kielet, joilla opastuksia tarjotaan. Suomenkielisten opastusten lisäksi ne tarjoavat opastuksia 28 eri kielellä, mukaan lukien viittomakielen. (Helsinki Tourist Guides 2015)

Helsingissä toimivilla suomen- ja ruotsinkielisillä opasyhdistyksillä on tarjolla ainoastaan pientä omaa toimintaa, lähinnä kävelyopastuksia. Tämän lisäksi yhdistyksiin kuuluvat oppaat kuitenkin tarjoavat erittäin monipuolisia opastuspalveluita asiakkaille. Opastukset räätälöidään asiakkaiden toiveiden mukaisiksi. Oppaat työskentelevät itsenäisinä oppaina ja he myös markkinoivat opastuksiaan itse. Yhdistykset antavat oppaille ainoastaan Internet-alustan, jonka kautta asiakkaat saavat tietoa yhdistysten asioista. (Helsingin turistioppaat, Ritva Laaksovirta 2015)

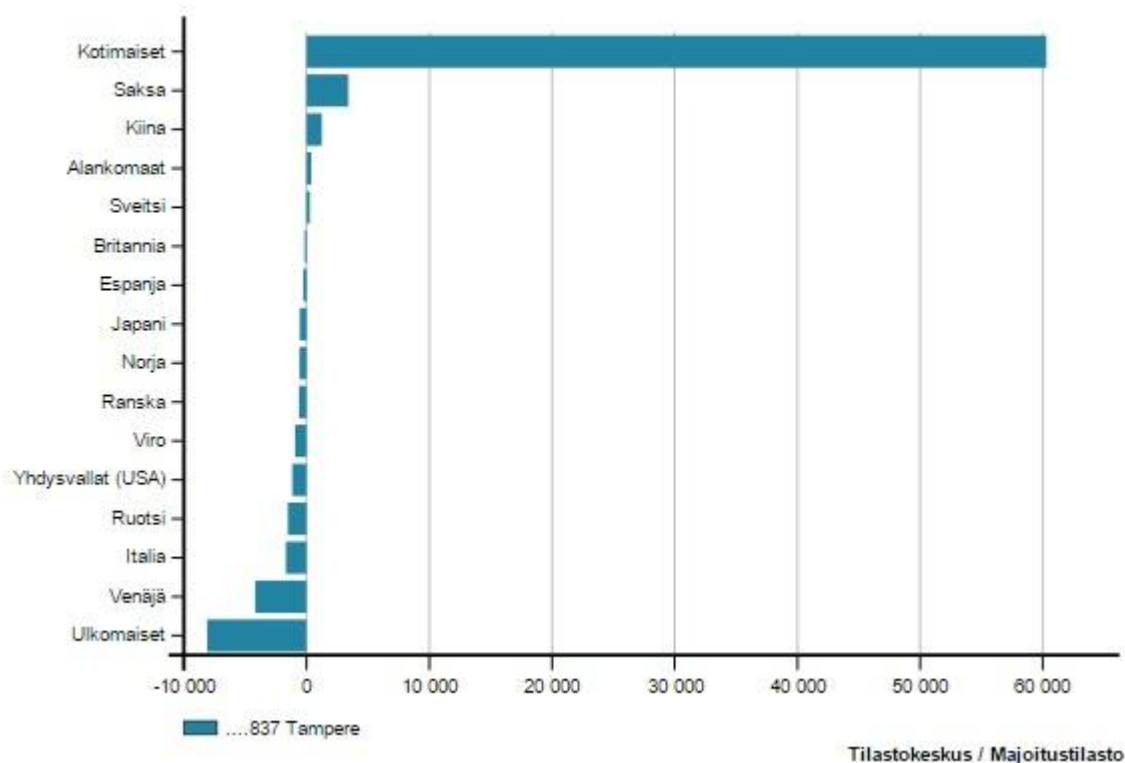
Suomenkielinen Helsingin Turistioppaat ry ei kuulu Suomen opasliittoon vaan he auktorisoivat oppaansa itse. Ruotsinkielisen Helsingfors Auktoriserade Turistguider rf yhdistyksen oppaat sen sijaan ovat Suomen opasliiton auktorisoimia oppaita. Kaikkiaan molempien yhdistysten oppaiden toteuttamia opastuksia on vuosittain noin 13 000 kappaletta. (Helsingin turistioppaat, Ritva Laaksovirta 2015)

6.2 Tampere

Toiseksi eniten yöpymisiä on majoitustilastojen mukaan ollut Tampereella. Syyskuuhun mennessä vuonna 2015 yöpyjiä on Tamperelaisissa majoitusliikkeissä ollut yhteensä 786 914 kappaletta.

Toisin kuin Suomen suurimmassa matkailukaupungissa Helsingissä, Tampereella matkailijoiden yöpymisten määrä on ollut kotimaisia matkailijoita lukuun ottamatta vähäistä ja jopa laskussa.

Yöpymisten muutos (lkm) asuinmaittain 2015 (kumulatiivinen)837 Tampere



Kuva 4 Yöpymisten muutos Tampere

Tampereella opastuksia tarjoavat Tampereen Matkailuoppaat ry, joiden 40 opasta ovat Suomen opasliitto ry:n auktorisoimia oppaita. Tästä merkinä heillä on Suomen opasliiton myöntämä opasmerkki. Opastuskielinä oppailla on käytössään suomi, ruotsi, englanti, saksa, venäjä, ranska, italia, espanja, puola, liettua, japani ja kiina. (Tampereen matkailuoppaat ry 2015)

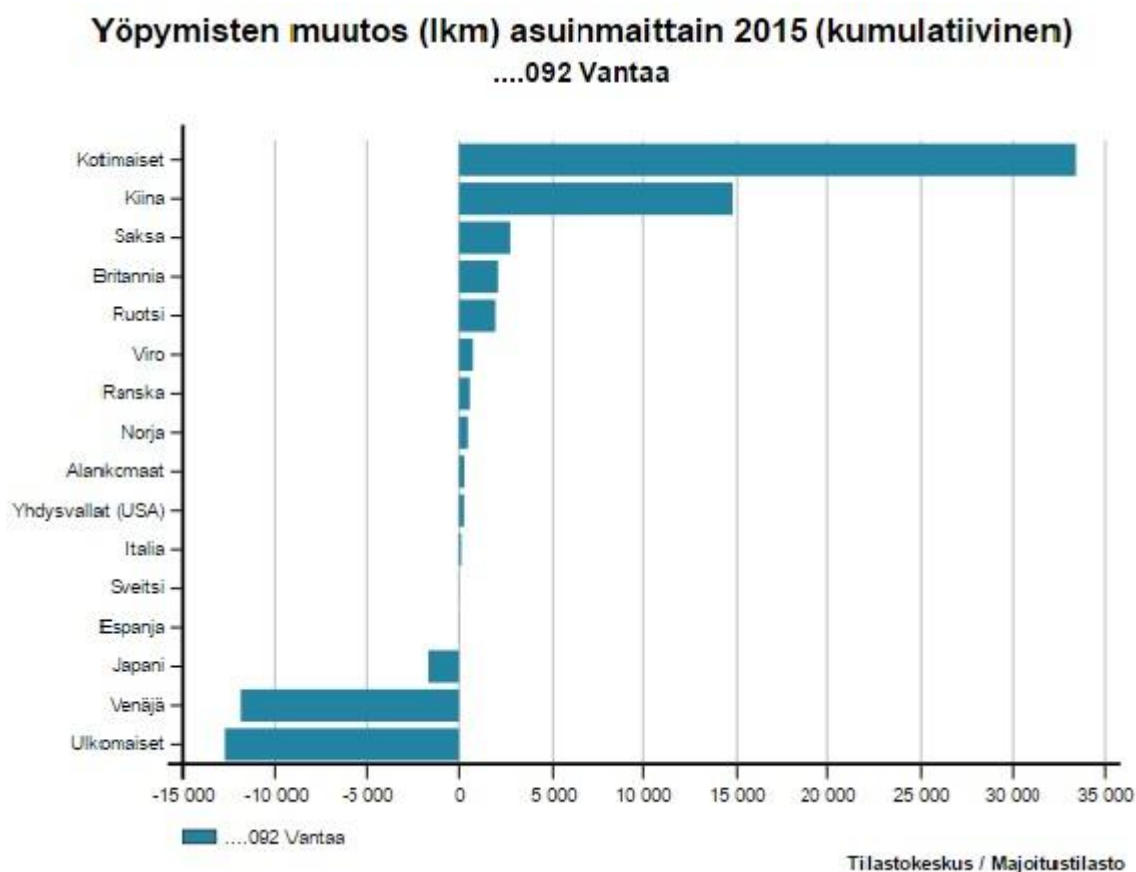
Tampereella Tampereen Matkailuoppaat ry:n opastuksia myy ainoastaan Tampereen kaupungin matkailuneuvonta Visit Tampere. Oppailla on tarjolla valmiita kierroksia, yksi opastettu kaupunkiajelukierros sekä neljä erilaista kävelykierrosta. Näiden valmiiden opastusehdotusten lisäksi kaupungin opastuspalveluihin kuuluu asiakkaiden tarpeiden mukaan räätälöityjä opastuksia, ja suurin osa toteutuneista opastuksista onkin asiakkaille räätälöityjä. Pääasiallisesti ainoa markkinointikanava opastuksille on Visit Tampere-sivusto, jonka kautta hoidetaan kaikki kaupungin matkailupalvelut. (Visit Tampere 2015)

Joulukuun 2015 alkuun mennessä Tampereen Matkailuoppaat ry:n opastuksia on toteutunut 444 kappaletta. Näistä opastuksista suurin osa on ollut suomenkielisiä

opastuksia. Seuraavaksi eniten opastuksia on ollut japaniksi ja kolmanneksi suosituin opastuskieli on ollut englanti. (Visit Tampere, Jarmo Polvi 2015)

6.3 Vantaa

Syyskuuhun mennessä vuonna 2015 matkailijamäärältään kolmanneksi suurin kaupunki on Vantaa. Vantaalla yöpymisiä on ollut 642 128 kappaletta. Vantaan sijainti lähellä Helsinkiä selittää sen, miksi yöpymisten muutos ei ole Japania ja Venäjää lukuun ottamatta vähentynyt. Vaikka Vantaalla onkin vähemmän matkailijoita ja yöpyjiä kuin Tampereella, on yöpyjien määrä pysynyt kuitenkin positiivisempänä.



Kuva 5 Yöpymisten muutos Vantaa

Vantaalla opastuksia järjestää Vantaa-seura. Valmiita opastuksia on tarjolla neljä erilaista kävelykierrosta sekä kolme erilaista kiertoajeluopastusta. Vantaa-seuran opastuksissa läsnä on vahvasti keskiaikainen teema ja kävelyopastukset pohjautuvatkin vahvasti historiaan ja kulttuuriin.

Näiden lisäksi seuralla on valmis lapsille suunnattu rooliopastus, jossa "nimismiehen vaimo Sigrid" esittelee kirkonkylää ja vie lapset seikkailulle. Kiertoajelut kattavat monipuolisesti Vantaan eri osat ja ne ovat räätälöitävissä asiakkaan toiveiden mukaisesti.

Keskiaikaisten opastusten lisäksi teemoina opastuksissa ovat esimerkiksi arkeologiset kaivaukset, puutarhaopastukset, maaseutukulttuuri, kirkonkylän jouluperinteet, asuntomessualue, Euroopan kulttuuripäivä sekä erilaiset koululaisopastukset. Kielenä opastuksissa on Vantaa-seuran kotisivujen mukaan käytössä ainoastaan suomi, ruotsi ja englanti. (Vantaa-seura 2015)

Vantaalla opastavia oppaita on noin kymmenen. He ovat Vantaa-seuran itse kouluttamia oppaita. Vantaalla opastusten määrä ei ole yhtä suuri kuin muissa kaupungeissa. Vuonna 2015 toteutuneita opastuksia on kaupungissa järjestetty noin 40 kappaletta. (Vantaa-seura 2015)

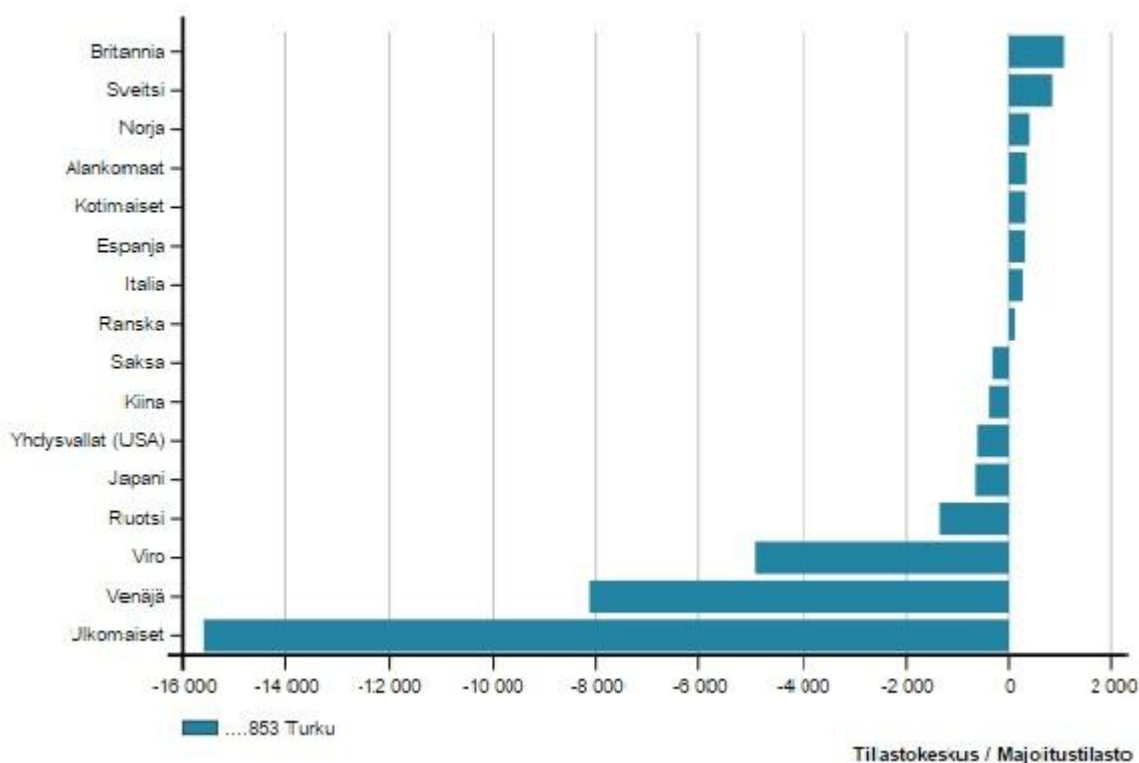
6.4 Turku

Neljänneksi suurin matkailukaupunki vuonna 2015 on Turku. Turussa yöpymisiä on ollut syyskuuhun mennessä yhteensä 578 502 kappaletta. Myös Turussa muutos yöpymisissä on pääsääntöisesti ollut negatiivinen.

Toisin kuin muissa suurimmissa matkailukaupungeissa, Turussa kotimaisten matkailijoiden määrä ei ole suurin. Turussa eniten yöpymisiä on tullut ulkomaalaisilta matkailijoilta, kärkimaina Britannia, Sveitsi ja Norja. Kuitenkin ulkomaalaisten matkailijoiden osuus yöpymisissä on laskenut lukumäärältään noin 15 000 yöpymisen verran.

Yöpymisten muutos (lkm) asuinmaittain 2015 (kumulatiivinen)

....853 Turku



Kuva 6 Yöpymisten muutos Turku

Turussa opastuksia tarjoaa Turun kaupungin matkailupalvelu. Saatavilla on opastettuja kierroksia ryhmille Turun linnaan. Kierroksia linnaan on tarjolla kaikkiaan 14 erilaista, jokaisella oma linnaan liittyvä teemansa. Teemoja ovat muun muassa linnan arki ja juhla, linnan vahvat naiset, juhlapöytäopastus sekä hovin herkuista kertova opastus ja räätälöity kierros, jossa tutustutaan linnan keskiaikaiseen osaan ja kuullaan tarinoita historiasta. (Turku Museo 2015)

Turun linnan kierrosten lisäksi on tarjolla yleisölle avoimia kesäopastuksia Luostarimäellä. Lisäksi opastuksia on tarjolla myös lapsiryhmille. Molemmat näistä opastuksista on saatavilla suomeksi, ruotsiksi ja englanniksi. Lisäksi Luostarimäelle on mahdollista tilata eri teemoihin perustuvia opastuksia ryhmille. Näitä teemoja ovat muun muassa 200 vuoden takainen kaupunkimiljö, entisaikojen ruokakulttuuri sekä elo ennen valoja ja sähköä. (Turku Museo 2015b)

Kaikki näistä kierroksista, sekä lapsille että aikuisille ja yleisöille että tilausryhmille tarkoitetut opastukset liittyvät vahvasti erilaisiin historiallisiin teemoihin. Kaikki opastuksista ovat Turun kaupungin järjestämiä ja välittämiä. (Visit Turku 2015)

Näiden opastusten lisäksi Turussa on saatavilla Turun Matkailuoppaat ry:n oppaiden opastuksia. Yhdistykseen kuuluu kaikkiaan 137 jäsentä ja he ovat Suomen opasliitto ry:n auktorisoimia oppaita. Heidän valikoimissaan on muun muassa kiertoajeluita, kävelyopastuksia sekä opastettu jokiristeily. (Turun Matkailuoppaat 2015) Kaikkiin saatavilla oleviin opastuspalveluihin on yhdistettävissä kuljetukset, ruokailut ja kahvitukset, jotka asiakas pystyy tilaamaan suoraan opastuksen varaamisen yhteydessä. Kaikkia näitä opastuksia asiakkaat pystyvät tilaamaan Turku Touring ryhmäretkien kautta tai suoraan Turun Matkailuoppaat ry:ltä. (Turku Touring, opaspalvelut 2015)

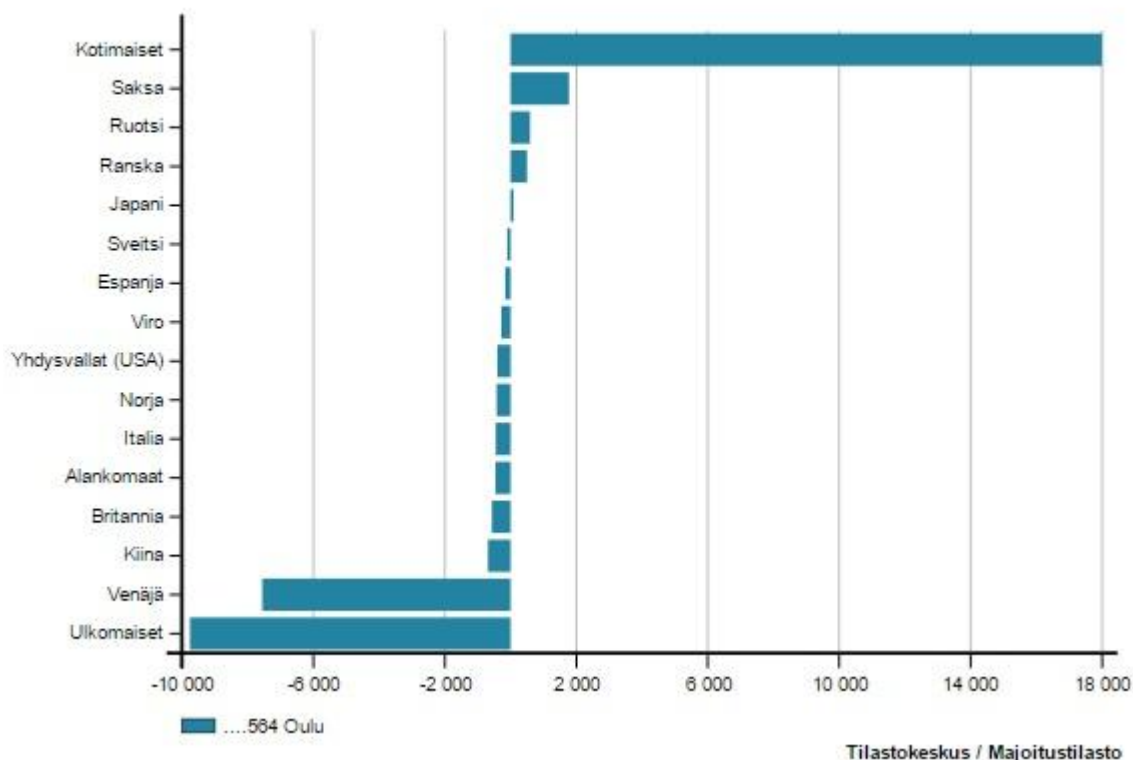
Koska Visit Turku matkailupalvelu on koko Varsinais-Suomen katto-organisaatio ja vastaa lähes kaikesta alueella tapahtuvasta matkailutoiminnasta ja opastuksista, on myös sen käyttämä markkinointi laajaa. Käytössä ovat esimerkiksi messut, myyntitilaisuudet, oma televisiokanava, sosiaalinen media sekä kotimaan- ja ulkomaanmarkkinointi. Kaikkiaan opastuksia toteutetaan Turussa vuosittain yli 2000 kappaletta. (Visit Turku, Turku Touring, Satu Hirvenoja 2015)

6.5 Oulu

Viidennelle sijalle matkailijamäärien mukaan nousee Oulu. Oulussa tammikuun ja syyskuun välisenä aikana yöpymisiä on ollut yhteensä 478 888. Myös Oulussa muutos yöpymisissä on ollut pääsääntöisesti negatiivista. Kotimaisia matkailijoita on kuitenkin ollut huomattavan paljon verrattuna muihin matkailijaryhmiin.

Yöpymisten muutos (lkm) asuinmaittain 2015 (kumulatiivinen)

....564 Oulu



Kuva 7 Yöpymisten muutos Oulu

Oulussa opastuksia tarjoaa Oulun seudun oppaat ry. Yhteensä yhdistykseen kuuluu 34 opastavaa opasta. Heillä on kattava valikoima valmiita opastuksia, kuten 12 erilaista kiertoajelua, jotka tutustuttavat asiakkaat eripituisilla ajeluilla Oulun seudun eri alueisiin ja niiden historiaan, nykypäivään, kulttuuriin sekä merkkihenkilöihin. Tämän lisäksi yhdistys tarjoaa 15 erilaista kävelykierrosta. Opastuksia on saatavilla kaikkiaan yhdeksällä eri kielellä. (Oulun seudun oppaat ry 2015)

Oulun seudun oppaat ry:n opastuksia välittää Go Arctic! niminen ohjelmapalveluyritys. Opastuksia myydään sekä yrityksen, että yhdistyksen kotisivuilla, mutta niitä varsinaisesti asiakkaille välittää ohjelmapalveluyritys. (Oulun seudun oppaat ry 2015b)

Go Arctic! on ainoa yritys, joka myy opastuksia Oulun seudulla. Heidän mukaansa opastuksia ei mainosteta kovinkaan suuresti, lähinnä ainoastaan joissain alueen matkailujulkaisuissa tai myyntitapahtumissa. Sen sijaan asiakkaat etsivät itse tietoa opastuksista Internetistä ja löytävät siten heidän palvelunsa. Yhteensä opastuksia toteutuu Oulussa vuosittain noin 500 kappaletta. (Go Arctic! 2015)

7 TUTKIMUSAINIESTON ESITTELY JA TULOKSET

Taulukossa erittelen Suomen viiden suurimman matkailukaupungin, Helsingin, Tampereen, Vantaan, Turun ja Oulun, matkailijamäärät vuodelta 2015 syyskuuhun mennessä, kaupungissa toimivien oppaiden määrän ja heidän taustansa, tarjolla olevat opastustuotteet ja niitä välittävät organisaatiot, opastustuotteiden markkinoitiskanavat sekä toteutuneiden opastusten määrän.

Taulukko 1 Aineiston esittely ja tulokset: Opastukset kaupungeittain

| | Helsinki | Tampere | Vantaa | Turku | Oulu |
|--|---|--|--|--|---|
| Matkailijamäärät tammikuu-syyskuu 2015 | 2 639 085 | 786 914 | 642 128 | 578 502 | 478 888 |
| Oppaiden määrä | 320 | 40 | 10 | 137 | 34 |
| Oppaiden tausta | Helsingin Turistioppaat ry sekä Suomen opasliiton auktorisoima Helsingfors Auktoriserade Turistguider rf. | Suomen opasliiton auktorisoimia oppaita, Tampereen Matkailuoppaat ry | Vantaa-seuran itse kouluttamia oppaita | Suomen opasliiton auktorisoimia oppaita, Turun Matkailuoppaat ry | Suomen opasliiton auktorisoimia oppaita, Oulun seudun oppaat ry |
| Opastuspalveluita välittävät organisaatiot | Kaupungin matkailuorganisaatio Visit Helsinki | Kaupungin matkailuorganisaatio VisitTampere | Vantaa-seura | Kaupungin matkailuorganisaatio Visit Turku, oppaat itse | Go Arctic! Ohjelmapalveluyritys |
| Millaisia | Kiertoajelut, | Kiertoajelut, | Kiertoaje- | Kiertoajelut, | Kierto- |

| | | | | | |
|---------------------------------------|--|--|--|--|---|
| opastustuotteita tarjolla | kävelyopastukset, opastus vieraalla kielellä (29 kieltä) | kävelyopastukset, opastus vieraalla kielellä (12 kieltä) | lut, kävelyopastukset, rooliopastus, opastus vieraalla kielellä (englanti, ruotsi) | kävelyopastukset, Historialliset teemaopastukset, opastus vieraalla kielellä (16 kieltä) | ajelut, kävelyopastukset, opastus vieraalla kielellä (9 kieltä) |
| Opastustuotteiden markkinointikanavat | Visit Helsinki-Internet sivusto, opastajat itse | VisitTampere-Internet sivusto | Vantaaseura, Vantaan Kaupunki, Helsingin sanomat | Visit Turku, Turku Touring ryhmäretket, messut, oma tv-kanava, sosiaalinen media | Alueen matkailuaiheiset julkaisut, myyntitapahtumat |
| Toteutuneet opastukset | Noin 13 000 kpl | 444 kpl | Noin 40 kpl | Yli 2000 kpl | Noin 500 kpl |

7.1 Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti

Tutkimuksissa arvioidaan tutkimuksen pätevyyttä eli validiteettia sekä tutkimuksen luotettavuutta eli reliabiliteettia. Tutkimuksen pätevyydellä tarkoitetaan tutkimusmenetelmän kykyä mitata sitä, mitä tutkimuksessa on tarkoituskin mitata. Pätevissä tutkimuksissa ei silloin tulisi olla systemaattista virhettä. Tällä tarkoitetaan sitä, miten tutkittavat ovat ymmärtäneet käytössä olevan tutkimusmenetelmän kysymykset ja mittarit. Tulokset saattavat vääristyä, jos vastaajat ymmärtävät kysymyksen eri tavalla kuin tutkija on sen tarkoittanut. Tästä syystä validiutta on tarkasteltava jo tutkimusta suunniteltaessa. Aineiston keräämistä ja mittarit on suunniteltava huolellisesti ja tutkijan on varmistuttava siitä, että mittarin kysymyksillä saadaan vastaus tutkimusongelmaan. Toisin sanoen tutkimus on pätevä silloin, kun sen teoreettiset ja operationaaliset määritelmät ovat yhtäpitäviä. (Vilka, 2015)

Reliabiliteetilla, eli luotettavuudella, tarkoitetaan sitä, että mittaukset antavat ei-sattumanvaraisia tuloksia ja mittaustulokset ovat toistettavissa. Tällä tarkoitetaan sitä, että jos mittaus toistetaan saman tutkittavan kohdalla, mutta eri tutkijan toimesta, saadaan täsmälleen sama tulos. Tutkimuksen tulee olla luotettava aina ajassa ja paikassa, eli tutkimusta ei pidä yleistää sen pätevyysalueen ulkopuolelle, kuten toiseen aikaan ja toiseen paikkaan. (Vilka, 2015)

Yhdessä tutkimuksen pätevyys ja luotettavuus muodostavat mittarin, jolla tarkastellaan tutkimuksen kokonaisluotettavuutta. Luotettavuutta saattavat heikentää tutkimuksen aikana monet asiat. Jos vastaaja ymmärtää tutkimuskysymyksen eri tavalla kuin tutkija, tai muistaa joitain asioita väärin, haastattelija merkitsee vastauksen väärin tai tutkija tekee virheitä tallentaessaan niitä. Riippuu tutkimuksesta, kuinka suuri vaikutus virheillä on tutkimuksen tuloksiin. (Vilka, 2015)

Tässä opinnäytetyössä ei haastateltu suurta joukkoa tutkittavia, vaan tulokset saatiin havainnoimalla ja selvittämällä tarkempia tietoja ainoastaan opastuspalveluita tuottavilta ja välittäviltä organisaatioilta. Tästä syystä tutkimuksen validiteetti oli hyvä. Tutkimuksessa saatiin vastaus juuri siihen, mitä etsittiinkin. Tarkoituksena oli löytää tarkemmat tiedot Suomen viiden suurimman matkailukaupungin opastuspalveluista, niitä tarjoavista ja välittävistä organisaatioista, ja nämä tiedot tutkimuksen avulla saatiin. Koska tutkimuskysymykset olivat yksinkertaisia, eikä niitä voinut ymmärtää monella tapaa, välttyttiin virheiltä niihin vastauksia etsimällä. Esimerkiksi toteutuneiden opastusten määrä on yksiselitteinen tutkittava ja siihen on vain yksi vastaus. Mielestäni tutkimus oli siis pätevä ja opinnäytetyössä käytetyt teoreettiset ja operationaaliset määritelmät yhtäpitäviä.

Opinnäytetyön reliabiliteetti oli myös kunnossa. Koska tutkimusaineisto kerättiin pääosin havainnoimalla ja tutustumalla alan kirjallisuuteen ja julkaisuihin, eivät tulokset olleet sattumanvaraisia ja mittaukset ovat helposti toistettavissa. Jos toinen tutkija tekisi saman tutkimuksen, kuin minä, saisi hän samat tulokset. Koska tutkimuskohteena olivat tiettyjen kaupunkien tiedot tiettyinä aikoina, ovat tulokset myös luotettavia ajassa ja paikassa, eikä niitä yritetäkään soveltaa muihin aikoihin tai paikkoihin.

Kaiken kaikkiaan tutkimuksen kokonaisluotettavuus on mielestäni hyvä. Tehdyssä tutkimuksessa on vähän satunnaisvirheiden mahdollisuutta, ja ainoat virheet, joita tutkimuksen aikana on voinut syntyä, ovat mahdolliset virheet havainnoituja asioita ja tutkimusvastauksia ylös kirjattaessa. Nämä toki muuttaisivat tutkimustuloksia, mutta koska tutkimusta ei ole suoritettu haastattelemalla, vaan aineistoihin tutustumalla, on tällaisten virheiden mahdollisuus erittäin pieni.

8 YHTEENVETO, VERTAILU JA POHDINTA

Matkailulla tarkoitetaan henkilön matkustamista ja viipymistä paikassa, joka on heidän normaalin elinympäristönsä ulkopuolella. Matkojen syyt ovat yleensä vapaa-aika tai liikematkoja. Usein matkailua määritellään maantieteellisestä näkökulmasta, joko maan sisäisenä matkailuna, kansallisena matkailuna tai kansainvälisenä matkailuna.

Matkailuun liittyy erilaisia matkailutuotteita. Matkailutuotteet ovat palveluita, joita kulutetaan ja tuotetaan samanaikaisesti. Tällaisia tuotteita voivat olla esimerkiksi erilaiset matkailun ohjelmapalvelut. Yleisimmin ne ovat joko vapaa-aikaan tai liikematkailuun liittyvät ohjatut aktiviteetit. Tällaisiin aktiviteetteihin kuuluvat myös erilaiset opastuspalvelut.

Suomessa opastuspalveluita tarjoavat erilaiset tahot. Jotkin oppaista ovat Suomen opasliiton auktorisoimia oppaita ja toiset itsenäisiä. Suomessa voi kouluttautua joko matkailuoppaaksi tai matkaoppaaksi, jolloin koulutus on ammattitutkinto. Normaalin opastoiminnan lisäksi koulutukseen kuuluu esimerkiksi erikoisoppaana toimimisen tai vieraalla kielellä opastamisen opintoja. Myös opastuspalveluita on erilaisia. Yleisimmät ja perinteisimmät opastuspalvelut ovat kävelyopastukset ja kiertoajelut. Näiden lisäksi markkinoilla on myös draama- ja rooliopastuksia, teemaopastuksia ja uusimpana myös sähköisiä ja interaktiivisia opastuksia.

Tämän opinnäytetyön toimeksiantaja SH Traveledu Oy on kuopiolainen matkailualan yritys, joka toimii itse opastuspalveluiden myyjänä. Toimeksiantajan toiveena oli selvittää millaisia opastuspalveluita Suomen suurimmissa matkailukaupungeissa on tarjolla, kuka niitä tarjoaa ja markkinoi, miten niitä markkinoidaan ja paljonko

niissä toteutetaan opastuksia. Toteutin tutkimukset havainnoimalla ja tutustumalla kaupunkeihin, ja niiden tarjontoihin sekä ottamalla yhteyttä palveluntarjoajiin saadakseni tarkemmat tiedot toteutuneiden opastusten määristä.

Vuonna 2015 suomalaisista matkailukaupungeista sekä yöpyjämäärän, että opastusten määrän ja monipuolisuuden puolesta suurin on selkeästi maan pääkaupunki Helsinki. Syyskuuhun mennessä Helsingissä yöpyneiden matkailijoiden määrä oli 2 639 085. Helsingissä oppaat kuuluvat kahteen yhdistykseen; suomenkieliseen Helsingin turistioppaat ry:hyn sekä ruotsinkieliseen Helsingfors Auktoriserade Turistguider rf:ään. Yhteensä opastavia oppaita näissä kahdessa yhdistyksessä on 320 ja heidän toteuttamiaan opastuksia vuodessa noin 13 000 kappaletta. Näistä kahdesta yhdistyksestä ruotsinkielisen yhdistyksen oppaat ovat Suomen opasliiton auktorisoimia oppaita. Pääkaupungissa myös opastusten laatu oli monipuolisempaa, kuin muissa kaupungeissa ja opastuksia onkin saatavilla jopa 29 kielellä. Helsinki on kaupungeista ainoa, joka tarjoaa interaktiivisia opastuksia missään muodossa. Tosin nekään eivät kuulu oppaiden järjestämiin opastuksiin vaan ovat erilaisia katuopasteita. Opastuksia Helsingissä markkinoidaan kaupungin matkailupalvelu Visit Helsingin sivuilla ja oppaiden omasta toimesta.

Toiseksi suurin kaupunki matkailijamääriltään on Tampere. Syyskuuhun mennessä yöpyneitä matkailijoita Tampereella oli 786 914. Tampereella oppaat kuuluvat Tampereen matkailuoppaat ry yhdistykseen ja ovat Suomen opasliiton auktorisoimia oppaita. Oppaita yhdistyksessä on yhteensä 40 ja toteutuneita opastuksia vuoden 2015 joulukuuhun mennessä oli 444 kappaletta. Myös Tampereella opastuspalvelut ovat monipuolisia ja opastuksia on saatavilla 12 eri kielellä. Opastuksia markkinoi ainoastaan kaupungin matkailuorganisaatio Visit Tampere.

Kolmanneksi eniten matkailijoita on vuonna 2015 ollut Vantaalla. Yhteensä yöpyjiä kaupungissa oli 642 128. Vantaan oppaat eivät ole Suomen opasliiton oppaita vaan Vantaa-seuran itse kouluttamia. Näistä kaupungeista Vantaa on ainoa, jossa ei ole ollenkaan SOL:n auktorisoimia oppaita. Yhteensä Vantaa-seuralla oppaita on 10 ja heidän toteuttamiaan opastuksia noin 40 kappaletta. Kaupungin opastuspalveluiden tarjonta ei ole yöpyjämääriin verrattuna yhtä iso kuin kahdessa suurimmassa matkailukaupungissa. Korkeat yöpyjämäärät selittynevät kaupungin maantieteellisellä sijainnilla aivan Helsingin lähellä. Kaupunkina Vantaa ei kuitenkaan ilmeisesti kiin-

nosta matkailijoita yhtä paljon, vaan opastustarjonta on keskitetty enemmän Helsinkiin. Vantaan opastustarjonta keskittyy lähinnä keskiaikaisiin teemoihin ja erilaisiin kiertoajeluihin. Opastuksia on saatavilla ainoastaan suomeksi, ruotsiksi ja englanniksi. Opastuksia markkinoidaan Helsingin Sanomat lehdessä, Vantaa-seuran Internet sivuilla sekä toisinaan Vantaan kaupungin toimesta.

Neljäntenä kaupunkina matkailijamäärän mukaan on Turku. Yöpyjiä Turussa oli vuoden 2015 syyskuuhun mennessä 578 502. Turussa oppaat kuuluvat Turun Matkailuoppaat ry yhdistykseen ja ovat Suomen opasliiton auktorisoimia oppaita. Yhteensä yhdistyksessä on 137 ja heidän toteuttamiaan opastuksia vuosittain yli 2000 kappaletta. Opastusten määrä on näissä viidessä kaupungissa siis toiseksi suurin, vaikka kaupunki ei matkailijamääriltään olekaan kuin sijalla neljä. Turussa opastuspalvelut ovat monipuolisia. Perinteisten opastusten lisäksi saatavilla on muun muassa historiallisiin teemoihin perustuvia opastuksia. Lisäksi vieraita kieliä opastustarjonnassa on yhteensä 16, mikä on toiseksi eniten vertailtavien kaupunkien tarjonnassa. Opastuksia myy ja markkinoi kaupungin matkailupalvelu Visit Turku. He käyttävät markkinointikanavanaan esimerkiksi erilaisia messuja, omaa televisiokanavaa sekä sosiaalista mediaa.

Lisäksi viiden suurimman matkailukaupungin joukkoon mahtuu Oulu. Yöpyjiä kaupungissa oli 478 888. Oulussa oppaat ovat Oulun Seudun Oppaat ry yhdistyksen jäseniä ja samalla Suomen opasliiton auktorisoimia. Yhteensä oppaita yhdistyksessä on 34 ja he toteuttavat vuosittain noin 500 opastusta. Valmiita opastuksia on saatavilla monipuolisesti ja sen lisäksi oppaat räätälöivät opastuksia asiakkaiden tarpeiden mukaisesti. Vieraita kieliä oppaiden valikoimissa on 9. Oulussa opastuksia myydään Go Arctic! ohjelmapalveluyrityksen kautta. Markkinointia yritys ei kuitenkaan paljon tee, vaan asiakkaat löytävät palvelut itse. Ainoat käytössä olevat markkinointikeinot ovat maininnat joissain alueen matkailuaiheisissa julkaisuissa sekä myyntitapahtumissa.

Mielestäni opinnäytetyöni ja sen tulokset vastaavat tehtävänantoa. Kyseessä oli yksittäisen yrityksen pyyntö selvittää muiden kaupunkien opastustarjontaa, niiden määrää ja laatua. Kyseessä oli melko suppea toimeksianto ja sitä olisi voinut täydentää ja monipuolistaa esimerkiksi tutkimalla asiakkaiden tyytyväisyyttä tarjolla oleviin opastuspalveluihin. Kuitenkin, koska toimeksiantona oli selvittää viisi Suo-

men suurinta matkailukaupunkia, niiden opastuspalvelut, palveluiden tarjoajat, palveluiden markkinointikanavat ja toteutuneet opastukset, olivat tulokseni mielestäni riittävät. Sain vastaukset kaikkiin tutkittaviin asioihin havainnoimalla ja tutustumalla lähdeaineistoon sekä ottamalla yhteyttä palveluiden tarjoajiin.

Opinnäytetyöni tulokset ovat hyödynnettävissä työelämälähtöisesti toimeksiannon mukaan. Toimeksiantaja SH Traveledu Oy tarjoaa itsekin erilaisia opastuspalveluita ja myy Kuopion oppaat ry:n opastuksia. Opinnäytetyöni tulosten avulla toimeksiantaja saa tietoa muiden Suomen kaupunkien opastustarjonnasta, niin määrällisesti kuin laadullisestikin, ja pystyy niiden avulla kehittämään omaa toimintaansa vastaamaan paremmin muuta tarjontaa. Näin se tekee itsestään kilpailukykyisemmän muihin suomalaisiin matkailukaupunkeihin verrattuna ja pystyy kehittymään entistä paremmaksi palvelun tarjoajaksi. Opastuspalveluiden kehittäminen toisi varmasti kaupungille lisää näkyvyyttä matkailukohteena ja lisäisi kaupungin kiinnostavuutta matkailijoiden silmissä.

Jatkossa työtäni voi käyttää hyödyksi myös uudessa työelämäyhteydessä, esimerkiksi toiminnallisen opinnäytetyön parissa. Tästä olisi hyvä jatkaa kehittämällä näiden viiden kaupungin opastuspalveluita. Kuten tuloksistani huomaa, esimerkiksi interaktiiviset opastukset ovat vielä erittäin vähäisiä Suomessa ja niiden ja muiden erilaisten opastusten kehittämiseksi olisi varmasti kaikissa kaupungeissa tarvetta. Toinen vaihtoehto jatkaa tämän tutkimuksen aihepiiriä olisi toteuttaa esimerkiksi mainitsemani asiakastyytyväisyyskysely opastuksista ja niiden laadusta.

Opinnäytetyöni julkaistaan Theseus tietokannassa, jossa se on julkisesti muiden luettavissa. Sieltä se on muiden opastusten parissa työskentelevien ja niitä kehittävien henkilöiden käytettävissä.

LÄHTEET JA TUOTETUT AINEISTOT

Brännare, R. & Kairamo, H. & Kulusjärvi, T. & Matero, S. 2003. Majoitus- ja matkailupalvelu. Werner Söderström Osakeyhtiö. Porvoo.

Cooper, C. & Fletcher, J. & Fyall, A. & Gilbert, D. & Wanhill, S. 2008. Tourism principles and practice. Pearson Education Limited.

Forum Virium Helsinki, Interaktiiviset näytöt tukevat kaupungin digitaalista opastusta. Viitattu 24.11.2015. Saatavissa: <http://www.forumvirium.fi/node/2662>

Go Arctic! Viitattu 9.12.2015. Saatavissa: <http://www.goarctic.fi/kaupunkierrokset/>

Helsinki Tourist Guides. Viitattu 27.11.2015. Saatavissa: <http://www.helsinkiguides.fi/en/>

Komppula, R. & Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Edita Prima Oy. Helsinki.

Kuopion Taidemuseo. Viitattu 10.12.2015. Saatavissa: <http://taidemuseo.kuopio.fi/kuopion-patsaat>

Opetushallitus, Näyttötutkinnon perusteet, Matkaoppaan ammattitutkinto 2011. Viitattu 20.11.2015. Saatavissa: http://www.oph.fi/download/133292_Matkaoppaan_at_2011.PDF

Oulun seudun oppaat ry. Viitattu 27.11.2015. Saatavissa: <http://www.oulunseudunoppaat.fi/i/>

SH Traveledu Oy, Opastukset - Kierrokset. Viitattu 24.11.2015. Saatavissa: <http://www.traveledu.fi/kierrokset.html>

Suomen virallinen tilasto (SVT): Majoitustilasto [verkkajulkaisu].
ISSN=1799-6309. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 20.11.2015].
Saatavissa: <http://www.stat.fi/til/matk/>

Tampereen Matkailuoppaat ry. Viitattu 27.11.2015. Saatavissa:
<http://www.tampereenoppaat.fi/index.html>

Tilastokeskus, Matkailu on alueellisesti merkittävä elinkeino. Viitattu 23.11.2015.
Saatavissa: http://www.stat.fi/tup/kuntapuntari/kuntap_4_2005_matkailu.html

Turun Matkailuoppaat ry. Viitattu 1.12.2015. Saatavissa:
<http://www.turunmatkailuoppaat.fi/>

Turku Museo. Viitattu 27.11.2015. Saatavissa: <https://www.turku.fi/turunlinna/opetus/opastukset-ryhmille/aikuisten-tilattavat-opastuskierrokset>

Turku Touring, Opaspalvelut. Viitattu 1.12.2015. Saatavissa:
<http://www.visitturku.fi/ryhmamyynti/opaspalvelut>

Vantaa-seura - Vandasällskapet ry. Viitattu 27.11.2015. Saatavissa:
<http://www.vantaaseura.fi/toiminta/tilausopastukset.html>

Verhelä, P. 2007. Matkailun ohjelmapalvelujen turvallisuus. Edita Prima Oy. Helsinki.

Verhelä, P. 2014. Matkailun perusteet. Kuopion Liikekirjapaino Oy. Kuopio.

Verkkoympäristö Moodle, Kirja: Verhelä-Lackman, osa 3 Opastaminen. Viitattu 24.11.2015. Saatavissa:
http://moodle.savonia.fi/pluginfile.php?file=%2F302073%2Fmod_resource%2Fcontent%2F1%2FVerhel%C3%A4-Lackman%20OSA%20III%20Opastaminen%20k%C3%A4sikirjoitus.pdf

Vilkka, H. 2015. Tutki ja Kehitä. PS-kustannus. Jyväskylä.

Visit Finland, Matkailulla on yhä suurempi merkitys Suomen kansantaloudelle. Viitattu 23.11.2015. Saatavissa: <http://www.visitfinland.fi/tutkimukset-ja-tilastot/matkailun-taloudelliset-vaikutukset/>

Visit Helsinki, City Tour: Hop on hop off seightseeing-kiertoajelu. Viitattu 24.11.2015. Saatavissa: <http://www.visithelsinki.fi/fi/juuri-nyt/kiertoajelut-retket-ja-opastukset/city-tour-hop-on-hop-off-sightseeing-kiertoajelu>

Visit Finland, Tuorein kumulatiivinen tieto - tammi-syyskuu. Viitattu 20.11.2015. Saatavissa: <http://www.visitfinland.fi/graphs/tuorein-kumulatiivinen-vuositieto/>

Visit Finland, Vuosittaiset yöpymiset ja saapuneet asuinmaittain. Viitattu 20.11.2015. Saatavissa: http://visitfinland.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/VisitFinland/VisitFinland__Majoitustilastot/020_matk_tau_312.px/table/tableViewLayout1/?rxid=42da623d-0201-44ad-9bd4-d9d3d7cca598

Vuoristo, K-V. 2002. Matkailun muodot. WSOY. Porvoo.

Walker, J. & Walker, J. 2011. Tourism concepts and practices. Pearson Education, Inc.