

Kuurojen asiakaskohtaamisen parantaminen hotellin vastaanotossa

Jani Ylä-Jussila



Tekijä(t) Jani Ylä-Jussila	
Koulutusohjelma Restonomi (AMK) Hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohto	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Kuurojen asiakaskohtaamisen parantaminen hotellin vastaanotossa	Sivu- ja liitesivumäärä 28 + 4
<p>Opinnäytetyön aihe on selvittää kuurojen kohtaamaa asiakaskokemusta hotellin vastaanotossa sekä saada kehitysehdotuksia miten heidän kohtaamaa palvelua voitaisiin parantaa. Asiakaskokemus tarkoittaa asiakkaan kohtaamaa kanssakäymistä yrityksen kanssa sen eri kohtaamispisteissä. Työn tietoperusta käsittelee kuuroutta, kuurojen oppimista sekä viittomakieltä. Tietoperustassa käsitellään myös henkilöstöjohtamista sekä sen tärkeellisyyttä inklusiivisen palvelun saavuttamisessa. Työn toimeksiantajana toimii Kuurojen Liitto ry.</p> <p>Työn tutkimusongelmat käsittelevät kuurojen kohtaamaa asiakaspalvelua sekä turvallisuuden liittyviä kehitysehdotuksia sekä niiden toimivuutta. Työn tavoitteena on saada mahdollisimman paljon tietoa tutkimuksen kohderyhmältä, jonka pohjalta voidaan tehdä parannuksia esitettyihin ehdotuksiin sekä kerätä uusia parannusehdotuksia, jolla voidaan tulevaisuudessa saavuttaa mahdollisimman inklusiivinen sekä tasavertainen palvelutilanne kaikille.</p> <p>Työntutkimus toteutettiin kvantitatiivisena kyselytutkimuksena Webropol-työkalun avulla, joka ohjattiin suoraan tutkimuksen kohderyhmälle toimeksiantajan omissa sosiaalisen median kanavissa sekä kuurojen isoimmissa sosiaalisen median kanavissa.</p> <p>Työn tulokset sekä pohdinta -osiossa käydään läpi tiivistetysti tutkimuksella saavutettuja tuloksia sekä niitä peilataan tutkimuksen tietoperustaan. Kehitysehdotuksissa on mietitty miten voitaisiin korjata mahdollisesti tutkimuksen ongelmat. Tutkimukseen vastasi 39 kohderyhmän edustajaa, joten tutkimuksen tavoite saavutettiin. Lisäksi vastaajien määrä kertoo tämän kaltaisen tutkimustyön tarpeesta. Tutkimuksessa nousi tärkeimmiksi kehityskohdiksi kielellinen kohtaaminen sekä turvallisuus.</p>	
Asiasanat Asiakaskokemus, kuurous, inklusiivisuus, kehittäminen, turvallisuus	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Kuurot osana inklusiivista matkailua	2
2.1	Mitä on kuurous	2
2.2	Mitä on inklusiivisuus	4
3	Kuurojen oppiminen	6
3.1	Oppiminen ja kuurojen koulun historia	6
3.2	Kuurojen koulu nyt ja tulevaisuudessa	8
4	Asiakaskokemus	10
4.1	Asiakaskokemuksen ja henkilöstökokemuksen suhde	10
4.2	Asiakaskokemuksen kehittäminen	12
5	Työn tutkimus.....	15
5.1	Tavoite	15
5.2	Menetelmä ja toteutus.....	15
5.3	Kyselyn analysointi	17
5.4	Tutkimuksen tulokset	18
6	Pohdinta.....	24
6.1	Johtopäätökset ja kehittämissuhteet.....	25
6.2	Validiteetti	26
6.3	Oma oppiminen ja kehitys	27
	Lähteet	29
	Liitteet.....	31

1 Johdanto

Tutkimuksen toimeksiantajana toimii Kuurojen Liitto ry ja työ on toteutettu yhdessä heidän kanssaan. Kun tarkastellaan millaista kohtaamista kuurot saavat nykyisissä asiakaspalvelutilanteissa, niin voidaan todeta, että pitkälle on päästy entisajoista, mutta kehitettävää silti on vielä. Monelle asiakaspalvelutyössä olevalla ei ole tietoa miten kuurot itse haluaisivat tulla kohdatuksi taikka miten heidän kanssaan olisi helpointa kommunikoida. Tiedonpuute voi johtua opetuksen puutteesta tai kiinnostuksen vähyydestä oppia kommunikoidaan sekä tuntemaan paremmin elinvoimainen ja rikas suomalainen kielenhaara.

Työn tutkimusongelmat käsittelevät kuurojen kohtaamaa asiakaspalvelua sekä turvallisuuden liittyviä kehitysehdotuksia sekä niiden toimivuutta. Työn tavoitteena on saada mahdollisimman paljon tietoa tutkimuksen kohderyhmältä, jonka pohjalta voidaan tehdä parannuksia esitettyihin ehdotuksiin sekä kerätä uusia parannusehdotuksia, jolla voidaan tulevaisuudessa saavuttaa mahdollisimman inklusiivinen sekä tasavertainen palvelutilanne kaikille.

Työ on tutkimustyyppinen, joka toteutetaan kyselylomakkeen avulla, mikä ohjataan suoraan kuuroille viittomakielisille, jotka ovat tutkimuksen pääkohderyhmä. Tutkimuksessa otetaan myös huomioon, mikäli kuuron lähipiiriin kuuluva oleva vastaa kyselyyn. Kyselyssä ei huomioida vastaajien asuinpaikkaa. Kysely laitetaan jakoon Kuurojen Liiton omien sosiaalisen median kanavien kautta sekä muissa kuurojen isommissa sosiaalisen median kanavissa esimerkiksi Facebook-ryhmissä. Tutkimuksessa kerätyn tiedon perusteella pystyttiin luomaan oikeanlaisia kehitysehdotuksia yrityksille, kun henkilöt, joita asia koskee eniten, ovat itse päässeet kertomaan sen.

Työn ajankohtaisuus korostuu hyvin voimakkaasti, sillä työ valmistuu juuri COVID-19-pandemian jälkeiseen aikaan, jolloin matkailu-ala on muuttunut täysin ja uusia myyntikikkoja on kehitettävä, jotta voidaan erottua kilpailijoista. Lisäksi asiakkaiden tarpeista ja haluista on tullut entistä tarkempia. Asiakkaat ovat nykyään myös paljon valistuneempia tasavertaisuudesta sekä oikeudenmukaisuudesta. Voimakas digitalisaatio on antanut matkailualalle mahdollisuuksia, mutta myös haasteita, jolloin tämän kaltaisten töiden sekä uusien kehityshankkeiden tärkeys korostuu.

2 Kuurot osana inklusiivista matkailua

Tässä luvussa tarkastellaan kuuroutta, kuurojen historiaa sekä millainen käsitys meillä jotka emme tiedä asiasta on ollut kuurouteen liittyen. Luvussa myös käsitellään kuurojen tarvetta sekä oikeuksia tulkkipalveluita kohtaan. Lisäksi käsitellään kehitettyjä apuvälineitä. Luvussa käsitellään myös inklusiivista matkailua.

2.1 Mitä on kuurous

Vuosisatojen ajan kuuroja on kutsuttu kuuromykiksi. Kuurot kokevat tämän ilmauksen yleensä loukkaavana, sillä he eivät suinkaan ole mykkiä. Heillä on ilmaisuvoimainen kieli, viittomakieli, minkä lisäksi suurin osa heistä myös pystyy tuottamaan puhetta, sillä heidän äänihuulissaan ei ole yleensä mitään vikaa. (Malm 2000, 10.)

Kuuroksi luokitellaan kuurona syntynyt tai varhaislapsuudessa kuuroutunut. Kommunikointi tapahtuu pääsääntöisesti viittomakielellä, joka voi olla myös kuuron äidinkieli. Kuuroutuneeksi määritellään henkilö, joka on kuuroutunut puhumisen oppimisen jälkeen ja hänen pääsääntöinen kommunikointitapansa voi olla puheella, jota saatetaan avustaa viittotulla puheella taikka kirjoitustulkkauksella. (Kuuloliitto ry 2021.)

Suomessa viittomakieliset ovat oma kulttuurillinen ja kielellinen ryhmänsä, minkä ytimen muodostavat viittomakieltä käyttävät kuurot ja huonokuuloiset. Viittomakieli ei välttämättä ole vain näiden kahden ryhmän äidinkieli. Viittomakieli voi olla myös sellaisen henkilön äidinkieli, jolla on lähiperheessään viittomakieltä äidinkielenään käyttävä henkilö esimerkiksi äiti tai isä. Viittomakieltä Suomessa osaa noin 10 000 – 14 000 ihmistä, joista noin 4 000 – 5 000 on kuuroja. (Oikeusministeriö 2021.)

Suomalaisen viittomakielen kulmakivi pystytettiin oikeudellisesta näkökannasta tarkasteltuna 1. elokuuta 1995. Tällä päivämäärällä astui voimaan Suomen hallitusmuodon (969/95) täysin uudistetut perusoikeussäädökset. Säädökset koskivat peruskielellisiä säädöksiä, jossa 14 §:n 3 momentin mukaan ”viittomakieltä käyttävien sekä vammaisuuden vuoksi tulkitsemis- ja käännösapua tarvitsevien oikeudet turvataan lailla”. Saman lain momentti sisältyy nykyään pykälään 17, joka nykyisessä perustuslaissa 1.3.2000 säädettiin. (Malm 2000, 72.)

Viittomakieltä sanana voidaan myös käyttää monikossa, silloin kun halutaan puhua maailmanlaajuisesti kaikista viittomakielistä, joita on maailman kielistä keräävän tutkimuslaitos

SIL Internationalin mukaan 114 erilaista. Kieliä uskotaan olevan vieläkin enemmän, sillä on alueita, missä viittomakieltä ei ole tutkittu. (Salmi & Laakso 2005, 14.)

Kaikilla kuulo- ja puhevammaisilla on oikeus saada itselleen tulkkauspalvelua tilanteisiin, missä kokee tarvitsevansa tulkkausta kommunikointiin.

Tulkkauspalvelun voi tilata Kansaneläkelaitoksen (Kela) kautta, joka myös maksaa tulkkauksesta aiheutuvat kustannukset. Kuulo- tai puhevammaisen on oikeutettu saamaan tulkkausta 180 tuntia vuodessa ilman lisähakemusta ja kuulonäkövammaisella henkilöllä on oikeus saada tulkkausta 360 tuntia vuodessa ilman lisähakemusta Kelalle. Lisätunteja tulkkaukseen saa perustelemalla hakemuksessaan mihin niitä tarvitaan, kuten esimerkiksi asiointiin tai työelämään. (Kansaneläkelaitos 2020.)

Tulkkauspalvelua varten sitä tarvitsevan henkilön tulee hakea tulkkauspäätöstä Kelasta. Myönteisen tulkkauspäätöksen jälkeen tulkkaa voi tilata ihan mihin vain tarvitsemaansa tilanteeseen esimerkiksi kouluun, harrastuksiin tai vaikka sukujuhlisiin. Mikäli tulkkausta tarvitseva henkilö kutsutaan esimerkiksi poliisiin kuulusteluihin tai mikäli hän todistaa oikeudessa, silloin tulkkauksen järjestämistä on viranomaisilla. (Kansaneläkelaitos 2020.)

Kuuroille sekä kuulovammaisille on kehitetty erilaisia uusia apuvälineitä. Erilaiset kuulokojeet sekä -laitteet avartavat kuuron sekä huonokuuloisen äänimaailmaa ja helpottavat vuorovaikutusta perheen ja ystävien kanssa sekä töissä ja opiskelussa samalla parantaen elämänlaatua ja lisäämällä turvallisuutta. (Kuuloliitto ry 2021.)

Kuulovammaa hoidetaan kuulon kuntoutuksella kuulokojeen avulla. Mikäli vahvimmallaan kuulokojeella ei saavuteta riittävää vahvuutta, voidaan harkita sisäkorvaistutetta. Näiden apuvälineiden lisäksi kuulovammaisen saattaa tarvita muitakin apuvälineitä kuulemiseen tai sen parantamiseen. (Kuuloliitto ry 2021.)

Sisäkorvaistutteella tarkoitetaan sisäkorvaimplanttia, joka on asennettu henkilölle, jolla on vaikea kuulovamma eikä akustinen kuulokoje enää riitä tuottamaan tarpeeksi apua. Istute koostuu ulkoisista osista sekä lisäksi leikkauksessa asennetaan ihon alle kalloon kiinni erillinen vastakappale, mihin laite siirtää äänet digitaalisessa muodossa. Sisäkorvaistute ei tee kuulosta kumminkaan normaalia, mutta sillä voidaan saavuttaa hyvä kuulo, jossa on hyvä äänenerotuskyky. Istutteella kuuleminen voi vaikeutua erityisesti hälyisissä paikoissa. (Kuuloliitto ry 2021.)

Hälyisissä tiloissa, kuten luokassa, voidaan käyttää FM-laitetta. FM-laite helpottaa kuulemista poistamalla etäisyyden sekä hälyn ja ääni kuuluu suoraan kojeita tai implanttia käyttävän korviin, jolloin ääni on huomattavasti selkeämpää ja puheeseen keskittyminen helpottuu. (Kuuloavain 2021.)

Kuulovammaisten sekä kuurojen voi olla vaikeaa havaita erilaisia hälytyksiä. Tilanteita voivat olla esimerkiksi ovikello, herätys sekä palohälytys. Nykyisin näitä varten on kehitetty helppokäyttöisiä sekä tehokkaita integroitavia ratkaisuja. Hälytysjärjestelmissä hälytys voidaan ilmoittaa joko äänellä, valolla tai täristämällä. Hälytysjärjestelmä voidaan sisään rakentaa esimerkiksi ovikelloon tai palohälyttimeen, jolloin se antaa halutun ja määritellyn ilmoituksen. Hälytysjärjestelmän vastaanotin voi olla joko LED-valon lähde, mihin voidaan määrittää esimerkiksi jokaiselle hälytykselle oma värinsä sekä saman hälytyksen voi yhdistää herätyskellon täristimeen. (Kuuloavain 2021.)

Vaikka kuuroille on kehitetty paljon uusia apukeinoja sekä niitä kehittyy koko ajan lisää, pitää muistaa, että kaikille ei ole apua sisäkorvaistutteista taikka kuulokojeista, jolloin he ovat täysin kuuroja. Myöskään kaikki eivät halua kuulla, sillä kuuroilla on oma tiivis yhteisö ja kulttuuri. Kuurous on osa heitä, eikä he halua luopua siitä.

2.2 Mitä on inklusiivisuus

Inklusiivisella matkailulla tarkoitetaan ketään syrjimätöntä sekä kaikkien tarpeiden huomiointiin ottamista, jotta voidaan luoda täysin tasavertainen elämä, jossa jokainen asiakas voi kokea osallisuutta sekä osallistua mikäli haluaa. Yrityksissä inklusiivinen palvelu tarkoittaa yrityksen empatian arviointia sekä tasavertaisen palvelun takaamista asiakaspolun jokaisessa vaiheessa. Inklusiivisen palvelun takaaminen vaatii palveluntuottajalta kohderyhmänsä tarpeiden tunnistamista sekä huomiointia. Kaikkein tärkeintä on aktiivinen toiminta. (Räsänen, P., Röksä, I., Parviainen, J., Halonen, K. & Rissanen, P. 2021, 4.)

Minkä takia inklusiivisia palveluita tarvitaan? Palveluiden todellista tärkeyttä on välillä vaikeaa tajuta, mikäli itsellä ei ole minkäänlaisia rajoitteita. Maailman terveysjärjestö WHO:n (2019) mukaan maailman väestöstä noin 15% tarvitsee esteettömiä palveluita. Luku nousee jo huomattavasti, jos mukaan luetaan henkilöt, joilla on väliaikainen tarve esteettömyyteen. Silloin luku on jo 40%. Heihin luetellaan muun muassa tapaturman uhrin tai henkilöt, joilla on pieniä lapsia. (Räsänen, P. ym. 2021, 4.)

Yritykset ovat huomanneet moninaisen sekä inklusiivisen palvelun olevan kilpailuetu. Oikeanlaisten palveluiden kohdentamisella sekä markkinoinnilla voidaan saavuttaa jopa laajemman asiakaskunnan kuin normaalisti. (Räsänen, P. ym. 2021, 20.)

3 Kuurojen oppiminen

Seuraavassa luvussa käsitellään kuurojen oppimista sekä lukemisen ja kirjoittamisen taitoja. Lisäksi luvussa käsitellään kuurojen koulutusta ennen ja nyt.

3.1 Oppiminen ja kuurojen koulun historia

Opimme kieltä koko ikämme, mutta erityisen vastaanottavia olemme kielelle lapsuudessa. Peruskielitaidon kehitys alkaa jo kotona sekä päiväkodissa. Lapset, joille on luettu sekä kerrottu satuja, ovat saaneet paljon virikkeitä kielivarastolleen. Samalla kehittyy tiedostamatta lukemisen perusvalmiuksia. Kieli on avain maailmaan sekä ympäröivän yhteiskunnan ymmärtämiseen. Heikko kielitaito heikentää mahdollisuuksia saada tietoa kaikesta tästä. Lukemisen taitoa pidetään yhtenä ihmisoikeutena. (Takala & Sume 2016, 148.)

Keskeisimpiä tavoitteita kouluilla on opettaa kirjoitus- ja lukutaitoa. Huonokuuloisilla sekä useilla implantoiduilla lapsilla suomi tai ruotsi on heidän äidinkieltänsä, kun taas kuuroille viittomakieli on äidinkieli. Viittomakieltä ei kirjoiteta, joten on kuuron tarpeen opetella joko suomen tai ruotsin kirjoitettu kieli. Kirjoittamista ja lukemista on todella hankalaa erottaa toisistaan, ne ovat toisiaan tukevia prosesseja. Lapsien lukutaito heijastuu hänen kirjoittamiseensa. Juuri heikko lukutaito on monen kuulovammaisen sekä erityisesti kuuron menestymisen esteenä esimerkiksi työelämän vaatimusten vuoksi. Kuurojen on haasteellista oppia lukemaan kieltä, jota ei ole koskaan kuullut. Implantoidut lapset oppivat helpommin lukemaan. (Takala & Sume 2016, 148 – 149.)

Mitä aikaisemmin lapsi saa implantin sekä mitä enemmän puhekielistä kommunikaatiota käytetään, sitä parempi kielellinen taito ja yhtä hyvä lukutaito kuin kuulevilla saavutetaan. Huonokuuloisten lasten lukutaidosta ja oppimisesta on vähän tutkimuksia tarjolla. Tutkijoita ei ole joko kiinnostanut aihe tai se ei poikkea merkittävästi kuulevien lasten tuloksista. (Takala & Sume 2016, 167 – 168.)

Carl Oscar Malm syntyi 12. helmikuuta 1826 Eurassa, Turun läänissä. Malmin kuuroutumisesta ei ole tarkkaa tietoa; väitteiden mukaan hän oli jo syntymästä asti kuuro taikka kuuroutunut vauvana. Malmin isä alkoi toimia Porvoon kaupunginviskalinä vuodesta 1833 ja hän oli tunnettu sekä arvostettu virkamies. Malm aloitti opiskelun Ruotsin ensimmäisessä kuurojen koulussa 8-vuotiaana Manilla-koulussa Tukholmassa, jonne hän pääsi isänsä hyvien suhteiden avulla. Koulussa opiskeli myös muutamia muitakin suomalaisia. Malm palasi Porvooseen vuonna 1845, saatuaan laajan koulutuksen muun muassa kieliin. Malm hallitsi esimerkiksi viittomakieltä, ruotsia, suomea, saksaa, ranskaa sekä englantia.

Malm oli yhteiskunnallisesti hyvin aktiivinen ja valveutunut epäkohdista. Hänelle tärkeitä asioita kuurojen oikeuksien lisäksi olivat muun muassa tyttöjen ja naisten koulutuksen lisääminen. (Salmi & Laakso 2005, 56 – 57.)

Syksyllä 1845 Manilla-koulu ilmoitti, että ei voi vastaanottaa enää suomalaisia oppilaita liian suuren kysynnän vuoksi, joten suomalaisten kuurojen vähäinenkin koulutusmahdollisuus katosi. Malm oli haaveillut omasta suomalaisesta kuurojen koulusta jo kauan. Nyt koululle oli suurempi kysyntä kuin koskaan. Malm lähetti yhdessä Mikkelin maaherran kanssa vuonna 1846 keisarilliselle Suomen senaatille aloitteen ensimmäisestä virallisesta kuurojen koulun perustamisesta. Aloite hylättiin Lääkintöhallituksessa, joka katsoi, ettei perusteita kuurojen koululle ole, sillä kuurojen määrä Suomessa on liian vähäinen ja rahat kuluisivat hukkaan. (Salmi & Laakso 2005, 39.)

Malm avasi omarahoitteen koulun Porvooseen 1.10.1846. Koulutilojen puuttumisen takia hän avasi sen isänsä taloon. Aluksi koulussa oli vain kaksi oppilasta, mistä johtuen Malm sanoo itse avanneensa koulun vasta vuonna 1847. Koulun opiskelijamäärä pysyi alhaisena sen ensimmäisen kymmenen toimintavuoden aikana; tuona aikana koulun oli käynyt kolmetoista oppilasta. Koulussa opeteltiin viittomakieltä sekä kirjoitettua ruotsia. Opetuskieli oli koulussa viittomakieli, mutta 1890-luvulla viittomakielen käyttö opetuksessa kiellettiin. Kiellettiin suostua uudestaan opetuksessa vasta 1980-luvulla. (Salmi & Laakso 2005, 41 – 43.)

Malm oli vakuuttunut kuurojen määrän olevan Suomessa huomattavasti suurempi kuin viranomaiset arvelivat. Vuonna 1850 valmistunut kuurojen laskenta osoitti kuuroja olevan Suomessa 1 568 henkilöä. Malmin koulun toiminta kangerteli talousvaikeuksissa ja Malm jatkoi valtiollisen rahoituksen hakemista. Malm ehdotti anomuksessaan keisarille valtiollisen kuurojen koulun avaamista Turkuun, missä oli paljon päteviä käsityöläisiä, jotka voisivat antaa kuuroille ammattiopetusta. Aloite ei tuottanut tulosta kuin vasta vuonna 1855, kun Krimin sodan jälkeen valtaan nousi Aleksanteri toinen. Malm sai keisarilta 200 hopearuplan vuotuisen avustuksen Porvoon kouluunsa. (Salmi & Laakso 2005, 44 – 46.)

Vaikutusvaltaiset porvoolaiset huomioivat Malmin kirjoitukset vuonna 1857 julkaistussa lehtikirjoituksessa ja he valitsivat koululle johtokunnan, joka lähti kehittämään yhdessä Malmin kanssa koulun toimintaa. Johtokunta esitti senaatille uuden ehdotuksen valtiollisesta kuurojen koulusta, joka mukaili keisarinjulistusta yleisen kansanopetuksen järjestämisestä; opetuksen tärkein sisältö olisi uskonnollinen kasvatus. Johtokunta ei halunnut tehdä Malmista tulevan koulun johtajaa, sillä he olivat asettaneet anomukseen kohdan, missä johtajalta vaadittiin täydellistä puhetaitoa sekä kuuloa. Senaatti käsitteli anomuksen

ja hyväksyi sen vuonna 1858, Ensimmäinen valtiollinen kuurojen koulu avattiin Turkuun 29.1.1860. (Salmi & Laakso 2005, 47 – 49.)

Malm kerkesi toimia Turun koulussa opettajana vain kolme ja puoli vuotta. Hän kuoli keuhkokuumeella 1863. Malmin kuoltua kuurojen opetuksen ensimmäinen vaihe tuli päätökseen. Valtio otti vastuun kuurojen opetuksesta ja hiljalleen opetuksen rakenne muuttui enemmän vain ammattiin valmentavaksi opettamiseksi. Suomessa kuurojen opetus aloitettiin varhain, kaksikymmentä vuotta ennen sokeiden opetuksen alkua sekä yli neljäkymmentä vuotta ennen ”raajarikkoisten” opetuksen alkua. Malmin ansiosta ylipäättään ”vaivaisia” koskevat koulutuskeskustelut vilkastuivat 1800-luvun puolessavälissä. Nämä keskustelut tekivät kuuroista näkyvän ryhmän. (Salmi & Laakso 2005, 51.)

3.2 Kuurojen koulu nyt ja tulevaisuudessa

Suomen kuuroille ja huonokuuloisille tarkoitetuissa luokissa sekä kouluissa opiskelee vähemmän lapsia verrattuna kuulevien kouluun. Sisäkorvaistuteleikkaus on saanut vanhemmat laittamaan enemmän lapsiaan kuulevien ryhmiin. Vanhemmista moni haluaa silti lapselleen erityisen tuen päätöksen, jotta lapsi pääsee oppimaan pienemmässä luokassa, jolloin kuulemisen edellytykset ovat paremmat. (Takala & Sume 2016, 254.)

2010-luvulla Suomen kuurojen ja huonokuuloisten opetustilanne on lähes samanlainen kuin muissakin teollisuusmaissa. Australialaiseen tutkimukseen (Punch & Hyden 2010) osallistui 151 kuulovammaisia opettavaa opettajaa. Tutkimuksessa todettiin joidenkin oppilaiden käyvän tarkoituksella kuurojen koulua, jotta he saavat kaksikielistä sekä kaksikulttuurillista opetusta koulussa. Vain 31% opettajista koki implantoitujen lasten kuulon olevan samalla tasolla kuin kuulevan lapsen kuulo. Oppimistuloksissa istutelapsista noin 30% saavutti luokan mediaanin. (Takala & Sume 2016, 254.)

Tutkimuksen (Punch & Hyden 2010) mukaan moni opettaja ei ymmärtänyt istutelapsien tarvitsemaa kommunikaatioon taikka akateemiseen suoriutumiseen liittyviä tarpeita. He ajattelivat istutteen parantaneen kuurouden ja lapsen selviävän niin kuin muidenkin oppilaiden. Lähes samankaltainen tulos saatiin Suomessa tehdyssä tutkimuksessa, johon osallistui 109 opettajaa. (Takala & Sume 2016, 255.)

Vanhempien odotukset lastensa elämään koulun jälkeen ovat korkeammat kuin koskaan aikaisemmin. Vanhemmat odottavat kuulovammaisen lapsen käyvän kandidaatin tai maisterin tutkinnon. Nykyinen tekniikan kehitys ja tulkkauspalvelut on auttanut kuuroja ja huo-

nokuuloisia mukaan yhteiskuntaan sekä yhä tasa-arvoisempaan asemaan siinä. Kehityksen keskellä pitää myös miettiä miten säilyy kuurojen kulttuuri. (Takala & Sume 2016, 257 – 258.)

Nykyisen koulupolitiikan tähtäimessä on poistaa erityisratkaisuja ja kaikille yhteistä opiskelua. Opetusryhmistä saadaan näin monimuotoisempia. Kuulovammaiset tulevat tulevaisuudessa opiskelemaan pääsääntöisesti yleisopetuksessa. Tulevaisuudessa tekniikka tulee mahdollistamaan viittomakielen opiskelun monessa koulussa. (Takala & Sume 2016, 258 – 259.)

4 Asiakaskokemus

Asiakaskokemuksella tarkoitetaan kokonaisvaltaista mielikuvaa tai tunnetta, mikä on syntynyt asiakkaalle yrityksestä, jonka kanssa on ollut erilaisissa kohtaamisissa. Erilaisia kohtaamisia syntyy muun muassa kanavissa ja palveluiden kanssa jo ennen ostopäätöstä. Liian usein asiakaskokemuksesta aletaan puhua vasta ostotapahtuman yhteydessä, vaikka asiakaskokemus on jo muodostunut ennen ostoa sekä oston jälkeen. Asiakaskokemus on siis koko tapahtuma aivan alusta aivan loppuun asti kattava tunne. (Ahvenainen, Gylling & Leino 2017, 9–10; Filenius 2015, 24.)

4.1 Asiakaskokemuksen ja henkilöstökokemuksen suhde

Kun tilaat ihan mitä vain netistä, esimerkiksi Amazonin verkkokaupasta, tilaaminen onnistuu todella helposti ja vaivattomasti, jopa muutamassa sekunnissa tilauksesi saattaa olla valmis. Amazon on laittanut asiakaskokemuksen heidän yrityksensä ytimeen ja tehnyt siitä yhden yrityksen visioista jo aivan yrityksen alkuvaiheissa. Viimeisen parin lähivuoden aikana olemme joutuneet lukemaan kriittisiä uutisia siitä miten yritys kohtelee heidän työntekijöitään niin keskijohdossa kuin aivan alhaalla. Tämän kaltaiset kokemukset eivät siltikään heijastu heidän asiakaskokemuksiinsa. (Karhinen & Korkiakoski 2019, 16.)

Mikäli haluaa kokea aivan uskomattoman ainutlaatuisen asiakaskokemuksen Suomessa, sen on mahdollista saada Hotel Kämpistä, missä asiakkaalle tarjottava palvelu ja kohtaminen on viety aivan viimeiselle tasolle asti. Tämän kaltainen kokemuksen tuottaminen työntekijöiltä uudestaan ja uudestaan vaatii hyvin voimakasta henkilöstökohtaamista, missä saadaan työntekijät tuntemaan itsensä tärkeiksi ja arvostetuiksi. (Karhinen & Korkiakoski 2019, 17.)

Asiakaskokemus ja henkilöstökokemuksen suhde on helpompi määritellä, kun aluksi määritellään pelkästään mikä on asiakaskokemus ja henkilöstökokemus (Karhinen & Korkiakoski 2019, 19).

Asiakaskokemussuhde on asiakaan muodostama käsitys kyseistä yrityksestä. Tämä käsitys syntyy asiakkaalle eri vaiheissa jokaisessa kosketuspisteessä. Tähän käsityksen syntyyn vaikuttaa asiakaan uudet ja vanhat ajatukset yrityksestä sekä yrityksen asiakkaassa herättämät tunteet. (Karhinen & Korkiakoski 2019, 16.)

Nykyisen digitalisaation myötä asiakkaan kohtaamia kosketuspisteitä on useita. Tästä johtuen yritys ei pysty hallitsemaan kaikkia siinä olevia kosketuspisteitä. Tällaisia kosketuspisteitä ovat esimerkiksi keskustelupalstat ja sosiaalinen media, missä toiset kuluttajat ja kavat omia näkemyksiään yrityksestä. Sosiaalinen media on kuitenkin kaikesta negatiivisuudesta huolimatta hyvin tehokas työväline ja kommunikointialusta asiakkaan kanssa. Yritysten pitäisi satsata enemmän sosiaalisen mediaan, jotta positiivinen avoin vuorovaikutus säilyy yrityksen ja asiakkaan välillä. Asiakaspalvelijat eivät ole vain passiivisia tilausten tai valitusten vastaanottajia, vaan he ovat parhaimpia viestintäkumppaneita. Asiakaspalvelijoiden toimintaa pitäisi kehittää ja heitä pitäisi aktivoida toimimaan viestittäjinä. Asiakaspalvelijoilla on laaja-alainen tieto yrityksen palveluista sekä hinnoista. Sen lisäksi heillä on tieto ja taito viestiä asiakkaiden kanssa erilaisissa kanavissa, joten sosiaalisen median viestintää ei kannata ulkoistaa ulkoiselle toimijalle. (Karhinen & Korhikoski 2019, 19; Mäkinen, Kahri & Kahr 2010, 24; Korteso & Patjas 2011, 15.)

Yritykset ovat alkaneet käyttämään laajalti markkinoinnissaan sosiaalista mediaa, joka on edullinen markkinointitapa, joka antaa asiakkaalle ja yritykselle yksinkertaisen tavan kommunikoida keskenään. Sosiaalisen median markkinoinnissa yrityksen pitää ymmärtää sisällön ja viestin laatu saadakseen markkinoinnista kaiken irti. (Wibowo, Chen, Wiangin, Ma & Ruangkanjanases 2021.)

Viitaten ylempään tekstiin juuri tällaiset kosketuspinnat ajavat asiakkaan todella lähelle yrityksen mainetta ja sen brändiä. Pitää muistaa silti aina, että asiakaskokemuksen synty alkaa jo silloin, kun asiakas alkaa harkita tulevaa ostotapahtumaa. (Karhinen & Korhikoski 2019, 19.)

Henkilöstökokemus kertoo työntekijän näkemyksen yrityksestä ja työnantajasta. Näkemysten syntymisiin ovat vaikuttaneet seuraavat tekijät; vuorovaikutus, mielikuvat sekä tunteet. Henkilöstökokemus on huomattavasti uudempi käsite kuin asiakaskokemus, mutta puhutaan vain muutaman vuoden erosta. Nykyisin yritykset ovat halukkaampia seuraamaan työntekijänsä motivaatiota ja viihtymistä yrityksessä, sillä sen on huomattu vaikuttavan välittömästi asiakaskokemukseen. (Karhinen & Korhikoski 2019, 22.)

Asiakkaiden odotukset yritystä sekä palveluita kohtaan ovat muuttuneet vuosien varrella, joka voimakkaasti heijastuu suoraan myös työntekijöiden odotuksiin. Kilpailua asiakkaista on ollut aina, mutta tällä hetkellä kilpailua käydään myös työntekijöistä, joten yrityksille on tullut entistä tärkeämmäksi tunnistaa millaisia kokemuksia he voivat tarjota työntekijälle. (Karhinen & Korhikoski 2019, 23.)

Näiden kahden käsitteen voima riippuu täysin toimialasta mistä sitä tarkkaillaan sekä yrityksen strategiasta. Maurice FitzGerald teki ACSI ja Glassdoor -tutkimuksen vuonna 2019. Kun tätä yhteyttä tutkitaan niputtamalla yritykset toimialoittain, voidaan huomata miten henkilöstökokemukset vaikuttavat asiakaskokemuksiin. Tutkimuksen tuloksista selvisi, että noin 60 prosenttia asiakaskokemuksesta hotellissa muodostuu henkilöstökokemuksesta. (Karhinen & Korkiakoski 2019, 24 – 26.)

Tuloksia ei voida verrata täysin suoraan Suomeen, sillä tutkimus on toteutettu Yhdysvalloissa, jossa toimialojen rakenne on hyvin erilainen (Karhinen & Korkiakoski 2019, 26).

4.2 Asiakaskokemuksen kehittäminen

Asiakaskokemuksia ja niiden kehittämistä ei voida rajata vain yhteen aiheeseen. Seuraava kuva (kuva 1) esittää mitä kaikkea asiakaskokemus pitää sisällään. (Karhinen & Korkiakoski 2019, 42.)



Kuva 1. Asiakaskokemuksen sisältö (mukaillen Karhinen & Korhikoski 2019, 43.)

Asiakaskokemuksen kehittäminen liitetään luontevasti seuraaviin osaamisiin ja rakenteisiin:

Brändi on yrityksen lupaus asiakkaalle. Brändi on myös yksittäisen ihmisen käsitys yrityksestä tai sen tarjoamista palveluista ja asiakaskokemus taas lunastaa sen. Brändi on aineellisia etuja asiakkaalle ja niiden pitää olla relevantteja, mutta sen tulee olla samalla myös aineetonta etua. Sillä nämä edut luovat asiakkaalle paremman kokemuksen oli etu todellinen tai ei. Paremman asiakaskokemuksen kannalta olisi siis tärkeää, kun lähdetään uudistamaan brändiä, että se tehtäisiin enemmän asiakaskeskeisemmästä näkökulmasta. Sen kehittämistä ei voida enää tehdä organisaation näkökulmasta perinteisellä tavalla. Brändin lunastamiseen jatkossa tarvitaan jokainen työntekijä, sekä mukaan on saatava jokainen digitaalinen kosketuspinta. (Karhinen & Korhikoski 2019, 43 – 44; Mäkinen ym. 2010, 164–188.)

Digitalisaatio on nykyisin monessa yrityksessä ikävä kyllä näkemys asiakaskokemuksesta ja se nähdäänkin digitalisaatiohankkeena. Digitalisaation potentiaalit ovat loistavat ja niihin on herätty vihdoon Suomessakin. Tärkeää on muistaa, että asiakaskokemus on paljon enemmän kuin pelkkä digikehittäminen. (Karhinen & Korhikoski 2019, 43.)

Asiakaspalvelu on aikaisemmin nähty vain kustannuksena, joka on haluttu ulkoistaa mahdollisimman edulliseksi. Muutaman aikaisemman vuoden aikana siitä on tullut kuitenkin kriittinen osa yritysten toimintaa. Lisääntyneen digitaalisten asiakas kohtaamisten takia jokaisesta ihmisten välisestä kohtaamisesta on tullut entistä tärkeämpää ja asiakaspalvelusta on muodostunut asiakaskokemusten keskeinen toiminto. (Karhinen & Korhikoski 2019, 44.)

Myynti otetaan mukaan asiakaskokemusten kehittämiseen turhan harvoin. Asiakaskokemustutkimusten mukaan myynnillä olisi todella tärkeä rooli olla mukana juuri asiakaskokemuksia kehitettäessä. Monilla toimialoilla tällä hetkellä tilanne näyttää olevan sellainen, missä myynnin ja asiakaskokemuksen välillä ei ole yhteyttä. Myyntihenkilöt olisi tärkeä saada osaksi yritysten pitkän tähtäimen tavoitteisiin, mitkä koskevat asiakaskokemuksia. (Karhinen & Korhikoski 2019, 45.)

Palvelumuotoilua käytetään lähes aina synonyymina asiakaskokemuksille. Viimeisten vuosikymmenten aikana palvelumuotoilu on ollut menestystarina Suomessa ja saanut

suomalaisia yrityksiä laajentumaan myös ympäri maailmaa. Palvelumuotoilu on lisääntynyt yrityksissä huomattavasti, sillä yrityksille on tullut entistä tärkeämmäksi tajuta asiakkaiden muuttuneita päätös- ja ostoprosesseja. Yritysten on entistä tärkeämpää pystyä vastaamaan näihin tarpeisiin. Hyvä pohja asiakaskeskeiselle toiminnalle on tärkeää, mutta asiakaskokemus on paljon muutakin kuin vain palvelumuotoilu. (Karhinen & Korhikoski 2019, 45.)

Yrityskulttuurin kehittäminen asiakaskeskeisempään suuntaa ottaa oman aikansa. Henkilöstökokemusten parantaminen sekä kehittäminen luovat hyvän ja ohjaavan tien uudelle asiakaskeskeiselle yrityskulttuurille. (Karhinen & Korhikoski 2019, 45.)

Tukifunktiot lähes aina jäävät toissijaisiksi, kun aletaan puhumaan asiakaskeskeisyydestä. Pitäisi silti muistaa, että tukifunktiolla, kuten esimerkiksi logistiikalla tai laskutuksella, on oma paikkansa juuri niissä kosketuspinnossa, mitkä jäävät helposti johdolta piiloon tai huomioimatta. Juuri tukifunktiot vastaavat yrityksen hyvin tärkeistä kosketuspinnosta ja jopa merkittävästä osasta asiakaskohtaamisista. (Karhinen & Korhikoski 2019, 46.)

Omat asenteet heijastuvat suoraan asiakaskokemukseen. Kaikkia koskeva yhdenvertainen ja asenteellisesti esteetön palvelu vaatii yritykseltä tietoista päätöstä tehdä koko yritystä koskevat arvovalinnat. Arvovalintojen tulee kattaa kaikki yrityksen osat ja palveluketjun jokainen vaihe. Jokaisella ihmisellä on oikeus identiteetin kunnioittamiseen, jonka lähtökohtana on, ettei ennakkoluuloja saa tehdä. Asiakaskohtaaminen on vuorovaikutusta, missä voi aina sattua virheitä. Virheen sattuessa täytyy osata pyytää anteeksi ja myöntää virheensä. Asenteet ja ennakkoluulot näkyvät myös sanattomassa viestinnässä. Henkilökunnan oikealla kouluttamisella ehkäistään vastaavia tilanteita. (Räsänen, P. ym. 2021, 19.)

Mikäli halutaan kehittää asiakaskokemusta, yrityksen on todella päästävä näkemään asiakkaiden kokema maailma sekä nähtävä asiakkaiden tarpeet. Tähän maailmaan helppoiten pääsee sisään keräämällä asiakkaiden ajatukset ja mietteet. Yksinkertaisin tapa on saada asiakkaat antamaan palautetta. Jotta asiakkaat haluavat antaa palautetta, on siitä tehtävä helpompaa. Näiden ajatusten pohjalta yritysten ja organisaatioiden on mahdollista lähteä parantamaan palveluitaan sekä tarjoamaan asiakkaille kilpailukykyisiä palveluita, jotka vastaavat heidän tarpeitaan. Organisaatioiden sekä yritysten pitää muistaa ottaa erityisen tarkasti jokainen pienikin yksityiskohta huomioon käsitellessään saatua palautetta, sillä asiakkaalle pienet yksityiskohdat ovat juuri ne tekijät, minkä avulla voidaan voittaa asiakkaan odotukset ja ylittää ne. (Filenius 2015, 39–40; Juuti 2015, 43–52.)

5 Työn tutkimus

Tässä luvussa käsitellään valikoitua toteutustapaa sekä työkaluja. Luku avaa myös työn tavoitetta tarkemmin.

5.1 Tavoite

Työn tutkimusongelmat käsittelevät kuurojen kohtaamaa asiakaspalvelua sekä turvallisuuden liittyviä kehitysehdotuksia sekä niiden toimivuutta. Työn tavoitteena on saada mahdollisimman paljon tietoa tutkimuksen kohderyhmältä, jonka pohjalta voidaan tehdä parannuksia esitettyihin ehdotuksiin sekä kerätä uusia parannusehdotuksia, jolla voidaan tulevaisuudessa saavuttaa mahdollisimman inklusiivinen sekä tasavertainen palvelutilanne kaikille.

Työ on tutkimustyyppinen, joka toteutetaan kyselylomakkeen avulla, mikä ohjataan suoraan kuuroille viittomakielisille, jotka ovat tutkimuksen pääkohderyhmä. Tutkimuksessa otetaan myös huomioon, mikäli kuuron lähipiiriin kuuluva oleva vastaa kyselyyn. Kyselyssä ei huomioida vastaajien asuinpaikkaa. Kysely laitetaan jakoon Kuurojen Liiton omien sosiaalisen median kanavien kautta sekä muissa kuurojen isommissa sosiaalisen median kanavissa esimerkiksi Facebook-ryhmissä. Tutkimuksessa kerätyn tiedon perusteella pystyttiin luomaan oikeanlaisia kehitysehdotuksia yrityksille, kun henkilöt, joita asia koskee eniten, ovat itse päässeet kertomaan sen.

Työn ajankohtaisuus korostuu hyvin voimakkaasti, sillä työ valmistuu juuri COVID-19-pandemian jälkeiseen aikaan, jolloin matkailu-ala on muuttunut täysin ja uusia myyntikikkoja on kehitettävä, jotta voidaan erottua kilpailijoista. Lisäksi asiakkaiden tarpeista ja haluista on tullut entistä tarkempia. Asiakkaat ovat nykyään myös paljon valistuneempia tasavertaisuudesta sekä oikeudenmukaisuudesta. Voimakas digitalisaatio on antanut matkailualalle mahdollisuuksia, mutta myös haasteita, jolloin tämän kaltaisten töiden sekä uusien kehityshankkeiden tärkeys korostuu.

5.2 Menetelmä ja toteutus

Tutkimusmenetelmänä käytettiin kvantitatiivista tutkimusmenetelmää eli määrällistä tutkimusta. Tutkimuksessa suuresta perusjoukosta, tässä tapauksessa kuuroista sekä huonokuuloisista vastaajista, kerättiin mahdollisimman tarkka otanta, joka voitiin muuttaa luvuiksi. Tutkimus perustui ei-satunnaiseen otantaan eli tiedonkeruuseen käytettävää kyselyä ei lähetetty esimerkiksi minkään rekisterin pohjalta satunnaisesti kenellekään, vaan kaikki halukkaat saivat mahdollisuuden vastata kyselyyn. (Kananen 2008, 10.)

Kvantitatiivinen tutkimus ja menetelmäkysely oli kaikkein sopivin tämän tyyppiseen työhön, jossa tavoitteena oli kerätä mahdollisimman kattava otanta työn aiheeseen liittyen. Työ lähetettiin sähköisenä linkkinä eri sosiaalisen medioiden kanaviin, minkä tiedettiin tavoittavan kohderyhmän sekä helpommin että laajemmin. Tällä menetelmällä saadut tulokset olivat kuvailevia ja niistä pystyttiin saamaan selville millainen tulos/käsitys aiheesta tutkimuksen perusjoukolla on.

Työn analysointiin valikoitui Webropol, mikä on selainpohjainen kyselytyökalu, millä oli helppo luoda tähän tutkimukseen sopiva kysely. Tällä työkalulla oli helpoin saada kerättyä laajalta alueelta vastaajia, sillä työkalussa voi luoda helposti nettilinkin suoraan kyselyyn. Linkki oli helppo ohjata suoraan oikealle kohdeyleisölle. Näin oli helpointa saada kerättyä dataa mahdollisimman edullisesti. Samankaltaisia kyselytyökaluja on tarjolla muitakin. Webropol on toimivin ratkaisu, sillä Haaga-Helia tarjoaa opiskelijoilleen ilmaisen laajan lisenssin järjestelmään. Tutkimukseen oltaisi voitu käyttää myös esimerkiksi haastattelu-muotoista tiedonkeruuta, mutta suurimmaksi ongelmaksi miksi tämän tyyppistä tiedonkeruuta ei voitu toteuttaa oli resurssien puuttuminen. Parhaimmat tulokset oltaisi varmaankin saavutettu juuri haastattelemalla, mutta kyseistä haastattelua varten oltaisi tarvittu tulkkia.

Webropol antoi mahdollisuuden analysoida kerättyä tietoa hyvin yksinkertaisesti ja selkeästi. Pystyit näkemään jokaisen vastauksen prosentuaalisen sekä määrällisen osuuden vastaajista. Kysymykset piti olla luotuna alusta asti oikeaan muotoon, jotta saatiin haluttu vastaus ja vastauksista voitiin kerätä dataa.

Kyselyn rakentaminen lähti kartoittamalla ensin mahdolliset ongelmakohtat ja kyselyn tavoitteena oli saada ratkaisu tutkimusongelmaan ja työn tavoitteeseen sekä ehdotuksia paremmasta sekä inklusiivisemmasta palvelusta. Sekä kysely että ongelmat käsittelivät kuurojen sekä kuulovammaisten kohtaamia ongelmia.

Kysymykset oli luotu tietoperustan pohjalta ja ne oli tarkastettu Kuurojen Liitolla sekä ennen lopullista kyselyn jakamista kysely päättyi pienempään levitykseen, jossa sitä testattiin. Kyselyä muokattiin testikyselystä sekä vastuupettajalta saadun palautteen pohjalta. Pieni kokeilujoukko korjasi väärin ilmaistuja termejä sekä antoi kehitysehdotuksia, mikäli kaipasivat lisää selvennyksiä joihinkin kysymyksiin. Kysely suunnattiin kaikille kuuroille ja huonokuuloisille iästä riippumatta. Kysely oli tehty vain kirjoitetulla suomen kielellä, joka on harvoin kuurojen äidinkieli. Tämä saattaa vaikuttaa kyselystä saatavaan dataan. Kyselyn jakamiskanavina toimivat Kuurojen Liiton omat sisäiset kanavat sekä aktiiviset kuurojen yksittäiset kanavat. (Liite 2.)

Kysely avattiin ja luotiin toukokuun aikana vuonna 2021 ja kysely sulkeutui elokuun lopussa 2021. Kyselyyn vastasi 39 vastaajaa, mikä on hyvä otanta, ottaen huomioon kenelle kysely oli suunnattu. Vastaajien vähäinen määrä vahvistaa ja osoittaa miten erilaisessa maailmassa kuurot viittomakieliset elävät, sillä mikäli kysely oltaisi voitu kääntää viittomakielelle, oltaisi saavutettu varmasti laajempi otanta vastaajia. Kysely tuloksineen kertoi, että kuurot tarvitsevat mahdollisesti muitakin kommunikointitapoja asiakaspalvelutilanteissa kuin vain kirjoitetun suomen kielen, mikä ei ole heidän äidinkieltänsä.

5.3 Kyselyn analysointi

Aluksi kyselyssä selvitettiin vastaajien sukupuoli sekä heidän ikänsä. Tämän jälkeen selvitettiin vastaajien mielipiteitä, mikäli jo varaustilanteessa kysyttäisiin mahdollisesta kuuroudesta. Vastaajilla oli myös mahdollisuus antaa kyseiseen kysymykseen sanallista vastausta sekä heidän ehdotuksensa mieleisemmästä lähestymistavasta asiaan.

Seuraavissa kysymyksissä selvitettiin onko hotelli tarjonnut vastaajille heidän vierailunsa ajaksi herätyskelloa, joka on suunnattu kuuroille, vai ovatko he tuoneet oman, taikka eivät ole tarvinneet kyseiselle ajalle sitä. Kysymyksen tarkoituksena oli kartoittaa hotellien valmiutta inklusiiviseen palveluun. Tämän jälkeen kysyttiin miten kuurot kokisivat, mikäli heidän huoneisiinsa asennettaisiin jo valmiiksi tärisevä palovaroitin.

Seuraavissa kysymyksissä kartoitettiin vastaajien kokemaa kokonaisvaltaista asiakaskoh- taamista hotellissa. Kysymyksissä myös kartoitettiin vastaajien yksilöllisiä tarpeita sujuvaa hotellivierailua varten.

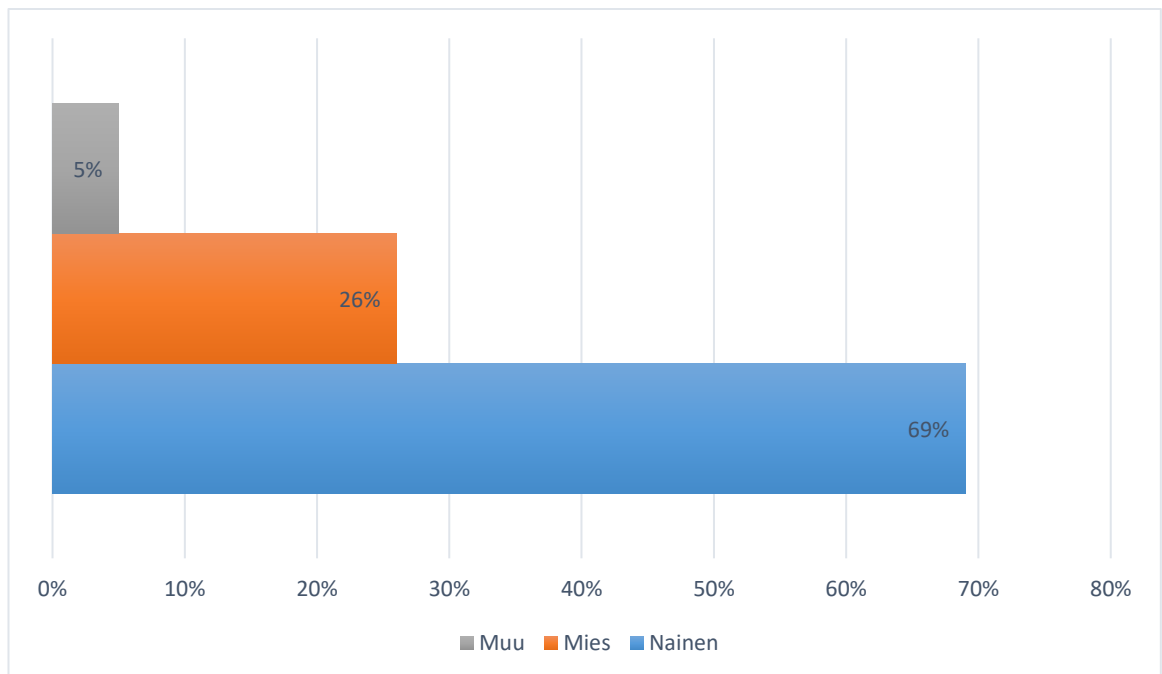
Tulosten analysoinnissa käytettiin kuvailevia tilastollisia menetelmiä. Työn tunnuslukuina käytettiin prosenttiosuuksia ja lukumääriä. Tulosten havainnollistamiseksi käytettiin taulukoita, missä tulokset on esitetty numeerisesti. Kyselyssä käytettiin pääsääntöisesti kysymyksiä, missä kohderyhmän täytyi valita yksi vaihtoehto asteikolta 1-5. Kysymyksissä 1 tarkoitti ”täysin eri mieltä” ja 5 tarkoitti ”täysin samaa mieltä”. Kyselyssä oli myös avoimia kysymyksiä, missä vastaajan oli mahdollista antaa kyseiseen kysymykseen liittyen useiden virkkeiden pituisia näkemyksiään ja mielipiteitään. Monen eri vastausvaihtoehdon käyttäminen luo omia haasteita tiedon keruuseen. Avoimet kysymykset jaettiin ryhmiin, missä jokaisessa on samankaltaisia vastauksia. (KvantiMOTV 2021.)

5.4 Tutkimuksen tulokset

Tutkimuksen tulokset esitetään sekä käsitellään siinä järjestyksessä kuin ne on esitetty vastaajille kyselylomakkeessa. Jokainen kysymys esitellään yksitellen. Vastauksia on havainnollistettu taulukoiden avulla. Kysely avattiin toukokuussa 2021 ja sulkeutui elokuun lopussa 2021. Kyselyn pitkään aukioloaikaan otettiin huomioon lomakausi. Kyselyn aukiolon aikana siihen vastasi 39 henkilöä.

Kyselyn alussa haluttiin selvittää vastaajien demografisia taustoja kysymällä vastaajien taustoja (Taulukko 1.). Vastaajista enemmistö oli naisia eli 69 %, miehiä vastaajista oli 26 % ja 5 % vastaajista ei halunnut määritellä itseään.

Taulukko 1. Sukupuoli (n=39)



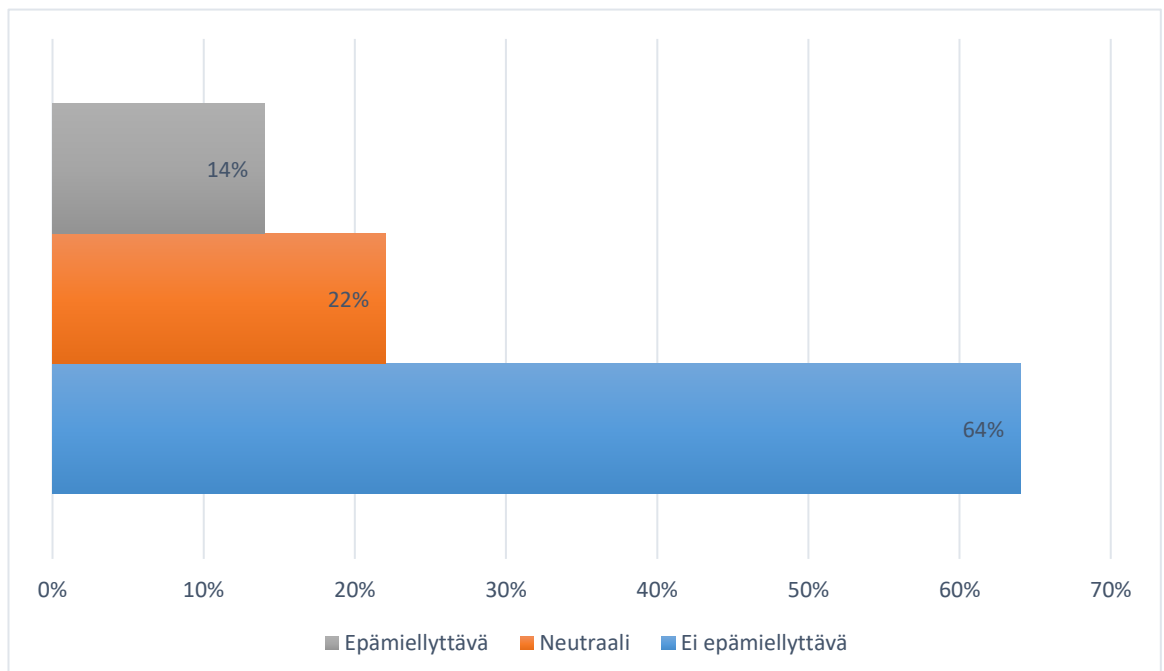
Seuraavaksi haluttiin selvittää vastaajien ikäjakauma (Taulukko 2). Ikäjakauma jaettiin kuuteen eri ryhmään; 17–26-vuotiaat, 27–36-vuotiaat, 37–46-vuotiaat, 47–56-vuotiaat, 57–66-vuotiaat sekä 67-vuotiaat sekä sitä vanhemmat. Vastauksia kyselyyn saatiin jokaisesta ikäryhmästä. Eniten vastauksia tuli 27–36-vuotiaiden keskuudesta. Heidän osuus vastaajista oli 26 %. Kaikkein vähiten saatiin vastauksia 67-vuotiaiden tai sitä vanhempien ryhmästä. Vastauksia tästä ryhmästä saatiin 1 kappaletta eli 3 % vastanneista.

Taulukko 2. Ikä (n=39)

V	N	%
17-26	8	20%
27-36	10	26%
37-46	9	23%
47-56	4	10%
57-66	7	18%
+67	1	3%

Seuraavassa kysymyksessä kysyttiin kokisiko vastaaja epämiellyttäväksi, mikäli jo varaustilanteessa kysyttäisiin mahdollista kuuroutta (Taulukko 3). Vastaajat ilmaisivat mielipiteensä kysymykseen asteikolla 1-5. 23 vastaajaa eli 64 % ei kokisi kysymystä epämiellyttäväksi, kun taas 5 vastaajaa eli 14 % vastaajista kokisi sen epämiellyttäväksi. Loput 8 vastaajaa eli 22 % oli sitä mieltä, että asia on suhteellisen neutraali heille. Kysely toteutettiin COVID-19-pandemian aikana, mikä saattaa vaikuttaa vastaajiin.

Taulukko 3. (n=3)

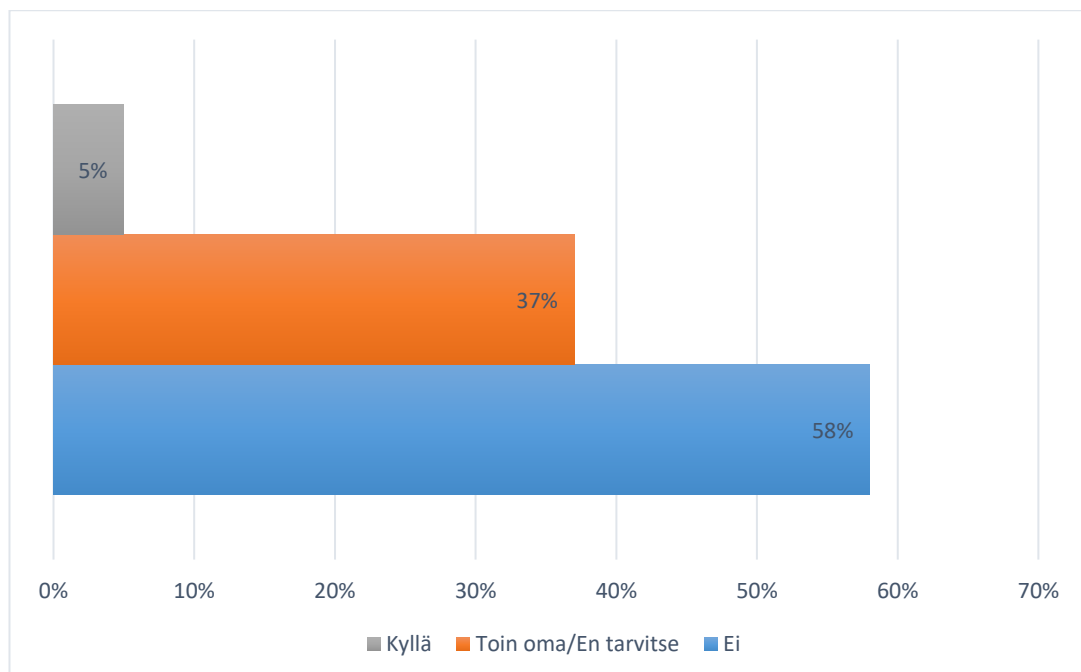


Kysymykseen kolme oli myös mahdollista vastata avoimella kysymyksellä; ”Omat sanat varaustilanteeseen”. Kysymykseen tuli 16 vastausta. 3 vastanneista sanoivat, etteivät ymmärrä miksi asiaa pitäisi kysyä, joten he jättivät vastaamatta ylempään kysymykseen. 6

vastaajaa halusi korostaa, minkä takia he eivät kokisi kysymystä epämiellyttäväksi; heistä on tärkeää, että henkilökunta tietää kuuroudesta turvallisuuden takia. Loput 8 vastaajaa kertoivat miksi vastasivat neutraalin tai sen, että kokisivat asian epämiellyttäväksi; vastauksista nousi esiin kysymyksen tarpeettomuus sekä heidän luokittelunsa eri ryhmään kuin valtaväestö.

Seuraavassa kysymyksessä selvitettiin onko hotelli tarjonnut vastaajille kuuroille suunnattua herätyskelloa (Taulukko 4). Vastausvaihtoehtoina olivat kyllä, ei sekä toin oman/en tarvitse. Vastaajista 2 eli 5 % vastasivat, että kyllä heille on tarjottu, kun taas 22 eli 58 % vastaajaa vastasivat, ettei heille ole tarjottu. Loput 14 eli 37 % vastaajaa ilmoittivat, etteivät he tarvitse tai toivat oman mukanaan.

Taulukko 4. (n=38)



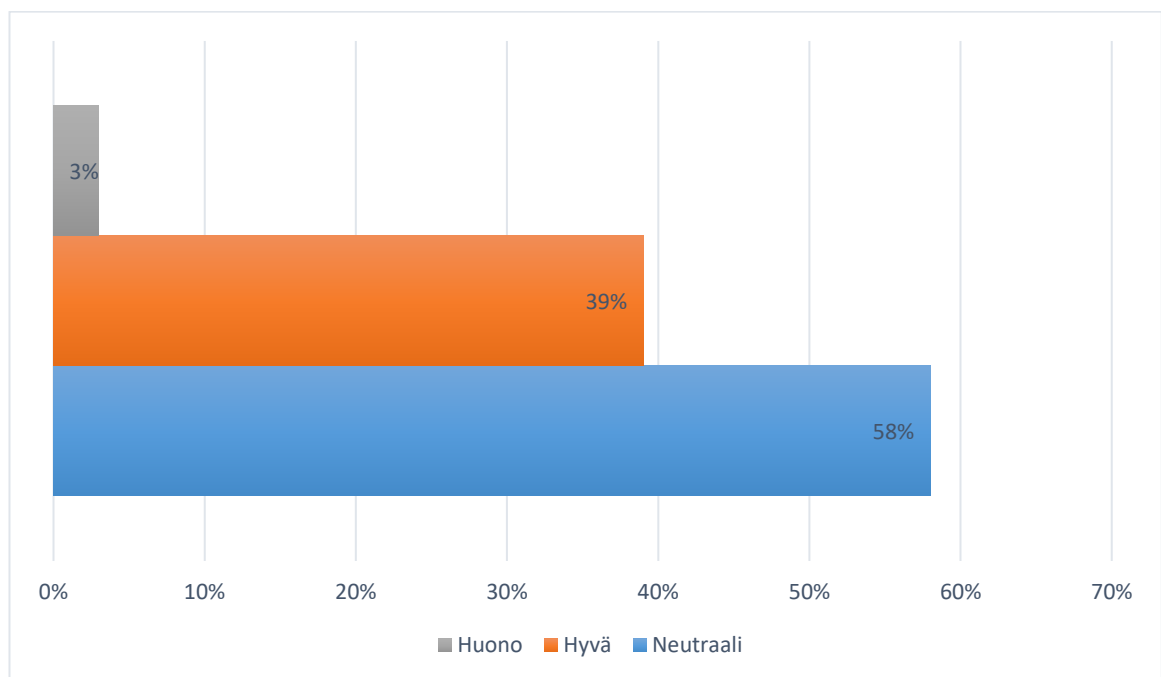
Edelliseen kysymykseen oli liitetty avoin jatkokysymys; ”Omat sanat herätyskelloon liittyen”. Siihen vastanneita oli 18. Kahdeksan vastaajista olisivat iloisia, mikäli heille tarjottaisiin kyseinen hälytint. He myös kertoivat, että eivät ole edes ajatelleet tilannetta. 1 vastaaja kertoi miten Norjassa hänelle oli tarjottu sekä herätys että palovaroitin huoneeseen. Loput 9 vastaajaa kertoivat, etteivät tarvitse matkalla herätystä tai he ovat tuoneet omansa mukanaan.

Seuraava kysymys oli myös avoin kysymys; ”Mitä sinä ajattelisit, jos hotellihuoneeseen asennettaisiin tärisevä palovaroitin valmiiksi?”. Kysymykseen saatiin 36 vastausta. 100 % vastanneista olisivat erittäin tyytyväisiä, mikäli huoneessa olisi asennettuna palovaroitin.

Vastaajat korostivat myös sitä, miten he eivät ole itsekään ajatelleet asiaa, vaikka heillä on kotona samanlainen järjestelmä. 2 vastaajaa toivoi, että ihmisen henkeä ei mitattaisi vain rahassa. He huomioivat kustannuskysymyksen tämän kaltaisessa uudistuksessa. Vastaajat olivat yksimielisiä tämän kaltaisen uudistuksen lisäävän asiakaskuntaa sekä tämän kaltainen pelastusjärjestelmä auttaisi kaikkia.

Seuraava kysymys selvitti miten vastaajat olivat kokeneet asiakaskohtaamisen hotellin vastaanotossa (Kuva 5). Kysymykseen vastasi 38 henkilöä. Vastaajista 1 eli 3 % oli kokenut huonoa asiakaskohtaamista vastaanotossa. 22 eli 58 % vastaajan kokemukset olivat neutraaleja. 15 eli 39 % vastaajaa oli saanut hyvää kohtaamista vastaanotossa.

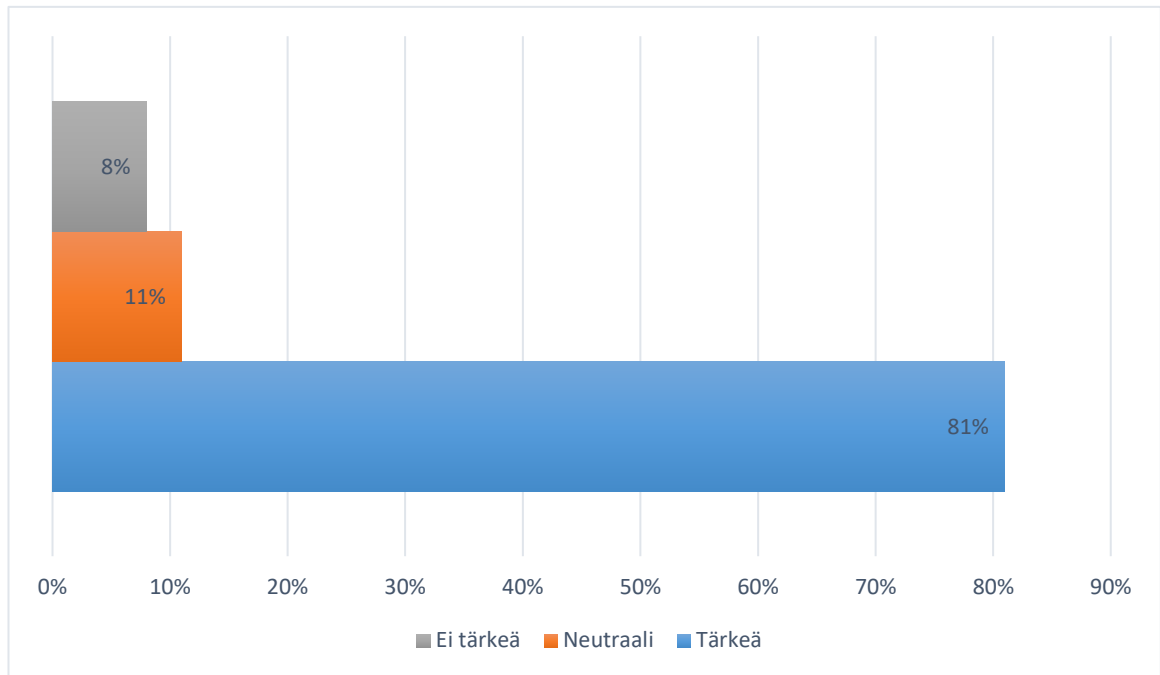
Taulukko 5. (n=38)



Seuraava kysymys liittyi edelliseen kysymykseen. Tämä kysymys oli avoin kysymys; ”Omat kokemukset hotellin vastaanotossa?”. Vastauksia kysymykseen saatiin 24. Moni vastaajista kertoi kokemusten olevan sekavia. Kuurous aiheuttaa kummallista sekoilua vastaanotossa eikä vastaajia ole osattu kohdata kunnolla. 1 vastaaja kertoi asiakaspalvelijan hermostuneen hänelle, koska ei kuullut.

Seuraavassa kysymyksessä selvitettiin kokisiko kuuro tärkeäksi, että vastaanotto osaisi edes vähän viittomakieltä (Kuva 6). Vastauksia saatiin 37. Vastaajista 30 eli 81 % koki tärkeäksi, että vastaanotto osaisi viittomakieltä. 4 vastaajaa eli 11 % koki asian neutraaliksi ja 3 vastaajaa eli 8 % ei kokenut asiaa tärkeäksi.

Taulukko 6. (n=37)



Seuraavassa avoimessa kysymyksessä vastaajat saivat kertoa mitkä olisivat heidän mielestään tärkeimmät viittomat mitä vastaanoton pitäisi osata. Vastauksia saatiin 32. Vastaajista jokainen sanoi tärkeimmiksi viittomiksi; kiitos, tervetuloa ja näkemiin. 6 vastaajaa sanoi lisäksi tärkeäksi, jos osaisi viittoja missä on aamupala ja missä on huoneesi. Vastauksista nousi myös esiin, jos ei viittomakieltä osaa, kaivaa esimerkiksi kynän ja paperin esiin ja alkaa kommunikoida niiden avulla.

Seuraava kysymys koski hotelleja, jossa vastaajat ovat saaneet parhaan asiakaskokemuksen. "Missä hotellissa olet saanut parhaimman palvelun kuuron näkökulmasta ja miksi?" Vastauksia kysymykseen saatiin 24. Vastaajat olivat saaneet hyvää palvelua niin isoista ketjuhotelleista kuin pienistä yksityishotelleista. Vastaajat nostivat esiin nämä hotellit, jossa he olivat saaneet todella yksilöllistä sekä tasavertaista palvelua. 1 vastaajista kertoi miten hänelle oli tehty valmiiksi muistiinpanot alueen nähtävyyksistä sekä hotellin palveluista. Vastanneista 6 sanoi saaneensa parasta palvelua hotelleista missä ei tarvitse kohdata vastaanotossa ketään, vaan kaikki hoituu sähköisesti.

Viimeisen kysymyksen avulla selvitettiin miten voitaisiin parantaa hotellissa palvelua muuallakin kuin vain vastaanotossa. "Muita huomioita hotellin asiakaspalveluun ja hotellihuoneen/keittiön palveluihin? Mitä kehitettävää niissä olisi?" Tähän kysymykseen saatiin 25 vastausta. Moni vastaaja korosti miten olisi tärkeää antaa kuuroille mahdollisuus kommu-

nikoida muullakin kuin eleillä. Vastaajista moni korosti miten olisi mukavaa, jos hekin voisivat käyttää huonepalvelua. Vastaajat toivoivat myös kärsivällisyyttä heidän kanssaan kommunikointiin sekä enemmän visuaalisuutta kommunikointiin.

6 Pohdinta

Työn tutkimusongelmat käsittelevät kuurojen kohtaamaa asiakaspalvelua sekä turvallisuuden liittyviä kehitysehdotuksia sekä niiden toimivuutta. Työn tavoitteena on saada mahdollisimman paljon tietoa tutkimuksen kohderyhmältä, jonka pohjalta voidaan tehdä parannuksia esitettyihin ehdotuksiin sekä kerätä uusia parannusehdotuksia, jolla voidaan tulevaisuudessa saavuttaa mahdollisimman inklusiivinen sekä tasavertainen palvelutilanne kaikille.

Tutkimuksen tulokset tukevat tietoperustaa ja siinä esitettyjä asioita. Kuurojen äidinkieli ei ole suomen kieli vaan viittomakieli. Viittomakieltä ei kirjoiteta, joten kuuron on syytä oppia joko suomen tai ruotsin kirjoitettu kieli (Takala & Sume 2016, 148 – 149.). Tutkimus korostaa miten tärkeää oikeanlainen kohtaaminen kyselyn kohdeyleisön kanssa on sekä miten heidän valtaväestöstä eroava kieli vaikuttaa kirjallisessakin muodossa kommunikointiin.

Tutkimuksessa vastaajat kertoivat millaista palvelua he toivoisivat saavansa käyttäessään palveluita missä on asiakaskohtaamista. Tutkimuksessa käy myös ilmi miten voimakkaasti kuurot viittomakieliset ovat huomioineet sanatonta viestintää. Jokaisella ihmisellä on oikeus identiteetin kunnioittamiseen, jonka lähtökohtana on, ettei ennakkoluuloja saa tehdä. Asiakaskohtaaminen on vuorovaikutusta, missä voi aina sattua virheitä. Virheen sattuessa täytyy osata pyytää anteeksi ja myöntää virheensä. Asenteet ja ennakkoluulot näkyvät myös sanattomassa viestinnässä. Henkilökunnan oikealla kouluttamisella ehkäistään vastaavia tilanteita. (Räsänen, P. ym. 2021, 19.)

Yllätyksenä tutkimuksessa tuli miten paljon kuurot ovat kokeneet huonoa asiakaskohtaamista. Oikeanlaisesta asiakaskohtaamisesta on tullut monen yrityksen perusta (Karhinen & Korhikoski 2019, 44.). Tämä korostaa tietoperustassa esitetyn henkilöstöjohtamisen tärkeyttä, jotta voidaan saavuttaa inklusiivista palvelua. Tutkimuksen tulokset ovat toimeksiantajalle tärkeitä sekä hyödyllisiä, vaikka se ei liity suoraan toimeksiantajan tekemään työhön. Toimeksiantaja ei ole kohdannut aikaisemmin vastaavanlaista työtä, joka lisää heidän mielestään työn tärkeellisyyttä ja uutuusarvoa, sillä työ levittää tietoisuutta kuuroista sekä viittomakielestä ja työn pohjalta voidaan luoda ohjeita hotelleille parempaan asiakaskohtaamiseen.

Tutkimuksessa selvitettiin myös kuurojen ajatuksia, mikäli huoneeseen asennettaisiin jo valmiiksi erityisesti heidän turvallisuuttaan ajatellen hälytysavustimia, sillä kuulovammaisten sekä kuurojen voi olla vaikeaa havaita erilaisia hälytyksiä. Tilanteita voivat olla esimerkiksi ovikello, herätys sekä palohälytys. Nykyisin näitä varten on kehitetty helppokäyttöisiä

sekä tehokkaita integroitavia ratkaisuja. Hälytysjärjestelmissä hälytys voidaan ilmoittaa joko äänellä, valolla tai tärinäällä. Hälytysjärjestelmä voidaan sisään rakentaa esimerkiksi ovikelloon tai palohälyttimeen, jolloin se antaa halutun ja määritellyn ilmoituksen. Hälytysjärjestelmän vastaanotin voi olla joko LED-valon lähde, mihin voidaan määrittää esimerkiksi jokaiselle hälytykselle oma värinsä sekä saman hälytyksen voi yhdistää herätyskellon tärinätimeen. (Kuuloavain 2021.) Nykyiset välineet voidaan integroida erittäin hyvin huoneeseen, joten ne eivät edes vaikuttaisi vierailukokemukseen mitenkään. Lisäksi välineet auttavat muitakin kuin vain kuuroja.

6.1 Johtopäätökset ja kehittämisehdotukset

Tutkimuksen ytimeksi sekä kokonaisvaltaiseksi johtopäätökseksi tutkimuksen tuloksista voi tehdä sen, miten suuri halu kuuroilla on kuluttaa palveluita sekä tulla kohdatuksi tasa-vertaisesti. Tutkimustuloksista käy hyvin myös ilmi miten kuurot haluaisivat kommunikoida omalla kielellään, mikä on täysin ymmärrettävää, sillä kumminkin puhumme elinvoimaisesta kielestä sekä kulttuurista. Lisäksi kuuroilla on huoli omasta turvallisuudestaan, sillä hotellien hälytysjärjestelmät on luotu kuuleville, vaikkakin kuuroille suunnatut hälytysjärjestelmät tehostaisivat kuulevienkin reagoitua hätätilanteisiin. Tutkimuksessa huomaa myös kuurojen vaatimattomuuden miten pienillä asioilla heidän kokemuksensa palvelusta voisi saada paljon paremmaksi. Tutkimuksesta saaduilla vastauksilla voidaan parantaa sekä hotellien asiakaskokemusta että asiakkaiden turvallisuutta. Lisäksi kaikki kehitysehdotukset ovat saavutettavissa.

Ensimmäinen kehityskohta hotelleilla on asiakaskohtaamisen parantaminen sekä inklusiivisen palvelun tarjoaminen muun muassa hotellin vastaanotossa että muissa hotellin palveluissa. Tutkimuksesta saatujen vastausten pohjalta tämän osa-alueen parantaminen nostaa hotellin mainetta sekä lisää mahdollisesti myyntiä. Asiakaskokemuksen parantaminen alkaa yrityksen johtoportaasta lähtien. Heidän halunsa tarjota yrityksessään parempaa ja räätälöidympeä palvelua vaatii pitkää sitoutumista ja työntekijöiden sitouttamista yrityksen arvoihin. Työntekijöiden sitouttamista voidaan vahvistaa kouluttamalla heitä sekä lisäämällä tietoa inklusiivisesta palvelusta.

Hotellissa voi esiintyä kommunikointihaasteita aina välillä kohdeyleisön sekä muidenkin vieraskielisten asiakkaiden kanssa. Tällä hetkellä pääsääntöinen kommunikointi tapahtuu esimerkiksi vastaanoton sekä huonepalvelun kanssa puhelimitse huoneesta. Kyseiset haasteet saadaan ratkaistua lisäämällä huoneisiin jokin muu kommunikointitapa kuin vain puhelin. Yksi muunlainen kommunikointitapa on esimerkiksi kirjoittaminen, mikäli huonee-

seen on valmiiksi asennettu laite, minkä avulla voit tehdä tilauksen huonepalveluun tai ottaa yhteyttä vastaanottoon. Muita keinoja kommunikoinnin sekä yksilöllisemmän asiakas kohtaamisen parantamiseksi on halu oppia edes vähän uusia kieliä. Mikäli asiakas käyttää kuulokojeita tai implanttia, heidän kanssaan asiointia voi helpottaa esimerkiksi hankkimalla vastaanottoon FM-laitteen, jolloin vastaanotossa oleva taustamelu ei häiritse niin paljon. Lisäksi kommunikointihaasteita voitaisi helpottaa esimerkiksi palkkaamalla viittomakielistä henkilökuntaa sekä viittomakielen osaamista voitaisi hyödyntää markkinoinnissa.

Turvallisuus hotelleissa on huomattavasti parantunut vuosien varrella. Silti edelleen on parantamisen varaa. Hotellien pelastustoiminta esimerkiksi hälytystilanteissa perustuu äänillä annettaviin ohjeisiin sekä hälytyksiin. Kuuroille on suunniteltu paljon apuvälineitä esimerkiksi juuri palotilanteita varten, jossa hälytystoiminto perustuu valoon tai tärinällä annettuun hälytykseen. Nämä laitteet voidaan esimerkiksi yhdistää ovesa olevaan ovikelloon, jolloin ne auttavat huonesiivoojia ilmoittamaan tulostaan. Hälytysjärjestelmä ei pelkästään palvele kuuroja tai huonokuuloisia asiakkaita, vaan jokaista huoneessa yöpyjää.

Hotellien ja muiden palveluntarjoajien on mahdollista teettää itse samankaltaisia tutkimuksia sekä saada mahdollisesti samanlaista dataa. Palveluntarjoajat voivat hyödyntää tuloksia omassa toiminnassaan, mikäli haluavat tulevaisuudessa olla inklusiivisempia palveluntarjoajia.

Tulevaisuudessa mahdollinen jatkotutkimuksen kohde voitaisiin tehdä muun muassa siitä onko inklusiivisemmasta palvelusta tullut tärkeämpi osa hotelli- ja matkailualaa. Lisäksi voitaisiin selvittää miten kiinnostuneita hotellien työntekijät ovat itse oppimaan parempaa palvelua sekä parempaa kommunikointia. Mikäli yritykset tekevät muutoksia tämän tutkimuksen pohjalta, niin jatkotutkimuksen voi myös toteuttaa tästä tutkimuksesta, miten asiakkaat, niin kuurot kuin kuulevat, ovat kokeneet kyseiset muutokset.

6.2 Validiteetti

Kun tutkimus on tehty ja aletaan tarkastelemaan saatuja tuloksia, tulee alkaa pohtimaan validiteettia eli pätevyyttä. Validiteetin lisäksi on tärkeää pohtia reliabiliteettia eli luotettavuutta. Validiteetti mittaa tutkimuksen laatua eli sillä pystytään kertomaan miten hyvin tutkimuksen luoja on pystynyt määrittelemään käytetyt kysymykset vastaamaan tutkittavaa asiaa. Jos tutkimus on validi, silloin on onnistuttu mittaamaan mitä oli työn tavoitteena selvittää. Vastaukset eivät ole valideja, mikäli vastaaja ei ole ymmärtänyt kysyttyä asiaa oikein. Reliabiliteetin onnistumista voidaan mitata tutkimuksen mittaustuloksista saatavalla

toistuvuudella. Tutkimus on reliabiliteettinen, mikäli samaa henkilöä tai 52 tutkittavaa ryhmää tutkittaessa päädytään samaan tulokseen jokaisella kerralla. Tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttaa aina sen aikana tapahtuneet mahdolliset virheet. Virheet voivat tapahtua otannassa käsittelyssä tai mitattaessa. (Heikkilä 2014, 175–176.)

Tämän tutkimuksen validiteetti on pätevä, sillä tutkimus vastasi esitettyihin tutkimusongelmiin. ”Kokisitko epämiellyttäväksi, mikäli jo varaustilanteessa kysyttäisiin kuuroudesta?”, ”Majoittuessasi hotelliin onko hotelli tarjonnut sinulle herätyskelloa?”, ”Mitä sinä ajattelisit, jos hotellihuoneeseen asennettaisiin tärkeä palovaroitin valmiiksi?”, ”Miten hyvin vastaanotto on kohdannut sinut saapuessasi hotelliin?”, ”Olisiko omasta mielestäsi tärkeää, että vastaanotto osaisi edes vähän viittomakieltä? Mitkä olisivat tärkeimmät viittomat?”, ”Missä hotellissa olet saanut parhaimman palvelun kuuron näkökulmasta ja miksi?” sekä ”Muita huomioita hotellin asiakaspalveluun ja hotellihuoneen/keittiön palveluihin? Mitä kehitettävää niissä olisi?”. Kohderyhmän vastaukset vastasivat kysymyksiin joko kirjallisesti, numeraalisesti sekä prosentuaalisesti, mikä tukee tutkimuksen reliabiliteettia. Tutkimus on myös mahdollista uusia ja saada samankaltaisia vastauksia, mikäli yritykset eivät ala panostamaan yrityksen inklusiivisuuteen.

6.3 Oma oppiminen ja kehitys

Opinnäytetyön aloittaminen oli minulle hiukan hankalaa. Aiheen valinta oli haastavaa, sillä halusin tehdä työn itselleni tärkeästä sekä kiinnostavasta aiheesta. Aiheen valinnan jälkeen oli haastavaa koota tietoperustaa aiheen ympärille, josta ei vastaavaa tutkimustakaan ole varsinaisesti tehty aikaisemmin. Aloitin opinnäytetyöprosessin jo 21.11.2020 ja alku oli todella hankalaa, koska en tiennyt miten pitäisi lähteä toimimaan. Onneksi työtä pystyi täydentämään vielä loppuvaiheessakin, kun tietoperustan palaset ja käytännön tutkimuksen toteutus tuloksineen alkoivat nivoutua hienosti yhteen.

Tutkimusta aloittaessani en tiennyt miten paljon tutkimukseeni tulee vaikuttamaan se, että se esitettiin vain kirjoitetulla suomen kielellä, mikä ei ole kuurojen äidinkieli. Lisäksi levitykseen vaativien oikeiden kanavien löytäminen oli haasteellista, mutta onneksi toimeksiantajani auttoi tässä.

Tutkimusta varten minun piti opiskella paljon kuurojen historiaa sekä selvittää jo etukäteen miten he toivoisivat tulla itse kohdatuksi. Näille toiveille sain vahvistusta esitetyissä kysymyksissä. Tutkimus sekä sitä edeltänyt taustatyö ovat vahvistaneet omaa käsitystäni siitä, miten voisimme tarjota inklusiivisempaa palvelua kaikille sekä mitä kaikkia mahdollisuuksia sekä uusia markkinarakoja kohderyhmän huomiointi avaa.

Tutkimus syvensi kokonaisuudessaan tietoa kuuroista sekä kuurojen kulttuurista ja heidän rikkaasta kielestään. Opin myös sen, miten tärkeäksi kuurot kokevat oman yhteisönsä, mutta samaan aikaan sen, miten tärkeää heille on kuulua voimakkaasti yhteiskuntaan tasavertaisena eikä heidän kuuroudesta tehtäisi ongelmaa. Sillä sitä se ei ole, vaan se on rikkaus, mistä me muut voisimme oppia.

Lähteet

Ahvenainen, P. Gylling, J. & Leino, S. 2017. Viiden tähden asiakaskokemus - Tee asiakastasi faneja. Helsingin Kamari Oy. Helsinki.

Filenius, M. 2015. Digitaalinen asiakaskokemus - Menesty monikanavaisessa liiketoiminnassa. Docendo Oy. Jyväskylä.

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

Juuti, P. 2015. Johda henkilöstö asiakaskeskeisyyteen. PS-kustannus. Jyväskylä.

Kananen J. 2008. Kvantti. Kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun. Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino

Kansaneläkelaitos 2020. Vammaisten henkilöiden tulkkauspalvelu. Luettavissa: <https://www.kela.fi/vammaisten-tulkkauspalvelu>. Luettu: 19.2.2021.

Korkiakoski, K. & Karhinen, R. 2019. Asiakaskokemus ja henkilöstökokemus: Uusi aika, uudenlainen johtaminen. Alma Talent. Helsinki.

Kortesuo, K. & Patjas, L-M. 2011. Kuka vastaa? Asiakaspalvelu sosiaalisessa mediassa. Infor Oy. Jyväskylä.

Kuuloavain 2021. FM-laite. Luettavissa: <https://www.kuuloavain.fi/info/kuulon-kuntoutus/apuvalineet/fm-laite>. Luettu: 18.9.2021.

Kuuloavain 2021. Hälytysäänten kuuleminen. Luettavissa: <https://www.kuuloavain.fi/info/kuulon-kuntoutus/apuvalineet/halytysaanten-kuuleminen/>. Luettu: 18.9.2021.

Kuuloliitto ry 2021. Apuvälineet ja vammaispalvelu. Luettavissa: <https://www.kuuloliitto.fi/kuulo/sosiaaliturvaopas/apuvalineet-ja-vammaispalvelu>. Luettu: 16.9.2021.

Kuuloliitto ry 2021. Kuulokojeet ja apuvälineet. Luettavissa: <https://www.kuuloliitto.fi/kuulo/kuulokojeet-ja-apuvalineet>. Luettu: 16.9.2021.

Kuuloliitto ry 2021. Kuulo ja kuulovammat. Luettavissa: <https://www.kuuloliitto.fi/kuulo/kuulo-ja-kuulovammat>. Luettu: 17.2.2021.

Kuuloliitto ry 2021. Sisäkorvaistute. Luettavissa: <https://www.kuuloliitto.fi/kuulo/sisakorvaistute>. Luettu: 18.9.2021.

KvantiMOTV 2021. Numerotulosten esittäminen ja taulukkojen laatiminen. Luettavissa: <https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/raportointi/numerotulokset.html>. Luettu: 19.9.2021.

Malm, A. 2000. Viittomakieliset Suomessa. Finn Lectura. Helsinki.

Mäkinen, M. Kahri, A. & Kahri T. 2010. Brändi kulmahuoneeseen! WS Bookwell Oy. Porvoo.

Oikeusministeriö 2021. Viittomakielet. Luettavissa: <https://oikeusministerio.fi/viittomakielet>. Luettu: 17.2.2021.

Räsänen, P., Röksä, I., Parviainen, J., Halonen, K. & Rissanen, P. 2021. Business Finland Oy & Visit Finland - Inklusiivisen matkailun opas. Luettavissa: https://www.businessfinland.fi/497013/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2021/inklusiivisen_matkailun_opas_2021.pdf. Luettu: 19.8.2021.

Salmi, E. & Laakso, M. 2005. Maahan lämpimään: Suomen viittomakielisten historia. Kuurojen Liitto ry. Helsinki.

Takala, M. & Sume, H. 2016. Kieli, kuulo ja oppiminen: Kuurojen ja huonokuuloisten lasten opetus. Finn Lectura. Helsinki.

Wibowo, A., Chen, S., Wiangin, U., Ma, Y. & Ruangkanjanases, A. 2021. Customer Behavior as an Outcome of Social Media Marketing: The Role of Social Media Marketing Activity and Customer Experience. Sustainability. Luettavissa: <https://search-proquest-com.ezproxy.haaga-helia.fi/docview/2474521395?pq-origsite=primo>. Luettu: 30.3.2021.

Liitteet

Liite 1. Saatekirje



Kuurojen Liitto ry

27. toukokuuta · 🌐



Opiskelija Jani Ylä-Jussila toivoo viittomakielisiltä vastauksia opinnäytetyöhönsä liittyvää kyselyyn. Minkälaisia asiakaskohtaamisia sinulla on ollut hotelleissa?

"Hei,

opiskelen hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohtoa viimeistä vuotta Haaga-Heliassa. Teen opinnäytetyöni kuurojen asiakaskohtaamisen parantamisesta hotellissa. Työn tavoitteena on kerätä teidän näkemyksiä sekä ehdotuksia, jotta mahdollisesti tulevaisuudessa pystytään tarjoamaan tasavertaisempaa sekä sujuvampaa asiakaspalvelua. Kyselyyn vastaaminen ei vie kuin muutaman minuutin, mutta antaa sitäkin enemmän tärkeää tietoa.

Kiitos jo etukäteen.

Kysely on auki 31.8.2021 asti:

<https://link.webpolsurveys.com/S/46A9E9FDD603FC13> ✓

Jani Ylä-Jussila"



LINK.WEBPOLSURVEYS.COM

**Webropolilla luotu kysely: Opinnäytetyö:
Asiakaskohtaamisen parantaminen**

Liite 2. Kyselytutkimus

SIVU 1

Opinnäytetyö: Asiakaskohtaamisen parantaminen

1. Sukupuoli

- Mies
 Nainen
 Muu

+ Lisää kysymys

+ Lisää tekstiä/kuvia

+ Lisää sivunvaihto

2. Ikä

- 17-26
 27-36
 37-46
 47-56
 57-66
 66+

+ Lisää kysymys

+ Lisää tekstiä/kuvia

+ Lisää sivunvaihto

3. Kokisitko epämiellyttäväksi, mikäli jo varaustilanteessa kysyttäisiin kuuroudesta? (1= En kokisi 5= Kokisin)

1

2

3

4

5

+ Lisää kysymys

+ Lisää tekstiä/kuvia

+ Lisää sivunvaihto

4. Omat sanat varaustilanteeseen.

————— [+ Lisää kysymys](#) [+ Lisää tekstiä/kuvia](#) [+ Lisää sivunvaihto](#) —————

[Seuraava](#)

Lisää vaihtoehtoinen teksti tähän

SIVU 2

[Yhdistä sivut](#)

Opinnäytetyö: Asiakaskohtaamisen parantaminen

5. Majoituessasi hotelliin onko hotelli tarjonnut sinulle herätyskelloa?

- Kyllä
 Ei
 En tarvitse/Toin oman

————— [+ Lisää kysymys](#) [+ Lisää tekstiä/kuvia](#) [+ Lisää sivunvaihto](#) —————

6. Omat sanat hotellin herätyskelloon liittyen.

7. Mitä sinä ajattelisit, jos hotellihuoneeseen asennettaisiin tärisevä palovaroinn valmiiksi?

————— [+ Lisää kysymys](#) [+ Lisää tekstiä/kuvia](#) [+ Lisää sivunvaihto](#) —————

**8. Miten hyvin vastaanotto on kohdannut sinut saapuessasi hotelliin?
(1= Huonosti 5= Hyvin)**

- | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Valinta | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

————— [+ Lisää kysymys](#) [+ Lisää tekstiä/kuvia](#) [+ Lisää sivunvaihto](#) —————

9. Omat kokemukset hotellin vastaanotossa?

————— [+ Lisää kysymys](#) [+ Lisää tekstiä/kuvia](#) [+ Lisää sivunvaihto](#) —————

[Edellinen](#)

[Seuraava](#)

Lisää vaihtoehtoinen teksti tähän

10. Olisiko omasta mielestäsi tärkeää, että vastaanotto osaisi edes vähän viittomakieltä?
(1= Ei olisi 5= Olisi)

	1	2	3	4	5
Valinta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[+ Lisää kysymys](#)

[+ Lisää tekstiä/kuvia](#)

[Lisää sivunvaihto](#)

11. Mitkä olisivat tärkeimmät viittomat?

[+ Lisää kysymys](#)

[+ Lisää tekstiä/kuvia](#)

[Lisää sivunvaihto](#)

12. Missä hotellissa olet saanut parhaimman palvelun kuoron näkökulmasta ja miksi?

[+ Lisää kysymys](#)

[+ Lisää tekstiä/kuvia](#)

[Lisää sivunvaihto](#)

Avoin kysymys



13. Muita huomioita hotelliin asiakaspalveluun ja hotellihuoneen/keittiön palveluihin?
Mitä kehitettävää niissä olisi?

