

NEPSYT JA MATKAILU

Neuroepätyypillisten henkilöiden esteettömyyden huomioiminen
matkailussa

Mikkola Maria
Rahkola Hanne

Opinnäytetyö

Restonomikoulutus
Restonomi (AMK)

2024

Restonomikoulutus
Restonomi (AMK)

Tekijä	Maria Mikkola Hanne Rahkola	Vuosi	2024
Ohjaaja	Merja Koikkalainen		
Toimeksiantaja	Pohjois-Suomen Autismikirjo ry		
Työn nimi	Nepsyt ja matkailu. Neuroepätyypillisten henkilöiden huomioiminen matkailussa.		
Sivumäärä	48 + 5		

Opinnäytetyön aiheena oli asiakasymmärryksen ja esteettömyyden lisääminen matkailu- ja tapahtuma-alan yritysten näkökulmasta tilanteissa, joissa asiakasryhmänä on nepsyt eli neuroepätyypilliset henkilöt, joilla on neuropsykiatrisia häiriöitä ja jotka ovat saaneet autismikirjon häiriön diagnoosin. Toimeksiantajana oli Pohjois-Suomen Autismikirjo ry, joka on autismikirjon henkilöiden, heidän läheistensä sekä alan asiantuntijoiden yhdistys. Opinnäytetyön tehtävänä oli kehittää Oulun alueen matkailu- ja tapahtuma-alan yritysten nepsyosaamista. Opinnäytetyön tavoitteena oli saada tietoa siitä, mitä matkailu- ja tapahtuma-alan yritysten olisi hyvä huomioida kehittäessään toimintaansa saadakseen nepsyistä lisää asiakaskuntaa.

Opinnäytetyön tietoperustan muodostivat alan ajankohtainen kirjallisuus ja lähdemateriaali autismikirjon häiriöstä ja asiakaskokemuksen kehittämistä matkailualalla. Opinnäytetyö oli luonteeltaan kehittävä. Opinnäytetyön toteutus oli menetelmältään laadullinen. Aineistoa kerättiin laadullisella kyselyllä ja benchmarkingilla, jossa hankittiin aineistoa kohderyhmältä infokortin laatimiseksi sekä kartoitettiin Oulun alueen matkailu- ja tapahtuma-alan yritysten verkkosivujen tietoa esteettömyyden ja erityisesti aistiesteettömyyden osalta. Aineisto analysoitiin sisällönanalyysillä ja teemoittelulla.

Menetelmien kautta saadut tulokset osoittivat, että Oulun alueen matkailu- ja tapahtuma-alan yritysten nepsy-ymmärrys on puutteellista ja aistiesteettömyyden huomioinnissa on vielä parannettavaa. Opinnäytetyön keskeinen tulos oli se, että nepsyjen tarpeita ja toiveita ei huomioida kovinkaan kattavasti esimerkiksi äänimaailman ja valaistuksen osalta. Opinnäytetyön tuotoksena luotiin infokortti jaettavaksi Oulun alueen matkailu- ja tapahtuma-alan yrityksille nepsy-tietoisuuden lisäämiseksi. Opinnäytetyön tuloksista ja tuotoksesta voivat hyötyä matkailu- ja tapahtuma-alan yritykset, jotka haluavat kehittää toimintaansa nepsyjä huomioivaksi.

Avainsanat

Autismikirjo, nepsy, aistiesteettömyys, asiakaskokemus

Degree programme in Tourism
Bachelor degree, blended studies

Author	Maria Mikkola Hanne Rahkola	Year	2024
Supervisor	Merja Koikkalainen		
Commissioned by	Pohjois-Suomen Autismikirjo ry		
Title	Neurodivergents and traveling. Considering neurodivergent people in traveling business.		
Number of pages	48 + 5		

The subject of the thesis was to increase awareness of customer experience and accessibility in companies that are operating in the field of traveling and events planning from the perspective of neurodivergent people who might have been diagnosed with autism spectrum disorder. The thesis was commissioned by Pohjois-Suomen Autismikirjo ry, which is a society for people on the Autism Spectrum and their family and loved ones. The task of the thesis was to increase awareness and add knowledge of neurodivergent behavior to the companies in traveling and event planning business in the Oulu region. The aim of the thesis was to receive knowledge of needs and services that the companies in traveling and events planning should consider when developing their business and adding neurodivergents to their clientele in the future.

The key concepts of the thesis were current literature and source material of autism spectrum disorder and developing customer experience in travel and event planning business. The thesis was a research development work and different methods such as qualitative survey and benchmarking were used to implement it. Content analysis and separating themes were used to gather information to the info card.

The results of the qualitative survey and benchmarking showed that knowledge in behavior of the neurodivergents, sensory accessibility and customer experience are yet to be improved. The recognition of neurodivergent people as users of their websites is to be considered when improving accessibility. The most important finding was that the needs and hopes of neurodivergents are neglected in the travel and event planning business in Oulu region, especially when sounds and lighting areas. The output of the thesis is an info card to be used as a tool in increasing awareness of neurodivergent people in the Oulu region. The results and output can benefit all companies operating in the travel and event planning section that are interested in understanding and gaining neurodivergent people to their clientele as customers.

Keywords autism spectrum disorder, neurodivergent, sensory accessibility, customer experience

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	5
2	POHJOIS-SUOMEN AUTISMIKIRJO RY TOIMEKSIANTAJANA	9
3	AUTISMIKIRJON HÄIRIÖ	10
3.1	Nepsy	10
3.2	Autismi	11
3.3	Neuropsykologian häiriöt	12
3.4	Aistiherkkyys	13
4	ESTEETTÖMYYS	16
4.1	Esteettömyys käsitteenä	16
4.2	Aistiesteettömyys	18
4.3	Inklusio	19
5	ASIAKASKOKEMUKSEN KEHITTÄMINEN MATKAILUALALLA	20
5.1	Asiakasymmärrys	20
5.2	Asiakaskokemus ja arvon tuottaminen	21
5.3	Liiketoiminnan kehittäminen	22
5.4	Palvelumuotoilu kehittämiskeinona	23
6	TYÖN TUTKIMUS- JA KEHITTÄMISMENETELMÄT	25
6.1	Tutkimus- ja kehittämismenetelmät	25
6.2	Kysely nepsyille	26
6.3	Benchmarking matkailu- ja tapahtuma-alan yrityksistä	29
7	TULOKSET JA KONKREETTINEN TUOTOS	30
7.1	Kyselyn tulokset	30
7.2	Benchmarkingin tulokset	36
7.3	Infokortti matkailu- ja tapahtuma-alan yrityksille	38
8	POHDINTA	40
	LÄHTEET	44
	LIITTEET	48

1 JOHDANTO

Nepsy-termiä käytetään puhuttaessa neuroepätyypillisistä henkilöistä, joilla on neuropsykiatrisia häiriöitä ja jotka ovat saaneet autismikirjon häiriön diagnoosin (Näe nepsy 2024). Opinnäytetyössä käytämme jatkossa näistä henkilöistä termiä nepsy.

Opinnäytetyön aiheena on asiakasymmärryksen ja esteettömyyden lisääminen matkailu- ja tapahtuma-alan yritysten näkökulmasta tilanteissa, joissa asiakasryhmänä on nepsyt. Opinnäytetyön aihe syntyi kiinnostuksestamme nepsyjen kanssa matkustamiseen, niin asiakaskokemuksen, asiakasymmärryksen kuin näiden johtamisenkin kautta. Lisäksi meillä on henkilökohtaisia kokemuksia nepsyjen kanssa matkustamisesta, mikä osaltaan lisäsi aiheen kiinnostavuutta. Kokemus on osoittanut, että asiasta ei puhuta paljoa eikä siitä myöskään löydy hyvin tietoa. Siksi koemmekin tärkeäksi tehdä opinnäytetyön kyseisestä aiheesta, ja sitä kautta kasvattaa matkailu- ja tapahtuma-alan yritysten tietämystä asiasta. Kun matkailu- ja tapahtuma-alan yrityksillä on tiedossa, mitä asioita heidän olisi hyvä huomioida asiakkaiden ollessa nepsyjä, voivat he kehittää toimintaansa esimerkiksi palvelumuotoilun keinoin.

Opinnäytetyön toimeksiantajana on Pohjois-Suomen Autismikirjo ry. Pohjois-Suomen Autismikirjo ry on autismikirjon henkilöiden, heidän läheistensä sekä alan asiantuntijoiden yhdistys. Yhdistys toimii Oulun ja Lapin alueessa sekä on valtakunnallisen Autismiliiton jäsenyhdistys. Pohjois-Suomen Autismikirjo ry kiinnostui opinnäytetyömme aiheesta, koska siitä ei ole aiemmin julkaistu yrityksille suunnattua infopakettia ja yhdistyksen toiminnan yhtenä tavoitteena on autismitietoisuuden levittäminen.

Matkailupalveluiden yhdenvertaisuus osana kestävyttä koskee kaikkia kuluttajaryhmiä, jotta nämä voivat kokea ja saavuttaa monipuolisia matkailuelämyksiä tasa-arvoisesti ja itsenäisesti. Kaikille suunnattu (eng. inclusive travel) ja ketään syrjimätön matkailu edistää kestävä kehityksen tavoitteita. (Visit Finland 2024.) Kestävä matkailun kehittäminen on matkailualalla ajankohtainen aihe. Visit Finland kokosi vuonna 2018 kestävä matkailun kriteerit auttamaan matkailualan yrityksiä kestävien toimintatapojen omaksumisessa. Yksi kestävä kehityksen

kriteereistä on sosio-kulttuurinen kestävyys, jonka alle muun muassa matkailun tasavertaisuus ja esteettömyys kuuluvat. Sosiaalisen vastuullisuuden ja esteettömyyden huomioiminen on tärkeää, jotta kaikilla ryhmillä olisi tasavertaiset mahdollisuudet matkailuun. Usein esteettömyydestä puhuttaessa saatetaan ajatella pelkästään fyysistä esteettömyyttä ja liikuntarajoitteisten matkailua, mutta muitakin esteettömyyksiä löytyy, kuten aistiesteettömyys. (Visit Finland 2023.)

Autismikirjon häiriöiden, kuten autismin kohdalla puhutaan aistiesteettömyydestä ja se on yhtä tärkeä huomioon otettava asia kuin muutkin esteettömyydet, jotta myös aistiherkille voidaan mahdollistaa tasavertaiset mahdollisuudet matkailuun sekä yhdenvertaiseen palvelukokemukseen. (Autismiliitto 2024a.) Olemme samaa mieltä Pohjois-Suomen Autismikirjo ry:n kanssa siitä, että on tärkeää kasvattaa matkailualan yritysten tietämystä aistiherkkyyksistä, jotta matkailu- ja tapahtuma-alan yritykset voivat kehittää omaa toimintaansa ja ottaa toiminnassaan huomioon aistiherkät asiakkaat.

Esteettömyys on yhdenvertaisuutta ja osa kestävästä kehityksestä, mutta sen huomioiminen matkailu- ja tapahtuma-alan yrityksen toiminnassa voidaan nähdä myös etuna ja kilpailuvalttina (Pimiä 2019). Huomioimalla nepsyt on matkailu- ja tapahtuma-alan yrityksillä mahdollisuus saada heistä uusia asiakasryhmiä ja sitä kautta kasvattaa myyntituloja sekä parantaa liiketoiminnan tulostaan (Lundmann 2024, 2–4). Saavutettavuuden takaamiseksi matkailuyrityksien tulisi viestiä yhdenvertaisista matkailupalveluista, jotta tämä kilpailuetu säilyisi (Visit Finland 2024).

Covid-19-pandemia vaikutti suuresti matkailu- ja tapahtuma-alan yritysten toimintaan ja taloudelliseen tilanteeseen (Tilastokeskus 2022). Tilastokeskuksen (2022) mukaan yritysten tilanne on vähitellen parantunut pandemian jälkeen, ja ihmiset ovat jälleen palanneet matkailun ja tapahtumiin osallistumisen pariin. Työ- ja elinkeinoministeriön (TEM) toimialaraportin (2024) mukaan elpymistä on tapahtunut nopeimmin juuri kotimaanmatkailussa matkailijoiden yöpymismäärää tarkasteltaessa. TEM (2024) raportoi vuonna 2023 tapahtuneen 26,3 miljoonaa yöpymistä majoitusliikkeissä ja vuokramökeissä, mikä vastaa pandemiaa edeltävää tasoa.

Kestävä matkailu, sen kehittäminen sekä esteettömyys ovat restonomikoulutuksessa käsitellyjä aiheita ja kyseiset aiheet ovat tärkeitä osata tulevassa työssä restonomina. Myös liiketalouden ja kannattavuuden osaaminen ovat tärkeitä restonomille. Uskomme näiden asioiden hallinnan auttavan työllistymisessä alalle.

Opinnäytetyön tehtävänä on kehittää Oulun alueen matkailu- ja tapahtuma-alan yritysten nepsyosaamista. Tavoitteena on saada tietoa siitä, mitä matkailu- ja tapahtuma-alan yritysten olisi hyvä huomioida kehittäessään toimintaansa saadakseen nepsyistä lisää asiakaskuntaa. Opinnäytetyössä käytetään tutkimusmenetelminä kyselyä ja benchmarkingia. Kyselyn ja benchmarkingin avulla hankitaan tietoa siitä, mitä matkailu- ja tapahtuma-alan yritysten olisi hyvä huomioida kehittäessään toimintaansa sekä kartoitetaan yritysten nykytilaa esteettömyyden huomiointin osalta. Nepsyille tehtävän kyselyn tulosten avulla yritysten on mahdollisesti helpompi suunnitella toimintansa kehittämistä.

Opinnäytetyömme tuotoksena on infokortti, jonka tiedot pohjautuvat nepsyille tehtävän kyselyn tuloksiin ja tekemäämme benchmarkingiin. Infokortti tullaan jakamaan sähköisesti Oulun alueen matkailu- ja tapahtuma-alan yrityksille. Opinnäytetyön toimeksiantaja on halukas jakamaan infokortin myös omissa sosiaalisen median jakelukanavissaan. Infokortti tehdään tässä vaiheessa Oulun aluetta koskevaksi, mutta se on mahdollista jatkojalostaa myöhemmin valtakunnalliseksi toimeksiantajan toimesta ja tallentaa Autismiliiton nettisivuille kaikkien käytettäväksi. Infokortilla halutaan lisätä yritysten tietoisuutta nepsyistä asiakasryhmänä. Kortissa kerrotaan lyhyesti ja selkeästi asioista, joita yritysten olisi hyvä ottaa huomioon toiminnassaan halutessaan kasvattaa nepsyjen määrää asiakkaina. Aivoliiton (2024) mukaan huomioitavia asioita voivat olla esimerkiksi valojen himmentäminen ja taustamusiikin volyymin hilljentäminen suljetuissa tiloissa, avustajan ilmainen sisäänpääsy tapahtumaan, tai mahdollisesti ennakoon järjestettävä pienemmän yleisömäärän vetävä tilaisuus.

Neurokirjon häiriö on lisääntynyt huomasti vuodesta 2007 lähtien ja tämä on vaikuttanut myös neuropsykiatrian osaamisen tarpeen lisääntymiseen (Miller, Maricle, Kaufman, & Kaufman, 2019, 3.) Tästä syystä koemme, että myös yritysten kuuluisi saada lisätietoa, kuinka nepsyt toimivat ja kuinka heihin kuuluisi suhtautua, jotta saavutettavuus lisääntyisi ja esteettömyys yleistyisi.

Suomalaisen lääkäriseura Duodecimin, Suomen Lastenpsykiatriyhdistyksen, Suomen Nuorisopsykiatrisen Yhdistyksen, Suomen Kehitysvammalääkäreiden, Suomen Lastenneurologisen Yhdistyksen ja Suomen Psykiatriyhdistyksen asettaman työryhmän kokoaman Käypä hoito -suosituksen (2024) mukaan diagnoosien ja hoidon piirissä olevien potilaiden määrän nousuun on vaikuttanut ulkoisten tekijöiden, kuten tiedon lisääntymisen, tunnistamisen kohenemisen ja palvelujen saatavuuden paranemisen lisääntyminen.

Autismikirjon esiintyvyydestä Pohjois-Pohjanmaan sairaanhoitopiirissä on tehty kolme tutkimusta viimeisten vuosikymmenien aikana. Tutkimusten mukaan voidaan todeta autismikirjon esiintyvyyden kasvaneen ikähaarukassa 5–10-vuotiaiden kesken. Vuosina 1996–1997 tehdyn tutkimuksen mukaan 5–7-vuotiaiden autismikirjon potilaiden osuus sairaanhoitopiirissä oli 0,21 %, kun vuosina 2000–2002 oli luku 8–10-vuotiaiden kohdalla jo 0,88 %. Älyllisesti kehitysvammaisten osuus näistä autismikirjolaisista on 35 %. (Käypä hoito -suositus 2024.)

2 POHJOIS-SUOMEN AUTISMIKIRJO RY TOIMEKSIANTAJANA

Opinnäytetyön toimeksiantajana on Pohjois-Suomen Autismikirjo ry. Jatkossa käytämme toimeksiantajasta lyhennettä PSA. PSA on autismikirjon henkilöiden, heidän läheistensä sekä alan asiantuntijoiden yhdistys. Yhdistys toimii Oulun ja Lapin alueella sekä on valtakunnallisen Autismiliiton jäsenyhdistys. Yhdistys järjestää autismikirjolaisille ja autismikirjon lasten vanhemmille vertaistukiryhmiä, tapahtumia ja toiminnallista vertaistukea. Paikallisia tukiryhmiä järjestetään Oulussa, Muhoksella, Limingassa, Kempeleessä ja Kokkolassa. (Autismikirjo 2024.)

PSA toimii aktiivisesti sosiaalisen median kanavissaan (Facebook ja Instagram), sähköpostitse sekä verkkosivuillaan (www.autismikirjo.fi). Yhdistys ylläpitää Facebookissa jäsenilleen suljettua keskusteluryhmää sekä ilmoittaa toiminnastaan Instagramissa tilillään psautismikirjo. (Autismikirjo 2024.)

Jäsenmaksut peritään vuosittain ja hintaan sisältyy Autismiliiton toimittama Autismi-lehti neljästi vuodessa sekä ilmainen osallistuminen vertaistukiryhmiin ja harrastetapahtumiin. Paikallisia, viikoittaisia etuja PSA järjestää jäsenilleen muun muassa uimisen, kuntosalin ja sulkapallovuoron merkeissä. Yhdistyksen jäsenrekisteriä ylläpitää Autismiliitto. (Autismikirjo 2024.)

PSA:n toiminnan tavoitteena on autismitietoisuuden levittäminen ja yhteiskunnallisesti vaikuttaminen autismikirjon ihmisten sekä heidän etujensa valvomiseksi (Autismikirjo 2024). Edellä mainittuihin yhdistyksen tavoitteisiin perustuen haluaa yhdistys olla mukana myös kehittämässä paikallisesti matkailu- ja tapahtuma-alan yritysten nepsyosaamista.

3 AUTISMIKIRJON HÄIRIÖ

3.1 Nepsy

Aivotoiminnassa voi olla rakenteellista tai toiminnallista poikkeavuutta. Näitä poikkeavuuksia kutsutaan neuropsykiatrisiksi haasteiksi, ja termi on yleistynyt kutsumaan näitä ominaisuuksia ja haasteita omaavia henkilöitä lyhennettynä nepsyiksi (englanniksi neurodivergent, lyhennettynä puhekielessä ND). Neuropsykiatrisia haasteita voivat tuottaa esimerkiksi ADHD, ADD, Aspergerin oireyhtymä ja muut autismikirjon häiriöt sekä kehityksellinen kielihäiriö ja Touretten oireyhtymä. (Näe nepsy 2024.)

Neuroepätyypillisten henkilöiden haasteet ovat yleensä näkymättömiä, toisin kuin esimerkiksi poikki mennyt jalka – se kipsataan ja tueksi annetaan kainalosauvat tietyksi, määritellyksi ajaksi. Nepsyillä tilanne on toinen. Ominaisuudet ja oireet eivät poistu koskaan, mutta oireita voidaan helpottaa muun muassa lääkehoidolla tai kuntoutuksella. Neurovähemmistöön kuuluvalla henkilöllä voi olla monenlaisia erilaisia piirteitä. Aistihavainnoissa (aistien ali- tai yliherkkyydet) poikkeavuuksia voivat olla esimerkiksi; keskittymisen, toiminnanohjauksen ja tarkkaavuuden pulmat, tic- eli nykimisoireet, sosiaalisten tilanteiden hahmottaminen ja kasvojen ilmeiden tunnistamisen vaikeudet, syy - seuraus -suhteiden ymmärtämisen haasteet sekä mustavalkoinen ajattelu. (Näe nepsy 2024.)

Sanalla neuro tarkoitetaan aivojen toimintaan liittyvää hankaluutta. Psykiatrialla tarkoitetaan usein hankaluutta tulla toimeen omien tunteiden tai jopa toisten ihmisten kanssa. Kun sanat neuro ja psykiatria yhdistetään, saadaan yleisesti käytetty termi nepsy. (Nepsytietoa 2024.) Nepsy-oireisilla on usein myös elämänhallinnassaan haasteita ja niihin he voivat saada tukea esimerkiksi rutiineista tai erilaisista kuntoutuksista (Simola 2024). Terveyskirjasto Duodecim (2023) luettelee artikkelissaan autismikirjon häiriön hoitomuodoiksi arjen kuntouttavat toimet, ympäristön muokkauksen toimintakykyä tukevaksi sekä psykososiaalisen ja taidollisen kuntoutuksen. Neurotyypillisellä (engl. neurotypical, lyhennettynä puhekielessä NT) henkilöllä tarkoitetaan henkilöä, jolla ei ole neurologisia häiriöitä tai poikkeavuuksia (Duodecim 2018).

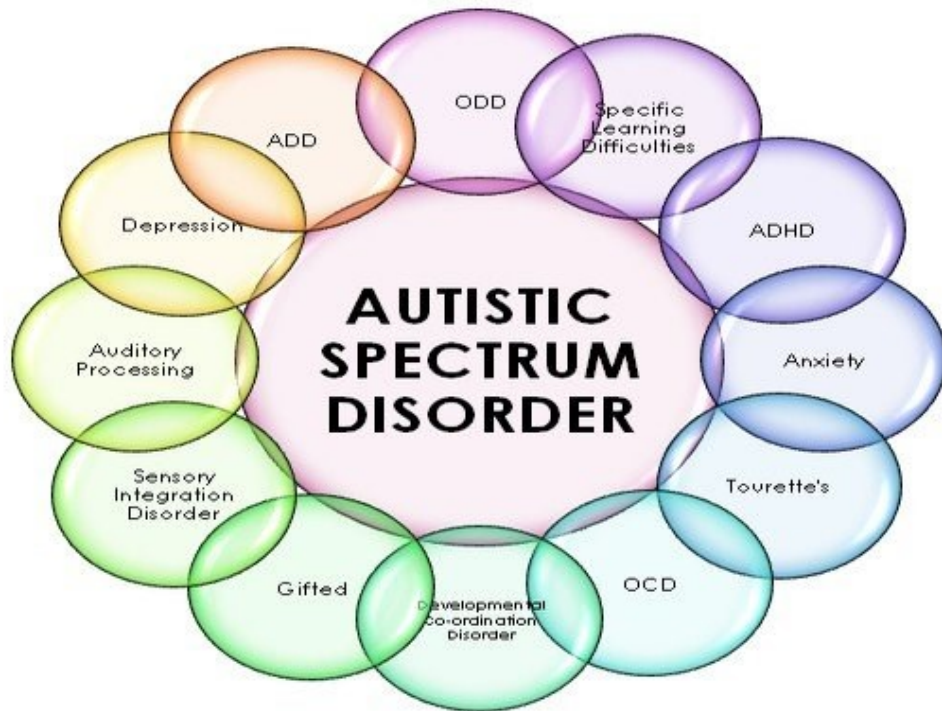
3.2 Autismi

Autismi on keskushermoston kehityksellinen häiriö. Autistinen ihminen kokee ja aistii ympäröivän maailman eri tavalla kuin neurotyypillinen. Autismi ilmenee myös tavassa kommunikoida ja olla vuorovaikutuksessa muiden ihmisten kanssa. Myös toiminnanohjauksessa voi olla puutteita, sillä autistien hermosto kuormittuu herkemmin kuin muilla. (Autismiliitto 2024b.)

Puustjärven (2002, 29) mukaan autismi kuuluu kattodiagnoosin autismikirjon häiriö alle. Autismikirjon häiriölle tyypillisiä oirealueita ovat vaikeudet sosiaalisten vuorovaikutussuhteiden muodostamisessa ja ylläpitämisessä, vaikeudet kommunikaatiossa sekä rajoittuneet ja joustamattomat käyttäytymismallit. Usein esiintyy myös ongelmia aistitiedon käsittelyssä ja toiminnanohjauksessa. Autismikirjon häiriön voidaan sanoa olevan enemmän ominaisuus kuin vika.

The World Health Organization (WHO) julkaisi helmikuussa 2022 maailmanlaajuisesti uuden ICD-11-tautiluokituksen, joka on Suomessakin pikkuhiljaa saatu otettua käyttöön. ICD-tautiluokitus mahdollistaa diagnostiikan yhteneväisyyden eri maiden kohdalla ja tämän myötä sairauksien tutkiminen, diagnosoiminen ja hoito helpottuvat. Varsinkin matkailun näkökulmasta sairauksien ja oireyhtymien tunnistaminen sairaustapauksissa nopeutuu, ja lääkehoidon varmistaminen ja saavutettavuus paranevat. (WHO 2022.) ICD-11-tautiluokitusta käytetään maailmanlaajuisesti sosiaali- ja terveydenhuollossa esimerkiksi kliinisessä työssä potilaan hoidossa ja potilasasiakirjojen diagnoosimerkinnöissä sekä sairastavuuden ja kuolinsyiden tilastoinnissa kansallisesti ja kansainvälisesti. (THL 2024).

Tämä tarkoittaa autismin kohdalla sitä, että tulevaisuudessa autismi diagnosoidaan Autismikirjon häiriön eli ASD:n (engl. Autism Spectrum Disorder) alle niin kuin muutkin aiemmin eriteltyt diagnoosit, kuten Aspergerin syndrooma, Tourette ja ADHD. (Autismiliitto 2024b.) Autismikirjon laajuutta on kuvattu kuviossa 1.



Kuvio 1. Autismikirjo (University of Miami 2024)

Autismikirjon häiriön diagnoosin asettamisikä vaihtelee, sillä häiriö on hyvin heterogeeninen niin vaikeusasteeltaan kuin oirekuvaltaankin. Psykoedukaation eli ymmärryksen lisääminen on keskeistä sekä yksilölle että hänen läheisilleen. ASD-henkilöiden kuntoutuksessa on keskeistä tarpeeksi vahva tuki arjen erilaisissa ympäristöissä. Autismiystävällinen ympäristö mahdollistaa autismikirjon henkilöiden osallistumisen ja osallisuuden kuntoutuksen jalkautuessa arjen eri ympäristöihin. (Käypä hoito -suositus 2024.)

3.3 Neuropsykologian häiriöt

Neuropsykologia on tieteenala, joka kuuluu käyttäytymistieteisiin (psykologiaan) ja neurotieteisiin. Se tutkii ja soveltaa aivojen ja psyykkisen toiminnan välisiä suhteita ja niistä saatua tietoa. Ihmisten tiedonkäsittely, käyttäytyminen, tunnesäätely ja näiden väliset suhteet kuuluvat tähän psykologian erikoisalaan. (Suomen Neuropsykologinen Yhdistys Ry 2024.)

Neuropsykologian häiriöiksi kutsutaan muun muassa toiminnanohjauksen häiriöitä, tarkkaavuuden vaikeuksia ja muistin heikentymistä. Näiden yhteydessä hankaluutta tuovat päättelyn ja ongelmanratkaisun haasteet, ja tästä syystä keskittymisen ja huomion ylläpitämisen toiminnat saattavat kärsiä. Tiedonkäsittelyn liittyvät aivotoininnan häiriöt tunnetaan myös käsitteenä kognitiiviset taidot. (Terveyskylä 2021.) Terveyskylän (2021) mukaan neuropsykologisen häiriön syyt eivät ole aina neurologisia, vaan oireen syynä voi olla myös joku äkillinen kuormitustekijä tai vaikkapa pitkittynyt unettomuus. Näissä tapauksissa häiriö on yleensä ohimenevä.

Sensomotorisia toimintoja häiritsevät moninaiset ulkoiset, neurotyypillisille aivan normaalit tekijät. Tällaisia tekijöitä ovat muun muassa äänet, erilaiset tuntoaistiin liittyvät tekstuurit ja ilman lämpötila. Äänet voivat olla häiritseviä olemalla liian kovia (musiikki ostoskeskuksissa, ravintoloissa ja hotelleissa), tuntoaisti voi häiriintyä (vaikeatekstuurinen lattia, liian karkea kangas istuimessa tai ei tunnista kylmää/kuumaa) ja valikoivuus syömisessä voi lisääntyä (tuntuu omituiselta suussa, värit poikkeavat totutusta) ja nämä kaikki vaikuttavat heikentävästi elämänlaatuun. Sensorimotorisia haasteita voi löytyä myös erilaisista alustoista, joilla kuljetaan tai jopa tasaisella maalla, kun motoriikka ei tunnista kehon vasenta ja oikeaa puolta (Miller ym. 2019, 265–271.)

Kirjassaan *Traveling different* (2022, 190–191) Barclay listaa seikkoja, joita nepsyjen (ja heidän vanhempiansa) on hyvä huomioida matkaa suunnitellessaan neuropsykologisten haittojen minimoimiseksi. Tällaisia seikkoja ovat muun muassa taukojen lisääminen, nähtävyyksien tutkiminen ennakkoon (onko mahdollisesti mainintaa autismiystävällisyydestä) sekä ravintoloiden tarjonta. Barclay (2022, 190–191) suosittelee myös tiedustelemaan matkakohteesta, mitkä päivät ovat ruuhkaisimpia, jotta osataan välttää ihmismassat ja niistä seuraava kuormitus nepsyille.

3.4 Aistiherkkyys

Aistiherkkyys (engl. sensory defensiveness) ilmenee monin eri tavoin. Se voi ilmetä haasteellisena sietokykynä erilaisten äänien, tekstuurien tai jopa tilojen kanssa, ja se voi näkyä myös valikoivuutena syömisessä. (Nepsyarki 2024.)

Yleisesti aistijärjestelmään mielletään näköaisti, kuuloaisti sekä haju- ja maku-aisti, mutta lisäksi tulisi tuntea aistijärjestelmät. Nämä ovat vestibulaarinen aistijärjestelmä eli liikkeiden ja painovoiman hallinta, proprioseptiivinen aistijärjestelmä eli lihaksista ja nivelistä tuleva tieto sekä viskeraalinen aistijärjestelmä eli sisäelinaistimukset. (Nepsyarki 2024.)

Aistitiedon käsittelyn ja säätelyn pulmista käytetään yleisesti käsitettä sensorisen integraation häiriö. Se voi tarkoittaa esimerkiksi joustamatonta tai muuten poikkeavaa reagoitua aistiärsykkeille. Tällaisessa häiriössä esiintyy aistitiedon säätelyn, aistimusten erottelun ja /tai aistipohjaisen motoriikan ongelmia. Sensorisen integraation häiriöstä kärsivällä henkilöllä saattaa ilmetä monimuotoista käytöksen, vireystilan, tarkkaavuuden ja tunteiden hallinnan vaikeutta. (Terveyskirjasto 2024.)

Yli- tai aliherkkyys kohdistuu yhteen tai useampaan aistiin (näkö, kuulo, tunto, haju). Aistiyliherkkyyteen ja siitä kuormittumiseen liittyy yleensä tavallista nopeampi, voimakkaampi tai pidempikestoisempi reagoitua aistiärsykkeisiin. Tämä saattaa näkyä esimerkiksi raivokohtauksena, jumittumisena tai jopa sulkeutumisenä. Aistialiherkkyys taas voi johtaa aistihakuisuuteen ja tämän kautta aiheuttaa vaaratilanteita (esimerkiksi korkealle kiipeilyä tai käsin perunan poimimista kiehuvaasta vedestä). Osalla henkilöistä voi olla aistitiedon käsittelyn kanssa haasteita myös ilman diagnoosia, kun taas osalla henkilöistä haasteet voidaan liittää diagnooseihin. Tällaisia diagnooseja ovat esimerkiksi ADHD, autismikirjon häiriö ja/tai kehityksellinen kielihäiriö. Sensorisen integraation häiriöstä eli aistikäsittelyn häiriöstä voidaan puhua vasta, kun se aiheuttaa haasteita jokapäiväisessä elämässä. (Aivoliitto 2024.)

Ympäristön aistiärsykkeet ja henkilön vireystila, esimerkiksi väsyminen, voivat aiheuttaa vaihtelua aistimuksiin reagoitaessa. Yllättävät, korkeat ja kovet äänet voivat sattua ääniyliherkän korviin aiheuttaen suurta kipua, ja tällöin henkilö voi laimautua täysin ja olla kykenemätön toimimaan. Kaiku, melu tai liian kovalla soitettava taustamusiikki voivat estää oleellisen äänen erottamisen epäoleellisesta äänestä ja tällöin asioiminen liikkeessä vaikeutuu. Samoin välkkyvä loisteputkivalaisin, värikäs urheiluvaatekasa tai voimakas hajuste voivat kukin eri tavoin viedä

aistiyliherkän kokonaan toimintakyvyttömäksi tai aiheuttaa jopa pahoinvointia. (Aivoliitto 2024.)

Oulun Yliopistollisen Sairaalan vt. apulaisylilääkäri ja lastenpsykiatrian erikoislääkäri Päivi Lindholmin artikkelin (2018) mukaan eräänä aistiherkkyyksien syynä voidaan nähdä aistimusten erottelun vaikeus ja riittämätön aistitiedon käsittely. Näistä syistä johtuen nepsyillä voi olla haasteita esimerkiksi ajallisen ja avaruudellisen hahmotuksen saralla. Aistikokemusten erilaisuus on Lindholmin mukaan joillain osa oirekuvaa, vaikka itse aistitiedon käsittelyn häiriö ei vielä sisälly viralliseen ICD-10-diagnoosiluokkaan riittävän näytön puutteen vuoksi. Aistikokemusten erilaisuutta ilmenee jopa 70 prosentilla autismikirjon häiriötä sairastavilla henkilöillä. (Lindholm 2018.)

4 ESTEETTÖMYYS

4.1 Esteettömyys käsitteenä

Esteettömyydellä (engl. accessibility) tarkoitetaan ihmisten moninaisuuden huomioimista, kun suunnitellaan rakennettua ympäristöä sekä toteutetaan ja kunnosapidetään sitä. Esteettömyys on yhdenvertaisuutta ja mahdollistaa muun muassa ihmisten osallistumisen harrastuksiin ja matkustamiseen. Puhuttaessa esteettömyydestä, mielletään se kuitenkin usein pelkäksi fyysiseksi esteettömyydeksi, jolloin viitataan muun muassa erilaisiin tiloihin ja ympäristöihin. Esteettömyys ei kuitenkaan ole pelkästään liikkumisen esteettömyyttä vaan siinä otetaan huomioon myös esimerkiksi ymmärtämiseen ja kommunikaatioon liittyviä asioita. (Invalidiliitto 2024.) Invalidiliitto (2024) tiivistää esteettömyyden merkitsevän sekä turvallisuutta että laatua. Samalla se kertoo myös siitä, että erilaisuus otetaan huomioon, ja että asenteet ja ajattelutavat ovat oikeat.

Esteettömyyden voidaan katsoa koskevan myös fyysisessä ympäristössä tapahtuvia aisteihin ja hahmottamiseen liittyviä haasteita. Esteettömyydestä puhuttaessa puhutaan usein saavutettavuudesta. Sillä viitataan siihen, että ihmisten erilaiset tarpeet otetaan huomioon muun muassa yritysten verkkosivuilla, viestinnässä ja palveluissa. (Autismiliitto 2024a.)

Esteettömyydellä on muitakin ulottuvuuksia, kuten kulttuurinen, sosiaalinen, poliittinen, taloudellinen ja viestinnällinen esteettömyys. Matkailun esteettömyydestä (engl. accessible tourism) puhuttaessa kattaa esteettömyyden käsite kaikki edellä mainitut esteettömyyden ulottuvuudet. (Jutila & Harju-Myllyaho 2017, 224.) ENAT (European Network for Accessible Tourism) on eurooppalainen esteetöntä matkailua edistävä verkosto. Sen määritelmän mukaan matkailun esteettömyys tarkoittaa kaikilla olevaa tasavertaista mahdollisuutta itsenäiseen matkustamiseen, haluamiinsa ja tarvitsemiinsa palveluihin, elämyksistä nauttimiseen sekä matkaansa liittyvän luotettavan ja ymmärrettävän tiedon saamiseen (Why ENAT? 2024).

Erityisryhmien kohdalla ajatellaan usein vain fyysistä esteettömyyttä, mutta erityisryhmiä on erilaisia, ja kaikilla ryhmillä on omat rajoituksensa ja tarpeensa, mitkä ovat tärkeitä ottaa huomioon matkailupalveluja tuottaessa. Myös YK on

vammaissopimuksessaan nostanut esiin erityisryhmien yhdenvertaisen pääsyn sekä fyysisiin matkakohteisiin että erilaisiin avoimiin tilaisuuksiin. Vammaissopimuksessa mainitaan myös kaikille yhdenvertainen mahdollisuus matkailupalveluiden käyttöön. (Invalidiliitto 2024.) Vaikka esteettömän matkailun esiin nousemisen syynä ovatkin pääosin taloudelliset tekijät, tulisi se silti nähdä ennen kaikkea ihmisoikeuskysymyksenä (Huovinen & Jutila 2015, 69).

Kuten Jutila ja Harju-Myllyaho (2017, 226) toteavatkin, matka kostuu useista eri palasista, kuten tiedonhausta, matkavarauksesta, kohteeseen matkustamisesta ja kohdepalveluiden käyttämisestä, ja sen vuoksi esteettömyyden ulottuvuudet onkin tärkeä huomioida koko matkaketjussa. Mikäli joku matkakohteen palvelu on esteetön, mutta siitä ei informoida asiakasryhmiä tai palveluun ei päästä esteettömästi, ei palvelun esteettömyydestä ole esteettömyyttä tarvitseville mitään hyötyä. Tai jos matkakohteeseen matkustaminen ja siellä majoittuminen toteutuvat esteettömästi, mutta matkakohteen nähtävyydet eivät puolestaan ole esteettömiä, ei matkustamisen ja majoittumisen esteettömyydestä ole pahemmin iloa. Matkailun esteettömyyden voidaan siis sanoa olevan hyvin laaja käsite, joka koostuu monesta eri osa-alueesta. Tiivistetysti voisi sanoa, että yksinkertaisuudessaan kyse on siitä, että kaikki matkaketjun osat ovat yhtä tärkeitä ja kaikkien ketjun osien tulee olla esteettömiä, jotta voidaan puhua matkailun esteettömyydestä.

Erilaiset säädökset ja lait määrittelevät, mitä esteettömyyteen liittyviä asioita tulee ottaa huomioon majoitusrakennuksia suunnitellessa ja rakentaessa. Kyyrän ja Skantzin (2017, 86) mukaan esteettömien ratkaisujen tarve koskettaa lähes jokaista ihmistä jossakin vaiheessa elämäänsä, joten majoitusyrittäjien olisi hyvä miettiä esteettömyyttä laajemmalti ja laajemman kohderyhmän osalta. Pienilläkin esteettömyyttä huomioivilla parannuksilla yritys voisi saada positiivista mainetta, huomattavaa myyntivalttia ja kenties selkeää kilpailuetua muihin majoitusyrityksiin nähden.

4.2 Aistiesteettömyys

Aistiesteettömyydestä (engl. sensory accessibility) puhuttaessa tarkoitetaan aistitoiminnan erilaisuuden huomioon ottamista. Ihmisen aistit voivat toimia eri tavalla ja hänellä voi olla yli- tai aliherkkyttä esimerkiksi erilaisille äänille. Aistiesteettömyyteen liittyy erilaisten puhetta tukevien tai korvaavien kommunikaatiomenetelmien, kuten kuvien käyttämistä. (Autismiliitto 2024a.)

Aistiesteettömyyden huomioimiseen liittyvät myös esimerkiksi tilojen selkeät opasteet sekä selkeä kieli ja asioiden esittämistapa (Autismiliitto 2024a). Aistiesteettömyys laajentaa perinteistä fyysistä esteettömyyttä laajemmalle aistien puolelle. Aistiesteettömyydestä puhuttaessa ollaan kiinnostuneita siitä, onko ympäristö toimiva aistien näkökulmasta sekä arvioidaan minkälainen ympäristö palauttaa aivot kuormituksesta. (Savikuja, Hannukainen, Huhtasalo, Merilampi & Toivonen 2022, 85.)

Savikujan ym. (2022, 85) mukaan monet neurokirjolla olevat henkilöt kuormittuvat normaalia voimakkaammin ympäristön erilaisista aistiärsykkeistä ja ne saattavat muodostaa esteen täysipainoiselle osallistumiselle. Aistisäätelyn vaikeudet liittyvät usein neuropsykiatriin häiriöihin, ja ylimääräisen aistikuormituksen vähentäminen ja rauhoittavien ympäristöjen tarjoaminen on tärkeää. Aistiesteettömistä tiloista puhuttaessa on olennaisessa roolissa maanläheisten ja murrettujen sävyjen, epäsuoran ja säädettävän valaistuksen, sopivien materiaalien sekä miellyttävän akustiikan suosiminen, jolloin puhutaan aisteille miellyttävästä ja harmonisesta kokonaisuudesta. Myös vihersisustuksen on todettu olevan tärkeässä roolissa luotaessa aistiesteetöntä sisustusta. Erilaisten materiaalien ja värien lisäksi tärkeää on myös tilojen toiminnallisuus.

Aistiesteettömyydestä puhuttaessa ei tarkoiteta aina uusia hankintoja tai koko tilojen muuttamista eivätkä aistiesteettömät ratkaisut ole aina kalliita. Enemmänkin on kyse osaamisesta ja välillä myös luovista ratkaisuista. Pienet ratkaisut ja tilojen toiminnallisuuksien selkeyttäminen vaativat enemmän osaamista sekä oivaltamista kuin rahaa. Aistiesteettömyyttä mietittäessä on hyvä muistaa, että aistiesteettömyys tukee useimpien ihmisten toimintakykyä ja voi lisätä tilan toimi-

vuutta. Samoin on hyvä pitää mielessä, että aistiesteettömät ympäristöt ovat kaikkien etu, mutta osalle tilojen käyttäjistä ne ovat välttämättömyys. (Savikuja ym. 2022, 87–88.)

4.3 Inklusio

Esteettömyyteen liittyy oleellisesti myös käsite inklusio. Sillä tarkoitetaan sulautumista, sisällymistä ja mukana olemista. Matkailun kohdalla inklusiosta puhuttaessa sillä tarkoitetaan kaikille matkailijaryhmille yhdenvertaisia matkustusmahdollisuuksia, tasa-arvoista kohtelua matkan aikana sekä myös mahdollisuutta osallistua matkailun suunnitteluun ja kehittämiseen. (Jutila & Harju-Myllyaho 2017, 228). Matkoilla saadaan erilaisia elämyksiä ja matkan sisältävät monenlaisia kohtaamisia, mitkä kaikki voivat parantaa matkailijan itsevarmuutta ja sitä kautta koko elämän laatua. Kuten Jutila ja Harju-Myllyaho (2017, 228) toteavatkin, on matkustamisella myönteinen vaikutus muuten mahdollisesti yhteiskunnan eri toimintojen ulkopuolelle jääviin ihmisiin, kuten erilaisiin erityisryhmiin, ja matkailu voi siis itsessään edistää inklusiota.

Matkailua kaikille –termi ei Jutilan ja Harju-Myllyahon (2017, 228) mukaan ole Suomessa vakiintunut termi eikä siitä näe käytettävänkään, mutta useissa maissa kyseisellä ilmaisulla kuvataan esteettömän matkailun kehittämistä kansallisesti. Kehittämisen tavoitteena on tehdä matkailusta saavutettavaa niin monelle ihmiselle kuin mahdollista. Matkailua kaikille -termistä tulee mielikuva, että sillä tarkoitetaan kaikkien tasapuolista oikeutta matkustaa, kun taas esteettömyys-termiä käytettäessä tulee herkästi mielikuva siitä, että kyseessä on erityisryhmiä koskevat asiat. Molemmilla ilmaisuilla tarkoitetaan kuitenkin samaa asiaa ja taustalla on sama perusasia eli se, että esteettömät palvelut ovat korvaamattomia monille matkailijoille, mutta mukavampia kaikille matkailijoille. (Jutila & Harju-Myllyaho 2017, 227.)

5 ASIAKASKOKEMUKSEN KEHITTÄMINEN MATKAILUALALLA

5.1 Asiakasymmärrys

Asiakasymmärrys (engl. customer understanding) eli asiakkaiden tarpeiden, toiveiden ja tavoitteiden tunteminen on avainasemassa, jotta yritys voi menestyä alati kovenevassa kilpailussa. Asiakaskeskeiseen toimintaan tulee panostaa ja asiakkaiden näkökulma huomioida. (Hänti 2021.) Hänti (2021) myös muistuttaa asiakkaiden suuresta, edelleen kasvavasta vallasta, kehottaa panostamaan asiakasymmärrykseen ja nostamaan asiakkaan keskipisteeksi jo palvelun suunnitteluvaiheessa. Asiakasosaaminen onkin ratkaiseva tekijä, kun puhutaan yrityksen myyntimenestyksestä (Viitala & Jylhä 2013, 62).

Yrityksiä pyöritetään asiakkaiden rahoilla ja päätöksillä. Asiakas itse päättää, mihin yritykseen rahansa kohdistaa. Siksi onkin tärkeää tunnistaa erilaiset asiakasryhmät ja heidän tarpeensa sekä etsiä omat ratkaisut asiakkaiden tarpeisiin. Yritysten on myös tärkeää miettiä asioita, joiden avulla voi erottautua kilpailijoista. (Peltola, Neilimo, Mitronen & Kuusela 2022, 177–179.) Tuulaniemi (2011, 71) painottaa, että yritysten on tärkeää ymmärtää sitä todellisuutta, missä asiakkaat elävät ja toimivat. Asiakkaiden todellisten motiivien ja arvojen tunteminen on tärkeää. Matkailu- ja tapahtuma-alan yritysten onkin tärkeää tuntea asiakasryhmiensä, kuten nepsyjen tarpeet ja toiveet, jotta yritykset voivat tarjota asiakasryhmälleen positiivisia asiakaskokemuksia.

Syvällinen asiakasymmärrys on liiketoiminnan menestyksen salaisuus, sillä ilman sitä ei yritys pysty tänä päivänä kehittämään asiakkaiden tarpeisiin vastaavia palveluita eikä kilpailemaan muiden yritysten rinnalla. Asiakasymmärrys on myös käyttäytymismallien ymmärtämistä ja tuntemista. (Dun & Bradstreet 2024.) Asiakasymmärryksen avulla yritys voi minimoida epäonnistumisen riskit, koska palvelu suunnitellaan yhteistyössä oikeiden asiakkaiden kanssa, pohjautuen realistisiin tarpeisiin ja toiveisiin. (Tuulaniemi 2011, 72).

5.2 Asiakaskokemus ja arvon tuottaminen

On tärkeää nähdä, että asiakaskokemus (engl. customer experience) on ihmisten omien tulkintojen summa, eikä lainkaan rationaalinen päätös. Kokemus, jonka asiakas kokee, saa vaikutteita asiakkaan tunteista ja alitajunnasta. Vaikka yritykset eivät voi suoraan vaikuttaa siihen, millaisen vaikutelman asiakas muodostaa, yritykset voivat kuitenkin valita millaisia kokemuksia ne pyrkivät luomaan asiakkaille johtamalla asiakaskokemuksia. (Kortesuo & Löytänä 2011, 11–13.)

Koivisto, Säynäjäkangas ja Forsberg (2019, 19) toteavat asiakaskeskeisen ajattelun tärkeyden korostuneen viime vuosina. Asiakaskeskeisessä ajattelussa yritysten tulisi pyrkiä sekä ymmärtämään asiakkaan arvon muodostumista että suunnittelemaan omat toimintonsa asiakkaan palvelemiseksi. Tutkimusten mukaan positiivisen asiakaskokemuksen tarjoamisella on myönteinen vaikutus yrityksen menestykseen ja liiketoiminnan tulokseen. Yrityksen toiminnassa se voi näkyä kahdella tavalla. Positiivisen asiakaskokemuksen kautta yritys voi saada kustannussäästöjä, koska palvelusta tehtävät reklamaatiot vähenevät ja asiakkaiden tekemien suosittelujen lisääntyminen voi vähentää yrityksen tarvetta markkinoida palveluitaan. Henkilöstön työtyytyväisyys voi myös lisääntyä ja sen myötä sairauspoissaolot vähentyä, kun henkilökunnan on miellyttävä palvella tyytyväisiä asiakkaita. (Koivisto ym. 2019, 25–26.)

Korkiakoski (2023, 25) myös nostaa esiin asiakaskokemukseen panostamisen tärkeyden yrityksen taloudellisen menestyksen kannalta. Hänen mukaansa useimmat maailmalla tehdyt tutkimukset osoittavat, että suurimman asiakastytyväisyyden saavuttaneet yritykset ovat kaksinkertaistaneet tuotonsa pörssissä. Korkiakoski (2023, 28) toteaa asiakaskokemukseen panostamisen olevan myös keino erottua kilpailijoista. Hänen mukaansa tuotteella tai hinnalla on nykyisessä markkinatilanteessa entistä vaikeampi kilpailla, ja yritysten pitäisikin uskaltaa tarjota erilaistavia kokemuksia ja panostaa sekä uniikkiin asiakaskokemukseen että henkilökohtaisuuteen.

Arvon tuottamisesta ja sen lähteistä voidaan erottaa kaksi ulottuvuutta: Utilitaariset ja hedonistiset lähteet. Utilitaariset lähteet ovat mitattavia ja rationaalisia lähteitä, kuten autokauppojen yhteydessä tekniset ominaisuudet (nopeus, kestävyys

tai pieni kulutus) ja palvelun ominaisuudet (hinta, toimitusaika, huoltosopimukset). Ne eivät tuota asiakkaalle varsinaisesti arvoa, vaan toimivat keinona päämäärän saavuttamiseksi. Hedonistiset lähteet ovat subjektiivisia, emotionaalisia ja irrationaalisia. Ne tuottavat hyötyjä, jotka jokainen asiakas tuntee erilaisena. Tuotteen tai palvelun arvo syntyy esimerkiksi hauskuutena, nautintona, jännityksenä tai turvallisuuden tunteena. (Kortesuo & Löytänä 2011, 54–55.)

Fischer ja Vainio (2014, 76) korostavat asiakaskokemuksen yhteydessä yrityksen henkilökunnan merkitystä. Heidän mukaansa asiakaskokemukseen vaikuttaa henkilöstön tunnetilojen ja asiakaspalvelun ammattimaisuuden näkyvyys asiakaspalvelutilanteessa, synnyttäen halun palata samaan paikkaan uudestaan.

5.3 Liiketoiminnan kehittäminen

Jotta yritys voi menestyä, pitää sen kehittyä jatkuvasti. Yritys pystyy säilyttämään asemansa alati muuttuvilla markkinoilla, kun se on valmis kehittämään uusia toimintatapoja, olemaan innovatiivinen sekä lisäämään osaamista. (Viitala & Jylhä 2013, 276). Monet asiat, kuten teknologinen kehitys ja globalisaatio, asettavat yrityksille paineita uudistua. Tällä hetkellä eletään asiakkaan aikakaudella, ja asiakaslähtöisyyden ja asiakaskokemuksen merkitys yritysten kilpailukeinoina on lisääntynyt. Asiakkaan aikakaudella parhaat mahdollisuudet pärjäämiseen on niillä yrityksillä, jotka aidosti ymmärtävät asiakkaiden tarpeita ja jotka osaavat luoda asiakkaille heidän toivomiaan asiakaskokemuksia. (Koivisto ym. 2019, 20–21.)

Liiketoiminnan jatkuvuuden edellytys on, että sen tulee olla kannattavaa eli pitkällä aikavälillä yrityksen tuottojen tulee ylittää sen kustannukset. Ympäristön ja oman toiminnan seuraaminen sekä ennakoiminen ovat oleellinen osa menestyvän matkailuyrityksen toimintaa. (Pesonen, Mönkkönen & Hokkanen 2002, 51.)

Inklusiivisuus ja moninaisuus vahvistavat matkailuyrityksen brändiä ja positiivista imagoa. Nämä seikat luetaan kilpailueduksi yrityksen markkinoinnissa ja näiden huomiotta jättäminen voi pahimmillaan sulkea pois sekä asiakkaita että mahdollisia työntekijöitä. Yritys voi parantaa kilpailukykyä ja asiakastyytyväisyyttä lisää-

mällä ymmärrystään matkailijoiden erityistarpeista, ja huomioimalla ne markkinoinnissa, viestinnässä ja palvelujen tuottamisessa. Samalla myös asiakasuskollisuus vahvistuu. (Visit Finland 2021,7.)

Jos matkailua suunniteltaessa on ryhmässä tai perheessä yksikin henkilö, jolla on erityistarpeita, valikoituu kohde inklusiivisuuden ja moninaisuuden mukaan. Kun edellä mainitut seikat huomioidaan kaikessa kohteen tai tapahtuman toiminnassa, voivat asiakkaat tuntea olonsa tervetulleeksi ja turvalliseksi. Yritys voi pienilläkin parannuksilla palvella paremmin asiakkaitaan, jotka todennäköisemmin valitsevat saman paikan tulevaisuudessa uudelleen. Investoiden inklusiivisuuteen yritys voi tavoittaa uusia kohderyhmiä ja markkinoita. Myös sesonkivaihteita voidaan tasata eri kohderyhmille suunnatuilla palveluilla, tapahtumilla ja tuotteilla. Inklusiivisuus on globaalisti kasvava trendi, joka kannattaa huomioida matkailuyrityksen tai -tapahtuman suunnittelussa ja kehittämistyössä. (Visit Finland 2021, 7.)

5.4 Palvelumuotoilu kehittämiskeinona

Palvelumuotoilu (engl. service design) on luovaa työtä, jossa huomioidaan myös käyttäjän näkökulma. Voidaan sanoa, että palvelumuotoilu on käyttäjäkeskeisyyttä korostava suunnittelufilosofia, ja samalla joukko erilaisia työkaluja ja menetelmiä palvelujen suunnitteluun. Se voi olla myös asiakaslähtöisten palvelujen kehittämistä. Palvelumuotoilun avulla selvitetään, millaista arvoa asiakkaalle luovataan, pääpainon ollessa kuitenkin menestyvän palvelun luomisessa. (Tuulaniemi 2011, 4.)

Palvelumuotoilu on käsitteenä siitä hieno (tai vaikea) ettei siitä ole olemassa vain yhtä, tiettyä määritelmää. Se on jotain, millä yhdistetään palvelu kokonaisuvaan, se on yleinen ajattelutapa, se on erilaisia työkaluja – ja siis näistä kaikista muodostuva kokonaiskuva. Mietitään, miten jotain jo olemassa olevaa palvelua (esimerkiksi kampaamo) saadaan muokattua vielä paremmaksi (esimerkiksi kahvin tarjoaminen, miellyttävä taustamusiikki, siisteys ja selkeys sisustuksessa, ylimääräinen päinhieronta pesupaikalla), jotta asiakas saisi enemmän kuin mitä hän odotti. Tai vastaavasti jos jotain täytyisi ottaa pois turhana tai aikaa vievänä, jollekin jopa ärsyttävänä. (Tuulaniemi 2011, 60–69.)

Asiakkaalle luodun kokemuksen kehittäminen ja johtaminen ovat osa toimintaa, joka hyödyntää muotoilun menetelmiä. Tätä toimintaa kutsutaan palvelumuotoiluksi. Palvelumuotoilu on yleistynyt poikkitieteellisenä keinona kokemusten luomisen kehittämisessä. (Kortesuo & Löytänä 2011, 118.) Palvelumuotoilua käytettäessä matkailualalla voidaan luoda uusia palvelukokonaisuuksia, jotka ovat palvelun tuottajan näkökulmasta tehokkaita ja tunnistettavia, ja asiakkaan näkökulmasta haluttavia ja käytettäviä. (Miettinen & Koivisto 2009, 99). Moritzin (2005, 34–35) mukaan palvelumuotoilu tapahtuu yhdessä asiakkaan kanssa, jotta asiakkaan toiveisiin pystytään vastaamaan niin, että asiakas saa palvelusta parhaan hyödyn ja yritys saa uuden palvelun, jota voi tehokkaasti myydä.

Paukku ja Tirranen (2021, 51) ovat käyttäneet opinnäytetyössään palvelumuotoilua matkailualan liiketoiminnan kehittämiseksi Kotkan Saaret Oy:lle. Opinnäytetyönsä johtopäätöksissä ja yhteenvedossa kerrotaan palvelumuotoilun onnistuneen prosessina odotetusti ja todetaan, että myös muut palvelualan kehitysprojektit voivat tulevaisuudessa hyötyä siitä.

6 TYÖN TUTKIMUS- JA KEHITTÄMISMENETELMÄT

6.1 Tutkimus- ja kehittämismenetelmät

Tutkimuksellisen kehittämistyön lähtökohtana voi olla erilaiset kehittämistarpeet tai tarve saada aikaan muutoksia. Lähtökohtana voi olla myös uusien ideoiden ja palveluiden tuottaminen sekä ratkaisujen etsiminen käytännön ongelmiin. Pääpaino tavoitteenasettelussa on usein varsinaisen käytännön kehittämistehtävän saavuttamisessa, mutta tutkimuksellisen kehittämistyön tavoitteena olisi hyvä olla myös uuden käytännön tiedon tuottaminen. Esimerkiksi työelämän osaamis- ja tietoperustaa voidaan uudistaa työelämässä olevan hiljaisen tiedon dokumentoinnin kautta. Uudistettu osaamis- ja tietoperusta puolestaan toimii hyvänä perustana tuleville kehittämishankkeille. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2015, 19–20.)

Tämä opinnäytetyö on tutkimuksellinen kehittämistyö. Ojasalon ym. (2015, 23) mukaan tutkimuksellinen kehittämistyö lähtee kehittämiskohteen tunnistamisesta ja siihen liittyvien tekijöiden ymmärtämisestä. Yleensä kehittämiskohde kohdentuu liiketoiminnan tai työelämän kehittämiseen, ja kehittämisen tavoitteena on saada aikaan jokin muutos. Tavoite voi olla esimerkiksi jokin uusi tuote tai palvelu, nykyprosessin kehittäminen tai uuden työkuulttuurin kehittäminen.

Konstruktiivinen tutkimus sopii lähestymistavaksi, mikäli tavoitteena on saada aikaan jokin konkreettinen tuotos, kuten suunnitelma tai malli. Konstruktivisessa tutkimuksessa tavoitteena on käytännönläheinen ongelmanratkaisu, johon pyritään luomalla uusi rakenne. Uuden rakenteen luomiseen tarvitaan nykyisen teoreettisen tiedon lisäksi myös uutta tietoa, mikä kerätään käytännöstä. (Ojasalo ym. 2015, 65–66.)

Opinnäytetyön lähestymistavaksi valikoitui konstruktiivinen tutkimus, koska opinnäytetyön tuotoksena on infokortti Oulun alueen matkailu- ja tapahtuma-alan yritysten käyttöön. Infokortilla halutaan lisätä yritysten tietoisuutta nepsyistä asiakasryhmänä. Kortissa kerrotaan lyhyesti ja selkeästi asioista, joita yritysten olisi hyvä ottaa huomioon toiminnassaan halutessaan kasvattaa nepsyjen määrää asiakkaina. Infokortin tekemiseen käytetään aihealueesta jo olemassa olevaa teoreettista tietoa sekä toimeksiantajan Facebook-sivuillaan jakaman kyselyn

kautta saatavaa nepsyiltä kerättävää tietoa. Infokortti ja sen muokattava versio jää työn toimeksiantajan käyttöön ja he voivat jatkossa käyttää sitä haluamallaan tavalla.

Ojasalo ym. (2015, 68) mukaan konstruktiiivinen tutkimus lähestymistapana ei rajaa pois mitään tutkimuksessa käytettävää menetelmää, vaan menetelmät voivat olla kirjavia. Tyypillisiä käytettäviä menetelmiä ovat havainnointi, ryhmäkeskustelut, kysely ja haastattelu. Useiden menetelmien käyttö on Ojasalon ym. (2015, 38) mukaan perusteltua, jotta käyttöön saadaan mahdollisimman monipuolinen aineisto. Kun käytetään erilaisia menetelmiä, saadaan kehittämistyön tueksi erilaista tietoa sekä erilaisia näkökulmia. Tässä opinnäytetyössä tutkimusmenetelmänä käytetään laadullista kyselyä, jonka tavoitteena on hankkia kohderyhmältä ja kokemusasiantuntijoilta ajantasaista tietoa siitä, mitä matkailu- ja tapahtumalan yritysten olisi hyvä huomioida toimintansa kehittämisessä. Toisena menetelmänä käytetään benchmarkingia, jonka tavoitteena on kartoittaa kuinka hyvin Oulun alueen matkailu- ja tapahtuma-alan yritykset kertovat esteettömyyteen ja erityisesti aistiesteettömyyteen liittyvistä asioista verkkosivuillaan. Kyselyn ja benchmarkingin kautta saatujen tulosten pohjalta valmistuu infokortti, joka tullaan jakamaan sähköisesti Oulun alueen matkailu- ja tapahtuma-alan yrityksille.

6.2 Kysely nepsyille

Kysely on yksi eniten käytetyistä tiedonkeruumenetelmistä ja sen avulla voidaan kerätä laaja tutkimusaineisto isolta joukolta ihmisiä. Tiedonkeruumenetelmänä kysely on nopea ja tehokas, ja se tuottaa paljon tilastollisesti käsiteltävää numeroihin perustuvaa aineistoa. Tyypillisiä tapoja toteuttaa kysely ovat postitse lähetettävät kyselyt sekä internetin kautta toteutettavat kyselyt. Kysely on mahdollista toteuttaa myös puhelimitse tai kasvotusten. Kyselyn haasteina ovat tuotetun tiedon pinnallisuus, vastaajien suhtautuminen tutkimukseen sekä vastausvaihtoehtojen onnistuminen vastaajien näkökulmasta. (Ojasalo ym. 2015, 121.) Laadullisessa tutkimuksessa onkin tärkeää, että niillä henkilöillä, joilta tietoa kerätään, on mahdollisimman paljon tietoa tai omakohtaista kokemusta tutkimuksen kohteena olevasta asiasta (Tuomi & Sarajärvi 2013, 85).

Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara (2007, 190) lisäävät kyselyn haasteisiin edellä mainittujen haasteiden lisäksi myös kyselyyn vastaamattomuuden. Kysymysten muotoiluun on erilaisia vaihtoehtoja. Kyselyssä voidaan käyttää avoimia kysymyksiä, joihin vastaaja voi kirjoittaa pitkiäkin vastauksia. Avointen kysymysten lisäksi kyselyssä voidaan käyttää monivalintakysymyksiä täsmentävien lisätietojen keräämiseksi. Monivalintakysymyksissä kyselyn laatija on laatinut valmiit vastausvaihtoehdot, joista vastaaja valitsee yhden tai useamman omasta mielestään parhaan vaihtoehdon. Kysymykset voivat olla myös asteikkoihin perustuvia kysymystyyppejä. Niissä esitetään erilaisia väittämiä, joista vastaaja valitsee parhaan vaihtoehdon sen mukaan, miten paljon hän on joko samaa tai eri mieltä kuin kysymyksen väittämä. (Hirsjärvi ym. 2007, 194–195.) Kyselylomakkeen suunnittelu voi olla vaikeaa tai jopa mahdotonta, mikäli tietoa tutkittavasta aiheesta ei ole riittävästi (Ojasalo ym. 2015, 122). Hirsjärvi ym. (2007, 190) mukaan kyselyn heikkoutena voi olla se, että vastaajilla ei välttämättä ole tietoa kyselyn aihealueesta.

Keskusteltuamme asiasta opinnäytetyömme toimeksiantajan kanssa, päädyimme käyttämään kyselyä kehittämistyömme tiedonkeruun menetelmänä. Toimeksiantajan jakaessa kyselyn sekä omilla että Autismiliiton Facebook-sivuilla, tavoitamme mahdollisimman ison kohderyhmän.

Kyselyssä (liite 1) on kuusi lyhyttä kysymystä. Osa kyselyn kysymyksistä on avoimia kysymyksiä, jolloin vastaajalla on mahdollisuus kertoa oma mielipiteensä laajasti ja täysin omin sanoin. Avointen kysymysten lisäksi kyselyssä on sekä monivalintakysymyksiä, joiden avulla kerätään tarkempaa tietoa, että asteikkoihin perustuvia kysymyksiä, joissa esitetään erilaisia väittämiä. Osassa monivalintakysymyksistä on lisätekstikenttä, johon vastaaja voi halutessaan kirjoittaa lisätietoja kysymyksessä esitettyihin asioihin. Kysymysten lisäksi kyselyn lopussa on kohta, johon voi halutessaan kirjoittaa ajatuksia ja palautetta aiheeseen liittyen.

Kysely haluttiin pitää tiiviinä ja suhteellisen lyhyenä, jotta siihen vastaamiseen ei menisi liikaa aikaa eivätkä vastaajat kokisi sen täyttämistä liian työläänä. Kysely toteutettiin Webropol-kyselysovelluksella. Webropol-sovellusta päädyttiin käyttämään, koska se on käytettävissä Lapin ammattikorkeakoulun tunnuksilla ja kyse-

lyn luominen on helppoa valmiiden mallipohjien avulla. Sovellus on myös luotettava ja mahdollistaa kyselyyn vastaamisen anonyymisti kohderyhmälle toimitetun kyselylinkin tai QR-koodin kautta avautuvan kyselylinkin kautta.

Kyselyn tulosten analyysimenetelmänä käytetään sisällönanalyysiä. Sisällönanalyysin avulla voidaan tehdä monenlaista tutkimusta ja sitä voidaan pitää joko yksittäisenä menetelmänä tai väljänä teoreettisena kehyksenä. Sisällönanalyysissä tutkimusaineistoon merkitään ne asiat, jotka vastaavat etukäteen päätettyyn ja rajattuun tutkimuksen kohteena olevaan asiaan tai ilmiöön. Sen jälkeen aineiston analysointia voidaan jatkaa esimerkiksi luokittelemalla, teemoittelemalla tai tyyppittelemällä. (Tuomi & Sarajärvi 2013, 91–93). Tässä opinnäytetyössä käytetään aineiston analysoinnissa teemoittelua. Teemoittelussa saadusta tutkimusaineistosta nostetaan esiin tutkimusongelmaa valaisevia teemoja, jonka jälkeen aineistosta vertaillaan teemojen esiintymistä tutkimusaineistossa (Eskola & Suoranta 1998, 126). Seuri (2020, 68) puolestaan määrittelee teemoittelun laadullisen tutkimuksen käsitteeksi ja toteaa sen viittaavan tutkimuksen keskeisten aiheiden tunnistamiseen sekä järjestelemiseen. Hänen mukaansa laadullisen tutkimuksen tutkimusaineisto jaetaan teemoittain, ja kokonaisuus rakentuu loogisesti pääteemojen ja alateemojen varaan. Tuomi ja Sarajärvi (2013, 93) kuvaavat teemoittelua aineiston pilkkomiseksi ja ryhmittelyksi eri aihepiirien mukaan.

Alasuutarin (2011, 31) mukaan laadullisessa analyysissä voidaan puhua myös havaintojen pelkistämisestä ja arvoituksen ratkaisemisesta. Havaintojen pelkistämävaiheessa tutkimusaineistoa tarkastellaan, ja huomioita kiinnitetään tehtävän ja tavoitteen kannalta olennaisiin asioihin. Pelkistämisen kautta aineistosta saadaan esille alkuperäistä aineistoa hallittavampi havaintomäärä, jonka käsitteilyä jatketaan havaintojen yhdistämisen kautta. (Alasuutari 2011, 31.) Alasuutari (2011, 34) määrittelee arvoituksen ratkaisemisen vaiheeksi, jolloin saatuja tuloksia tulkitaan ja aiemmin tehtyjen havaintojen pohjalta tehdään tulkintaa tutkimuksen kohteena olevasta asiasta.

Nepsyille tehdyn kyselyn vastauksista etsitään asioita, joita Oulun alueen matkailu- ja tapahtuma-alan yritysten olisi hyvä ottaa huomioon nepsyjen ollessa asiakkaina. Vastauksista karsitaan epäolennaiset asiat pois ja jäljelle jääneet vas-

taukset pelkistetään. Sen jälkeen pelkistetyistä vastauksista etsitään samankaltaisuuksia, yhdistellään ne aihepiirien mukaan ja sitä kautta saadaan vastauksille kuvaavat pääteemat.

6.3 Benchmarking matkailu- ja tapahtuma-alan yrityksistä

Benchmarking-menetelmää käytetään usein, kun halutaan kartoittaa muiden yritysten palveluja ja muita arvoa tuottavia prosesseja. Menetelmän avulla löydetään uusia tapoja erottua kilpailevista yrityksistä, voidaan oppia uutta sekä tunnistaa kehittämiskohteita. Sanotaan, että benchmarkingilla kerätään muiden opit talteen, jotta niitä voidaan vertailla keskenään. (Benchmarking 2024.)

Benchmarking voidaan määritellä monin eri tavoin. Sillä tarkoitetaan muun muassa yrityksen tuotteen, palvelun tai työprosessin systemaattista vertaamista valioluokan yritysten prosesseihin. Näin ollen se tarjoaa mahdollisuuden tarkastella oman yrityksen resurssien käyttöä ja toiminnan tehostamista. Benchmarking kohdistuu siis toimintaan ja sen arviointiin. (Alhola 2016, 118–122.) Benchmarkingvierailun avuksi suunnitellaan lista asioista, joita vierailun aikana tullaan havainnoimaan. Benchmarkingin jälkeen tulokset tulkitaan kriittisesti. (Ojasalo ym. 2015, 186.)

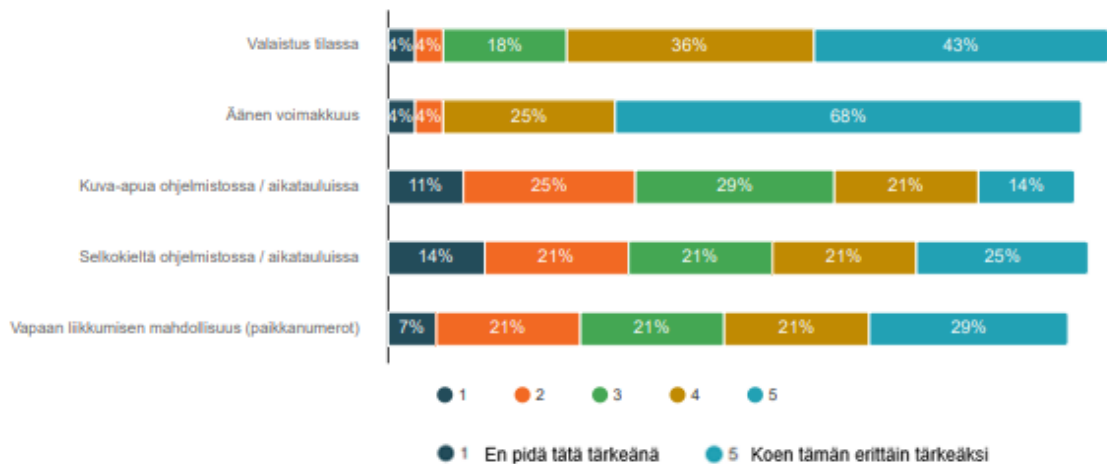
Halusimme kartoittaa Oulun alueen majoitus- ja tapahtuma-alan yritysten tilannetta esteettömyyden ja erityisesti aistiesteettömyyden osalta saadaksemme opinnäytetyöhömme taustatietoa yritysten nykytilasta. Valitsimme benchmarkingin kohteiksi keskeisiä oululaisia majoituspaikkoja, tapahtumapaikkoja sekä matkailukohteita yhteensä 17 kappaletta. Mietimme kolme kysymystä, joihin etsimme vastauksia kyseisten yritysten verkkosivuilta. Kysymyksiä ei haluttu spesifioida liikaa ja niiden määrä rajattiin siksi kolmeen. Tavoitteena oli selvittää kohteiden esteettömyystietojen ja erityisesti aistilyherkkyyteen liittyvien tietojen saatavuutta kohteiden verkkosivuja tarkastellen.

7 TULOKSET JA KONKREETTINEN TUOTOS

7.1 Kyselyn tulokset

Kyselyn vastauslinkki julkaistiin sekä PSA:n että Autismiliiton Facebook-sivuilla. Kysely oli avoinna kymmenen päivää ja kyselyyn saatiin 28 vastausta. Kyselyn linkki oli avattu 116 kertaa, joten kyselyn vastausprosentti on 24 %.

Kysely aloitettiin kartoittamalla vastaajien mielipiteitä siitä, kuinka tärkeitä kysymyksessä esitetyt asiat heidän mielestään ovat. Kyseessä oli asteikkoihin perustuva kysymys, jossa vastausvaihtoehdon pystyi valitsemaan viidestä eri vaihtoehdosta sen mukaan, kuinka tärkeänä vastaaja kutakin kysymyksessä esitettyä asiaa piti. Vastaajien mielestä äänenvoimakkuus ja tilojen valaistus ovat erittäin tärkeitä asioita matkailu- ja tapahtuma-alan yrityksissä (kuvio 2). Vastaajista 68 % koki äänenvoimakkuuden ja 43 % tilojen valaistuksen erittäin tärkeiksi asioiksi asioidessaan matkailu- ja tapahtuma-alan yrityksissä. Vähiten tärkeimmiksi asioiksi koettiin kuva-apu ohjelmistossa/aikatauluissa sekä selkokieli ohjelmistossa/aikatauluissa.



Kuvio 2. Aistiseikkojen tärkeys (n=28)

Kyselyn toisessa kysymyksessä kysyttiin millaisia seikkoja majoitusyritysten ja tapahtumanjärjestäjien tulisi huomioida ajatellen nepsyjä asiakaskuntana, vas-

tausmuotona ainoastaan avoimet sanalliset vastaukset. Vastauksia tuli 28 kappaletta ja ne teemoiteltiin seuraavasti: 1. tiloihin ja ympäristöön liittyvät asiat, 2. ruokailuun liittyvät asiat ja 3. erilaisuuden hyväksyminen.

Tiloihin ja ympäristöön liittyvistä asioista suurimmaksi haasteeksi koettiin äänimaailma (53 % vastauksista); lähinnä kova yleishäly ja akustiikan huomioinnin puutteet. Hotellihuoneiden ilmaston liian kovasta äänestä oli muutama maininta, aistiherkille oli liian karheit materiaaleja sisustuksessa ja yleinen visuaalinen selkeys puuttui. Eräs vastaus kuului näin: ”tilojen selkeä erillisuus (esim. hotellin vastaanotto niin, että sermillä tms on selkeästi erotettu oleskelualue. Se voi osittain näkyä ja kulua mutta on erillinen ja muut ihmiset ovat silloin omassa tilassaan)”.

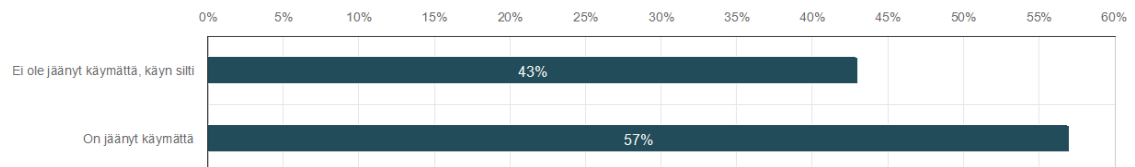
Edellä mainitun tapaista eroteltua aluetta toivottiin 32 prosentissa vastauksista. Kaikuisien tilojen akustiikka ja kuulutukset voivat aiheuttaa jopa kipua aistiherkille. Erillisen alueen rajatussa, omassa rauhassa voisi levätä tai rauhoittua tarvittaessa muiden näkemättä. Tilasta välillä poistumiselle pitäisi olla mahdollisuus, sekä tilassa olisi hyvä saada liikkua vapaasti. Tiloihin ja ympäristöön liittyvissä vastauksissa oli 37 prosentissa vastauksista mainittu opasteet, joihin toivottiin selkeyttä ja että niitä ylipäänsä olisi olemassa. Valaistuksen ja hajusteettomuuden tärkeys nousi esille 28 prosentissa vastauksista kyselyn tuloksia analysoitaessa. Kyselyn mukaan voidaan todeta, että tilojen suunnitteluun kannattaa kiinnittää huomiota, kun suunnitellaan nepsy-ystävällistä liiketoimintaa.

Toisena teemana vastauksissa on ruokailu ja siihen liittyvät seikat. Ruokailuun ja ruokailutiloihin liittyviä vastauksia oli 25 % kaikista vastauksista. Ruokailutiloista löytyi osittain samoja puutteita kuin muistakin tiloista, koskien lähinnä valaistusta, äänihälyä ja selkeyden puutetta, mutta myös rauhallista ja omaan rauhaan mahdollistavaa tilan jakamista toivottiin. Ruokalistoihin toivottiin selkeyttä ja että raaka-aineet eivät olisi aina kosketuksissa toisiinsa. Sama toive toistui myös noutopöydistä puhuttaessa. Toiveena on, että olisi edes joitain ruokalajeja, joissa kastikkeet ja majoneesit voisivat olla erillisinä. Eräs vastaus kuului näin: ”Nepsyperheiden ruokailu. Usein nepsylapset ovat tarkkoja ruuista ja normaalit menut ei tarjoa mitään syötävää.”

Kolmantena teemana on erilaisuuden hyväksyminen, jossa kiinnitetään huomio nepsyjen erilaisten ominaisuuksien huomiointiin. 29 prosentissa vastauksista oli toiveena, että nepsyt voisivat olla tapahtumissa omina itsenään ja että heitä huomioitaisiin esimerkiksi lainattavilla nepsy-paketeilla. Eräs vastaus kuului näin: ”Korvatulppia saatavilla, samoin stressileluja. Rauhallinen tila, jossa voi levätä ja palautua. Majoituspuolella voisi olla esim. väritystehtäviä ja mindfulness-harjoituksia saatavilla. Lainattava nepsy-paketti voisi toimia myös!”

Nepsyjen kohtelusta oli toivottu, että ei kohdeltaisi kuin lasta ”Minulta kysyttiin usein, että saanko matkustaa yksin”. Ableismin (vammaisista syrjivä puhe) yleisyydestä oli kaksi mainintaa, ja lisäksi toivottiin, että tapahtumissa olisi mahdollisuus liikkua ja äännellä. Suuria ihmismääriä toivottiin rajattavaksi sekä toivottiin mahdollisuutta pieniin taukoihin.

Kyselyn kolmannessa kysymyksessä kysyttiin, oliko vastaajilla jäänyt osallistumatta matkoille ja erilaisiin tapahtumiin esimerkiksi aistipulmien takia. Vastaajista 57 % oli jättänyt osallistumatta, kun taas 43 % vastaajista oli käynyt matkoilla ja tapahtumissa aistipulmista huolimatta (kuvio 3).

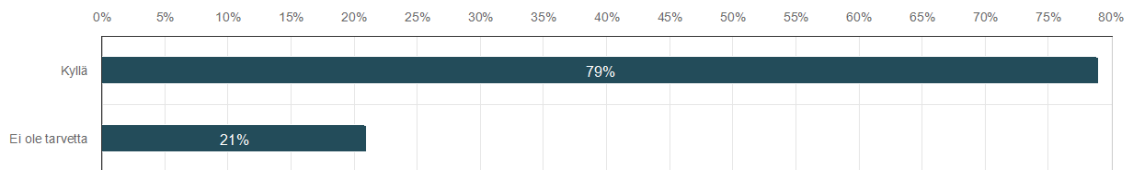


Kuvio 3. Matkoille ja tapahtumiin osallistuminen aistipulmista huolimatta (n=28)

Suurin osa eli 94 % heistä, jotka valitsivat vastausvaihtoehdon ”on jäänyt käymättä”, olivat kirjoittaneet lisätekstikenttään omia asiaan liittyviä kommenttejaan. Merkittävimmäksi syyksi tapahtumiin osallistumattomuuteen ja matkoilla käymättömyyteen nousi isot ihmismassat. Isojen ihmismassojen lisäksi vastauksissa toistui kaksi muuta syytä, meteli sekä hajusteet. Yksi vastaajista kertoi välttävänsä tapahtumia, jotka aiheuttavat hänelle enemmän kuormitusta kuin iloa. Toinen vastaaja puolestaan kertoi, että mikäli tiedossa on jo etukäteen, että tila ei ole aistiestetön, kynnys lähteä tapahtumaan tai matkalle kasvaa. Osa vastaajista oli vastauksessaan maininnut tapahtumia, joita heiltä on jäänyt käymättä.

Niitä olivat teatteri, messut ja konsertit. Eräs vastaaja kertoi lentämisen matkustusmuotona olevan hänelle erittäin stressaavaa.

Omat vierailuajat tai aikaikkunat esimerkiksi erilaisiin tapahtumiin, jolloin paikalla ei olisi muita kuin aistirajoitteisia, nähtiin kyselyn vastausten perusteella tarpeelliseksi. Vastaajista 79 % oli sen kannalla, että sellaisille olisi tarvetta, kun taas 21 % koki ne tarpeettomiksi (kuvio 4).



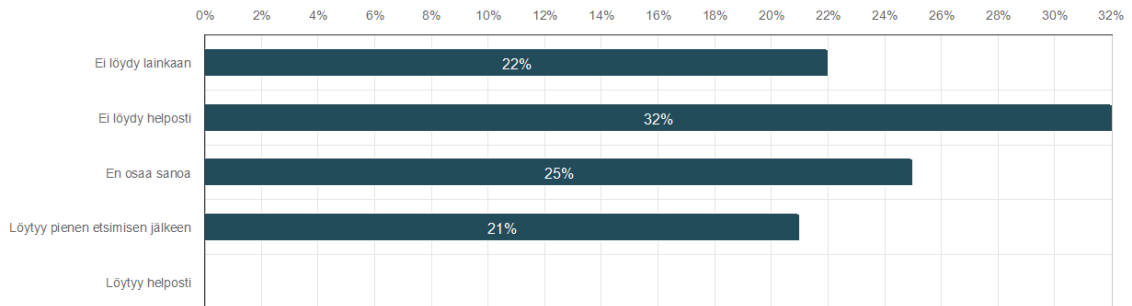
Kuvio 4. Tarve omille vierailuajoille tai aikaikkunoille erilaisiin tapahtumiin (n=28)

Kysymyksessä oli myös lisätekstikenttä, johon vastaaja pystyi halutessaan kirjoittamaan aiheeseen liittyviä lisäkommentteja. Lisäkommentteja olivat kirjoittaneet kaikki kysymykseen Kyllä-vastauksen antaneet 22 vastaajaa. Lisäkommenteista pääteemoiksi nousivat tiloihin ja ympäristöön liittyvät asiat sekä erilaisuuden hyväksyminen. Tiloihin ja ympäristöön liittyen toivottiin aistiystävällisiä tapahtumia, kuten hiljaisia museopäiviä tai hajusteettomia näytöksiä. Aistiystävällisissä tapahtumissa olisi hyvä olla hiljaisempi äänenvoimakkuus, himmennetty valaistus, rajallinen määrä ihmisiä sekä mahdollisuus liikkua. Eräällä vastaajalla oli kokemusta pelkästään aistirajoitteisille järjestetyistä vierailuajoista / aikaikkunoista: "Ollaan tällaisissa oltu ja ne ovat ainoita, joista nepsynuori puhuu vieläkin kaivaten".

Erilaisuuden hyväksyminen nousi esiin toisena vastausten pääteemana. Vastauksissa toivottiin erilaisen käytöksen hyväksymistä tapahtumissa. Kaikkien tapahtumien ja näytösten toivottiin olevan kaikille sopivia, niin sanottuja aistiystävällisiä tapahtumia, ja erikseen voisi olla tapahtumia ja näytöksiä niille, joita erilaisuus häiritsee. Yhdessä vastauksessa pohdittiin sitä, että mikäli järjestetään aistiystävällisiä ajankohtia ja tapahtumia, häiritseekö jonkun osallistujan oireet ja ääntely muita aistirajoitteisia. Eräällä vastaajalla olikin asiasta omakohtaista kokemusta. Hänen omien erityislastensa harrastukset ovat jääneet välistä, koska

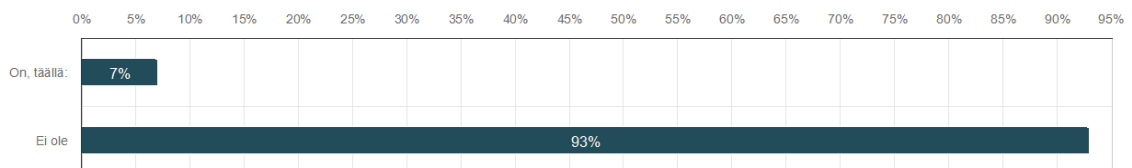
muiden osallistujien äänet ja käytös on ollut suurempi ongelma kuin erityislapsen normiharrastuksissa pärjääminen.

Monivalintakysymyksen avulla kysyttiin vastaajien kokemuksia siitä, löytyykö tarvittava esteettömyyteen liittyvä tieto helposti matkailu- ja tapahtuma-alan yritysten verkkosivuilta. Vastaajan tehtävä oli valita mielestään paras vaihtoehto viidestä eri vastausvaihtoehdosta. Vastaajista 32 % oli sitä mieltä, että tarvittava tieto ei löydy helposti, 21 % oli sitä mieltä, että tarvittava tieto löytyy pienen etsimisen jälkeen ja 22 % oli sitä mieltä, että tietoa ei löydy ollenkaan (kuvio 5). Yksikään vastaajista ei vastannut tiedon löytyvän helposti ja neljäsosa vastaajista ei osannut vastata kysymykseen mitään.



Kuvio 5. Esteettömyystietojen verkkosivuilta löytymisen helppous (n=28)

Kyselyn seuraava kysymys oli jatkokysymys edelliselle kysymykselle esteettömyystietojen löytymisen helppoudesta ja kysymyksessä kysyttiin, tietääkö vastaaja onko Oulun alueen matkailu- ja tapahtuma-alan yritysten esteettömyystietoja nähtävissä kootusti jollakin verkkosivulla. Vastaajista 93 % oli sitä mieltä, että tietoa ei löydy mistään koottuna ja vastaajista 2 % oli sitä mieltä, että tieto löytyy koottuna, mutta ei osannut määritellä, mistä se mahdollisesti löytyy (kuvio 6).



Kuvio 6. Esteettömyystiedot kootusti Oulun alueella (n=28)

Varsinaisten kysymysten jälkeen kyselyssä oli tekstikenttä, mihin kyselyn vastaaja pystyi halutessaan kirjoittamaan ajatuksiaan ja palautetta aiheeseen liittyen Oulun alueella. Ajatuksiaan ja palautetta kirjoitti kymmenen vastaajaa. Yhdeksi pääteemaksi nousi aistiystävällisyyden parantaminen Oulun alueella. Vastausten mukaan Oulun alueella on vielä paljon parannettavaa ja aistiystävällisyys on vielä ihan lapsenkengissä tai jopa täysin olematonta. Erityisiä ihmisiä huomioidaan joko vähän tai ei lainkaan. Esteettömyys mielletään edelleen helposti pelkästään fyysiseksi esteettömyydeksi, ja samalla unohdetaan usein aistiesteettömyys ja kognitiivinen saavutettavuus. Toisena pääteemana nousi esiin Oulun alueen yritysten verkkosivujen sisällön puutteellisuus. Yritysten toivottiin nostavan verkkosivuille selkeästi esille sen, mitä aistiystävällisyys kyseisessä yrityksessä tarkoittaa. Myös varoituksia voimakkaista äänistä ja valoista toivottiin kerrottavan verkkosivuilla.

Yksittäisinä aiheina vastauksissa nousi esiin Oulun alueen matkailualan yrityksille kohdistetut toiveet edullisemmista retkipaketeista, esimerkiksi veneretkistä Oulusta Hailuotoon tai makkaranpaistoretkistä nuotiolla. Myös yritysten ja hoitotahdon välistä yhteistyötä toivottiin lisäävän esimerkiksi erilaisten apuvälineiden tarjouskampanjoiden avulla. Yksi vastaajista kommentoi yleisellä tasolla Suomen lentokenttien opasteiden tasoa. Vastaajan mielestä lentokentät ovat erittäin huonosti opastettuja; kuvalliset opasteet puuttuvat tai niitä on niin harvoissa kohdin, että matkustaja luulee jo eksyneensä. Vastaaja vertaili kommentissaan Helsinki-Vantaan lentokenttää ja Lontoon Heathrow'n lentokenttää, ja totesi Helsinki-Vantaalla olevan vaikeampi toimia.

Kyselyn tulosten perusteella Oulun alueen matkailu- ja tapahtuma-alan yritysten aistiesteettömyyden huomioidnissa on parannettavaa. Vastaajien mielestä esteettömyys mielletään edelleen pääasiassa fyysiseksi esteettömyydeksi, vaikka esteettömyydellä on monia muitakin muotoja. Vastauksissa nousi useasti esiin muutamia tiloihin ja ympäristöön liittyviä asioita, kuten ääniasiat ja valaistus, mutta myös yritysten verkkosivujen tietojen puutteellisuus esteettömyysasioiden osalta nousi esiin monissa vastauksissa. Edellä mainittujen lisäksi vastauksissa toivottiin erilaisuuden huomioimista ja hyväksymistä. Yrityksiltä kaivataan kaikkien ihmisten tasavertaista kohtaamista ja heidän tarpeidensa huomioimista.

7.2 Benchmarkingin tulokset

Benchmarkingin tavoitteena oli selvittää Oulun alueen matkailu- ja tapahtumalan yritysten verkkosivujen ajantasainen tilanne esteettömyyden ja erityisesti aistiesteettömyyden sekä saavutettavuuden osalta. Benchmarkingin kohteena oli 17 yritystä.

Benchmarkingia lähdettiin tekemään kolmen kysymyksen avulla (taulukko 1). Kysymykset olivat seuraavat: 1) Löytyykö verkkosivulta tietoa esteettömyydestä heti etusivulta?, 2) Löytyykö esteettömyystieto verkkosivulta helposti vai täytyykö tieto hakea usean klikkauksen kautta? ja 3) Onko löydetyssä tiedossa kyse pelkästään liikuntarajoitteisuudesta vai löytyykö tietoa myös aistiyliherkkyyksiä omaaville henkilöille?

Ensimmäisestä kysymyksestä saatiin hyvin selkeä tulos. Vain harva yritys (vain 23 %) on panostanut esteettömyyteen liittyviin asioihin niin, että tieto olisi löydettävissä helposti jo etusivulta. Havainnot olivat seuraavia: eräältä sivulta löytyi etusivulta maininta esteettömyydestä ja hajusteettomuudesta; toinen yritys mainitsi etusivullaan, että esteettömyyteen liittyviä ominaisuuksia on saatavilla. Kolmannella yrityksellä oli etusivullaan huone-esittelyjen yhteydessä maininta mahdollisuudesta esteettömään kylpyhuoneeseen ja neljännessä kerrottiin kahteen otteeseen heti etusivulla, että toiminnassa käytettävä vanha rakennus ei ole täysin esteetön. Suoranaisesti yritysten verkkosivujen etusivuilta ei siis ole löydettävissä nepsyille suunnattua ohjeistusta, vaan kaikki saatavilla oleva tieto esteettömyydestä näyttää koskevan liikuntarajoitteisia henkilöitä.

Esteettömyystietojen löytymisessä verkkosivuilta positiivista on se, että 58 prosentilla yrityksistä löytyi jotain tietoa esteettömyydestä. Neljän yrityksen verkkosivuilta tieto löytyi heti verkkosivulle saavuttaessa eli etusivulta. Yleensä etusivulla oli tiedot joko kokonaisuudessaan tai niihin oli ohjaava linkki. Samoin neljässä eri yrityksessä oli verkkosivuilla tietoa esteettömyydestä tiloissaan, mutta ne olivat uuden, avattavan sivun alla. Näiden yritysten esteettömyystietoihin päästääkseen tulee klikkailla muutaman kerran, mutta tiedot löytyivät sieltä kyllä. Yhden yrityksen sivuilta linkki löytyi, kun jaksoi skrollata aivan alareunaan saakka

ja yhdellä yrityksellä oli mainittu esteettömyys, mutta ilman mitään selventävää linkkiä. Vain yksi yritys oli tyhjentävästi kertonut, että tila ei ole esteetön.

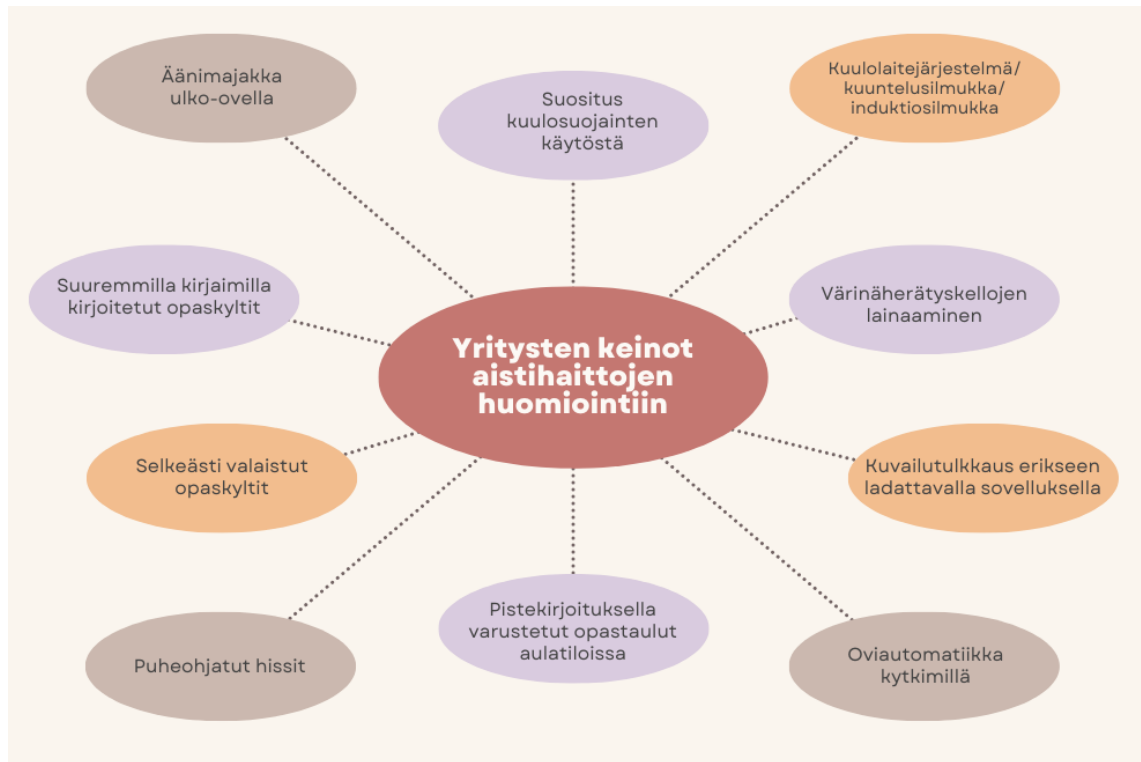
Tarkastellessa yritysten verkkosivuilta löytyneitä esteettömyystietoja, käsitteli niistä 65 % pelkästään liikuntarajoitteisia asiakkaita ja näin ollen se ei ole tämän opinnäytetyön kannalta oleellista tietoa. Kohteista 41 % ilmaisi avustajan pääsevän maksutta autettavan mukana. Osassa kohteista oli selkeästi ilmaistu, miten avustajan toimi tulee esittää ilmaislipun tai -sisäänkäynnin saadakseen, osassa oltiin hieman suurpiirteisempiä asian suhteen. Osassa oli merkitty Vammaiskortti tai Näkövammaisten kortti etuun oikeuttavaksi todistukseksi, jossain A-merkinällä ja osassa ilman. Muutama yritys kertoi olevansa ”Vammaiskorttikohde, joka sitoutuu palvelemaan erityistä tukea tarvitsevat asiakkaansa parhaalla mahdollisella tavalla.” Tämä lause löytyy Vammaiskortin verkkosivuilta (www.vammaiskortti.fi).

Taulukko 1. Benchmarkingin kysymykset ja vastausten määrät eriteltyinä

Kohteita	Löytyykö tietoa esteettömyydestä	Löytyykö tieto helposti vai pitääkö itse kaivella	Onko kyseessä esteettömyys liikuntarajoitteisille vai löytyykö muitakin tietoa? -> löytyykö aistiherkille?
17 kpl	4 / 17 löytyy jotain tietoa esteettömyyteen liittyen etusivulta	10 / 17 löytyy valikon kautta oma sivu tai muuten tietoa esteettömyydestä.	<ul style="list-style-type: none"> - 11 / 17 esteettömyys liittyy liikuntarajoitteisuuden pelkästään - 8 / 17 on mainittu aistiherkkyyksiin liittyvien toimintojen helpottamista - 7 / 17 avustaja pääsee ilmaiseksi

Noin puolet eli 47 % yrityksistä käsitteli verkkosivuillaan esteettömyyttä nimenomaan aistiherkkyyksiin liittyvien toimintojen kannalta. Kuulo- ja näköhaittoja oli huomioitu muun muassa kuviossa 7 listatuin keinoin. Eräs yritys huomioi vauvat pitämällä valaistuksen himmeällä ja äänenvoimakkuuden pienemmällä; tässä kohdassa olisi hyvin voitu mainita myös nepsyt. Eräs yritys toivotti opas- ja avustajakoirat tervetulleiksi tiloihinsa. Erään yrityksen tiloissa oli esteettömyysasiat ja-

oteltu yrityksen sisällä eri tilojen mukaan ja toinen yritys kertoi järjestävänsä esteettömyysauditointeja vuosittain. Erityisen hyväksi palveluksi nostamme tässä kohtaa yrityksen, jonka verkkosivujen etusivuilla kerrottiin henkilökunnan olevan koulutettu palvelemaan toimintarajoitteisia asiakkaita.



Kuvio 7. Yritysten keinot aistihaittojen huomiointiin benchmarkingin mukaan

Tämän benchmarkingin perusteella nähdään, että vain vajaa neljäsosa (23 %) Oulun alueen matkailu- ja tapahtumayrityksistä huomioi nepsyt verkkosivujensa tiedoissa. Toisaalta taas ne yritykset, jotka verkkosivuillaan nepsyjä huomioivat, tekevät sen ansiokkaasti ja tarkasti. Näin ollen voidaan todeta, että infokortin teko tulee tarpeeseen ja sen mahdollinen jatkojalostus valtakunnalliseen käyttöön Autismiliiton toiveen mukaisesti, on perusteltua.

7.3 Infokortti matkailu- ja tapahtuma-alan yrityksille

Opinnäytetyömme tuotoksena on infokortti (liite 2), joka pohjautuu nepsyille tehtävän kyselyn tuloksiin ja tekemäämme benchmarkingiin. Infokortilla halutaan lisätä yritysten tietoisuutta nepsyistä asiakasryhmänä. Kortissa kerrotaan lyhyesti

ja selkeästi asioista, joita yritysten olisi hyvä ottaa huomioon toiminnassaan halutessaan kasvattaa nepsyjen määrää asiakkaina. Infokorttiin nostettiin kymmenen kyselyn tuloksista ja benchmarkingista esiin nousutta asiaa, joita yritysten olisi hyvä huomioida nepsyjen ollessa asiakkaina. Niiden lisäksi infokortissa on määritelty lyhyesti nepsy-termi ja kortista löytyy verkko-osoitteet lisätietojen hakemiseksi. Infokortissa olevat asiat perustuvat opinnäytetyöhön keräämäämme tietoperustaan, nepsyille tehdyn kyselyn tuloksiin ja tekemäämme benchmarkingiin.

Infokortti tullaan jakamaan sähköisesti Oulun alueen matkailu- ja tapahtuma-alan yrityksille. Opinnäytetyön toimeksiantaja on halukas jakamaan infokortin myös omissa sosiaalisen median jakelukanavissaan. Infokortti on tehty tässä vaiheessa Oulun aluetta koskevaksi, mutta se on mahdollista jatkojalostaa myöhemmin toimeksiantajan toimesta valtakunnalliseksi ja tallentaa Autismiliiton nettisivuille kaikkien käytettäväksi.

8 POHDINTA

Opinnäytetyön tehtävänä oli kehittää Oulun alueen matkailu- ja tapahtuma-alan yritysten nepsyosaamista. Opinnäytetyön lopputuotteena syntyi infokortti, joka tulee sekä työn toimeksiantajan käyttöön että tullaan jakamaan sähköisesti Oulun alueen matkailu- ja tapahtuma-alan yritysten käyttöön. Infokortilla halutaan lisätä yritysten nepsyosaamista, joten katsomme opinnäytetyön tehtävän onnistuneen.

Opinnäytetyön tavoitteena oli saada tietoa siitä, mitä matkailu- ja tapahtuma-alan yritysten olisi hyvä huomioida kehittäessään toimintaansa saadakseen nepsyistä lisää asiakaskuntaa. Tietoa asioista, joita olisi hyvä huomioida nepsyjen ollessa asiakkaina saatiin nepsyille tehdyn kyselyn ja benchmarkingin kautta, joten koemme opinnäytetyön tavoitteen toteutuneen.

Työmme tulosten perusteella voimme suositella alueemme matkailu- ja tapahtuma-alan yrityksille muun muassa seuraavia toimenpiteitä: aikaikkunoita tapahtumiin, pienempää volyyymiä taustamusiiikissa, himmennettyä valaistusta ja rajattua ihmismäärää. Varsinaisen fyysisen toimintaympäristön lisäksi voimme suositella matkailu- ja tapahtumayrityksiä tarkistamaan myös digitaalisen vieraanvieraaisuutensa, ja lisäämään selkeämpää ja näkyvämpää opastusta. Verkkosivujen selkeyttäminen helpottaa ennakkoinnin suunnittelussa, mikä on nepsyille äärettömän tärkeää.

Opinnäytetyöprosessi kokonaisuutena oli nopea ja tiivis. Nopean ja tiiviin prosessin hyvänä puolena oli se, että asioita ei voinut jättää venymään vaan eri vaiheita oli vietävä eteenpäin aikataulun mukaisesti, jotta työ valmistuu aikataulussa. Toisaalta vasta prosessin loppuvaiheessa, kun työn lopullinen palautuspäivä lähestyi, alkoivat ajatukset loksahdella paikoilleen, ja asioita alkoi pohtia aiempaa enemmän ehkä jopa hieman asiantuntijan näkökulmasta. Omat haasteensa aiheutti työn tekemiseen tarvittavan tehokkaan ajan järjestäminen. Pitkän työpäivän jälkeen ajatus ei aina luistanut toivotulla tavalla ja välillä tuntui, että aika loppuu täysin kesken.

Työssä edettiin järjestelmällisesti ja johdonmukaisesti, prosessin alussa tehtyjen suunnitelmien mukaisesti. Sekä opinnäytetyöprosessin toteutussuunnitelmaa että itse laatimaamme aikataulua seurattiin jatkuvasti, jotta työskentelymme eteni

aikataulujen mukaan. Myös opiskelun ja työn ulkopuolisessa elämässä tapahtuneet asiat asettivat prosessille omat haasteensa. Kaikkea ei pysty ennakoimaan tehokkaasta aikataulutuksesta huolimatta ja nyt viimeiselle kirjoituskuukaudelle sattui kolmet hautajaiset. Onneksi meitä oli kaksi tekemässä työtä ja yhteistyömme sujui saumattomasti, joten kun toinen kohtasi muussa elämässä haasteita, pystyi toinen yleensä panostamaan työhön enemmän. Opinnäytetyöprosessin aikana kohtasimme myös erinäisiä ohjelmistoihin liittyviä haasteita, jotka aiheuttivat meille jonkin verran lisää työtä, mutta eivät kuitenkaan estäneet prosessin jatkamista sovitussa aikataulussa.

Yhteistyö toimeksiantajan kanssa sujui saumattomasti. Opinnäytetyötä oli mukava tehdä, koska koimme aiheen tärkeäksi. Myös se, että toimeksiantaja PSA sekä Autismiliitto näkivät työmme merkitykselliseksi, antoivat meille lisää motivaatiota työn tekemiseen. Infokorttia tullaan jakamaan liiton puolesta verkkosivujen ja sosiaalisen median lisäksi myös tapahtumissa, ja se on mahdollista jatkojalostaa valtakunnalliseksi toimeksiantajan toiveen mukaisesti. Yhteistyö ohjainten opettajien kanssa sujui mutkattomasti, kuten myös meidän opinnäytetyön tekijöiden keskinäinen yhteistyö.

Työn tietoperustana käytettiin alan ajankohtaista ja luotettavaa lähdemateriaalia. Haasteita aiheutti se, että työmme aihetta on tutkittu todella vähän ja sen vuoksi esimerkiksi aiempien tutkimusten löytäminen oli haastavaa. Aiheesta löytyy runsaasti lääketieteellistä tietoperustaa, mutta matkailuun liittyvää tietoa ei ole juurikaan julkaistu. Monipuolisempi lähdemateriaali olisi mahdollistanut laajemman tietoperustan ja lisännyt opinnäytetyömme luotettavuutta. Lähteet ja lähdeviitteet merkittiin tekstiin asianmukaisesti. Asiavirheiden ja väärrien tulkintojen estämiseksi pyrimme kirjoittamaan opinnäytetyön huolellisesti ja tarkasti. Huolimatta siitä, että meillä on omakohtaista kokemusta nepsyistä, onnistuimme mielestämme käsittelemään opinnäytetyössä olevia asioita objektiivisesti ja kriittisesti.

Kyselyn tulosten vastausten luotettavuuden kannalta vastauksia olisi ollut hyvä olla enemmän kuin nyt, mutta saaduista vastauksista nousi kuitenkin esiin hyvin samankaltaisia, monissa vastauksissa toistuvia asioita. Vastausten luotettavuutta lisäsi myös se, että koska kysely jaettiin sekä paikallisen että valtakunnallisen alan järjestön Facebook-sivuilla, olivat kyselyn vastaajat aihepiiriin tuntevaa

kohderyhmää ja kokemusasiantuntijoita. Koemme, että käyttämämme kaksi tutkimusmenetelmää olivat riittävät.

Opinnäytetyön teossa noudatettiin eettisyyden periaatteita ja Lapin ammattikorkeakoulun ohjeita plagioinnin suhteen. Eettisyys huomioitiin Webropol-kyselyssä ja benchmarkingissa sekä niiden tulosten käsittelyssä. Mitään henkilötietoja ei kysytty tai tallennettu, eikä kyselyn vastaajat ole tunnistettavissa vastauksista. Kyselyssä käytetty Webropol-kyselysovellus keräsi vastaajien IP-osoitteet, mutta niitä ei käytetty mihinkään eikä luovutettu eteenpäin. Kysely vastauksineen poistettiin heti opinnäytetyön valmistuttua. Tuloksia käsiteltiin yhtenä massana ja vastaukset esitettiin sekä prosenttiosuutena että sanallisessa muodossa. Benchmarkingin kohteena olleiden yritysten nimiä ei mainita tuloksissa, tulokset käsiteltiin yhtenä massana eikä yritykset ole mitenkään tunnistettavissa benchmarkingin tuloksista.

Työskentelimme itseohjautuvasti ja huolehdimme, että kaikki tarvittavat asiat tulee tehtyä sovitun mukaisesti. Valitettavasti meistä molemmat eivät aina töiden vuoksi päässeet ohjaustunneille, mutta toisella oli yleensä mahdollisuus osallistua, joten pystyimme hyödyntämään ohjaustunneilla jaettua arvokasta tietoa.

Opinnäytetyön tekeminen on kasvattanut meidän asiantuntijuuttamme ja ammatitiosaamistamme. Meillä on taustalla vuosikymmenien kokemus asiakaspalvelusta ja esihenkilötyöstä, mutta nyt katsoimme asioita ensimmäistä kertaa syvemmin asiakkaan näkökulmasta. Asiakasymmärryksen ja toimivan asiakaspolun tärkeys ovat nousseet arvokkaimmiksi oivalluksiksi. Kyselyn vastaajien kommentit siitä, että työllämme on oikeasti suuri merkitys ja tälle on ollut tarvetta, vahvistivat omia ajatuksiamme asiasta. Muutamasta vastauksesta kävi ilmi, että liian kova valaistus tai musiikki voivat aiheuttaa jopa fyysistä kipua nepsyille. Jos työllämme voimme auttaa yhdenkin ihmisen elämää kivuttomammaksi, on sillä ollut hyvä, inhimillinen tarkoitus. Työn viimeistelyvaiheessa pääsimme vaihtamaan ajatuksia erään oululaisen järjestön edustajan kanssa, ja kuultuaan työmme aiheesta ja tekemästämme infokortista, pyysivät he meitä toimittamaan sen myös heidän käyttöönsä. Opinnäytetyöprosessin aikana meille on herännyt kiinnostus infokortin laajentamisesta valtakunnalliseksi oppaaksi. Olisi mahtavaa olla mukana kehittämistyössä myös jatkossa.

Uusien asiakkaiden houkuttelussa saattaa sosiaalisen median kautta tehty markkinointi auttaa, mutta vasta oikeilla tekemisillä voidaan mahdollistaa neuroepätyypillisten asiakkaiden saapuminen tapahtumiin tai yöpyminen majoitusyrityksissä. Aina ei tarvita kalliita investointeja, jo olemassa olevia palveluita voidaan muokata sopivammaksi, esimerkiksi palvelumuotoilua apuna käyttäen. Apuvälineitä esteettömyyden ja aistiesteettömyyteen parantamiseen on monia. Invalidiliitto on julkaissut verkkosivuillaan erilaisia esteettömyyden kartoituslomakkeita ja tarkistuslistoja, ja myös aistiesteettömyydelle löytyy oma tarkistuslistansa. Yritysten on myös mahdollista hakea Autismiystävällinen-sertifikaattia, jolla viestitään ulospäin, että yritys huomioi autismikirjon ihmisten tarpeet. Helsinkiläinen taidemuseo Amos Rex on ensimmäinen sertifikaatin käyttöön ottanut yritys. Matkailualan yrityksillä on myös mahdollisuus osallistua Visit Finlandin Sustainable Travel Finland (STF) -ohjelmaan, jonka avulla edistetään matkailualan toimijoiden kestävän kehityksen mukaista toimintaa. STF-merkki on osoitus asiakkaille, että yritys on sitoutunut vastuulliseen toimintaan ja huomioimaan myös esteettömyyteen liittyvät asiat.

Kokemuksemme mukaan neuropsykiatriset häiriöt vaikuttavat nepsyjen elämään monin eri tavoin, mutta suurin etu normaalin elämän tavoittelussa on sujuvan arjen mahdollistaminen. Sujuvaan arkeen kuuluu rutiinin lisäksi myös ennakoitua poikkeamat ja matkustus tuo tähän hyvän lisän parantaen nepsyjen elämänlaatua. Kun esteettömyys on huomioitu matkailu- ja tapahtuma-alan yritysten toiminnassa, kokevat aistiherkät itsensä tervetulleiksi yrityksiin ja kertovat hyvistä kokemuksistaan eteenpäin.

Nepsy-sanan käyttö otsikossa oli mielestämme ajankohtainen, tuttu ja sitä myöten myös perusteltua. Tänä päivänä sosiaalinen media käyttää sanaa nepsy todella laajasti ja sitä kautta sana on yleistynyt valtavasti. Yleisöpalstoilla näkee käytettävän ilmaisuja nepsypiirteinen ja nepsy-lapsi, ja televisiosta voi katsoa sarjoja (Kirjolla, Nepsyt ja Elämää autismin kirjolla -sarjat näkyvät Yle Areenassa, Atypical-sarja näkyy Netflixissä, The Good Doctor –sarja näkyy Viaplayssä), joissa käytetään nepsyä ilmaisemaan autismikirjolaisia. Itse asiassa koko ajatus tästä opinnäytetyöstä lähti sanoista nepsy ja matkailu, joten työn nimen säilyttäminen nousi meille henkilökohtaisesti erittäin tärkeäksi heti alusta lähtien.

LÄHTEET

Aikakauskirja Duodecim 2018. Sosiaalinen vuorovaikutus autismikirjon häiriössä – keskusteluntutkimuksen näkökulma. Viitattu 19.4.2024 <https://www.duodecimlehti.fi/duo14588>.

Aivoliitto 2024. Aistikäsittelyn poikkeavuudet. Viitattu 21.3.2024 <https://www.aivoliitto.fi/hoppi/tunnistajatue/aistikasittelyn-poikkeavuudet/#20cb4866>.

Alasuutari, P. 2011. Laadullinen tutkimus 2.0. Tampere: Vastapaino

Alhola, K. 2016. Toimintolaskenta. 5. uudistettu painos. Helsinki: Alma Talent.

Autismiliitto 2024a. Autismiliiton esteettömyysohjelma. Viitattu 20.3.2023 <https://autismiliitto.fi/materiaalia/esteettomyys>.

Autismiliitto 2024b. Perustietoa autismista. Viitattu 27.3.2024 <https://autismiliitto.fi/autismi/perustietoa-autismista/>.

Barclay, D. 2022. Traveling different: Vacation Strategies for Parents of the Anxious, the Inflexible, and the Neurodiverse. Viitattu 4.4.2024 <https://search-ebscohost-com.ez.lapinamk.fi/login.aspx?direct=true&AuthType=shib,ip&db=nlebk&AN=3346218&site=ehost-live&scope=site>.

Benchmarking 2024. Kokonat. Viitattu 20.3.2024 <https://www.kokonat.fi/benchmarking/>.

Dun & Bradstreet, 2024. Mitä on asiakasymmärrys ja miten sitä kehitetään. Viitattu 19.4.2024 <https://www.dnb.com/fi-fi/syvenna-osaamistasi/ajatuksiamme/mita-on-asiakasymmarrys-ja-miten-sita-kehitetaan.html>.

Duodecim 2024. Käypä hoito -suositus, autismikirjon häiriö. Suomalaisen Lääkäriseuran Duodecimin ja Suomen Lastenpsykiatriayhdistyksen, Suomen Nuorisopsykiatrisen Yhdistyksen, Suomen Kehitysvammalääkäreiden, Suomen Lastenneurologisen Yhdistyksen ja Suomen Psykiatriyhdistyksen asettama työryhmä. Viitattu 17.4.2024 <https://www.kaypahoito.fi/hoi50131#s7>.

Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.

Fisher, M. & Vainio, S. 2014. Potkua palvelubisnekseen. Asiakaskokemus luodaan yhdessä. Helsinki: Talentum.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. 13., uusittu painos. Helsinki: Tammi.

Huovinen, J. & Jutila, S. 2015. Esteettömyys osana hyvinvointimatkailua. Matkailututkimus, 11(1), 68–78. Viitattu 18.4.2024 <https://journal.fi/matkailututkimus/article/view/90918>.

Hänti, S. 2021. Asiakkaista ansaintaan: Asiakaskeskeinen liiketoimintamalli. Helsinki: Alma Talent Oy.

Invalidiliitto 2024. Esteettömyys. Viitattu 20.3.2024
<https://www.invalidiliitto.fi/esteettomyys>.

Jutila, S. & Harju-Myllyaho, A. 2017. Esteettömyys matkailussa. Teoksessa J. Edelheim & H. Ilola (toim.) Matkailututkimuksen avainkäsitteet. Rovaniemi: Lapland university press, 223–228.

Koivisto, M., Säynäjäkangas, J. & Forsberg, S. 2019. Palvelumuotoilun bisneskirja. Helsinki: Alma Talent Oy.

Korkiakoski, K. 2023. Huomisen asiakas. Helsinki: Kauppakamari.

Kortesuo, K. & Löytänä, J. 2011. Asiakaskokemus, palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Helsinki: Talentum.

Kyyrä, S. & Skantz, K. 2017. Viestinnällä esteettömään vieraanvaraisuuteen – Lapin matkailun alueorganisaatioiden verkkosivujen nykytila. Matkailututkimus, 13 (1–2). Viitattu 20.3.2024
<https://journal.fi/matkailututkimus/article/view/67858>.

Lindholm, P. 2018. Aistikokemusten erilaisuus osana autismikirjon oirekuva. Viitattu 22.4.2024 <https://autismiliitto.fi/materiaalia/autismi-lehti/aistikokemusten-erilaisuus-osana-autismikirjon-oirekuva/>.

Lundman, R. 2024. Kohti neuromoninaisempaa kaupunkia: lähtökohtia yhdenvertaisemmalle ja neuroesteettömälle kaupunkisuunnittelulle (Toward a more neurodiverse city: Proposals for more inclusive and neuro-accessible urban planning). Terra 136(1) 2-4. Viitattu 15.4.2024
<https://doi.org/10.30677/terra.141935>.

Miettinen, S. & Koivisto, M. Designing Services with Innovative Methods. University of Art and Design Helsinki: Helsinki.

Miller, D., Maricle, D., Kaufman, A. & Kaufman, N. 2019. Essentials of School Neuropsychological Assessment. John Wiley & Sons, Incorporated.

Moritz, S. 2005. Service Design – Practical Access to evolving field. Viitattu 25.4.2024 https://issuu.com/st_moritz/docs/pa2servicedesign.

Nepsyarki 2024. Aistiherkkyydet. Viitattu 21.3.2024
<https://www.nepsyarki.com/aistiylherkkyys/>.

Nepsytietoa 2024. Nepsy-hanke Tarmo 2023. Viitattu 11.4.2024
<https://nepsytietoa.fi/tietoa-lapsille-ja-nuorille/mika-on-nepsy/>.

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

Paukku, T. & Tirranen H. 2023. Matkailualan liiketoiminnan kehittäminen palvelumuotoilun menetelmin. Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu. Muotoilija AMK. Opinnäytetyö.

Peltola, H., Neilimo, K., Mitronen, L. & Kuusela, H. 2022. Kaupan huiput. Kun hyvä ei riitä. Helsinki: Alma Talent Oy.

Pesonen, I., Mönkkönen, T. & Hokkanen, T. 2002. Menestyvä matkailuyritys. 2. painos. Helsinki: Edita Prima Oy.

Pimiä, K. 2019. Esteettömyys ei maksa maltaita, mutta syrjivät asenteet tulevat kalliiksi. Blogi-kirjoitus. Yhdenvertaisuusvaltuutettu. Viitattu 28.3.2024 <https://yhdenvertaisuusvaltuutettu.fi/-/esteettomyys-ei-maksa-maltaita-mutta-syrjivat-asenteet-tulevat-kalliiksi>.

Pohjois-Suomen Autismikirjo ry 2024. Verkkosivut. Viitattu 2.4.2024. <https://autismikirjo.fi/>.

Savikuja, T., Hannukainen, H., Huhtasalo, J., Merilampi, S. & Toivonen, K. 2022. Aistiesteettömyys. Teoksessa T. Savikuja & A. Puustjärvi (toim.) Nepsy-opas. Tukea neuropsykiatriisiin haasteisiin. Jyväskylä: PS-kustannus, 85–88.

Seuri, O. 2020. Avoin kysymys: haastattelun käsikirja. Tampere: Vastapaino.

Simola, H. 2024. Nepsyoireet ja elämänhallinta nuorella aikuisella. Viitattu 11.4.2024. <https://www.coronaria.fi/asiakkaana-kuntoutus-ja-terapiapalveluissa/blogi/nepsy-oireet-ja-arjen-hallinta-nuorella-aikuisella/>.

Suomen Neuropsykologinen Yhdistys Ry, 2024. Mitä on neuropsykologia? Viitattu 22.4.2024 <https://neuropsykologia.fi/neuropsykologia/>.

Terveyskirjasto Duodecim 2024. Aistitiedon käsittelyn ja säätelyn ongelmat. Viitattu 21.3.2024 <https://www.terveyskirjasto.fi/pla00019>.

Terveyskirjasto Duodecim 2023. Käypä hoito –suositus, autismikirjon häiriö. Viitattu 11.4.2024. <https://www.terveyskirjasto.fi/khp00137/autismikirjon-hairio?q=autismi>.

Terveyskylä 2021. Neuropsykologiset oireet. Viitattu 17.4.2024 <https://www.terveyskyla.fi/aivotalo/aivot-ja-toimintakyky/aivotoimintojen-h%C3%A4iri%C3%B6t/neuropsykologiset-oireet>.

Tilastokeskus 2022. Pandemia pudotti matkailukysyntää 6,6 miljardilla ja vei alalta 25000 työllistä. Viitattu 28.3.2024 <https://www.stat.fi/uutinen/pandemia-pudotti-matkailukysyntaa-66-miljardilla-ja-vei-alalta-25-000-tyollista>.

The World Health Organization 2024. WHO's new International Classification of Diseases (ICD-11) comes into effect. Viitattu 27.3.2024 [https://www.who.int/news/item/11-02-2022-who-s-new-international-classification-of-diseases-\(icd-11\)-comes-into-effect](https://www.who.int/news/item/11-02-2022-who-s-new-international-classification-of-diseases-(icd-11)-comes-into-effect).

Terveiden ja hyvinvoinnin laitos 2024. Tiedonhallinta sosiaali- ja terveysalalla. Viitattu 4.4.2024 <https://thl.fi/aiheet/tiedonhallinta-sosiaali-ja-terveysalalla/koodistopalvelu/yhteistyö-ja-projektit/icd-11-diagnoosiluokitusten-kayttoonotto>.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2013. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. 11., uusittu painos. Helsinki: Tammi.

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum Media Oy.

Työ- ja elinkeinoministeriö, 2024. Toimialaraportti: Toimintaympäristö haastaa edelleen matkailualan kasvua. Viitattu 17.4.2024 <https://tem.fi/-/toimialaraportti-toimintaymparisto-haastaa-edelleen-matkailualan-kasvua>.

University of Miami 2024. Autismikirjo. Viitattu 2.5.2024 <https://idsc.miami.edu/the-association-between-parental-age-and-autism-related-outcomes-in-children-at-high-familial/>.

Viitala, R. & Jylhä, E. 2013. Liiketoimintaosaaminen: menestyvän yritystoiminnan perusta. 6., uusittu painos. Helsinki: Edita.

Visit Finland 2021. Inklusiivisen matkailun opas. Viitattu 26.3.2024 https://www.businessfinland.fi/4af114/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2021/inklusiivisen_matkailun_opas-2021.pdf.

Visit Finland 2023. Kestävän matkailun periaatteet. Viitattu 27.2.2024 <https://www.visitfinland.fi/liiketoiminnan-kehittaminen/vastuullinen-matkailu/kestavan-matkailun-periaatteet>.

Visit Finland 2024. Liiketoiminnan kehittäminen / vastuullinen matkailu. Viitattu 15.4.2024 <https://www.visitfinland.fi/liiketoiminnan-kehittaminen/vastuullinen-matkailu>.

Why ENAT? ENAT European Network for Accessible Tourism. Viitattu 18.4.2024 <http://www.accessibletourism.org/?i=enat.en.why>.


LIITTEET

- Liite 1. Laadullisen kyselyn kysymykset
- Liite 2. Infokortti

Liite 1 1(3). Laadullisen kyselyn kysymykset



Nepsyt ja matkailu

 Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (*)

Tämän kyselyn tavoitteena on kerätä tietoa Oulun alueen matkailu- ja tapahtuma-alan yritysten asiakaskokemusten kehittämistä varten. Kysely tehdään osana Lapin ammattikorkeakoulun restonomiopiskelijoiden opinnäytetyötä.

Kyselyyn vastanneiden tietoja ei tallenneta eikä säilytetä. Kyselyn vastaukset tuhoetaan 1 kk kyselyn päättymisen jälkeen.

Miten tärkeänä pidät seuraavia seikkoja vieraillessasi esimerkiksi elokuvateatterissa, ostoskeskuksissa, hotelleissa tai tapahtumissa?

Valitse vain yksi joka kohtaan, kiitos.

1 = en pidä tätä tärkeänä

5 = koen tämän erittäin tärkeäksi *

	1	2	3	4	5
Valaistus tilassa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Äänen voimakkuus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kuva-apua ohjelmistossa / aikatauluissa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Selkokieltä ohjelmistossa / aikatauluissa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vapaan liikkumisen mahdollisuus (paikkanumerot)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Liite 1 2(3). Laadullisen kyselyn kysymykset

Millaisia seikkoja majoitusyritysten ja tapahtumanjärjestäjien tulisi huomioida ajatellen nepsyjä asiakaskuntana? *

Onko teillä jäänyt käymättä tapahtumissa tai matkoilla esimerkiksi aistipulmien vuoksi? *

Ei ole jäänyt käymättä, käyn silti

On jäänyt käymättä


Olisiko mielestänne tarvetta järjestää vierailuaikoja / aikaikkunoita esimerkiksi erilaisiin tapahtumiin, jolloin paikalla ei olisi muita kuin aistirajoitteisia? (Esimerkiksi elokuvanäytöksiä, alennusmyyntejä, tapahtumia) *

Kyllä

Ei ole tarvetta

Liite 2 3(3). Laadullisen kyselyn kysymykset

Nepsyt ja matkailu

 Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (*)

Löytyykö tarvitsemasi esteettömyyden tieto yritysten sivuilta yleensä helposti?

*

- Ei löydy lainkaan
- Ei löydy helposti
- En osaa sanoa
- Löytyy pienen etsimisen jälkeen
- Löytyy helposti

Onko Oulun alueella jossain tätä tietoa koottuna, jos on, missä? *

- On, täällä:
- Ei ole

Olisiko teillä jotain lisättävää / palautetta aiheeseen liittyen Oulun alueella?

ASIAKKAANA NEPSY

Nepsy - mitä se tarkoittaa?

Nepsy-termiä käytetään puhuttaessa neuroepätyypillisistä henkilöistä, joilla on neuropsykiatrisia häiriöitä ja jotka ovat saaneet autismikirjon häiriön diagnoosin.

Aistiesteettömyyden huomiointi matkailu- ja tapahtuma-alan yrityksissä on tärkeää. Pienilläkin toimenpiteillä voidaan helpottaa nepsyjen saamista asiakkaiksi.

Lisätietoja:

www.autismikirjo.fi
www.autismiliitto.fi



Tämä infokortti on osa Lapin ammattikorkeakoulussa tehtyä opinnäytetyötä. Kortissa olevat asiat pohjautuvat nepsyille tehdyn kyselyn ja Oulun alueen matkailu- ja tapahtuma-alan yritysten verkkosivulle tehdyn benchmarkingin vastauksiin.

10 PIENTÄ ASIAA nepsyjen asioinnin helpottamiseksi



01. Valaistus

Valaistuksen olisi hyvä olla säädettävissä. Liian kirkas tai suora kohdevalaistus voi olla jopa kivulias.

Äänenvoimakkuudella on suuri merkitys. Voimakas taustamelu ja taustamusiikki voivat estää osallistumisen tapahtumiin ja yrityksissä asioinnin.

02. Äänimaailma



Kohtaathan nepsyn samoin kuin muutkin asiakkaat ja puhuttelet häntä hänen ikänsä mukaisesti. Erilaisuuden hyväksyminen on tärkeää.



03. Kohtaaminen

Opasteita on hyvä olla riittävästi ja niiden kuuluu olla selkeitä. Jossakin tapauksissa myös kuvaavusta on hyötyä.

04. Opasteet



05. Hajusteet

Voimakkaat hajusteet voivat laukaista esimerkiksi migreenikohtauksen. Hajusteettomat tapahtumat ovat aistiystavallisia.

Verkkosivujen olisi hyvä olla selkeitä ja tieto mahdollisesta aistiesteettömyydestä olisi hyvä löytyä helposti.

06. Verkkosivujen tiedot



07. Omat aikaikkunat/ vierailuajat

Omat aikaikkunat/vierailuajat esimerkiksi tapahtumiin, jolloin paikalla ei olisi kuin aistirajoitteisia, voivat madaltaa kynnystä osallistua.

Osallistujien määrä olisi hyvä rajata edes lyhyeksi ajaksi. Pienempi väkimäärä tai oma rajattu alue tai taukotila tuo turvallisuuden tunnetta ja antaa mahdollisuuden rauhoittumiseen.

08. Rajattu väkimäärä



09. Ruokailun muokattavuus

Ruokalista olisi hyvä olla selkeä ja muokattavissa. Ruoka-aineet olisi hyvä saada myös erillään eivätkä kosketuksissa kastikkeisiin.

Tapahtumissa ja näytöksissä tulisi olla mahdollisuus vapaaseen liikkumiseen sekä tilasta poistumiseen ja palaamiseen.

10. Vapaan liikkumisen mahdollisuus

