



Haaga-Helia
ammattikorkeakoulu Oy

Millaista osaamista matkaoppaan työ vaatii Kreetan saarella?

Sevgi Özkahveci

Opinnäytetyö

Liiketalouden koulutusohjelma

Sevgi Özkahveci



Tekijä(t) Sevgi Özkahveci	
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma	
Opinnäytetyön nimi Millaista osaamista matkaoppaan työ vaatii Kreetan saarella?	Sivu- ja liitesivumäärä 31 + 1
<p>Opinnäytetyön aiheena oli tutkia Tjäreborgin matkaoppaiden työskentelyä Kreetalla. Matkailu on kasvava toimiala ja matkaoppaan työ tuntuu kiinnostavan monia - etenkin nuoria, jonka takia koen tutkimuksen olevan hyödyllinen alalle hakeutuville. Tavoitteena oli löytää kokemusta Kreetalla työskentelystä ja selvittää kohteen tuomat haasteet sekä vaatimukset esille. Tutkimuksessa pyrittiin saamaan selville myös yleiskuva matkaoppaan työstä. Tutkimuksen tuloksia voidaan käyttää matkaopaskoulutuksessa, jolloin uudet matkaoppaat voivat tutustua etukäteen Kreetan saareen. Opinnäytetyön tuloksia voidaan hyödyntää matkaopaskoulutus tilaisuuden lisäksi erilaisissa tutkimuksissa, missä tarvitaan matkaoppaiden kokemuksia ja mielipiteitä.</p> <p>Opinnäytetyön tutkimusote on kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus, joka koostuu teoriaosuudesta sekä empiirisestä osuudesta. Tutkimusta varten tietoa kerättiin kuudelta Kreetalla työskentelevältä matkaoppaalta ja haastattelusta saatu materiaali litteroitiin. Yksilöhaastattelut tehtiin Nordic Leisure Travel Group -konsernilla työskenteleville matkaoppaille ja kysely toteutettiin joulukuussa 2019. Työn teoriaosuus koostuu yhdestä pääaiheesta, matkailuala ja alla työskentely. Teoreettisessa viitekehyksessä käsitellään matkailualaa, digitaalisuuden ja taloudellisen vaikutus matkailuun, matkaoppaan työnkuvaa, koulutusta ja siihen liittyvä asiakaspalvelua. Matkailu on taloudellisesti merkittävä toimiala ja sen merkitys on lisääntynyt selvästi vuosikymmenten aikana. Työssä tarkastellaan matkailualaa ja siihen vaikuttavia tekijöitä laajasti, koska matkaoppaana työskentelevät ovat matkailualan ammattilaisia ja näin lukija saa paremman kuvan matkaoppaan työstä.</p> <p>Tutkimuksen tuloksista ilmenee, että matkaoppaat kokevat Kreetan kohteen haastavaksi, mutta antoisaksi. Kohde on monipuolinen ja Tjäreborgin matkaoppaalla on mahdollisuus työskennellä kaikissa eri työalueissa. Suuren asiakasmäärän takia oppaat pitävät monta tervetuloa tilaisuutta viikossa ja esiintyvät retki- ja lentokenttäbussissa, jonka takia vahvat esiintymis- ja vuorovaikutustaidot ovat välttämättömyys. Matkaoppaan tärkeimmiksi ominaisuuksiksi korostui joustavuus, ongelmanratkaisija, positiivisuus ja yhteistyökykyisyys.</p>	
Asiasanat matkailu, matkaoppaat, asiakaspalvelu, digitalisaatio, haastattelu	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Opinnäytetyön tavoite ja rajaus	1
1.2	Oy Tjäreborg Ab:n esittely	2
1.3	Kreeta matkakohteena	3
2	Matkailuala ja alalla työskentely	6
2.1	Matkailualan taloudelliset vaikutukset	8
2.2	Matkailijan motiivit matkustaminen	9
2.3	Digitalisaation vaikutus matkailuun	11
2.4	Matkaoppaaksi kouluttautuminen	12
2.5	Matkaoppaan työtehtävät	14
2.6	Asiakaspalvelu matkaoppaan työssä	17
3	Empiirinen tutkimus ja tutkimustulokset	19
3.1	Kvalitatiivinen tutkimus	19
3.2	Haastattelu	19
3.3	Vastaajien esittely	20
3.4	Matkaoppaalta vaadittavat vahvuudet	21
3.5	Vinkit uudelle Kreetan matkaoppaalle	22
3.6	Mitä Kreeta tarjoaa matkaoppaalle?	25
4	Pohdinta	28
4.1	Tutkimustyön luotettavuus	29
4.2	Oman oppimisen arviointi	30
	Lähteet	32
	Liite	37
	Liite 1. Haastattelukysymykset:	37

1 Johdanto

Opinnäytetyössäni tutkin Oy Tjäreborg Ab:n matkaoppaiden kokemuksia Kreetalla ja mil-laista osaamista matkaoppaan työ vaatii. Matkaoppaan ammattia kuvaillaan erittäin mie-lenkiintoiseksi – ei pelkästään itsestäänselvyyksien takia, kuten ilmainen reissaaminen maailmalla, vaan muista huolehtiminen ja erilaisten kulttuurien ja ihmisten vastaanottami-nen. Työ mahdollistaa työskentelyn suosituissa matkakohteissa ympäri vuoden. Matkaop-paat vaihtavat asuinalueitaan vähintään kuuden kuukauden välein ja jokainen uusi kohde vaatii uutta totutteleminen. Tämän tutkimustyön avulla uudet hakijat pääsevät tutustumaan Kreetaan saaren ja sen tuomaan haasteisiin. Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, mil-laista vaatimusta erityisesti Kreetaa vaatii matkaoppailta ja kuinka siellä työskentelevät matkaoppaan sen kokevat. Aihetta ei ole aikaisemmin tutkittu, jonka takia haluan tehdä tutkimuksesta hyödynnettävää tutkimustietoa. Tjäreborg on osa Nordic Leisure Travel Group -konsernia, joka on pohjoismaiden suurin matkanjärjestäjäkonserni.

Uuden työntekijän perehtyminen on yksi tärkeimmistä vaiheista ja kun kyse on matkaop-paan työstä, on tärkeää luoda mahdollisimman paljon mielikuvaa tulevasta työympäris-töstä ja vaatimuksista. Tutkimuksen avulla lukija saa matkailualasta ja matkaoppaan am-matista yleiskäsityksen, sillä tutkimuksessa kerrotaan kattavasti matkaoppaan työstä ja Kreetasta kohteena. Hakija voi myös tämän avulla miettiä, onko hän sopiva henkilö työs-kentelemään Kreetassa, koska kohde on haastava ja siihen tarvitaan henkisesti vahva henkilö. Tutkimusaineistoa kerättiin yksilöhaastattelulla haastattamalla Ving/Spies/Tjäreborg matkaoppaita, jotka työskentelivät 2019 kesäkauden Kreetalla.

1.1 Opinnäytetyön tavoite ja rajaus

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, minkälaista on matkaoppaan työ Kreetalla. Työstä on hyötyä esimerkiksi uusille, ammattiaan aloittaville oppaille, koska opinnäytetyön avulla he pystyvät etukäteen hahmottamaan, mitä kaikkea työhön kuuluu. Vaikka opinnäytetyö keskittyy matkaoppaan työhön Kreetalla, niin silti sen avulla saa yleiskuvan matkaoppaan työstä ja sen tuomista haasteista.

Tässä työssä keskityn kuitenkin Kreetan saareen, joka on Kreikan suurin saari ja yksi suosituimmista matkakohteista matkaoppaiden keskuudessa. Halusin erityisesti keskittyä tähän saareen, joka tarjoaa monipuolisia työtehtäviä ja hyvät kehittymismahdollisuudet uusille hakijoille. Opinnäytetyötäni voidaan hyödyntää myös matkaopaskoulutuksessa, jolloin uudet oppaat voivat tutustua nimenomaan Kreetan saareen.

Matkatoimistot järjestävät matkaopaskoulutusta uusille matkaoppaille. Koulutuksissa yritetään kertoa uusille oppaille mahdollisimman kattavasti, mitä kaikkea työtehtävät matkakohteessa pitävät sisällään. Valitettavasti kaiken kattavaa listaa työn sisällöstä on vaikea esittää, koska jokaisessa kohteessa on erilaiset toimintatavat ja tehtävät, vaikka työ on pääosin samanlaista. Sen vuoksi opinnäytetyö keskittyy vain yhteen kohteeseen ja yrittää kuvata oppaan tehtäviä siellä mahdollisimman laajasti.

1.2 Oy Tjäreborg Ab:n esittely

Eilif Krogager -niminen pastori perusti matkatoimiston Tanskassa vuonna 1950. Yksi syy matkatoimiston perustamiseen oli, että hän koki toimiston perustamisen itselleen keinona päästä matkustamaan ympäri maailmaa. Ensimmäiset matkatoimiston matkat tehtiin ryhmäbussilla ja Krogager itse toimi matkanjohtajina, oppaana sekä matkatavaravahtina. Krogager oli luonteeltaan optimisti ja epäilijöistä huolimatta hän halusi laajentaa matkatoimistonsa toimintaa Suomeen. Vuonna 1966 perustettiin Oy TR-Matkat Resor Ab, jonka nimi muutettiin vuonna 1974 Tjäreborgiksi. Näin suomalaiset pääsivät nauttimaan matkoista. (Tjäreborg 2019.)

Thomas Cook Northern Europe on Pohjoismaiden suurin matkanjärjestäjä, johon kuuluu Suomessa toimivan Tjäreborgin lisäksi ruotsalainen Ving ja Globetrotter, norjalainen Ving, tanskalainen Spies sekä hotellikonseptit Sunwing Family Resorts, Ocean Beach Club ja Sunprime Hotels. Konsernilla on toimipisteitä Suomessa, Ruotsissa, Tanskassa ja Norjassa. Tjäreborgin omisti aiemmin brittiläinen Thomas Cook, joka ajautui kuitenkin konkurssiin vuonna 2019. Norjalainen Petter Stordalen osti Suomen, Ruotsin, Norjan ja Tanskan Thomas Cookin kuuluvat yhtiöt ja kukin niistä toimii edelleen itsenäisinä matkanjärjestäjinä osana Thomas Cook Northern Europe -konsernia. Tjäreborg on Suomen kolmanneksi suurin matkanjärjestäjä ja se järjestää vuosittain 1,5 miljoonaa matkaa. (Tjäreborg 2019.)

Tjäreborgin kautta on mahdollista matkustaa eri puolille maailmaa. Sen laajasta lomamatkavalikoimasta on mahdollista varata matka internetin tai puhelimen kautta. Yrityksellä on myös matkatoimistomyymälä Helsingissä. Tjäreborg myy kaupunkilomia yli 50 kohteeseen, jonka lisäksi sillä on räätälöityjä reittilentoja eri puolille maailmaa. Yrityksellä on myös tilauslentoja esimerkiksi Eurooppaan, Aasiaan, Afrikkaan tai Amerikkaan. Vaikka Thomas Cook Northern Europe -konserniin kuuluu useita yhtiöitä, niin ne kaikki noudattavat yhteistä toimintamallia. Olipa kyse konserniin kuuluvasta matkanjärjestäjästä, lentoyhtiöstä tai hotellista, niin niiden palveluksessa olevat työntekijät palvelevat asiakkaitaan yhteisten arvojen ja lupauksen mukaisesti. (Tjäreborg 2019.)

Tjäreborg pyrkii ottamaan toiminnassaan huomioon vastuullisuuskysymykset. Se järjestää ilmastoystävällisiä lomamatkoja ja sen tavoitteena on vähentää matkustamisesta aiheutuvia ympäristöhaittoja niin kotimaassa kuin ulkomaillakin. Huhtikuusta 2019 lähtien yritys on kompensoinut asiakkaidensa lentomatkoihin siten, että se on investoinut ympäristöystävällisiin projekteihin, joiden avulla pystytään vähentämään asiakkaiden lentämisestä aiheutuvia päästöjä saman verran kuin asiakas on niitä aiheuttanut. Kompensoinnissa huomioidaan hiilidioksidipäästöjen lisäksi myös kasvihuonekaasut. Kaikkien lentomatkoihin ilmastokompensaatio sisältyy Tjäreborgin lomamatkojen hintaan. Syyskuusta 2019 lähtien kompensaation piiriin kuuluu myös konseptihotellit sekä bussikuljetukset hotellien ja lentokenttien välillä. (Tjäreborg 2019.)

1.3 Kreetan matkakohteena

Kreetalle matkailijoita houkuttelevat mielenkiintoiset retkimahdollisuudet, upeat rannat, monipuolinen hotellitarjonta sekä tietenkin aurinko. Monet matkustavat saarella nauttimaan auringosta ja merestä, mutta itse saari tarjoaa paljon nähtävyyksiä ja kulttuuria.

Kreikka sijaitsee Etelä-Euroopassa Välimeren rannalla. Kreeta on Kreikan suurin ja Välimeren viidenneksi suurin saari Sisilian, Sardinian, Korsikan ja Kyproksen jälkeen. Kreeta sijaitsee itäisellä Välimerellä Egeanmeren etelälaidalla. Saari on itälänsisuunnasta noin 260 kilometrin pituinen, 15–60 kilometrin levyinen ja sen pinta-ala on 8 336 neliökilometriä. Saaren asukasluku oli vuoden 2019 väestönlaskennassa noin 633 506. Kreetan pääkaupunki ja suurin kaupunki on Iraklion ja se jakautuu neljään eri läänin, johon kuuluu kaupungit, kuten Chaniá, Réthymno, Iraklion ja Lassithi. (Mapnall 2019.)

Saarella on erinomainen luonto ja ainutlaatuinen Välimeren historia ja sivilisaatio, joka houkuttelee monia suomalaisia vierailemaan saarella. Kreeta tarjoaa rikkaan kulttuurin ja historian lisäksi herkullista kreikkalaista ruokaa. Nykyisin saari on suosittu matkailukohde, jonka suosituimpia nähtävyyksiä ovat Knossoksen ja Faistoksen minolaiskaupunkien rauniot, Samarián rotko ja venetsialainen Chanián vanhakaupunki sekä satama. Kreetan saari on myös vuoristoinen. Saarella on neljä suurikokoista vuoristoa: Valkoiset vuoret eli Lefká Óri (2 453 m) lännessä, Psiloritis-vuori (2 456 m) tai Ida-vuori keskellä (saaren korkein kohta) sekä 2 141 metriä korkea Aféntis Christós ja Dikti-vuoren vuoristo (2 148 m) itään. Saaren länsipuolella on Euroopan syvin ja pisin kuuluva Samarian rotko, joka on 17 kilometriä pitkä. (Mapnall 2019.)

Kreikassa Kreetan kulttuuria pidetään yhtenä tärkeimmistä sen maantieteellisen sijainnin vuoksi. Sen historiallinen tausta sekä arabien, venetsialaisten ja turkkilaisten hyökkäykset ovat jättäneet jälkensä sen kulttuuriin. Kulttuuriperintönä Saarella on lukuisia kulttuurikoh-

teita eri aikakausilta. Muinaisten Rooman kohteiden lisäksi edustajina ovat Doricin, Helleenin, Venetsian ja Minoania. Erityisesti entiset Minoan palatsit, kuten Knossos Heraklionissa ja Festos Mátalassa, esittävät muinaisen sivilisaation arkkitehtuuria ja antavat käsityksen menneisyydestä. (Forsberg & Simula 2015.)

Kreetalaisille perheyhteisö ja yhdessä vietetty aika on tärkeä osa elämää, jonka takia he ovat erittäin kiinnittyneitä kreetalaiseen kulttuuriin. Saarella puhuttu kreikan kieli on erillinen kreetalainen murre, joka käyttää erityistä sanastoa. Suosituissa kokoontumisissa ja kyläfestivaaleilla kaikki tunnistavat kreetalaiset heidän perinteisistä lauluistaan ja tansseistaan. Useat kreetalaiset käyttävät 'Mantinades' runoutta ja soittavat 'Mantinades' -musiikin perusmusiikkia, jotka ovat molemmat ainutlaatuisia Kreetalla. On tyypillistä, että paikalliset pukeutuvat kansallispukuihin juhliin mentäessä, mutta pukuja on myös mahdollista nähdä jokapäiväisessä elämässä, etenkin vanhuksilla saaren syrjäisimmillä alueilla.

Kreetalaiset ovat luonteeltaan lämpimiä, ystävällisiä ja avoimia, jotka rakastavat elämää ja nauttivat muiden seurassa. He tekevät kaikkensa varmistaakseen, että niillä, jotka viettävät lomansa saarella, jää aina lämmin muisto matkasta. Saaren historia on ollut ennen tapahtumarikas ja usein väkivaltainen, jonka takia kreetalaiset puolustavat aktiivisesti riippumattomuuden ja vapauden arvoja, joka heijastuu monissa heidän päivittäisissä tottumuksissaan. Häät ja kastetilaisuudet ovat edelleen suuria tapahtumia.

Kreetan ilmasto on melko välimerellinen ja maltillinen. Kesällä ilma on kuiva ja lämmin keskimääräisten lämpötilojen ollessa 20–30 ° C. Niinkin korkeita kuin 45° C voidaan saavuttaa. Kosteus voi olla korkea meren läheisyydessä. Talvet ovat yleensä leutoja. Lumi on yleistä vuoristoalueilla ja siellä lämpötilat voivat laskea hyvinkin alhaiselle tasolle. Lunta on mahdollista nähdä ympäri vuoden korkeimpien vuorten huipulla, mutta alemmilla alueilla se on harvinaista. (Forsberg & Simula 2015.)

Kuuluisaa kreetalaista ruokavalioita pidetään ihanteellisena ja sen on kerrottu varmistavan pitkän iän ja hyvän terveyden. Ruokavalio perustuu paikallisiin kausituotteisiin, vihanneksiin, palkokasveihin, yrtteihin, täysjyväleipään, ohraan ja moniin hedelmiin. Meijerituotteita, kalaa ja siipikarjaa kulutetaan kohtuullisina määrinä. Kreetalaiset syövät hyvin vähän punaista lihaa, ateriat sisältävät yhden tai kahden lasillisen viiniä ja pääasiallinen rasvan lähde on oliiviöljy. (Forsberg & Simula 2015.)

Kreetan ruokavalioon on vuosisatojen ajan vaikuttanut voimakkaasti naapurimaiden hyökäykset. Kun uusia ihmisiä tulee maahan, niin sillä on vaikutusta myös ruokakulttuuriin. Monet kreetalaisen ruokavalion elementit, kuten oliiviöljy, vilja ja viini, ovat pysyneet samanlaisina kuin Minoan aikakaudella. Oliivipuita arvellaan viljellyn Kreetalla jo lähes 6000

vuoden ajan ja saarella on noin 35 miljoonaa oliivipuuta. Kreetalta löytyy useita reilun tuhannen vuoden ikäisiä puita ja vanhin oliivipuu sijaitsee Vouvesin kylässä. (Kreeta 2016.)

2 Matkailuala ja alalla työskentely

Matkailu toimialana on varsin laaja kokonaisuus, joka sisältää useita toimialoja. Matkailulle tyypillisiä toimialoja ovat majoitus, ravitsemustoiminta, matkatoimistojen ja matkanjärjestäjien toiminta (varauspalvelut), urheilutoiminta, huvi- ja virkistyspalvelut ja muut henkilökohtaiset palvelut, kulttuuri ja viihdetoiminta sekä henkilöliikenne ja liikennettä palveleva toiminta. Matkailun mukana kehittyvät elinkeinot ovat pääsääntöisesti palvelualalla, liikenteessä ja rakentamisessa. (Jänkälä 2016, 7–10.)

World Tourism Organization (UNWTO), eli maailman matkailujärjestö on yhdistyneiden kansakuntien, jonka tehtävänä on edistää vastuullista, kestäväää ja kaikkien ulottuvilla olevaa matkailua. Se toimii maailmanlaajuisena foorumina matkailupolitiikan kysymyksille ja on tiedon sekä tietotaidon vaihdon lähde. UNWTO on sitoutunut varmistamaan, että tätä jatkuvaa kasvua johdetaan vastuullisesti ja kestävästi niin, että matkailua pidetään oikeutetusti sosiaalisen ja taloudellisen kehityksen, työpaikkojen luomisen ja tasa-arvon avaintekijänä.

UNWTO:n mukaan matkailu on maailmanlaajuisesti katsottuna voimakkaimmin kasvava elinkeino. Matkailun kysyntään vaikuttaa ihmisten tarpeet ja matkustusmotiivit. Matkailutoimiala ja sen mukana matkailutyö muuttuu koko ajan ja sitä kehitetään jatkuvasti muodostamalla erilaisia matkailupalvelujen johtamista eri asiakasryhmien osallistumisilla palvelujen ideointiin sekä itse kehittämistyöhön. (Verhelä 2007, 7.)

Matkailu (turismi) käsitetään toimintana, jossa ihmiset matkustavat tavanomaisen elinympäristönsä ulkopuolella olevaan kohteeseen ja oleskelevat siellä yhtämittäisesti korkeintaan yhden vuoden ajan liikematkan, vapaa-ajanvieton tai muun tarkoituksen vuoksi. (Tilastokeskus 2016.) Matkailun historia on vuosituhansia pitkä ja sen motiivi on muuttunut täysin vuosien varrella. Matkailuun kiinnostus on alkanut, kun matkailulla on haluttu hankkia tietoa uusista asioista, kokemuksia vieraista kulttuureista, elämyksiä sekä statusta. (Verhelä 2007, 11.)

Matkailija on henkilö, joka harjoittaa tämän mukaista toimintaa eli matkustaa. (Verhelä & Lackman 2003, 15.) Päiväkävijät luetaan matkailijoiksi, mikäli matka suuntautuu koti- tai työpaikkakunnan ulkopuolelle, vaikka siihen ei sisälly yöpymistä. Suomessa matkailutilastoinnissa päiväkävijät erotetaan muista matkailijoista. (Tilastokeskus 2019.) Matkailukäsitteen synonyyminä käytetään usein turismia, jolla tarkoitetaan vapaa-ajan matkailua. (Vuoristo & Vesterinen 2002, 12.)

Matkailun ohjelmapalveluja on määritelty monella eri tavalla. Määritelmät vaihtelevat määritelmän tehneen tahon mukaan, aikakaudesta, jolloin määrittely on tehty sekä siitä, mihin tarkoitukseen määritelmää käytetään. UNTWO:n mukaan matkailun ohjelmapalvelut määntyvät vesi- ja ranta-aktiviteetteihin, talviaktiviteetteihin, luontomatkailuun (jossa asiakkaan toimintana on luonnon tarkkailu), sosiaaliseen elämään sekä kilpailuihin. (Verhelä 2007, 16.)

Matkanjärjestäjät toimivat yhdistävänä tekijänä matkapalveluiden tarjoajien ja matkustajien välillä. Heidän tehtävänänsä on koota useita palveluja yhteen ja myydä niitä toimittajiltaan pakettina. Matkanjärjestäjät neuvottelevat palvelun tarjoajien kanssa toimittajilleen, joita ovat lentoyhtiöt, hotellimiehet, ravintolat, matkaoppaat ja linja-autoyritykset. Palvelupaketti voi sisältää lentolipun, majoituksen, autonvuokrauksen ja aterian. Matkanjärjestäjä on siis palvelun tarjoaja, joka ennakoii asiakkaidensa kysyntää. Matkanjärjestäjät voivat markkinoida pakettiaan matkatoimistoille tai suoraan asiakkaille. (Holloway & Humphreys 2016, 595.)

Matkatoimisto on yritys, joka tarjoaa ja myy matkustamiseen liittyviä palveluita asiakkailleen. Se toimii välittäjänä kuluttajien ja matkailumarkkinoilla toimivien eri palveluntarjoajien välillä kuten matkanjärjestäjät, lentoyhtiöt, hotellipalveluiden tarjoajat, autovuokraamot ja matkavakuutukset. Matkatoimistot edustavat myös vakuutusyhtiöitä ja matkanjärjestäjiä. (Holloway & Humphreys 2016, 595.)

Matkatoimistot tarjoavat yleensä pakettitarjouksia, jotka muodostavat matkanjärjestäjät. Matkatoimistojen on tarkoitus helpottaa asiakkaiden ja palveluiden kohtaamista. Matkapakettien myynnin aikana on tärkeää tuottaa asiakkaalle lisäarvoa matkajärjestelyjen hankinnassa ja jakelussa. Eri matkatoimistojen roolit saattavat vaihdella hyvinkin paljon toisistaan. Kaikille on kuitenkin yhteistä se, että ne yrittäjät suunnitella palvelutarjontansa sellaiseksi, että se mahdollisimman hyvin vastaa asiakkaiden tarpeisiin. (Verhelä 2000, 41.)

Pakettimatka on matka, joka sisältää useita palveluita kiinteään hintaan. Siihen sisältyy yleensä kuljetus, majoitus ja ruoka. Kilpailu- ja kuluttajaviraston (2018) mukaan pakettimatkan tulee kestää yli 24 tuntia tai siihen tulee sisältyä majoitus yhden yön yli. Pakettimatkaan on lisäksi sisällytettävät vähintään kaksi palvelua seuraavista palveluista: kuljetus, majoitus, retket ja aktiviteetit. Valmiiksi räätälöidyssä pakettimatkoissa on se etu kuluttajille, että he voivat valita juuri itselleen sopivan vaihtoehdon. Valmiiksi suunnittelussa matkapaketissa asiakas säästää rahaa ja aikaa, kun matkatoimisto auttaa asiakasta löytämään paras mahdollinen vaihtoehto. Matkapaketiksi kutsutaan kokonaisuutta, joka sisältää yleisimmät matkapalvelut, kuten paikan lentokoneessa, majoituksen ja lentokenttäkul-

jetukset saapuessa ja lähtiessä. Tämä tarjoaa mahdollisuuden matkustaa eksoottisempiin kohteisiin. (Holloway & Humphreys 2016, 614–615.)

Hyvän matkakohteen määrittäminen on hankalaa ja siinä pitää ottaa huomioon erilaiset elementit ihmisten mieltymyksistä kohdevalinnoissa. Matkan valinnassa on monia erilaisia tekijöitä ja psykologista elementtien mukaan kohteen kiinnostavuutta ei voi aina määrätä sen miellyttävyyden, vaan kohde voi mahdollisesti houkutella muillakin tunteilla. Kohteen imagoa muokkaa kaksi eri teemaa, fyysiset seikat kuten kohteen nähtävyydet ja palvelut. Toinen kohteen imagoon vaikuttava tekijä on kohteeseen liittyvät tunteet ja elämykset. Molemmat edellä mainitut vaikuttavat matkailijoiden matkakohteen valintaan ja nostavat valinnan muiden kohteitten edelle. (Holloway & Humphreys 2016, 212–216.)

Matkailualan asiantuntijoille on haasteellista ymmärtää, miksi matkailijat loppujen lopuksi valitsevat tietyn matkakohteen kaikkien tarjolla olevien matkakohteiden joukosta. Päätöksenteossa vaikuttaa aina kohteen perusprosessit sekä sen vetovoimatekijät matkailijaa kohtaan. Nämä vetovoimatekijät ovat fyysigrafiset tekijät kuten kulttuuri ja historia, aktiviteetit kohteessa, tapahtumat, juhlat ja viihdykkeet sekä infrastruktuurinen toimivuus, joka luo matkailijalle kokemusta muistettavaksi. (Ritchie & Grouch 2003, 110–111.)

2.1 Matkailualan taloudelliset vaikutukset

Taloudellisesta näkökulmasta matkailuala on ollut useiden vuosien ajan elinkeino. (Vuoris- to 2003, 15.) Matkailu on Suomessa alueellisesti merkittävä elinkeino, josta on tullut monille maantieteellisille alueille tärkein työpaikan tarjoaja. Turismin kasvava kiinnostus joh- taa työvoiman kysynnän lisääntymiseen. Kasvu on ollut tasaista ja monipuolistunut yhä enemmän siihen pisteeseen, että siitä on tullut yksi nopeimmin kasvavista talouden aloista maailmassa. Nykyaikainen matkailu liittyy läheisesti talouden kehitykseen ja sisältää kas- vavan määrän uusia matkakohteita. (Mara 2019.)

Matkailun tuomista tuloista hyötyvät myös useat muiden toimialojen yritykset. Matkai- luelinkeino on kansainvälistynyt muita toimialoja nopeammin, jonka takia siitä on tullut kansallisesti merkittävä vientitoimiala ja työllistäjä. Matkailualalta saatava tulo on ollut useamman vuoden yli 14 miljardia euroa ja sillä on mahdollisuuksia kasvaa jopa 20 mil- jardiin euroon vuoteen 2025 mennessä. (Tem 2019.) Välillisiä toimialoja perinteisesti, jotka ovat hyötäneet perinteisesti matkailusta ovat vähittäiskauppa, käsi- ja pienteollisuus ja rakennusteollisuus. Kun matkailutoimialalla menee hyvin, sen heijastusvaikutukset vaikut- tavat melko laajasti myös muilla toimialoilla. OECD:n arvion mukaan yksi matkailueuro tuo liikevaihtoa muille toimialoille 0,56 euroa. Vuoden varrella kasvukuukaudet vaihtelivat se- kä kotimaisten että ulkomaisten yöpyjien osalta. Kotimaan matkailun lisääntyminen johtuu

ilmastonmuutoksen aiheuttamasta huolesta ja kiinnostus paikallisuuteen. (Jänkälä 2019, 1–7.)

Suomessa matkailuteollisuus on viime vuosien menestyneimpiä toimialoja ja kolmanneksi suurin palveluviennin ala sekä siitä on tulossa yksi Suomen talouden tukipilareista. Matkailun osuus maamme bruttokansantuotteesta on 2,6 prosenttia. Matkailualan liiketoiminnan volyyymi on yhtä suuri kuin metsäteollisuus tai kemianteollisuus ja suurempi kuin elintarviketeollisuus. Matkailualalla toimii lähes 29 000 yritystä. (Business Finland 2019.)

Matkailualan yrityksiä kaivataan yhä enemmän panostusta ja kykyä toimia vastuullisesti luontoa sekä kulttuuria vahingottomatta. Vastuullisuuden huomioiminen parantaa toimialan kannattavuutta ja siten alan taloudellista kestävyyttä. (Jänkälä 2019, 2–3.) Suomella on hyvät mahdollisuudet kasvaa merkittävästi matkailualalla, sillä Suomi tarjoaa juuri nyt sitä, mitä kaivataan eli luonnon rauhaa, turvaa, ruuhkattomuutta, puhtautta ja aitoutta. Suomella on myös varaa kasvaa ja se kasvaa noin neljän prosentin vuosivauhtia. (Business Finland 2019.)

Suomen kestävä matkailun kehittäminen ja varmistaminen edellyttävät jatkuvaa työtä. Edellisiin vuosiin verrattuna Suomen kiinnostavuus matkakohteena kasvaa yhä ja erityisesti nuoret ovat innostuneet kotimaan matkailusta. Vuonna 2018 majoituspalveluiden kokonaiskysyntä kasvoi 1,8 prosenttia vuoteen 2017 verrattuna. Kasvu koskee niin kansainvälistä kuin myös kotimaista matkailu yöpymisistä. Suurimmat matkailijaryhmät olivat venäläiset, virolaiset ja ruotsalaiset. Vuonna 2018 kirjattiin Suomessa yli 22 miljoonaa yöpymisvuorokautta, joista noin 15,4 miljoonaa oli kotimaisten ja noin 6,8 miljoonaa ulkomaisten matkailijoiden yöpymistä. (Business Finland 2019.)

Matkailun vahvan kasvun myötä Suomen matkailuteollisuudessa työskentelee 140 200 henkilöä, joka on 5,5 prosenttia työllisistä. Työntekijöistä yli 30 prosenttia on alle 26-vuotiaita. Toimialan työpaikkoja ei voida korvata automaatiolla merkittävästi. Toimiala tuo verotuloja valtiolle ja kunnille kaikkialla Suomessa ja se on ainoa vientiala, joka maksaa Suomeen myös arvonlisäveron. (Mara 2019). Matkailualoille odotetaan 30 000 uutta työpaikkaa vuoteen 2020 mennessä. (MaRa ry 2013.)

2.2 Matkailijan motiivit matkustaminen

Matkustamisen taustalla on monenlaisia motiiveja sekä syitä, jotka ovat erilaisia eri henkilöillä. Matkailu on vanha ilmiö ja ihmiset ovat matkustelleet vanhasta sekä keskiajasta saakka. Sen historia on siis vuosituhsania pitkä. Ennen 500-lukua matkailun pääasialliset syyt olivat uskonto, kaupankäynti, pyhiinvaellus, tutkimus ja sodankäynti. Keskiajalla mat-

kustettiin markkinoille ja muutettiin kaupunkeihin viettämään lomaa. Matkailun merkittävin muoto oli pyhiinvaellusmatkat, joita edelleen toteutetaan tänä päivänä. Tämän aikana puhuttiin myös turismista, joka tarkoitti ihmisiä, jotka olivat kiinnostuneet paikallisista nähtävyyksistä. Turismi-sanaa käytetään synonyymina matkailutermin kanssa. (Kostiainen 2006, 6–7.)

Tänä päivänä turistikohteiden välinen kilpailu on muuttunut kovemmaksi kansainvälisen matkailun lisääntymisen myötä. Yrityksen kannalta on tärkeää luoda vahva imago erottukseen kilpailijoista. Kun ihmiset unelmoivat tulevaisuuden matkakohteista, he etsivät ideoita erilaisista lähteistä kuten lehdet, televisio, matkaoppaat ja kohde esitteet. Päätöksentekovaiheessa kaivataan syvällisempiä mielipiteitä, jolloin vanhemmat ja ystävät vaikuttavat päätöksentekoon. Matkailijalla täytyy olla syy matkustaa, aikaa ja rahaa, jotta hän voi käyttää matkailupalveluita. Matkapalveluiden käyttäjät ovat niitä, joille palvelutuotantoprosessi toteutetaan ja jotka tuotteesta tai palvelusta nauttivat ja saavat uuden kokemuksen. (Verhelä & Lackman 2003, 23–24.)

Kreeta on pieni saari, jolla on paljon tarjottavaa lomailijoilleen. Voit tehdä niin monta eri asiaa yhden viikon loman aikana, kuten kävellä Euroopan pisin rotko ja seuraava päivänä uida kristallinpuhdasta vedessä nauttien hyvästä juomasta. Saari on täynnä rikasta historiaa ja rakkautta. (Haastattelu 2, 07.12.2019.)

Matkailun tuomat kokemukset, nähtävyydet ja arvot ovat syitä, minkä vuoksi matkustetaan ja halutaan elämyksiä. Matkustaessa jokainen uusi paikka ja kokemus luo uusia muistoa, jotka säilyvät ikuisesti. Matkailija hakee harvoin vain yhtä tiettyä palvelua matkaltaan. Ihmisiä houkuttaa matkustamaan ulkomaille vapaa-ajallaan erilaiset syyt, jotka ovat ilmasto, aktiviteetti, ostosmahdollisuudet, nähtävyydet ja sieltä löytyvät erilaiset tapahtumat. Tämän ajan matkailijoilla on tarve irtautua arjesta, rentoutua, saada kokemusta ja elää tapahtumia, joiden toivotaan antavan voimakkaita elämyksiä. (Verhelä & Lackman 2003, 25–30.)

Matkan syy määrittelee paljon matkustajan motiiveja. Matkustus motiivilla tarkoitetaan syitä, miksi lähteä matkalle ja käytettävissä olevalla budjetilla tai hinnalla on suurin vaikutus koko matkan suunnitteluprosessiin. Matkailun syyt voidaan luokitella kolmeen ryhmään: loma- ja vapaa-ajan matkat, työmatkat sekä matkat muista syistä. Loma- ja vapaa-ajan matkoilla tarkoitetaan vapaa-ajan matkoja, kuten virkistysmatkoja, matkoja kulttuuri-tapahtumiin sekä urheilumatkoja. Ystävien ja sukulaisten tapaamisella on tärkeä rooli loma- ja vapaa-ajan matkailussa. (Holloway & Humphreys 2012, 11–12.)

Työmatkat sisältävät usein kokouksia, työtapaamisia eri kohteessa ja työpaikkavierailuja sekä ne ovat useammin tarkemmin aikataulutettuja kuin loma- ja vapaa-ajan matkat. Muita syitä matkustamiseen voivat olla opiskelu, uskonnon harjoittamiseen kuuluva aktiviteetti kuten pyhiinvaellus tai urheilutapahtumaan osallistuminen. Matka voi liittyä myös terveydenhoitoon siten, että sen avulla ehkäistään sairauden, kuten psoriasisksen puhkeamista. (Vuoristo 2003, 16–17.)

Koska lento ei ole liian pitkä, Kreetta on varsin hyvä kohde pienten lasten perheelle ja Välimeren takia siellä on turvallista uida. Myös monet ihmiset matkustavat takaisin, joten tulet kohtamaan asiakkaita, jotka ovat matkustaneet useita kertoja saarelle. (Haastattelu 3, 07.12.2019.)

Matkailualan tarjonta monipuolistuu jatkuvasti ja internetin avulla tarjonta tulee kuluttajan saataville helposti ja vaivattomasti. Tuottajan kannalta pääasia on, että tuote tai palvelu toteutetaan laadukkaasti ja asiakkaan toivomusten mukaisesti luvattulla tavalla. Tavoitteena on tuottaa asiakkaalle elämys ja ainutlaatuinen kokemus, joka tuo matkaan toivotun lisäarvon. (Verhelä & Lackman 2003, 24.)

2.3 Digitalisaation vaikutus matkailuun

Matkailuun sovellettava digitaalinen markkinointi viittaus verkkomarkkinointi strategioihin, jolla houkuttelee kävijöitä tiettyyn paikkaan. Hotellit, kaupungit, maat, turistikohteet ja muut vapaa-ajan sekä liikematkoihin liittyvät paikat luottavat Internetissä perustettuihin perustrategioihin tai tekniikoihin houkuttelemaan vieraita.

Digitalisaatio ja kestävyys vaikuttavat matkoihin. Suurin osa maailman matkailijoista omistaa älypuhelimien ja käyttää sitä yhä enemmän viestintään, tiedonvaihtoon, viihteeseen ja kulutukseen. Siitä tulee myös luonnollinen työkalu matkalla. Internetistä on tullut välittämättömän tiedonlähde, ennen matkan tai hotelliloman suunnittelua. Digitalisoituminen mahdollistaa yritystä laajentamaan ja saamaan oman palvelunsa kansainvälisesti näkyväksi helpoilla teknisillä ratkaisuilla. Digitaalinen toiminta jatkuu vahvasti turismissa.

Nykyväisen työympäristö on digitaalinen. Globalisaatiokehitys ja digitalisaatio ovat kiihdyttäneet matkailun kilpailua entisestään. Digitaalisuus luo uusia mahdollisuuksia matkailun kestävässä kasvuun ja vauhdittaa EU:n kestävässä kasvussa sekä mahdollistaa uusia työpaikkoja. Matkailun osuus on yli 10 prosenttia EU:n BKT:sta ja lähes 12 prosenttia kokonaisyö-voimasta. Digitalisoituminen on mahdollistanut uusia keinoja ja ratkaisuja tavoittaa matkailijat. Sosiaalisessa mediassa kokemusten ja arvostelun jättäminen on yleistynyt, joka on muokannut matkailualaa. Tämän avulla asiakkaita voidaan tavoittaa oikeassa ka-

navassa haluttuun aikaan ja varmistaa heidän olevan tietoisia tietyn yrityksen kanavasta. (Valtioneuvosto 2019.)

Erityisesti digitaalitekniikka rikastuttaa ja parantaa asiakaskokemusta ja integroituu yhä enemmän matkustajajakson eri vaiheisiin kuten unelma, haku, suunnittelu, kirja ja valmistelu. Se mahdollistaa vastaamaan käyttäjien käyttäytymiseen ja odotuksiin, joka helpottaa kuluttajan ja ammattilaisten välistä vuorovaikutusta. Älypuhelimet, tablet-laitteet ja Smart TV ovat välttämätön osa matkailua. Matkailuorganisaatioiden myynti odotukset ovat korkeat, jonka takia palveluntarjoajien digitointi on tärkeää yrityksen myynnin kannalta. Monet, etenkin nuoremmat ihmiset päivittävät jatkuvasti sosiaalisten verkostojen kautta erilaisia lomakohteita ja inspiroivat samalla toisiaan. (Business Finland 2019.)

Digitaalisuus luo uudenlaisia mahdollisuuksia asiakasarvon tuottamiseen. Se etenee nopeasti ja vaikuttaa matkailualaan sekä kysyntään, että matkailutarjontaan. Digitalisaatio tarkoittaa, että tiedon saatavuus lisääntyy, mikä puolestaan vaikuttaa liiketoimintarakenteisiin ja matkamalleihin. Nopea digitaalinen kehitys kiihdyttää globalisaatiota ja tämän avulla uutiset, tiedot, tuotteet sekä palvelut leviävät nopeammin ympäri maailmaa. (Business Finland 2019.)

Digitalisaatio on muuttanut myös matkailun tuottajien ja kuluttajien perinteisiä rooleja, jolloin on syntynyt uusia rooleja, suhteita, liiketoimintamalleja ja taitoja. Se on lisännyt matkailutuotteiden, palveluiden ja kokemusten monimuotoisuutta ja määrää, on-demand-toiminnallisuutta kiihdyttävää taloudellista liiketoimintaa, markkinatuntemusta ja palautetta. (Valtioneuvosto 2019.) Nämä muutokset ovat luoneet uusia mahdollisuuksia ja uusia haasteita matkailualan pk-yrityksille, jotka pyrkivät vastaamaan kuluttajien ja yritysten vaatimuksiin.

Digitaalinen muutos vaikuttaa koko matkailuun ja se myös tuottaa lisäarvoa kuluttajille. Tämä toiminta on vähentänyt ympäristöjalanjälkeä, säästänyt aikaa ja parantanut turvallisuutta. Matkailualalla digitaalisten palveluiden kehitys muokkaa kilpailua merkittävällä roolilla, sillä kanavat ovat tuoneet keskenään kilpailevat vaihtoehdot helposti kuluttajan vertailtavaksi. Tämän avulla kuluttaja saa mahdollisuuden kilpailla aidosti palveluiden kesken. Digitalisaation kannalta digitoinnin tulisi jatkua kehittyä matkakokemuksesta, jotta siitä tulisi entistä sujuvampaa, harmonisempaa ja korkealaatuista. (Valtioneuvosto 2019.)

2.4 Matkaoppaaksi kouluttautuminen

Koulutuksessa kuuluu käsitellä työn tarkoitus, yleiset toimintatavat ja -ohjeet, työsuhteen perusasiat, yhteystiedot, työtehtävän sisältö, tieto ja osaaminen, seuranta ja palaute, vaa-

ratekijät sekä turvallinen työskentely. (Santalahti, Mäkeläinen & Hämäläinen 2005, 4–5.) 1970-luvun alussa alkoi oppaiden kansainvälistyminen Suomesta ulkomaille ja matkaoppaan työtä tehtiin freelancetyönä. Oppaan oli mahdollista opiskella matkaoppaan tutkinto vuonna 1981 ja opastointia harjoiteltiin esittelemällä esimerkiksi omalle perheelle. Matkaoppaan nimike ei ollut yleisesti käytössä vuonna 1800, jolloin ensimmäiset matkaoppaat julistettiin Suomessa. Tutkintonimikettä on uudistettu muutaman kerran ja tällä hetkellä tutkinnon nimi on matkaoppaan ammattitutkinto. (Matkailualan vuosikirja 2005, 43–48.)

Matkaopas on ammatti, johon ei täysin pysty etukäteen valmistumaan, koska suurin osa tiedosta ja taidosta opitaan vasta kohteessa kokemuksen myötä. Matkaoppaan työssä asutaan ulkomailla ja työ on sesonki työtä, joka jakautuu kesä-, ja talvikauteen, jotka työskennellään usein eri kohteissa. Hakijalta vaadittu muu koulutus vaihetee sen mukaan, kuka hänen työnantajansa on. Matkanjärjestävät edellyttävät hakijalta vähintään 18 tai 21 vuoden ikää. Voit kouluttautua matkaoppaaksi myös toisten organisaatioiden kautta, jotka ovat maksullisia matkaopaskoulutuksia. (Mykkänen 2010, 30–31.)

Työnantaja järjestää yhden viikon kestävän matkaopaskoulutuksen, joka on täynnä uutta opittavaa ja ennen työn alkua oppaat harjoittelevat esiintymistaitoja sekä muita matkaoppaan kuuluvia työtehtäviä. (Haastattelu 5, 09.12.2019.)

Matkaoppaan koulutuksessa huomioidaan hakijan aikaisempi osaaminen. Koulutus antaa perusvalmiudet matkaoppaan työhön, jossa keskitytään kehittämään esiintymistekniikkaa, myynti- ja asiakaspalvelua, lentokenttätoimintoa, haasteellisia asiakastilanteita ja retkien vetämissä. Perehdytyksen jälkeen matkaopas on itsevarmempi työssään ja näin yrityksen tarjoama palvelun laatu taataan. Koulutuksessa kuuluu käsitellä työn tarkoitus, yleiset toimintatavat ja -ohjeet, työsuhteen perusasiat, yhteystiedot, työtehtävän sisältö, työvälineet, tieto ja osaaminen, seuranta ja palaute sekä turvallinen työskentely. (Santalahti, Mäkeläinen & Hämäläinen 2005, 3–4.)

Matkanjärjestäjillä on omat matkaopaskoulutukset ja ne järjestetään useimmiten ulkomailta, jotta hakija saa mahdollisemman realistisen kuvan työstä. Koulutus on maksullinen ja sen suoritettuaan hakijalla on takuuvarma työpaikka. Hakiessasi töitä Tjäreborgilta tarvitset B-luokan ajokortin, toisen asteen koulutuksen, aikaisempaa kokemusta asiakaspalvelu- tai matkailualalta sekä hyvän kielitaidon. Matkajärjestäjä kouluttaa hakijan viikon kestävään Tjäreborg Service School -opaskouluun, jonka jälkeen hakija aloittaa työt uudessa kohteessa. Vuonna 2019 talvikauden opaskoulu järjestettiin syyskuussa Haniassa, Kreetalla. (Tjäreborg 2019.)

Minusta persoonallisuutesi vaikuttaa. Lisäksi vaatimukset ovat, että sinulla on ajokortti, sinun täytyy olla 18-vuotias ja kaikki muut asiat ovat plussaa. Kun minut hyväksyttiin tähän työrooliin, menin Ving/Spies järjestämään matkaopaskoulutukseen. (Haastattelu 1, 07.12.2019.)

Suomessa on mahdollisuus kouluttautua ulkomaan matkaoppaaksi ainoastaan Päivölän opistossa. Opaskurssi auttaa valmistautumaan matkaoppaan ammattiin ja antaa ymmärtämään ammattia paremmin elämällä matkaoppaan arkea mm. asumalla samassa talossa muiden opiskelijoiden kanssa, kuten oppaat yleensä asuvat kohteissaan. (Matkaopaskoulu 2018–2019). Matkaopaskoulu suoritetaan kolmessa osiossa, josta yksi osio on aina ulkomailla suoritettava opintojakso. Koulutus kestää kuusi kuukautta, jonka jälkeen hakijalla on mahdollisuus työskennellä eri matkanjärjestäjien kanssa heti koulun päätyttyä tai jo aikaisemmin. (Päivölän opisto 2019.)

2.5 Matkaoppaan työtehtävät

Matkaopas on matkailupalvelun työntekijä, jonka tehtävänä on varmistaa, että matkustajien loma sujuu odotusten ja lupausten mukaan. Työkausi lomakohteessa kestää tavallisesti vähintään yhden kesäsesongin, joka on vaihtelevasti 4–8 kuukautta. Kreetan saarella sesonki avautuu toukokuussa ja kestää lokakuun puoleenväliin. Matkaoppaalla on mahdollisuus ennen kohteen vaihtoa esittää kohdetoivotus ja näin tutustua itseään kiinnostavaan kulttuuriin. (Tjäreborg 2019.)

Jos haluat olla matkaopas, sinun on oltava avomielinen ja sinun on ymmärrettävä, että asiat eivät toimi aina suunnitellusti. Sinun on mukautettava erilaisiin tilanteisiin ja pitää asiakkaat aina ensisijaisena koska olet siellä heitä varten ja meidän täytyy toimia nopeasti asiakasta varten. (Haastattelu 2, 07.12.2019.)

Matkaoppaat huolehtivat matkustajista, organisatorisista asioista ja ongelmien ilmaantumisessa opas on ensimmäinen, johon otetaan yhteyttä. Oppaita käytetään pääasiassa pakettimatkoihin, mikä on suuri etu verrattuna yksittäiseen matkaan, jossa joudut huolehtimaan kaikesta itse. He voivat olla erityisen hyödyllisiä matkoilla kaukaisiin maihin, jos et turistina osaa vierasta kieliä tai kulttuuriehtoja. Tässä tapauksessa sinulla on mahdollisuus ottaa yhteyttä oppaaseen, joka auttaa sinua. (Jussila, Ojanen & Tuominen, 2006, 93–94.)

Tämä vaatii sinulta halua puhua ja kommunikoida ihmisten kanssa. Sinun täytyy olla tämän lisäksi psyykkisesti vahva. On mahdollista, että tulee vastaan todella outoja tilanteita, mutta sinun ei tule ottaa niitä henkilökohtaisina. Minusta on tärkeää ymmärtää, että kaikki palaute ei aina varsinaisesti ole kohdistettu sinuun eikä tarkoita, että olet tehnyt huonoa työtä. (Haastattelu 2, 07.12.2019.)

Matkaoppaan on oltava nopea toiminaan, valmis ratkaisemaan ongelmia välittömästi ja tiedettävä miten toimia hätätilanteessa sekä antaa ensiapua tarvittaessa. Hän osaa reagoida nopeasti asiakkaan mahdollisesti esittämiin kysymyksiin ja neuvoa matkailijoita ammattitaitoisesti sekä asiakaslähtöisesti. (Matkaoppaan työnkuvaus 2019.)

Sinun pitäisi osata toimia tilanteissa ammattimaisesti ja nopeasti. Lisäksi sinun tulee olla tiimi pelaaja, koska Kreetalla sinulla on iso tiimi ja teidän täytyy osata työskennellä yhdessä. Olet helposti tavoitettavissa asiakkaita varten ja on tärkeää olla hyvällä tuulella. Tämän lisäksi olet jatkuvasti oppimassa ja kehittymässä työssäsi. Kreetalla sinun täytyy olla joustava työajan suhteen. (Haastattelu 5, 09.12.2019.)

Matkaoppaan työssä tulee olla oikeasti kiinnostunut ihmisistä, sillä työ on pääosin asiakaspalvelua. Kohderyhmänä ei toimi vain asiakkaat, vaan myös kohteen hotellin työntekijät, bussikuskit, kollegat, yhteistyökumppanit ja muut matkanjärjestäjät, joiden kanssa joudut olemaan kanssakäymisissä päivittäin. Tämän vuoksi palveluhenkinen, sosiaalinen ja kielitaitoinen ovat oppaan tärkeitä ominaisuuksia. Matkaoppaana työskentelevänä olet sanavalmis, auttavainen ja joustava, sillä työ on itsenäistä ja vastuullista asiantuntijatyötä, jossa vaaditaan hyvää kohdealueen historiaa ja vahvaa tuntemusta Kreetan kulttuurista. (Matkaoppaan työ 2016.)

Matkaoppaana jokainen päivä on erilainen ja sinua odottaa monipuolinen työpäivä. Kannattaa olla varoilla ja valmistunut henkisesti raskaaseen työpäivään, sillä et ole töissä normaalisti 8–16 vaan työpäivä voi helposti venyä iltamyöhään. (Haastattelu 4, 08.12.2019.)

Matkaoppaalle työ on elämäntapa ja työtehtävät ovat erittäin monipuolisia, jossa tunnelmat sekä työtilanteet ovat hyvin vaihtelevia. Opas takaa matkatoimiston ja matkustajien välisen sopimuksen noudattamisen majoitus-, kuljetus- ja retkipalveluissa. Matkaoppaan työtehtäviin kuuluu asiakkaiden tapaaminen lentokentällä, opastus lentokenttäbussissa, tervetuloa tilaisuuden pitäminen, hotellikäynnit, toimistotyöt ja retken vetäminen. Oppaan tulee hoitaa majoitukseen liittyvät järjestelyt, asiakkaiden vastaanottaminen ja saattaminen. (Ammattinetti 2019.)

Matkaoppaan työ tarjoaa paljon uusia mahdollisuuksia esimerkiksi päästä meidän retkillemme ilmaiseksi, nähdä vuoristoroa ja paikallista elämää. Sekä alennuksia esim. sukelluskortin saamisesta. (Haastattelu 4, 08.12.2019.)

Matkaopas on yrityksen kasvot ja heidän on tärkeää luoda hyvä ensivaikutelma matkustajiin. Näytät Kreetan salaiset nurkat ja suosittelet paikkoja, joissa matkustajat voivat vieraila. On tärkeää, että pystyt jatkuvasti kehittämään osaamistasi ja keräämään kokemusta

tutustumalla saaren historiaan, kulttuuriin sekä monumentteihin. Matkaoppaana tunnet alueet kuin omat taskusi ja osaat kertoa autoilu- ja ravintolavinkkejä sekä antaa suosituksia erilaisista alueista.

Tjäreborgin asiakkaat ovat suomalaisia matkustajia, joilla on samana päivänä lento muiden pohjoismaiden lentojen kanssa. Lentokentällä suomalaiset erottavat oman oppaansa Tjäreborg kyltillä ja näin he saavat oikeanlaista tietoa omasta lentokenttäkuljetuksestaan. Vuonna 2019 Kreetan saarella toimi koko kauden aikana kaksi suomenkielistä opasta, jotka aina vuorottelivat palvelupuhelimeen vastaamisessa ja työtehtäviä. Puhelimeen voidaan soittaa aamusta iltaan ja hätätapauksissa yöllä, jolloin oppaan kuuluu tarvittaessa olla valmiina lähtöön. Lääkärissä käynti ja poliisiasiat ovat yleensä asioita, joita ei voi lykätä seuraavalle päivälle koska niissä yleensä tarvitaan oppaan tukea suomenuksessa ja henkisessä tuessa. Huomio, että opas ei voi suomentaa lääketieteellisiä asioita. (Haastattelu 4, 08.12.2019.)

Matkaoppaan työtehtäviin pääsääntöisesti kuuluu toivottaa uudet matkustajat tervetulleiksi ja pitää perinteinen tervetuloa tilaisuus, jossa opas kertoo mitä saarella voi tehdä matkanjärjestäjän kautta. Tilaisuudet ovat edelleen hyvin suosittuja ja moni tulee mielellään kuuntelemaan saaren parhaimmat vinkit, jonka takia on tärkeää panostaa esiintymiseen ja antaa sellaista tietoa, josta matkailijat voivat hyötyä. Oppaan työtehtäviin kuuluu myös vierailla hotelleissa yleensä kerran tai kahdesti viikossa ja kysellä asiakkaiden olosuhdetta. Hotellikäyntejä tehdään yleensä aamulla ja iltapäivällä. (Haastattelu 4, 08.12.2019.)

Päivät koostuvat huolehtimalla asiakkaiden tarpeista, ongelmista, vastaamalla sähköpostiin ja varmistamalla, että asiakkaat näkevät sinut esimerkiksi hotelli tapaamisissa, joka saat heidän olonsa tuntemaan turvalliseksi. Yksi päivä voit työskennellä koko päivän toimistolla ja toinen päivä rannalla. On vaikea selittää yksi yksinkertainen päivä, koska jokainen päivä erilainen. (Haastattelu 1, 07.12.2019.)

Kreetan saarella hotellikäynnit vaihtelevat, joskus on kiireisempää kuin taas joskus hyvin rauhallista. Tullessasi tapaamaan opasta voit tiedustella retkistä, ilmoittaa itsesi matkanjärjestäjän retkille tai voit tulla muuten vaan juttelemaan oppaan kanssa, kysymään neuvoja ja autoiluvinkkejä. Työssä joutuu käyttämään erilaisia tietokonejärjestelmiä, maksupäätettä ja joskus käteistä. Kreetan saarella suomalaisille asiakkaille ei toimi erikseen puhelinpalvelua, joka vastaa sähköposteihin tai soittoihin, vaan suomenkielisenä oppaana sinä olet tästä vastuussa. Toimistopäivinä vastaat asiakkaiden sähköposteihin, valituksiin, viesteihin ja riippuen seuraavasta työpäivästä valmistat tervetuloa materiaalit, teet tilitystä tai laadit retki- ja bussilistat. (Haastattelu 4, 08.12.2019.)

Kreeta tarjoaa asiakkaille mahdollisuuden monipuoliseen retkeily- ja luontotoimintaan niin skandinaavisella kuin suomenkielisellä oppaalla. Elafonissin retki on hyvin suosittu Kreetan saarella, joka tunnetaan vaaleanpunaisesta hiekasta. Retket vaativat paljon opiskelua ja tarkkaa ajanhallintaa, joten ennen retkeen lähtöä varmista, että sinulla on mukana tarvittavat muistiinpanolaput ja retki lista. Monen oppaan mielestä retket ovat yksi oppaan parhaimmista työtehtävistä. Työn edellytyksenä on lomakohteen, sen historian ja kulttuurin tarkka tuntemus. Matkaoppaan työ ja yksityiselämän tasapaino voi olla välillä haastavaa. Työn organisointi voi vaihdella turistikauden mukaan. (Haastattelu 4, 08.12.2019.)

2.6 Asiakaspalvelu matkaoppaan työssä

Työskennelyäsi Tjäreborgilla kannat tärkeän roolin eli yrityksen asiakaslupauksen, joka on laatu, palvelu ja luotettavuus. Tuntemalla yrityksen ja sen toiminnan voit vastata asiakkaiden kysymyksiin luotettavasti tuottamalla heille arvoa. Matkaoppaan työssä asiakaspalvelu pelaa käsi kädessä ja asiakaspalvelun työntekijänä sinulla on suuri vastuu kantaa yrityksen mainetta. Mutta mitä se tarkoittaa käytännössä? Työtehtävät koskevat kysymyksiin vastaamista, tiedon antamista, valitusten vastaanottamista ja teknisen tuen tarjoamista. Työhön sisältyy myös vapaaehtoisesti työskentely sosiaalisen mediassa kuten Instagramissa, jossa opas kertoo matkakohteen mahdollisuuksista Tjäreborgin tilin kautta ja antaa lomavinkkejä sekä vastaa asiakkaiden kysymyksiin. (Tjäreborg 2019.)

Asiakaspalvelutilanteessa asiakaspalvelijana edustat aina yritystä, jossa työskentelet. Asiakaspalvelijana tapaat monta asiakasta päivittäin, työasun, yrityksen palvelun ja arvojen tunteminen on tärkeä osa työtäsi. On tärkeää pitää hyvää huolta työasun siisteydestä. Matkaoppaana sinun tulee edustaa yritystä, toimia asianmukaisesti, olla tutustunut yrityksen arvoihin ja tuotteisiin etukäteen, jotta voit vastata asiakkaiden kysymyksiin itsevarmana ja neuvoa asiakasta ammattitaitoisesti. Vastaamalla asianmukaisesti ja itsevarmasti yrityksen tuotteista asiakkaalle välttyä ammatillinen ote ja mielikuva siitä, että tunnet yrityksen arvot ja tiedät mitä olet myymässä. (Starttikirja 2012.)

Asiakaspalvelijan ja asiakkaan kohtaamisessa muodostuu asiakkaalle aina jonkinlainen kokemus. Asiakaskohtaukset ovat nopeita ja asiakaspalvelutilanteen hallitseminen voi olla hankalaa. (Hokkanen 2010, 311.) Positiivinen asiakaskokemus muodostuu, kun tarjoat asiakkaalle palvelua, joka vastaa asiakkaan toivetta. Ymmärtämällä, kuuntelemalla ja huomioimalla asiakkaan tarpeita luot hyvän asiakaskokemuksen. Yrityksen tulee pitää lupauksensa ja tarjota korkealaatuista sekä tasaista palvelua asiakkaalle kouluttamalla työntekijät. (Fischer ja Vainio 2014, 9.) Hyvä palvelu on muun muassa reagoitua asiakkaan tarpeisiin ja asiakkaan kunnioittamista. Asiakas arvioi palvelun laatua koko palvelu-

tuotantoprosessin ajan. Työntekijän pitäisi keskittyä täysin asiakkaaseen, kuunnella, tarjota apua ja neuvoa tarvittaessa. (Lahtinen & Isoviita 2001, 55–57.)

Matkaoppaan on tärkeää osoittaa kiinnostuksensa asiakasta kohtaan, sillä tiettyjen asiakkaiden kanssa ollaan joka päivä tekemisessä. Kaikkea ei voi välttää ja eteen tulee haastavia ja odottamattomia tilanteita, johon täytyy vaan olla valmiina. Ei yhtä samaa ongelmaa kohtaa usein. (Haastattelu 4, 08.12.2019.)

Verrattuna moniin muihin palvelualoihin kuten puhelinmyyntiin ja ravintolatoimintaan matkailualalla asiakkaan ja työntekijän välinen vuorovaikutussuhde on tiivis. Turismissa asiakkaan ja työntekijän suhde on hyvin erityinen. Opastetuilla ohjelmapalveluretkillä oppaan rooli on keskeinen ja hän vastaa koko matkailutapahtumasta, sen toimivuudesta, tavoitteista, turvallisuudesta ja asiakasviihtyvyydestä. Matkaopas ei vain palvele asiakasta, vaan on myös häntä varten läsnä, koska oppaan työ on ensisijaisesti asiakasta varten. Yritys velvoittaa matkaopasta vastaamaan ja toteuttamaan yrityksen myymän palvelun luvatussa tavalla. Oppaan edellytetään kunnioittavan asiakkaiden tarpeita ja siten toteuttavan palvelutuotannon niin hyvin kuin mahdollista. (Valkonen 2011, 40–42.)

Tärkeintä oppaan asiakaspalvelutyössä on se, että hän tulee toimeen erilaisten ihmisten kanssa, eikä hermostu vähästä. Retken aikana hyvä ja persoonallinen opas saa asiakkaat viihtymään, rentoutumaan ja olemaan avoimia. Matkailija odottaa palvelutuotannolta turvallisuutta, paikallisuutta, helppoutta ja huolenpitoa. Opas on velvollinen täyttämään asiakaslupauksen ja sen toimenkuvaan kuuluu osata kuunnella asiakasta ja ottaa kaikessa toiminnassa huomioon asiakkaan tarpeet, viihtyvyys sekä edut. Näin he varmistavat asiakkaiden mukavuuden ja huolenpidon. (Valkonen 2011, 43–52.)

3 Empiirinen tutkimus ja tutkimustulokset

Tässä luvussa esitellään haastattelujen tulokset. Opinnäytetyön tavoitteena oli saada vastaus tutkimusongelmaan, joka oli matkaoppaan vaatimukset Kreetalla. Tutkimusongelmaan haettiin vastauksia haastatteleamalla kuusi matkaopasta, jolla on kokemusta Kreetalla työskentelystä. Kaikki haastattelut toteutettiin joulukuussa 2019 Helsingissä. Aineiston analyysi tehtiin litteroidusta tekstistä.

3.1 Kvalitatiivinen tutkimus

Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimusmenetelmä on tutkimustapa, jolla pyritään selvittämään kokonaisvaltaisesti tutkittavan kohteen laatua, ominaisuuksia sekä merkityksiä. Tutkimusote voi lisäksi olla kvantitatiivinen eli määrällinen tai kvalitatiivinen eli laadullinen. Kvalitatiivinen tutkimus perustuu tutkimusongelmasta ja sen määrittämisestä, johon hankitaan vastaus aineistolla. Tämän tutkimusmenetelmän avulla vastataan tutkimuskysymykseen kuten ”Mistä tässä on kyse?”. (Tuomi & Sarajärvi 2008, 20–24.)

Laadullisen tutkimuksen viitekehystä ja luotettavuutta arvioidaan teoriaosuuden perusteella, eli miten totuudenmukaista tietoa tutkimuksella on pystytty tuottamaan. Luotettavuutta voidaan tarkastella uskottavuuden, vahvistettavuuden, refleksiivisyyden ja siirrettävyyden kriteerien mukaan. (Kylmä & Juvakka 2007, 128.) Opinnäytetyön uskottavuuden ja luotettavuuden voidaan katsoa toteutuneen, sillä teoriaosuudessa kerätty aineistossa haastattelijat vastaavat avoimesti, rehellisesti ja aidosti. Opinnäytetyö perustuu laadullisen tutkimuksen periaatteisiin.

3.2 Haastattelu

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tietoa hankitaan kokonaisvaltaisesti ja haastattelumenetelmä on tiedonkeruulähteenä tunnetuin tapa. Jotta saadaan merkityksellisiä vastauksia tutkimuskysymykseen, haastattelutilanne ja haastattelukysymykset täytyy harkita tarkasti ja oleellisesti. Teema- ja yksilöhaastattelut tuottavat erilaista ainesta ja erilaista tietoa, mutta molemmat tavat ovat suoritettavissa. Haastattelun tarkoituksena on saada selville ajatuksia sekä mielipiteitä. Ryhmähaastattelutilanne voi hankaloittaa kysymykseen vastaamista. Yksilöhaastattelussa haastattelijalla on etu syventyä haastatteluun syvällisemmin sekä saada avoimia vastauksia haastateltavilta. Haastattelun aikana kysymyksiä voi muokata, jotta tarvittava tieto saadaan kerättyä. (Hirsjärvi & Hurme 2011, 43–47.)

Tutkimusmenetelmäksi opinnäytetyössä valittiin yksilöhaastattelu, koska haluttiin päästä selville matkaoppaiden ajatuksista, kokemuksista ja vaatimuksista. Näin haastateltavat

pääsivät kertomaan omista kokemuksistaan syvemmin. Tähän valintaan päädyttiin asiakaspalvelu matkappaan työssä teoriaan perehtymisen jälkeen. Haastettavilla oli eripituisia työkokemuksia matkappaan työtehtävistä, jonka avulla analysoin tutkimuksen tuloksia eri näkökulmista ja esitin lisäkysymyksiä tarpeen mukaan. Haastateltavat olivat myös tavoitettavissa myöhemminkin mahdollista aineiston täydentämistä varten.

Haastattelutilanne tulisi olla mahdollisimman vaivaton, jotta haastateltava pystyisi vastaamaan aidosti kysymyksiin. Laadullisen tutkimusmenetelmän avulla oli mahdollista selvittää tutkimuskysymyksen syitä tarkasti. Opinnäytetyössä on käytetty aineistonkeruumenetelmänä puolistrukturoitua haastattelua, jossa haastattelukysymykset on etukäteen tehty mutta haastatteliija on voinut vaihdella niiden järjestystä tai sanamuotoa. (Hirsjärvi & Hurme 2011, 43–47.)

Opinnäytetyön tavoitteena oli haastatella viisi matkappaasta, jotka työskentelivät 2019 kesäkauden Kreetalla. Haastatteluun osallistujat olivat minulle ennestään tuttuja, jonka takia vastaajien löytäminen osoittautui helposti ja paremman tuloksen vuoksi päädyin haastattelemaan kuutta matkappaasta. Haastattelu tapahtui Messenger-äänipuhelun välityksellä, jonka toimivuus osoittautui parhaimmaksi. Puhelinhaastattelun etuna on, että ei tarvitse matkustaa ja voi tehdä useita haastatteluja saman päivän aikana. Opinnäytetyön viisi haastattelua toteutettiin englannin kielellä ja yksi haastateltava suomen kielellä. Tutkimusta varten tehdyt haastattelut nauhoitettiin ja litteroitiin eli kirjoitettiin puhtaaksi tekstimuotoon sekä suomennettiin opinnäytetyötä varten. Haastattelut kestivät keskimäärin 40 minuuttia.

Opinnäytetyötä tehdessä huomasin, että haastattelun valmistamisessa, tekemisessä ja niiden analysoinnissa olen erityisesti kehittynyt. Haastattelun tekeminen tai itse haastattelu ei tuottanut ongelmia, vaan päinvastoin se sujui hyvin. Haastattelutilanteen tarkoituksena on olla keskusteluluontoinen, jonka takia kysymysten tulee pohtia ja valita hyvissä ajoin ennen haastattelua. On huomioitavaa, että kysymysten olisi hyvä pohjautua haastattelijan hankkimaan tietoon, omiin kokemuksiin ja aikaisempiin tutkimuksiin. Haastattelua varten tutkimuskysymyksiä pohdittiin ja tehtiin yhdessä ohjaajan kanssa. Haastattelusta saatiin hyviä vastauksia ja näkökulmia tutkimuskysymyksiin.

3.3 Vastaajien esittely

Opinnäytetyötä varten haastateltiin iältään 22–23-vuotiaita naisia ja miehiä. Haastatteluaineistoja käsitellään luottamuksellisesti siten, että matkappaiden henkilöllisyyttä ei voida tunnistaa. Kaikki matkappaat työskentelivät ensimmäistä kertaa Kreetan saarella vuonna 2019. Kolmella matkappaalla oli aikaisempaa kokemusta matkappaan työstä, kun taas

kolmella tuore matkaopaskoulutus. Kaksi haastateltavista oli toiminut aikaisemmin lyhyemmän ajan matkaoppaana.

Vastaaja 1 oli 23-vuotias mies, joka on työskennellyt matkailualalla useita vuosia ja ollut erilaisissa matkaoppaan tehtävissä eri puolilla maailmaa.

Vastaaja 2 oli 23-vuotias nainen, joka on työskennellyt kaksi aikaisempaa kautta matkaoppaana ja tehnyt pääosin matkaoppaan työtehtäviä.

Vastaaja 3 oli 23-vuotias nainen, joka tuli kesäkauden puolella välissä tiimiin suoraan matkaopaskoulutukselta työskentelemään ensimmäistä kautta matkaoppaana.

Vastaaja 4 oli 23-vuotias nainen, jolla on lyhyempää kokemusta matkaoppaan työstä, mutta työskenteli ensimmäistä kertaa täyden kesäkauden tuoreella matkaopaskoulutuksellaan.

Vastaaja 5 oli 22-vuotias nainen, joka aloitti matkaoppaan työt kauden puolella välissä.

Vastaaja 6 oli 23-vuotias nainen, joka on työskennellyt matkaoppaan työtehtävissä useamman kauden eri matkakohteissa.

3.4 Matkaoppaalta vaadittavat vahvuudet

Vastaajien mielestä hyvältä matkaoppaalta vaaditaan kärsivällisyyttä, itsevarmuutta, täsmällisyyttä, hyvä kielitaito, järjestelmällisyyttä, alueen tuntemusta, pelisilmää, sosiaalisuutta, ongelmaratkaisutaitoa, huumoria, hyvä muisti ja kiinnostusta.

"Tarvitset myös itsevarmuutta, koska jos et ole varma tekemästäsi, voit tuntea olosi epämukavaksi ja sinulla on paljon hauskeempaa, jos olet varma siitä, mitä sanot ja teet." (Vastaaja 2.)

"Oppaan tulee olla myös sosiaalinen, sanavalmis ja kielitaitoinen. Työ edellyttää, että haluat olla aidosti tekemisissä asiakkaiden kanssa." (Vastaaja 1).

Kaikki vastaajat olivat sitä mieltä, että sosiaaliset taidot ovat matkaoppaalle tärkeitä, sillä matkaopas työskentelee päivittäin erilaisten ihmisten kanssa. Toteutat samoja retkiä viikoittain ja oppaana sinun on osoitettava asiakkaille, että olet yhä kiinnostunut samoista nähtävyyksistä ja saada heidän olonsa tuntemaan mukavaksi.

"Sinulla on oltava vahvat viestintätaidot, koska sinun täytyy kommunikoida uusien ihmisten kanssa päivittäin." (Vastaja 2.)

Matkaoppailta oletetaan alueen vahvaa tuntemusta ja muistamaan valtava määrä tietoa kaikista yksityiskohdista. He suosittelevat harjoittelemaan alueen tuntemista vapaapäivinä kiertämällä saarta ja ottamaan valokuvia erilaisista paikoista muistoksi.

"On tärkeää, että asiakkaat tuntevat olonsa tervetulleeksi henkilökunnan kanssa niin heidän on helppo lähestyä heihin." (Vastaja 1.)

"Tulee aina olemaan joku, jolla on paljon kysymyksiä. Voit ottaa mukaan omat muistiinpanosi, kysyä paikallisilta tai bussikusilta apua ja usko minua, he vastaavat ilomielin kysymyksiisi." (Vastaja 6.)

"Kreeta on ikimuistoinen paikka historialle Knossoksen ja Spinalongan vuoksi. Minusta sinun täytyy olla aidosti kiinnostunut historiaan ollaksesi opas Kreetalla, sillä on paljon muistettavaa sen historian suhteen." (Vastaja 6.)

Yleisesti ottaen oltiin sitä mieltä, että työ vaatii paljon joustavuutta. Työpäivät voivat helposti venyä aamusta iltamyöhään ja jos esimerkiksi lentokone on myöhässä iltavuoro voi helposti venyä yövuoroksi. Matkaoppaan kuuluu olla valmis odottamattomiin tilanteisiin. Mielestäni tämä kuvaa hyvin sitä, mitä matkaoppaalta vaaditaan:

"Minusta tuntuu, että etenkin Kreetalla sinun on oltava tavoitettavissa ympäri vuorokauden. Sinun on oltava erittäin joustava, koska tulee olemaan erittäin pitkiä päiviä, mutta samalla tulee olemaan iso tiimi, jonka kanssa työskentelet. Joten aikataulumuutoksia ja odottamattomia asioita, kuten ylityötoita, tapahtuu paljon." (Vastaja 2.)

3.5 Vinkit uudelle Kreetan matkaoppaalle

Kaikki vastaajat olivat työskennelleet ensimmäistä kertaa Kreetalla matkaoppaana. Kaksi vastaajista aloittivat työt tuoreena matkaoppaana keskellä kesäkautta, joka koetaan yleensä haastavaksi ajaksi. Vastaajat kokivat tiimin yhteishengellä ja omalla asenteella olevan merkitystä siihen, miten tulet sopeutumaan ja oppimaan uusia asioita. Vastaajista yksi oli sitä mieltä, että uudella matkaoppaalla pitää olla säästössä omaa rahaa, ennekuin saapuu kohteeseen. Matkaoppaan rahapalkka on suhteellisen pieni, riippuen työkokemuksesta ja työnantajasta. Muut vastaajat olivat sitä mieltä, että oppaan pitää antaa itsensä nauttia hetkestä ja olostu mieltämättä liikaa menoja tai muita huolijia.

”Paljon rahaa säästössä etukäteen ja halua tehdä töitä enemmän kuin rentoutua.” (Vastaja 4.)

Saareen tulee viikoittain monta sataa uutta asiakasta, joista oppaat huolehtivat. Kreetassa työskentelee iso tiimi ja kohdepäälliköt ovat olleet myös auttamassa esimerkiksi lentokenttäpäivinä. Haastateltava, jolla on pidempää työkokemusta, kertoi että on hyvä tutustua oman alueen paikallisiin ja asukkaisiin. Myös yhteistyökumppaneihin kannattaa suhtautua positiivisesti ja heihin kannattaa pitää hyvä välit. Kreetalla toimineet yhteistyökumppanit ovat työskennelleet yhdessä pitkään Tjäreborgin kanssa ja hänen mielestensä tämä on luonut asiakkaan luottamusta matkaoppaaseen. Asiakkaat yleensä luottavat oppaiden antamiin ehdotuksiin ja kokeilevat mielellään erilaisia ravintolasuosituksia, koska aikaisemmista käynneistä on jäänyt vaan positiivinen kokemus.

”Neuvoisin sinua olemaan yhteyksissä paikallisten ja meidän yhteistyökumppaneiden kanssa, sillä heiltä saat parempaa kokemusta. On huomattava ero, kun vieraat saavat palvelua meidän yhteistyökumppaneiltamme, koska tiedämme että he ovat saaneet hyvää palvelua.” (Vastaja 1.)

Hän myös lisää, että matkaoppaan kuuluu olla utelias ja kysellä kollegoilta tai paikallisilta kertomuksia, jotta hän oppisi uusia asioita. Muut vastaajat samastuivat tähän vastaukseen ja kertoivat, että he oppivat parhaiten heittäytymällä erilaisiin tilanteisiin ja pyytämään paikallisia kertomaan alueen historiaa. Kaksi muuta haastateltavaa vastasivat, että he kokivat oppineen parhaiten kyselemällä kollegoilta heidän kokemiaan kokemuksia, joita he kertoivat esimerkiksi retkipäivinä tai lentokenttäbussissa. Heidän mielestään on tärkeää kertoa omia kokemuksia, jotta matka ei olisi vain tietämystä saaresta. Tämä saa myös asiakkaat hymyilemään ja osallistumaan keskusteluun.

”On erittäin tärkeää kokeilla erilaisia tyylejä ja löytää oma tapa tehdä retki. Muistan, kun itse kokeilin erilaisia tyylejä ja kerran kerroin hauskoja tarinoita kollegoista tosiasioiden sijaan ja koko bussi oli mukana kuuntelemassa ja nauramassa. Bussikuskit olivat parhaita, sillä he olivat aina mukana vitsailemassa ja yrittävät puhua kanssamme Skandia, jota tietenkin asiakkaat rakastivat.” (Vastaja 5.)

Yksi vastaajista oli sitä mieltä, että tällaisten tilanteiden takia oppaan kuuluu olla sosiaalinen ja ulospäin suuntautunut, jotta uskaltaa kysyä kysymyksiä avoimesti.

“On hyvä olla avoinmielinen, utelias ja kysyä paljon kysymyksiä koska sillä tavalla opit parhaiten. Jos et kysy ja heittäydyt uusiin tilanteisiin et koskaan opi, tämä on minun suurin neuvoni sinulle.” (Vastaja 1.)

“Ole avomielinen ratkaisuihin, koska et voi koskaan tietää mitä tapahtuu. Yksi päivä voit olla töissä 10 tuntia, toinen päivä voit olla aamusta kolme yöhön saakka.” (Vastaja 5.)

Haastattelussa nostettiin esille, että matkaoppaalle on tärkeää, että hän hallitsee omat tunteensa. Kun opas työskentelee pitkän jakson pois kotoa ja koti-ikävä saattaa yllättää monta kertaa, niin on tärkeää, että sellaisessa tilanteessa osaa hallita tunteitaan. Matkailualalla pisimpään työskennellyt kertoi, että kenenkään ei kannata olla huolissaan yksinäisyyden tunteesta, koska kaikki jakavat samoja tunteita ja kannustavat toisiaan.

Hän korostaa, että on tärkeää hyödyntää vapaa-aika ja tutustua saareen kunnolla. Saareen on helppo tutustua esimerkiksi autolla, jonka voi lainata toimistolta. Kreetassa on mahdollista päästä paikkoihin käyttämällä yhtä samaa moottoritietä, joka tuo helpotusta saareen tutustumiseen. Haastateltavat suosittelevat uusia oppaita olemaan rohkeita, nauttimaan työstään ja olemaan joustavia. Mielestäni nämä vastaukset ovat hyviä vinkkejä uudelle matkaoppaalle:

“Ole avomielinen muutoksiin, uusiin asioihin ja älä ole peloissasi epäonnistumisesta, koska ympäristössäsi on kollegoita, jotka ovat valmiina auttamaan ja ratkaisemaan ongelmiasi. Silloin, kun sinulla on vapaa päivä voit viettää aikaa muiden kollegoiden kanssa, joilla on myös.” (Vastaja 1.)

“Sinun tulee olla joustava ajan suhteen, sillä välillä tulee olemaan pitkiä päiviä. Ota kuitenkin huomioon et ole yksin sinulla on iso tiimi tukenasi, joilta voit kysyä apua.” (Vastaja 3.)

”Jos sinusta tuntuu, että olet eksyksissä ja et osaa ratkaista ongelmaa voit pyytää apua kollegoiltasi, koska on aina joku, joka osaa. Muista kuitenkin pitää hauskaa ja nauttia ajasta, koska Kreetta tarjoaa paljon koettavaa. Yksi parhaista muistoista oli se, kun ajoimme saaren toiselle puolelle ja kokeilimme uusia paikkoja. Tärkeintä on hyödyntää vapaa-aika ja olla jäämättä kotiin. Sinulla on CC ja toimisto samassa rakennuksessa, jos tuntuu että tarvitset apua varauksen tekemisessä tai jossain muussa.” (Vastaja 6.)

Kolme vastaajista kertoi, että ennen kohteeseen saapumista kannattaa tutustua ja käydä huolellisesti läpi kaikki oleelliset materiaalit. Heidän kokemuksensa mukaan uusien asioiden oppiminen on helpompaa, kun on perustietämystä saaresta. Yksi vastaajista naurahattaa ja vastaa, että älä unohda ottaa aurinkovoidetta mukaan. Hän myös korostaa, että lentokenttäpäivinä kovassakin helteessä työskentely saattaa aikaansaada pääkivun, ellei muista juoda tarpeeksi nestettä tai käyttää aurinkovoidetta.

“Nauti joka hetkestä, jopa huonoimmistakin. Suosittelisin sinun tutustua Kreetan kulttuuriin, jo ennen kuin saavut kohteeseen. Muuten voi tuntea itsesi eksyksissä, joka on kuitenkin ihan normaalia alussa. Kun perusteet ovat jo tuttuja, opit nopeammin uusia asioita.” (Vastaaja 5.)

”Matkaoppaana oleminen lisää itseluottamusta, kykyä tehdä päätöksiä, puhua ja kommunikoida ihmisille. Saat kokea paljon enemmän oppaana, saat suosituksia paikallisilta, joten tutustu paikallisiin ihmisiin ja sen myöten alueisiin.” (Vastaaja 2.)

3.6 Mitä Kreetta tarjoaa matkaoppaalle?

Kaikki haastateltavat olivat yksimielisiä siitä, että Kreetta tarjoaa paljon enemmän kuin historiallisia nähtävyyksiä, rantaelämyksiä ja lumihuippuisia vuoria. Vastaajien mielestä Kreetta on syystäkin yksi tunnetuimmista lomakohteista, koska siellä on hyvän palvelun lisäksi paljon erilaisia aktiviteetteja tarjolla. Kreetassa työskentelevät matkaoppaat toivovat lähes aina palaavansa takaisin työskentelemään Kreetaan ja toimistossa on työntekijöitä, jotka ovat työskennelleet useamman kuin yhden kauden ajan. Haastateltavista neljä on toivonut työskentelevänsä 2020 kesäkauden Kreetalla.

”Rakastin joka minuuttia työskentelyä Kreetalla.” (Vastaaja 6.)

Riippuen työnantajasta matkaopas työskentelee erilaisissa työtehtävissä. Tjäreborg tarjoaa matkaoppaalle kattavan paketin ja hänellä on mahdollisuus työskennellä toimiston, palvelun ja retkien tekemisen lisäksi lentokentällä. Vastaajien mielestä työtehtävien monipuolisuus on valttia. Monipuolisesti työskentely on antanut laajan osaamisen matkaoppaille, josta he ovat hyvin tyytyväisiä. Kreetta on matkakohde, jossa on mahdollista toteuttaa monta lentokenttäkuljetusta ja erilaisia retkiä yhden saman viikon aikana. Haastateltavat, jolla on aikaisempaa työkokemusta kertovat, että muualla ei ole yhtä kattavat retkimahdollisuudet kuin esimerkiksi Kreetalla.

“Tulet oppimaan paljon Kreetasta ja jos työskentelet meidän työnantajamme kanssa, saat koko pakkauksen kauden aikana, joka sisältää: lentokentän, retkiä, tervetuloa tilaisuuden, vierailua hotelleissa ja sinulla on mahdollisuus auttaa kaikessa muussa.” (Vastaja 1.)

“Monilla muilla kohteilla ei ole niin paljon retkiä, mitä Kreetalla tarjotaan. Kun työskentelin esimerkiksi Aasiassa matkaoppaana, meillä ei ollut yhtä paljon retkiä, koska siellä oli valmiina paikallisopas, joka niitä veti.” (Vastaja 1.)

Kaikki vastaajat kertovat, että Kreetalla tarjotaan mahdollisuuden oppia syvästi alueen historiasta ja kulttuurista. Matkaoppaat kokevat, että heidän täytyy kehittää osaamistaan ja pyrkiä aina oppimaan uutta, koska saarella on arvokasta historiaa. Yksi vastaajista kertoi, että oppaan tulisi ylläpitää ammattimaista asennetta, sillä se auttaa asiakkaita näkemään oppaan uskottavana ja luotettavana. Hän muistelee viettäneensä yli 11 tuntia aikaa muistiinpanojen tekemiseen, kun oli historiallisen Knossos retken vetäjänä. Osa vastaajista oli sitä mieltä, että retken vetäminen on elämän aidoimmista ja palkitsevimista kokemuksista. Osa taas ei nauttinut koko päivän kestävästä retkestä.

“Muistan miten uupunut olin täyspäiväisen retkien jälkeen. Sinun täytyy olla energinen ja henkisesti valmis täyspäiväiseen työpäivään, koska ihmiset ovat maksaneet palvelusta. Joten ole hyvin varautunut kertomaan tarinoita ja vastamaan asiakkaiden esittämiin kysymyksiin. Voit ottaa mahdollisesti omat muistiinpanot mukaan.” (Vastaja 5.)

“Kun vertaa muihin kohteisiin, Kreetalla on monta retkiä mahdollisuutta ja me teemme nämä kaikki itse, joka eroaa muista.” (Vastaja 6.)

“Jos olet töissä Kreetalla opit paljon itsestäsi, mutta myös ihmisistä, jotka ympäröivät sinua. Se myös opettaa sinua olemaan kärsivällinen ihmisten kanssa.” (Vastaja 2.)

Moni vastaajista oli kuitenkin sitä mieltä että, paikalliset tekivät kokemuksesta ainutlaatuisen ja sen vuoksi he muistavat Kreetaa lämmöllä. Kaikki vastaajat korostivat, että Kreetalla työskennellään ison tiimin kanssa ja saman katon alla on kaikki tarvittava henkilöstö, josta on paljon hyötyä esimerkiksi lento-, ja hotellivarausten tai muiden ongelmien ratkaisemiseen. Heidän mielestään tämä on ollut iso helpotus ja parasta mitä Kreetalla voi tarjota matkaoppaalle, koska kaikissa kohteissa ei ole samanlaista mahdollisuutta.

Kreetassa on saman katon alla CC (Contact Center), joka palvelee kaikkia Kreikan saaria ja kaksi vastaajista kertoo, että on ollut palkitsevaa työskennellä oman työalueen ulkopuolella, kun on ollut tarvetta. Kiireisempinä hetkinä he ovat auttaneet CC:tä ongelman ratkaisussa, myynneissä ja ottaneet omalle työlistalleen asiakkaiden sähköposteja.

”Työskenneltyäni Kreetassa opin miten yritys toimii, koska oltiin päivittäin tekemisissä toimiston, CC ja kohdepäällikön kanssa.” (Vastaaja 1.)

”Kreetalaiset ovat avoimia, joten paikallisten kanssa kiva asioida.” (Vastaaja 4.)

Monet haastateltavat kokivat Kreetan olevan haastava, mutta opettava kokemus kokemattomalle oppaalle. Vastauksien perusteella hyvällä matkaoppaalla pitäisi olla oma-aloitteisuutta, joustavuutta sekä aikaisempaa asiakaspalvelukokemusta. Vastaajat kertovat, että matkaoppaan pitää olla helposti lähestyttävä, palveluhenkinen ja ottaa asiakkaat aidosti huomioon koska tervetuloa tilaisuuksissa matkaopas toimii myös lipunmyyjänä.

”Kreetalla on erittäin mukavia ihmisiä ja paikalliset tekevät siellä suuren eron. Asiakkaiden palautteiden mukaan vieraat olivat tyytyväisiä lomaansa ja kertoivat Kreetan olleen paras saari Kreikassa. Loppu sesongin aikana oli asiakkaita, jotka palasivat saarelle uudelleen lomailemaan. Myös minä ja työkaverit rakastettiin saarta ja halutaan palata takaisin työskentelemään saarelle.” (Vastaaja 3.)

4 Pohdinta

Tässä luvussa pohditaan tutkimuksen luotettavuuteen liittyviä asioita. Sen lisäksi luvussa arvioidaan myös omaa oppimista. Tutkimuskyselyn alussa selvitettiin haastateltavien taustatietoa ja kokemuksia. Haastattelun avulla lähdettiin etsimään erilaisia vastauksia matkaoppaan työstä ja vaatimuksista. Kaikilla kuudella haastatellulla on vähintään yhden asteen tutkinto ja he olivat samaa ikäluokkaa. Haastattelu hetkellä vastaajat työskentelivät uusissa talvikohteissaan tutustumassa uudenlaiseen kulttuuriin. Heillä oli takanaan 0–3 vuotta kokemusta matkaoppaan työstä.

Kaikkia vastaajia yhdistää se, että he hakivat matkaoppaan työtehtäviin päästäkseen kokemaan uutta kulttuuria, asuinalueita ja saada uusia kokemuksia. He lisäävät, että matkaoppaan työ vaikutti kiinnostavalta ja oli halu yhdistää asiakaspalvelutyö sekä matkustus. Osa vastaajille matkaoppaan työ on ollut lapsuuden haave ja osalla hakeminen tapahtui hetken mielihajotteesta, jonka myöten he työskentelivät monta vuotta alalla ja ovat päässeet kokemaan erilaisia työtehtäviä näinä vuosina. Osallistujat kokivat tutkimuksen olevan hyödyllinen tuleville matkaoppaille ja antoivat vastauksia sen mukaan, mitä olisi itse toivonut tietävänsä ennen kohteeseen saapumista.

Haastattelussa oli osio, jossa tutkittiin matkaoppaan työhön liittyviä haasteita. Selkeimpänä huonona puolena haastateltavat näkivät asunnot. Jossain asunnoissa oli esiintynyt hometta ja suurimassa osassa keittiö oli tuottanut haasteita kotiruuuan tekemisessä ja se on johtanut jatkuvasti oppaiden ulkona syömiseen. He kuitenkin kertovat, että se on normaalia syödä lounas tai illallinen yhdessä ulkona ja yleensä oppaiden menot koostuvat ulkona syömisestä. Muutama vastaaja kertoi vielä että, saapuessa kohteeseen siellä oli ollut tapauksia, jotka täytyi heti ratkaista. Välimeren alueella oli ollut kovaa sadetta ja se oli vaikuttanut rakennusten kuntoon hometta esiintymällä.

Myös työskentely uusien ihmisten kanssa, joita et tunne alussa koettiin jännittäväksi, sillä tulet viettämään heidän kanssaan kokonaisen kauden. Yksi vastaajista koki tämän haasteeksi, koska aina kohteen vaihtuessa työskentelet uusien ihmisten kanssa ja kaikki täytyy aloittaa alusta. Haastateltavat suhtautuvat erilaisiin ongelmiin hyvin kertoen, että haasteet kuuluvat matkailuun ja erilaisten ongelmien kohdatessa matkaopas pystyy kehittämään osaamistaan ja toimia tulevaisuudessa oikeaoppisesti.

Jotkut paikalliset eivät puhu englantia ja se voi aiheuttaa ongelmia, kun sinun on kommunikointava yhteiskumppaneiden kanssa. Haasteena pidettiin myös työskentely kuumassa ympäristössä esimerkiksi lentokenttäpäiviä, koska sinun täytyy näyttää ammattimaiselta

samanaikaisesti. Haastattelut olivat yllättyneitä siitä, että miten paljon erikoisiin tilanteisiin voi joutua oppaana. Se on opettanut kuitenkin olemaan nopea ongelmanratkaisija.

Haastateltavien vastaukset lähentelivät tutkimuksessa käsiteltyä teoriaosuutta. Kysymykset ei toiminut kysymys-vastaus-tekniikalla, vaan havainnoitiin tilanteita ja esitin tarpeen mukaan kysymyksiä. Kysymykset olivat yksinkertaisia, joka näkyy haastattavien avoimista ja rehellisistä vastauksista. Haastattelusta saatiin hyviä näkökulmia siihen, mitä uuden matkaoppaan kannattaa ottaa huomioon tullessaan Kreetalle ja millainen kohde Kreetalla on. Vastauksista ei vältty kokeneen ja kokemattoman matkaoppaan työkokemus koska vastaukset ovat samankaltaisia. Tästä voi päätellä, että oikealla asenteella matkaopas voi saada lyhyessä ajassa yhtä laajan työkokemuksen kuin alalla pidempää työskentelyt. Tietenkin se on eri asia, miten kokeneempi opas osaa käsitellä haastavat asiakaspalvelutilanteet, mutta kokematon matkaopas voi kohdata samoja ongelmia heti ensimmäisellä työviikollaan.

Mielestäni Kreetassa kannattaa uudelleen organisoida matkaopaskoulutukset, sillä uudet hakijat saavat mielikuvan matkaoppaan työn tehtävistä, kohteesta ja he pääsevät tutustumaan matkaoppaan monipuoliseen elämäntyyliin. Haastateltavien perusteella Kreetalla on matkakohteena mielenkiintoinen, opettava ja vaativa. He kokivat Kreetan tarjonnan mahdollisuuden kehittyä ihmisenä, oppia vahvaa tietämystä asuinalueestaan ja kokea haastavia asiakaspalvelutilanteita.

Opinnäytetyö on mielestäni onnistunut ja suoritettu huolellisesti. Olen tyytyväinen aihevalintaani näin loppujen lopuksi ajatellen, sain tutkia minua kiinnostavaa aihetta ja sain haastattelun avulla arvokasta tietoa matkaoppaiden mielipiteistä sekä tunteista, jota voidaan hyödyntää tuleville Kreetassa työskenteleville matkaoppaille. Tutkimuksen tekemiseen on käytetty paljon aikaa, mutta tämän myöten olen saanut itselleni uutta kokemusta sekä oppinut muokkaamaan suunnitelmia aikataulunsuhteen. Kokonaisuudessa opinnäytetyön tekeminen oli haastavampaa kuin mitä odotin ja siihen kannattaa varaa riittävästi aikaa. Haasteista huolimatta, prosessin etenemistä oli mielenkiintoista seurata.

4.1 Tutkimustyön luotettavuus

Tutkimustyön luotettavuutta voidaan tarkastella tutkimuksen eri vaiheissa ja sitä arvioidessa pohditaan, että onko kysymyksillä saatu ratkaistua tutkimusongelman. Luotettavuutta tarkastellaan kahdella kriteerillä – reliabiliteetilla ja validiteetilla. Reliabiliteetilla tarkoitetaan saatujen tulosten pysyvyyttä ja toistettavuutta. Validiteetilla arvioidaan tutkimuksen sisältöä. Laadullisen tutkimuksen luotettavuuskriteereissä korostetaan tutkimuksen ja sen tulosten uskottavuutta sekä osoittamista. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 226.)

Opinnäytetyössä haastateltaviin oltiin yhteydessä puhelimitse ja informoin heitä opinnäytetyön tarkoituksesta, tutkimuskysymyksistä, tutkimuksen nimettömyydestä, haastattelun kestosta ja vastausten nauhoituksesta sekä aineiston litteroinnista. Luottamuksellisuuden varmistamiseksi edelliset mainitut asiat käytiin läpi jokaisen haastateltavan kanssa ennen haastattelun alkua. Tutkimuksen aineistonkeruumenetelmänä oli yksilöhaastattelu. Puhe-
linhaastattelun avulla sain parhaiten mahdollisimman henkilökohtaisen haastattelun. Tutkimuskysymykseen saatuja vastauksia voidaan pitää luotettavina, koska haastatteluun osallistui Kreetassa matkaoppaana työskenteleviä. Vastauksia ilmeni paljon samankaltaisia vastauksia, joka osoittaa tutkimukseen luotettavuutta. Valittu menetelmä sopi mielestäni hyvin opinnäytetyön tavoitteen saavuttamiseen. Opinnäytetyössä haastatellut matkaoppaat tuntuvat antavan matkaoppaan kuvaavia vastauksia. Tutkimusprosessin aikana tein havaintoja ja muistiinpanoja, joita hyödynsin kirjoitusvaiheessa. Pyrin myös huomaamaan haastateltavien tunnetilojen muutoksista.

4.2 Oman oppimisen arviointi

Opinnäytetyölle tehtiin alkuun tarkka aikataulu, jonka mukaan se eteni. Suunnittelin myös etukäteen ohjaajani kanssa opinnäytetyön sisältöä ja sen mukaan perehdyin tutkimusprosessiin eri vaiheisiin. Prosessi koostui suunnittelusta, teoriaosuuden jakamisesta, lähteiden etsimisestä, tutkimuskysymysten laatimisesta, tulosten analysoinnista ja opinnäytetyön kirjoittamisesta. Tutkimusprosessin hahmottaminen selkeytti opinnäytetyön kulkua. Opinnäytetyön teoriaosuuteen oli hankala löytää kirjallista lähteitä ja aineistoa, jonka takia teoriaosuudessa on hyödynnetty useita kirjallisia ja sähköisiä lähteitä. Tutkimukseni aiheena oli matkaoppaat, johon oli myös haastava löytää laadukasta lähdettä ja opinnäytetyön edetessä usein lähteiden löytäminen kävi haastavimmaksi. Tästä syystä oman opinnäytetyön hahmottaminen oli hankalaa alussa.

Suoritin samaan aikaan myös tutkimustyön perusteet ja menetelmät kurssin ja hyödynsin myös kirjaston tiedonhaun ohjausta. Ohjaajani kanssa yhteisissä tapaamisissa kävimme läpi opinnäytetyösuunnitelmaa ja sain ohjausta sekä kannustusta tulevaan kirjoittamiseen. Minulle oli tärkeää jakaa opinnäytetyöideaani ja saada siihen ohjattavan mielipide sekä kehitysideoita, sillä sen avulla kehitin omaa työskentelyäni ja aiheitani. Opinnäytetyötä aloittaessani minulla oli tiukka opintotahti ja olin osa-aikaisesti töissä, jonka takia ajanhallinnan kanssa oli vaikeuksia. Pystyin kuitenkin aikataulutamaan opinnäytetyön tekoa uudelleen ja keskityin täysin sen tekemiseen. Teoreettisen osuuden kirjoittaminen tuotti minulle alussa hankaluuksia, jonka takia opinnäytetyön tekeminen venyi alkuperäisestä aikataulusuunnittelusta.

Aloin miettimään opinnäytetyön aiheen vaihtamista, kun koin jatkuvasti haasteita lähteiden etsimisen suhteen. Opinnäytetyö ohjaajani kanssa keskusteltuani asiat selkenivät ja ymmärsin miten edetä. Huomasin keskustelun aikana olleeni itseäni kohtaan vaativa ja kriittinen, jonka myöten pyrin pitämään riittävästi taukoja, jotta voisin keskittyä virkkeenä kirjoittamiseen. Kävin kirjastossa tutkimassa toisten matkailualan opinnäytetöitä ja sain uusia kehitysideoita omalle tutkimukselleni, joka motivoi minua jatkamaan aloitettu työ. Varasin opinnäytetyön tekemiseen riittävästi aikaa ja käytin muistiinpanoja apunani, johon merkitsin käsiteltävät aiheet ja aikataulutin niitä.

Minulla ei ole ollut aiempaa kokemusta näin laajan tutkimuksen toteuttamisesta ja arvioidessani omaa oppimisprosessiani koen tämän olevan opettavaisena prosessina. Vaikka yllätyin opinnäytetyön haastavuudesta ja työmäärästä, koin kuitenkin oppivani stressinhallintaa, aikatauluttamista ja tämän tutkimuksen avulla pystyin kehittämään itseni kannustamisessa sekä koin aidosti oppivani. Opinnäytetyön avulla opin kirjoitus- ja tiedonhakutaitoja, jota voin hyödyntää tulevaisuudessa esimerkiksi jatko-opintoja ajatellen tai mahdollisissa tutkimusprojekteissa, jossa voin käyttää oppimani.

Löydettyäni laadukkaita lähteitä, opinnäytetyö eteni johdonmukaisesti ja sen tekeminen selkeytyi. Kokemani haasteet alussa motivoi minua ottamaan kiinni aikataulusta. Työn tekeminen vaati paljon etukäteen suunnittelua, tarkkaa aikataulutusta ja lähteiden etsimistä. Opinnäytetyön tekeminen oli loppujen lopuksi positiivinen oppimisprosessi ja opettava kokemus.

Aihevalinta oli onnistunut ja itselleni jo ennestään tuttu, sillä olen työskennellyt matkailualalla aikaisemmin. Mielestäni matkailuala ja matkaoppaiden työllistyminen on ajankohtainen, jonka takia koen tutkimuksen olevan hyödyllinen uusille tulevaisuuden hakijoille. Matkailualasta löytää paljon erilaisia tutkimuksia, mutta minua henkilökohtaisesti kiinnosti tutkia matkaoppaan työ Kreetalla, sillä siihen ei juuri löydy aiempaa tutkimusta. Tämä loi oman haasteensa työn tekemiseen ja etenemiseen, mutta onnistuneiden haastattelujen avulla tutkimusta oli helpompi työstää.

Aidon kiinnostuksen myöten tutkin aihealuetta laajasti, joka heijastuu monipuoliseen lähdeluetteloon. Olisin halunnut toteuttaa haastattelut kasvotusten, mutta se ei olisi ollut mahdollista koska haastatteluun osallistujat työskentelevät eri puolilla maailmaa. Haastattavat olivat varmoja ja mukana koko haastattelun ajan kertomassa kokemuksiaan. Kaiken kaikkea koin haastattelun erittäin onnistuneeksi ja antoisaksi. Saamani vastaukset liittyvät tietoperustassa käsiteltyyn aiheisiin ja toimi hyvin tukena opinnäytetyön tutkimuksen tekemisessä.

Lähteet

- Business Finland 2019. Matkailu tuo Suomeen isot rahat. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/ajankohtaista/uutiset/2019/visit-finland/matkailu-tuo-suomeen-isot-rahat/>. Luettu: 08.11.2019.
- Business Finland 2019. Matkailun taloudelliset vaikutukset. Matkailu kasvaa muuta taloutta nopeammin. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/tutkimukset-ja-tilastot/tutkimukset-ja-tilastot-lyhyesti/>. Luettu: 08.11.2019.
- Business Finland 2019. Matkailun edistäminen. Matkailu kasvaa ja kansainvälistyy nyt nopeasti. Luettavissa: https://www.businessfinland.fi/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2019/vf_kansainvalistymisopas_2019.pdf. Luettu: 14.11.2019.
- Fischer, M. & Vainio, S. 2014. Potkua palvelubisnekseen: Asiakaskokemus luodaan yhdessä. Helsinki. Talentum.
- Forsberg, P. 2015. Pieni matkaopas. Kreetta. Luettavissa: <https://www.pienimatkaopas.com/kreetta/>. Luettu: 16.11.2019.
- Hirsjärvi, Sinikka & Hurme, Helena 2011. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Tallinna: Gaudeamus Helsinki University Press.
- Holloway, C. & Humphreys, C. 2016. The business of Tourism. Tenth Edition. Pearsons. United Kingdom.
- Holloway, J. C., & Humphreys, C. 2012. The business of tourism. 9th edition. Pearson Education. Harlow.
- Hokkanen, S. Karhunen, J. Luukkainen, M. 2011. Johdatus logistiseen ajatteluun.
- Jänkälä, S. 2016. Matkailunohjelmopalvelut. Toimialaraportti ennakoi liiketoimintaympäristön muutoksia. Valtioneuvosto. Luettavissa: http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/79842/Matkailun_ohjelmopalvelut_2016.pdf. Luettu: 11.11.2019.
- Jänkälä, S. 2019. Kevään 2019 toimialojen näkymät: Matkailuala. Valtioneuvosto. Luettavissa: <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/161641>. Luettu: 13.11.2019.

Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2018. Uusi matkapakettilaki 2018. Matkapaketti. Luettavissa: <https://www.kkv.fi/Tietoa-ja-ohjeita/Matkustaminen-ja-matkan-jarjestaminen/ohjeet-matkapalveluyhdistelmien-tarjoajille/uusi-matkapakettilaki-2018/#matkapaketti>. Luettu: 16.11.2019.

Kostiainen, A. 2006. Muuttuva matkailu - tietoa matkailusta ja matkailuelinkeinosta. Luettavissa: http://epublications.uef.fi/pub/urn_nbn_fi_uef-20100069/urn_nbn_fi_uef-20100069.pdf. Luettu: 16.11.2019.

Kreeta 2016. Tusina tavallista Kreetan puuta. Kreeta info. Luettavissa: <https://kreeta.info/kreeta/kasvit-ja-elaimet/kreetan-kasvit/yleisimmat-puut/>. Luettu: 14.11.2019.

Kylmä, J. & Juvakka, T. 2007. Laadullinen terveystutkimus. Helsinki. Edita Prima Oy.

Lahtinen, J. & Isoviita, A. 2001. Asiakaspalvelun ja markkinoinnin perusteet. 1.painos. Jyväskylä: Gummerus.

Matkailualan vuosikirja 2005. Helsinki, Edita.

Matkaoppaan työnkuvaus. 2019. Opintopolku. Luettavissa: <https://eperusteet.opintopolku.fi/#/fi/esitys/216542/naytto/sisalto/1211595>. Luettu: 4.11.2019.

Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry. Luettavissa: <https://skalfinland-com-bin.directo.fi/@Bin/7188e8725d8e7ca504649082c85a0106/1573060219/application/pdf/198299/Jouni%20Vihmo%2012112013.pdf>. Luettu: 08.11.2019.

Mara 2019. Toimiala. Luettavissa: <https://www.mara.fi/toimiala.html>. Luettu: 08.11.2019.

Mapnall 2019. Kreeta. Luettavissa: http://www.mapnall.com/fi/Kartta-Kreeta_249006.html. Luettu: 14.11.2019.

Matkaoppaan työ: Millainen henkilö sopii oppaaksi? 2016. Vagabonda blogi. Luettavissa: <https://www.vagabondablogi.fi/millainen-henkilo-sopii-matkaoppaaksi/>. Luettu: 4.11.2019.

Mykkänen, J. 2010. Matkaoppaat. Susamuru Oy.

Päivölän opisto 2019. Koulutukset. Studentum. Luettavissa:

<https://www.studentum.fi/koulutukset/paivolan-opisto/>. Luettu: 11.11.2019.

Päivölä 2018–2019. Matkaopaskoulu. Luettavissa: <https://www.paivola.fi/files/e5c1577a-688c-4aec-afbc-947b43fe4a3d/Matkaopaskoulu%202018-2019.pdf>. Luettu: 10.11.2019.

Ritchie, B. & Crouch, G. 2003. The Competitive Destination. A Sustainable Tourism Perspective. CABI. United Kingdom. Luettavissa:

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/haaga/reader.action?docID=295075&query=destination+management#>. Luettu: 16.11.2019.

Read Xamk 2018. Digitaalisuus voi parantaa matkailun asiakaskokemuksia. Luettavissa:

<https://read.xamk.fi/2018/kestava-hyvinvointi/digitaalisuus-voi-parantaa-matkailun-asiakaskokemuksia/>. Luettu: 14.11.2019.

Santalahti, Matti., Mäkeläinen, Jukka. & Hämäläinen, Juha. 2005. Opastus lyhytaikaiseen työsuhteeseen. Työturvallisuuskeskus. 1.p. Painojussit Oy.

Simula, A. & Forsberg, P. 2015. Kreetan sää, ilmasto ja parhaat matkustusajat. Pieni matkaopas. Luettavissa: <https://www.pienimatkaopas.com/kreeta/saa.html>. Luettu:

14.11.2019.

Tjäreborg 2019. Historia. Luettavissa: <https://www.tjareborg.fi/tjareborgin-historia>. Luettu: 1.11.2019.

Tjäreborg 2019. Yritystietoa. Nordic Leisure Travel Group. Luettavissa:

<https://www.tjareborg.fi/tietoa-meista/yritystietoa/nordic-leisure-travel-group>. Luettu: 14.11.2019.

Tjäreborg 2019. Sydän. Luettavissa: <https://www.tjareborg.fi/sydan>. Luettu: 14.11.2019.

Tjäreborg 2019. Matkakohteessa. Luettavissa: <https://www.tjareborg.fi/tyotehtavat-matkakohteessa#matkaopas>. Luettu 2.11.2019.

Tjäreborg 2019. Vastuullinen matkailu. Luettavissa: <https://www.tjareborg.fi/tietoa-meista/vastuullinen-matkailu>. Luettu: 14.11.2019.

Tjäreborg 2019. Työ matkakohteessa. Miten sesonkityöt toimivat? Luettavissa:

<https://www.tjareborg.fi/faq-tyo-matkakohteessa>. Luettu: 4.11.2019.

Thomas Cook Group 2019. Strategy. Luettavissa:
<https://www.thomascookgroup.com/strategy>. Luettu: 2.11.2019.

Tilastokeskus 2016. Matkailu. Käsitteet. Luettavissa:
<http://www.stat.fi/meta/kas/matkailu.html#tab2>. Luettu: 2.11.2019.

TE-palvelut 2019. Ammattinetti. Matkaopas. Luettavissa:
http://www.ammattinetti.fi/ammattit/detail/343_ammatti. Luettu: 11.11.2019.

Tilastokeskus 2019. Käsitteet ja määritelmät. Luettavissa:
<https://www.stat.fi/til/matk/kas.html>. Luettu: 10.11.2019.

Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki:
Tammi.

Työ- ja elinkeinoministeriö 2019. Matkailu kasvaa ja uudistuu. Luettavissa:
<https://tem.fi/matkailu>. Luettu: 9.11.2019.

UNWTO 2019. Who are we. Luettavissa: <https://www2.unwto.org/content/who-we-are-0>.
Luettu: 09.11.2019.

Valkonen, J. 2011. Palvelutyön taito.

Valtioneuvosto 2019. Euroopan matkailufoorumissa pohditaan matkailualan digitaalista
muutosta. Luettavissa:
https://valtioneuvosto.fi/artikkeli//asset_publisher/1410877/euroopan-matkailufoorumissa-pohditaan-matkailualan-digitaalista-muutosta. Luettu: 14.11.2019.

Visit Finland 2019. Suomen matkailun digitiekartta. Luettavissa:
http://www.visitfinland.fi/wpcontent/uploads/2018/10/Suomen_matkailun_digitiekartta_v2.pdf?dl. Luettu: 14.11.2019.

Visit Finland 2018. Suomen matkailun digitiekartta. Luettavissa: www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2018/10/Suomen_matkailun_digitiekartta_v2.pdf?dl. Luettu: 14.11.2019.

Vihmo, J. 2013. Matkailu on merkittävä toimiala ja kasvulle on erinomaiset edellytykset.

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

Verhelä, P. 2007. Matkailun ohjelmapalvelujen turvallisuus.

Verhelä P. 2000. Matkatoimistopalvelut. Helsinki: Oy Edita Ab.

Verhelä, P & Lackman, P. 2003. Matkailun ohjelmapalvelut: matkailuelämyksen tuottaminen ja toteuttaminen. WSOY.

Verhelä P. 2000. Matkatoimistopalvelut. Helsinki: Oy Edita Ab.

Vuoristo, K-V & Vesterinen, N. 2002. Lumen ja Suomen maa. Porvoo: WSOY.

Vuoristo, K-V. 2003. Matkailun maailma. Helsinki: WSOY.

Liite

Liite 1. Haastattelukysymykset:

1. Ikä, sukupuoli, siviilisääty?
2. Miten kauan ollut matkaoppaana?
3. Missä kohteissa työskennellyt aikaisemmin?
4. Minkälainen koulutustaso?
5. Miksi hakeuduit matkaoppaaksi?
6. Kuinka monta kautta olet tehnyt Kreetalla matkaoppaana?
7. Minkälainen matkakohde Kreetta mielestäsi on?
8. Minkälaisia asiakkaita Kreetalla käy?
9. Minkälainen on tyypillinen työpäiväsi Kreetalla?
10. Miten se poikkeaa toisista kohteista?
11. Minkälaisia mahdollisuuksia Kreetta tarjoaa matkaoppaalle työkohteena?
12. Minkälaisia haasteita siihen liittyy?
13. Mitä neuvoja antaisit henkilölle, joka on tulossa Kreetalle matkaoppaaksi?
14. Minkälaista erityistä vaatimusta Kreetta vaatii matkaoppaalta?