



Esteettömyys matkailussa ja Visit Tampereen kumppanuusverkostossa

Jenni Eskola

2021 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Esteettömyys matkailussa ja Visit Tampereen kumppanuusverkostossa

Jenni Eskola
Matkailu- ja palveluliiketoiminta
Opinnäytetyö
Toukokuu, 2021

Jenni Eskola

Esteettömyys matkailussa ja Visit Tampereen kumppanuusverkostossa

Vuosi

2021

Sivumäärä

36

Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Visit Tampere Oy. Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää Visit Tampereen kumppanuusverkoston esteettömyyden tilannetta, sekä tutkia yleisesti esteetöntä matkailua. Opinnäytetyön tarkoituksena oli, että Visit Tampere saa ajankohtaista tietoa kumppanuusverkostossa toimivien yritysten esteettömyyden tilasta ja mahdollisista haasteista, joita yritykset kohtaavat. Visit Tampere kykenee tämän avulla tunnistamaan ja nostamaan esille mahdollisia ongelmia, sekä keinoja, joilla tilannetta voitaisiin kehittää parempaan suuntaan sekä yritysten, että asiakkaan kannalta.

Opinnäytetyössä käsitellään esteettömyyttä ja saavutettavuutta käsitteinä, sekä niiden eroavaisuuksia. Tämän lisäksi käsitellään esimerkiksi (matkailun) esteettömyyden eri muotoja sekä esteetöntä ympäristöä ja siihen liittyviä kriteerejä.

Tutkimusmenetelmänä opinnäytetyössä on kyselytutkimus, joka lähetettiin noin sadalle Visit Tampereen kumppanuusverkoston yritykselle. Kysely sisälsi kysymyksiä liittyen sekä yritysten esteettömyyteen, että niiden saavutettavuuteen. Kysymykset perustuivat teoriapohjaan, joka koostui erilaisista kirjallisista ja sähköisistä lähteistä.

Lisäksi osana tutkimusprosessia suoritettiin alkukartoitus käyttäen apuna net scouting-menetelmää. Alkukartoituksen tarkoituksena oli selvittää esteettömyyden nykytilaa ja saada selville, mitkä yritykset ovat jo tunnistaneet esteettömyyden tärkeäksi osaksi niiden toimintaa, ja rekisteröineet heidän palvelunsa Pantou- ja My Stay-verkkosivuille jakaakseen tietoa esteettömyydestä niin kotimaisille, kuin ulkomaisillekin matkustajille.

Kyselyn avulla selvisi, että kumppanuusverkoston yritysten esteettömyyden taso vaihtelee erittäin paljon. Kyseessä voi olla joko esteettömyyden tärkeys yritykselle, tai yrityksen hankala sijainti ja ympäristö, joka vaikuttaa esteettömyyteen negatiivisesti. Kaiken kaikkiaan tärkeimmäksi kehitysehdotukseksi nousi esteettömyydestä viestiminen, sillä kyselyn avulla kävi ilmi, että suuri määrä vastaajista ei millään tavoin tuo asiaa esille esimerkiksi verkkosivuillaan.

Jenni Eskola

Accessibility in tourism and Visit Tampere Partners Network

Year

2021

Pages

36

This thesis was commissioned by Visit Tampere. The objective was to study how accessible the companies that are a part of the The Visit Tampere Partners Network are, and conduct research on accessibility in tourism in general. The purpose of this thesis was for Visit Tampere to receive some up-to-date information about how accessible services the companies offer, and if they face any problems with accessibility. With this information Visit Tampere is able to recognize and highlight some problems and ways how the situation could be improved for both the companies and the customers.

This thesis covers accessibility in both physical and digital environments. The different aspects of accessibility (in tourism) are discussed in this thesis, along the criteria in accessible environments.

Online survey was the main research method in this study. The survey was sent to approximately 100 companies that are a part of the Visit Tampere Partners Network. The survey consisted of questions about the companies' accessibility in physical and digital environments. The questions were based on theory, which was gathered from various sources.

As a part of the research, the accessibility of the companies was mapped out before the survey by using the net scouting method. The purpose was to find to examine which companies were accessible and had already recognized the accessibility as an important part of their service, and registered their services on Pantou- and My Stay-websites to share information about the accessibility to both domestic and international travellers.

The study showed, that the level of accessibility varies greatly between the companies. The reason could be either the importance of accessibility for the company, or a difficult location and environment, which could affect the accessibility negatively. All in all, the most important improvement proposition was communication, because the survey revealed that many of the companies do not inform about the accessibility on their websites at all.

Keywords: accessibility, accessible tourism

Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Visit Tampere Oy	7
2.1	Matkailun alueorganisaatio	7
2.2	Kumppanuusverkosto	8
3	Esteettömyys.....	8
3.1	Esteetön ympäristö ja rakennus sekä kriteerit.....	9
3.2	Saavutettavuus	11
3.3	Verkkosivuja esteettömille palveluille	11
3.4	Inklusio	12
3.5	Design for All	12
4	Esteettömyys matkailussa.....	13
5	Tutkimusprosessi	15
5.1	Esteettömyyden tilanne alkukartoituksessa	15
5.2	Kyselyn suunnittelu	16
5.3	Kyselyn toteutus.....	18
6	Tutkimustulokset	19
7	Johtopäätökset ja pohdinta.....	23
	Lähteet.....	26
	Kuviot	29
	Taulukot	29
	Liitteet	30

1 Johdanto

Esteettömyys on useille ihmisille pakollinen tarve, toisille ehkä jopa tarpeeton, mutta kaikille hyödyllinen. Se on asia, johon törmätään jatkuvasti, jopa ymmärtämättä mikä se on. Se tarkoittaa yksinkertaisesti selitettynä fyysisen ympäristön suunnittelemista ja rakentamista niin, että se on kaikille sopivaa. Toinen esteettömyyteen vahvasti liittyvä ja tärkeä termi on saavutettavuus, jolla on käytännössä sama merkitys kuin esteettömyydellä, mutta fyysisen ympäristön sijaan kyseessä on digitaalinen ympäristö. Esteettömyys on käytännössä erittäin tärkeä osa yhden perusoikeuden, eli yhdenvertaisuuden toteutumista. Esteettömät ja saavutettavat palvelut yhdessä välineiden käytettävyyden ja helposti ymmärrettävän tiedon kanssa mahdollistavat sen toteutumisen. (Invalidiliitto)

Tämän opinnäytetyön aihe on saatu Visit Tampereelta. Tavoitteena on tutkia esteettömyyttä Visit Tampereen kumppanuusverkostossa sekä matkailussa. Opinnäytetyön tarkoituksena on, että Visit Tampere saa hyödyllistä ja ajankohtaista tietoa heidän kumppanuusverkostonsa yritysten esteettömyyden tilanteesta. Tämän saatavan tiedon avulla he voivat muun muassa löytää tavan nostaa esiin esteettömiä palveluja ja kohteita, ja auttaa sen avulla esimerkiksi monia liikkumis-, kuulo- ja näkörajoitteisia henkilöitä tavoittamaan heille sopivia palveluja. Ensimmäinen luku johdannon jälkeen sisältää lisää tietoa toimeksiantajasta, eli Visit Tampereesta.

Teoriaosuudessa käsitellään esteettömyyttä, sekä siihen liitettäviä muita käsitteitä. Luvusta löytyviä tärkeitä alakäsitteitä ovat esimerkiksi saavutettavuus, Design for all ja esteettömyys matkailussa. Esiin myös esimerkiksi haasteita, joita esteettömyyden ympäristöön ja sen suunnitteluun normaalisti liittyy.

Opinnäytetyön tutkimus eteni määrällisen mallin perusteella. Opinnäytetyön tutkimusprosessi on esitetty omassa osiossaan, jonka yhteydestä löytyy myös käytetyt tutkimusmenetelmät. Tutkimusprosessi on jaettu alkukartoitukseen, kyselyn suunnitteluun ja kyselyn toteutukseen. Opinnäytetyön tutkimuskysymys on: Kuinka esteettömiä palveluja Visit Tampereen kumppanuusverkoston yritykset tarjoavat?

Opinnäytetyö saa päätöksensä tutkimuksen johtopäätöksillä, sekä pohdinnalla. Samalla käydään läpi mitä kyselyn avulla selvitettiin, mitä kyseinen tieto tarkoittaa ja miten Visit Tampere tai vastanneet yritykset voivat hyödyntää kyseistä tietoa.

2 Visit Tampere Oy

Toimeksiantajana opinnäytetyössäni toimii Visit Tampere Oy, joka on Tampereen ja Tampereen seudun infokeskus matkailua varten. Matkailun edistämisen lisäksi se myös vastaa Tampereen elinkeino- ja matkailumarkkinoinnista, sekä lentoliikenteen markkinoinnista ja kehityksestä. Visit Tampere on Business Tampereen tytäryhtiö. (Business Tampere) Yritys tarjoaa palvelujaan muun muassa sosiaalisessa mediassa, puhelimitse ja sähköpostitse. Kesäkuukausina mahdollisuutena on myös käydä paikan päällä kysymässä neuvoa, sillä silloin he avaavat pop-up-palvelupisteen Laukontorille Hopealinjojen toimistolle. Visit Tampere Oy on toiminut matkailun infokeskuksena jo vuodesta 2014 alkaen. (Visit Tampere)

Visit Tampereen verkkosivuilta löytää kaiken tarvittavan tiedon Tampereen matkailuun liittyen. Sivustolta on mahdollista lukea esimerkiksi ajankohtaisia uutisia tai kurkistaa esimerkiksi tapahtumakalenteriin, josta löytyy paljon Tampereen seudun tapahtumia. Verkkosivuilta löytyy myös laajasti tietoa liittyen muun muassa Tampereen kaupunkiin, majoitukseen, ruokailuun, luontoon sekä kulttuuriin. (Visit Tampere)

Visit Tampere ottaa kantaa esteettömyyteen omilla verkkosivuillaan esimerkiksi listaamalla asioita, joilla esteettömyyttä voidaan parantaa, niin suunnittelun, toteutuksen kuin myös jälkiarvioinnin vaiheissa. Tämä esteettömyyden tarkistuslista on tehty tapahtumia mielessä pitäen, mutta sen eri vaiheet ovat mukautettavissa myös muunlaiseen toimintaan. Kaikille yrityksille olennaisia asioita ovat esimerkiksi tiedotus, opastus ja WC- ja muut hygieniatilat. (Visit Tampere)

2.1 Matkailun alueorganisaatio

Matkailun alueorganisaatiot ovat organisaatioita, jotka edistävät matkailua tietyllä alueella. Vastuu matkailun edistämisestä voi olla yhdessä kunnassa tai useamman kunnan alueella, matkailukeskuksessa, seutukunnassa tai maakunnassa, riippuen nykyisistä ja mahdollisista tarpeista. Kaikilla matkailukohteilla ei ole alueorganisaatiota. Suomesta löytyy yhteensä yli 70 alueellista matkailuorganisaatiota, ja Visit Tampere on yksi niistä. (Business Finland)

Alueorganisaatioilla on lukuisia eri rooleja ja vastuita, jotka käsitellään eri organisaatioissa ja kohteissa eri tavoin, mutta useimmiten havaittavissa on samanlaisia lähestymistapoja ja elementtejä. Alueorganisaatioiden pääasiallisena tavoitteena on vahvistaa alueen brändiä sekä vetovoimaisuutta markkinoinnin ja myyntityön avulla. Apuna käytetään esimerkiksi kumppanuuksien rakentamista, sekä yhteismarkkinoinnin suunnittelua ja organisointia. Alueorganisaation perustoimintoja voivat olla esimerkiksi strateginen suunnittelu, matkailutuotteiden ja liiketoiminnan kehittäminen, rahoitus ja investointi, sekä kriisinhallinta. (UNWTO)

On yleisesti tiedossa, että kohteilla, joilla on alueorganisaatio, on parempi kyky pysyä mukana matkailun trendeissä, sekä sopeutua kuluttajakäyttäytymiseen. Lisäksi ne selviävät paremmin haasteista, ovat tehokkaampia suunnittelussa ja tuotekehittämisessä, ja ovat ketterempiä päätöksenteossa. Alueorganisaatioiden toiminta tuo siis mukanaan omat etunsa. Jotta matkailua saadaan edistettyä, ja kohteesta saadaan mahdollisimman kestävä, kilpailukykyinen ja vetovoimainen, kaikkien kohteen sidosryhmien täytyy tehdä yhteistyötä. Se tarkoittaa sitä, että asiantuntijoiden ja ammattilaisten lisäksi myös paikalliset yhteisöt otetaan toimintaan mukaan strategian saavuttamiseksi. (UNWTO)

2.2 Kumppanuusverkosto

Visit Tampereella on heidän oma kumppanuusverkostonsa, jonka tarkoituksena on muun muassa edistää Tamperelaisten tapahtuma- ja matkailupalveluiden kansainvälistymistä, auttaa alan toimijoita verkostoitumaan enemmän ja ylipäättään saada Tampereelle näkyvyyttä kansainvälisesti. Visit Tampereen kumppanuusverkostoon kuuluu 130 eri yritystä. Kannustimien ja kohdennettujen palveluiden avulla yrityksiä rohkaistaan kestävään, kansainväliseen ja digitaaliseen toimintaan. (Visit Tampere)

Kumppanuusverkosto koostuu monista erityyppisistä yrityksistä. Visit Tampere jaottelee ne itse seuraavan tyyppiin yrityksiin: matkailunähtävyys, kulttuuritoimija, kokoustila, tapahtumapalvelu, luonto- tai aktiviteettipalveluyritys, ohjelmapalveluyritys, ravintola, catering-yritys tai muu vastaava, sekä hotelli, hotelliketju tai muu majoituspalveluyritys.

Verkostoon kuulumisesta maksetaan vuosimaksua, joka vaihtelee yrityksen liikevaihdon mukaan. Vuosimaksun maksaessaan yritys hyötyy kumppanuusverkostosta monin eri tavoin, saaden esimerkiksi mahdollisuuksia osallistua vaihteleviin markkinointikampanjoihin tai verkostoitumistilaisuuksiin. (Visit Tampere) Kumppanuusverkoston yritykset voivat myös itse vaikuttaa tilaisuuksien sisältöön, ja Visit Tampere pyrkiikin tarjoamaan koulutuksia ja puheenvuoroja, jotka yritykset kokisivat hyödyllisiksi ja inspiroiviksi. Visit Tampere hankkii verkostoon lisää kumppaneita tilaisuuksilla, joissa on kaikille avoimet ovet. (Business Tampere)

3 Esteettömyys

Esteettömyydelle löytyy monia eri selityksiä, mikä ei ole lainkaan yllättävää, kun otetaan huomioon, kuinka monialainen käsite se on. Yleisesti ottaen esteettömyys ja saavutettavuus mielletään virheellisesti usein synonyymeiksi. Niillä on kuitenkin eronsa, jotka pohjimmillaan perustuvat yhteyteen, jossa niitä käytetään. Yleisellä tasolla esteettömyydellä tarkoitetaan käytännössä sitä, että jokainen kykenee tasa-arvoisesti osallistumaan yhteiskunnan toimintaan. (Tanskanen & Suominen-Romberg 2009, 9.) Kyse on siitä, että otetaan huomioon

erilaisuus ja moninaisuus jo ympäristöä rakennettaessa ja suunniteltaessa. Tämä ei tarkoita vain palvelujen ja tuotteiden saavutettavuutta ja esteettömyyttä, vaan tärkeitä ovat myös esimerkiksi tiedon ymmärrettävyys ja mahdollisuus osallistua päätöksentekoon. (Invalidiliitto) Kaikki kohtaavat toimintarajoitteita jossain vaiheessa elämäänsä, viimeistään saavuttaessaan eläkeiän, joten ympäristöjen esteettömyydestä ei ole kenellekään haittaa, vaan aina pelkästään hyötyä.

Kaikista yleisin ja luultavasti myös tunnetuin esteettömyyden muoto on fyysinen esteettömyys. Se ei kuitenkaan suinkaan ole esteettömyyden ainoa muoto, vaan lisäksi Jutilan ja Harju-Myllyahon (2017, 224.) mukaan (matkailun) esteettömyyteen voidaan liittää sekä poliittisen, kulttuurisen, sosiaalisen, viestinnällisen ja taloudellisen esteettömyyden näkökulmat. Näkökulmat voivat myös vaihdella, sillä alan eri asiantuntijoilla voi olla toisistaan eriäviä mielipiteitä tai nimityksiä näille näkökulmille.

Fyysinen esteettömyys, johon tämän opinnäytetyön kysely myös osittain painottuu, on erittäin tärkeää muun muassa näkö- ja kuulovammaisille. Näkövammaisten liiton mukaan näkövammaisen henkilö voi olla joko heikkonäköinen tai sokea. Henkilö, joka ei kykene itsenäisesti liikkumaan oman näkönsä turvin tuntemattomassa paikassa, on sokea. Näkövammaisen myötä ilmenee paljon erilaisia arjen haasteita, jotka käyvät ilmi liikkumisessa ja hahmottamisessa. Haasteita ovat muun muassa tasoerot, etäisyyksien arviointi, suuntautuminen, sekä törmääminen. (Näkövammaisten liitto) Maailmanlaajuisesti jopa 2.2 miljardia henkilöä on näkörajoitteinen. (World Health Organization) World Health Organization myös ennustaa, että vuonna 2050, jopa 2.5 miljardilla ihmisellä on jonkinasteinen kuulovamma. Kuulovammaisella tarkoitetaan henkilöä, joka elää jonkinasteinen kuulonalennuksen kanssa. Kyseessä voi olla mitä tahansa lievästä huonokuuloisuudesta täydelliseen kuurouteen. Kuulovammaisilla henkilöillä haasteena on yleisesti viestin välittyminen, ei sen ymmärtäminen. (Kuuloliitto)

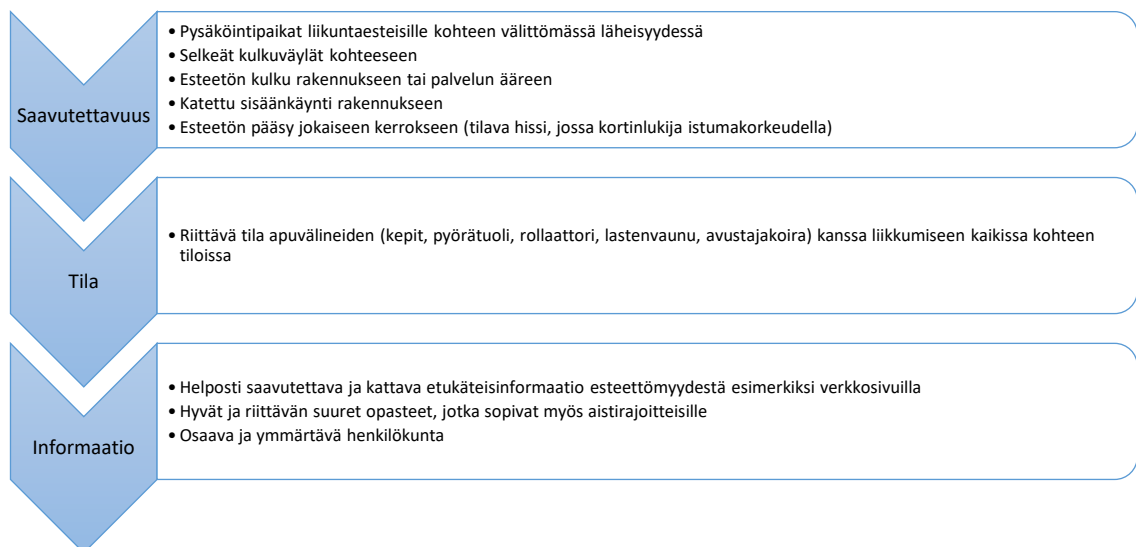
Esteettömyyden perustana toimii yhdenvertaisuuslaki. Yhdenvertaisuuslain tarkoituksena on sen nimensä mukaisesti edistää yhdenvertaisuutta. Sen mukaan syrjiminen esimerkiksi henkilön kansalaisuuden, vammaisuuden, terveydentilan, uskonnon, seksuaalisen suuntautumisen tai muun henkilöön liittyvän asian perusteella ei ole sallittua. (Finlex) Suomi on erittäin hyvä esimerkki tasa-arvoisesta maasta, jossa ollaan vieraanvaraisia ja kohdellaan kaikkia matkailijoita yhdenvertaisina. Usein esteettömiä palveluja tarvitsevat matkailijat joutuvat etukäteen selvittämään pystyykö matkakohde huomioimaan heidän erityistarpeensa, tai ovatko he edes tervetulleita kyseiseen kohteeseen. (Business Finland)

3.1 Esteetön ympäristö ja rakennus sekä kriteerit

Rakennuksia ja ympäristöjä voidaan sanoa esteettömiksi, jos ne ovat turvallisia, toimivia ja miellyttäviä kaikille niiden käyttäjille. Esteettömyyden toteutumiseen kuuluukin näin ollen

paljon eri kriteerejä. Esteettömyys ei välttämättä tuo minkäänlaisia lisäkuluja palveluja tai ympäristöjä suunniteltaessa, jos vain otetaan huolellisesti huomioon esteettömyyden vaatimukset. Esteettömyyttä parannettaessa on erittäin tärkeää keksiä korvaavia tapoja, kuinka palveluita ja ympäristöä voidaan käyttää. Esteettömyyttä tarvitaan lähes kaikkialla ja monissa eri yhteyksissä; on tärkeää ottaa huomioon muun muassa koti, työpaikka, kulttuuripalvelut, liikennevälineet, verkkopalvelut ja rakennukset. (SFS Esteettömyys 2010, 6.) Esteettömyyttä voi kuitenkin olla vaikea lähteä toteuttamaan, sillä ihmisten tarpeet esteettömyyteen liittyen voivat toisinaan olla jopa täysiä vastakohtia.

Business Finlandin matkailun julkaisuista löytyy erilaisia oppaita, tutkimuksia ja muita raportteja liittyen vaihteleviin aiheisiin, sekä eri maihin. Sivuilta löytyy muun muassa opas liittyen esteettömän matkailun kriteereihin. Kyseisestä oppaasta selviää esteettömyyden kriteerit majoitukseen, käyntikohteisiin, tapahtumiin, ohjelmapalveluihin ja reitteihin, sekä liikennevälineisiin. Kriteerit liittyvät pääasiallisesti saavutettavuuteen, palvelujen ja toimintojen tiloihin, sekä informaation ja esteettömyydestä tiedottamiseen. (Business Finland) Kyseiset kriteerit on listattu kuviossa 1.



Kuvio 1: Yleiset kriteerit rakennusten esteettömyydessä Valtioneuvoston asetusten mukaan

Kuvion Toinen tapa parantaa ympäristöä, palveluita ja tuotteita käyttäjän tarpeiden mukaisiksi on ergonomia, joka on näin ollen käytännössä tapa edistää esteettömyyttä luonnostaan. Sen sijaan, että lopputulos sopisi ihan kaikille käyttäjille, on ergonomian ideana se, että ympäristö ynnä muu on sopivaa vain suurelle osalle ihmisiä. Näin ollen sen sijaan että ylähyllä laitetaan korkeudelle, jolle kaikki varmasti yltävät, se sijoitetaankin niin korkealle, että noin 95% käyttäjistä yltää sinne, mutta loput 5% tarvitsevat avuksi esimerkiksi tuolin. Ergonomia parantaa tehokasta ja häiriötöntä työskentelyä ja toimintaa ja käyttäjän hyvinvointia ja turvallisuutta. (SFS Esteettömyys 2010, 6-7.)

Rakennuksien esteettömyyteen liittyen on olemassa määräyksiä, joiden tavoitteena on luoda toiminta- ja elinympäristö, joka on toimiva ja turvallinen kaikille eri väestöryhmille, kuten vanhuksille, lapsille ja vammaisille ottaen samalla huomioon heidän tarpeensa. On myös tärkeää muistaa, että vaikka esteettömyys ja siihen liittyvät määräykset muistetaan suunnittelussa, kuuluu niiden toteutumista myös valvoa. Kunnossapito ja valvonta yhdessä turvallisuuden kanssa ovat edellytys esteettömyyden toteutumiseen. Todella pienet poikkeukset alkuperäisistä suunnitelmista voivat aiheuttaa jo suuriakin esteitä. Näiden lisäksi huoltamatta jääneet rakenteet voivat aiheuttaa vakaviakin tapaturmia, joten esteettömyyden toteuttamiseksi on tärkeää ylläpito ja huolto on tärkeää. (Jutila 2013, 119.)

3.2 Saavutettavuus

Saavutettavuus tarkoittaa sitä, että informaatio esitetään tavalla, jolla se on kaikkien saatavissa niin, ettei mahdollinen käyttäjän vamma tai muu käyttöä mahdollisesti häiritsevä ominaisuus estä palvelun tai sisällön käyttämistä. Saavutettavuus on tyypiltään samanlaista kuin esteettömyys, mutta saavutettavuus keskittyy yhdenvertaisuuteen ja oikeudenmukaisuuteen digitaalisissa palveluissa. (Selovuo 2019, 13.) Tärkeää esteettömyydessä on myös se, että tieto esteettömyydestä saavuttaa mahdolliset asiakkaat.

Saavutettavaa sisältöä tarvitsevat useat eri ryhmät, joista suurimpia joukkoja ovat luultavasti näkövammaiset, kuurot, muistisairausten omaavat henkilöt, iäkkäät ihmiset ja ihmiset, joille suomen kielen ymmärtäminen on vaikeaa. Saavutettavuus siis koskee useita eri vaikeuksia, jotka voivat liittyä esimerkiksi ymmärtämiseen, havaitsemiseen ja keskittymiseen. Noin 20 prosentilla väestöstä saavutettavat palvelut ja tuotteet ovat tärkeä osa elämää. (Selovuo 2019, 14-15.) Saavutettava palvelu on helpompi käyttää ja ymmärtää kuin tavallinen palvelu, mikä tukee ajatusta siitä, että saavutettavuus palvelee kaikkia. (Saavutettavuusdirektiivi)

Lokakuussa 2016 Euroopan parlamentti julkaisi saavutettavuusdirektiivin, jonka tarkoituksena on, että kaikki käyttäjät voisivat käyttää digitaalisia palveluita tasavertaisesti heidän tilanteestaan huolimatta. Tavoitteena on parantaa saavutettavuutta digitaalisissa palveluissa, ja luoda saavutettavuudelle koko Euroopan laajuiset vaatimukset, joiden avulla voidaan edistää tasavertaisuutta, sekä vaikuttaa EU:n saavutettavuuden sisämarkkinoihin. (Valtiovarainministeriö) Sen pohjana on WCAG-standardi, joka on kansainvälinen ohjeistus verkkosisältöjen saavutettavuuteen. Saavutettavuusdirektiivi koskee julkishallinnon verkkopalveluita, mukaan lukien virastot ja kunnat. (Saavutettavuusdirektiivi)

3.3 Verkkosivuja esteettömille palveluille

Pantou palvelu on verkkosivu, jonka Euroopan komissio kehitti eurooppalaisille yrityksille, jotka tarjoavat esteettömiä matkailupalveluja. Se on yksi tärkeimmistä esteettömän matkailijan työkaluista, sillä se auttaa matkaa suunniteltaessa, olipa määränpäänä mikä

tahansa kohde. Pantoussa yritykset tarjoavat laajan valikoiman erilaisia matkailupalveluja, mukaan lukien majoitus-, kuljetus- ja matkapalveluja, tapahtumapaikkoja, nähtävyyksiä, laitteiden vuokrausta ja myyntiä, sekä henkilökohtaista apua sitä tarvitseville. Yritykset voivat siis itse maksutta rekisteröityä verkkosivulle, ja ilmoittaa omat esteettömät palvelunsa. Tällä hetkellä kyseiseltä verkkosivulta löytyy 33 suomalaista kohdetta/palvelua ympäri Suomen. (Pantou)

Visit Finlandin My Stay -palvelussa yrityksen on mahdollista ilmoittaa esteetön palvelu, tai esteettömien matkustajien puolestaan etsiä esteettömiä kohteita tai palveluita. Haku sujuu helposti valitsemalla hakuvaihtoehdon ”Accessible”. Sivustolta löytyy yli 180 eri esteetöntä palvelua tai kohdetta ympäri Suomea. Tarjolla on esimerkiksi esteettömiä majoituspalveluja, nähtävyyksiä, tapahtumapaikkoja ja ravintoloita. My Stayssa yritys saa paljon näkyvyyttä myös kansainvälisesti. Palvelu on yritykselle maksuton. (Visit Finland)

3.4 Inklusio

Inklusiolla tarkoitetaan sulautumista, sisällymistä ja mukaan kuulumista, ja se on näin ollen olennainen käsite esteettömässä matkailussa. Sen mukaan jokaisella henkilöllä tulisi olla tasavertainen mahdollisuus osallistua erilaisiin palveluihin yhteiskunnassa. Näin ollen palveluiden kohderyhmää miettiessä lähtökohtana ei pidetä ihmisryhmiä, vaan sitä, että ne ovat kaikille soveltuvia. Matkailussa se siis tarkoittaa sitä, että painotetaan tasa-arvoisuutta sillä tavoin, että kaikilla on yhtäläinen mahdollisuus matkustaa tai suunnitella matkailua, sekä saada tasa-arvoista kohtelua. Matkailu voi myös itsessään edistää inklusiota. (Juttila & Harju-Myllyaho 2017, 227.) Inklusiota korostaa erityispedagogiikan näkökulma, ja se perustuu vammaisuuden sosiaaliseen malliin. Kyseinen malli taas pyörittää ajattelutavan, jossa vammaisuus koetaan ongelmana ja pääasiallisena ominaisuutena. Näin ollen sosiaalinen malli keskittyy yhteiskuntaan yksilön sijaan. (Juttila 2013, 120.)

3.5 Design for All

Design for All (DfA) on pääosin Euroopassa vakiintunut termi, joka käytännössä tarkoittaa kaikille sopivaa suunnittelua. Tällaisessa suunnittelussa päämääränä on siis keinot tai strategiat, jotka edistävät esteettömyyttä ja ottavat huomioon ihmisten toimintakyvyn. Tavoitteena on (kuten esteettömydessä yleensäkin) yhdenvertaisuus ja tasa-arvoisuus, jonka kautta ne soveltuvat kaikille niiden käyttäjille. DfA:n avulla suunnittelijatkin voivat ymmärtää enemmän kuinka monimuotoisia tarpeita käyttäjillä on. Design for All ei myöskään ulotu pelkästään tuotteisiin tai palveluihin, vaan ihan kaikkiin yhteiskunnan toimintoihin. (Tahkokallio 2009, 5)

4 Esteettömyys matkailussa

Esteettömyys matkailussa on laajempi aihealue, kuin usein osataan odottaa. Sitä voidaan tutkia monista eri näkökulmista, joita ovat esimerkiksi maantieteen, erityisliikunnan, markkinoinnin, muotoilun ja arkkitehtuurin tieteenalat. Näiden näkemysten erot taas tulevat esiin siinä, että ne painottavat esteettömyyden eri ulottuvuuksia. (Jutila 2013, 115.) Matkailu vaatii tietynlaisia kykyjä, niin fyysisiä kuin sosiaalisia, joita vamma voi rajoittaa. Matkailun merkitys on viime vuosien aikana kasvanut vähintään 4% vuodessa ympäri maapallon, joinain vuosina kasvu on saavuttanut jopa 8%. Kasvun odotettiin pysyvän 4 prosentissa myös vuotena 2020, mutta ulkoisien vaikuttajien kuten koronan takia matkustajamäärät eivät luultavasti ole odotuksien mukaiset. (UNWTO) World Health Organizationin mukaan jopa 15% maailman väestöstä oletetaan elävän jonkin vamman tai kyvyttömyyden kanssa. Koska matkailun merkitys jatkaa kasvamistaan, ovat esteettömyys ja saavutettavuuskin sen myötä nykyään enemmän pinnalla, ja ne huomioimalla mahdollistetaan matkailupalvelut kaikille matkailijoille sopiviksi. Matkailijalle, jolla on esteettömiä tarpeita, on erityisen tärkeää se, että matka on esteetön sen jokaisessa vaiheessa; alkaen päätöksestä lähteä matkalle, päättyen paluumatkaan.

Esteetöntä matkailua voidaan tarkastella usealta eri kantilta. Oleellisia esteettömyyden muotoja ovat fyysisen esteettömyyden lisäksi taloudellinen esteettömyys, sosiaalinen esteettömyys, kulttuurinen esteettömyys, viestinnällinen ja poliittinen esteettömyys. Näistä yleisimmällä, eli fyysisellä esteettömyydellä viitataan koko matkan aikana vierailtuihin tiloihin, kulkuneuvoihin ja ympäristöihin, sekä matkakohteen saavutettavuuteen. (Jutila & Harju-Myllyaho 2017, 223-224.)

Taloudellinen esteettömyys tarkoittaa sitä, että vähävaraisempien henkilöiden matkailua mahdollistetaan muun muassa tuetuilla lomilla. Samaan kategoriaan kuuluvat myös alennushinnat esimerkiksi eläkeläisille tai opiskelijoille. Myös tasapuolinen hinnoittelu edesauttaa taloudellista esteettömyyttä, sillä silloin varmistetaan, ettei esimerkiksi avustajasta tai erityisjärjestelyistä jouduta maksamaan ylimääräistä. (Jutila & Harju-Myllyaho 2017, 225.)

Sosiaalinen esteettömyys taas tarkoittaa sitä, että kaikki matkailijat voivat valita heitä itseään henkilökohtaisesti kiinnostavat palvelut ja matkakohteet. Sosiaalisessa esteettömyydessä on siis kyse ihmisten asenteista ja tasavertaisuudesta. Positiivinen kanssakäyminen henkilökunnan tai muiden matkailijoiden kanssa voi saada asiakkaan tuntemaan olonsa paremmaksi ja tervetulleeksi. Päinvastoin myös esimerkiksi ennakkoluuloinen asiakaspalvelija voi nostaa esteettömyyden jalustalle, jolla voi olla negatiivia vaikutuksia. (Jutila & Harju-Myllyaho 2017, 225.)

Kulttuurisen esteettömyyden pohjana on se, että ollaan suvaitsevaisia ja osataan arvostaa kaikkia kulttuureja, sillä niiden tapojen kunnioittaminen edistää esteettömyyttä. Kulttuureja tässä yhteydessä ovat niin uskonnot, etniset ryhmät, kuin kansallisuudetkin. (Jutila & Harju-Myllyaho 2017, 225.)

Esteettömässä matkailussa viestinnällinen matkailu on erittäin tarpeellinen. Viestintä voi olla ratkaiseva tekijä matkan teon päätöksessä, joten todenmukainen ja informatiivinen viestintä ovat tärkeitä. Esteettömistä matkailupalveluista ei ole mahdollisille käyttäjille minkäänlaista hyötyä, jos viestintä ei ole ollut selvää eikä näin ollen tieto saavuta mahdollisia asiakkaita. (Jutila & Harju-Myllyaho 2017, 226.)

Poliittiseen esteettömyyteen törmätään matkaillessa silloin, kun valtioiden välillä on rajoituksia. Poliittista esteettömyyttä on myös se, kun ihmisten mahdollisuudet matkailuun ovat poliittisten päätösten seurauksia. (Jutila & Harju-Myllyaho 2017, 225.)

Tourism for all kääntyy suomeksi termiksi matkailua kaikille. Se on käytännössä synonyymi esteettömälle matkailulle, mutta ilmaisu on vain eri. Joissain maissa termi on otettu käyttöön esteettömän matkailun kehittämiseen. Sen missiona on tehdä matkailusta (niin palveluista, kohteista kuin tuotteistakin) esteettömiä kaikille matkailijoille maailmanlaajuisesti, huolimatta heidän vammoistaan, rajoitteistaan tai iästään. (Tourism for all) Jutilan ja Harju-Myllyahon mukaan (2017, 227) esteettömyys on useille matkustajille välttämättömyys, mutta kaikille matkustajille mukavampi vaihtoehto. Esteettömiä palveluja tarjoavat yritykset muodostavat usein lojaaleja ja elinikäisiä asiakkaita. Toimintakykyrajoitteiset ja ikäihmiset ovat uskollisia sellaisille yrityksille, joiden palveluihin he tietävät voivansa luottaa, ja joista heillä on jo aiempia positiivisia kokemuksia. Matkakohde, joka on esteetön, voi saada paljon tuloja nimenomaan kyseisiltä matkailijoilta, sillä esimerkiksi ikääntyneet voivat lomailla pitkäänkin hyväksi todetuissa matkakohteissa. (Jutila 2013, 116.)

Matkailusektorin yrityksiä täytyy välittää asiakkailleen ajankohtaista ja täsmällistä tietoa ennen matkaa, sen aikana ja jopa matkan jälkeen. Varmistamalla että kyseinen tieto on helposti saavutettavissa, voidaan viestiä tehokkaasti asiakkaille heidän koko matkansa osioissa. Tämä pätee etenkin matkailijoille, joilla on jotain rajoitteita ja erityistarpeita. (UNWTO) Suomen laissa on myös säädetty asetus tiedoista, jotka matkapalveluyhdistelmien on annettava matkustajalle. Sen mukaan matkanjärjestäjän tai -välittäjän on välitettävä matkustajalle ennen matkapakettisopimuksen solmimista muun muassa se, onko matka tai loma yleisesti ottaen sopiva myös liikuntarajoitteisille henkilöille. Mikäli matkustaja haluaa, on matkanjärjestäjän myös annettava täsmällisempää tietoa liittyen esimerkiksi siihen, soveltuuko matka matkustajalle hänen yksilöllisiin tarpeisiinsa nähden. (Finlex)

Esteettömässä matkailussa tärkeänä voidaan pitää yleissopimusta vammaisten henkilöiden oikeuksista. Yksi tärkeimmistä kohdista on 30. artikla, jossa esitetään matkailupalveluiden

yhdenvertaisuuden tärkeys. Siihen kuuluu muun muassa kaikkien tasavertainen pääsy ja mahdollisuus osallistua kulttuuripalveluihin ja matkailupalveluihin (Finlex). Jutilan (2013, 116) mukaan matkakohteisiin saapuminen ja yöpyminen on esteettömien majoitus- ja kuljetuspalveluiden vuoksi tehty mahdolliseksi ja miellyttäväksi, mutta mikäli matkakohteen erilaisia nähtävyyksiä ja muita aktiviteetteja ei ole tehty esteettömiksi, ei tasavertaista mahdollisuutta niihin osallistumiseen ja pääsyyn tapahdu.

5 Tutkimusprosessi

Tutkimusta varten tehtiin kysely, jonka avulla pyrittiin kartoittamaan kumppanuusverkoston esteettömyyttä ja saamaan vastauksia esteettömyyteen liittyviin haasteisiin. Kysely on erittäin toimiva keino kerätä aineistoa, kun tutkittavia löytyy paljon ja he ovat hajaantuneet. Kyselyissä kysymykset ovat aina vakiomuodossa, mikä tarkoittaa sitä, että vastaajat vastaavat samoihin kysymyksiin edeten samassa järjestyksessä. Vastaaja on myöskin itse vastuussa kysymyksen lukemisesta ja siihen vastaamisesta. Se toimii hyvin esimerkiksi henkilökohtaisten asioiden kuten terveyden tai kulutuksen tutkimiseen. (Vilka 2007, 28)

Kysely on mahdollista toteuttaa esimerkiksi postitse, mutta tässä opinnäytetyössä se tehtiin internetissä sähköpostitse lähetettävän linkin kautta. Tämä valikoitui sen perusteella, että kyseinen tapa on nopea sekä yksinkertainen. Kyselyssä yksi tärkeimmistä asioista, joka on otettava huomioon, on sen ajoitus, sillä se voi vaikuttaa muun muassa vastaajamäärään tai jopa itse vastauksiin. (Vilka 2007, 28) Internet-kyselyllä on kuitenkin omat hyötynsä, sillä sen avulla voidaan muun muassa saada vastauksia nopeasti, eikä haastattelijoille ole lainkaan tarvetta. Sen huonoja puolia on kuitenkin esimerkiksi se, että pitkän kysely aiheuttaa katoa kysymysten lisääntyessä, ja avoimiin kysymyksiin jätetään usein vastaamatta, tai niillä ei saavuteta tarkkoja vastauksia. (Heikkilä 2014, 18.)

Ennen kyselyä suoritettiin pienimuotoinen alkukartoitus esteettömyyden nykytilanteen selvitystä varten. Apuna käytettiin havainnointia ja net scouting menetelmää. Net scoutingin avulla voidaan etsiä internetistä jo olemassa olevaa tietoa; niin ajankohtaista kuin vanhempaakin tietoa. Sen avulla voidaan tunnistaa eri ratkaisuja ja työkaluja erilaisia ympäristöjä ja markkinoita varten. Net scoutingia voidaan käyttää esimerkiksi tilastojen tutkimiseen, uusien markkinoiden tunnistamiseen sekä jo toisilla osa-alueilla olemassa olevien ratkaisujen tarkasteluun. (Moritz 2005, 194.)

5.1 Esteettömyyden tilanne alkukartoituksessa

Alkukartoitus on tehty apuna käyttäen Visit Tampereen verkkosivuja, sekä jo aiemmin mainittuja Euroopan komission kehittämää Pantou-verkkosivustoa ja Visit Finlandin verkkosivujen My Stay-palvelua. Visit Tampereen verkkosivuilta löytyvästä

kumppanuusverkoston kohdelistauksesta on mahdollista tarkastella kaikkia kumppanuusverkostoon kuuluvia yrityksiä, jota käytettiin hyväksi myös tässä alkukartoituksessa.

Tällä hetkellä Pantou-sivustolta löytyy neljä kumppanuusverkoston yritystä. Kyseessä olevat yritykset ovat Matrocks Oy, Scandic Rosendahl, Scandic Tampere Station ja Scandic Tampere City. Vain pieni osa kumppanuusverkostosta on siis rekisteröineet palvelunsa kyseisille verkkosivuille. My Stay-palvelussa määrä on hieman suurempi, mutta ei sisällä kaikkia samoja yrityksiä. Palvelusta löytyneet yritykset, jotka täyttävät esteettömyyden kriteerit ovat Tullikamari, Sara Hildénin taidemuseo, Hiking Travel HIT Ky, Scandic Tampere Station, Scandic Tampere City, Lillan Hotel Café Butik, Särkänniemi, sekä Särkänniemen Koiramäki, Näsinneulan näkötorni ja Ravintola Näsinneula. My Stay-palvelusta löytyy kattavampi tarjonta esteettömiä kumppanuusverkoston yrityksiä.

Kumppanuusverkostosta löytyy yksi esteettömyyteen erikoistunut yritys, Matrocks Oy. Se keskittyy esteettömien ja yksilöllisten matkapalveluiden, ohjelmapalveluiden ja tilausajojen tarjoamiseen. Kyseinen yritys osallistuu myös muun muassa erilaisten esteettömyyteen ja saavutettavuuteen liittyvien koulutuksien järjestämiseen. Heidän arvojaan ovat esimerkiksi asiakaslähtöisyys, turvallisuus ja läpinäkyvyys, jotka ovat tärkeitä esteettömyyden toteutumiseksi. Matrocks on saanut tunnustusta toiminnastaan, sillä vuonna 2019 yritys voitti Esteetön Suomi- palkinnon. (Matrocks)

Myös G Livelab on tullut palkituksi esteettömyydestään, sillä vuonna 2019 yritys sai Tampereen kaupungin vammaisneuvoston esteettömyyspalkinnon. Palkinto jaetaan yritykselle, joka edistää kaikkien ihmisten yhdenvertaista mahdollisuutta osallistumiseen. G Livelab on Frenckellin pannuhuoneeseen vuonna 2019 avattu keikkapaikka ja klubi, jossa myös esimerkiksi liikunta-, kuulo- ja näkörajoitteiset henkilöt pääsevät nauttimaan kansainvälisistä sekä kotimaisista keikoista. G Livelabin tilat ovat suurelta osin esteettömät niin asiakkaalle, kuin myös esiintyjälle. (G Livelab)

5.2 Kyselyn suunnittelu

Visit Tampereen toiveena oli kartoittaa ja selvittää heidän kumppanuusverkostonsa esteettömyystilannetta, mikä päätettiin selvittää kyselyn avulla. Kyselyn suunnitteleminen aloitettiin pyörittelemällä mahdollisia ideoita päässä ja tutkimalla esteettömyyden kriteereitä. Seuraavaksi oli tarpeen lukea aiheesta lisää ja ottaa selville millaisia standardeja esteettömyyteen ja saavutettavuuteen yleisesti ottaen liittyy. Kumppanuusverkostosta koostuu monista erilaisista yrityksistä, joten kysymysten miettiminen ja muotoileminen oli tarkkaa, sillä niistä täytyi saada kaikille yrityksille sopivat. Kysymykset eivät siis saaneet olla liian tarkkoja, jotta ne eivät rajaisi aihetta liikaa suhteessa yritysten toimintaan.

Toimeksiantajan kumppanuusverkoston yritysten esteettömyyden tasosta ei ollut tarpeeksi tietoa, jolloin ei myöskään ole varmuutta siitä, kuinka paljon yritykset ylipäättään tietävät esteettömyydestä ja saavutettavuudesta. Näin ollen kyselyn alkuun kirjoitettiin hieman aiheesta, jotta vastaajalle olisi selvää, mitä esteettömyys ja saavutettavuus käytännössä tarkoittavat.

Kyselyn kysymykset syntyivät sekä toimeksiantajan tarpeen, että aiheesta luetun teorian pohjalta. Kyselylomake ja sen kysymykset hyväksytettiin toimeksiantajalla. Kysely sisälsi sekä kysymyksiä liittyen esteettömyyteen, että saavutettavuuteen. Kyselyn alussa oli kysymys liittyen yritykseen ja sen toimialaan, sillä tietyillä toimialoilla voi luonnostaan olla jonkinlaisia ongelmia esteettömyyden kanssa. Kysymyksessä valittavat vaihtoehdot ovat peräisin Visit Tampereen aiemmista kyselyistä, jotta vastausvaihtoehdot ovat mahdollisimman selkeät vastaajille.

Seuraavat kysymykset koskivat yrityksen omaa arviota siitä, kuinka suuri osa heidän asiakkaistaan todellisuudessa tarvitsevat esteettömiä ratkaisuja. Yrityksen luonne voi ymmärrettävästi vaikuttaa asiakasryhmään, mutta kaikilla aloilla on syytä pyrkiä esteettömyyteen, sillä lähes kaikki meistä tarvitsevat jossain vaiheessa elämäänsä esteettömiä ratkaisuja. Näin ollen jokainen yritys tulee törmäämään esteettömiä ratkaisuja tarvitseviin asiakkaisiin jossain vaiheessa. Lisäksi haluttiin selvittää, kokevatko yritykset itse esteettömyyden toteutumisen tärkeäksi yrityksen toiminnalle.

Esteettömyyden tärkeys yleisesti on tullut jo esille opinnäytetyössä, joten kyselyllä haluttiin selvittää, kokevatko yritykset heidän palvelunsa esteettömiksi. Tämän tiedon avulla saadaan yleinen katsaus siihen, kuinka esteettömiä palvelut ovat tällä hetkellä. Koska esteettömyyttä on monenlaista, oli myös tärkeää selvittää, että millaisille henkilöille palvelu sitten sopii hieman tarkemmalla skaalalla. Kysymys jaettiin kolmeen osaan, joista jokainen on erittäin yleinen rajoite, ja vaatii esteettömiä ratkaisuja.

Esteettömyyden tilannetta avattiin avoimella kysymyksellä, jonka avulla selvitettiin millä toimenpiteillä esteettömyys on otettu huomioon yrityksen toiminnassa. Toiveena oli, että yritykset jakaisivat tapoja, joita heidän yrityksessään käytetään esteettömyyden edistämiseksi. Lisäksi kysyttiin asiakkaiden käytettävissä olevien tilojen esteettömyydestä, sillä niiden tulisi olla rakennettu ja kalustettu kaikille sopiviksi.

Kyselyssä haluttiin ottaa huomioon myös saavutettavuus. Ensimmäinen saavutettavuuteen liittyvä kysymys liittyi vastaajan verkkosivuihin ja siihen kuinka saavutettavat ne ovat. Kysymyksestä löytyi myös mahdollisuus valita vastausvaihtoehto ”Yrityksellä ei ole nettisivua”. Liittyen samaan aiheeseen seuraava kysymys keskittyi siihen, onko tieto esteettömyydestä saatavilla kyseisillä verkkosivuilla, sillä esteettömyydestä viestiminen on tärkeää sitä tarvitsevien asiakkaiden kannalta.

Esteettömyyden toteuttamiseen saattaa liittyä erilaisia haasteita, joten kyselyllä haluttiin myös selvittää, kohtaavatko yritykset ongelmia esteettömyyteen liittyen. Kysymys sai jatkoa avoimella kysymyksellä, jossa yritykset saivat kertoa tarkemmin haasteista, joita esteettömyys tuo mukanaan. Näillä kysymyksillä yritettiin löytää ongelmia, joihin mahdollisesti voitaisiin löytää ratkaisua.

Kyselyn loppuun sijoitettiin koko aiheen tiivistävät kysymykset, joiden avulla haluttiin tietää, kokevatko yritykset jo tekevänsä kaikkensa esteettömyyden edistämiseksi, vai olisiko heillä vielä parannettavaa asian suhteen. He myös saivat vastata avoimeen kysymykseen, jossa heidän oli mahdollista kertoa konkreettisia tapoja, joilla yrityksen toiminnassa voitaisiin ottaa paremmin huomioon esteettömyys.

Viimeisenä kyselyn kysymyksenä esitettiin kysymys, jolla selvitettiin kokevatko yritykset tarvetta esteettömyyteen liittyvälle koulutukselle. Aiheeseen liittyvästä koulutuksesta ei ole luultavasti koskaan harmia, ja se olisi varmasti hyödyllinen kaikille yrityksille, huolimatta siitä kuinka hyvin he jo ottavat esteettömyyden huomioon toiminnassaan.

5.3 Kyselyn toteutus

Kyselytutkimus suoritettiin verkossa, sillä verkkokyselyn avulla oli helpompaa saavuttaa kaikki kumppanuusverkoston yritykset kerralla. Kysely suoritettiin ZEF-sivustolla, jossa kyselyn luominen on tehty yksinkertaiseksi ja helpoksi. Kysely pyrittiin pitämään napakkana, ja loppujen lopuksi kyselyyn tuli neljätoista kysymystä. Kysely sisälsi sekä strukturoituja kysymyksiä, sekamuotoisia kysymyksiä, että avoimia kysymyksiä, joissa vastaajat saivat tarkentaa vastauksiaan. Kysymykset muotoiltiin niin, että ne olivat mahdollisimman selkeitä ja helposti ymmärrettäviä vastaajille. Kyselyssä asteikkoina toimi ei lainkaan - hieman - jokseenkin - erittäin paljon. Vastausvaihtoehtoihin lisättiin myös vaihtoehto ”muu, mikä?”, jotta jokaiselle löytyisi varmasti sopiva vaihtoehto. Kaikissa monivalintakysymyksissä vastausvaihtoehtoista oli mahdollista valita vain yksi.

Kumppanuusverkostolistalta päädyttiin karsimaan yrityksiä, joille kyselyä ei lähetettäisi, sillä se ei olisi niille olennainen. Listasta poistettiin muun muassa alueellisia toimijoita, sekä kehitysyhtiöitä. Kumppanuusverkostoon kuuluvista yrityksistä kysely lähetettiin 113 yritykselle. Kyseessä oli yrityksiä seuraavista päätoimialoista: matkailunähtävyys, kulttuuritoimija (museo, teatteri tai muu vastaava), kokoustila, ohjelmapalveluyritys, jokin muu, tapahtumapalvelu, luonto- tai aktiviteettipalveluyritys; ravintola, catering-yritys tai muu vastaava, sekä hotelli, hotelliketju tai muu majoituspalveluyritys.

Kysely lähetettiin yrityksille sähköpostitse, ja sähköpostiin kirjoitettiin saatekirje, josta muun muassa ilmeni kyselyn tekijä, mikä kyselyn tarkoitus on ja lyhyt kuvaus aiheesta. Ensimmäisen sähköpostin myötä vain 25 yritystä vastasi kyselyyn. Vastausmäärä ei ollut tarvittavan suuri,

joten viikon kuluttua ensimmäisestä sähköpostista lähetettiin yrityksille muistutus kyselystä, jonka avulla kyselyn vastaajamäärän toivottiin kasvavan. Muistutuksen avulla vastausmäärä saatiin nousemaan hieman, ja loppujen lopuksi kyselyyn vastasi 41 yritystä.

6 Tutkimustulokset

Kyselyyn vastasi kaikkiaan 41 kumppanuusverkoston yritystä. Suurin osa, eli 32,4% oli toimialtaan ravintola, catering-yritys tai muu vastaava. Vastaajista 27% kuului kulttuuritoimijoihin, eli kyseessä oli museo, teatteri tai muu vastaava yritys. 16,2% vastanneista yrityksistä ovat hotelleja, hotelliketjuja tai muita majoituspalveluja. 10,8% vastaajista kuului johonkin muuhun toimialaan. Sekä luonto- tai aktiviteettipalveluyrityksien että tapahtumapalveluiden toimialaan kuului 5,4% vastaajista. 2,7% vastanneista oli ohjelmapalveluyrityksiä.

Kyselyn mukaan noin 86,5 prosenttia vastanneista yrityksistä oli sitä mieltä, että heidän palveluissaan vain pieni määrä asiakkaista tarvitsee esteettömiä ratkaisuja. 10,8% oli sitä mieltä, että esteettömyyttä tarvitsee merkittävä määrä. Viimeiset 2,7% olivat sitä mieltä, että heidän asiakkaistaan erittäin suurelle osalle esteettömät ratkaisut ovat tarpeellisia. Eniten esteettömiä palveluja kyselyn mukaan tarvittiin museoissa, sekä huvipuistossa ja tapahtumien parissa. Näin ollen kukaan vastaajista ei ollut sitä mieltä, ettei kukaan yrityksen asiakkaista tarvitsisi esteettömiä ratkaisuja.

Kyselyn seuraava kysymys koski esteettömyyden toteutumisen tärkeyttä yrityksen toiminnassa. Vaikka suuri osa yrityksistä oli sitä mieltä, että vain pieni osa heidän asiakkaistaan tarvitsee esteettömiä palveluja, he ovat kuitenkin ymmärtäneet esteettömyyden yleisen tärkeyden palveluissa. 44,7% vastasi, että sen toteutuminen on heidän yritykselleen erittäin tärkeää. 39,5% vastaajista taas koki sen olevan jokseenkin tärkeää. 15,8% oli sitä mieltä, että esteettömyyden toteutuminen ei ole kuin hieman tärkeää heidän yritykselleen. Yksikään yrityksistä ei kuitenkaan ollut sitä mieltä, että sen toteutumisella ei olisi minkäänlaista merkitystä heidän toiminnassaan. Tärkeimmäksi esteettömyyden toteutuminen oli kyselyn mukaan kulttuuritoimijoille kuten museoille, sekä tapahtumapalveluille ja ravintola- ja catering-yrityksille.

Kun tiedossa on kokevatko yritykset esteettömyyden toteutumisen tärkeäksi, haluttiin tietää, kuinka esteettömiä heidän palvelunsa sitten ovat, ja kenelle ne sopivat. 44,7% kyselyn vastaajista oli sitä mieltä, että heidän palvelunsa ovat esteettömille asiakkaille erittäin sopivia. Tähän kategoriaan kuuluivat muun muassa suurin osa kyselyyn vastanneista ravintoloista ja museoista. 31,6% taas koki sopivuuden olevan hieman alhaisempi, mutta kuitenkin jokseenkin soveltuva. 13,2% oli sitä mieltä, että toiminta esteettömille henkilöille

on vain hieman sopivaa. Vastausvaihtoehto ”ei lainkaan” saavutti näin ollen 10,5%. Esimerkiksi hotellien välillä oli suuria eroja, sillä osa vastanneista hotelleista oli sitä mieltä, että heidän palvelunsa sopii esteettömille asiakkaille erittäin hyvin, kun taas toisen hotellin palvelu ei sovi heille lainkaan. On kuitenkin lähes itsestään selvää, että luonnossa esteettömyyden toteuttaminen voi olla hieman hankalampaa, joka selittää sen, että luontopalveluyrityksien sopivuus esteettömille asiakkaille on luonnostaan matalampi.

Kyselyn seuraava kysymys jakautui kolmeen osaan; kuinka sopivaa palvelu on liikkumisrajoitteisille, näkörajoitteisille ja kuulorajoitteisille? Vastaukset liikkumis- ja kuulorajoitteisten sopivuuteen mukailivat toisiaan melko hyvin. Palvelujen koettiin sopivan heille erittäin hyvin, 39,5% kumppanuusverkoston yrityksen mukaan. Vastanneet yritykset kokivat ylipäättään, että palvelut sopivat eteenkin kuulorajoitteisille. Kolmesta kysymyksestä vain liikuntarajoitteisuus 7,9% vastaajan mukaan ei olisi sopivaa heidän palvelunsa toiminnassa. Näkörajoitteisille erittäin sopivia palveluja olivat muun muassa useat ravintolat, sekä eräs tapahtumapalvelu ja hotelli. Kuulorajoitteisille sopivimpia palveluja kyselyn mukaan olivat esimerkiksi suuri osa hotelleista, sekä jotkin ravintolat ja kulttuuritoimijat kuten museot. Liikkumisrajoitteisille henkilöille erittäin sopivia palveluja olivat muun muassa moni museo ja ravintola. Ainoastaan kysymys liikkumisrajoitteisille henkilöille soveltuvista palveluista sai osakseen ”Ei lainkaan sopivaa”-vastauksia. Kyseiset kohteet ja palvelut sijaittivat tiloissa tai ympäristöissä, joissa liikkuminen voi ymmärretysti olla vaikeaa.

Seuraavalla kysymyksellä selvitettiin millä toimenpiteillä esteettömyys on otettu huomioon yrityksen toiminnassa. Vastauksista löytyi laaja kirjo eri toimenpiteitä. Suuri osa palveluista tarjoaa yleisimmät esteettömyyden toteutumiseen sopivat toimenpiteet, kuten invalidi WC:n, opasteet, luiskat ja esteettömän sisäänkäynnin. Vastaajien mukaan jotkin palvelut ovat saavutettavampia, sillä ne ovat katutasolla vain yhdessä kerroksessa, mutta useammassa kerroksessa toimivat palvelut tarjoavat lähes poikkeuksetta hissien. Eräs tärkeä asia, joka löytyi useammassa vastauksessa, oli henkilökunnan koulutus ja ymmärtäväisyys. Osassa yrityksistä esteettömyys otetaan selvästi paremmin huomioon useilla konkreettisilla tavoilla. Vastauksista selviää, että tietyn tyyppisille yrityksille esteettömyyden toteuttaminen on käytännössä helpompaa, sillä heidän toimintaympäristönsä sallii sen. Esteettömyyttä huomioidessa jotkin yritykset ovat siis ottaneet huomioon esteettömyyden jo rakennusvaiheessa, valitsemalla oikeanlaisia materiaaleja ja tiloja. Taulukossa 1 on poimittuna muutamia erilaisia vastauksia.

Henkilökunnan ymmärtäväisyys ja auttamisen halu
Mukana Vammaiskortin tukijoukoissa
Kokonaisuudessaan liikkumisesteetön
Eri tapahtumissa erityisryhmät voidaan ottaa hyvin erilaisesti huomioon
Vapaat kulkutilat, kaiteet, apuvälineet tarvittaessa, lattiamateriaalit ja automaattiset ovenavaajat
Palvelu mahdollista personalisoida aina yksilön mukaan
Koulutus erityisryhmien vetämiseen
Kuvailutulkkaus ja selkokielineen opastus saatavilla
Vieraiden käyttöön pyörätuoleja, lastenrattaita, taittuoleja ja muita apuvälineitä

Taulukko 1: Toimenpiteet, joilla vastaajat ottavat esteettömyyden huomioon

Asiakkaiden käytettävissä olevien tilojen esteettömyys on myös tärkeää yrityksen toiminnalle. Jopa 28,6% mukaan heidän yrityksensä asiakastiloissa on otettu esteettömyys huomioon erittäin hyvin. 37,1% on vastannut kysymykseen, että esteettömyys on otettu kyseisissä tiloissa huomioon ”jokseenkin hyvin”. 20% on sitä mieltä, että se on otettu huomioon vain hieman. Jäljellä olevissa vastauksissa 8,6% ei ole lainkaan tiloja, joita asiakkaat voivat käyttää, ja 5,7% vastasi, että heidän tilansa eivät ole lainkaan esteettömille henkilöille sopivia.

Koska saavutettavuus on osa esteettömyyttä, on kyselyssä myös pari kysymystä siihen liittyen. Ensimmäinen kysymys on ”Kuinka saavutettava yrityksenne nettisivu on?” Kaikilla vastanneilla yrityksillä on verkkosivu, ja noin kolmasosa verkkosivuista ovat erittäin hyvin saavutettavia. 44% taas on hyvin saavutettavia. Viidesosa vastauksista on ”hieman saavutettava”.

Kysely eteni verkkosivuihin liittyvällä kysymyksellä, eli kuinka hyvin tieto yrityksen esteettömyydestä sitten löytyy heidän verkkosivuiltaan. Viidesosa verkkosivuista tarjoaa tietoa yrityksen esteettömyydestä erittäin hyvin. Lähes 30% yrityksistä vastasi, että tieto on jokseenkin saatavilla nettisivuilla. Loput 50% jakautuivat melko tasaisesti vastausvaihtoehtoihin ”hieman saatavilla” ja ”ei lainkaan saatavilla”, joista jälkimmäinen saavutti hieman enemmän vastaajia.

Jotta esteettömyyttä voidaan parantaa, on oleellista tietää, kokeeko vastanneet yritykset kohtaavansa ongelmia esteettömyyden toteutumiseen liittyen. 58,3% vastasi ei, ja 41,7%

vastasi kyllä. Asioita, joita yritykset kokevat toiminnassaan ongelmallisiksi ovat usein rakennuksen rakenteisiin liittyviä ongelmia, joita ovat esimerkiksi rappuset, monikerroksiset tilat ja raskaat ovet, jotka eivät ole tarvittavan leveitä. Myös pihapiiriin liittyvät asiat, kuten epätasainen piha tai useammat rakennukset tuovat omat haasteensa esteettömyyteen. Yleisesti ottaen ongelmiksi mainitaan muun muassa siihen liittyvät kustannukset ja resurssit.

86,1% kyselyyn vastanneista yrityksistä oli sitä mieltä, että esteettömyys voitaisiin ottaa paremmin huomioon heidän toiminnassaan/palvelussaan. 13,9% taas ei näe tätä todennäköiseksi. Kysyessä tavoista, miten he voisivat ottaa esteettömyyden paremmin huomioon, vastauksista löytyi niin konkreettisia tapoja, kuin myös enemmän ajatuksen tasolla olevia tapoja. Parasta olisi varmaan aloittaa selvittämällä esteettömyyden tarpeet, mikäli ne eivät ole vielä selviä, kuten yksi vastaajista kertoi. Useammassa vastauksessa myös näkyi lisäinformaation tarve, ja esteettömyydestä ilmoittaminen myös yrityksen verkkosivuilla. Eräs vastaaja kiteytti tämän hyvin vastaukseensa ”Esteettömiä tiloja tulisi korostaa enemmän päivittäisessä arjessa. Esteettömyyden olemassaoloon ollaan niin tottuneita, ettei sitä huomaa kertoa ylimääräisenä bonuksena.”

Kun kysyttiin, että hyötyisikö yritys esteettömyyteen liittyvästä koulutuksesta 44,1% yrityksistä kokee, että heillä olisi kiinnostusta ja tarvetta koulutukselle. Jakauma oli yllättävän tasainen, sillä 55,9% ei koe koulutukselle tarvetta. Esimerkiksi useammat majoituspalvelut ja kulttuuritoimijat, sekä tapahtumapalvelut kokivat hyötyvänsä koulutuksesta. Osa näistä palveluista ottaa jo esteettömyyden erittäin hyvin huomioon toiminnassaan, mutta tunnistaa ainaisen tarpeen lisätiedolle esteettömyyteen liittyen. Esteettömyydestä informoiminen voi olla erittäinkin ratkaisevaa tiettyjen asiakasryhmien saavuttamiseen.

7 Johtopäätökset ja pohdinta

Esteettömyys on selkeästi asia, joka on jo niin arkipäiväinen, etteivät useat yritykset edes tiedosta kuinka tärkeää sen toteuttaminen ja etenkin siitä tiedottaminen on. Todella suuri osa väestöstä on jollain tapaa rajoitteinen tai vammainen - määrä on vielä suurempi, kun otetaan huomioon henkilöt, jotka tarvitsevat esteettömiä palveluja vain väliaikaisesti. Tästä syystä esteettömät ratkaisut ovat, ja tulevat aina olemaan tärkeä osa arkeamme.

Kyselyn avulla selvisi, että vastanneiden yritysten esteettömyyden taso vaihtelee erittäin paljon. Syynä tähän voi olla esimerkiksi joko esteettömyyden tärkeys yritykselle, tai yrityksen hankala sijainti ja ympäristö, joka vaikuttaa esteettömyyteen ja sen toteuttamiseen negatiivisesti. 86,1% kyselyyn vastaajista myöntää, että esteettömyyttä voitaisiin kuitenkin huomioida enemmän heidän yrityksessään. Suurin osa vastaajista myös kertoo, että esteettömyyden toteutuminen on yritykselle ja sen toiminnalle erittäin tärkeää.

Esteettömyyden huomioon ottamisesta ja siitä viestimisestä hyötyy päämäärin palveluiden käyttäjä, mutta siitä on myös hyötyä yritykselle. Kyseisiin hyötyihin kuuluu muun muassa potentiaalisen kysynnän kasvu - WHO:n mukaan maailmasta löytyy tällä hetkellä yli miljardi pysyvästi vammaista henkilöä, jotka tarvitsevat esteettömiä palveluja. Euroopan komission mukaan 70% vammaisista on sekä fyysiset että taloudelliset resurssit matkustamiseen. Keskimäärin joka toinen näistä asiakkaista matkustaa seuralaisen kanssa, joka laajentaa asiakassegmenttiä.

Esteettömyys myös muuttaa yrityksen mainetta parempaan ja jokaisen yrityksen tulisi näin ollen pyrkiä esteettömyyteen. (Euroopan Komissio) Tampere on yksi Suomen suosituimmista matkailukohteista - niin kotimaisten kuin ulkomaalaisten matkailijoiden kesken. Vuonna 2019 kotimaisten yöpymisten määrä Tampereella oli yksi miljoona (joka tarkoitti noin 7,3 % nousua edelliseen vuoteen) ja ulkomaalaisten yöpymisten määrä 178 000 (noin -15,4 % edelliseen vuoteen), eli yhteensä tämä tarkoittaa noin 1,2 miljoonaa (+3,2 %) yötä. (Visitory) Matkustajien määriin vaikuttaa muun muassa Tampereella järjestettävät tapahtumat tai kongressit, jotka vetävät puoleensa myös paljon kansainvälisiä vieraita. Muokkaamalla nämä palvelut esteettömiksi, voi asiakaskunta kasvaa entisestään.

Osa vastanneista yrityksistä edistää esteettömyyttä konkreettisin keinoin, ja on perillä myös ajankohtaisesta esteettömyyden tilanteesta. Joillain yrityksillä esteettömyys taas on enemmän ajatuksen tasolla, mutta usea yritys olisi halukas tekemään enemmän esteettömien palvelujen saavuttamiseksi. Ymmärrettävästi esimerkiksi talon rakenteita on vaikea lähteä muuttamaan sen rakennuksen jälkeen, mutta esteettömyyttä voi parantaa myös yksinkertaisemmilla asioilla, kuten oikeanlaisilla välineillä, ergonomialla ja henkilökunnan koulutuksella. Vaikka alle puolet vastaajista kokivat tarvetta esteettömyyteen liittyvälle

koulutukselle, on sen järjestäminen ehdottomasti kannattavaa, sillä kaikkien kuuluisi poikkeuksetta tehdä parhaansa esteettömän ympäristön saavutettavaksi.

Yleisesti ottaen kumppanuusverkoston yritysten kannattaisi ehdottomasti viestiä esteettömyydestä ja mainostaa sitä enemmän, sillä kyselyn myötä ilmeni, että usea yritys ei tuo asiaa lainkaan esille. Kaikilla vastanneilla yrityksillä on kyselyn mukaan verkkosivut, mutta noin puolet vastaajista ilmoittivat, että tietoa esteettömyydestä ei ole verkkosivuilla lainkaan, tai se on erittäin vähäistä. Kyselystä kuitenkin myös selvisi, että esteettömyydestä ei toisinaan huomata edes erikseen mainita, sillä siihen ollaan niin tottuneita. Toisinaan ympäristöt ovat esteettömiä, mutta kun esteettömyydelle ei ole itsellä erityistä tarvetta, ei sitä edes itse huomaa. Hyvä tapa aloittaa esteettömistä palveluista viestiminen on esimerkiksi rekisteröityminen Pantou- ja My Stay-palveluun, joiden kautta on mahdollisuus saavuttaa myös esimerkiksi kansainväliset esteettömyyttä kaipaavat asiakkaat. Ilman näitä verkkosivustoja useat palvelut ja mahdolliset asiakkaat eivät välttämättä tavoita toisiaan.

Yksi tapa kehittää oman yrityksen esteettömyyttä on benchmarking. Benchmarkingin ideana on tarkkailla ja havainnoida toisia oman palvelun kaltaisia palveluja, jonka kautta esimerkiksi kyselyssä mukana olevat yritykset voisivat löytää uusia hyviä tapoja ja menetelmiä esteettömyyden edistämiseen. Tavoitteena on siis tunnistaa mahdollisuuksia ja tapoja, joita voidaan sitten soveltaa omaan palveluun, jonka kautta palvelu paranee. Käytännössä benchmarking on siis vertailun kautta tapahtuvaa kehittämistä. (Shopify) Tämän menetelmän avulla useat yritykset saattavat huomata, että heiltä löytyykin tarvittavat resurssit esteettömyyteen, mutta he eivät vain ole osanneet ottaa niitä käyttöön.

Myös esteettömyyskartoitus on hyödyllinen työkalu esteettömyyden kehittämiseen. Sen päämääränä on tarkastella palvelun ja rakennuksen esteettömyyttä. Kartoitus voi ulottua myös saavutettavuuteen, mikäli myös verkkopalvelujen tilanne on kartoituksen tarpeessa. Esteettömyyskartoituksessa otetaan huomioon kaikki osa-alueet, jotka esteettömyyteen liitetään. Näitä ovat kuulemisen, liikkumisen, näkemisen ja kuulemisen esteettömyys. Yleistä kartoituksessa on myös rakennuksen tavoitteet esteettömyyteen liittyen. Kartoituksen kautta saatua tietoa voidaan käyttää esteettömyyden parantamiseen myös muutos- ja korjaustöissä. Kartoitus on mahdollista tehdä, vaikka rakennustöitä ei olisi suunnitteillakaan. (Kilpelä 2019, 17) Tällöin, kuten Visit Tampereen tilanteessa, halutaan vain selvittää ajankohtaista tilannetta, jonka avulla voidaan tuoda esiin mahdollisia ongelmia ja sen kautta uusia ratkaisuja.

Yleisesti ottaen tarpeen olisi siis esteettömyydestä viestiminen. Visit Tampere voisi kehittää tavan esteettömyydestä viestimiseen kumppanuusverkostonsa sekä asiakkaidensa kanssa. Sen pohjalle voisi esimerkiksi kehittää jonkinlaisen koodiston, josta selviäisi kuinka hyvin eri palvelut sopisivat eri rajoituksen omaaville henkilöille. Tällä tavoin asiakkaan olisi helppo

selvittää itse, onko palvelu hänelle sopiva, eikä olisi tarpeen ottaa yhteyttä yritykseen ja kysyä asiaa. Se voisi esimerkiksi toimia samaan tyyliin kuin My Stay-palvelu, jossa on mahdollista rajata hakua valitsemalla hakuvaihtoehdoksi ”Esteetön”. Esteettömyys on iso osa monien ihmisten elämää, mutta niin on matkailukin. Tästä syystä matkailusta tulisi pyrkiä tekemään mahdollista kaikille, riippumatta henkilöstä tai hänen rajoitteistaan.

Lähteet

Painetut

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. Edita.

Jutila, S. & Harju-Myllyaho, A. 2017. Esteettömyys matkailussa. Matkailututkimuksen avainkäsitteet. Lapland university press.

Kilpelä, N. 2019. Esteetön rakennus ja ympäristö. Meedia Zone Oü.

Moritz, S. 2005. Service design: practical access to an evolving field. Köln: Köln international school of design.

Selovuuo, K. 2019. Saavutettavuusopas. Euraprint.

Suomen Standardisoimisliitto SFS Ry. 2010. Esteettömyys. Osa 1: Johdanto ja periaatteet tuotteiden, palveluiden ja ympäristöjen suunnitteluun. SFS RY.

Tanskanen, I. & Suominen-Romberg, T. 2009. Esteettömästi saavutettavissa. Tampereen yliopistopaino Oy.

Veijola, S. 2013. Matkailututkimuksen käsikirja. Bookwell.

Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa - Määrällisen tutkimuksen perusteet. Tammi.

Sähköiset

Business Finland. Esteettömyyskriteerit matkailussa. Viitattu 5.4.2021.

https://www.businessfinland.fi/4aaca2/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/esteettomyyskriteerit_01102018.pdf

Business Finland. Viitattu 4.8.2020. <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/esteettomyys/>

Business Tampere. Tietoa meistä. Viitattu 5.4.2021. <https://business tampere.com/fi/tietoa-meista/business-tampere/>

Business Tampere. Tampereen seudun matkailustrategia. Viitattu 12.3.2021.

<https://business tampere.com/fi/tampereen-kaupunkiseudun-matkailustrategia/>

European comission. Viitattu 21.7.2020.

https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/business-portal/accessibility_en.

Finlex. Viitattu 17.7.2020.

https://www.finlex.fi/fi/sopimukset/sopsteksti/2016/20160027/20160027_2#idp446870144.

Finlex. Viitattu 16.4.2021. <https://finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2018/20180181>

G Livelab. Info. Viitattu 15.4.2021. <https://www.glivelab.fi/tampere/info/>

Kuuloliitto. Kuulo ja kuulovammat. Viitattu 16.4.2021.

<https://www.kuuloliitto.fi/kuulo/kuulo-ja-kuulovammat/>

Matrock Oy. Viitattu 4.8.2020. Matrocks.fi. Tourism for all. Viitattu 18.7.2020.

<http://www.tourismforall.eu/>.

Näkövammaisten liitto. Näkövammaisuus. Viitattu 16.4.2021.

<https://www.nkl.fi/fi/nakovammaisuus>

Pantou. Viitattu 17.7.2020. <https://pantou.org/>.

Saavutettavuusdirektiivi. Viitattu 19.7.2020. <https://saavutettavuusdirektiivi.fi/>.

Shopify. What is Benchmarking? Viitattu 17.7.2020.

<https://www.shopify.com/encyclopedia/benchmarking>

Tahkokallio, P. 2009. Tulevaisuus on saavutettava. Yliopistopaino. <http://urn.fi/URN:NBN:fi-fe201205085478>

Valtiovarainministeriö. Viitattu 4.8.2020. <https://vm.fi/saavutettavuusdirektiivi>

Visitory. Viitattu 19.7.2020. <https://visitory.io/fi/tampere/2019-12/>.

Visit Tampere. Kumppanuusmalli. Viitattu 17.7.2020.

<https://visittampere.fi/ammattilaiset/kumppanuus/kumppanuusmalli/>

Visit Tampere. Esteettömyys. Viitattu 21.2.2021.

<https://visittampere.fi/ammattilaiset/tapahtumajarjestajille/tapahtumajarjestajan-opas/esteettomyys/>

UNWTO. 2016. UNWTO Recommendations on Accessible Information in Tourism. Viitattu

16.4.2021. [https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/2019-](https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/2019-08/recommendationsaccesstourismforallenok.pdf)

[08/recommendationsaccesstourismforallenok.pdf](https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/2019-08/recommendationsaccesstourismforallenok.pdf)

UNWTO. Guidelines for Institutional Strengthening of Destination Management Organizations (DMOs). Viitattu 21.4.2021. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420841>

World Health Organization. Blindness and vision impairment. Viitattu 15.4.2021. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/blindness-and-visual-impairment>

World Health Organization. Deafness and hearing loss. Viitattu 15.4.2021. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/deafness-and-hearing-loss>

Kuviot

Kuvio 1: Yleiset kriteerit rakennusten esteettömydessä Valtioneuvoston asetusten mukaan 10

Taulukot

Taulukko 1: Toimenpiteet, joilla vastaajat ottavat esteettömyyden huomioon..... 21

Liitteet

Liite 1: Kyselylomake 31

Liite 1: Kyselylomake

VISIT TAMPERE

Esteettömyyskysely Visit Tampereen kumppanuusverkoston yrityksille

Invalidiiliiton mukaan esteettömyydessä on kyse siitä, että ympäristön suunnittelussa ja toteuttamisessa otetaan huomioon ihmisten moninaisuus. Esteettömyys on näin ollen yhdenvertaisuutta sekä osa kestävästä kehityksestä. Esteettömyydessä ei ole kyse pelkästään liikkumisen esteettömyydestä, vaan huomioon otetaan myös näkemiseen, kuulemiseen ja kommunikaatioon liittyvät asiat.

Esteettömyys ja saavutettavuus mielletään usein synonyymeiksi, mutta niillä on eronsa. Esteettömyydellä tarkoitetaan lähinnä fyysistä ympäristöä (esimerkiksi rakennukset ja liikennevälineet), kun taas saavutettavuudella viitataan muuhun kuin fyysiseen ympäristöön. Näin ollen myös digitaalisten ympäristöjen, kuten verkkosivujen, palveluiden ja viestinnän täytyy soveltua kaikille - olla saavutettava. (Invalidiiliitto)

ALOITA

1. Yrityksen nimi

SEURAAVA

0%

2. Mikä on yrityksen päätoimiala?

Matkailunähtävyys

Kulttuuritoimija (museo, teatteri tai muu vastaava)

Kokoustila

Tapahtumapalvelu

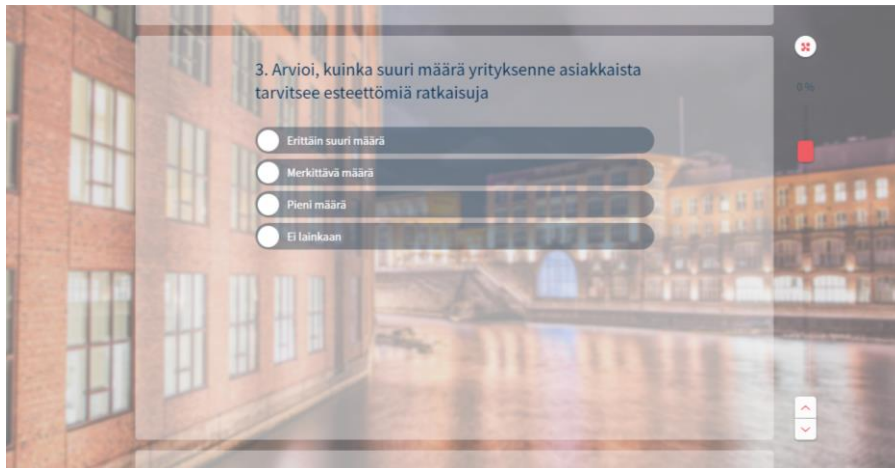
Luonto- tai aktiviteettipalveluyritys

Hotelli, hotelliketju tai muu majoituspalveluyritys

Ravintola, catering-yritys tai muu vastaava

Ohjelmapalveluyritys

0%



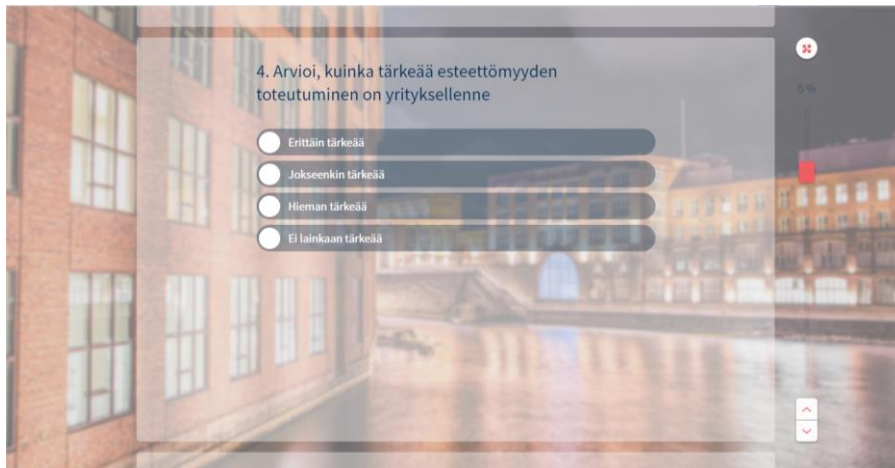
3. Arvioi, kuinka suuri määrä yrityksenne asiakkaita tarvitsee esteettömiä ratkaisuja

- Erittäin suuri määrä
- Merkittävä määrä
- Pieni määrä
- Ei lainkaan

0%

^

v



4. Arvioi, kuinka tärkeää esteettömyyden toteutuminen on yrityksellenne

- Erittäin tärkeää
- Jokseenkin tärkeää
- Hieman tärkeää
- Ei lainkaan tärkeää

0%

^

v



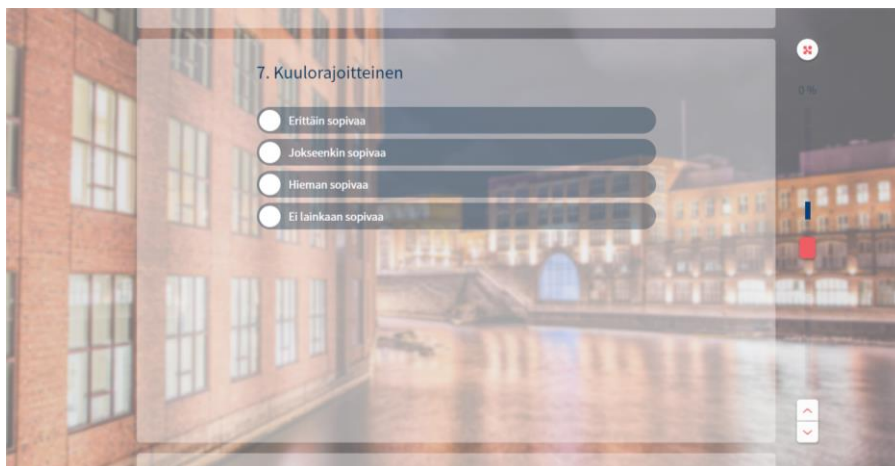
5. Arvioi, kuinka sopivaa toimintanne/palvelunne on kokonaisuudessaan liikkumis- tai toimimisesteiselle henkilölle

- Erittäin sopivaa
- Jokseenkin sopivaa
- Hieman sopivaa
- Ei lainkaan sopivaa

0%

^

v



8. Liikkumisrajoitteinen

- Erittäin sopivaa
- Jokseenkin sopivaa
- Hieman sopivaa
- Ei lainkaan sopivaa

0%

< >

9. Millä toimenpiteillä esteettömyys on otettu huomioon toiminnassanne/palvelussanne?

SEURAAVA

0%

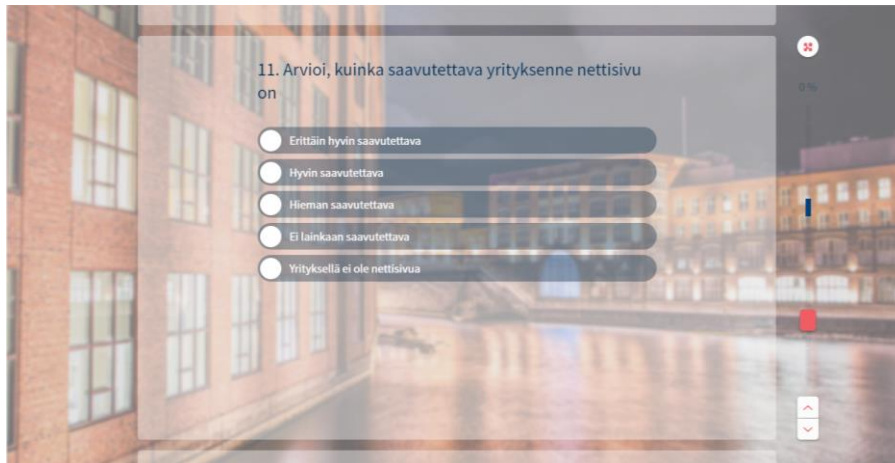
< >

10. Jos yrityksellänne on asiakkaiden käytettävissä olevia tiloja, arvioi kuinka hyvin niissä on huomioitu esteettömyys

- Erittäin hyvin huomioitu
- Jokseenkin huomioitu
- Hieman huomioitu
- Ei lainkaan huomioitu
- Yrityksellä ei ole asiakkaiden käytettävissä olevia tiloja

0%

< >



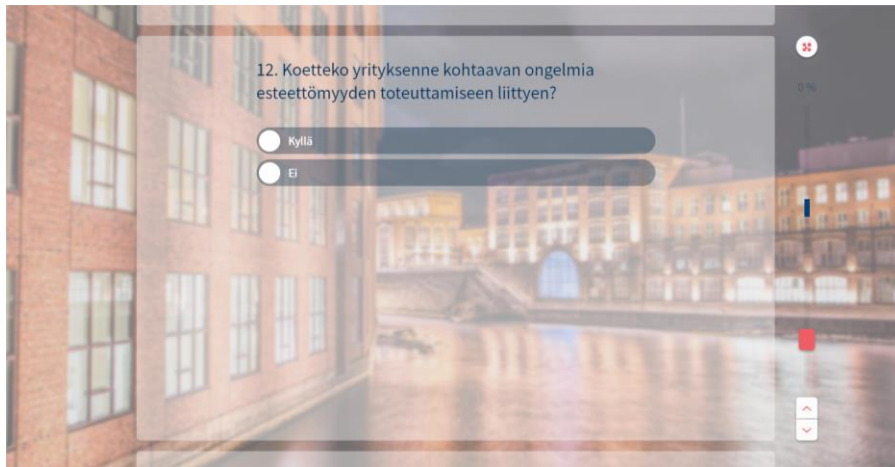
11. Arvioi, kuinka saavutettava yrityksenne nettisivu on

- Erittäin hyvin saavutettava
- Hyvin saavutettava
- Hieman saavutettava
- Ei lainkaan saavutettava
- Yrityksellä ei ole nettisivua

0%

↑

↓



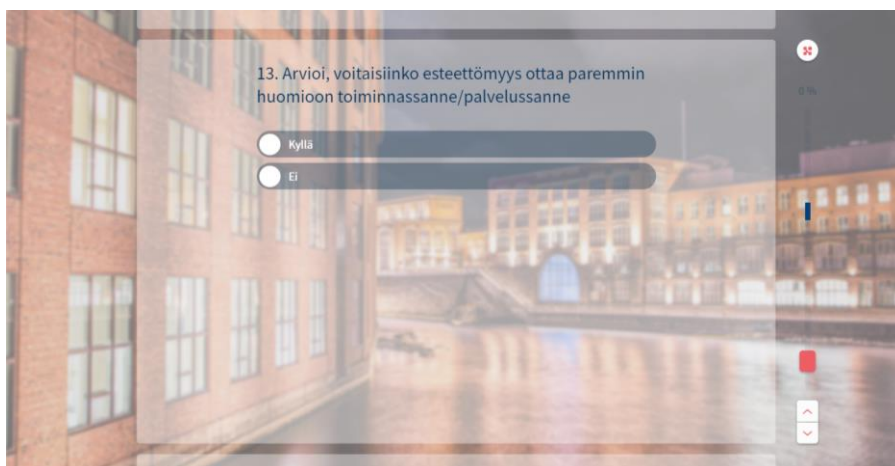
12. Koetteko yrityksenne kohtaavan ongelmia esteettömyyden toteuttamiseen liittyen?

- Kyllä
- Ei

0%

↑

↓



13. Arvioi, voitaisiinko esteettömyys ottaa paremmin huomioon toiminnassanne/palvelussanne

- Kyllä
- Ei

0%

↑

↓

14. Koetteko, että yrityksellenne olisi tarvetta/kiinnostusta esteettömyyteen liittyvälle koulutukselle?

Kyllä

Ei

VALMIS

0 %