



Suomalaisten vammaisten näkemyksiä kotimaan matkailussa

Kati Peritalo

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Amk-opinnäytetyö

2022

Matkailun liikkeenjohdon tutkinto

Tiivistelmä

Tekijä(t)

Kati Peritalo

Tutkinto

Restonomi

Raportin/Opinnäytetyön nimi

Suomalaisten vammaisten näkemyksiä kotimaan matkailussa

Sivu- ja liitesivumäärä

37+3

Opinnäytetyössäni tutkitaan esteetöntä matkailua, sen määritelmiä ja haasteita. Minulle esteetön matkailu on henkilökohtaisesti tärkeä asia koska olen työskennellyt vuosia liikunta-rajotteisten parissa ja nykyisin joudun itsekin miettimään matkustaessani esteettömyyttä. Tutkimuksen tavoitteena on tutkia miten matkailua Suomessa voitaisiin kehittää esteettömään suuntaan ja olisiko hyvä, jos Suomessa olisi tarjolla tähän erikoistunut matkatoimisto.

Tutkimuksessa on kerätty myös tietoa matkapakettien tuotteistamisesta. Olisiko hyvä, jos suomalaiset matkanjärjestäjät tuotteistaisivat esteettömiä matkapaketteja? Tähän ei tutkimuksessani tule selkeää vastausta. Potentiaalia esteettömien matkapakettien tuotteistamisella selkeästi kuitenkin on.

Tietoperustassani käytetään lähteinä ulkomaalaisia tutkijoiden kirjoittamia tutkimuksia. Aiheesta löytyy varsin tuorettakin tutkimustietoa mutta aineistoa ei vielä ole kovin paljon. Aineistossa käy ilmi mm. esteetöntä matkailua tarvitsevien henkilöiden suuri ja koko ajan suureneva määrä. Käy ilmi myös mm. viestinnässä olevat puutteet ja asiakkaiden vaikeus saada riittävästi tietoa esteettömyydestä. Suomalaista tutkimusta on vähemmän tarjolla. Siinä käy ilmi mm. luonto- ja kulttuurimatkailun sekä kongressimatkailuun suuri kysyntä.

Havainnointirungossa on kerätty tietoa siitä millaista tarjontaa ulkomailla on esteettömästä matkailusta ja voisiko tätä ehkä hyödyntää suomalaisten matkanjärjestäjien matkapakettien suunnittelussa. Kiinnostus tähän tutkimusaiheeseen lähtee huomiosta, että ulkomailla näyttää olevan tähän enemmän tarjontaa. Ulkomailla on matkanjärjestäjiä, jotka ovat erikoistuneet esteettömään matkailuun ja omaavat tästä erityisosaamista.

Kyselylomakkeessa tutkitaan, mitä minkälaisia toiveita suomalaisilla on esteettömään matkailuun. Kysely julkaistiin useammalla Facebook-sivulla mutta valitettavasti vastausten määrä jäi melko pieneksi. Tutkimukseni tuloksena saatiin se, että suomalaisten toiveet varsin lähellä sitä mitä tietoperustassa lähteiden mukaan ulkomaillakin oli esteettömän matkailun suhteen. Eli viestintään selkeyttä, matkanjärjestäjille enemmän tietoa esteettömyysasioista ja tarjolle monipuolisempaa tarjontaa. Matkustaa halutaan eri kokoonpanoissa, kuten perheen, ystävien jne. kanssa ja eri puolelle Suomea. Apuvälineiden vuokraus matkanjärjestäjältä helpottaisivat matkustamista. Matka ei kuitenkaan saisi maksaa liikaa vaan olla lähelle muiden matkustajien hintoja.

Eli suomalaiset kaipaavat esteettömältä matkailulta asiantuntemusta, laadukasta viestintää, monipuolisuutta ja kohtuuhintaisuutta.

Asiasanat

Esteettömyys, vammaisuus ja tuotteistaminen

Sisällys

1 Johdanto	2
2 Vastuullinen matkailu ja esteetön matkailu.....	4
2.1 Esteetön matkailu.....	4
2.2 Esteetön matkailu kasvava on markkinasegmentti	6
2.3 Vammaiset henkilöt.....	6
2.4 Esteettömän matkailun esteet	8
2.5 Esteetön matkailu Suomessa	10
3 Tuotteistaminen	12
3.1 Tuotteistamisen hyödyt ja haitat	13
3.2 Asiakasprofilointi ja asiakaslupaus	15
3.3 Matkailupalvelun konseptointi ja blueprinttaus.....	16
4 Tutkimusmenetelmät.....	18
4.1 Havainnointirunkopohjan laadinta.....	19
4.2 Kyselyn laadinta	20
4.3 Tulosten käsittely.....	23
5 Tulokset havainnointilomakkeesta ja webropol-kyselystä	25
5.1. Havainnointi	25
5.2. Kysely	26
6. Pohdinta	34
6.1 Kehitys/toimenpide-ehdotukset toimeksiantajalle	36
6.2 Tutkimukseni toistettavuus ja luettavuus sekä oma oppiminen	36
Lähteet	38
Liite 1 Havainnointirunko ulkomaisista matkatoimistoista.....	41
Liite 2 Webropol lomake	42
Liite 3 Saatekirje	46

1 Johdanto

Esteettömään matkailuun ei ole Suomessa vielä kiinnitetty riittävästi huomiota. Järjestetään matkapaketteja ulkomaille, jossa tarjotaan esteetön hotelli ja esteettömät lentokenttäkuljetukset, mutta ei retkiä eikä aktiviteetteja tai apuvälineiden vuokrausta. Suomeen ei järjestetä ollenkaan matkapaketteja suomalaisille tai ulkomaisille vammaisille, vaan tämä on kokonaan omatoimimatkailun varassa.

Esteettömälle matkailulle on paljon kysyntää sekä ulkomailla että Suomessa ja sitä pyrin opinnäytetyössäni näyttämään toteen. En varsinaisesti tutki ulkomaista kysyntää, mutta mielestäni ulkomaisten toimistojen tarjonta viittaa siihen, että kysyntää on. Loppujen lopuksi on myös helppo toteuttaa esteetöntä matkailua. Ei ole myöskään pakko järjestää eri tavalla esteettömyyttä kaipaaville eriytyviä palveluja vaan kaikkien saatavilla olevaa palvelua voisi toteuttaa kaikessa matkailupalvelun tuottamisessa. Osa palveluista voidaan myös ostaa yhteistyökumppaneilta eikä kaikkea pakko tehdä itse.

Eryteisesti olen havainnut esteettömän matkailun viestinnässä puutteita. Esteettömistä huoneista ei esimerkiksi ole valokuvia netissä. Muutenkin palvelun saavutettavuutta voisi parhaiten kuvata erilaisilla valokuvilla. Näin asiakas voisi parhaiten itse päätellä onko palvelu hänelle sopiva. Esimerkiksi pyörätuolin käyttäjissäkkin on todella erilaisia tarpeita omaavia asiakkaita. Viestinnän puutteena on usein myös se, että esteettömyyttä kaipaavat ohjataan ottamaan yhteyttä asiakaspalveluun sen sijaan että jo nettisivuilla olisi tietoa millaisia palveluja on tarjolla. Tämä ei välttämättä ole hyvää asiakaspalvelua.

Opinnäytetyön tavoite on selvittää mitä matkatoimistojen tulisi tarjonnassaan muuttaa, jotta se vastaisi esteetöntä matkailua tarvitsevien toiveita? Kyselylomakkeen avulla tutkin miten paljon suomalaiset vammaiset olisivat halukkaita käyttämään esteettömiä matkapaketteja kotimaanmatkailussa. Paljonko siitä ollaan valmiita maksamaan? Olisiko erityispalveluille kysyntää? Haluaisivatko asiakkaat vammaisille räätälöityjä matkoja? Jätän sitten suomalaisille matkatoimistoille tehtäväksi miettiä, onko suomalaisten vammaisten toiveiden mukaista matkapalvelua mahdollista järjestää. Keskityn erityisesti eri tavalla liikuntarajoitteisiin asiakkaisiin. Esteettömyyden kirjohan on suuri ja on monella muulla tavalla esteettömyyttä kaipaavia asiakkaita. Rajaan myös asiakaskunnan suomalaisiin matkustajiin. Matka-alueena minulla on koko Suomi. Esimerkkinä kuvaan havainnointirungon avulla millaisia esteettömään matkailuun erikoistuneita matkatoimistoja ulkomailla on, ja voisiko siitä saada ideoita? Millaista taustaa yrityksillä on perustajissa ja työntekijöissä ja minkä tyyppistä tarjontaa heillä on?

Opinnäytetyön toimeksiantajana on Elämys Group, joka on suomalainen 'incoming' -matkatoimisto. Samaan konserniin kuuluu Matka-Agentit, joka järjestää esteettömiä matkoja suomalaisille ulkomaisiin kohteisiin.

2 Vastuullinen matkailu ja esteetön matkailu.

Vastuullinen ja kestävä matkailu nähdään usein samana asiana ja käsitteinä sekoitetaan keskenään. Vastuullisessa matkailussa kyse on kuitenkin konkreettista toiminnasta ja teoista, kun taas kestävä matkailu on pitkäaikainen tavoite, johon päästään vastuullisella matkailutoiminnalla. (Veijola ym. 2013; Goodwin 2011.) Vastuullisella matkailulla on myönteisiä vaikutuksia paikallisiin yhteisöihin, paikallisiin kulttuureihin, työntekijöihin, matkailijoihin sekä luontoon. Tarkoitus että asiat ratkaistaan paikallisesti niin että paikkakunta säilyy elinvoimaisena. Se, mikä on vastuullista, riippuukin aina paikallisista olosuhteista. (Dolinsek ym. 2021.) Esteetön matkailu on mitä suuremmassa määrin vastuullista matkailua. Jokaisella matkailualan toimijalla tulisi olla suunnitelma esteettömyydestä vastuullisen matkailun suunnitelmassa.

Vastuullisuus jaetaan viiteen osa-alueeseen: sosiaalinen, ekologinen, taloudellinen, kulttuurinen ja poliittinen. 1) Sosiaalisessa vastuussa matkailun kaikki osapuolet hyötyvät yhtä paljon matkailusta ja negatiiviset vaikutukset yhteisöön ovat mahdollisimman pienet. 2) Ekologisessa vastuussa pyritään säilyttämään luonto mahdollisimman koskemattomana. 3) Taloudellisessa vastuussa työllistetään paikallista väestöä ja ostetaan tuotteita paikallisilta. 4) Kulttuurisessa vastuussa pyritään olemaan loukkaamatta paikallista kulttuuria, kulttuuriperintöä ja arvoja. 5) Poliittisessa vastuussa yhteiskunnalliset ja taloudelliset päättäjät huomioivat päätöksissä matkailun oikeudenmukaisuuden. (Dolinsek ym. 2021.)

Matkailupalveluiden yhdenvertaisuus on osa tätä vastuullista matkailua. Matkailun tulisi olla tasa-arvoista ja kaikille mahdollista. Tämä on yhdenvertaisen ja tasa-arvoisen yhteiskunnan mukaista ja edistää kestävä kehityksen tavoitteita. (Business Finland 2021.) Matkailussa tämä tarkoittaa erityisesti esteettömyyttä. Palveluita tulisi kehittää sellaisiksi, että ne sopisivat kaikille asiakasryhmille, olivat kyseessä sitten seniorit, perheet, liikunta- tai aistirajoitteiset matkailijat tai esimerkiksi eri seksuaalivähemmistöjen tai uskontokuntien edustajat. (Business Finland 2021.)

Kun erityisryhmät etsivät tietoa yritysten verkkosivuilta matkaa varatessa muodostuu heille samalla käsitys ovatko tervetulleita ja pystyykö matkakohde ottamaan huomioon heidän erityistarpeensa. On myös tärkeää, että henkilökunta osaa palvella erilaisia asiakkaita luontevasti ja ammattitaidolla. (Business Finland 2021.)

2.1 Esteetön matkailu

Esteettömyys on sitä, palvelu on mahdollista ihmisille, joilla on erilaiset tarpeet. Palveluita tarjotaan kaikille asiakasryhmille. (Räsänen ym. 2021, 15.) Yksinkertaisimmillaan tämä on

sitä, että tuotteet, palvelut ja ympäristö on kaikkien saavutettavissa. (Gillovic&McIntosh 2020).Tämä tarkoittaa että pitää ottaa huomioon useita yksityiskohtia, sillä eri erityisryhmillä on hyvin erilaiset tarpeet. Hyvinvointiyhteiskunnassa kaikilla on samat oikeudet täysipainoiseen elämään. Tämä oikeus on riippumatta siitä mikä on syntyperä, uskonto, ihonväri tai toimintarajoitteisuus. (Räsänen ym. 2021,15.) Tähän täysipainoiseen elämään kuuluu myös mahdollisuus matkustaa ja kokea elämyksiä.

Eri erityisryhmillä on hyvin samankaltaisia tarpeita ja toiveita kuin kaikilla muillakin ihmisillä. Kuitenkin nämä oikeudet jäävät eri tavalla vammaisilta usein saavuttamatta ja vammaisten ääntä ei kuulla (Gillovic&McIntosh 2020). Jo vuonna 1975 YK:n vammaisten oikeuksien julistuksessa on mainittu esteettömän matkailun olevan tärkeää. Kuitenkaan matkailualalla ei ole ollut tarjolla riittävästi esteettömiä tuotteita. Tämä johtuu eri ryhmien hyvin erilaisista tarpeista ja vaikeuksista vastata niihin kaikkiin. (Cassia ym. 2020.)

Esteetöntä matkailua tarvitsevat asiakkaat kohtaavat myös syrjintää. He saavat erilaistettua ja epäjärkevää palvelua. Usein palveluntuottajat ajattelevat vammaiset yhtenäiseksi ryhmäksi, joka haluaisi samanlaisia palveluja. He voivat kohdata myös ennakkoluuloja ja negatiivista -ja jopa vihamielistä asennetta henkilökunnan taholta. (Lim 2020.)

Esteetön matkailu on joko inklusiivista tai eksklusiivista. Inklusiivinen matkailu on ketään syrjimätöntä matkailua, jossa huomioidaan kaikkien tarpeet. Palvelut tehdään sellaisiksi, että ne käyvät kaikille. (Räsänen ym. 2021,15.) Tämän tulisi olla ensisijainen tapa toteuttaa esteetöntä matkailua, koska vammaiset yleensä eivät halua, että heistä tehdään mitään erityisnumeroa tai että heidän saamaansa palvelu olisi jotenkin erilaista tai kalliimpaa kuin muilla asiakasryhmillä. (Kalmari 8.4.2021.) Inklusiivinen matkailu nähdään usein vaikeaksi järjestää, mutta tutkimusten mukaan informaatio ja viestintäteknologia voisivat olla tässä apuna. Tarvitsemme siis lisää tietoa, motivaatiota ja hieman vaivannäköä, jotta tämä olisi mahdollista. Henkilökuntaa tulisi myös kouluttaa eri vammaisryhmien tarpeista. Lopulta inklusiivisuus parantaa kohteen kilpailukykyisyyttä, kun se on kaikkien saavutettavissa. (Fuente-Robles ym. 2020.)

Eksklusiivinen matkailu taas on tietylle erityisryhmälle heidän tarpeensa huomioon ottaen järjestettyä matkailua. Tämä voisi olla esimerkiksi liikuntarajoitteisille järjestetty pakettimatka, jota markkinoidaan vain heille ja heidän matkaseurueelleen. (Kalmari 8.4.2021.) Toisaalta eksklusiivista matkailua on moitittu diskriminoivaksi ja vammaiset ryhmät erilleen muista turisteista ohjaavaksi. Sen sanotaan myös stereotypoivan vammaisia ja luovan epätasa-arvoa. (Gillovic&McIntosh 2020.)

Eryteisesti tulisi parantaa esteettömästä matkailusta tehtävää viestintää ja markkinointia. Monet vammaiset välttävät matkustamista joko kokonaan tai välttävät tiettyjä kohteita, koska eivät saa niiden markkinoinnista riittävästi tietoa kohteen esteettömyydestä. Siksi on tärkeätä lisätä esteettömyydestä kertovaa viestintää. Sanotaan että vuonna 2020 25 % matkailuun ja vapaa-aikaan käytettävästä rahasta tulee jollain muotoa vammaisilta ihmisiltä. Heidän huomioonottamisensa on siksi todella tärkeää. (Barbosa ym. 2018.)

2.2 Esteetön matkailu kasvava on markkinasegmentti

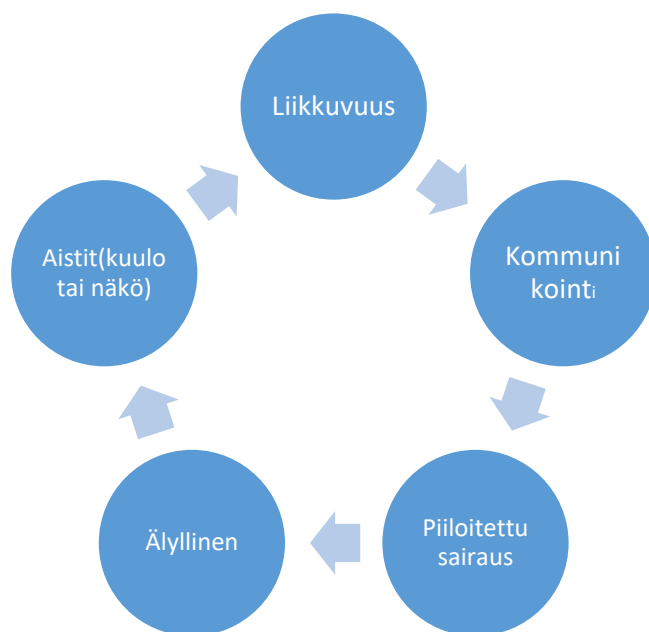
Esteettömiä matkailupalveluita tarvitsee koko ajan kasvava asiakasryhmä. Siihen kuuluu sekä pysyvästi että tilapäisesti esteettömiä palveluja tarvitsevia asiakasryhmiä. Maailman terveysjärjestön WHO:n (Who 2011) mukaan esteettömiä palveluja pysyvästi tarvitsee noin 15 prosenttia maailman väestöstä eli noin 1 miljardia ihmistä. Tähän ryhmään kuuluvat esimerkiksi seniorimatkailijat sekä eri tavoin toimintarajoitteiset henkilöt. Tilapäisesti palveluita tarvitsee jopa 40 prosenttia. Tilapäinen tarve on esimerkiksi tapaturmasta toipuvilla henkilöillä ja perheillä, joilla on pieniä lapsia. Lisäksi on paljon eri uskontoja ja sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöjä edustavia henkilöitä. (Räsänen ym. 2021,7.) Kun tähän lasketaan mukaan myös vammaisten perheenjäsenet ja ystävät, on kyseessä 30 % maailman väestöstä. Vuonna 2050 eri tavalla vammaisten määrän ennustetaan nousevan 1,2 miljardiin. Tämä johtuu mm. väestön ikääntymisestä, kroonisten sairauksien lisääntymisestä ja paremmasta vammaisuuden ymmärtämisestä. (Gillovic&Mcintosh 2020.)

Esteettömyyden huomioiminen on yritykselle monella tapaa positiivista. Se on vahva kilpailuetu suhteessa muihin yrityksiin ja parantaa yrityksen imagoa. Esteettömyyden kehittämisellä voidaan myös kehittää yrityksen brändiä. Sen huomiotta jättäminen voi karkottaa osan potentiaalisista asiakkaista ja myös potentiaalisista työntekijöistä. (Räsänen ym. 2021,7.) Yrityksen kilpailukykyä vahvistaa laaja asiakaspohja ja sillä saadaan myös joustavuutta muutostilanteissa. Eri kohderyhmille suunnatut palvelut, tapahtumat ja tuotteet tasaavat myös sesonkivaihteluita. (Räsänen ym. 2021,7.)

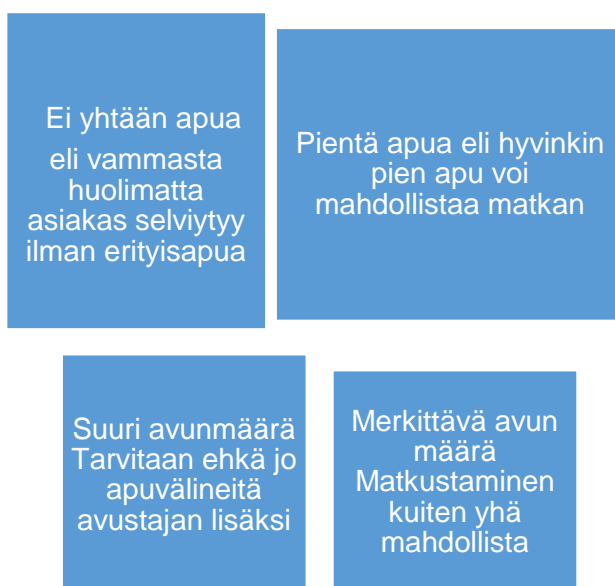
2.3 Vammaiset henkilöt

Vammaisilla henkilöillä on hyvin erilaisia vammoja ja rajoitteita. Vamma voi ilmetä esimerkiksi liikkumisen, näkemisen, kuulemisen ja ymmärtämisen rajoitteena. (kts.kuva 1) Toimintarajoitteisuus johtuu erilaisista asioista. Ongelmia toimintarajoitteiselle voivat aiheuttaa esimerkiksi portaat, ahtaat huoneistot tai pyörätuolihissin puuttuminen kuljetusajoneuvoissa. Ongelmia voi olla myös palveluntuottajan tai henkilökunnan erilaisissa asenteissa. Pääasiallisen sairauden lisäksi asiakkaalla voi olla monia lisäsairauksia. Näin tarkasteltuna esimerkiksi liikuntarajoitteiset eivät ole yhtenäinen ryhmä vaan erilaisia tarpeita

omaavia henkilöitä. (Räsänen ym. 2021,9.) Osa liikuntarajoitteisista esimerkiksi pystyy kävelemään lyhyitä matkoja. Pyörätuolin käyttäjistä taas toisilla kädet toimivat hyvin, kun taas toiset ovat kokonaan halvaantuneita. Avun tarve eri tavalla vammaisilla myös vaihtelee hyvinkin paljon (kts.kuva 2)



1.kuva Kuvaan on koottu Räsäsen määritelmiä erilaisista vammaisuuden lajeista (Räsänen ym 2021,9)



Kuvia 2.Kuvaan on koottu Buhalisen ja Darcyn määritelmiä siitä miten avun tarve matkustamisessa voi vaihdella (Buhalis & Darcy 2011, 38-39)

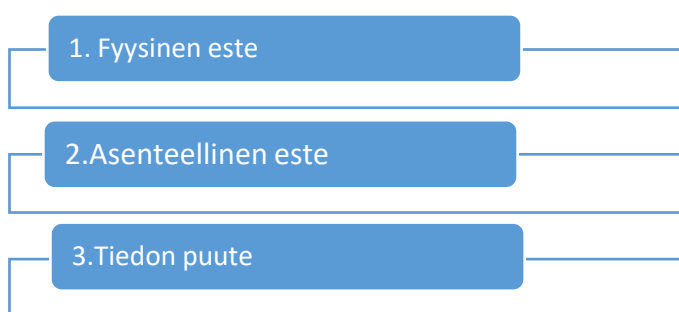
Vammaisista isoimman ryhmän muodostavat eri tavalla liikuntarajoitteiset henkilöt. Vammaisiin kuuluu lisäksi myös mm. näkö- ja kuulorajoitteisia ja esimerkiksi kehitysvammaisia henkilöitä. Eri ryhmät tarvitsevat erilaisia palveluita, jotta matkailu olisi mahdollista. Erilaisien tarpeiden määrä on todella laaja. Hyvinkin monenlaiset asiat vaikuttavat esteettömyyteen.

Tutkimusten mukaan 70 % eurooppalaisista, joilla on jokin esteitä aiheuttava, vamma olisivat fyysisen kuntonsa ja taloudellisen tilanteensa huomioon ottaen halukkaita matkustamaan. Kun tähän lisätään mukaan vielä vammaisen mukana matkustavat perhe ja ystävät ovat tässä suuri asiakaspotentiaali. He myös tutkimusten mukaan matkustaisivat enemmän, jos tarjolla olisi enemmän esteettömiä kohteita. (Martin-Fuentes ym. 2021.)

Mistä vammaiset sitten ovat tutkimusten mukaan valmiita maksamaan? Seong Ok Lyun tutkimuksen mukaan eniten ollaan valmiita maksamaan esteettömästä majoituksesta. Tämän jälkeen tulee heti esteettömät turistibussit. Niitä on hyvinkin monessa matkakohteessa vähän ja liikuntarajoitteisilla ei ole siten pääsyä retkille. Tämän lisäksi ollaan valmiita maksamaan esimerkiksi vuokrapyörätuoleista ja opasavustajista. (Lyu 2016.)

2.4 Esteettömän matkailun haasteet

Esteettömän matkailun edessä on hyvin monenlaisia esteitä. Näitä on tutkittu kansainvälisissä tutkimuksissa. Esteet jaetaan kolmeen eri ryhmään (kts. kuva 3)

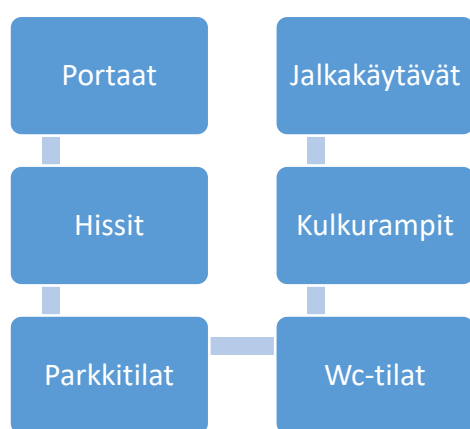


Kuvio 3. Kuvaan on koottu Buhalixin ja Darcyn määritelmiä esteettömään matkailuun liittyvistä esteistä (Buhalis&Darcy 2011, 51-56)

Ensiksi fyysisiin esteisiin (kts kuva 3 ja kuva 4) kuuluvat mm. kuljetus matkakohteisiin, majoitustilat ja pääsy nähtävyyksiin. Matkakuljetuksissa on kehitetty jonkun verran. Saapumi-

nen ja lähteminen matkakohteesta on parantunut mutta julkinen liikenne on monissa koh-teissa yhä varsin esteellistä. Suuria esteitä on erityisesti turistikohteiden saavutettavu-
dessa ja majoituksissa. (Buhalis&Darcy 2011, 51–56.)

Majoitustiloissa on ongelmana esteettömien huoneiden vähäinen määrä. Vaihtoehtoja on vähän koska esteettömiä huoneita on tarjolla vähän. Usein myös esteettömiin hotelleihin vievät tiet eivät ole esteettömiä. Tästä on olemassa sekä suomalaista että ulkomaista tut-
kimustietoa (Buhalis,&Darcy 2011, 51-56.;Jutila&Ilola 2013, 34-38.) Joissakin maissa es-
teettömien huoneiden järjestämisestä on tehty pakollista.



Kuvio 4. Kuvioon on koottu matkailun fyysisiä esteitä Buhalixsen ja Darcyn määrittele-
mänä. (Buhalis & Darcy, 2011, 51-56)

Asenneongelmat ovat toinen este (kts.kuva 3). Niitä on usein vaikeampi kaataa kuin fyysi-
siä esteitä. Nämä esteet voidaan jakaa kahteen ryhmään: henkilökohtaisiin asenneongel-
miin ja sosiaalisiin asenneongelmiin, jotka koskevat koko yhteiskuntaa. Sosiaalisia asen-
neongelmia voi kaataa esimerkiksi lainsäädännöllä, jolla varmistetaan vammaisten oikeu-
det. Koulutus ja tieto vammaisuudesta auttaa kumpaankin asenneongelmaan. (Buhalis&
Darcy 2011,51–56.)

Tiedonpuute on kolmas este (kts. kuva 3). Matkailualan työntekijöiden tiedon lisääminen
vammaisuudesta on paras keino voittaa asenneongelmia. Matkatoimistot ovat usein siinä
uskossa, että vammaisille järjestettävä matkailu ei ole kannattavaa. Toinen mahdollinen
este on siinä, että vammaisille tehdään pakettimatkoja, joissa ylikorostetaan vammai-
suutta. Tämä taas ei välttämättä kohtaa vammaisten tarpeita. Kolmas mahdollinen este on
matkakohteista saatavilla olevan tiedon riittämättömyys, joka vaikeuttaa matkustajan mah-
dollisuuksia suunnitella itse matkansa. (Buhalis& Darcy 2011, 51–56.)

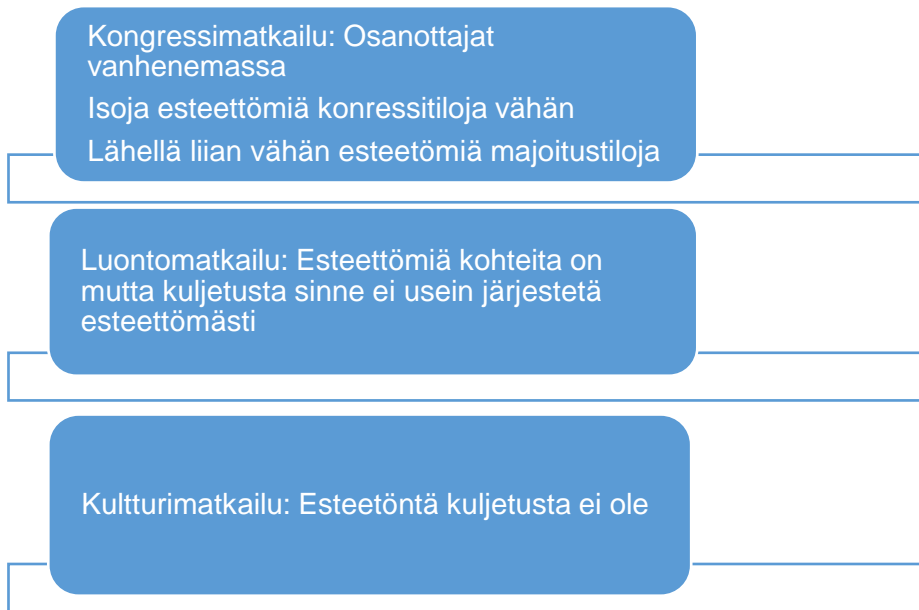
2.5 Esteetön matkailu Suomessa

Suomessa kuten muissakin länsimaissa yli 75-vuotiaiden määrä lisääntyy jatkuvasti. Tämän takia myös erilaisten toimintarajoitteiden määrä ihmisillä lisääntyy. Vanhemmilla ikäluokilla on myös nykyisin enemmän aikaa ja varallisuutta matkustaa. Maailman terveysjärjestö on arvioinut maailmassa olevan noin miljardi vammaista ihmistä ja perheenjäsenet mukaan laskien, on tässä paljon potentiaalia liiketoimintaan. (Jutila& Ilola 2013, 34–38.)

Miten tämä on Suomessa sitten otettu huomioon? Suomessa on paljon lainsäädäntöä koskien rakentamista. Säädöksiä ovat kuitenkin vastustettu ja niitä on yritetty kiertää. Esteetöntä rakentamista on pidetty kalliina, vaikka todellisuudessa se lisää kustannuksia vain noin 10 euroa neliöltä. (Jutila& Ilola 2013, 34–38.) EU-määräyksiin mukaan myös esteettömät kuljetukset tulee järjestää. Tämä ei kuitenkaan suju ongelmitta. Esimerkiksi lentokoneeseen vammaista saattava henkilökunta saattaa puhua vieraita kieliä huonosti tai että asiakas kannetaan koneeseen, mikä ei ole turvallista. (Jutila& Ilola 2013, 34–38.) Junat ovat lähes poikkeuksetta esteettömiä. Linja-autoissa esteettömyys usein huonommin huomioitu ja monilla paikkakunnilla liikkuminen onkin siksi vaikeaa. (Jutila& Ilola 2013, 34–38.)

Esteitä Suomessa on myös eri matkailumuodoissa (kts. kuva 5.) Kongressimatkailu on tärkeä matkailumuoto ja siihen osallistuu paljon vanhempaa väestöä. Tässä matkailumuodossa esteettömyys on todellinen kilpailuvaltti. Suomessa ei ole isompia kongressitiloja, jotka olisivat täysin esteettömiä. Useissa kongressitiloissa esteettömyyteen on kyllä pyritty mutta se on jäänyt puutteelliseksi. Esimerkiksi yleisön esteetön pääsy tilaan on otettu huomioon mutta vaikkapa tie puhujakorokkeelle ei ole. Kongressitilojen lähellä ei myöskään ole riittävästi majoitustiloja. Monessa hotellissa on vain muutama esteetön huone. (Jutila& Ilola 2013, 34–38.) Luontomatkailemalla taas luontokohteita on pyritty tekemään esteettömäksi mutta esteettömiä kuljetuksia ei ole. Sama tilanne on myös kulttuurimatkailemalla. (Jutila & Ilola 2013, 34–38.)

Suomen matkailun viestintään tarvitaan myös parannusta. Matkatoimistojen verkkosivuilla ja eri hakuroboteissa esteettömyydestä saatava tieto on puutteellista. Lisää tietoa saadakseen asiakkaan pitää soittaa. Soittaessa voi olla, että asiakaspalvelija ei joko osaa vastata tai saatava tieto voi olla virheellistä. 'Suomi Kaikille'- sivusto on pyrkinyt vastaamaan tähän tarpeeseen, mutta sivujen ylläpitämiseen ei ole riittävästi resursseja. (Jutila & Ilola 2013, 34–38.)



Kuva 5. Kuvaan on koottu eri matkailulajien haasteita Jutilan ja Ilolan mukaan (Jutila & Ilola 2013, 34-38)

3 Tuotteistaminen

Tuotteistamisella palvelu selkeytetään kuvailemalla sen eri osia ja tiivistämällä se mitä palvelu tarjoaa (Tuominen ym. 2015). Näin yrityksellä on tuote, jota on helppo tarjota asiakkaille yhä uudestaan ja kehittää tuotetta edelleen asiakkaiden toiveet huomioon ottaen. Palvelun eri osien selkeyttäminen tekee palvelun eri vaiheiden organisoimisesta tehokkaampaa ja selkeyttää kulujen valvontaa ja oikeanlaista hinnoittelua. Tuotteistamiseen (kts.kuva 6) on hyvä ottaa mukaan koko henkilöstö, yhteistyökumppanit ja asiakkaat. Siis kaikki osapuolet, jota tuote koskee. Osallistava tuotteistaminen motivoi ja sitouttaa, muuttaa toimintatapoja ja ajatusmalleja sekä mahdollistaa innovointia. Parhaimmillaan tuotteistamisessa kaikki palvelun osatekijät oppivat toisiltaan ja kehittyvät. (Tuominen ym. 2015, 6–8.)



Kuva 6. Kuvaan on koottu Tuomisen näkemyksiä eri tahojen sitouttamisesta tuotteistamiseen (Tuominen ym. 2015, 6-8)

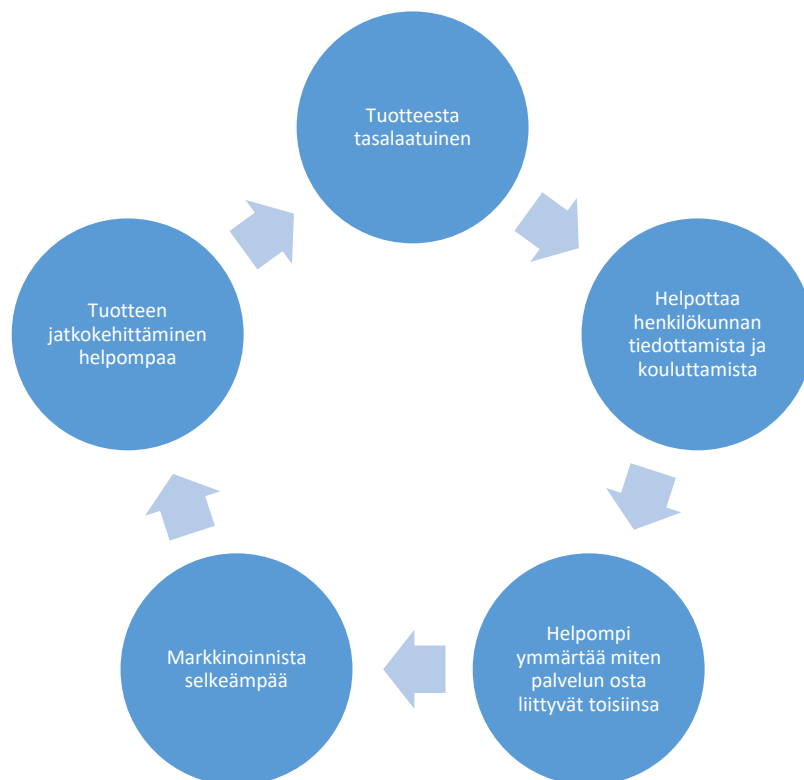
Tuotteistaminen jaetaan kahteen eri näkökulmaan. Voidaan puhua ulkoisesta ja sisäisestä tuotteistamisesta. Kummatkin näkökulmat ovat tärkeitä. Ulkoinen tuotteistaminen näkyy asiakkaille esimerkiksi myyntiesitteissä siinä, miten palvelu on kuvailtu. Olisi todella tärkeää saada asiakkaat osallistumaan tähän selvittämällä tarkoin mitä asiakkaat haluavat. Aina palvelun tuottaja ei ole selkeästi miettinyt millaisen kuvan hän haluaa tuotteensa välittävän asiakkaalle ja toisaalta mitä kaikkea asiakas haluaa saada tietää esitteitä lukiessa. (Tuominen ym. 2015, 6-8.) Tämä korostuu esteettömässä matkailussa. Asiakkailta on hyvin vaihtelevia tarpeita ja siksi on tärkeää, että esitteissä on selkeät kuvat ja tarjottu palvelu hyvin kuvattuna. Olisi myös tärkeää, että esitteissä näkyisi samaistuttavia asiakkaita eli toisia vammaisia. (Tuominen ym. 2015, 6–8.)

Sisäisessä tuotteistamisessa taas kehitetään työskentely- ja toimintatavat, joilla asiakkaan haluama palvelu saadaan tuotettua mahdollisimman tasalaatuisena. Henkilöstöä motivoi se, että saa hyvät ohjeet siihen, miten palvelu eri vaiheissa tuotetaan. Tarkassa palvelu-

prosessin kuvauksessa selviää myös se mitä kukin palveluvaihe merkitsee tuotteen kokonaisuuden kannalta. Pitää kuitenkin myös ottaa huomioon, että palvelu on muokattavissa asiakkaan tarpeiden mukaan myös asiakaskohtaisesti. (Tuominen ym. 2015, 6–8.)

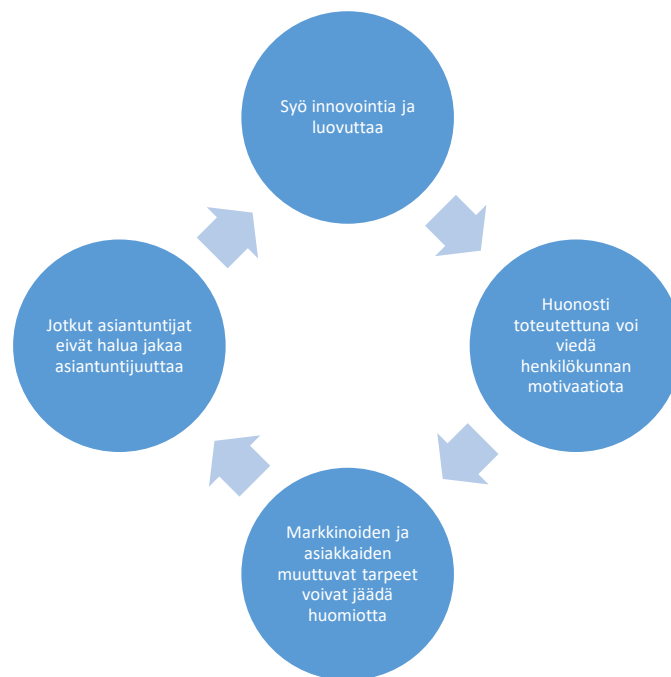
3.1 Tuotteistamisen hyödyt ja haitat

Tuotteistamisessa on sekä hyötyä että haittaa (kts.kuva. 7) Varmasti suurimpia etuja on mahdollisuus tehdä palvelusta tuote, joka on tasalaatuinen ja helppo toistaa. Henkilökunnan sisäistä tiedottaminen ja kouluttaminen myös helpottuu. Kun henkilökunta saa selkeät ja hyvät ohjeet siitä millä tavalla se palvelua tuottaa, se myös motivoi henkilökuntaa ja tekee työstä mielekkäämpää. Palveluprosessin eri osien riippuvuudet ja se miten ne vaikuttavat toisiinsa tulee henkilökunnalle helpommin ymmärrettäväksi. Markkinoinnista tulee selkeämpää ja informatiivisempää. Asiakas saa paremmin haluamansa tiedon. Markkinoinnin lisäksi myös tuotteen jatkokehittäminen helpottuu tuotteistamisen avulla. (Tuominen ym. 2015, 6–8.)



Kuva 7. Kuvaan on koottu tuotteistamisen hyötyjä Tuomisen mukaan.(Tuominen ym. 2015, 6-8)

Tuotteistamisessa voi kuitenkin olla myös haittoja (kts kuvio 8). Kirjoitin aiemmin siitä miten tärkeää on osallistuttaa asiakkaat tuotteistamisprosessiin. Mikäli tämä vaihe jää tekevä -on olemassa riski, että luotu palvelutuote ei lopulta vastaa sitä mitä asiakas tarvitsee ja haluaa. Jotkut asiantuntijat voivat myös kokea tuotteistamisen uhkana, koska he eivät halua jakaa kaikkea asiantuntijuuttaan kyseiseen palveluun. Hyödyistä kirjottaessani puhuin myös siitä, että henkilöstön motivaatio saattaa nousta tuotteistamisessa. Voi kuitenkin olla niin että käy päinvastoin, eli motivaatio laskee koska säännöistä ja ohjeista tulee liian jäykkiä. Tämä saattaa syödä innovointia ja luovuutta. Koko henkilökunta ja myös yhteistyökumppanit tulisikin siis sisällyttää tuotteen jatkuvaan kehittämiseen. Markkinoiden ja asiakkaiden muuttuvien tarpeiden seuraaminen on myös todella tärkeää. Maailmamme muuttuu jatkuvasti ja pysyvää on vain muutos. (Tuominen ym. 2015 6-8.)



Kuvio 8. Kuvioon koottu Tuomisen määritelmiä tuotteistamisen haitoista (Tuominen ym. 2015, 6-8)

Tuotteistamisen hyödyllisyys kannattaa pohtia tarkoin. Siinä kannattaa pohtia asiaa monelta kantilta. Ensiksi pitää tutkia markkinatilanne. Onko palvelulla riittävästi potentiaalisia asiakkaita ja onko heillä toistuva palvelun tarve? Sitten tulisi miettiä mitä kaikkia tekijöitä palvelu pitää sisällään? Voisiko joitakin osiota vakioida ja tehostaisiko tämä palvelua? (Tuominen ym. 2015, 6-8.) Sitten on mietittävä yrityksen strategiaa ja imagoa. Sopiiko kyseinen palvelu yrityksen strategiaan ja imagoon? Onko yrityksellä palvelua varten riittävästä asiantuntijuutta? Tämä toisi selkeää kilpailuetua. Tietenkin tuotteen kannattavuus on myös laskettava. (Tuominen ym. 2015, 6-8.). Tärkeää on miettiä myös resurssointia - eli onko yrityksellä itsellään riittävästi oikeanlaista henkilökuntaa palveluun. Mahdollista on

myös kehittää yhteistyöverkostoa muiden yritysten kanssa. Kaikkea ei ole pakko tehdä yksin. Tämä onkin usein lähes välttämätöntä. (Tuominen ym. 2015, 6–8.)

3.2 Asiakasprofilointi ja asiakaslupaus

Tuotteistaminen edellyttää hyvää asiakastuntemusta ja tarkkaa asiakaslupauksen laatimista. Yksi mahdollisuus on tuotteistamisen ulkoistaminen konsultille. Tässä on ajatusena usein, että tutkimuksen tekeminen on vaikeaa ja tutkijoilla pitäisi olla siihen erityinen koulutus. Tämä vaan on usein kallista ja hidasta. Voi olla myös, että kaikki tutkimuksessa saatava tieto ei myöskään päädy yrityksen käyttöön. Parasta olisi siis, että kaikki yrityksen henkilöstön jäsenet osallistuisivat tuotteistamiseen. Näin saadaan tietoa aidoista asiakaspalvelutilanteista. Se voi olla halvempi ja yksinkertaisempi tapa ja se samalla motivoi henkilöstön palveluntuottamiseen. (Tonder ym. 2013, 43,59 ja 97–98.) Toisaalta taas ulkopuolinen näkökulma voi joskus tuoda uutta perspektiiviä. Juuri konsultin käyttö saattaa tuoda asiakkaan ongelmaan sitä mitä tarvitaan eli ulkopuolisen näkökulmaa (Parantainen 2007, 143–147.) Eli voisiko yhdistelmä kumpaakin, ulkopuolisen konsultin käyttöä ja oman henkilökunnan apua olla paras ratkaisu?

Asiakassegmentoinnissa yrityksen markkinat jaetaan erilaisiin sisäisesti samanlaisiin ryhmiin (Tonder ym. 2013, 43,59 ja 97-98). Usein erilaisilla ryhmillä on samankaltaisia tarpeita ja vastaa kuluttajan haluun tuntee kuuluvansa johonkin ryhmään. Kaikille ei kannata tarjota kaikkea vaan on taloudellisempaa ja tehokkaampaan luoda kullekin asiakasryhmällä erilaistettuja tuotteita ja markkinointia. (Tonder ym. 2013, 43,59 ja 97–98.). Onkin tärkeitä valita asiakas tarkoin ja tuntee asiakkaan tarve. Palvelun tai tuotteen oston taustalla on aina jokin olemassa oleva tarve. Ehkä sellainen, jota asiakas ei itse tiedosta, mutta mikäli asiakkaalla ei ole tarvetta ostaa tuotetta, ei hän sitä osta. (Parantainen 2007, 143–147.)

Matkailumarkkinoiden segmentointi perustuu matkailijasta tehtäviin profilointeihin eli tietynlaisten tyyppiasiakkaiden määrittelyyn (Tonder ym. 2013, 43,59 ja 97–98) Usein luodaan ostajapersoonaa, jossa määritellään kuvitteellisen asiakkaan piirteet, kuten asuinpaikka, ikä, tulotaso, mielenkiinnonkohteet, ostokäyttäytyminen jne. Tällä tavoin yritys pystyy tuotteistamaan oikeanlaisen palvelun. Hyvällä segmentoinnilla ja profiloinnilla yrityksen markkinointi- tuotekehitysstrategia suunnataan halutuille asiakasryhmille ja saadaan paras mahdollinen hyöty. (Tonder ym. 2013, 43,59 ja 97–98.) Et voi kuitenkaan perehtyä riittävästi kaikkien ihmisten elämään, arvoihin tai asenteisiin. Siksi onkin hyvä hajauttaa re-

surssit monien erilaisten ongelmien ratkaisemiseen. On myös muistettava, että toisen asiakkaan hyöty voi olla toisen haitta eli kaikkia on mahdotonta palvella yhtä aikaa. (Parantainen 2007,143–147.)

Tuotteistamisprosessissa asiakaslupauksen kirkastaminen yrityksen koko henkilöstölle on todella tärkeä askel. Asiakslupaus on siis arvoväily, joka sisältää asiakkaan näkökulmasta syyn miksi hän asioi kyseisen yrityksen kanssa. Asiakslupaus on myös tärkeää brändäyksessä ja siinä, miten yrityksestä viestitään ulospäin. On erittäin tärkeää, että asiakslupaus pystytään pitämään. Siihen tulee pystyä sitoutumaan. Asiakslupauksen rikkominen voi johtaa reklamaatioihin ja oikeuttaa asiakasta saamaan korvauksia. (Tonder ym. 2013.) Asiakslupaus on syytä tehdä selkeäksi ja helposti ymmärrettäväksi. Vielä parempi jos siitä saisi luotua iskulauseen. (Parantainen 2007, 143–147.)

3.3 Matkailupalvelun konseptointi ja blueprinttaus

Palvelukonseptin sisällöllä lunastetaan myyntiesityksessä annettu asiakslupaus. Se on joukko palveluita ja tuotteita, jotka luovat yhdessä palvelukokonaisuuden. (Tonder ym. 2013,43,59 ja 97–98.) Palvelukonseptin rakentamisessa tulee sisältö tarkoin määritellä ottaen lähtökohdaksi kohdeasiakasryhmän erityisvaatimukset. (Tonder ym. 2013, 43,59 ja 97-98). Sanotaan että kaikkein menestyneimmät yritykset luovat asiakkaalle standardisoidun asiakaspolon, jonka kaikki vaiheet ovat tarkasti mietittyjä (Bitner ym. 2008). Palvelu voidaan jakaa kolmeen ulottuvuuteen; fyysiseen, toiminnalliseen ja symboliseen. (Tonder ym. 2013, 43,59 ja 97-98).

Fyysinen taso käsittää palveluympäristön puitteet, kuten rakennukset, kulkuneuvot ja apuvälineet. Esteettömissä matkailuissa fyysisen palveluympäristön osuus korostuu. Toiminnallinen ympäristö taas käsittää asiakkaan ja palveluntuottajan tekemiä toimenpiteitä. Saatua palvelua. Symbolinen taso käsittää palvelun asiakkaalle tuottaman merkityksen. ja arvon.(Tonder ym. 2013, 43,59 ja 97–98.)

Blueprinttaus on loistava työkalu tuotteistamisessa. Siinä selkeytyy asiakkaan ja palveluntuottajan prosessit ja mitä kaikkea rooleja ja tarpeita palvelun koko elinkaaren aikana on. Palvelu kuvataan vaihe vaiheelta. Osa siitä näkyy asiakkaalle, kun taas osa ei. Kun kuvataan vaiheet rehellisesti ja realistisesti, voidaan saada selville mahdollisia puutteita ja virheitä. Blueprinttaus myös sitouttaa kaikki osapuolet yhteistyöhön. (Tonder ym. 2013.) Palveluiden merkitys maailman taloudessa on kasvanut, ja sen mukana on tullut entistä suurempi tarve parantaa palvelun laatua. Blueprinttaus on tärkeä keino, jotta voidaan luoda pitkiä asiakassuhteita ja asiakkaiden emotionaalisia siteitä yrityksen tuotteisiin (Bitner ym.2008)

Palvelu on prosessi, joka voi kestää hetken tai vaikka useita vuosia. Jotta yrityksen johto saisi hyvin kuvan tästä prosessista ja kaikista sen vaiheista on blueprinttaus todella hyvä työkalu prosessin kuvaamiseen. Tämä antaa vahvemman käsityksen asiakkaan kokemuksesta. (Bitner ym. 2008.)

4 Tutkimusmenetelmät

Tutkimusmenetelmät jaetaan kvantitatiiviseen ja kvalitatiiviseen tutkimukseen. Ero näiden välillä on välillä epätarkka ja ne voivat olla käytössä rinnakkain myös. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997.)

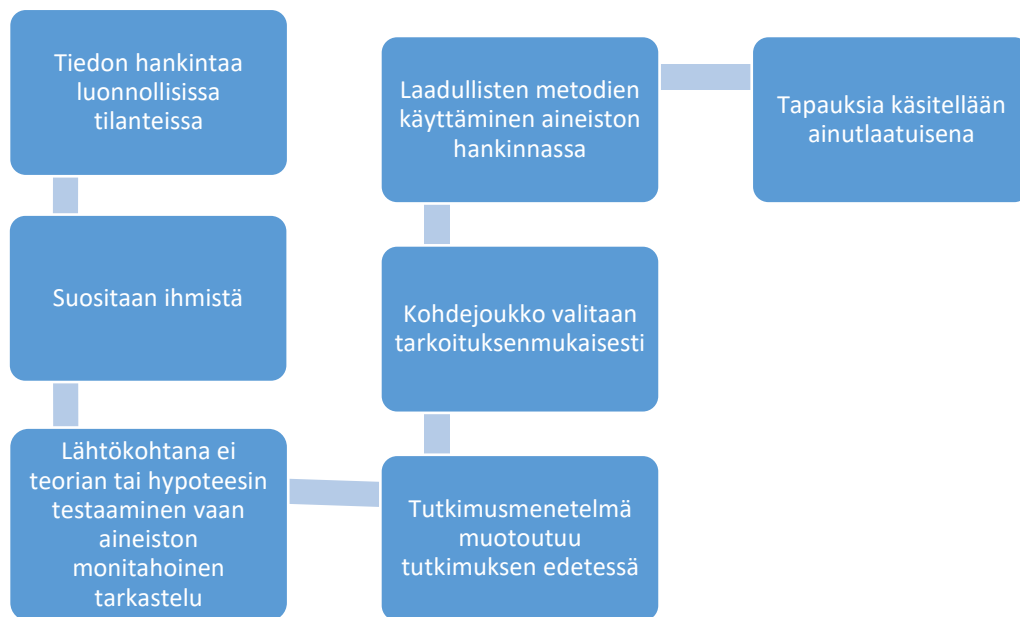
Kvantitatiivisessa tutkimuksessa johtopäätökset muodostetaan aiemmista tutkimuksista ja aiemmista teorioista (kts.kuva 9) Tutkitaan myös olemassa olevia hypoteeseja, eli teoriasta johdettuja oletuksia. Koehenkilöistä muodostetaan otanta. Tässä tutkimuksessa olen käyttänyt kvalitatiivista tutkimusta tekemällä havainnointirungon ulkomaalaisista matkatoimistoista. Tähän olen valinnut useista matkatoimistoista sopivan otannan. Aineistosta muodostetaan määrällinen mittaus. Eri muuttujista rakennetaan taulukko. Taulukosta sitten tehdään päätelmiä.



Kuvio 9. Kuvioon koottu Hirsjärven, Remeksen ja Sajavaaran määritelmiä kvantitatiivisen tutkimuksen eri piirteistä (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997)

Toisaalta käytän myös kvalitatiivista tutkimusta (kts. kuva 10). Kvalitatiivisessa tutkimuksessa etsitään tietoa luonnollisissa tilanteissa ja luonnollisilta ihmisiltä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997). Tässä luon siis kyselylomakkeen, jonka välitän eri vammaisille suunnatuissa sosiaalisen median keskusteluryhmissä. Tässä ei ole lähtökohtana teorian tai hypoteesin testaaminen vaan aineiston monialainen käsittely.

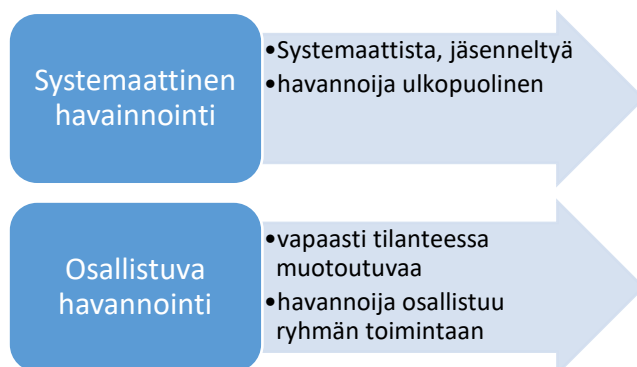
Laatimani kyselylomake on muotoutunut koko ajan tutkimusta tehdessäni ja olen huomannut uusien asioiden olevan tärkeää. Kohdejoukoksi arvioin ryhmiä, joita olen Facebookissa seurannut ja joissa arvelen olevan esteetöntä matkailua järjestäville matkatoimistoille potentiaalisia asiakkaita. Metodina käytän tunnettua Webropol-lomaketta. Saatuja tuloksia käsittelen ainutlaatuisina.



Kuva 10. Kuvaan koottu Hirsjärven, Remeksen ja Sajavaaran määritelmiä kvalitatiivisesta tutkimuksesta (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara 1997)

4.1 Havainnointirunkopohjan laadinta

Havainnoinnin etuna, että niin saadaan välitöntä, suoraa tietoa yksilöiden, ryhmien tai organisaatioiden toiminnasta. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997) (kts. kuva 11) . Tieteellinen havainnointi on tarkkailua.



Kuva 11. Kuvaan koottu havainnoinnin lajeja Hirsjärven, Remeksen ja Sajavaaran mukaan (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara 1997)

Systemaattiseen havainnointiin soveltuvat erilaiset julkaistut dokumentit, arkistomateriaali, viralliset kirjeet, kaunokirjallisuus jne. Samaten systemaattiseen havainnointiin soveltuu sähköisessä muodossa oleva materiaali. Selittää, kuvata, kartoittaa tai vertailla voi myös sähköpostiviestien, blogien, chatti- ja web-palstojen tai tekstiviestien ominaisuuksia sekä verkkolehtiä ja -artikkeleita. (Vilkka 2020.)

Tarkoitus selvittää-ulkomaisten matkatoimistojen vastaavaa tarjontaa. Heillä pidempi kokemus vammaisten matkailun järjestämisestä ja uskon että koska tämän kaltaista palvelua on tarjolla, on sille varmasti myös kysyntää. Minkä tyyppistä taustaa perustajilla ja henkilökunnalla on ja minkälaisia taustoja toimistojen taustalla on?

Valitsin laatia havainnointirunkopohjan, jonka avulla tutkin ulkomailla toimivia esteettömään matkailuun erikoistuneita yrityksiä (kts.kuvaa 12). Valitsin tutkimukseen yrityksiksi Wheel the World, Travel for All, Tampooz Travel, Planet Abled, Easy Access Travel, Seable Holidays. Yrityksiä on maailmalla kyllä vielä paljon enemmänkin mutta kyseisistä yrityksistä löytyi hyvin tietoa. Teen tutkimusta heidän perustamien verkkosivujen perusteella ja arvioin mihin eri vammaistyyppeihin he ovat erikoistuneet, mikä yrityksen taustalla oleva tarina siitä miten ovat päätyneet perustamaan vammaisiin erikoistuneen matkatoimiston, miten heillä on järjestettynä asiaan erikoistunutta henkilökuntaa tai yhteistyökumppaneita ja millaisia palveluita he tarjoavat. (kts. Liite 1)

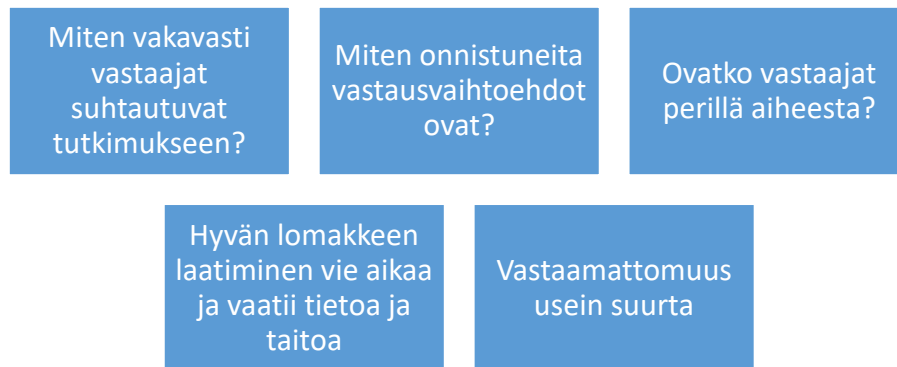
Eri vammaisryhmiin erikoistuneita matkatoimistoja ulkomailla			
Sarake2	Sarake3	Sarake4	Sarake5
Mille vammaisryhmille on tuotteita	Palvelut	Yrityksen tarina	Henkilökunta

Kuva 12. Havainnointirunkolomake ulkomaisia matkatoimistoja varten.

4.2 Kyselyn laadinta

Kyselytutkimuksen etuna pidetään yleensä sitä, että niiden avulla voidaan kerätä laaja tutkimusaineisto. Tutkimukseen saadaan paljon henkilöitä ja siinä voidaan kysyä monia asioita. Menetelmä on nopea ja vaivaton. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997.) Kyselylomake

voidaan lähettää haluamalle ihmisryhmälle ja tavoittaa hyvinkin monenlaisia ihmisiä nopeasti ja kustannustehokkaasti. Kyselyssä on kuitenkin myös riskejä, jotka tulee ottaa huomioon sekä kyselyä laatiessa ja tuloksia arvioidessa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997.) (kts.kuva 13)

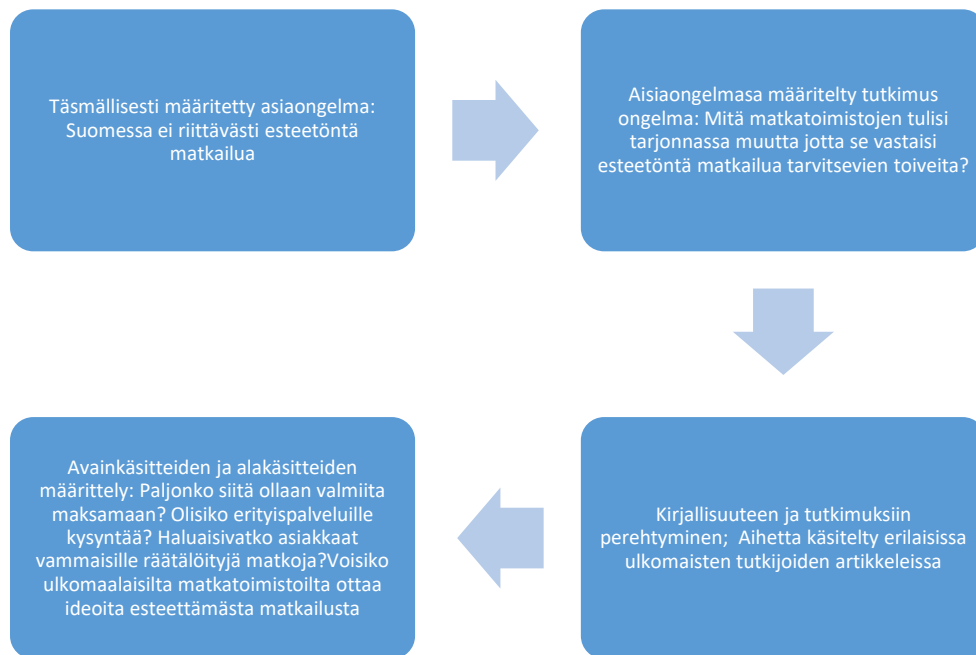


Kuva 13. Kuvassa kuvattu kyselyiden haasteita Hirsjärven, Remeksen ja Sajavaaran mukaan (Hirsjärvi, Remes&Sajavaara 1997)

Minun valintani on ollut etsiä esteettömästä matkailusta kiinnostuneita Facebook-ryhmiä ja suunnata kyselyni heille. Selvitän mitä suomalaiset vammaiset haluaisivat ja mistä olisivat valmiita maksamaan. Kysely laaditaan Webropol-lomakkeelle. Kysymysten sisältö tulee olla tarkkaan mietittynä, jotta se palvelisi tutkimusta mahdollisimman hyvin. Kysyä voi mm. tosiasioita, käyttäytymistä ja toimintaa, tietoja, arvoja, asenteita ja uskomuksia. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997.) Lomakkeen tulisi mitata sitä mitä tutkimussuunnitelmassa sanotaan mitattavan.

Eli lähden tarkoin määritetystä asiaongelmasta (kts.kuva 14). Tämä olisi se, että minun mielestäni Suomessa ei ole riittävästi tarjolla esteettömiä matkapaketteja ja että uskon että sellaisille olisi kysyntää. Asiasta määrittelen tutkimusongelman eli mitä matkatoimistojen tulisi tarjonnassaan muuttaa, jotta se vastaisi esteetöntä matkailua tarvitsevien toiveita.

Aiemmin olen jo tietoperustaa tehdessäni tutustunut alan asiantuntijoiden artikkeleihin siitä, miten tätä asia on maailmalla tutkittu ja mitä tuloksia siitä on saatu. Olen selvittänyt kirjallisuudesta myös eri alan käsitteet. Itse tutkimus selvittää mitkä kaikki asiat vaikuttavat siihen mitä asiakas mahdollisesti haluaisi matkanjärjestäjältä tilata.



Kuva 14. Kuvassa kuvattu onnistunutta lomaketta ja tutkimussuunnitelmaa Vilkan mukaan.
(Vilka 2020)

Tässä kyselyssä halusin kysellä vammaisten tämänhetkisiä matkailutottumuksia, ja mitä kaikkea matkailun järjestäminen heiltä vaatii. Pystyisikö matkailualan yritys tarjoamaan heille palvelua, joka mahdollistaisi useampia matkailumahdollisuuksia ja millaista tämänkaltaisen palvelun toivottaisiin olevan?

Lomakkeen laadinnassa vastausvaihtoehtojen mietintä pitää tehdä tarkkaan, jotta saataisiin mahdollisimman paljon tietoa -ja toisaalta taas estettäisiin väärinymmärryksiä. Lomakkeen huolimaton laadinta vähentää vastausmäärää ja siitä ei myöskään saa riittävästi oikeanlaista tietoa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997.) Kysymysten laadinta edistyi tietopohjaa ja havainnointirunkoa tehdessä. Opin millaisia palveluita muualla tarjotaan ja mitä asioita eri tutkimukset painottavat. Tärkeää selvittää mm. mitä erilaisia palveluja tarvittaisiin erilaisille matkakokoonpanoille ja erityyppisille matkoille. Millaisista matkoista asiakkaat ovat kiinnostuneita? Esimerkiksi lapsiperhe-, romanttinen matka kumppanin kanssa, seikkailumatka tai vaikka matka yksin. Ovatko asiakkaat valmiita maksamaan kuinka paljon, olisiko halua maksaa apuvälineistä, kuljetuksista tai ehkä koulutetuista avustajista ja oppaista? Matkustaisivat he enemmän, jos jotain palveluita tarjottaisiin enemmän ja tietyn tyyppiä matkoja tarjottaisiin enemmän?

Laadin sekä monivalintakysymyksiä että jotain myös avoimia kysymyksiä. Kysymyslomakkeita julkaisen esteettömään matkailuun erikoistuneilla Facebook sivuilla. Tarkoitus tavoittaa mahdollisimman laaja ryhmä vammaisia kysymyksiin vastaamaan.

Hyvässä kyselyssä on tärkeintä selkeys Olen pyrkinyt kysymysten laadinnassa selkeyteen ja spesifiyteen. Lyhyet kysymykset on koettu paremmaksi kuin pitkät ja on tärkeä välttää kaksoismerkitystä. Monivalintavaihtoehdot ovat hyviä ja siksi olenkin suosinut niitä. Monivalintatehtäviin yleensä vastataan parhaiten, mutta tulisi olla mahdollista valita useampi vaihtoehtoja ja laittaa vaihtoehdot paremmuusjärjestykseen. Lomakkeen pituus tulee myös tarkastaa ja yleisen ohjeen mukaan 15 minuuttia on täyttämässä maksimi. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 199, 197–199.) Lomakkeen saatekirjeessä tulee kertoa kyselyn tarkoituksesta ja tärkeydestä. Tulisi kertoa kyselyn merkityksestä vastaajalle. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 199, 197–199.) Olisin voinut kyselyäni ehkä hieman paremmin perustella koska vastauksia ei tullut kamalan monta.

Toimeksiantajaan olen yhteydessä lomakkeen tiimoilta ennen sen julkaisemista, jotta he voivat sanoa toiveensa siitä, miten kysymyksiä voisi muokata, jotta he saisivat siitä mahdollisimman suuren hyödyn. Kun lomake alkaa olla valmis, testaan sen muutamalla ystävällä/henkilöllä jotta saan parannusehdotuksia, ymmärretäänkö kysymykset ja onko lomake helppo täyttää. Joitakin kysymysten moniselitteisyyden selventämistä selventäviä ehdotuksia, joita ei ollut ajatellut, tuli.

4.3 Tulosten käsittely

Julkaisin kyselyni useammassa Facebook-ryhmässä. Näitä olivat Esteetön matkailu/ 3206 seuraajaa, Keskusteluryhmä Rusetti ry/ 390 seuraajaa, Yhteisesti vammaisten ihmisten asioista/ 2963 seuraajaa, Hei me reissataan kotimaassa/ 27465 seuraajaa ja Invalidiliitto/7200 seuraajaa. Kysely oli avoinna hieman vajaa kaksi viikkoa. Vastausmäärä jäi kuitenkin pieneksi eli vain 54 vastausta. Tutkimukseni on siksi suuntaa antava, eikä anna ihan varmaa tietoa potentiaalisten asiakkaiden toiveista.

Kyselyjen vastauksia kävin läpi, kun sovittu vastausaika umpeutui. Aineistoa käsittelin muuttaen sitä erilaisiksi kuvaaviksi taulukoiksi ja tilastoiksi. Aineistoa on hyvä käydä läpi kysymys kysymykseltä ja arvioida puutteellisista vastauksista se kuinka onnistunut niin kysymysasettelu kuin lomakkeen teko ovat olleet. Esimerkiksi suuri osa 'en osaa sanoa'-vastauksia on huono asia. Puuttuvia havaintoja ovat kysymykset, joihin ei ole saatu selkeää vastausta. (Vilka 2020.)

Tärkeää on myös tutkia onko joku ryhmittymä ylliedustettuna vastauksissa- ja onko otanta siksi epäonnistunut. Entä kuinka luotettavan kuvan kyselyn tulokset antavat perusjoukon todellisista toiveista ja haluista? Kerätyn materiaalin luotettavuus pitää kaikin tavoin arvioida, jotta siitä voi tehdä päätelmiä. (Vilka 2020.)

Toisessa tutkimusosassani laadin havainnointimatriisin ulkomaisten matkatoimistojen esiteettömästä tarjonnasta. Havainnointimatriisi on taulukko, johon muuttuvia tietoja koskevat havainnoinnit talletetaan. Havainnointimatriisi on sama kuin aineisto. Tämä ei kuitenkaan ole vielä tutkimustulosten esittämistä. (Vilka 2020.) viittaus Matriisista koon tulokset taulukoiksi ja muuksi sopivaksi materiaaliksi. Tarkkailen matriisissa toistuvia tekijöitä ja teen havaintoja.

5 Tulokset havainnointilomakkeesta ja webropol-kyselystä

Valitsin tutkimukseeni kuusi maailmalla toimivaa eri vammaisryhmiin erikoistunutta matkatoimistoa. Toimistoista suuri osa on Yhdysvalloista ja osa on Euroopasta. Tutkin heidän verkkosivujensa kautta toimistojen taustaa, liittyen mm. perustajaan ja henkilökuntaan.

Webropol-lomakkeella kyselin kotimaisten potentiaalisten asiakkaiden toiveita siitä miten esteetöntä matkailua tulisi kehittää ja millaisesta palvelusta oltaisiin valmiita maksamaan. Minulla oli julkaistuna lomake useammalla sivustolla mutta valitettavasti en saanut vastauksia kuin yhteensä 54. Tutkimukseni tulokset ovat siis viitteelliset, eivätkä täysin varmasti edusta sitä minkälaista palvelua suomalaiset vammaiset haluaisivat kotimaan matkailua järjestäviltä matkanjärjestäjiltä. Kyselyt auki 4.9-16.9.2022.

5.1. Havainnointi

Havainnointilomaketta (kts. Liite 1) laatiessani näin, että eri matkatoimistot olivat erikoistuneet eri vammaisryhmiin. Oli toimistoja, joissa liikuntarajoitteiset ja eri tavalla fyysisesti rajoitteiset asiakkaat korostuivat. Toiset matkatoimistot taas olivat keränneet tietämystä näkövammaisista tai kuulovammaisista asiakkaista.

Usein sopivan asiakasryhmän valintaan oli vaikuttanut perustajan tai perustajien oma henkilökohtainen kokemus kyseisestä vammaisryhmästä. Osa perustajista oli kokenut vammaisuuden itse ja halusi jakaa itse keräämäänsä matkailutietoa, koska koki että matkatoimistot eivät sitä riittävästi tarjonneet. Nämä perustajat usein etsivät tietoa uusista kohteista koko ajan matkustamalla itse kohteisiin. He kertoivat arvioitaan siitä, miten matkustaminen kyseisessä kohteessa olisi mahdollisimman vaivatonta ja sopisiko kohde ylipäättään kyseiselle asiakasryhmälle. Tämänkaltaisen matkustustiedon jatkuva päivittäminen onkin mielestäni tärkeää koska tilanteet muuttuvat koko ajan.

Osa perustajista oli taas tehnyt havaintoja siitä miten omien vammaisisten perheenjäsenten kanssa matkustaminen järjestyi. Tämä on myös arvokas tapa kerätä tietoa sillä myös vammaisten perheenjäseneet ovat merkittävä asiakasryhmä esteetöntä matkailua järjestettäessä. Perheenjäsenten näkökulma on myös todella tärkeä. Perustajiin kuului myös vammaistyötä aiemmin tehneitä, jotka olivat tätä kautta kiinnostuneet esteettömästä matkailusta. Kaiken kaikkiaan perustajille oli tärkeää henkilökohtainen kokemus vammaisuudesta ja siitä, miten se vaikuttaa matkailuun.

Havaintilomakkeesta kävi ilmi myös se että toimistoille on tärkeää että henkilökunnalla on osaamista vammaisuuteen liittyen. Osa toimistoista oli laittanut jokaiselle matkakohteelleen oman vammaisvastaavan. Hän oli perehtynyt kohteen esteettömyystietoihin ja ylläpiti näitä tietoja. Näin on mahdollista, että asiakkaalla on aina taho, josta voi saada mahdollisimman tarkkaa ja hyvää tietoa kohteen esteettömyydestä. Toimistoilla on omassa palveluksessaan sellaisia sekä osa-aikaisia että kokoaikaisia työntekijöitä, joilla kaikilla on tietämystä esteettömyysasioista. Kaikkea osaamista ei kuitenkaan aina kannata hankkia itse, vaan toimistojen apuna oli myös monia kansainvälisiä yhteistyökumppaneita, esimerkiksi aktiviteettien järjestäjiä. Näkö- kuulovammaisiin erikoistuneet toimistot tarjosivat matkustajille myös näihin erikoistuneita oppaita, ja osa toimistoista tarjosi asiakkaille avustajia. Matkoja on mahdollista myös räätälöidä asiakkaan yksilöllisiä tarpeita varten.

Toimistot tarjosivat hyvin erilaisia palveluja. On matkoja esimerkiksi yksin matkustajalle, on romanttisia matkoja ja toisaalta on tarjolla myös lapsiperhematkoja. Tämä on todella tärkeää koska vammaiset -aivan yhtä lailla kuin kaikki muutkin -matkustavat erilaisissa seurueissa. He myös haluavat kokea matkan eri tavoilla.

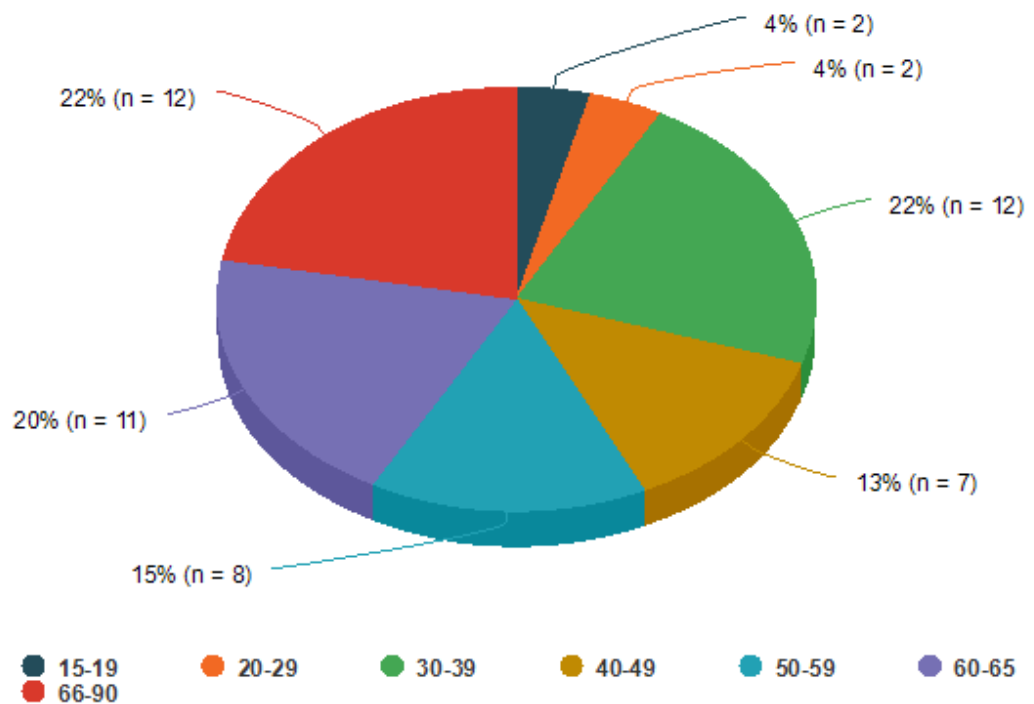
Matkapaketteihin voi sisällyttää monenlaisia palveluita kuten esteetöntä majoitusta, lentokenttäkuljetuksia, aktiviteetteja ja vaikkapa urheilua. Paketti voi olla yhden tai useamman päivän pituinen. Mahdollisuuksia erilaisiin paketteihin voisi olla todella paljon.

Havaintomatriisien tutkimisessa merkittävämpänä tuloksena oli että matkatoimistoilla oli kaikilla selkeästi segmentoitu asiakasryhmä ja heille tarjolla monipuolinen tuotevalikoima. Ei siis samanlaista tuotepakettia kaikille vaan eri tilanteisiin sopivia erilaisia tuotteita. Tuotteissa hyödynnetään asiakkaiden erilaisia elämäntilanteita ja tarpeita.

Toinen merkittävä tulos oli yritysten selkeä ammattitaito ja intohimo koskien vammaisuusasioita. Oli henkilökohtaista kokemusta vammaisuudesta tai sitten esimerkiksi perheenjäseniltä hankittua kokemusta. Myös henkilökunta oli hyvin vammaisuuteen koulutettua ja kohteilla jopa vammaisvastaavia. Asiakkaat saavat siten hyvin tietoa kohteiden esteettömyydestä. Kuitenkin myös yhteistyökumppaneiden käyttö oli merkittävää.

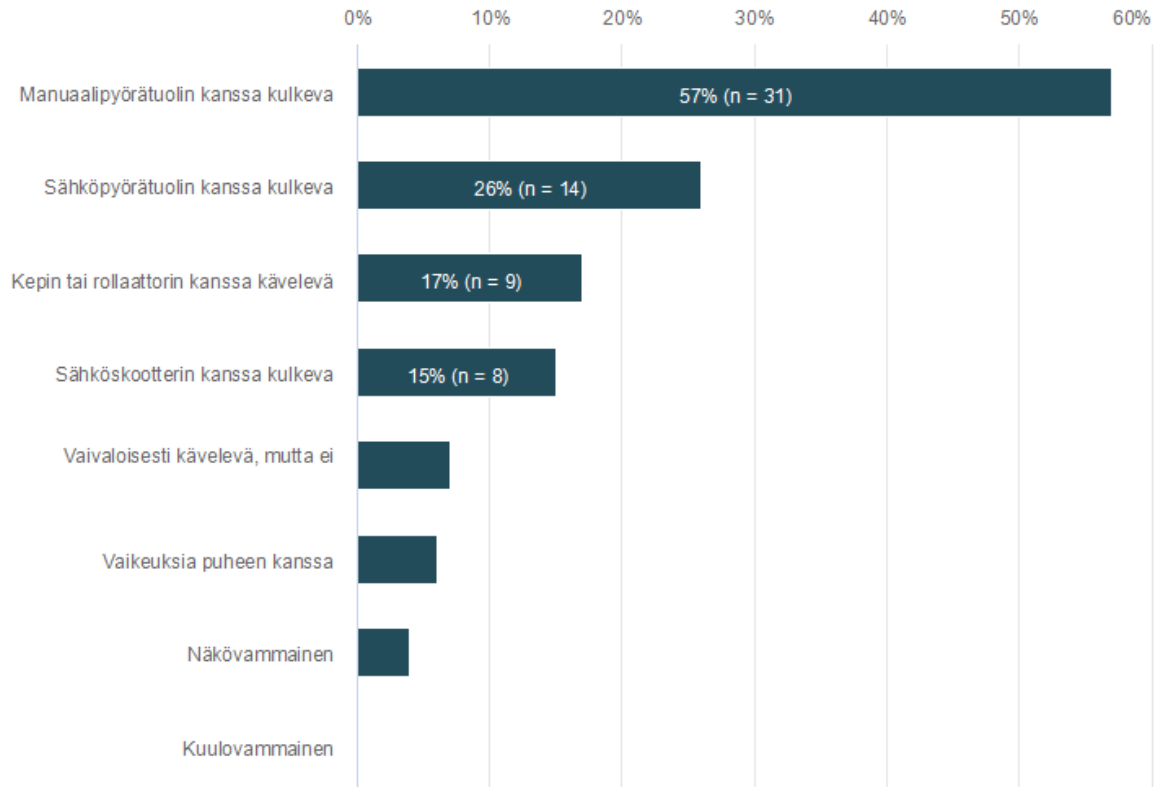
5.2. Kysely

Kyselin tutkimuksessani (kts. Liite 2) minkäikäisiä asiakkaani ovat. Tämä tieto voi auttaa matkanjärjestäjää kohdistamaan mainontaansa asiakaskunnalle oikein. Vastajien ikähaarukka oli todella laaja. Eniten vastauksia oli kuitenkin alkaen 30-vuotiaasta eläkeikäisiin asti.



Kuvio 15. Vastaajien ikäjakauma on laaja

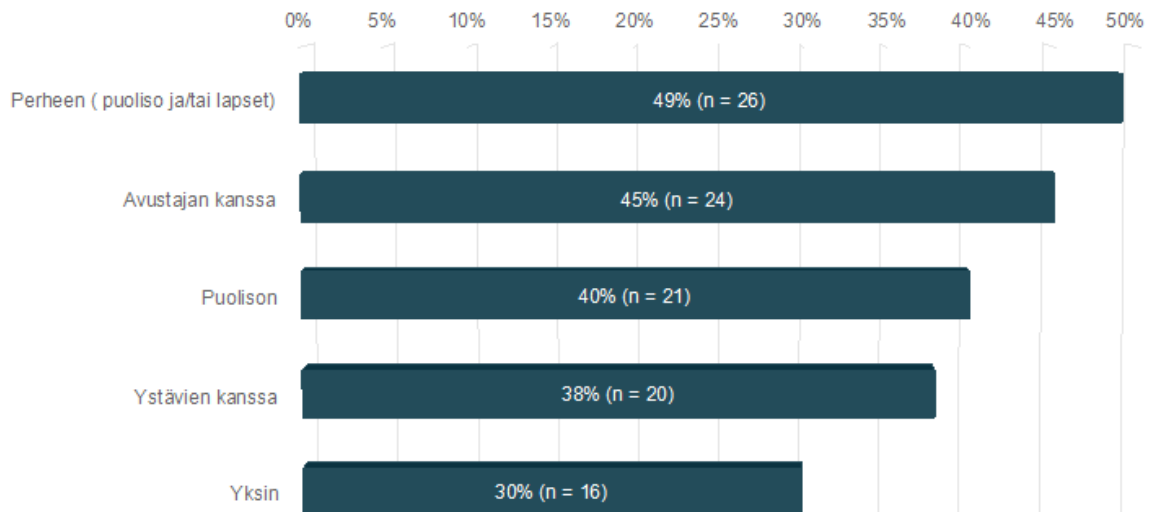
Lähdin myös tutkimaan sitä minkä tyyppisiä vammoja vastaajilla oli. Erilaisia vammoja on olemassa hyvin monenlaisia. Rajasin kuitenkin kyselyn kohdistumaan vain erilaisiin liikkumista vaikeuttaviin vammoihin. Ehdottomasti suurin ryhmä vastaajista liikkui apuvälineenä manuaalipyörätuoli. Siksi ei ollutkaan yllättävää, että vastaajista enemmistö tarvitsi jonkinlaista avustajaa matkoilla. On kuitenkin tärkeä huomata, että vastaajien käytössä oli apuvälineinä muitakin vaihtoehtoja kuten sähköskootteria ja sähköpyörätuolia. Näiden kanssa yksin matkustaminen oli ainakin ajoittain mahdollista.



Kuvio 16. Vastaajien vammojen eri tyytit manuaalipyörätuolin käyttäjiä on eniten

Esteettömästä matkailusta kiinnostuneet liikkuvat tutkimuksen mukaan matkoilla hyvin erilaisilla kokoonpanoilla. Ajoittain peräti 30% liikkuu matkoilla yksin. Tämä tulisi matkanjärjestäjien huomata. Vastaajat toivoivat esteettömyyttä mm. wc-tiloissa ja tarjottavilla esteettömillä huoneilla. Tähän riittäisi tarpeeksi iso ovi, ei portaita ja iso WC. Tilaa tulisi olla myös olla apuvälineille. Avustajalle voisi olla oma sänky tai jopa mahdollisesti oma huone. Esteettömistä huoneista, wc-tiloista ja kulkuvälineistä toivottiin valokuvia. Niistä asiakas voisi varmistaa niiden sopivuuden juuri hänelle.

Vastaajille oli tärkeää pystyä luottamaan siihen, että matkanjärjestäjä ymmärtää erilaisilla apuvälineillä liikkuvien erityistarpeet. Tarjolla tulisi olla esteetöntä majoitusta, kuljetuksia ja aktiviteetteja. Apua olisi esimerkiksi siitä, että ravintoloissa olisi buffet-pöydän sijasta mahdollisuus pöytiin tarjoiluun. Myös ovien avaamisessa saisi olla apuja. Usein tiedon saanti tämän tyyppisistä asioista on vaikeaa.



Kuvio 17 Erityyppiset matkaseurue kokoonpanot

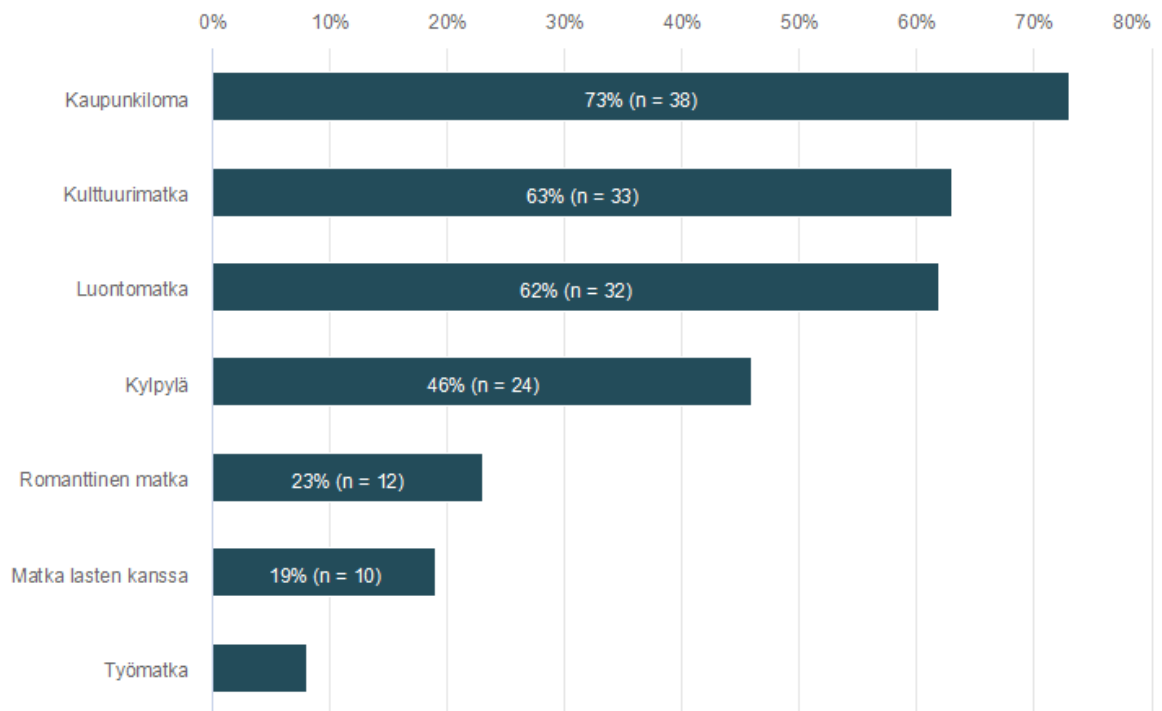
Kyselin tutkimuksessani myös minkä tyyppinen matka Suomessa kiinnostaisi. Kaupunkiloma oli ylivoimaisesti suosituin. Myös myös kulttuuri-, luonto- ja kylpylälomat saivat paljon kannatusta. Vastaajat kokivat että pienemmissä kaupungeissa esteettömässä matkustamisessa on vielä enemmän kehitettävää kuin mitä suurempien kohdalla. Esimerkiksi esteettömiä majoituksia on vähemmän tarjolla. Toivottiin myös sellaisia esteettömiä majoituksia joihin lapsiperheetkin pääsevät. Tätä vastaajien mukaan ei usein ole otettu huomioon riittävästi.

Luontomatka kiinnostaa. Vastaajat toivovatkin paremmin järjestettyjä kuljetuksia luontokohteisiin metsään, järvelle ja tuntureihin. Mahdollisista esteettömistä reiteistä toivotaan enemmän tietoa. Sekä reittejä että tietoa niistä on Suomessa liian vähän tarjolla. Tieto voi olla myös puutteellista. Puutteellinen tieto ei esimerkiksi kerro sitä että vain pieni osa reitistä on esteetön.

Kuljetus kohteisiin pitäisi olla oikeasti esteetön. Osa vastaajista sanoi että olisi hienoa jos pystyisi laskemaan selkänojaa myös hetkeksi alas pitkien matkojen aikana. Linja-autoissa tulisi olla pyörätuolihissit ja niiden tuli olla riittävän isoja. Junien pitäisi olla koko matkan esteettömiä ja tästä tulisi saada luotettavaa tietoa.

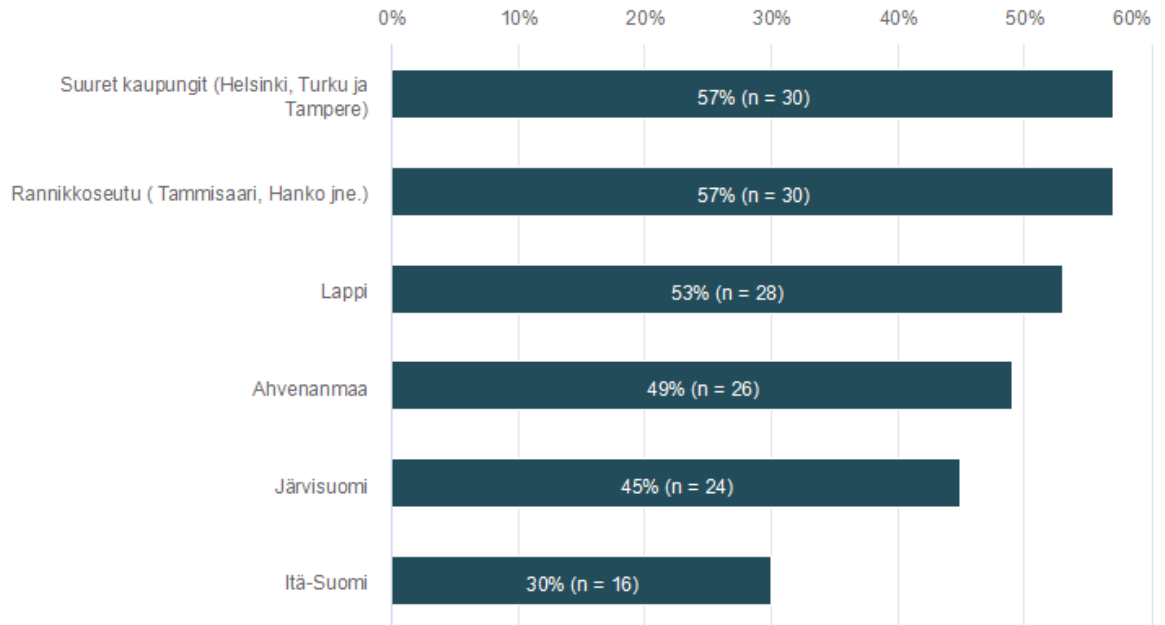
Kylpylälomilla vastaajat toivoisivat että he pääsisivät liikkumaan altaalle itsenäisemmin, ilman avustajaa. Toivottiin että käytettävissä olisi suihkutuoleja joita pystyisi itse kelaamaan. Toivottiin kuvia siitä miten altaaseen siirtyminen esteettömästi tapahtuu. Kuvien avulla asiakas pystyy paremmin arvioimaan miten matka onnistuisi.

Vastaajista melko moni toivoi että tarjolla olisi matkapaketteja, joissa tarjottaisiin majoitus, kuljetukset ja aktiviteetteja. Tämän järjestämisessä olisi tärkeää että matkanjärjestäjä oikeasti tietää mitä esteettömyys tarkoittaa sekä majoituksessa, kuljetuksissa että aktiviteeteissa. Tästä kaikesta tulisi saada hyvää ja tarkkaa tietoa. Esimerkiksi yksikin majapaikassa oleva porras voi osoittautua ongelmaksi.



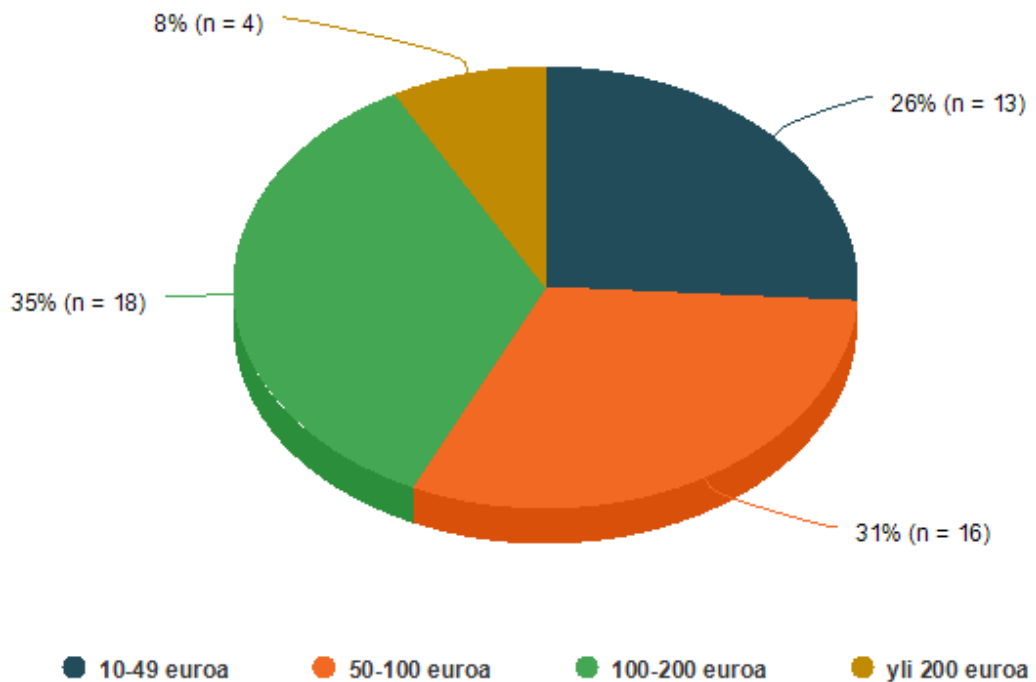
Kuvio 18 Erilaiset matkatyytit. Kaupunki, kultturi- ja luontoloma suosituinta

Tutkin myös, minne päin Suomea vastaajat olisivat kiinnostuneita matkustamaan. Vastausten perusteella kiinnostusta olisi matkustaa hyvinkin monille alueille Suomessa. Avoinna vastauksissa kävi ilmi, että suurempiin kaupunkeihin matkustaminen on helpompaa. Näin siksi koska suuremmat kaupungit tarjoavat enemmän esteetöntä majoitusta.



Kuvio 19 Toivotut matkakohteet Suomessa. Melkein kaikki vaihtoehdot saivat kannatusta

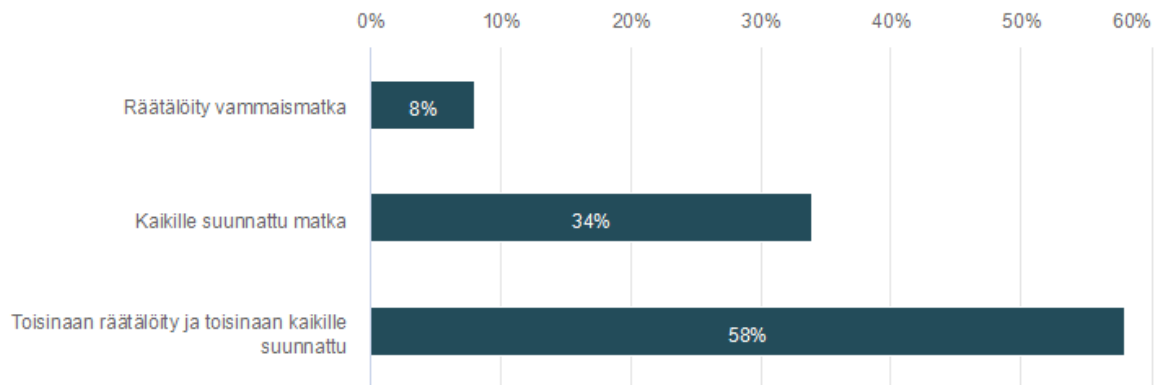
Koska esteettömän matkailun järjestäminen saattaa vaatia matkanjärjestäjältä enemmän resursseja ja eriteltyjen palveluiden järjestämistä, kysyin vastaajilta paljonko he olisivat valmiita maksamaan enemmän heille räätälöidyistä palveluista. Enimmistö tuntui olevan sillä kannalla että 50-100 euroa tai 100-200 euroa olisi sopiva summa.



Kuvio 20 Paljonko vastaajat maksaisivat enemmän vammaisille räätälöidystä matkasta

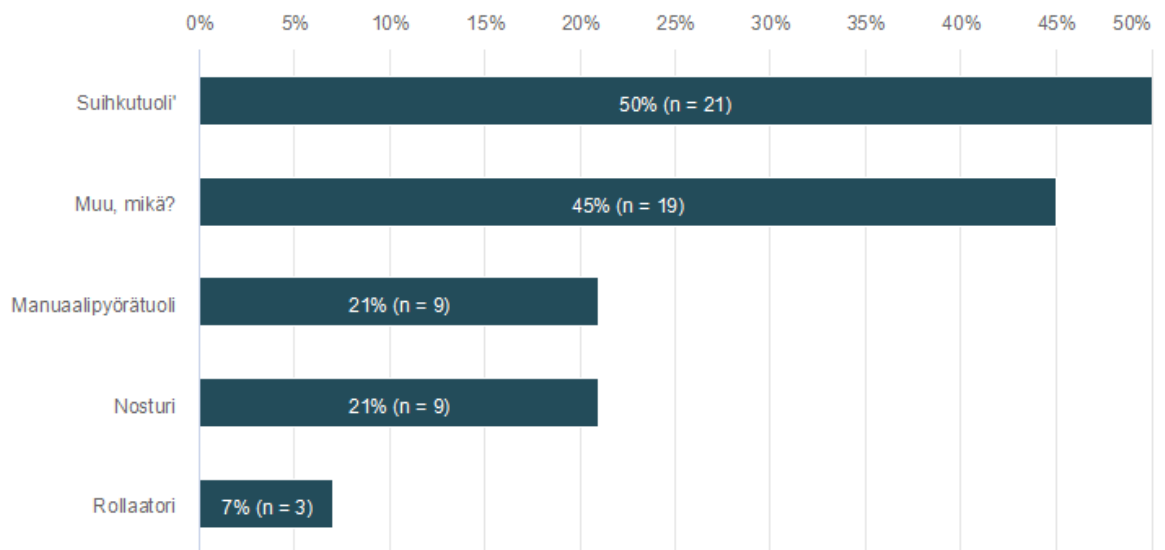
Selvitin tutkimuksessani myös olisiko vastaajilla kiinnostusta juuri vammaisille räätälöityyn matkaan vai olisiko kuitenkin parempi, että matka olisi kaikille suunnattu. Enemmistö koki,

että toisinaan räätälöity matka olisi hyvä, toisinaan matkapakettien kautta, jotka olisivat kaikille suunnattuja.



Kuvio 21 Vammaisille räätälöity matka vai kaikille suunnattu matka

Kyselin tutkimuksessani myös olisiko mahdollisuus vuokrata joitain apuvälineitä matkan ajaksi. Tähän tuntui olevan paljon kiinnostusta. Erityisesti suihkutuolin, manuaalipyörätuolin ja nosturin vuokraukseen olisi kiinnostusta. Avoimissa vastauksissa sähkömopot, turvakaiteet sänkyyn, korocejakkarat ja talviliikuntavälineet keräsivät kannatusta.



Kuvio 22 Haluaisivatko vastaajat vuokrata apuvälineitä matkakohteissa

Esteetöntä kuljetusta eivät matkaa varten tarvitseet kaikki matkustajat. Osalle olisi apua jo siitä, että liikkuminen välineestä toiseen onnistuisi ilman portaita tai siitä että luonnossa liikkumiseen olisi tarjolla esteetöntä kuljetusta. Invataksit ja inva-autot olivat tavallisimpia kuljetusvälineitä mitä vastaajat toivoivat. Tarvetta olisi tilavaan rampilliseen ja hissillä varustettuun ajoneuvoon. Oli myös toiveena, että aivan tavallisiin julkisiin kulkuneuvoihin olisi esteetön pääsy. Vastaajien mukaan esteetöntä kuljetusta toisinaan tarvittiin ja toisinaan taas ei.

Oli mielenkiintoista havaita, että mikäli matkajärjestäjällä oli tarjota vammaisiin erikoistunut opas tai avustaja niin se ei lisännyt merkittävästi kiinnostusta matkustamiseen. Kysymysäni tätä vertailuasteikolla 1-10 tuli keskiarvoksi 5.8.

Kyselyn mukaan melko suuri osa vastaajista olisi kiinnostunut käyttämään vammaisiin erikoistunutta matkanjärjestäjää. Matkajärjestäjältä odotetaan tässä asiantuntemusta esteettömyydestä ja selkeää viestintää. Aivan kaikki vastaajat eivät kuitenkaan koe, että olisivat Suomessa kiinnostuneita esteettömyyteen erikoistuneista matkatoimistoista tai että olisivat valmiita maksamaan siitä enemmän. Kysyttäessä tätä asteikolla 1-10 tuli keskiarvoksi 7,1.

6. Pohdinta

Tutkin havainnointirungon avulla ulkomaisten vammaisiin erikoistuneiden matkanjärjestäjien toimintaa ja tarjontaa (kts. Liite 2). Tarkoitukseni oli selvittää voisiko ulkomailla olevasta esteettömän matkailun tarjonnasta saada ideoita. Ja esimerkiksi millaista taustaa yrityksen perustajilla ja työntekijöillä on.

Vastaukseni sanoi, että useimmat matkatoimistot olivat löytäneet valikoimiinsa erityyppistä tarjontaa erilaisille asiakkaille. Oli otettu huomioon eri matkatyypit, kuten perheen kanssa matkustaminen, romanttinen matka tai vaikka yksin tehty matka. Yksi toimisto oli ottanut huomioon koiran kanssa matkustamisen. Tämä on todella tärkeää, jos mukaan tarvitaan avustajakoira. Koenkin tämän perusteella tärkeäksi sen, että matkanjärjestäjät tunnistavat vammaistenkin matkustavan erilaisilla seurueilla. Siksi heillekin tulisi tarjota erityyppisiä matkoja.

Tietämystä esteettömyydestä yritysten perustajille oli kertynyt esimerkiksi henkilökohtaisen vamman tai läheisen ihmisen vamman kautta. Usein myös henkilökuntaa oli koulutettu vammaisten erityistarpeisiin. Tämä on tärkeää koska myös tekemäni kyselyn mukaan myös suomalaiset vammaiset kokevat, että matkanjärjestäjät eivät usein ymmärrä mitä esimerkiksi pyörätuolilla liikkuva tarvitsee. Osa ulkomaisista toimistoista oli myös erikoistunut tiettyihin vammaistyyppisiin, mikä vahvistaa heidän asiantuntemustaan kyseisestä vammaistyyppistä.

Kyselylomakkeeni (kts. Liite 2) avulla pyrin selvittämään miten halukkaita suomalaiset vammaiset olisivat käyttämään esteettömiä matkapaketteja Suomessa, paljonko he olisivat valmiita maksamaan siitä, olisiko erityispalveluille kysyntää ja haluaisivatko he vammaisille räätälöityjä matkoja vai kaikille suunnattuja matkoja.

Tutkimuksen mukaan vastaajat toivoivat, että matkanjärjestäjillä olisi enemmän tietämystä vammaisten erityistarpeista ja että tämä otettaisiin huomioon esimerkiksi viestinnässä ja markkinoinnissa selkeämmin, mm. kuvia käyttämällä. Kuvista on helpompaa arvioida onko paikka matkustajalle sopiva. Tätä mieltä olivat myös opinnäytetyöni alussa viittaamani Jutila ja Ilola. Esteettömän matkailun viestinnässä Suomessa on vielä korjattavaa.

Jutila ja Ilola (Jutila & Ilola 2013, 34–38.) olivat myös tietoperustani lähteissä todenneet että luonto- ja kulttuurimatkailuun olisi kovasti kysyntää. Tätä ei ole riittävästi Suomessa järjestetty. Kyselyssäni vastaajat myös ilmaisivat halunsa matkustaa luonto- ja kulttuuri-kohteisiin mutta että erityisesti luontokohteet ovat usein esteettömyysmielessä puutteellisia.

set. Voi esimerkiksi olla, että vain osa luontoreitistä on esteettömiä. mutta tätä ei ole riittävän selkeästi viestinnässä kerrottu. Jutilan ja Ilolan mukaan kongressimatkailuun olisi myös kysyntää mutta siihen en kyselyssäni löytänyt riittävästi kiinnostusta. Tämä tulos saattaa johtua siitä, että en ollut muotoillut kysymyksiä oikein tai siitä että vastaajien otannassa ei ollut tämän tyyppiseen matkailuun kiinnostusta.

Kun kysyin, haluttaisiinko matkojen olevan joko vammaisille räätälöityjä tai kaikille suunnattuja, niin useimmat vastasivat, että toisinaan räätälöityjä ja toisinaan kaikille suunnattuja. Vammaisiin erikoistunutta matkatoimistoa oltaisiin kyselyn mukaan kuitenkin kiinnostuneita käyttämään. Mutta olisiko tämä kaltaisella matkatoimistolla riittävästi kysyntää? Tästä jäin hieman epävarmaksi. Tämä oli näkynyt jo opinnäytetyöni alussa tietoperustassa. Useammassa lähteessäni (Räsänen ym. 2021,15 ;Kalmari 8.4.2021 ;Fuente-Robles ym. 2020) todettiin että inklusiivisen -eli kaikille suunnatun matkailun -tulisi olla ensisijaisia ja että vammaiset eivät halua tehdä itsestään erityisnumeroa.

Erilaisia apuvälineitä vastaajat olisivat kiinnostuneita vuokraamaan matkanjärjestäjiltä. Matkaa helpottaisivat mm. suihkutuolit ja korokejakkarat. Vaikuttaisi että tämän kaltaiselle vuokraamiselle olisi kysyntää. Erilaisten omien apuvälineiden mukana kuljettaminen on kuitenkin hankalaa ja työlästä. Varsinaista matkanjärjestäjän järjestämää avustajaa enemmistö ei kuitenkaan haluaisi.

Kysyin kuinka paljon vastaajat olisivat valmiita maksamaan enemmän vammaisille räätälöidystä matkapaketista. Vastauksissa hajonta oli melko suurta noin 50 euron ja 200 euron välillä. Tähän mielestäni voi kuitenkin vaikuttaa se, että tällä hetkellä tämänkaltaista toimintaa Suomessa ei ole. Siksi voi olla vaikeampi vastata niin että räätälöidystä matkasta haluaisi maksaa enemmän.

Opinnäytetyöni alussa tietoperustassa Seong Ok Lyun (Lyu 2016) totesi, että vammaiset olisivat valmiita maksamaan erityisesti esteettömästä majoituksesta, seuraavaksi eniten kuljetuksesta ja sitten vuokratuoleista ja opasavustajista. Omassa tutkimuksessani kiinnostus aidosti esteettömään majoitukseen ja kuljetukseen oli suurta. En tutkimuksessani osannut kuitenkaan riittävän selkeästi kysyä oltaisiinko tästä valmiita maksamaan. Vuokra-apuvälineet kiinnostivat myös, kun taas opasavustajat eivät herättäneet kiinnostusta.

Olin kuitenkin hieman huolestunut siitä kuinka kannattavaa tämänkaltaisten matkojen järjestäminen olisi. Toiminta vaatisi kuitenkin matkanjärjestäjältä lisäresursseja. Yhdessä avoimessa vastauksessa pohdittiinkin, että vastaaja ei olisi Suomessa valmis maksamaan enemmän mutta ulkomaanmatkoilla asia olisi toisin. Jo tietoperustassa (Martin-Fuentes.

Mostafa-Shallan& Mellinas 2021).mainittiin että esteetön matkustaminen koskettaa joko suoraan tai välillisesti useita ihmisiä. On otettava huomioon myös vammaisten matkaseurue eli perhe ja ystävät. Kyselystä nähtiin, että vastaajat matkustivat hyvin erilaisissa kokoonpanoissa.

6.1 Kehitys/toimenpide-ehdotukset toimeksiantajalle

Opinnäytetyöni oli rajattava suppeammaksi kuin mitä olin alun perin suunnitellut. Opinnäytetöissä ei yleensä voida aivan kaikilta osin ja kaikin perustein asioita selvittää.

Toimeksiantajalle jättäisin jatkotoimenpiteeksi erityisesti sen selvittämisen mitä kuluja vastaajien toivomien matkojen järjestäminen edellyttäisi. Voisiko yhteistyökumppaneiden löytäminen olla kustannustehokkaampaa kuin kaiken järjestäminen itse? Tähän tuotteistamisluvussani olevat lähteet viittaavatkin. Myös havainnointirungossa olevat ulkomaiset matkanjärjestäjät hyödynsivät paljon yhteistyökumppaneita.

Jatkoehdotuksena toimeksiantajalle olisi myös sen tutkiminen voisivatko ulkomaiset esteetöntä matkustamista toivovat kiinnostua tämänkaltaisista matkapaketeista Suomeen. Tai miten suomalaisille voitaisiin järjestää matkoja ulkomaille niin että mukaan sisältyisi myös retket ja apuvälineiden vuokraus.

6.2 Tutkimukseni toistettavuus ja luettavuus sekä oma oppiminen

Webro-kyselylomakkeeseen tulleita vastauksia oli vähemmän kuin toivoin ja siksi tutkimukseni ei ole niin luotettava kuin olisin halunnut. Olisin ehkä joko voinut laatia saatekirjeen houkuttelevammaksi tai sitten kysely olisi tullut julkaista paikassa mitä en ollut tullut ajatelleeksi.

Havaintomatriisissa olisi taas ehkä voinut tutkia matkanjärjestäjiä laajemmalla tutkimusalueella. Tosin matkanjärjestäjien verkkosivut ovat suppeita tiedonlähteitä yritysten toiminnan selvittämiseen. Alun perin olisin halunnut haastatella yrityksiä, mutta siinä en onnistunut yhteydenottoyrityksistä huolimatta.

Tutkimus on kuitenkin toistettavissa ja se antoi sinänsä vastauksia niihin kysymyksiin, joita olin selvittämässä. Seuraavaksi voitaisiin myös selvittää suomalaisten halukkuutta ulkomailta järjestettäviin esteettömiin pakettimatkoihin ja ulkomaisten matkustajien halukkuutta Suomessa järjestettäviin esteettömiin pakettimatkoihin.

Omana oppimisena oli tutkimustyön teon monipuolisuus ja haastavuus. Se miten monia asioita pitää ottaa huomioon ja se miten haastavaa varsinkin asiatekstin luominen hyvällä suomen kielellä on. Opin myös, että vaikka Suomessa esteetöntä matkailua on tutkittu melko vähän, on sitä taas maailmalla tutkittu paljonkin ja siellä tehtävät tutkimustulokset ovat yllättävän yhtenäisiä esimerkiksi tekemänäni webropol-kyselyn tulosten kanssa. Eli maailmalla on samankaltaisia toiveita esteettömän matkailun suhteen kuin Suomessakin ja että haasteet siinä ovat hyvin samankaltaisia. Olin iloinen siitä, että löytyi paljon ulkomaista aivan vähän aikaa sitten tehtyä tutkimustyötä. Tämä sai minut toivomaan, että ehkä esteettömälle matkailulle ollaan oikeasti lähiaikoina kohdistamassa kehittämistoimenpiteitä.

Lähteet

Barbosa, F., Carlos-Metrolho, J., Ribeiro, F., Silva, A., Silva, A. 2018. Information Technology & Tourism. s.29–59 Mobile applications for accessible tourism: Overview, challenges and a proposed platform. Luettavissa: <https://link.springer.com/article/10.1007/s40558-018-0110-2>. Luettu: 1.3.2021

Bitner, M., Ostrom, A., Moreen, F., 2008. Service Blueprinting: A practical technique for service innovation California Management Review. Luettavissa: <https://journals.sagepub.com/doi/10.2307/41166446>. Luettu: 2.3.2021

Buhalis, D. & Darcy, S. 2011. Accessible Tourism Concepts and Issues. s.51-56

Business Finland 2021 Kestävä matkailu lyhyesti. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/kestava-matkailu-lyhyesti>. Luettu: 26.2.2022.

Cassia, F., Castellani, P., Rossato, C., Baccarani, C. 2020. The TQM Journal. Finding a way towards high-quality accessible tourism: The role of digital ecosystems Luettavissa: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/TQM-03-2020-0062/full/pdf?title=finding-a-way-towards-high-quality-accessible-tourism-the-role-of-digital-ecosystems>. Luettu: 2.3.2021

Dolinsek, S., Kuljijärvi, O., Tervo-Kankare, K. 2021. Vastuullisen matkailun osaamistarpeet matkailuyrityksissä. Oulun yliopisto. Luettavissa: <http://jultika.oulu.fi/files/nbnfi-fe2021082043717.pdf>. Luettu: 2.3.2021.

Fuente-Robles, Y. Munoz-de-Dios, M. Mudarra-Ferenandez, A., Ricoy-Cane, A. 2020. S. Understanding stakeholders attitudes, needs and trends in accessible tourism. Luettavissa: <https://www.semanticscholar.org/paper/Understanding-Stakeholder-Attitudes%2C-Needs-and-in-A-Fuente-Robles-Mu%C3%B1oz-de-Dios/e28ee3c77491b3a0cbcd2f55a061512ddce0d1d7>. Luettu: 3.3.2021

Gillovic, B. & McIntosh, A. 2020. Accessibility and inclusive tourism development: Current state and future agenda. Luettavissa: <https://www.semanticscholar.org/paper/Accessibility-and-Inclusive-Tourism-Development%3A-Gillovic-McIntosh/7d5e7101dbb1d51a70029f74cfd6fb79717dd9ad>. Luettu: 3.3.2021

Goodwin H (2011) Taking Responsibility for Tourism Goodfellow. *International Journal of contemporary hospitality management* 25 25(2):299-300 Luettavissa: https://www.researchgate.net/publication/280197779_Taking_Responsibility_for_Tourism_Responsible_Tourism_Management20131Harold_Goodwin_Taking_Responsibility_for_Tourism_Responsible_Tourism_Management_Woodeaton_Goodfellow_2011_256_pp_ISBN_978-1-906884- Luettu: 3.3.2021

Lim, J-E.2020.Understanding the Discrimination Experienced by Customers with Disabilities in the Tourism and Hospitality Industry: The Case of Seoul in South Korea. Luettavissa: <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/18/7328>. Luettu: 3.3.2021

Hirsjärvi,S., Remes, P.&Sajavaara, P. 1997. Tutki ja Kirjoita. Tammi

Jutila,S.&Ilola,H.2013. Matkailua Kaikille? Näkökulmia matkailun ennakointiin osa II. www.luc.fi/matkailu. s.34–38

Kalmari, S. 8.4.2021.Esteettömän matkailun kurssi. Campusonline. Jyväskylän amk
Martin-Fuentes,E.,Mostafa-Shallan,S.,Mellinas, J.2021. Accessibility in inclusive tourism? Hotel distributed through online

Parantainen, J.2007. Rakenna palvelusta tuote 10 päivässä.s.143-147Tallentum

Räsänen,P.,Röksä,I,Parviainen,J.Halonen,K.& Rissanen, P..2021. *Inklusiivisen matkailun opas 2021*. Business Finland, Visit Finland. Luettavissa: https://www.businessfinland.fi/48df8f/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2021/inklusiivisen_matkailun_opas-2021.pdf. Luettu: 3.3.2021

Seong Ok Lyu .2016. *Tourism Management Volume 59* , Pages 404-412.Which accessible travel products are people with disabilities willing to pay more? A choice experiment Luettavissa: <https://www.semanticscholar.org/paper/Which-accessible-travel-products-are-people-with-to-Lyu/8b7170a760762d606f8b267bea57189d4a390a03>. Luettu: 3.3.2021

Tonder, M. 2013. Ideasta kaupalliseksi palveluksi, Matkailupalveluiden tuotteistaminen. s.43,59 ja 97-99.Teoksessa Restamark. Vantaa.

Tuominen,T.,Järvi, K.,Lehtonen, M.,Valtanen, J.;& Martinsuo, M. (2015). *Palvelujen tuotteistamisen käsikirja*.s.6-8. Helsinki: Aalto yliopisto.

Veijola, S., Ilola, H. & Edelheim, J. 2013. Johdanto matkailun tutkimukseen. Lapin Yliopisto. Luettavissa: <https://research.ulapland.fi/publications/johdanto-matkailun-tutkimukseen>. Luettu: 3.3.2021

Vilka, H., 2020 Tutki ja mittaa, Määrällisen tutkimuksen perusteet. Tammi

WHO = World Health Organization 2011: World Report on Disability. Pdf-tiedosto. Luettavissa: http://www.who.int/disabilities/world_report/2011/report.pdf (19.2.2021). Ympäristöministeriö n. d.: Rakentamismääräyskokoelma. <https://ym.fi/rakentamism>. Luettu: 3.3.2021

Liite 1 Havainnointirunko ulkomaisista matkatoimistoista

Sarake1	Sarake2	Sarake3	Sarake4	Sarake5
Eri vammaisryhmiin erikoistuneita matkatoimistoja ulkomailla				
Yrityksen nimi	Mille vammaisryhmille on tuotteita	Palvelut	Yrityksen tarina	Henkilökunta
Wheel the World Wheel the World	Pyörätuolin käyttäjät	Tarjoaa esteetöntä majoitusta, aktiviteettejä ja useamman päivän matkapaketteja	Yrityksen tj pyörätuolin käyttäjä Matkustanut itse vammautuneena monessa maassa	Yrityksellä yhteistyökumppaneita ympäri maailmaa. Yrityksen omassa palveluksessa sekä koko- että osa-aikaisia työntekijöitä Kaikilla perehtyneisyys vammaisuuteen
Travel for all Travel for All	Pyörätuolin käyttäjät ja hitaat kävelijät, apu koirien käyttäjät, kuulo- ja näkövammaiset, pitkäaikaissairaat kehitysvammaiset	Tarjoaa erityyppisiä matkustusmuotoja Lapsiperhe, koiran kanssa, ryhmämatka Itsenäinen matka	Perustajan vammainen ja kohtasi haasteita matkustamisessa vammauduttuaan	Jokaisesta matkalla oma esteettömyyteen erikoistunut asiantuntija. Yrityksellä paljon yhteistyökumppaneita
Tampooz travel Tapooz Travel	Liikunta, kuulo ja näkövammaiset	Tarjoaa sekä itsenäistä että avustettua matkustamista. Urheiluhajaaja ja muita aktiviteettejä vammaisiin erikoistuen	Yrityksen omistajat tehneet vapaaehtoistyötä vammaisten parissa ja heillä paljon vammaisia ystäviä	Yrityksellä on esteettömyyteen erikoistuneita ammattilaisia, kuten aktiviteettien järjestäjiä, hieroja jne. Yrityksellä myös palveluksessaan eri vammaisuuslajeihin erikoistuneita oppaita
Planet Abled Planet Abled	Useita vammaisryhmiä ja myös inklusiivisiä matkoja	Yksin matkustamista, romanttisia matkoja pareille, matkoja senioreille, seikkailumatkoja paikallisia kaupunkiretkiä, matkoja perheille Paljon erilaisia seikkailuaktiviteetteja	Perustajan vanhemmat olivat vammaisia eikä hän siksi saanut matkustaa lapsena	Yrityksellä mm. näkö- ja kuulovammaisille omia oppaita. Tarjolla myös muita avustajia ja matkat räätälöidään
Easy Acces Travel Easy Access Travel	Useimmat fyysiset rajoitteet	Erikoistunut risteilyihin mutta myös muita matkoja. Jokainen kohde testataan, jotta se vastaa kaikkien erityistarpeita	Perustaja pyörätuolin käyttäjä ja havainnut haasteita matkustamisessa vammauduttuaan.	Asiantunteva tiimi räätälöi matkat asiakkaan tarpeen mukaan.
Seable Seable Holidays	Erikoistunut näkövammaisten matkoihin	Erikoistuu urheiluaktiviteetteihin kuten ratsastus, melontaa, laitesukellus sekä esim. viinimastelu ja museokäynnit	Perustajan isä vammautui ja tutustui vammaiseen joka halusi oppia sukeltamaan hän opetti ystävänsä parannuttuaan. Ystävän kanssa he perustivat vesiturheilulla kuntouttavan yrityksen Perustaja inspiroitui isänsä työstä ja perusti näkövammaisiin erikoistuneen yrityksen.	Yrityksellä oman henkilökunnan lisäksi vapaaehtoisia apuna ja lukuisia yhteistyökumppaneita

Liite 2 Webropol lomake

Miten esteetöntä matkailua voitaisiin Suomessa kehittää?

1. Ikäsi

- 15-19
- 20-29
- 30-39
- 40-49
- 50-59
- 60-65
- 66-90

2. Millä tavalla olet vammautunut? Voit valita useamman vaihtoehdon.

- Vaivaloisesti kävelevä, mutta ei apuvälineitä
- Kepin tai rollaattorin kanssa kävelevä
- Manuaalipyörätuolin kanssa kulkeva
- Sähköpyörätuolin kanssa kulkeva
- Sähkökootterin kanssa kulkeva
- Näkövammainen
- Kuulovammainen
- Vaikeuksia puheen kanssa

3. Tarvitsetko matkoilla avustajaa? Voi olla myös ystävä tai perheenjäsen

- Kyllä
- Ei
- Välillä

4. Kenen kanssa matkustat? Voit valita useamman vaihtoehdon

- Yksin
- Avustajan kanssa
- Puolison
- Perheen (puoliso ja/tai lapset)
- Ystävien kanssa

5. Millaisia toimenpiteitä matkanjärjestäjältä vaaditaan, jotta matkustus kysymyksessä 4. mainitussa seurassa onnistuisi, vai onnistuuko jo?

6. Millainen matka Suomessa kiinnostaisi? Voit valita useamman

- Kaupunkiloma
- Kylpylä
- Romanttinen matka
- Matka lasten kanssa
- Kulttuurimatka
- Työmatka
- Luontomatka

7. Mitä erityisapuja matkanjärjestäjältä tarvittaisiin, että joku kysymyksessä numero 6 mainituista matkatyypeistä olisi sinulle mahdollista vai onko jo?

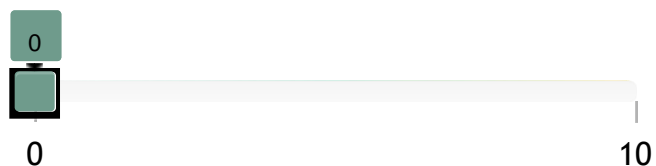
8. Minne päin Suomea mieluiten matkustaisit? Voit valita useamman vaihtoehdon

- Suuret kaupungit (Helsinki, Turku ja Tampere)
- Rannikkoseutu (Tammisaari, Hanko jne.)
- Järvisuomi
- Lappi
- Itä-Suomi
- Ahvenanmaa

9. Paljonko olisit valmis maksamaan enemmän erityisesti vammaisille räätälöidystä matkapaketista Suomessa? Matka voisi olla 2 yötä, esteetön majoitus, kuljetukset ja retket. Ei apuvälineitä tai muuta erityisapua.

- 10-49 euroa
- 50-100 euroa
- 100-200 euroa
- yli 200 euroa

10. Lisäisikö matkanjärjestäjän tarjoama vammaisuuteen erikoistunut opas tai avustaja matkustuskiinnostustasi?



11. Matkustaisitko mieluummin vammaisille räätälöidyillä matkoilla vai kaikille asiakaskunnille yleisesti tarkoitetuilla matkoilla?

- Räätälöity vammaismatka
- Kaikille suunnattu matka
- Toisinaan räätälöity ja toisinaan kaikille suunnattu

12. Olisitko kiinnostunut vuokraamaan matkanjärjestäjän kautta apuvälineitä matkaa varten? Voit valita useamman vaihtoehdon.

- Manuaalipyörätuoli
- Suihkutuoli
- Rollaattori
- Nosturi _____
- Muu, mikä? _____

13. Tarvitsetko erityistä kuljetusta matkaan liittyen? Minkälaista kuljetusta?

- Kyllä _____
- Ei

14. Miten todennäköisesti käyttäisit vammaisiin erikoistunutta matkatoimistoa jos sellainen olisi Suomessa?



Liite 3 Saatekirje

Hei,

Olen Haaga-Helian matkailunliikkeenjohdon restonomi opiskelija. Teen opinnäytetyötä Esteettömästä matkailusta Suomessa. Aihe kiinnostaa minua koska olen aiemmalta tutkinnoltani lähihoitaja ja tehnyt paljon työtä liikuntarajoitteisten kanssa. Liikun nykyisin itsekin vaikeasti ja aihe on minulle tärkeä. Vastaajiksi toivon kaikkia, joille jokin vamma aiheuttaa haasteita matkailussa, mutta kuitenkin olisi kiinnostunut matkustamaan.

Teen yhteistyötä Elämys Group matkatoimiston kanssa ja toiveenani onkin, että tutkimukseni johdosta he saisivat ideoita siitä miten esteetöntä matkailua voitaisiin kehittää ja olisiko esimerkiksi esteettömillä matkapaketeilla, joihin kuuluisi majoitus, kuljetukset ja retket kysyntää Suomessa kotimaanmatkailussa.

Kysely vie aikaa vastaajalta noin 5 minuuttia ja se on anonyymi ja ehdottoman luetettava. Jos kysyttävää kyselystä, minun sähköpostini on kati.peritalo@myy-haaga-helia.fi . Vastatattehan 16.9.2022 mennessä.

Kiitoksia etukäteen kaikille vastaajille. Tuloksiin voi tutustua Theseus tietokannassa syksyllä 2022