

# **ESTEETTÖMYYS LIIKUNTA- JA LUONTOMATKAILUSSA**

**Kyselytutkimus Lapin  
matkailuyrityksille**

**Mikko Pehkonen LaY  
Jaana Huovinen RAMK  
Salla Jutila LaY  
Hanna Vaattovaara RAMK**

## TIIVISTELMÄ

Lapin yliopisto ja Rovaniemen ammattikorkeakoulu toteuttivat yhteistyössä ESR-rahoitetun esiselvityshankeen ”Esteettömyys liikunta- ja luontomatkailussa”. Hankkeeseen liittyvä kyselytutkimus toteutettiin kevään 2011 aikana. Se kohdistettiin Lapin matkailuyrityksiin. Yritysten yhteystiedot saatiin erilaisista rekistereistä ja matkailuyritysten Internet-sivuilta. Tutkimuksen esittely lähetettiin 414 yrityksen sähköpostiosoitteisiin. Vastaaminen tapahtui Internetissä Webropol-työkalun avulla. Kysely avattiin noin 190 kertaa ja siihen vastasi 86 yritystä.

Kyselyyn vastanneet yritykset edustivat seuraavia toimialoja: majoitus-, ohjelma-, ravitsemis- ja kuljetuspalvelut sekä muut toimialat, joihin kuului mm. hiihtokeskuksia ja Metsähallituksen toimipisteitä. Noin 80 %:lla yrityksistä oli ollut asiakkaita, joilla on toimintakyvyn rajoituksia vammasta tai sairaudesta johtuen.

Tärkeimmät yritysten käyttämät markkinointikanavat olivat Internet ja suusta suuhun tiedonkulku. Vaikka suurin osa yrityksistä tarjosi matkailupalveluita erityisryhmille, niitä ei erikseen markkinoitu. Muun muassa nettisivuilta sai vain harvoin tietoa liikuntarajoitteisille suunnatuista palveluista.

Majoituspalveluista parhaiten erityisryhmien saavutettavissa olivat loma- ja mökkikylät sekä hotellit. Yli puolella yrityksistä oli tarjolla liikuntarajoitteisille matkailijoille tarkoitettuja huoneita. Ravitsemispalveluja tarjoavista yrityksistä parhaiten olivat saavutettavissa kahvilat ja ruokaravintolat.

Ohjelmapalveluita tarjoavista yrityksistä yli 60 %:ssa tapauksista esteettömyyttä pidettiin tärkeänä. Erityisryhmien saavutettavissa olivat etenkin tulilla oleskelu, poroajelu, luonnon tarkkailu ja retkeily. Suurin osa vastaajista oli samaa tai täysin samaa mieltä siinä, että *erityisryhmiin kuuluvat ovat kiitollista asiakaskuntaa, koska pienilläkin jutuilla voi saada aikaan suuria elämyksiä*. Yli puolet vastaajista oli samaa tai täysin samaa mieltä myös siinä, että *ikäntyvien ja erityisryhmiin kuuluvien asiakkaiden määrän kasvu tarjoaa lisämahdollisuuksia*.

Taloudelliset seikat eivät näyttäisi muodostuvan rajoitteeksi esteettömien palveluiden tarjoamisessa. Pääasiassa yritykset näyttävät rakentavan toimintakokonaisuuksia niin, että palvelut ovat kaikkien käytettävissä eikä esimerkiksi pyörätuolia käyttäviä asiakkaita pyritä eristämään muista. Muiden asiakkaiden toiminta ja viihtyvyys eivät vastaajien mielestä myöskään kärsi siitä, että samoihin toimintoihin osallistuu myös erityisryhmiin kuuluvia asiakkaita. Turvallisuudesta kuitenkin huolehditaan niin, että kaikkia toimintoja ei ole mahdollista soveltaa erityisryhmiin kuuluville asiakkaille.

Yritykset olivat omasta mielestään onnistuneet parhaiten sellaisissa erityisryhmien matkailun palvelutuotantoon liittyvissä asioissa, jotka kohdistuvat asiakaspalveluun, fyysiseen ympäristöön ja ohjelmapalveluihin. Asiakaspalveluun liittyvät onnistumiset pohjautuivat joustavuuteen, vieraanvaraisuuteen, yksilöllisyyteen, tasa-arvoisuuteen ja ystävällisyyteen. Fyysiseen ympäristöön liittyviä onnistumisia oli koettu muun muassa esteettömien hotellitilojen suunnittelussa, esteettömässä liikkumisessa kiinteistössä, reiteillä ja majoituksessa. Lisäksi onnistumisia oli koettu ohjelmapalveluissa esimerkiksi näkövammaisten hiihtäjien, kehitysvammaisten laskettelijoiden sekä sokeiden ja kuurojen ravintolapalveluiden myötä. Onnistumiset liittyivät etenkin isoille ryhmille suunnattuihin palvelukokonaisuuksiin.

Yrityksillä oli oman arvion mukaan parannettavaa fyysisessä ympäristössä, markkinoinnissa ja opastuksissa, tuotteistamisessa ja erityistarpeiden huomioimisessa matkailutuotteissa sekä omissa tietämyksessä erityisryhmien tarpeiden tunnistamisen suhteen.

Kyselytutkimuksen perusteella kyettiin esittämään muutamia jatkotoimenpiteitä. Lapin matkailuyrittäjille tulisi järjestää *henkilöstökoulutusta* yritysten toiveiden mukaisesti. Toiseksi Lapin matkailuyrityksille olisi syytä suunnitella ja tehdä *tietopankki markkinoinnista* esteettömyyden näkökulmasta, sillä matkailuyrityksillä esiintyy siinä huomattavia puutteita. Kolmanneksi tietopankin rakentamiseen tulisi ottaa mukaan koko *Lapin matkailuyritykset*, jotta esteettömyys vahvistuisi koko Lapin alueella. Tämä edellyttää yrityshaastatteluiden ja -arviointien laajentamista koko Lappia koskeviksi.

Asiasanat: Esteettömyys, liikuntamatkailu, luontomatkailu, inklusio

# SISÄLLYSLUETTELO

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>5</b>
<b>2 ESTEETTÖMYYS LIIKUNTA- JA LUONTOMATKAILUSSA</b>	<b>6</b>
2.1. YRITYSTEN TAUSTATIEDOT.....	6
2.2. TIEDOTUS JA MARKKINOINTI .....	11
2.3. SAAPUMINEN.....	13
2.4. MAJOITUSPALVELUT .....	13
2.5. RAVITSEMISPALVELUT .....	15
2.6. OHJELMAPALVELUT .....	16
2.7. KOULUTUSTOIVEET .....	21
<b>3 JOHTOPÄÄTÖKSET</b>	<b>23</b>
<b>LIITTEET</b>	<b>24</b>
LIITE 1. SÄHKÖPOSTIViesti KYSELYSTÄ MATKAILUYRITYKSILLE .....	24
LIITE 2. SAATEKIRJE.....	26
LIITE 3. ESTEETTÖMYYSKYSELYN KYSYMYKSET .....	27

## KUVIOT

Kuvio 1. Yritysten toimialat.....	6
Kuvio 2. Henkilöstön kielitaito suomen kielen lisäksi .....	7
Kuvio 3. Ulkomaalaisten asiakkaiden osuus kaikista asiakkaista, keskiarvot yritystyypeittäin .....	8
Kuvio 4. Vuoden vilkkaimmat kuukaudet (prosenttia vastanneista) .....	9
Kuvio 5. Vuoden hiljaisimmat kuukaudet (prosenttia vastanneista) .....	9
Kuvio 6. Yritysten vastausprosentit kysymyksen ”Onko yrityksenne asiakkaina ollut henkilöitä, joilla on toimintakyvyn rajoituksia vammasta tai sairaudesta johtuen” vaihtoehtoihin .....	10
Kuvio 7. Tärkeimmät markkinointikanavat .....	11
Kuvio 8. Palvelujen markkinointi liikuntaesteisille .....	12
Kuvio 9. Yritysten majoituspalvelujen tarjonta.....	13
Kuvio 10. Liikuntarajoitteisille matkailijoille tarkoitettujen huoneiden määrä prosentteina..	14
Kuvio 11. Ravitsemispalveluja tarjoavat yritykset ja niiden palveluiden saavutettavuus erityisryhmille .....	15
Kuvio 12. Esteettömien ohjelmapalveluiden tärkeys yritykselle .....	16
Kuvio 13. Ohjelmapalveluiden tarjonta erityisryhmille ja muille asiakkaille .....	17
Kuvio 14. Ohjelmapalveluiden tarjonta erityisryhmille ja muille asiakkaille .....	17
Kuvio 15. Ohjelmapalveluiden tarjonta erityisryhmille ja muille asiakkaille .....	18
Kuvio 16. Ohjelmapalveluita tarjoavien yritysten mielipiteet erityisryhmiä koskevista palveluista.....	19
Kuvio 17. Koulutussisältöjen tärkeys oman yrityksen henkilöstökoulutuksen kannalta.....	21

# 1 JOHDANTO

Esteettömyydellä tarkoitetaan sellaista ympäristöä ja sellaisia palveluita, joita voidaan hyödyntää fyysisestä, psyykkisestä ja sosiaalisesta toimintakyvystä riippumatta. Esteetön ympäristö on esteettömien elämysten toimintaympäristö, jossa liikkumisrajoitteinen henkilö pystyy liikkumaan tasavertaisesti muiden kanssa.

Esteettömyys liikunta- ja luontomatkailussa -kyselytutkimuksen tavoitteena oli kartoittaa Lapin liikunta- ja luontomatkailupalveluiden esteettömyyttä. Kyselytutkimuksen myötä pyritään vaikuttamaan liikuntarajoitteisille tarjottavien matkailupalveluiden laatuun sekä saamaan tietoa matkailun parissa työskentelevien yritysten ja henkilöiden koulutustarpeista ja -toiveista.

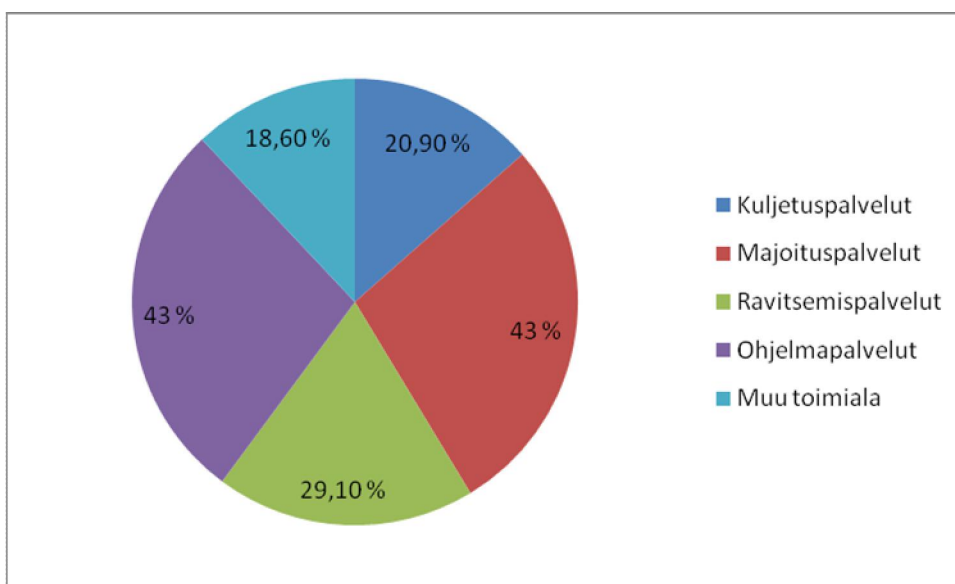
Kyselytutkimus toteutettiin kevään 2011 aikana. Se kohdistettiin Lapin matkailuyrityksiin. Yritysten yhteystiedot saatiin erilaisista rekistereistä ja matkailuyritysten Internet-sivuilta. Tutkimuksen esittely lähetettiin 414 yrityksen sähköpostiosoitteisiin. Vastaaminen tapahtui Internetissä Webropol-työkalun avulla. Kysely avattiin noin 190 kertaa ja siihen vastasi 86 yritystä.

Tähän raporttiin on kerätty Lapin liikunta- ja luontomatkailupalveluiden esteettömyyden arvioinnin kannalta tärkeimpiä asioita, jotka kyselytutkimuksessa nousivat esille. Kyselytutkimuksen myötä saatuja tietoja syvennetään haastatteluilla myöhemmin kesän 2011 aikana.

Kyselytutkimus toteutettiin Lapin yliopiston ja Rovaniemen ammattikorkeakoulun yhteistyönä ESR-rahoitteisen Esteettömyys liikunta- ja luontomatkailussa: Esiselvitys ja toimeenpanosuunnitelma koulutus- ja tuotteistamishankkeesta -hankkeen puitteissa.

## 2 ESTEETTÖMYYS LIIKUNTA- JA LUONTOMATKAILUSSA

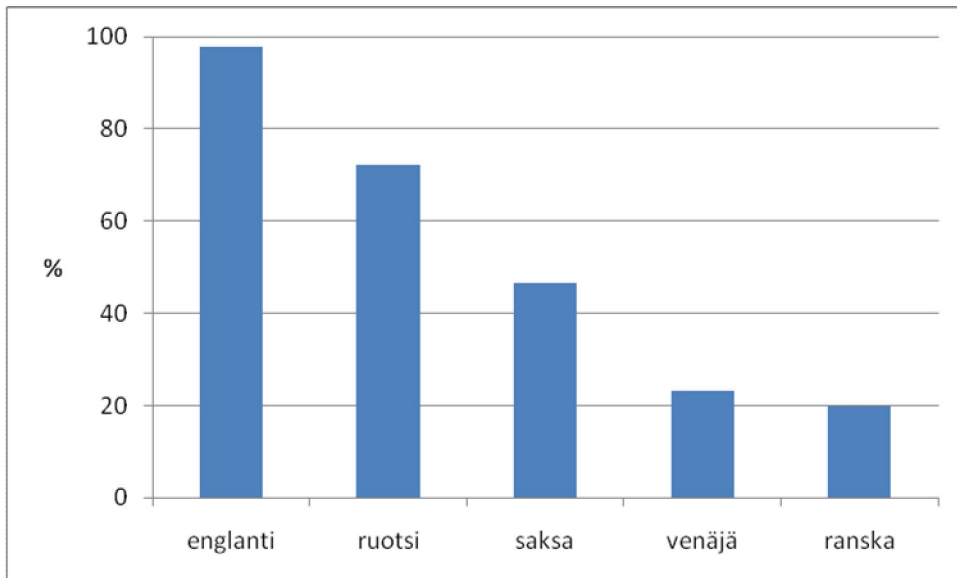
### 2.1. Yritysten taustatiedot



Kuvio 1. Yritysten toimialat.

Kyselyyn vastanneiden yritysten toimialat olivat: majoituspalvelut (43 %), ohjelmapalvelut (43 %), ravitsemispalvelut (29,1 %), kuljetuspalvelut (20,9 %) ja muu toimiala (18,6 %). Muita toimialoja olivat mm. liikuntapalvelut ja luontokeskus. Osalla yrityksistä oli useampia toimialoja, minkä vuoksi prosenttien summa ylittää sadan.

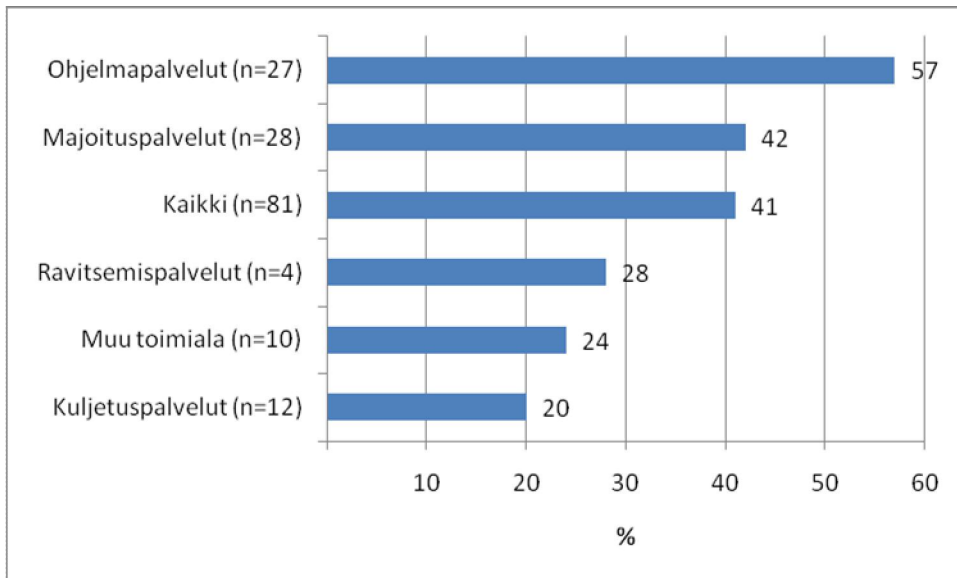
Kyselyyn osallistui etenkin Kolarin (30 %), Rovaniemen (18 %) ja Inarin (14 %) kuntien yrityksiä. Yli puolessa yrityksistä työskenteli kyselyhetkellä 1-2 kokoaikaista (53,5 %) ja osa-aikaista (60,5 %) työntekijää. Lähes puolet (44,2 %) yrityksistä oli sellaisia, joissa työskenteli lisäksi 1-2 henkilöä tilapäisesti.



Kuvio 2. Henkilöstön kielitaito suomen kielen lisäksi.

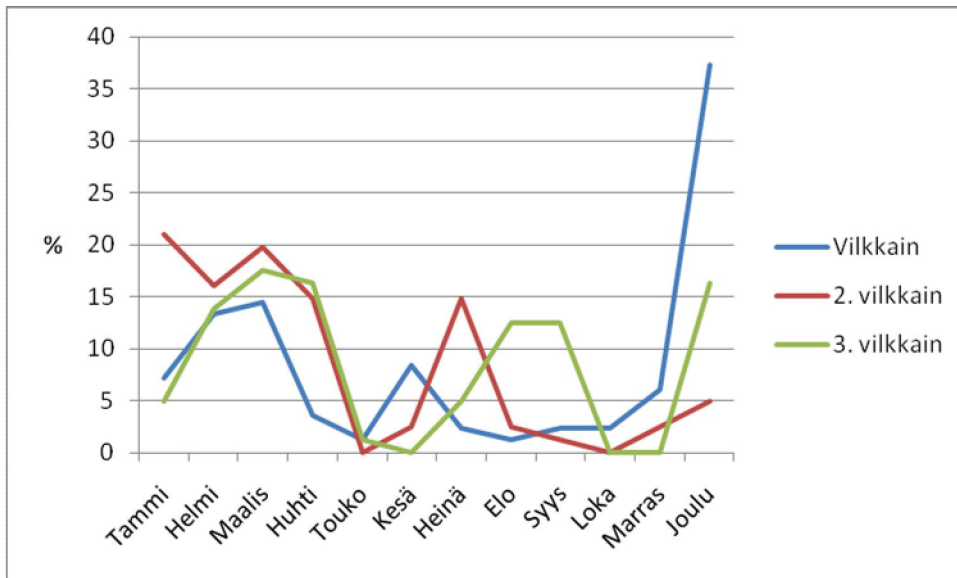
Esteettömyyskyselyyn osallistuneissa yrityksissä kyettiin palvelemaan asiakkaita suomen lisäksi etenkin englannin (97,7 %) ja ruotsin (72,1 %) kielellä. Lähes puolet (46,5 %) yritysten henkilöstöstä pystyi palvelemaan asiakkaita saksan kielellä. Myös norjan, espanjan ja saamen kielen osaamisprosentit ylittivät kymmenen prosentin rajan.



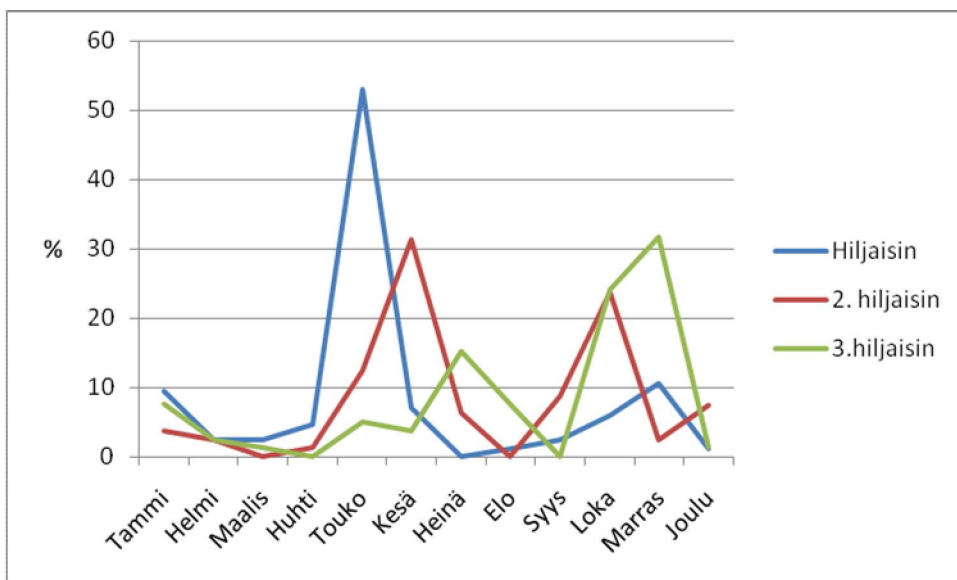


Kuvio 3. Ulkomaalaisten asiakkaiden osuus kaikista asiakkaista, keskiarvot yritystyypeittäin.

Ulkomaalaisten asiakkaiden osuus kaikista asiakkaista oli keskimäärin 41 %. Eniten ulkomaalaisia asiakkaita oli ohjelmapalveluissa (57 %), kun taas kuljetuspalveluissa ulkomaalaisia asiakkaita oli ainoastaan 20 % kaikista asiakkaista.

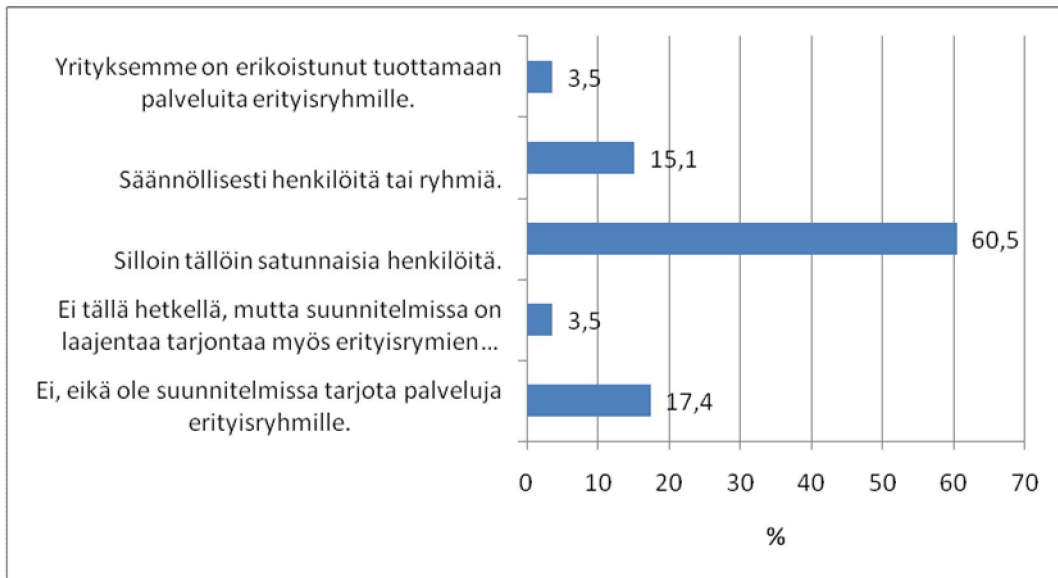


Kuvio 4. Vuoden vilkkaimmat kuukaudet (prosenttia vastanneista).



Kuvio 5. Vuoden hiljaisimmat kuukaudet (prosenttia vastanneista).

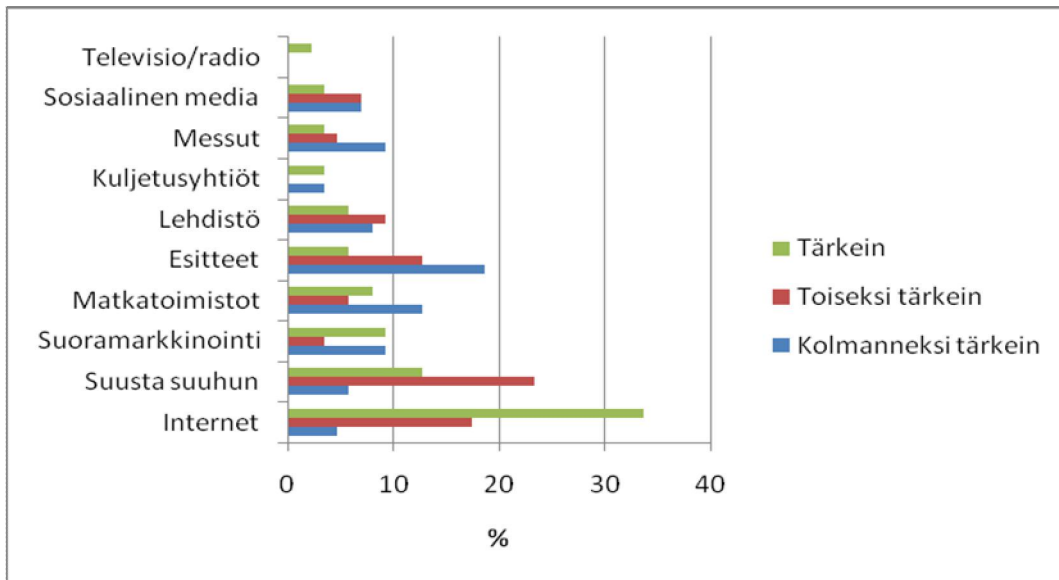
Vuoden vilkkaimmat kuukaudet Lapin matkailualan yrityksissä olivat jouluu-maaliskuu, kun taas vastaavasti hiljaisimmat kuukaudet olivat touko-, kesä-, loka- ja marraskuu.



Kuvio 6. Yritysten vastausprosentit kysymyksen ”Onko yrityksenne asiakkaina ollut henkilöitä, joilla on toimintakyvyn rajoituksia vammasta tai sairaudesta johtuen” vaihtoehtoihin.

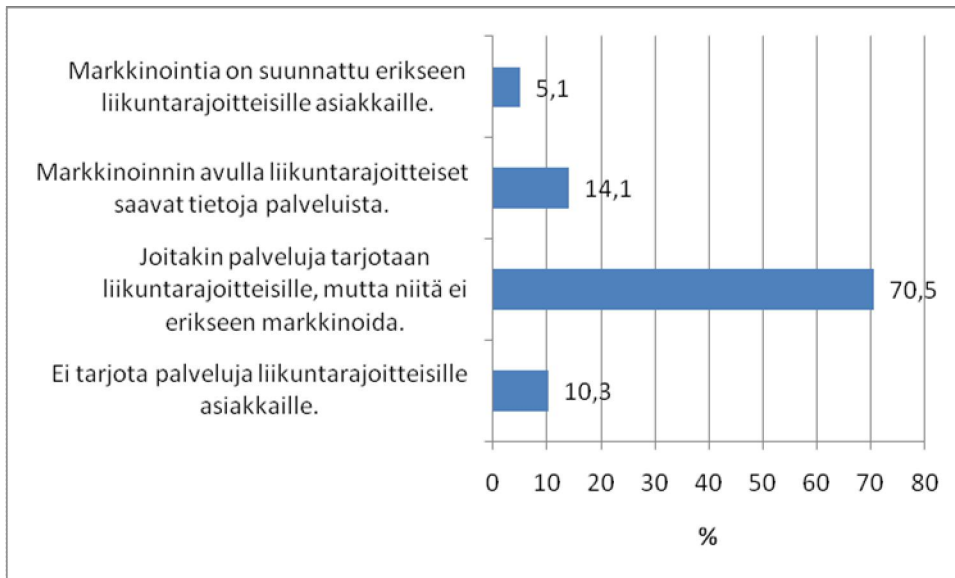
Reilusti yli puolella (60,5 %) kyselytutkimukseen osallistuneista yrityksistä oli ollut erityisryhmiä asiakkaina silloin tällöin. 32,6 %:lla yrityksistä oli vuodessa alle 10 ja 33,7 %:lla 10–50 erityisryhmiin kuuluvaa asiakasta.

## 2.2. Tiedotus ja markkinointi



Kuvio 7. Tärkeimmät markkinointikanavat.

33,7 % yrityksistä piti Internetiä tärkeimpänä ja 17,4 % toiseksi tärkeimpänä markkinointikanavana. Seuraavaksi tärkeimmäksi markkinointikanavaksi nousi suusta suuhun markkinointi. Sen sijaan sosiaalisen median sekä television ja radion merkitys oli markkinoinnissa vähäistä.



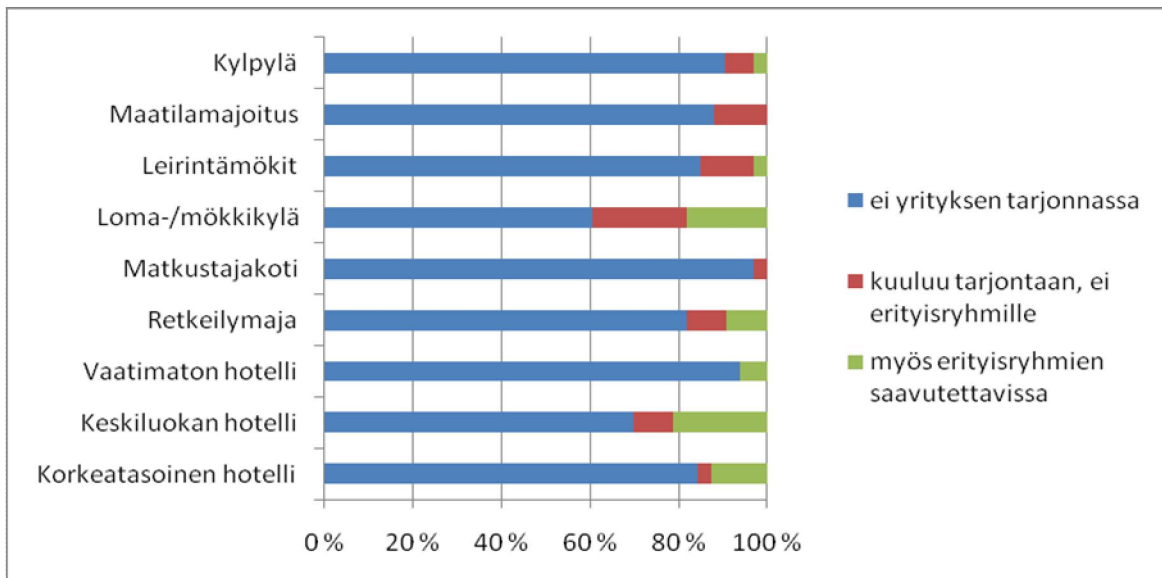
Kuvio 8. Palvelujen markkinointi liikuntaesteisille.

Vaikka suurimmalla osalla (94,7 %) yrityksistä oli nettisivut, niissä ei yleensä kuitenkaan huomioitu erityisryhmien tarpeita. Kaikki vastaajat muun muassa ilmoittivat, että nettisivujen suunnittelussa ei ole huomioitu näkövammaisten käyttäjien erityistarpeita ollenkaan.

### 2.3. Saapuminen

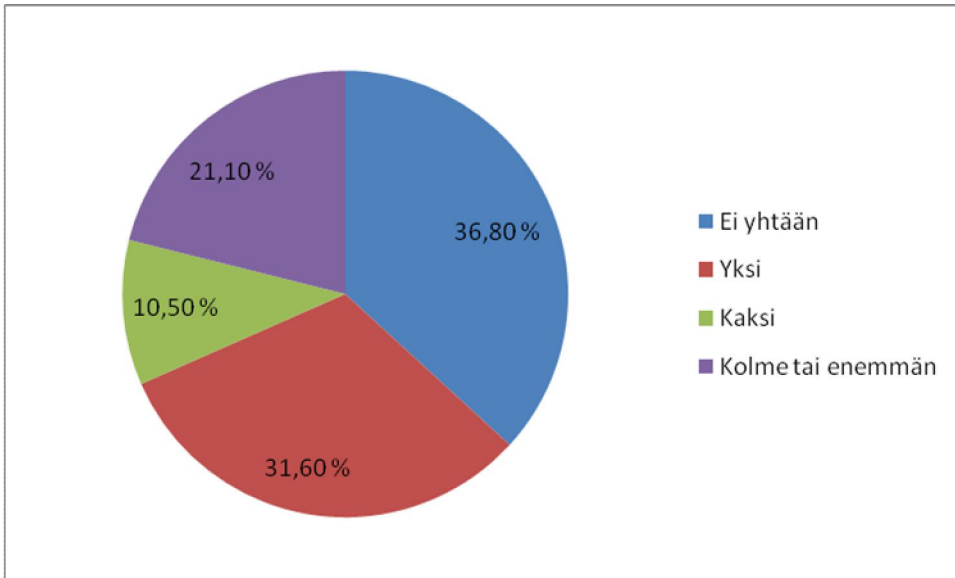
Yli kahdella kolmasosalla (76,6 %) yrityksistä palvelutilat olivat saavutettavissa julkisilla kulkuneuvoilla. Puolessa (50,7 %) yrityksiä toimitilat olivat saavutettavissa esteettömästi esimerkiksi pyörätuolia käyttäen.

### 2.4. Majoituspalvelut



Kuvio 9. Yritysten majoituspalvelujen tarjonta.

Yleisimmin yritysten majoituspalvelut koostuivat loma- tai mökkikylän tasoisesta majoituksesta. Myös erityisryhmien saavutettavissa oli tyypillisimmin keskiluokan hotellit (21,2 %) sekä loma- tai mökkikylät (18,2 %).

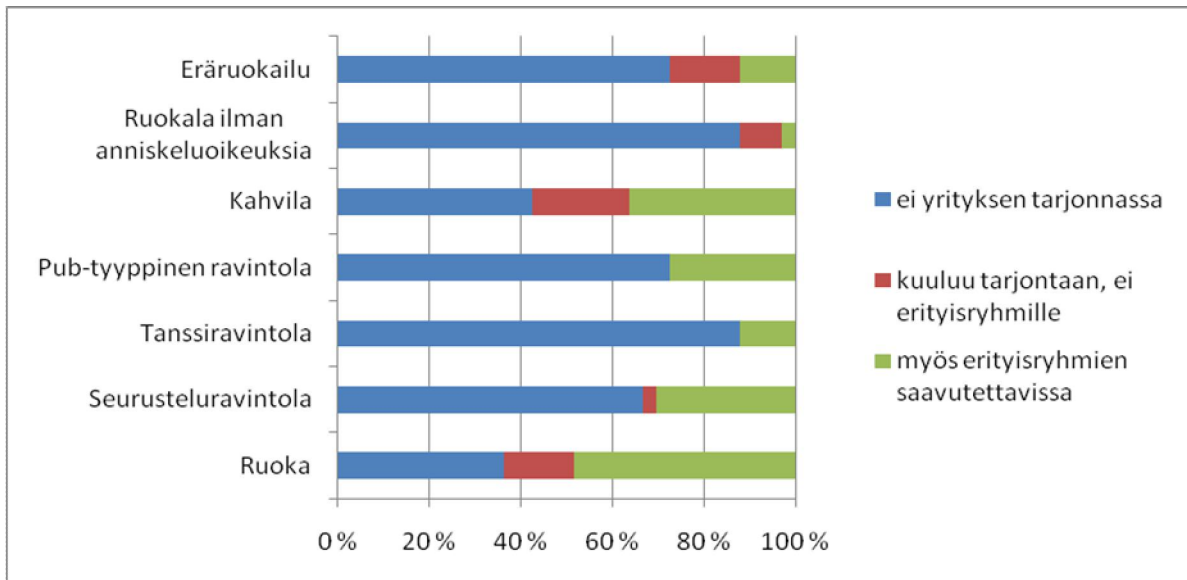


Kuvio 10. Liikuntarajoitteisille matkailijoille tarkoitettujen huoneiden määrä prosentteina.

Yli puolella (63,2 %) kyselyyn vastanneista yrityksistä oli vähintään yksi liikuntarajoitteisille matkailijoille tarkoitettu huone. Toisaalta kolmasosa (36,8 %) yrityksistä ilmoitti, että heillä ei ole yhtään liikuntarajoitteisille matkailijoille tarkoitettua huoneita.

86 % kyselyyn vastanneista ilmoitti, että opaskoira on käytävillä on mahdollisuus majoittua yrityksessä.

## 2.5. Ravitsemispalvelut

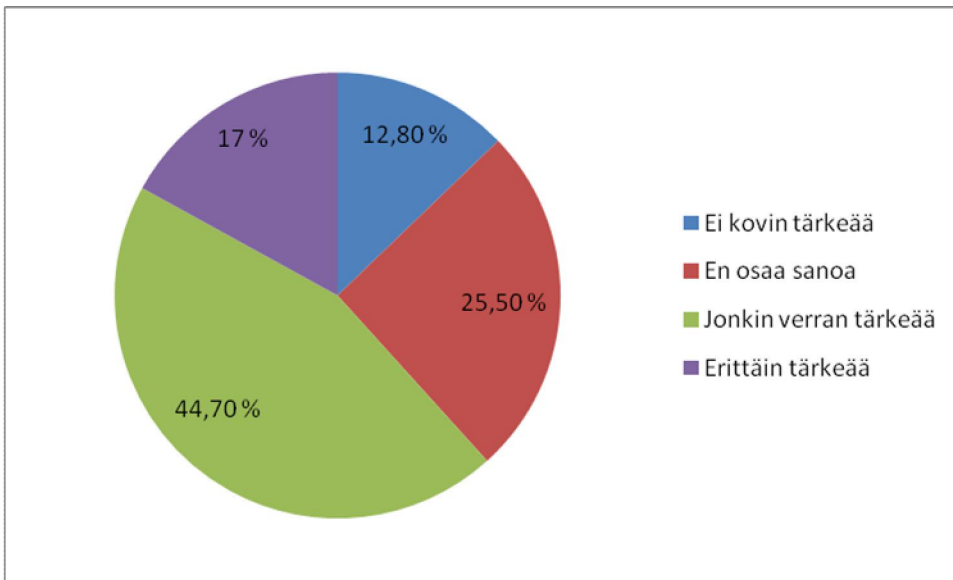


Kuvio 11. Ravitsemispalveluja tarjoavat yritykset ja niiden palveluiden saavutettavuus erityisryhmille.

Ravitsemispalveluja tarjoavat yritykset olivat tyypillisimmin ruokaravintoloita ja kahviloita. Ne olivat yleensä myös erityisryhmien saavutettavissa.

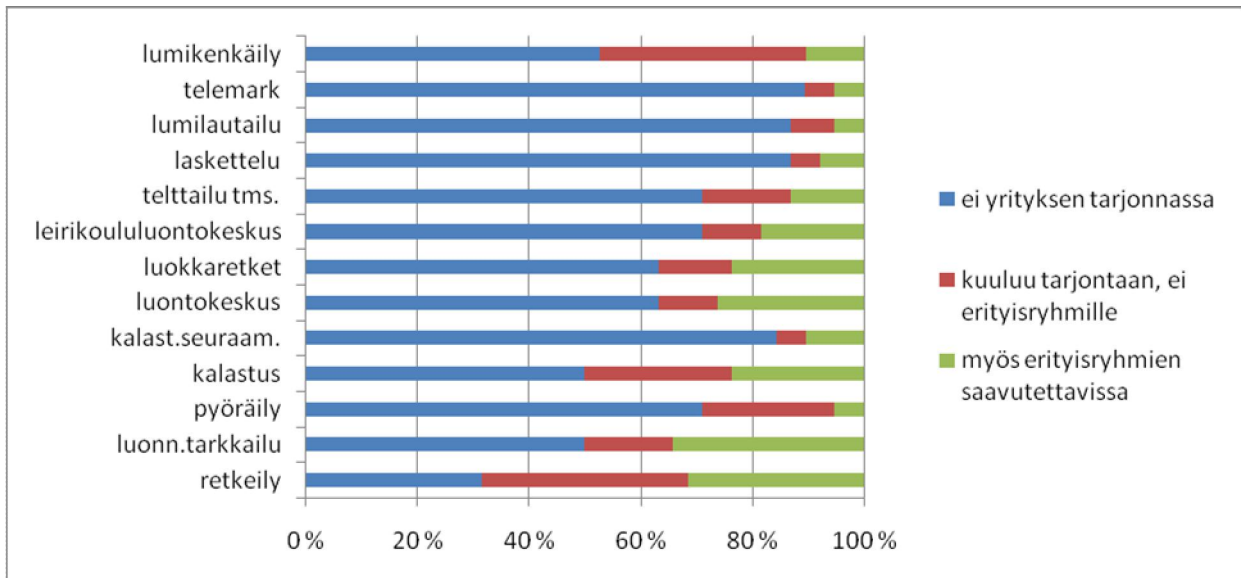


## 2.6. Ohjelmapalvelut

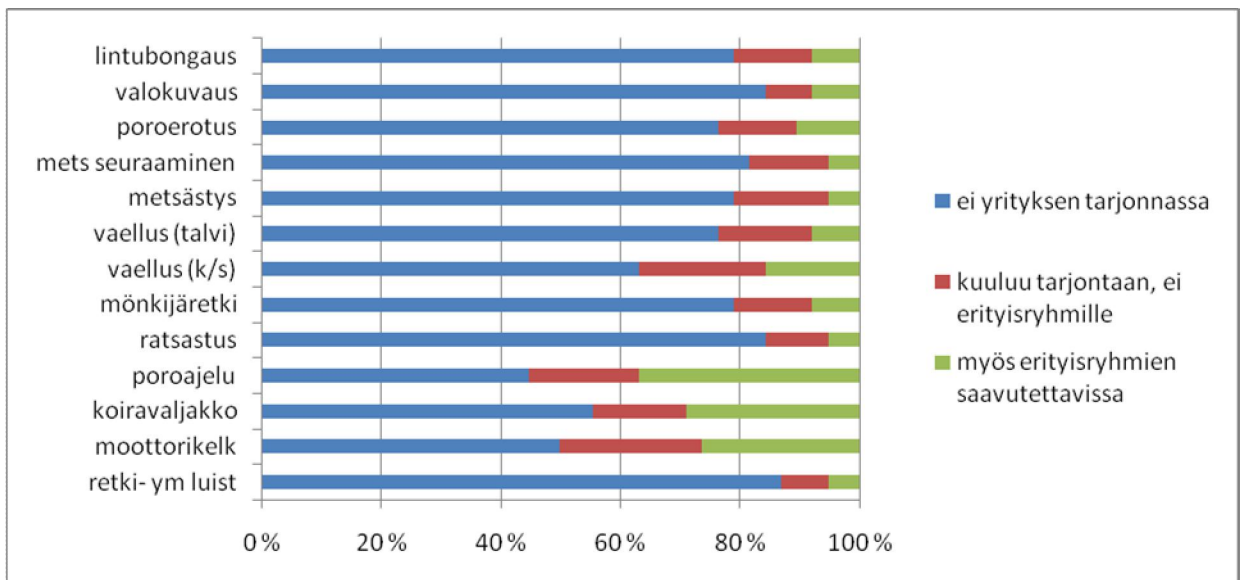


Kuvio 12. Esteettömien ohjelmapalveluiden tärkeys yritykselle.

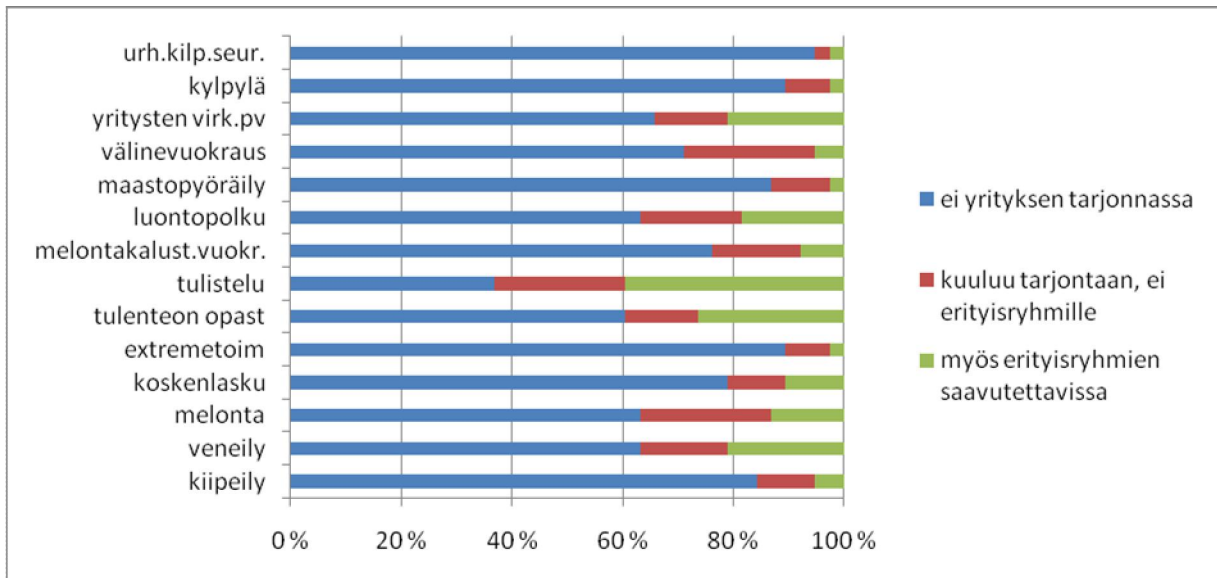
Lähes puolet (44,5 %) vastaajista piti jonkin verran tärkeänä ja lähes viidesosa (17,0 %) erittäin tärkeänä sitä, että ohjelmapalvelut ovat esteettömiä. Pieni osa (12,8 %) vastaajista ei pitänyt esteettömiä ohjelmapalveluja kovin tärkeänä.



Kuvio 13. Ohjelmapalveluiden tarjonta erityisryhmille ja muille asiakkaille.



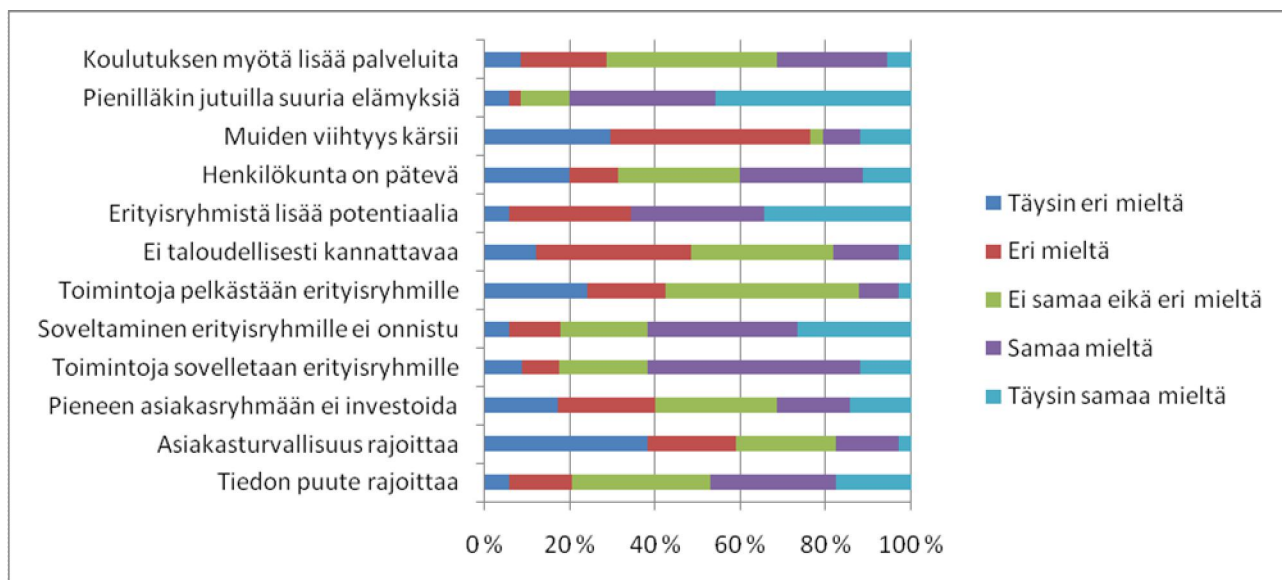
Kuvio 14. Ohjelmapalveluiden tarjonta erityisryhmille ja muille asiakkaille.



Kuvio 15. Ohjelmapalveluiden tarjonta erityisryhmille ja muille asiakkaille.

Erityisryhmien saavutettavissa olivat etenkin tulistelu (39,5 %), poroajelu (36,8 %), luonnon tarkkailu (34,2 %) ja retkeily (31,6 %). Toisaalta yli kolmasosa (36,8 %) yrityksistä ei tarjonnut erityisryhmille retkeilyä ja lumikenkäilyä, vaikka ne kuuluivat yrityksen tarjontaan.

Urheilukilpailujen seuraaminen, extremetoiminta, kylpylät, telemark, lumilautailu, laskettelu, retkiluistelu ja maastopyöräily olivat puolestaan harvoin kyselyyn vastanneiden yritysten tarjonnassa, sillä yli 85 % yrityksistä ei tarjonnut näitä ohjelmapalveluita kyselyhetkellä.



Kuvio 16. Ohjelmapalveluita tarjoavien yritysten mielipiteet erityisryhmiä koskevista palveluista.

Suurin osa (80 %) vastaajista oli samaa tai täysin samaa mieltä siinä, että *erityisryhmiin kuuluvat ovat kiitollista asiakaskuntaa, koska pienilläkin jutuilla voi saada aikaan suuria elämyksiä*. Yli puolet vastaajista oli samaa tai täysin samaa mieltä myös siinä, että *ikääntyvien ja erityisryhmiin kuuluvien asiakkaiden määrän kasvu tarjoaa lisämahdollisuuksia*.

Lähes puolet vastaajista koki, että palvelun järjestäjän tiedon puute erityisryhmien mahdollisuuksista osallistua eri toimintoihin rajoittaa palvelujen tarjontaa. Noin 30 % vastaajista koki, että palveluita voitaisiin tarjota erityisryhmille laajemmin, jos henkilökunta olisi paremmin koulutettua. Toisaalta 30 % vastaajista oli kyseisessä asiassa täysin eri mieltä tai eri mieltä. Vastaavasti vaikka 40 % vastaajista koki, että yrityksellä on koulutuksen ja työkokemuksen kautta pätevää henkilökuntaa huolehtimaan erityisryhmien palveluista, noin 30 % oli asiassa täysin eri mieltä tai eri mieltä.

Noin 40 % vastaajista oli täysin eri mieltä tai eri mieltä siinä, erityisryhmiin kuuluvat muodostaisivat niin pienen asiakasryhmän, että sitä varten ei kannata investoida. Lähes puolet vastaajista oli eri mieltä myös siinä, että erityisryhmien apuvälineiden käyttö ja avustajien mukanaolo muodostavat niin suuren kuluerän, että palvelujen tarjoaminen ei ole taloudellisesti kannattavaa.

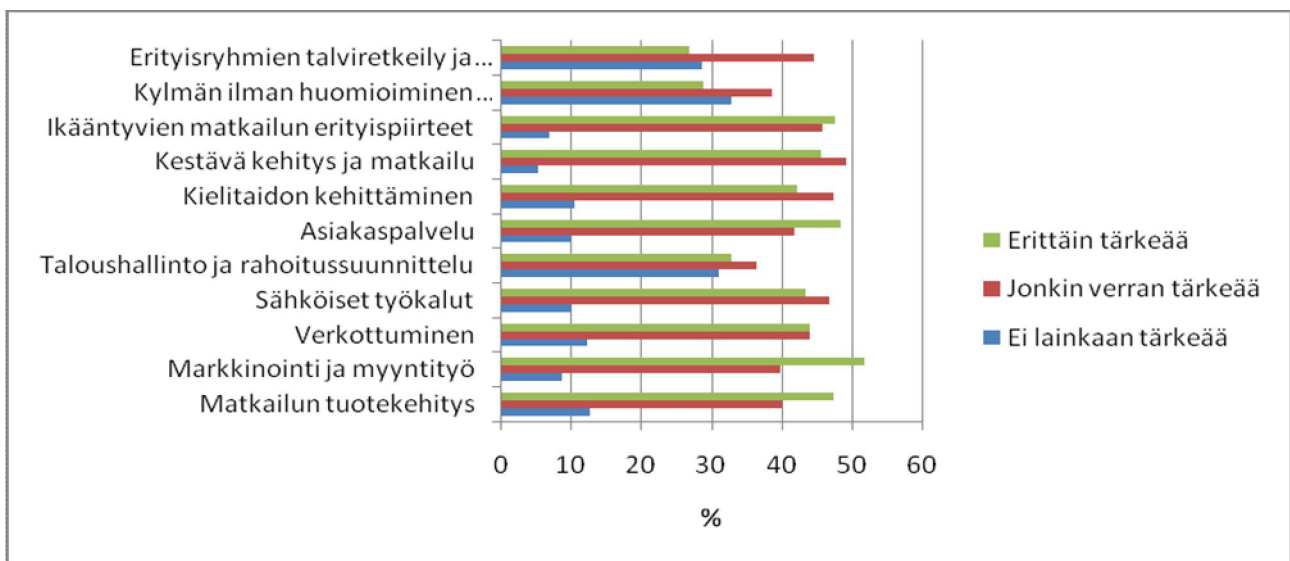
Yli 40 % vastaajista oli täysin eri mieltä tai eri mieltä siinä, että *toimintakokonaisuuksia pyritään rakentamaan niin, että asiakasryhmät koostuisivat pelkästään esim. pyörätuolin*

*käyttäjistä. Noin 10 % vastaajista oli väitteen kanssa samaa mieltä. Lisäksi yli puolet vastanneista kertoi, että palveluihin kuuluvia toimintoja yritetään soveltaa niin, että niihin voi samanaikaisesti osallistua erityisryhmiin kuuluvia ja muita asiakkaita. Lähes 80 % vastaajista oli täysin eri mieltä tai eri mieltä siinä, että muiden asiakkaiden viihtyvyys kärsii, jos samoihin toimintoihin osallistuu myös erityisryhmiin kuuluvia asiakkaita.*

Tästä huolimatta yli puolet kyselyyn vastanneista kertoi olevansa samaa tai täysin samaa mieltä siinä, että jotkut tarjottavat aktiviteetit ovat sellaisia, että erityisryhmiin kuuluvat asiakkaat eivät voi osallistua niihin edes sovellettuna tai apuvälinettä käyttäen. Lähes 60 % vastaajista oli kuitenkin täysin eri mieltä tai eri mieltä siinä, että asiakasturvallisuuden vuoksi yritys ei tarjoa erityisryhmille luontoliikunta- tai muita matkailupalveluita.

## 2.7. Koulutustoiveet

Suurin osa (71,8 %) vastaajista koki, että yrityksen johtohenkilöillä ja työntekijöillä on tarvetta jatko- tai täydennyskoulutukseen.



Kuvio 17. Koulutussisältöjen tärkeys oman yrityksen henkilöstökoulutuksen kannalta.

Kaikkein tärkeimpänä henkilöstökoulutuksen aiheena pidettiin markkinointia ja myyntityötä. Seuraavaksi tärkeimpinä aiheina nähtiin asiakaspalvelu, matkailun tuotekehitys ja ikääntyvien matkailun erityispiirteet. Myös Kestävä kehitys ja matkailu, sähköiset työkalut, verkottuminen ja kielitaidon kehittäminen nousivat tärkeiksi koulutusaiheiksi. Kyselyyn vastanneista lähes puolet (39,1 %) haluaisi kehittää etenkin venäjän kielen taitoaan ja noin neljäsosa (23,9 %) englannin kielen taitoaan.

Kyselyn mukaan touko-, loka- ja marraskuu sopivat parhaiten henkilöstön koulutukselle. Muutama täydentävä haastattelu puolestaan osoitti, että toukokuu ei ole välttämättä kuitenkaan hyvä aika henkilöstön koulutukseen. Kauden päätyttyä on nimittäin vaikea tavoittaa tilapäistyövoimaa.

Yritykset olivat omasta mielestään onnistuneet parhaiten sellaisissa erityisryhmien matkailun palvelutuotantoon liittyvissä asioissa, jotka kohdistuvat asiakaspalveluun, fyysiseen ympäristöön ja ohjelmapalveluihin. Asiakaspalveluun liittyvät onnistumiset pohjautuivat joustavuuteen, vieraanvaraisuuteen, yksilöllisyyteen, tasa-arvoisuuteen ja

ystävällisyyteen. Fyysiseen ympäristöön liittyviä onnistumisia oli koettu muun muassa esteettömien hotellitilojen suunnittelussa, majoituksessa esteettömässä liikkumisessa kiinteistössä, reiteissä ja majoituksessa. Lisäksi onnistumisia oli koettu ohjelmapalveluissa esimerkiksi näkövammaisten hiihtäjien, kehitysvammaisten laskettelijoiden sekä sokeiden ja kuurojen illallisten myötä. Onnistumiset liittyivät etenkin isoille ryhmille suunnattuihin palvelukokonaisuuksiin.

Yrityksillä oli oman arvion mukaan parannettavaa fyysisessä ympäristössä, markkinoinnissa ja opastuksissa, tuotteistamisessa ja erityistarpeiden huomioimisessa matkailutuotteissa sekä omassa tietämyksessä erityisryhmien tarpeiden tunnistamisen suhteen.

### 3 JOHTOPÄÄTÖKSET

Yli puolella kyselytutkimukseen osallistuneista yrityksistä on ollut erityisryhmiä asiakkaina silloin tällöin. *Vaikka joitakin palveluja tarjotaan erityisryhmille, niitä ei yleensä kuitenkaan markkinoida heille.* Tärkeimpänä markkinointikanavana pidettiin Internetiä.

Alle puolet vastaajista koki, että erityisryhmiin kannattaa investoida. Reilusti yli puolet vastaajista näki, että *ikäntyminen ja erityisryhmiin kuuluvien asiakkaiden lisääntyminen tarjoavat lisämahdollisuuksia* matkailuun ja että pienilläkin teoilla voidaan saada aikaan suuria elämyksiä.

Lähes puolet kyselyyn vastanneista yrityksistä piti jonkin verran tärkeänä ja lähes viidesosa erittäin tärkeänä sitä, että ohjelmapalvelut ovat esteettömiä. Yli puolet kyselyyn vastanneista yrityksistä pyrki *soveltamaan toimintojaan siten, että niihin voi osallistua sekä erityisryhmiin kuuluvia että muita asiakkaita.* Suurin osa vastaajista koki, että muiden asiakkaiden viihtyvyys ei tästä kärsi. Samalla yli puolet vastanneista koki, että erityisryhmiin kuuluvat asiakkaat eivät voi osallistua kuitenkaan kaikkiin tarjottaviin aktiviteetteihin. Toisaalta vain pieni osa yrityksistä pyrki rakentamaan toimintakokonaisuuksista pelkästään esimerkiksi pyörätuolia käyttäville asiakkaille.

Reilu kolmasosa vastaajista koki, että tiedon lisääntymisen ja henkilöstön koulutuksen myötä palveluita on mahdollista tarjota entistä laajemmin myös erityisryhmille. *Lapin matkailualan yritykset tarvitsevat henkilöstökoulutusta etenkin erityisryhmien ja ikäihmisten tarpeiden tunnistamisesta, tuotteistuksesta ja markkinoinnista.* Markkinointia tai opastusta ei mainita erityisryhmien matkailun palvelutuotantoon liittyvissä onnistumisen kokemuksissa, kun taas kehittämisen kohteissa se tuodaan selkeästi esille.

Kyselytutkimuksen perusteella voidaan esittää muutamia jatkotoimenpiteitä. Lapin matkailuyrittäjille tulisi järjestää *henkilöstökoulutusta* yritysten toiveiden mukaisesti. Toiseksi Lapin matkailuyrityksille olisi syytä suunnitella ja tehdä *tietopankki markkinoinnista* esteettömyyden näkökulmasta, sillä matkailuyrityksillä esiintyy siinä huomattavia puutteita. Kolmanneksi tietopankin rakentamiseen tulisi ottaa mukaan koko *Lapin matkailuyritykset*, jotta esteettömyys vahvistuisi koko Lapin alueella. Tämä edellyttää yrityshaastatteluiden ja -arviointien laajentamista koko Lappia koskeviksi.



## LIITTEET

### LIITE 1. Sähköpostiviesti kyselystä matkailuyrityksille

Arvoisa vastaanottaja!

Ulkomaisten matkailijoiden määrä on vähentynyt Lapin matkailussa, vaikka kotimaisten matkailijoiden määrä onkin pysynyt ennallaan tai jopa kasvanut. Suurten ikäluokkien vanhentuessa on erilailla liikuntaesteisten matkailijoiden määrä voimakkaasti kasvussa. Tässä kohderyhmässä on paljon taloudellista potentiaalia ja halua matkustaa kotimaassa. On tärkeää, että matkailukohteet saadaan vastaamaan tähän kasvavaan tarpeeseen.

Lapin yliopiston ja Rovaniemen ammattikorkeakoulun yhteisenä ESR-rahoitteisena projektina toteutetaan 1.7.2010-31.12.2011 Esiselvityshanketta ”Esteettömyys liikunta- ja luontomatkailussa”. Yhtenä hankkeen tavoitteena on toteuttaa kysely- ja haastattelututkimus Lapin matkailuyrittäjille. Tarkoituksena on kartoittaa matkailuun liittyvien yritysten mahdollisuuksia tarjota matkailupalveluita liikuntaesteisille, pitkäaikaissairaille ja aistivammaisille asiakkaille. Lisäksi kysytään yritysten halukkuutta aiheeseen liittyvään koulutukseen osallistumisesta ja koulutuksen toivotuista sisällöistä sekä järjestämisajankohdasta.

Kysely toteutetaan sähköisenä Webropol-kyselynä. Kyselylomake löytyy seuraavasta linkistä <http://www.webropol.com/P.aspx?id=511881&cid=132402117> Siinä esitetään myös tarkat vastausohjeet.

Se, mistä yrityksistä eri vastauslomakkeet palautuvat, ei tule edes tutkijoiden tietoon. Lomakkeen lopussa on kuitenkin mahdollisuus täyttää vapaaehtoisesti yrityksen nimi ja yhteystiedot. Tämä on sen vuoksi, että kyselyä täydennetään lyhyillä yrityshaastatteluilta niiden joukosta, jotka antavat tähän suostumuksensa ja jättävät yhteystietonsa.

Tämä tiedote lähetetään siihen yrityksen sähköpostiin, jonka osoite on saatu erilaisista matkailuyrityksiä koskevista julkisista rekistereistä. Toivomme, että yrityksessä sähköisen lomakkeen täyttää ja lähettää se, jolle yrityksen toiminta ja arvomaailma on tutuinta (esim. toimitusjohtaja tai vastaava). Kaikkiaan toivomme runsasta osallistumista kyselyyn. Saadulla tiedolla on suuri merkitys Lapin matkailun kehittämisessä ja markkinoimisessa.

Toivomme, että voisitte vastata kyselyyn 7.2.2011 mennessä. Toivomme myös, että niistäkin yrityksistä, jotka eivät tarjoa matkailupalveluita erityisryhmille, vastattaisiin lomakkeen alkuosaan.

Mikko Pehkonen  
erikoistutkija  
projektipäällikkö  
Lapin yliopisto  
s-posti: [mikko.pehkonen@ulapland.fi](mailto:mikko.pehkonen@ulapland.fi)  
puh: 0400-161628

Kyösti Kurtakko  
professori, dekaani  
projektin vastuuhenkilö  
Lapin yliopisto

Salla Jutila  
yhteiskuntatieteiden yo  
matkailututkimus  
Lapin yliopisto

## LIITE 2. Saatekirje

Esteettömyys liikunta- ja luontomatkailussa

Kyselytutkimus Lapin matkailuyrittäjille

Kyselyyn vastaaminen on yksinkertaista. Pääasiassa on kyse valintojen teosta annetuista vastausvaihtoehdoista. Tämä tapahtuu klikkaamalla valittavan vaihtoehdon numero- tai kirjaintunnuksen yhteydessä olevaa pyörylää. Joissakin tapauksissa vastaaminen tapahtuu valitsemalla haluttu vaihtoehto alavetovalikoista. Muutamissa kysymyksissä edellytetään myös vastauksen kirjoittamista annettuun vastaustilaan. Tähdellä merkatut kohdat tulee täyttää, jotta lomakkeessa pääsee eteenpäin. Sivunvaihtoon ja lomakkeen lopussa vastausten lähettämiseen ohjataan erikseen.

Toivomme, että voisitte vastata kyselyyn 7.2.2011 mennessä. Toivomme myös, että niistäkin yrityksistä, jotka eivät tarjoa matkailupalveluita erityisryhmille, vastattaisiin lomakkeen alkuosaan.

Vuoden 2011 lopussa päättyvän esiselvityshankkeen jatkoksi suunnitellaan 3-4 vuotta kestävää jatkohanketta, jossa koko Lapin alueen matkailuyritysten esteettömyyttä ja saavutettavuutta liikuntaesteisten, pitkäaikaissairaiden ja aistivammaisten henkilöiden matkailun kannalta pyritään selvittämään arvioimalla yrityksiä. Tämän arvioinnin tuloksia voidaan esittää yritysten niin halutessa internetiin sijoitetussa tietopankissa.

Mikko Pehkonen  
erikoistutkija  
projektipäällikkö  
Lapin yliopisto

Kyösti Kurtakko  
professori, dekaani  
projektin vastuuhenkilö  
Lapin yliopisto

Salla Jutila  
yhteiskuntatieteiden yo  
matkailututkimus  
Lapin yliopisto

### **LIITE 3. Esteettömyyskyselyn kysymykset**

1. YRITYKSEN TOIMIALA (yhdellä yrityksellä voi olla useitakin toimialoja, täyttäkää lomakkeen jatko kuitenkin vain yhden, valitsemanne toimialan kannalta)
2. Vastaukset lomakkeen seuraaviin kysymyksiin koskevat toimialaa
3. VASTAAJAN ASEMA YRITYKSESSÄ
4. YRITYKSEN SIJAINTIKUNTA (jos yrityksessä on useita toimipisteitä, vastatkaa vain yhden toimipisteen osalta)
5. HENKILÖSTÖN MÄÄRÄ YRITYKSESSÄ (jos yrityksessä on useita toimipisteitä, vastatkaa vain yhden toimipisteen osalta)
6. Minkälainen pätevyys yrityksenne henkilöstöllä on sillä toimialalla, jonka mukaan nyt vastaatte (oppilaitoksen, järjestön tms. myöntämä ja ajantasainen koulutus, työkokemus)? (5=erittäin hyvä, 4=melko hyvä, 3=keskitasoinen, 2=melko huono, 1=erittäin huono)
7. Millä kielillä yrityksessänne kyetään palvelemaan asiakkaita suomen kielen lisäksi?
8. Kuinka monta prosenttia asiakkaistanne on arvioitteenne tai tilastojenne mukaan koko vuoden ajalta ulkomaalaisia?
9. Mitkä ovat asiakkaiden lukumäärän (henkilömäärä myös ryhmien osalta) mukaan vuositasolla kolme vilkkainta ja mitkä kolme hiljaisinta kuukautta? (erota kuukaudet pilkulla)
10. Onko yrityksenne asiakkaina ollut henkilöitä, joilla on toimintakyvyn rajoituksia vammasta tai sairaudesta johtuen (myöhemmin: erityisryhmiin kuuluvia henkilöitä)?
11. Kuinka paljon yrityksessänne käy vuoden aikana erityisryhmiin kuuluvia asiakkaita?
12. Mitä kanavia käyttäen arvioitte parhaiten tavoittavanne asiakkaanne? (merkitkää viisi tärkeintä kanavaa tärkeysjärjestykseen, 1 = tärkein jne.)
13. Onko teillä jokin muu kanava kuin edellisen otsikon vaihtoehdot?
14. Ilmeneekö markkinoinnissanne, miten palvelunne soveltuvat liikuntaesteisille asiakkaille?

15. Onko yrityksellänne internetsivut?

16. Jos vastasitte kyllä, onko sivujen suunnittelussa otettu huomioon näkövammaisten käyttäjien erityistarpeet?

17. Jos yrityksenne tarjoaa kuljetuspalveluja, mihin seuraavista ryhmistä ne kuuluvat ja ovatko ne erityisryhmien saavutettavissa? (1 = kuuluu yrityksen tarjontaan, 2 = ovat erityisryhmien saavutettavissa). Voitte valita useita vaihtoehtoja.

18. Onko yrityksellänne muita kuin yllämainittuja kuljetuspalveluja?

19. Ovatko yrityksenne palvelutilat saavutettavissa julkisilla kulkuneuvoilla?

20. Onko yrityksenne toimitilojen yhteydessä tai välittömässä läheisyydessä ISA-tunnuksin merkittyjä pysäköintipaikkoja liikkumisesteisille (ns. inva-pysäköintipaikkoja)?

21. Jos käytössä on luiska tai luiskia, mikä on luiskan kaltevuus enimmillään?

22. Ovatko yrityksenne toimitilat (esim. vastaanotto) saavutettavissa esteettömästi esim. pyörätuolia käyttäen?

23. Onko pysäköintipaikan ja toimitilojen välillä korkeuseroja, portaita tai kapeita kulkuväyliä?

24. Onko pysäköintialueelta toimitiloihin opasteita pistemerkinnöillä tai kohokartoilla näkövammaisia asiakkaita varten?

25. Jos yrityksenne tarjoaa majoituspalveluja, mihin seuraavista ryhmistä ne kuuluvat ja ovatko ne erityisryhmien saavutettavissa? (1 = kuuluu yrityksen tarjontaan, 2 = ovat erityisryhmien saavutettavissa). Voitte valita useita vaihtoehtoja.

26. Onko yrityksellänne muuta majoituspalvelua kuin edelliset vaihtoehdot?

27. Ovatko sisäänkäynti ja vastaanotto esteettömiä?

28. Jos yrityksenne tarjoaa hotellitasoista majoitusta, kuinka monta huonetta on erikseen tarkoitettu liikuntaesteisille matkailijoille?

29. Onko opas- tai avustajakoiraa käytävillä matkailijoilla mahdollisuus majoittua yrityksenne majoitustiloihin?

30. Jos majoitustilat sijoittuvat useaan kerrokseen, onko käytössä hissi, johon pääsee pyörätuolilla?
31. Onko majoitustilojen hississä/hisseissä ääniohjaus?
32. Jos yrityksenne tarjoaa ravitsemispalveluja, mihin seuraavista ryhmistä ne kuuluvat ja ovatko ne erityisryhmien saavutettavissa? (1 = kuuluu yrityksen tarjontaan, 2 = ovat erityisryhmien saavutettavissa). Voitte valita useita vaihtoehtoja.
33. Onko yrityksellänne muita ravitsemispalveluja?
34. Jos ravintolatilat sijoittuvat useaan kerrokseen, onko käytössä hissi, johon pääsee pyörätuolilla?
35. Onko ravintolatilojen hississä/hisseissä ääniohjaus?
36. Onko ravintolassa ruokalistaa pistekirjoituksella?
37. Miten tärkeää yrityksellenne on, että tarjoamanne ohjelmapalvelut ovat esteettömiä?
38. Jos yrityksenne tarjoaa ohjelmapalveluja, mihin seuraavista ryhmistä ne kuuluvat ja ovatko ne erityisryhmien saavutettavissa? (1 = kuuluu yrityksen tarjontaan, 2 = ovat erityisryhmien saavutettavissa). Voitte valita useita vaihtoehtoja.
39. Tarjoaako yrityksenne jotain muuta ohjelmapalvelua kuin yllä olevat
40. Tarjoaako yrityksenne erityisryhmille apuvälineitä eri aktiviteetteihin? (voitte valita useita vaihtoehtoja)
41. Mikäli valitsitte edellisessä kysymyksessä vaihtoehdon 3, luetelkaa alle yrityksellänne olevia erityisryhmien apuvälineitä
42. Soveltuvatko ohjelmapalveluissa käyttämänne ulkoilureitit ja taukopaikat erityisryhmille?
43. Millaisia ratkaisuja reiteillä ja taukopaikoilla on tehty esteettömyyden parantamiseksi?
44. Arvioikaa seuraavia väittämiä oman ohjelmapalveluita tarjoavan yrityksenne kannalta (1 = täysin eri mieltä, 2 = eri mieltä, 3 = ei samaa eikä eri mieltä, 4 = samaa mieltä, 5 = täysin samaa mieltä).

45. Onko yrityksenne johtohenkilöillä ja työntekijöillä tarvetta jatko- tai täydennyskoulutukseen?
46. Arvioikaa näiden koulutussisältöjen tärkeyttä oman yrityksenne henkilöstön koulutuksen kannalta (1 =ei lainkaan tärkeä, 2=jonkin verran tärkeä, 3=erittäin tärkeä).
47. Jos vastasitte edelliseen kysymykseen H. Kielitaidon kehittäminen, niin mikä on kieli tällöin, mitä haluatte kehittää?
48. Onko teillä muuta lisättävää kohtaan 46?
49. Mitkä kuukaudet sopisivat parhaiten yrityksenne henkilöstön koulutukseen. Valitkaa kolme.
50. Minkälaisissa asioissa yrityksenne on onnistunut parhaiten erityisryhmien matkailun palvelutuotannossa?
51. Minkälaisissa asioissa yrityksellänne olisi parannettavaa erityisryhmien matkailun palvelutuotannossa?
52. Yrityksemme voi osallistua kevään tai alkukesän 2011 aikana tätä kyselyä täydentävään haastatteluun.