



MATKAOPPAAT-TOSI-TV-SARJAN VÄLITTÄMÄ MIELIKUVA MATKAOPPAAN TYÖSTÄ

Jenna-Juulia Aro

Opinnäytetyö
Marraskuu 2011
Matkailun koulutusohjelma
Tampereen ammattikorkeakoulu

TAMPEREEN AMMATTIKORKEAKOULU
Tampere University of Applied Sciences

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Matkailun koulutusohjelma

JENNA-JUULIA ARO

Matkaoppaat-tosi-tv-sarjan välittämä mielikuva matkaoppaan työstä

Opinnäytetyö 75 sivua + 6 liitesivua
Marraskuu 2011

Opinnäytetyön aiheena on millaisen mielikuvan Matkaoppaat-tosi-tv-sarja välittää katsojilleen matkaoppaan työstä. Tutkimuksella pyrittiin saamaan vastaus siihen millaisen mielikuvan televisiosarja Matkaoppaat antaa katsojilleen matkaoppaan työstä, pidetäänkö Matkaoppaat-sarjaa realistisena, haluaako useampi sarjaa katsonut Deturin matkaoppaaksi ja onko sarja muuttanut vastajien käsitystä matkaoppaan työstä. Työn tarkoituksena oli kerätä realistista tietoa matkaoppaan työstä, jota matkaoppaaksi haluavat ja muut voivat hyödyntää.

Opinnäytetyön teoriana käytettiin medialukutaitoa, mielikuvan luomisen mallia sekä asiakaspalvelun jaottelua. Aineistoa kerättiin Facebookissa sähköisen kyselylomakkeen avulla. Sähköinen kyselylomake laitettiin halutuille sivuille Facebookissa. Kyselylomake lähetettiin osalle vastaajista myös henkilökohtaisesti Facebookin kautta, muun muassa matkaoppaana toimineille henkilöille.

Kyselylomakkeeseen saatiin 84 vastausta. Suurin osa vastaajista oli nuoria aikuisia naisia. Vastaajista yhdeksän oli toiminut matkaoppaana, mutta kukaan ei ollut työskennellyt Deturilla. Tulosten mukaan Matkaoppaat-sarja on antanut matkaoppaan työstä melko vaativan, rankan ja monipuolisen kuvan. Matkaoppaan työtä ei pidetty niinkään palkitsevana. Vastaajat pitivät sarjaa realistisena, mutta harva halusi Deturin matkaoppaaksi, ainakaan Matkaoppaat-sarjan innoittamana.

Matkaoppaan työssä tärkeimpinä asioina pidettiin asiakaspalvelutaitoja, ongelmanratkaisukykyä ja vuorovaikutustaitoja. Kaksi tärkeintä asiakaspalvelutehtävää olivat asiakkaan auttaminen ja asiakkaan kohtaaminen positiivisella asenteella. Suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että sarja antaa hyvän kuvan matkaoppaan työstä. Tutkimuksella saatiin selville millaisen mielikuvan Matkaoppaat-sarja välittää matkaoppaan työstä katsojilleen. Usean mielikuva matkaoppaan työstä muuttui katsottuaan Matkaoppaat-sarjaa.

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Tourism

JENNA-JUULIA ARO

Working as a travel guide - The image mediated through the reality show
Matkaoppaat

Bachelor's Thesis 75 pages, 6 appendices
November 2011

The purpose of this thesis was to examine what kind of impression reality show Matkaoppaat gives people about working as a travel guide. The study aimed to answer the four questions, what kind of impression people received from the reality show about working as a guide, if the program was considered realistic, if people were more interested in working as a travel guide for Detur and if people's opinion about working as a guide changed after seeing this program. The aim was to give realistic information on the work of the travel guide.

The study was carried out with the help of electronic survey which was placed on Facebook. The survey was also sent personally to some who had been worked as travel guides. Theory section of this thesis consist of media literacy, image creation model and customer service breakdowns.

The survey gathered 84 responses. Most of the respondents were young adult women. Nine of the respondents have been working as travel guides but no one had been working as Deturs travel guide. According to the results, travel guide work is considered to be quite demanding, hard and versatile but not so much rewarding. The program is considered to be realistic but only a few would like to work as a travel guide.

Customer service skills, problem solving skills and interpersonal skills were mentioned to be the most important aspects in the work of a travel guide. Two of the most important customer service requirements for a travel guide were to help the customers and face customers with a positive attitude. Respondents thought that an adequate picture of the work of a travel guide was conveyed through the program. The study answered to all the questions which were asked. The impression many of the respondents had of the travel guide's work was transformed after seeing the program Matkaoppaat.

Keywords: image, media literacy, customer service, travel guide, reality show

SISÄLLYSLUETTELO

1 JOHDANTO	5
1.1 Tutkimuksen kohde	5
1.2 Käsitteet ja teorit	6
1.3 Tutkimuskysymykset	13
1.4 Aineisto ja menetelmät	13
1.5 Tutkimuksen kulku	16
2 MATKAOPPAAT-REALITY-SARJA	17
2.1 Aikaisempi tutkimus	17
2.2 Tuotantoyhtiö Susamuru Oy	17
2.3 Matkaoppaat-reality-sarja.....	18
2.4 Matkanjärjestäjä Detur	19
2.5 Alanya matkakohteena.....	20
3 MATKAOPAS AMMATTINA.....	21
3.1 Matkaoppaan ammatin historiaa Suomessa	21
3.2 Matkaoppaaksi kouluttautuminen.....	21
3.3 Matkaoppaan ammatin eri toimenkuvat	23
3.4 Matkaoppaan työnkuva	25
3.5 Asiakaspalvelu matkaoppaan työssä	27
4 TUTKIMUSTULOKSET	30
4.1 Sähköinen kyselylomake.....	30
4.2 Sähköisen kyselylomakkeen tulokset.....	31
4.2.1 Vastaaajien taustatietoa koskevat kysymykset	31
4.2.2 Matkaoppaat-sarjaa koskevat kysymykset.....	36
4.2.3 Mielikuvaa koskevat kysymykset	49
5 JOHTOPÄÄTÖKSET	68
5.1 Tutkimuksen luotettavuus	68
5.2 Tutkimustulosten yhteenveto	69
6 LOPUKSI	71
LÄHTEET	73
LIITTEET	76
Liite 1. Kyselylomake	76

1 JOHDANTO

1.1 Tutkimuksen kohde

Opinnäytetyön aiheena ovat matkaoppaat ja erityisesti Matkaoppaat-reality-sarja. Syy valitsemaani aiheeseen on se, että olen itse työskennellyt matkaoppaana ja aihe on minulle läheinen. Mietin useita eri aiheita liittyen matkaoppaan työhön ja sitten muistin, että Matkaoppaat sarja alkaa pian televisiosta ja päätin tehdä sarjaan liittyvän tutkimuksen.

Työssäni keskityn ulkomailla työskentelevään kohdeoppaaseen, vaikka matkaoppaalla on myös muita ammattinimikkeitä, joita esittelen myöhemmin luvussa kolme *Matkaopas ammattina*. Olen kiinnostunut tutkimaan millaisen kuvan Matkaoppaat-sarja välittää katsojilleen matkaoppaan työstä ja tämän vuoksi päätin tehdä asiasta tutkimuksen.

Matkaoppaat sarjasta esitettiin ensimmäinen tuotantokausi vuonna 2010 ja toinen tuotantokausi keväällä 2011. Keväällä varmistui myös se, että Matkaoppaat sarjasta tehdään vielä lisää tuotantokausia. Seuraavassa tuotantokaudessa mukana olisi eri matkanjärjestäjä ja eri matkaoppaat. Sarjan ensimmäinen ja toinen tuotantokausi on kuvattu Turkissa, Alanyassa ja kolmas tuotantokausi kuvataan näillä näkymin Bulgarian Sunny Beachillä.

Sarjassa kuvataan matkaoppaiden tavallista arkea sekä matkailijoiden erilaisia lomiamia. Monesti matkailijoilla on sellainen kuva, että matkaoppaat ovat vain lomalla kohteessa. Matkaoppaan toivottaessa hyvää lomaa hän kuulee usein vastaukseksi, ”kiitos samoin” (Mykkänen 2010, 71). Matkaoppaat-sarjasta on lisää tietoa opinnäytetyöni luvussa kaksi *Matkaoppaat-reality-sarja*.

Opinnäytetyöstä saa matkaoppaan ammatista tietoa ja näin matkaoppaaksi haluava voi miettiä, onko ammatti häntä varten. Opinnäytetyössä kerrotaan muun muassa matkaoppaan työn hyvistä ja huonoista puolista, millainen henkilö on

sopiva matkaoppaaksi eli millaisia ominaisuuksia matkaoppaalla tulisi olla sekä siitä, miten matkaoppaaksi voi kouluttautua.

1.2 Käsitteet ja teoriat

Opinnäytetyön käsitteinä toimii matkaopas, tosi-tv-sarja, mielikuva ja matkanjärjestäjä. Matkaopas on käsitteenä, koska työ tutkii millaisen mielikuvan matkaoppaan työstä saa televisiosarjan myötä. Toinen käsite on tosi-tv-sarja eli reality-sarja, koska työn aiheena on tosi-tv-sarjoihin kuuluva Matkaoppaat-tv-sarja. Mielikuva on yksi käsite, koska työssä tutkitaan millaisia mielikuvia tällainen sarja saa aikaan matkaoppaan työstä. Matkanjärjestäjä toimii yhtenä käsitteenä, sillä tutkimuksessa halutaan selvittää innostaako Matkaoppaat-sarja lähtemään matkanjärjestäjä Deturin matkaoppaaksi. Seuraavaksi avataan hieman enemmän näitä käsitteitä.

Matkaoppaat voidaan jakaa kahteen eri osaan, ulkomaan ja kotimaan matkaoppaisiin. Opinnäytetyössä keskitytään lähinnä ulkomaan kohdeoppaan työtehtäviin, mutta ulkomaan matkaoppaita on monenlaisia. Matkaopas on yleisnimi kaikille näille eri oppaille, koska kaikki ovat oppaita, mutta hieman erilaisissa tehtävissä. Matkaopas nimen alla voi olla kohdeopas, retkiopas, lento-opas, kiertomatkaopas, tenavaopas, aktiviteettiopas ja kohdepäällikkö. (Aitto-oja, 2008 Työpaikkoja ulkomailla, Päivölän Kansanopisto.) Oppaan määritelmä tulee suoraan siitä, missä ja millaista opastyötä hän tekee, vaikka sama opas voi tehdä eri opastustyötä (Karusaari & Bylund 2010, 135).

Viime vuosina tosi-tv-sarjat eli reality-sarjat ovat nousseet suosituiksi. Kyseessä olevassa televisioilmallisessa kenestä tahansa "taviksesta" voi tulla tähti. Matkaoppaat-sarja on yksi Suomen televisiossa pyörivistä tosi-tv-sarjoista. Tosi-tv-ohjelmiin suhtautuminen on herättänyt katsojissa paljon kriittisiä kommentteja. (Wiio 2007, 573.) Katsojien tulee arvioida uskovatko he mitä sarjoissa näytetään ja miten näihin sarjoihin tulisi oikeastaan reagoida.

Tosi-tv:n tärkeä piirre on se, että tapahtumat ovat todella tapahtuneet jollekulle ja katsoja voi luottaa siihen. Tosi-tv:n idea on siinä, että tavallinen katsoja voi astua toisen henkilön maailmaan ja olla tarkkailijana hänen elämässään. Ihmiset ovat perusluonteeltaan uteliaita, he haluavat nähdä toisten kommelluksia ja noloja tilanteita. Nämä kommellukset tekevät tosi-tv-ohjelmista suosittua viihdettä. (Herkman 2001, 134.)

Matkaoppaat-sarja kuuluu lajiltaan tosi-tv-sarjoihin, mutta ennen kaikkea se kuuluu dokumentaaristen sarjojen piiriin, koska dokumentti kuvastaa todellista tilannetta. Dokumentti korostaa kuvausten autenttisuutta ja se on todellisuuden tallenne. Tosi-tv-sarja kertoo ihmisistä sellaisessa asetelmassa, jota ei olisi ilman ohjelmaa kun taas dokumentaarisessa sarjassa tilanteet olisivat olemassa joka tapauksessa eli matkaoppaat olisivat ilman ohjelmaakin töissä kohteessa. (Mykkänen 2010, 160.)

Työssä tutkitaan millaisen mielikuvan matkaoppaan ammatista saa. Mielikuva on yksiselitteisesti kuva tai käsitys ihmisen mielessä (Rope 2001, 13). Mielikuva muodostuu tiedoista, kokemuksista, asenteista ja tuntemuksista tutkittavaa asiaa kohtaan (Rope & Vahvaselkä, 1993, 63). Mikäli sarjan katsojalla on jo ennestään huono asenne matkanjärjestäjä Deturia kohtaan niin luultavasti hän pitää ohjelmaakin huonona pelkästään näiden, jo olemassa olevien, omien kokemustensa ja tuntemustensa vuoksi.

Olemassa olevat mielikuvat vaikuttavat vahvasti ihmisten suhtautumiseen. Mielikuvilla on eri tasoja, joilla tarkoitetaan mielikuviin liittyvien positiivisten asioiden keskiarvoa (Rope 1993, 64). Positiivisen mielikuvan omaava henkilö on suopeampi kohdetta kohtaan kun taas kielteisessä mielikuvassa huomio kiinnittyy kohteen varjopuoliin (Karvonen 2005, 4). Matkaoppaat-sarjan katsoja saattaa kiinnittää huomioita vain sarjan huonoihin puoliin, jos hänellä on ennestään negatiivinen mielikuva tai negatiivinen kokemus kyseessä olevasta matkanjärjestäjästä.

Suomessa on useita eri matkanjärjestäjiä ja tässä tutkimuksessa keskitytään lähinnä Deturiin, koska ensimmäisellä ja toisella tuotantokaudella mukana olevat matkaoppaat työskentelevät kyseisellä matkanjärjestäjällä. Työ- ja elinkeinoministeriö (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2011) on antanut seuraavanlaisen kuvauksen matkanjärjestäjästä: ”Matkanjärjestäjällä tarkoitetaan valmismatkaliikkeen harjoittajaa, joka suunnittelee ja toteuttaa valmismatkoja ja tarjoaa niitä joko itse tai muun elinkeinonharjoittajan välityksellä. Pelkkien tilauslentojen tarjoaminen kuluttajille rinnastetaan valmismatkojen järjestämiseen.” Sarjassa esillä olevasta matkanjärjestäjä Deturista kerrotaan lisää luvussa kaksi *Matkaoppaat-reality-sarja*.

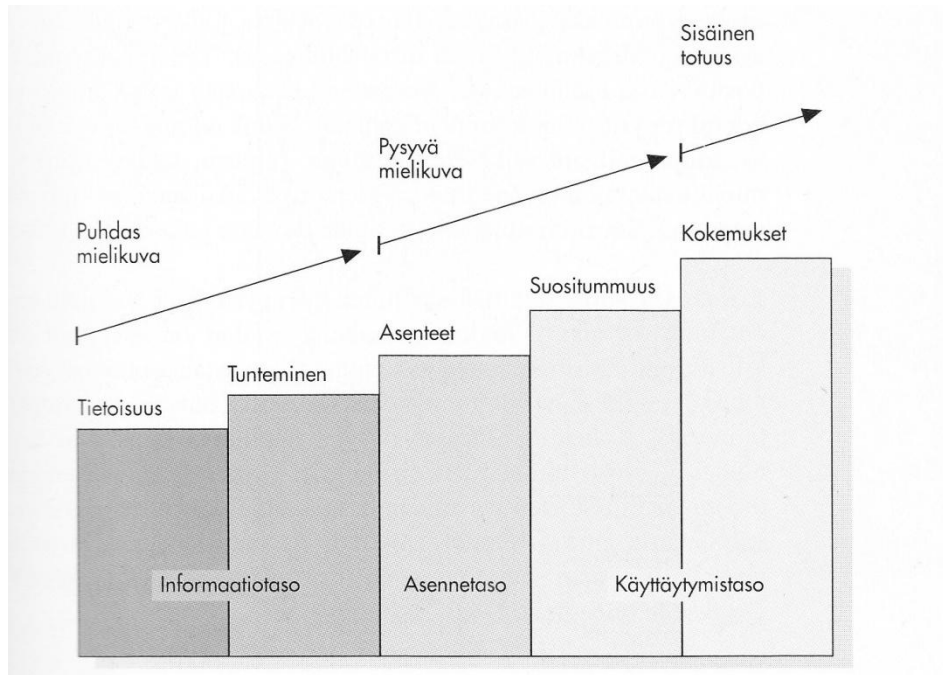
Opinnäytetyössä yhtenä teoriana käytetään medialukutaitoa, koska työssä selvitetään millaisen mielikuvan television tosi-tv-sarja välittää matkaoppaiden työstä. Medialukutaito on käsitteenä ongelmallinen, sillä lukutaito sana oletetaan tarkoittavan konkreettista lukemisen taitoa. Lukeminen liittyy kuitenkin muuhunkin kuin vain kirjalliseen tekstiin ja usein medialukutaitoa käytetään visuaalisen ja audiovisuaalisen tekstin lukemiseen. (Kupiainen & Sintonen 2009, 31.) Eri mediatekstit eivät vain heijasta todellisuutta vaan ne luovat muunnelmia todellisuudesta, jotka syntyvät valinnoista. Mediatekstiä tehdessä valitaan mitä halutaan näyttää tai sanoa ja mitä ei. Nämä valinnat vaikuttavat paljon siihen millaisen kuvan mediatekstistä saa. (Fairclough 1997, 136.)

Medialukutaitoon liittyy olennaisesti kriittisyys (Herkman 2007, 80). Kriittisyys luetaan usein joksikin negatiiviseksi asiaksi, vaikka se ei sitä välttämättä ole. Kriittisyys itsessään ei ole negatiivista vaan se on asenne, jolla asioita tarkastellaan (Kupiainen & Sintonen 2009, 58). Medialukutaidossa kriittisyys on hyväksi, sillä aina ei kannata uskoa sitä, mitä media näyttää tai kertoo. Matkaoppaat-sarjan katsojat voivat poimia sarjasta asioita, joihin he uskovat ja joihin he eivät usko. Eri henkilöt lukevat mediaa eri tavalla ja näin ollen pitävät eri asioita todellisina.

Medialukutaitoa voi kehittää ja opetella. Medialukutaitoinen ihminen ymmärtää todellisuuden ja mediatodellisuuden eron. Henkilö pystyy suodattamaan ja arvioimaan informaatiota, jota median välityksellä saa. Henkilö pystyy myös arvioimaan kohdetta ja poimimaan hänelle mielekkäät tiedot. Esimerkiksi sairaalan elämä on yleensä erilaista kuin mitä tosi-tv-sarjoissa annetaan ymmärtää. (Kupiainen & Sintonen 2009, 121.) Matkaoppaat-sarjaa katsova henkilö pystyy poimimaan sarjasta itselle merkitykselliset ja tärkeät tiedot. Eri ihmisille eri asiat ovat tärkeitä ja näin ollen jokainen ihminen lukee mediaa omalla tavallaan.

Medialukutaidolla on suuri merkitys siihen millaisena jokin sarja nähdään. Mediatekstejä analysoidessa tulee muistaa, että media ei aina ole neutraali vaan mediaesitykset sisältävät ideologioita, ennakkoluuloja, asenteellisuuksia ja suoria sekä epäsuoria viittauksia (Kupiainen & Sintonen 2009, 115). Luvussa viisi *tutkimustulokset* käy ilmi, miten eri tavoin ihmiset lukevat mediatekstejä ja miten erilaisia mielikuvia katsojat saavat matkaoppaiden työstä Matkaoppaat-sarjan myötä.

Mielikuvan muodostumisen malli on toinen työssä käytetty teoria. Työssä tutkitaan millaisen mielikuvan tosi-tv-sarja antaa katsojalle matkaoppaan työstä. Mielikuvan muodostumiseen vaikuttaa moni asia ja mielikuva perustuu pitkälti siihen millaisia näkemyksiä ihmisillä on asioista. Asenteita, tuntemuksia ja uskomuksia voi olla, vaikka konkreettiset kokemukset ja tiedot puuttuisivatkin. Ensin on vain mielikuvia ilman kokemuksia ja ihmiset tekevät päätöksiä näiden mielikuvien varassa. (Rope & Vahvaselkä 1993, 66.) Seuraava kuva hahmottaa sitä miten mielikuvat syvenevät tasoittain.



KUVA 1. Mielikuvan syveneminen tasoittain (Rope & Vahvaselkä 1993, 69)

Kuva hahmottaa sitä, miten ensin on olemassa vain tietoisuus esimerkiksi matkanjärjestäjästä: yritys tunnetaan vain nimeltä. Henkilö saattaa tietää esimerkiksi Deturin nimeltä ja henkilöllä on tietoisuus kyseisen matkatoimiston olemassa olosta. Tuntemisvaihe tulee esiin kun nähdään yrityksen mainos, tavataan yrityksen edustaja tai tutustutaan yrityksen tuotteisiin. Esimerkiksi jos ystävä suosittelee Deturia matkanjärjestäjää, henkilöllä tulee tietoisuus, että matkanjärjestäjä voisi olla hyvä tai sitä voisi käyttää. Tietoisuuden taso syvenee tuntemistasoksi sitten kun syntyy käsitys siitä mitä yritys tekee. Tässä vaiheessa ei kuitenkaan ole vielä selvää mielipidettä yrityksestä, joten tämä on puhdas mielikuva. (Rope & Vahvaselkä 1993, 69.)

Asennetasolla voi olla negatiivisia, positiivisia tai neutraaleja mielikuvia. Tasossa muodostetaan pysyvä mielikuva, jota on usein vaikea muuttaa. Suositusvaiheessa tärkeä asia on se, että yritystä pidetään parempana kuin sen kilpailijat ja näin ollen henkilö ostaa yrityksen tuotteita. Henkilö pitää Deturia muita matkanjärjestäjiä parempana ja käyttää ensisijaisesti Deturin palveluita. (Rope & Vahvaselkä 1993, 70.)

Kokemusvaiheessa selviää onko yrityksen toiminta täyttänyt omat odotukset, joita yritystä kohtaan on. Kokemusvaiheessa saadaan totuuksia ja pysyvä mielikuva muuttuu sisäiseksi totuudeksi, jonka muuttaminen ei käy hetkessä. Mikäli yritys tuottaa kokemusvaiheessa pettymyksen, kokemus jää ainutkertaiseksi ja henkilölle muodostuu huono kuva yrityksestä. (Rope & Vahvaselkä 1993, 70.)

Yritysten tulisi pyrkiä luomaan hyviä mielikuvia palveluistaan ja tuotteistaan. Esimerkiksi matkanjärjestäjän valinta riippuu paljon siitä millainen olemassa oleva mielikuva asiakkaalla on yrityksestä. Jos asiakkaalle syntyy huono mielikuva, asiaa ei ajatella enää järjellä vaan tunne ajaa järjen yli (Pitkänen 2006, 119).

Mielikuva liittyy siihen millaisia odotuksia henkilöllä on ja vastataanko näihin odotuksiin kun henkilö saapuu palvelutapahtumaan (Reinboth 2008, 62). Asiakas on tyytyväinen kun hänen kokemuksensa vastaavat niitä odotuksia, joita hänellä oli ennen palvelutapahtumaa. Jos luottamus yritykseen ja sen palveluihin on kerran menetetty, luottamusta on vaikea saada takaisin. (Lahtinen & Isoviita 2004, 45.) Näin ollen myös olemassa olevaa mielikuvaa on vaikea muuttaa.

Kolmas teoria on asiakaspalvelu ja eritoten asiakaspalvelutilanteen jaottelu. Asiakaspalvelu on tärkeä teoria sen vuoksi, että Matkaoppaat-ohjelmassa näytetään jatkuvasti eri asiakaspalvelutilanteita ja nämä eri tilanteet antavat katsojille mielipiteitä ohjelmasta ja mielikuvia matkaoppaan työstä. Asiakaspalvelu on tärkeä työtehtävä, sillä matkaoppaan koko työ perustuu eri asiakaspalvelutilanteille ja monimuotoiselle asiakaspalvelulle. Asiakaslähtöinen ajattelu tulee olla matkaoppaan ammatissa itsestään selvää.

Eräs asiakaspalvelun määrittely kertoo sen olevan tuotteeseen tai palveluun liittyvää kanssakäymistä asiakkaan kanssa. Asiakaspalvelu on inhimillistä vuorovaikutusta, jossa pätevät samanlaiset säännöt kuin kaikissa muissakin kanssakäymisissä ihmisten välillä. (Kannisto 2008, 6.) Vuorovaikutuksen ja kanssakäymisen lisäksi asiakkaan kokemaan vuorovaikutukseen vaikuttavat myös tuote ja yrityksen toimintatapa (Reinboth 2008, 5).

Asiakaspalvelu on sarja tilanteita ja toimenpiteitä, jotka tehdään asiakkaan hyväksi, silloin kun häntä palvellaan. Asiakaspalvelutapahtuman vaiheet jaetaan neljään osaan: Palveluun saapumisvaiheeseen, myyntikeskusteluvaiheeseen, palvelun päätösvaiheeseen ja asiakassuhteen jälkihoitoon. Seuraavassa esitellään näitä vaiheita hieman tarkemmin. (Lahtinen & Isoviita 2004, 47.)

Palveluun saapumisvaiheessa asiakas kohtaa oppaan ja oppaan tärkein tehtävä on luoda hyvä ensivaikutelma ja palvella asiakasta mahdollisimman hyvin. Ensimmäisessä vaiheessa on tärkeää, että asiakas tulee käyttämään sen palvelun tai tuotteen, jota hän oli tullut ostamaan (Lahtinen & Isoviita 2004, 40). Esimerkiksi jos asiakas on tulossa ostamaan retkeä, mutta hän ei oikein tiedä mille retkelle osallistuisi, matkaoppaan tulee viedä tilannetta niin, että asiakas ostaa loppujen lopuksi häntä kiinnostavan retken.

Myyntikeskustelu vaiheessa asiakas odottaa saavansa tietoa tuotteesta ja palvelusta. Asiakaspalveluhenkinen asiakaspalvelija selvittää heti palvelun alussa, mitä tarpeita ja odotuksia asiakkaalla on. (Lahtinen & Isoviita 2004, 50.) Palvelun päätösvaiheessa tärkeintä on se, että asiakas lähtee tilanteesta tyytyväisenä pois ja hän on saanut sen mitä on tullut hakemaan (Lahtinen & Isoviita 2004, 56).

Neljäs vaihe on asiakassuhteen jälkihoito, jossa varmistetaan asiakassuhteen jatkuvuus. Tämä tarkoittaa yksinkertaisimmillaan sitä, että asiakkaalta kysytään palautetta asiakkaan poistumisvaiheessa. Tässä vaiheessa saatetaan törmätä asiakkaan tyytymättömyyteen ja valituksiin, jotka tulee hoitaa välittömästi. (Lahtinen & Isoviita, 2004 57.) Näistä eri asiakaspalvelutapahtumien vaiheista lisää luvussa kolme *matkaopas ammattina*.

1.3 Tutkimuskysymykset

Opinnäytetyön pääkysymys on, millaisen mielikuvan matkaoppaan työstä saa Matkaoppaat-tosi-tv-sarjan myötä. Työssä tutkitaan millaisia mielikuvia katsojat ovat saaneet sarjan myötä matkaoppaan työstä. Tämä tutkimuskysymys on kiinnostava, koska matkakohteessa matkailijat näkevät vain osan oppaan työstä ja Matkaoppaat-sarja on avannut verhot työn kokonaisvaltaiseen näkemiseen.

Toinen tutkimuskysymys on, innostaako Matkaoppaat-sarja lähtemään Deturin matkaoppaaksi. Työssä halutaan tutkia onko Matkaoppaat-sarja vaikuttanut siihen, että useampi haluaa lähteä matkaoppaaksi ja eritoten Deturin matkaoppaaksi nähtyään millaista työtä oppaat tekevät Alanyan rantalomakohteessa.

Kolmas tarkentava tutkimuskysymys liittyy siihen, pidetäänkö ohjelmaa realistisena. Monet saattavat kuvitella ohjelman olevan ennalta käsikirjoitettu, vaikka näinhän asia ei voi olla dokumentaarisessa tosi-tv-sarjassa. Kuten jo aiemmin kerrottiin, matkaoppaat olisivat kohteessa töissä, vaikka koko ohjelmaa ei tehtäisikään.

Neljäntenä tutkimuskysymyksenä liittyy siihen, onko vastaajien käsitys matkaoppaiden työstä muuttunut Matkaoppaat-sarjan myötä. Onko siis tosi-tv-sarja vaikuttanut siihen, että henkilöillä olemassa oleva mielikuva matkaoppaan työtä kohtaan on muuttunut.

1.4 Aineisto ja menetelmät

Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää Matkaoppaat-sarjan katsojien mielikuvia matkaoppaan työstä. Aineistona käytetään Matkaoppaat-reality-sarjaa sekä laaditun sähköisen kyselylomakkeen tuloksia. Tiedonkeruumenetelmänä toimii sähköinen kyselylomake, tarkemmin sanottuna puolistrukturoitu kyselylomake. Kyselylomake tunnetaan survey-tutkimuksen keskeisenä tutkimusmuotona. Survey tarkoittaa kyselyn, haastattelun ja havainnoinnin muotoja, joissa aineisto

kerätään suunnitellusti tietyltä perusjoukolta. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2001, 180 – 185.)

Puolistrukturoitu kyselylomake tarkoittaa, että kyselylomakkeessa on sekä avoimia että monivalintakysymyksiä. Avoimissa kysymyksissä vastaajalle annetaan tilaa kertoa asioista omin sanoin, kun taas monivalintakysymyksissä on valmiit vaihtoehdot ja vastaaja valitsee näistä parhaiten ajatuksiaan kuvastavan. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2001, 180 – 185.) Laaditussa sähköisessä kyselylomakkeessa on vain muutamia avoimia kysymyksiä, jotta kyselyyn vastaaminen kävisi nopeasti ja helposti ja, että tulosten tulkitseminen olisi helppoa ja vaivatonta.

Vastausten keräämisessä käytetään apuna sosiaalista mediaa, Facebookia, joka on suosittu markkinointikanava. Tavoitteena on saada runsas joukko monipuolisia vastauksia. Kyselyä laadittaessa otetaan huomioon mitä teorioita käytetään ja se, millaisiin kysymyksiin kaivataan vastauksia. Facebookissa sähköinen kyselylomake linkitetään Matkaoppaat-sarjan Facebook sivustoille sekä Matkaoppaat-sarjasta tuttujen Erjan ja Tamerin omille Facebook sivuille. Osalle vastaajista kyselylomake lähetetään henkilökohtaisesti. Tällaisia henkilöitä ovat lähinnä matkaoppaana toimineita, jotta tutkimukseen saataisiin mukaan myös matkaoppaan ammatissa toimineiden näkökulmia.

Kyselylomakkeen haittana pidetään muun muassa sitä, ettei voida olla varmoja tutkimustulosten todellisuudesta, koska ei voida tietää miten tosissaan vastaajat kysymyksiin vastaavat. Toinen heikkous on se, ettei voi olla varma siitä, onko vastaaja edes perehtynyt koko asiaan, jota varten lomake on tehty. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2001, 180 – 185.) Sähköinen kyselylomake linkitetään Facebookissa Matkaoppaat-sarjan sekä kahden sarjasta tutun oppaan sivuille. Näillä sivuilla henkilöt voivat pitää sarjasta tai sen oppaista. Voidaan siis olettaa, että vastaajat ovat perehtyneet sarjaan tai katsoneet sitä ainakin kerran, koska he ovat päättäneet pitää Matkaoppaat-ohjelmasta Facebookissa. Kyselylomakkeen laadinnasta lisää luvussa viisi *tutkimustulokset*

Tutkimus hyödyntää sekä kvalitatiivista että kvantitatiivista tutkimusmenetelmää. Nämä kaksi tutkimusmenetelmää täydentävät toisiaan ja monesti niitä on vaikea erottaa toisistaan. Kvantitatiivisessa eli määrällisessä tutkimuksessa keskeistä ovat aiemmat teorit, aineistonkeruusuunnitelmat, määrällinen ja numeerinen mittaus, koehenkilöiden tarkka valinta sekä tutkimustulosten taulukointi. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2001, 125.) Tutkimus on kvantitatiivinen, koska numeerinen mittaus on tärkeää tässä tutkimuksessa.

Kvalitatiivisessa eli laadullisessa tutkimuksessa keskeisiä asioita on kokonaisvaltainen tiedonhankinta, jossa suositetaan ihmistä tiedonkeruun aineistona. Laadullinen tutkimus suoritetaan enemmänkin havaintoina ja keskusteluinakin kuin mittausvälineillä. Laadullista tutkimusta tehtäessä suositetaan ryhmähaastatteluja, teemahaastatteluja, dokumentteja sekä osallistuvaa havainnointia. Laadullisessa tutkimuksessa tutkimussuunnitelma muotoutuu yleensä tutkimuksen edetessä (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2001, 125, 129, 155.) Tutkimus on myös kvalitatiivinen, koska tiedonkeruun aineistona käytetään ihmisiä ja tarkoituksena on saada erilaisia vastauksia erilaisilta henkilöiltä.

Työssä analysoidaan vastauksia teorioiden valossa ja apuna käytetään Lahtisen ja Isoviidan (2004, 47) asiakaspalvelutilanteen jaottelua tutkittaessa, millaisen mielikuvan matkaoppaan työstä saa. Asiakaspalvelutilanteiden jaottelulla käytetään apuna analysoitaessa kyselylomakkeen kysymyksiä, joissa selvitetään mitkä ovat kolme tärkeintä asiaa matkaoppaan työssä ja mitkä ovat kolme tärkeintä asiakaspalvelutehtävää matkaoppaan työssä.

Analyysissa käytetään apuna medialukutaitoa ja sitä, miten ihmisten tulisi suhtautua kriittisesti median luomiin kuviin. Medialukutaitoa sovelletaan analyysissa siihen miten eri katsojat lukevat mediaa eri tavoin ja näin muodostavat oman mielikuvansa matkaoppaan työstä. Medialukutaitoa ja siihen liittyvää kriittisyyttä käytetään apuna analysoitaessa pitävätkö katsojat sarjaa realistisena. Medialukutaito kulkee mukana myös tutkittaessa haluaako useampi matkanjärjestäjä Deturin matkaoppaaksi.

Työssä tutkitaan millaisen mielikuvan matkaoppaan työstä saa ja tässä apuna käytetään Ropen & Vahvaselän (1993, 69) mielikuvan muodostumisen mallia. Mielikuviin vaikuttaa olennaisesti se onko vastaajilla jo ennestään tietty mielikuva matkanjärjestäjä Deturista vai ovatko mielikuvat syntyneet pelkästään Matkaoppaat-sarjan myötä.

1.5 Tutkimuksen kulku

Johdannon jälkeen luvussa kaksi Matkaoppaat-reality-sarja esitellään aikaisempia tutkimuksia, Matkaoppaat-sarja, ohjelmassa esiintyvä matkanjärjestäjä Detur ja kohde, Alanya. Tässä luvussa esitellään myös ohjelman tuotantoyhtiö Susamuru.

Luvussa kolme esitellään matkaoppaan työn historiaa ja matkaoppaan eri ammatteja, ulkomaan kohdeoppaan lisäksi. Luvussa on tietoa myös siitä, miten matkaoppaaksi pääsee sekä matkaoppaalta vaadittavista ominaisuuksista. Luvussa esitellään vielä tarkemmin Lahtisen (2004, 47) asiakaspalvelutilanteiden jaottelu.

Neljännessä luvussa esitellään työtä varten laadittu sähköinen kyselylomake sekä saadut tutkimustulokset. Tutkimustuloksista on tehty helppolukuisia kaavioita havainnollistamaan niitä.

Viidennessä luvussa käydään läpi tutkimuksen luotettavuus ja esitellään yhteenveto saaduista vastauksista. Kuudennessa luvussa esitellään johtopäätökset ja omat tuntemukset opinnäytetyöprosessista.

2 MATKAOPPAAT-REALITY-SARJA

2.1 Aikaisempi tutkimus

Tosi-tv-ohjelmista on tehty verraten vähän tutkimuksia. Matkaoppaat-sarjaan liittyen on tehty aikaisempi tutkimus, mutta tuolloin tutkimuksen tarkoituksena oli vertailla Madventures sekä Matkaoppaat-sarjasta saatuja mielikuvia neljän eri teeman mukaan. Teemat olivat matkailun eettisyys, kestävä kehitys, turvallisuus ja stereotyyppiä. Tutkimuksen kohderyhmänä olivat 20 - 30-vuotiaat naiset, jotka näkivät molemmista sarjoista yhden jakson, jonka perusteella he vastasivat teemaan liittyviin kysymyksiin. (Pietikäinen 2010, 5.)

Matkaoppaan työhön liittyviä tutkimuksia on tehty jonkin verran. Ojanperä Anni (2010) on tutkinut opinnäytetyössään matkaoppaan työn varjopuolia, uhkaavia tilanteita ja väkivaltaa asiakaspalvelussa. Työssä on tutkittu millaisia uhkaavia tilanteita matkaoppaan työssä saattaa kohdata. Toinen opinnäytetyö esimerkki matkaoppaat aiheesta on Aaltonen Sanna (2006) tutkimus matkaoppaiden koulutuksesta ja työstä. Tutkimuksella on kartoitettu ammattikorkeakoulussa matkailua opiskelevien tietoa ja kiinnostusta oppaan työtä kohtaan.

2.2 Tuotantoyhtiö Susamuru Oy

Matkaoppaat-sarjan on tuottanut Susamuru Oy, joka on suomalainen, itsenäinen mediayhtiö. Susamuru tuottaa televisio-ohjelmia, nettisisältöjä, oheistuotteita, tapahtumia sekä lehtiä. Yritys on erikoistunut lastenohjelmiin, tunnefaktaan ja lifestyle - ohjelmiin, joita he tekevät eri kanavaryhmille. (Susamuru, 2011.)

Susamuru Oy:n kehittämä ja tuottama Matkaoppaat-sarja on ollut menestys niin Suomessa kuin muuallakin. Ohjelmaa on myyty useaan eri maahan ja ohjelman suosiosta kertoo myös se, että Matkaoppaat sarja oli ehdokkaana Formaatti-

Finlandia palkinnon saajaksi vuonna 2010. Tämä palkinto myönnetään parhaalle kotimaiselle tv-formaatille joka vuosi. (Susamuru, 2011.)

Sarjan suosiosta kertoo myös se, että toimittaja Juhani Mykkänen on kirjoittanut sarjasta kirjan, jossa tutustutaan matkaoppaiden monipuoliseen ja yllätykselliseen työhön Alanyassa. Matkaoppaat-sarjan ensimmäisestä tuotantokaudesta on saatavilla myös DVD-kokoelma. (Susamuru, 2011.)

2.3 Matkaoppaat-reality-sarja

Matkaoppaat on dokumentaarinen sarja, joka kertoo matkatoimisto Deturin oppaista ja heidän työstään sekä arjesta Turkin Alanyassa. Ohjelman ensimmäinen tuotantokausi esitettiin 2010 ja toinen tuotantokausi vuonna 2011. Mykkäsen kirjassa (2010, 4) on mainittu, Matkaoppaat-tv-sarjan olevan katsotuin ohjelma 10 - 44 -vuotiaiden keskuudessa ja yli 2,5 miljoonaa suomalaista katsoi ohjelmaa ainakin kerran. Tämän lisäksi jaksoja on ladattu yli 900 000 kertaa ruutu.fi Internet-sivuilta.

Ohjelmassa seurataan oppaiden työnkuvaa ja kuvataan matkailijoiden erilaisia lomiam. Sarjassa näytetään sekä negatiivisia että positiivisia puolia matkaoppaan työstä. Ohjelma näyttää katsojille oppaan työn toisen puolen, jota ei välttämättä lomalla ollessa näy. Reality-ohjelmat kiinnostavat ihmisiä, koska ihmiset ovat perusluonteeltaan uteliaita ja kiinnostuneita siitä mitä naapurissa tapahtuu. Reality-sarja kertoo oikeista ihmisistä ja todellisista tilanteista.

Matkaoppaat-sarja on saanut alkunsa siitä, kun Susamuru Oy:n hallituksen puheenjohtaja, Harri Saukkomaa, sanoi haluavansa tehdä ”jotain” Turkissa. Saukkomaa tunsikin ennestään henkilökuntaa Deturista ja heidän innostuttua sarjan tekemisestä, sen tekeminen voitiin aloittaa. (Mykkänen 2010, 156.)

Ohjelman tuottaja on Sari Isotalo ja hän kertoo Mykkäsen (2010, 158) kirjassa, että ”kaikki olivat olleet aivan innoissaan heti Turkkiin päästyään ja heti ensimmäisen viikon aikana kasetille tarttui Isotalon mukaan luontaista säkenöivää

actionia”. Ensimmäisten kuvausten ja jakson leikkauksen jälkeen, televisio kanava Nelonen päätti ryhtyä tekemään yhteistyötä Susamurun kanssa.

Ohjelman sisältöä ei ole kontrolloitu vaan sarjassa on tarkoituksella näkyvillä myös kielteisiä asioita. Sarjassa esiintyvät henkilöt suostuivat kuvauksiin mukaan joko itse ilmoittautumalla Internetissä tai heitä pyydettiin mukaan sattumanvaraisesti kohteessa. Ohjelmassa on näytetty esimerkiksi päihtyneitä henkilöitä, joilta on erikseen kysytty kirjallinen lupa siihen, että materiaalia saa käyttää Matkaoppaat-sarjassa. (Mykkänen 2010, 158 -161.)

Ohjelma on laitettu käytännössä kokoon siten, että edellisenä päivänä on sovitettu mitä seuraavana päivänä kuvataan ja mikä kuvausryhmä menee minnekin ja kenen kanssa. Tämän jälkeen on kuvattu materiaalia, kirjoitettu päivän tapahtumista kertomuksia ja materiaalit on toimitettu leikkaajille. Yleensä kertomuksia on yhden jakson aikana kolme. (Mykkänen 2010 161 – 162.)

2.4 Matkanjärjestäjä Detur

Matkaoppaat-sarjassa edustettuna oleva matkatoimisto Detur Finland Oy on perustettu vuonna 1998. Detur järjestää seuramatkoja sekä yksityisille matkustajille että ryhmille. Suomen lisäksi Deturilla on toimistot Norjassa, Ruotsissa ja Turkissa. Detur tekee matkoja Turkin lisäksi Tunisiaan ja Egyptiin. (Detur, 2011.)

Deturille voi hakea oppaaksi Guide Service Companyn kautta ja haku on yleensä kaksi kertaa vuodessa. Detur hakee henkilöitä, jotka ovat valmiita pitkiin päiviin, raskaaseen työhön erilaisessa ympäristössä, kulttuurissa ja ilmastossa. Perusvaatimuksia ovat yli 22 vuoden ikä, koulutus tai kokemus matkailualalta sekä kielitaito. Etuina ovat myös elämäkokemus ja vahva persoona. (Matka-lehti 2010, 45.)

Deturin matkaopaskoulutus on ilmainen ja koulutus kestää kuukauden, josta kaksi viikkoa on teoriaa ja kaksi viikkoa retkiin sekä hotelleihin tutustumista. Opas ehdokkailla on kurssin aikana erilaisia esitelmiä ja esityksiä, joiden perus-

teella selvitetään pääseekö henkilö jatkamaan uraansa matkaoppaana. (Matka-lehti 2010, 45.) Luvussa *kolme Matkaopas ammattina* kerrotaan lisää siitä, miten matkaoppaaksi voi kouluttautua.

2.5 Alanya matkakohteena

Sarjan ensimmäinen ja toinen tuotantokausi on kuvattu Turkissa, Välimeren suositussa lomakohteessa Alanyassa. Alanya on Välimeren rannikon suurin loma-alue, joka on saanut alkunsa kreikkalaisten perustamasta siirtokunnasta. Alanya on alun perin rakennettu jyrkälle ja kallioiselle niemelle, jonka molemmin puolin on ollut pitkiä hiekkarantoja. (Kinnunen 2009, 92 - 95.) Mykkäsen kirjassa (2010, 7) kerrotaan, että Alanyassa on noin 170 000 asukasta ja kohteessa vieraillee vuosittain 15 000-20 000 matkailijaa, joista suurin osa on suomalaisia, saksalaisia ja hollantilaisia.

Alanyan rannoille matkailijoita vetävät huokeat hinnat, hyvä ruoka ja ennen kaikkea aurinko. Alanyassa toimii useita eri matkanjärjestäjiä esimerkiksi Aurinkomatkat, Detur, Lomamatkat ja Tjäreborg. Matkaoppaat-sarjan kautta pääsee tutustumaan Alanyaan matkakohteena. Alanyan plussat lomakohteena ovat puhtaat rannat, joilla on hyvät palvelut, lähiseudun luonnonihmeet ja se, että kohde sopii kaikenikäisille. Miinuksia puolestaan ovat kuumuus keskikesällä, osittain jo liian turistien valloittama kohde sekä lentokentän sijainti 2,5 tunnin päästä kohteesta (Matkaopas 2010, 22.)

Parhaat ajat matkustaa Alanyaan on huhti-kesäkuu ja syys-lokakuu. Huip- pusesonki on heinä-elokuussa (Matkaopas 2010, 22.) Alanyassa ei välttämättä kohtaa aitoa turkkilaista elämää, mutta lähistöltä löytyy useita pikkukyliä. (Kinnunen 2009, 89.) Kaupungin ulkopuolella matkailija voi löytää palan aitoa turkkilaista elämää, pikkukatujen varsilla.

3 MATKAOPAS AMMATTINA

3.1 Matkaoppaan ammatin historiaa Suomessa

Ensimmäiset opaskurssit ja opaskerhot pidettiin 1940-luvulla ja ensimmäisiä Suomen matkailukohde oli muun muassa Imatra. Suomessa matkailu sai käännekohdan Olympialaisten aikaan vuonna 1952, jolloin matkailuun kohdistui suuria odotuksia. Olympialaisten järjestämisessä jouduttiin huomioimaan myös opastuspalvelut. Vuonna 1962 oppaita toimi 25 eri paikkakunnalla Suomessa. (Matkailualan vuosikirja 2005, 43 - 47.)

1970-luvulla matkaoppaat alkoivat kansainvälistyä ja lähteä ulkomaille harjoittamaan tätä ammattia (Matkailualan vuosikirja 2005 43 - 47). Seura- ja ryhmämatkat yleistyivät 1950-luvun lopussa ja ensimmäiset tällä hetkellä tunnetuimmat matkatoimistot tulivat Suomeen 1960-luvulla (Aitto-Oja 2008, Matkailun historiaa, Päivölän kansanopisto). Matkaoppaan tutkinnon on voinut suorittaa vuodesta 1981 alkaen. Tutkintoa on uudistettu ja tällä hetkellä sen nimi on Matkaoppaan ammattitutkinto. (Matkailualan vuosikirja 2005, 48.)

3.2 Matkaoppaaksi kouluttautuminen

Matkaoppaaksi pyrkivä henkilö haluaa usein irtautua arjesta ja lähteä koittamaan jotain uutta. Matkaoppaan työssä asutaan ulkomailla ja vuodessa on kaksi sesonkia, jotka työskennellään usein eri kohteissa. Matkaoppaan työ edellyttää pätevyyttä ja tämän pätevyyden saamiseksi tulee käydä joko matkanjärjestäjän opaskurssi tai matkaopaskoulu esimerkiksi Päivölän kansanopistossa. (Mykkänen 2010, 30.)

Matkanjärjestäjän järjestämä kurssi kestää yleensä parista viikosta kuukauteen kun taas Päivölän kansanopiston kurssi kestää kuusi kuukautta. (Päivölän kansanopisto 2011). Matkaopas on ammatti, johon ei täysin pysty etukäteen varus-

tautumaan, koska suurin osa tiedosta ja taidosta opitaan vasta kohteessa kokemuksen myötä. Matkaoppaalta vaadittu koulutus riippuu matkanjärjestäjästä, toisilla on tarkemmat kriteerit kuin toisilla. (Mykkänen 2010, 30).

Jokaisella matkanjärjestäjällä on omanlaisensa opaskoulu, mutta yhteistä näille koulutuksille on se, että ne järjestetään useimmiten ulkomailla, koulutus on maksullinen ja sen kunnialla suoritettuaan, henkilöllä on takuvarma työpaikka. Seuraavassa käytetään esimerkkeinä Aurinkomatkoja, Finnmatkoja sekä Päivö-län kansanopistoa. Luvussa kaksi *Matkaoppaat-reality-sarja* on esitelty miten sarjassa esiintyvän matkanjärjestäjä Deturin matkaoppaaksi pääsee. Aurinkomatkat ja Finnmatkat on otettu tässä esimerkeiksi, koska ne ovat yksiä Suomen suurimpia matkanjärjestäjiä.

Aurinkomatkoille hakijoita oli 221 henkilöä vuonna 2010, joista 50 pääsi haastatteluun ja kurssille pääsi 12 (Matkalehti 2010, 43). Aurinkomatkojen matkaopas kriteereihin kuuluvat 23 vuoden ikä, asiakaspalvelukokemus, ajokortti ja ammatillinen tutkinto. Aurinkomatkat järjestää kurssin, joka antaa perusvalmiudet matkaoppaan työhön. Kurssista puolet järjestetään kotimaassa ja puolet ulkomailla. Kotimaassa keskitytään tuotteisiin ja työnantajaan ja ulkomaan opiskelujaksolla saadaan käytännön kokemusta. Aurinkomatkojen kurssitoiminta alkoi jo 60-luvulla ja se on säilynyt samanlaisena tähän päivään asti (Matkalehti 2010, 44.)

Finnmatkojen järjestäjästä Blue Academy Travel School tähtää työntekijöiden palkkaamiseen ja kursseja järjestetään vain silloin kun uskotaan matkaoppaille olevan tarvetta. Blue Academy Travel Schooliin hyväksytään hakijat tarkan valinnan ja haastattelun perusteella. Koulutus järjestetään Gran Canarialla ja kaikille kurssin hyväksytyksi läpäisseet saavat työpaikan jossain ulkomaankoh-teessa, jonne siirrytään heti tai viimeistään viiden kuukauden kuluttua koulutuksesta. Peruskurssiin kuuluvat katsaus matkailualan toimintaan, Finnmatkojen turvallisuus ja valmiustoiminta, tiimityöskentely, ensiapu, tuotetietous, esiintymis- ja mikrofonitekniikka, retkitietous ja lentokenttätyöskentely. Eri oppaille on vielä oma erikoistumispäivä, jolloin käydään läpi kunkin oppaan aihepiiriin kuuluvia asioita. (Finnmatkat, 2011.)

Päivölän Kansanopiston opaskoulu kestää kuusi kuukautta, jonka jälkeen kaikilla on mahdollisuus päästä työskentelemään eri matkanjärjestäjille. Koulu tekee yhteistyötä eri matkanjärjestäjien kanssa ja useimmat valmistuneet pääsevät aloittamaan työt oppaana heti koulun päätyttyä, osa jo aikaisemmin. Matkaopas koulun vaaditaan 18-vuoden ikää, kielitaitoa, ylioppilastutkinnon tai vastaavan suorittamista ja sopivaa elämän tilannetta. (Päivölän kansanopisto, 2011.)

Päivölän Kansanopiston opaskoulussa pääsee näkemään aitoa opaselämää, koska siellä asutaan usean henkilön kanssa samassa talossa ja huoneessa, kuten oppaat yleensä asuvat. Päivölän kansanopiston opaskurssi auttaa valmistautumaan matkaoppaan ammattiin ja samalla myös ymmärtämään ammattia paremmin. Koulussa opiskellaan kieliä, matkailuhistoriaa, eri matkakohteita, asiakaspalvelua, harjoitellaan opastuskierroksia, retken suunnittelua ja ylipäänsä valmistaudutaan matkaoppaan työhön. (Päivölän kansanopisto, 2011.) Päivölän kansanopiston Internet-sivuilla (2011) mainitaan, opaskoulun pohjautuvan stressinsietokykyyn, odottamattomien tilanteiden sekä kriisin hallintaan. Koulutus antaa tiedot ja taidot, joilla matkaopas selviytyy ammattiin kuuluvista rutiineista ja pulmatilanteista.

3.3 Matkaoppaan ammatin eri toimenkuvat

Opinnäytetyössä keskitytään kohdeoppaisiin, joita ovat suurin osa Matkaoppaat-sarjan oppaista, mutta oppailla on myös toisenlaisia toimenkuvia. Nämä eri toimenkuvat esitellään seuraavassa, koska Matkaoppaat-sarjassa on nähtävissä myös näitä muitakin oppaita kohdeoppaan lisäksi.

Kohdeoppaalle on monia eri nimityksiä kuten kaupunkiopas, normaaliopas ja riviopas. Suurin osa kohdeoppaista työskentelee rantalomakohteissa ympäri maailman. Kohdeoppaan työnkuvaan kuuluvat tervetuloilaisuudet, lentokenttäkuljetukset, hotellipäivystykset, retket, myynti, toimistotyöt ja ongelmien ratkaisu. Kohdeoppaan työ on haasteellista, vastuullista ja kohdeoppaana on totuttava tekemään töitä lähes kellon ympäri kuusi päivää viikossa. Kohdeopas vaihtaa työ- ja asuinpaikkaa muutaman kerran vuodessa. Nykyisin ulkomaanopas

työskentelee ulkomaankohteissa noin yhdestä kolmeen vuoteen. (Karusaari & Bylund 2010, 134.) Matkaoppaat-sarjassa työskentelevistä oppaista suurin osa on juuri kohdeoppaita.

Retkiopas on mukana yleensä päivän tai useamman päivän pituisilla retkillä. Retkiopas saattaa istua bussissa jopa kuusi päivää viikossa. Retkiopas ei käy hotellipäivystyksillä, mutta tarvittaessa hän pitää tervetuloilaisuuksia ja on mukana lentokenttäkuljetuksissa. Retkiopas on matkailijoiden seurassa lähes koko ajan ja näin ollen retkioppaalla täytyy olla aito kiinnostus maan historiaan ja elämään, koska matkailijat voivat kysyä mitä vain koska vain ja oppaan tulee olla valmistautunut. (Aitto-oja 2008, työpaikkoja ulkomailla, Päivölän kansanopisto.) Matkaoppaat-sarjassa kohdeoppaat hoitavat kaikki retket, joten heillä ei ole omaa retkiopasta, joka hoitaisi pelkästään retkien pitämisen.

Lento-opas asuu usein kohteessa ja on mukana lomalaisten lennoilla 1-3 kertaa viikossa. Lento-oppaan tehtävänä on auttaa matkailijoita tulkkina eli tehdä lentokoneen kuulutukset suomeksi, jaella peittoja ja olla matkailijoiden apuna, mutta lento-oppaan tehtäviin ei kuulu lentoemännän tehtävät, poikkeuksia saattaa toki esiintyä. Lento-oppaan työ on fyysisesti rankkaa, sillä työssä joutuu olemaan lentokoneessa pitkiä matkoja ja lento-opas ei saa nukkua lennoilla. Toinen asia mikä tekee lento-oppaan työstä rankan on se, että matkailijat ovat koko ajan samassa lentokoneessa kyselemässä kohteesta ja lento-oppaan tulee olla valmistautunut näihin kysymyksiin. (Aitto-oja 2008, työpaikkoja ulkomailla, Päivölän kansanopisto.) Deturin lomalennoilla on aina mukana suomenkielistä henkilökuntaa, joten Matkaoppaat-sarjan matkaoppaista kukaan ei työskentele lento-oppaana.

Kiertomatkaopas poikkeaa muista matkaoppaista siinä, että kyseinen opas matkustaa matkailijoiden kanssa yhtä mittaa jopa kolme viikkoa. Kiertomatkaoppaan työ on raskasta niin fyysisesti kuin henkisesti. Kiertomatkaoppaan työ on kenties vaativin matkaoppaan tehtävistä, mutta palkka on myös sen mukainen. (Aitto-oja 2008, työpaikkoja ulkomailla, Päivölän kansanopisto.)

Tenavaopas järjestää perheen pienemmille puuhaa loman ohelle, he järjestävät esimerkiksi minidiscoja. Tenavaoppaan työ ei välttämättä ole yhtä haastavaa kuin muiden, koska tenavaoppaan ei tarvitse olla mukana tervetuloilaisuuksissa tai lentokenttäkuljetuksilla. (Aitto-oja 2008, työpaikkoja ulkomailla, Päivölän kansanopisto.)

Aktiviteettiopas pitää huolen siitä, että nuorilla ja vanhemmilla on tekemistä. Kohteissa aktiviteettiopas järjestää erilaisia kilpailuja, allasjumppaa ja muita aktiviteettejä. Aktiviteettiopas on mukana myös hotellipäivystyksillä, lentokenttäkuljetuksissa ja muissakin kohdeoppaan töissä tarpeen tullen, mutta työtehtäviin ei kuitenkaan kuulu matkailijoiden ongelmien ratkonta (Aitto-oja 2008, työpaikkoja ulkomailla, Päivölän kansanopisto.) Matkaoppaat-sarjassa on nähtävissä tenavaoppaan sekä aktiviteettioppaan työtehtäviä.

Kohdepäälliköllä on kaikista vastuullisin työ kohteessa, sillä hän hoitaa kaikki vaikeimmat ongelmatilanteet yhdessä kohdeoppaan kanssa. Kohdepäällikkö on yleensä mukana kaikissa kohdeoppaan työtehtävissä ja tehtäviin kuuluu myös huolehtia siitä, että kohteessa on tarpeeksi miehitystä ja kaikki toimii. Kohdepäällikön tehtävissä ei vaadita paljon enempää kuin kohdeoppaana olemisessa, sen vuoksi kohdepäälliköksi pääsee helposti kohdeopas, joka on muutaman vuoden työskennellyt matkaoppaana. Kohdepäälliköksi ei tarvitse erikseen koulutautua. Mykkäsen kirjassa (2009, 148) kohdepäällikkö Terhi sanoo näin ”Ihmiset ehkä ajattelee sen joskus väärin: mun työ ei ole oikeastaan asiakaspalvelua. Toki juttelen asiakkaiden kanssa, mutta mun työtä on oikeastaan palvelun kehittäminen ja tarkkailu”.

3.4 Matkaoppaan työnkuva

Matkailijat näkevät lomallaan vain murto-osan matkaoppaan työstä, mutta Matkaoppaat-sarjan myötä kaikilla on ollut mahdollisuus kurkistaa, millaista matkaoppaan työ on. Matkaoppaat työskentelevät kohteessa usein yksin, mutta tiimityöskentely on erityisen tärkeää, koska asioita saattaa hoitaa ensin toinen henkilö ja seuraavana toinen. Tiimityöskentely on tärkeää koko matkailualalla. Tiimi

on pysyväisluontaisesti organisoitunut ryhmä, joka hyvässä yhteistyössä ja itseenäisesti pyrkii yhteisiin päämääriin ja tavoitteisiin yhteisiä pelisääntöjä soveltaen ja hyödyntäen tiimin jäsenten erilaisuutta. (Pesonen, Mönkkönen & Hokkanen 2002, 112.)

Matkaoppaan uusi viikko alkaa sillä, että he vastaanottavat uudet matkustajat kohteeseen. Tulotransferissa asiakkaita odotetaan lentokentällä ja tämän jälkeen heidät kuljetetaan hotelleihin (Karusaari & Bylund 2010, 137). Kuljetuksen aikana kerrotaan kohteesta ja opaspalveluista. Seuraavana päivänä on usein vuorossa tervetuloisuus, jossa kerrotaan vielä tarkemmin kohteesta, palveluista ja kaikesta mikä koetaan tärkeäksi sanoa matkustajille. Tervetuloisuudessa voi ilmoittautua retkille ja tehdä kysymyksiä oppaille.

Hotellipäivystyksiä on kohteesta riippuen joka päivä tai 2-3 kertaa viikossa. Hotellipäivystyksillä matkaopas odottaa hotellin aulassa lomailijoita, mikäli heillä on jotain kysymyksiä kohteesta tai he haluavat ostaa retkiä. Toimistopäivystykset ja toimistotyöt kuuluvat myös olennaisesti matkaoppaan työnkuvaan. Matkaopas käy toimistolla päivittäin tekemässä erilaisia paperitöitä. (Aitto-oja 2008, työpaikkoja ulkomailla, Päivölän kansanopisto.)

Retket ovat tärkeässä asemassa matkaoppaan työssä. Joissakin kohteissa on valmiina paikalliset retkien vetäjät, jotka tietävät kohteesta paljon, koska asuvat siellä vakituisesti. Normaali käytäntö on kuitenkin se, että matkaoppaat vetävät kaikki retket itse.

Matkustajien loman aikana voi olla useita pieniä tapahtumia tai esimerkiksi illanistujaisia järjestettynä matkanjärjestäjän osalta, karaokeilta on yksi suosituimmista illanvietto muodoista. Matkaajien loman loputtua on paluutransferin aika, asiakkaat kuljetetaan hotelliilta takaisin lähtöasemaan, lentokentälle (Karusaari & Bylund 2010, 137). Bussissa kysytään asiakaspalautetta ja kehoitetaan täyttämään palautelomake, jonka voi ojentaa lentokentällä matkaoppaalle. Opas on mukana lentokentällä siihen saakka, kunnes viimeinenkin matkustaja on päässyt lentokentällä kansainväliselle puolelle, jonne opas ei enää pääse mukaan.

3.5 Asiakaspalvelu matkaoppaan työssä

Asiakas on ihminen tai yritys, joka käyttää tuotteita (Kannisto 2008, 7). Asiakas on yksi tärkeimmistä henkilöistä, jonka kanssa matkaopas on vuorovaikutuksessa. Asiakasta tulee kohdella hyvin ja on hyvä muistaa vanha sanonta; asiakas on aina oikeassa. Asiakas on kuitenkin loppujen lopuksi matkaoppaankin palkan maksaja. Asiakkaan varatessa matkaa voidaan vedota mielikuviin ja fantasiaan, mutta asiakkaan saapuessa paikan päälle kohteeseen kaiken on syytä toimia ja olla kuten on luvattu. Erittäin tärkeää on pitää kiinni siitä, mitä on sovittu, jotta asiakkaan luottamus matkaopasta ja koko yritystä kohtaan säilyisi. Luottamuksen luominen voi viedä kauan, mutta sen romuttaminen onnistuu hetkessä (Pitkänen 2006, 41).

Palvelu on aina aineetonta, se saattaa sisältää jotain kosketeltavaa, mutta myös jotain mitä on vaikea määritellä. Palvelu on sosiaalinen tapahtuma, jossa ollaan vuorovaikutustilanteessa. Vuorovaikutustilanne johtaa siihen, että palvelun tuottamiseen osallistuu aina myös asiakas itse. Palvelu on tekojen sarja, joka koostuu monista pienistä ja suurista osista. Nämä osat voivat sijoittua pitkällekin ajanjaksolle. Palvelua ei voi varastoida eikä sitä voi varastaa, koska se on ainutkertainen tapahtuma ja sen onnistumiseen vaikuttavat monet tekijät. Hyviä ja huonoja palvelukokemuksia ei voida varastoida ja antaa niitä muiden käyttöön vaan ainoa varasto palvelukokemuksille on asiakkaan oma mielikuva. (Lehmus & Korkala 1997, 12 - 15.) Palvelu on tärkeä käsite matkaoppaana olevalle, koska työssä ollaan jatkuvassa vuorovaikutussuhteessa asiakkaiden sekä yhteistyökumppaneiden kanssa.

Kansanen & Väistö (1994, 16 - 17) kertovat kirjassaan, että palvelun aineettomuuteen voi liittyä jotain fyysistäkin, mutta kohde on kuitenkin mielikuvan varassa olevaa. Palvelu on toimintaprosessi ja tämän loppuessa, loppuu myös palvelun olemassaolo. Tämä palvelun loppuminen tekee palvelusta niin ainutkertaista, sillä sitä ei voida toistaa, parantaa tai vaihtaa. Varastoimattomuus on joskus ongelma palvelualalla, varsinkin kysynnän vaihtelun ollessa suuri. Palvelua ei voi kuljettaa, vaan asiakkaan on mentävä itse palvelutilanteeseen tai

asiakaspalvelijan on tultava asiakkaan luo. Asiakkaan oma osallistuminen palveluprosessiin vaikuttaa myös palvelun onnistumiseen.

Asiakaspalvelu on sarja tapahtumia, jotka jaetaan neljään vaiheeseen: Palveluun saapumisvaiheeseen, myyntikeskusteluvaiheeseen, palvelun päätösvaiheeseen ja asiakassuhteen jälkihoitoon. Palveluun saapumisvaiheessa asiakaspalvelun tavoitteet ovat ensivaikutelman luominen, palvelun käytön varmistaminen ja palveluista tiedottaminen. Ensivaikutelma syntyy yrityksestä tai sen edustajista muutamassa sekunnissa ja sitä on usein vaikea muuttaa. Ensivaikutelman syntymiseen vaikuttavat palveluympäristö, muut asiakkaat, asiakaspalvelijoiden toiminta ja asiakkaan omat odotukset. (Lahtinen & Isoviita 2004, 48).

Ensimmäisessä vaiheessa riittää jo pelkästään asiakaspalvelijan katsekontakti ja hymy sekä asiakkaan tunne siitä, että hänet on huomattu. Matkaoppaan työssä tämä ensimmäinen vaihe käydään läpi jo silloin kun asiakas saapuu kohteeseen ja opas on häntä lentokentällä vastassa. Jos tuolloin mikään ei suju, asiakas saa heti huonon ensivaikutelman ja voi olla, että ensivaikutelma ei muutu koko loman aikana.

Myyntikeskustelu voidaan jakaa kolmeen vaiheeseen: tarvetietämykseen, tuote-esittelyyn ja vastaväitteiden käsittelyyn. Asiakaspalveluhenkinen asiakaspalvelija selvittää heti palvelun alussa, mitä tarpeita ja odotuksia asiakkaalla on. Matkaoppaan on ajoittain vaikea tietää millaisia tarpeita ja odotuksia asiakkaalla on, mutta tässä auttaa oppaan oma aktiivisuus, hyvä ihmistuntemus sekä johdattelevat kysymykset. Innostuneesti esitetyillä kysymyksillä asiakas saadaan kertomaan tarpeensa ja häntä voidaan auttaa täsmentämisessä (Lahtinen & Isoviita 2004, 50).

Tuote-esittelyvaiheessa ei tuotetta saa tyrkyttää vaan tuotteesta tulisi poimia asiakkaalle tärkeitä ja merkityksellisiä asioita. Myyntikeskustelussa kannattaa käyttää perusteluja, joilla on merkitystä asiakkaalle. Myyjän tulee osata valita keskusteluun ne hyödyt ja edut, joita kannattaa korostaa. (Lahtinen & Isoviita 2004, 53.) Matkaoppaan työssä tällainen esittelyvaihe on tervetuloilaisuus, jossa kerrotaan kohteen palveluista ja tarjonnasta. Matkaoppaan tulee katsoa

ryhmän mukaan, mikä voisi kiinnostaa heitä. Vastaväitteiden käsittely on yleistä myyntivaiheessa. Asiakas yrittää tinkiä hintaa tai vertailla kilpailijan tuotteita ja tällainen vastaväittely on monesti vain taktinen toimenpide, jolla yritetään saada irti tuotteen tai palvelun epäkohtia. (Lahtinen & Isoviita 2004, 55.)

Kolmantena asiakaspalvelu tilanteena on palvelun päätösvaihe. Tämä alkaa silloin kun asiakas on hyväksynyt vastaväitteet ja hän on valmis ostamaan tuotteen. Tämä päätösvaihe on yleensä varsin selvä, mutta joskus asiakkaalle täytyy esittää suorakin ostokehotus. Tämän vaiheen tärkein asia on se, että asiakasta ei saa päästää lähtemään tyytymättömänä asiakastilanteeseen. Hyvässä päätöksessä asiakaspalvelija osaa mennä tilanteen mukana, esimerkiksi jos on ollut puhetta, että asiakas on lähdössä matkalle, asiakaspalvelija voi toivottaa hänelle hyvää matkaa. (Lahtinen & Isoviita 2004, 56.) Matkaoppaan työssä tämä asia ei mene aivan näin, koska asiakkaan ostaessa esimerkiksi retken opaalta, opas näkee asiakasta vielä heidän lomansa aikana useaan otteeseen. Palvelun päätösvaihe tulee matkaoppaalle oikeastaan vasta kun asiakas nousee lentokoneeseen.

Neljäs vaihe on asiakassuhteen jälkihoito, jossa varmistetaan asiakassuhteen jatkuvuus. Tämä tarkoittaa yksinkertaisimmillaan sitä, että asiakkaalta kysytään palautetta jo poistumisvaiheessa. Tässä vaiheessa voidaan törmätä asiakkaan tyytymättömyyteen ja valituksiin, jotka tulee hoitaa välittömästi. (Lahtinen & Isoviita 2004, 57.) Matkaoppaan työssä tämä vaihe hoidetaan asiakkaan loman päättyessä, kun heiltä kerätään pois palautelomakkeet. Asiakkaan valitukset on jo hoidettu matkan aikana, mikäli asiakas on niistä tiedottanut.

4 TUTKIMUSTULOKSET

4.1 Sähköinen kyselylomake

Tutkimusmenetelmänä käytettiin sähköistä kyselylomaketta, koska nykypäivänä tällainen sähköinen tiedonkeruu tuntuu helpommalta kuin kyselyn lähettäminen paperiversiona. Sähköinen kyselylomake valittiin myös sen vuoksi, jotta vastaukset saataisiin koottua nopeasti. Sähköisen kyselylomakkeen kysymykset pyrittiin tekemään helpoiksi ja vaivattomiksi vastata, jonka vuoksi avoimia kysymyksiä oli vain muutama. Kyselylomakkeessa on yhteensä kaksikymmentä kysymystä, jotka pyrittiin laatimaan siten, etteivät ne johdattele vastaajia. Kyselylomake hyväksytettiin ensin ohjaajalla, joka antoi parannus ehdotuksia ja monia kysymyksen muotoja muutettiin ja osa kysymyksistä jätettiin kokonaan pois.

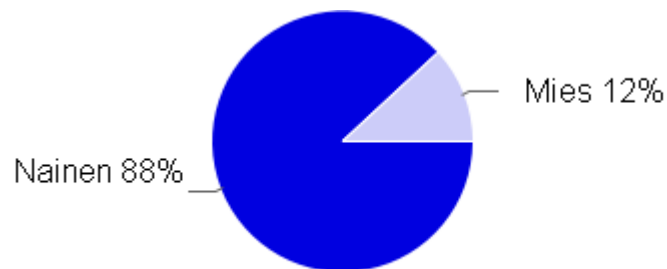
Kyselylomake laadittiin Google Documents -ohjelmaa apuna käyttäen ja lähetettiin ensin muutamalle koehenkilölle, jotka antoivat kommentteja lomakkeesta ja sen toimivuudesta. Vasta tämän jälkeen lomake laitettiin Facebookiin, josta vastauksia kerättiin. Facebookissa kyselylomake linkitettiin sivulle, jossa henkilöt voivat pitää Matkaoppaat-sarjasta sekä Matkaoppaat-sarjasta tuttujen Erjan ja Tamerin omille Facebook sivuille. Ensin kyselyä ei ajateltu laitettavan kyseisille fanisivuille, koska pelättiin, että vastauksia tulisi todella paljon, sillä Facebookin Matkaoppaat-sarjan sivustolla on lähes 8500 sarjasta pitävää henkilöä (06/2011). Kyselylomake lähetettiin osalle vastaajista myös henkilökohtaisesti Facebookin kautta, muun muassa matkaoppaana toimineille henkilöille, jotta kyselyyn saataisiin myös matkaoppaana toimineiden näkökulmia. Kyselylomake on opinnäytetyön LIITE 1:nä.

4.2 Sähköisen kyselylomakkeen tulokset

Kyselylomakkeella pyrittiin saamaan vähintään 100 vastausta, jotta tutkimustulos olisi mahdollisimman kattava. Facebook on suosittu kanava ja ottaen huomioon Matkaoppaat-sarjasta pitävien määrän Facebookissa, oletettiin, että 100 vastausta saadaan helposti. Kyselylomake oli Facebookissa kaksi viikkoa, jonka aikana se linkitettiin useaan otteeseen halutuille sivuille. Vastauksia kyselyyn saatiin kuitenkin 84, joka oli hieman tavoitteen alapuolella. Seuraavaksi saadut tutkimustulokset analysoidaan ja kysymykset esitetään sekä havainnollistetaan yksitellen, selkeyden ja helppolukuisuuden vuoksi.

4.2.1 Vastaajien taustatietoa koskevat kysymykset

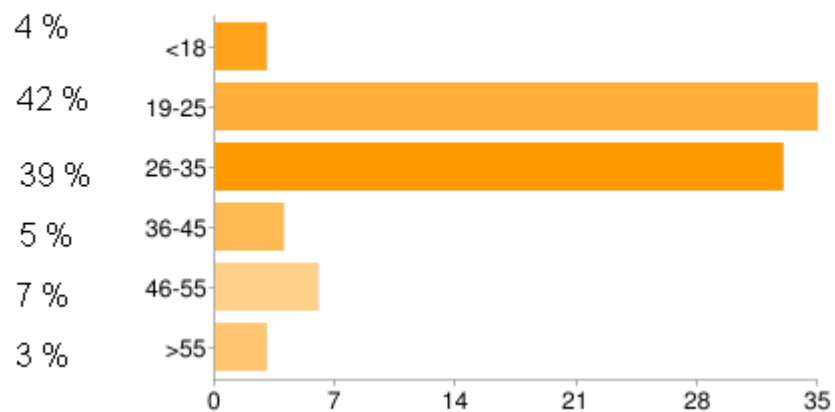
Ensin vastaajista pyritään saamaan taustatietoa kysymyksillä 1 - 5.



KUVIO 1. Sukupuoli

N=84

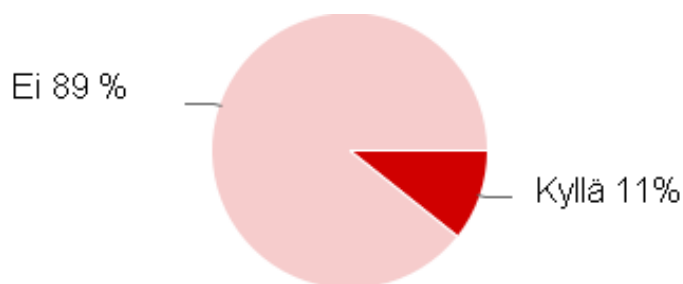
Ensimmäinen kysymys koski vastaajien sukupuolta, jolla pyrittiin saamaan taustatietoja vastaajista. Kysymykseen vastasi 84 henkilöä. Vastaajista 74 eli 88 % oli naisia kun taas miehiä oli 10 eli 12 %. Naisia oli suurin osa ja tästä voidaan päätellä, naisten katsovan Matkaoppaat-sarjaa useammin tai sitten he ovat motivoituneempia vastaamaan tämän kaltaisiin kyselyihin. Matkaoppaat-sarjan sivuilla Facebookissa (2011) on mainittu, että Matkaoppaat-sarjasta pitävistä henkilöistä naisia oli 74 % ja miehiä 24 % sivuista pitävien lukumäärän ollessa yhteensä 4111. Tämäkin kertoo siitä, että naiset seuraavat enemmän kyseessä olevaa tosi-tv-ohjelmaa.



KUVIO 2. Ikä

N=84

Toinen kysymys, ikä, käsitteli myös vastaajien taustatietoja. Ikää kysyttäessä käytettiin monivalintakysymystä, josta vastaaja valitsi oman ikäluokkansa. Vastaaajia kysymykseen oli yhteensä 84. Vastaaajista 35 eli 42 % valitsi ikäluokkseen 19 - 25 vuotta ja 33 vastaajaa eli 39 % valitsi 26 - 35 vuotta. Myös muut ikäluokat saivat vastaajia. Alle 18-vuotiaita oli 4 % ja yli 55-vuotiaita oli 3 %, 36 - 45-vuoden ikäisiä oli 5 % ja 46 - 55-vuoden ikäisiä oli 7 %. Suurin osa vastaajista oli siis nuoria aikuisia, 19 - 35-vuotiaita. Tämä tulos oli odotettavissa, kun käytetään sosiaalista mediaa ja nimenomaan Facebookia vastausten keräämisen apuna.



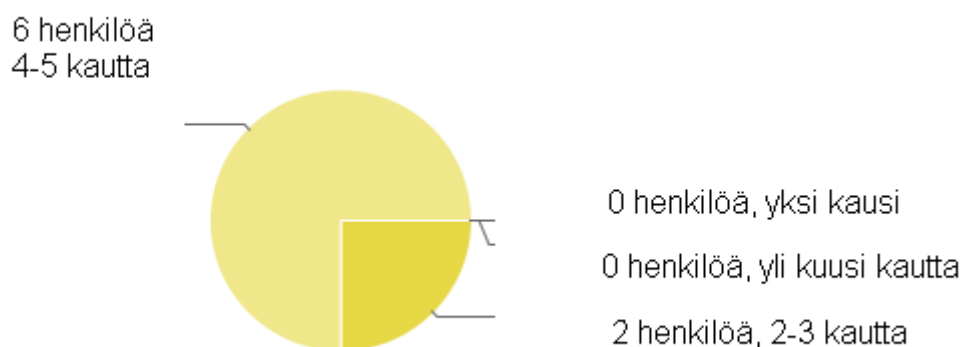
KUVIO 3. Oletko työskennellyt matkaoppaana?

N=84

Kolmas kysymys kuului myös vastaajien taustatietoihin. Tällä kysymyksellä kartoitettiin, onko vastaajilla jo omakohtaista kokemusta matkaoppaan työstä, joka vaikuttaa olennaisesti siihen millaisen mielikuvan Matkaoppaat-sarja antaa matkaoppaan työstä. Vastaajia kysymykseen oli 84. Vastaajista 75 eli 89 % vastasi, ettei ole toiminut matkaoppaana. Vastaajista 9 eli 11 % vastasi toimineensa matkaoppaana.

Henkilöt, joilla on kokemusta kyseessä olevasta ammatista, ovat Ropen ja Vahvaselän mielikuvien tasoitain liikkuvassa pylväässä (1993, 69) korkeimmalla kohdalla eli he ovat saavuttaneet sisäisen totuuden. Kokemusvaiheessa, tässä tapauksessa vastanneiden omalla kokemuksella matkaoppaan työstä, pysyvää mielikuvasta on tullut henkilölle sisäinen totuus. Matkaoppaana toimineet henkilöt osaavat katsoa Matkaoppaat-sarjaa eri näkökulmasta kuin muut vastaajat, koska he tietävät jo osaltaan millaista työ on. Henkilöt, jotka eivät ole työskennelleet matkaoppaana eivät ole samalla tasolla matkaoppaana työskentelevien kanssa, vaikka matkaoppaat eivät olisi työskennelleet juuri Deturilla.

Seuraaviin kahteen kysymykseen pystyi vastaamaan vain nämä 9 henkilöä, koska asia koski heidän omaa työkokemustaan matkaoppaana. Vastaajista yhdeksällä oli omakohtaista kokemusta matkaoppaan työstä ja tämä vaikuttaa siihen mitä he ovat vastanneet kyselyssä esitettyihin kysymyksiin. Matkaoppaana toimineet, eivät pelkästään arvioi Matkaoppaat-sarjaa, vaan moni oletettavasti vertailee omia kokemuksia Matkaoppaat-sarjassa nähtyihin tilanteisiin.

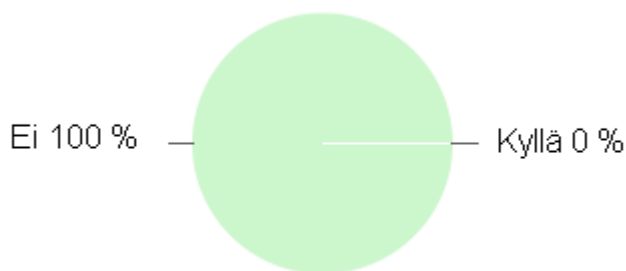


KUVIO 4. Montako kautta olet työskennellyt matkaoppaana?

N=8

Neljännellä kysymyksellä pyrittiin kartoittamaan sitä, miten monta kautta vastanneet ovat toimineet matkaoppaana. Kysymys esitettiin, jotta saadaan selville miten paljon vastanneilla on kokemusta matkaoppaan työstä. Tämä vaikuttaa suuresti siihen, mitä matkaoppaana toimineet vastaavat Matkaoppaat-sarjaa koskeviin kysymyksiin. Kysymyksessä käytettiin monivalintavaihtoehtoja, joissa vaihtoehtoina olivat yhden kauden, 2 - 3 kautta, 4 - 5 kautta tai enemmän kuin 6 kautta. Vastanneista 9 ilmoitti toimineensa matkaoppaana, mutta kysymykseen vastasi 8 henkilöä.

Vastaajista 2 ilmoitti toimineensa 2 - 3 kautta matkaoppaana ja 6 ilmoitti työskennelleensä 4 - 5 kautta matkaoppaana. Vastanneilla on kokemusta matkaoppaan ammatista enemmän kuin vain yhden kauden verran ja näin ollen voidaan uskoa vastanneilla olevan vankkaa tietoa siitä, mitä matkaoppaan työ on. Matkaoppaana työskennelleet henkilöt eivät välttämättä pysty vastaamaan kyselyyn neutraalisti, huomioimatta omaa taustaansa ja kokemuksiaan.



KUVIO 5. Oletko työskennellyt Deturin matkaoppaana?

N=14

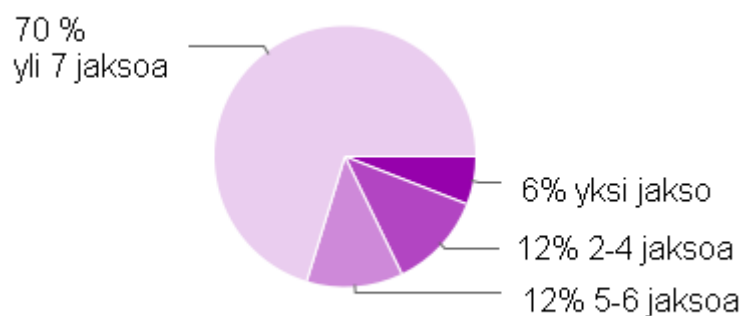
Kysymys numero viisi koski myös matkaoppaana toimineita, mutta osa muistakin vastaajista oli vastannut kysymykseen. Kysymyksellä pyrittiin saamaan tietoa siitä, onko vastaajilla kokemusta Deturista eli ovatko he työskennelleet Deturin matkaoppaana. Vastaajista kukaan ei ole työskennellyt Deturin matkaoppaana, joten kellekään ei ole tällaista omakohtaista kokemusta kyseessä olevasta matkanjärjestäjästä, joka vaikuttaisi siihen millaisen mielikuvan Matkaoppaattarja antaa oppaan työstä.

Vastaajat eivät ole työskennelleet Deturin matkaoppaana, joten vastaajilla on näin ollen puhdas mielikuva yritystä kohtaan. Vastanneilla on omakohtaista kokemusta matkaoppaan työstä, mutta mielikuva Deturia kohtaan on puhdas. Vastaajilla saattaa olla kokemusta Deturista matkanjärjestäjänä, mikäli he ovat olleet kyseisen matkanjärjestäjän matkoilla tai jos heidän ystävät tai tutut ovat toimineet Deturin matkaoppaana. Puhtaassa mielikuvassa vastaajat tietävät Deturin olemassaolon eli he ovat ainakin tietoisuustasolla Ropen & Vahvaselän (1993, 69) mielikuvan muodostumisen mallissa.

Vastaajat pääsevät tuntemistasolle, kun he ovat nähneet Deturin mainoksen tai ovat olleet tekemisissä yrityksen kanssa. Tuntemistasollakin yritystä kohtaan on vielä puhdas mielikuva. Vastaajilla voi olla asenteita, tuntemuksia ja uskomuksia Deturia kohtaan, vaikka konkreettisia kokemuksia ei olisikaan (Rope & Vahvaselkä 1993, 66).

4.2.2 Matkaoppaat-sarjaa koskevat kysymykset

Kysymykset 6 - 9 liittyvät suoraan Matkaoppaat-sarjaan sekä siihen innostaako Matkaoppaat-sarja lähtemään Deturin matkaoppaaksi ja pidetäänkö sarjaa realistisena.



KUVIO 6. Montako jaksoa olet katsonut Matkaoppaat-sarjaa?

N=84

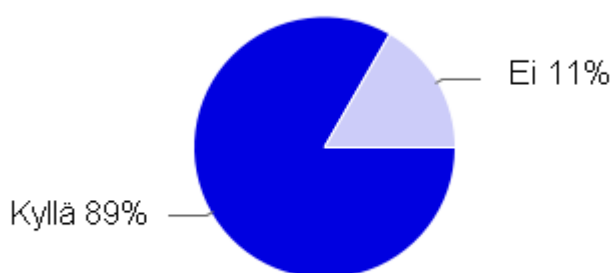
Kuudes kysymys oli suunnattu jälleen kaikille vastaajille. Kysymyksellä selvitettiin, montako jaksoa vastaajat ovat katsoneet Matkaoppaat-sarjaa, koska tämä vaikuttaa siihen mitä he vastaavat kyselylomakkeen kysymyksiin. Kysymyksessä käytettiin monivalintavaihtoehtoja, joissa vaihtoehtoina olivat yhden jakson, 2 - 4 jaksoa, 5 - 6 jaksoa ja yli seitsemän jaksoa. Kysymykseen vastanneita oli yhteensä 84.

Vastaajista 59 eli 70 % on katsonut sarjaa yli 7 jaksoa. Näiden vastaajien täytynee pitää ohjelmaa joko hyvänä tai huonona, mutta kuitenkin niin mielenkiintoisena, jotta he eivät ole jättäneet ohjelmaa katsomatta. Vastaajista 10 eli 12 % on katsonut ohjelmaa 2 - 4 kertaa samoin kuin 12 % eli 10 on katsonut ohjelmaa 5 - 6 kertaa. Vastaajista 5 eli 6 % on katsonut ohjelmaa vain kerran.

Henkilöt, jotka ovat katsoneet sarjaa yli seitsemän jaksoa, ovat sisällä ohjelmassa ja he osaavat arvioida ohjelman antamia mielikuvia laajemmin. Henkilöt tietävät mistä ohjelmassa on kyse, henkilöt ovat asennetasolla, jossa heille on kaiketi muodostunut positiivinen mielikuva, koska he ovat jatkaneet Matkaoppaat-sarjan katsomista.

Jos vastaaja on katsonut vain yhden jakson, hän on päässyt Ropen ja Vahvaselän (1992, 69) mielikuvan syvenemistasolla vain tietoisuus tai tuntemistasolle. Tietoisuus vaiheessa yritys tai tuote, tässä tapauksessa matkanjärjestäjä Detur ja Matkaoppaat-sarja tiedetään vain nimeltä. Tuntemisvaihe saavutetaan, kun henkilö näkee tuotteen mainoksen tai henkilö on muuten tutustunut tuotteeseen. Tuntemistasolla henkilölle tulee jo käsitys siitä mitä yritys tekee tai mitkä sen tuotteet ovat. Tässä tapauksessa vastaaja, joka on katsonut ohjelmaa yhden jakson tietää ohjelman nimeltä ja tietää mistä ohjelmassa on kyse. Tuntemistasolla henkilöllä ei kuitenkaan ole selvää mielipidettä siitä, onko ohjelma hyvä vai huono, joten vastaajalla on puhdas mielikuva asiaa kohtaan.

Ohjelma on herättänyt katsojassa joitain tuntemuksia, koska vastaaja ei ole pitänyt sitä niin mielenkiintoisena, jotta olisi jatkanut sarjan katsomista. Vastaaja on saattanut päästä jo asennetasolle Ropen ja Vahvaselän (1992, 69) mielikuvan luomisen tasoissa ja todennut ettei sarja ole katsomisen arvoinen. Sarja on saattanut herättää negatiivisia tuntemuksia ja vastaajalle on muodostunut tietty kuva ohjelmasta, jonka vuoksi hän ei ole pitänyt sitä tarpeeksi mielenkiintoisena.



KUVIO 7. Onko sarja mielestäsi realistinen?

N=84

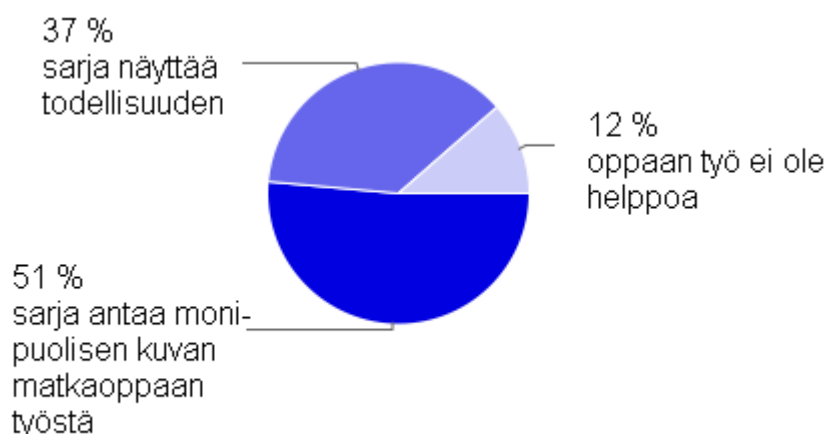
Yksi opinnäytetyön tutkimuskysymys on, pidetäänkö Matkaoppaat-sarjaa realistisena. Tämän vuoksi yksi kyselylomakkeen kysymys oli onko sarja mielestäsi realistinen. Kysymykseen vastanneita oli yhteensä 84. Yhteensä 70 vastaajaa eli 89 % piti ohjelmaa realistisena kun taas vastaajista 14 eli 11 % ei pitänyt sarjaa realistisena.

Tähän kysymykseen vastasi yhdeksästä matkaoppaasta kahdeksan ja heistä neljä piti sarjaa realistisena kun taas neljä ei pitänyt sarjaa realistisena. Tulos on sinänsä mielenkiintoinen, koska matkaoppaana toimineilla on kokemusta kyseessä olevasta ammatista, mutta silti he ovat eri mieltä sarjan realistisuudesta. Matkaoppaana toimineet ovat kaiketi työskennelleet eri matkanjärjestäjillä ja näin ollen heillä voi olla eri käsitykset matkaoppaan työstä. Matkanjärjestäjillä on eri toimintatapoja sekä erilaisia asiakkaita ja matkaoppaana toimineet luultavasti vertailevat omia kokemuksiaan ammatista Matkaoppaat-sarjassa nähtäviin tapahtumiin.

Suurin osa vastaajista piti ohjelmaa realistisena, mutta joukkoon mahtui myös 14, jotka eivät pitäneet ohjelmaa realistisena. Tosi-tv-sarja voi jakaa katsojat niihin, jotka uskovat, että sarja on todellinen ja niihin, jotka pitävät sarjaa käsikirjoitettuna tai muuten epätodellisena. Tosi-tv-sarjoja katsottaessa katsojan on hyvä olla kriittinen, koska aina ei pidä uskoa kaikkea, mitä televisio meille näyttää. Mediatekstiä valitessa voidaan vaikuttaa siihen, mitä näytetään ja millaisen kuvan katsojille annetaan (Fairclough 1997, 136). Matkaoppaat-sarjassa leikkaajat ovat voineet valita tietyn tyyppisiä kohtauksia jaksoihin ja näin he voivat toiminnallaan vaikuttaa siihen millaisen mielikuvan matkaoppaan työstä saa Matkaoppaat-sarjan perusteella.

Edellinen kysymys realistisuudesta on yksi tutkimuskysymys, joten siihen haluttiin hieman perusteluja, miksi osa pitää ohjelmaa realistisena ja miksi osa ei pidä. Kysymyksessä vastausmuotona oli avoin tekstikenttä, johon vastaajat saattoivat kirjoittaa ajatuksiaan sarjan realistisuudesta. Vastaajista 49 perusteli, miksi pitää sarjaa realistisena tai miksi ei.

Vastaukset olivat melko samankaltaisia, eivät kuitenkaan identtisiä, koska vastaajilla oli mahdollisuus kirjoittaa vastaukset omin sanoin. Osalla vastaajista oli useita perusteluja vastaukselleen ja toisilla vain yksi. Vastaukset on helppolukuisuuden vuoksi jaettu samankaltaisiin vastauksiin. Ensimmäisenä käsitellään vastaukset, joiden mukaan sarjaa pidetään realistisena. Vastaukset jakautuivat selvästi kolmeen eri ryhmään. Alla oleva kuvio havainnollistaa vastauksia.



KUVIO 8. Sarja on realistinen

N=38

Perusteluja sarjan realistisuudelle saatiin yhteensä 38. Suurin osa, 51 % oli sitä mieltä, että sarja antaa monipuolisen kuvan matkaoppaan työstä ja sen vuoksi sarja on realistinen. 37 % vastanneista sanoi, että ohjelma näyttää todellisuuden ja se tekee sarjasta realistisen. Useassa vastauksessa mainittiin, että sarja on realistisen oloinen, koska näyttää matkaoppaiden arkea eikä vain glamouria ja sarja ei tunnu käsikirjoitetulta. 12 % piti sarjaa realistisena, koska sarja näyttää että matkaoppaan työ ei ole helppoa. Vastauksissa mainittiin, että sarjassa näytetään paljon hankalia tilanteita ja se tekee ohjelmasta realistisen.

Medialukutaidolla on suuri merkitys siihen millaisena Matkaoppaat-sarja nähdään. Medialukutaitoinen ihminen ymmärtää todellisuuden ja mediatodellisuuden eron ja näin ollen hän pystyy arvioimaan ja suodattamaan informaatiota, jota media antaa (Kupiainen & Sintonen 2009, 121). Eri ihmiset poimivat itselleen mielekkäitä ja tärkeitä asioita sarjasta ja muodostavat siitä mielikuvan matkaoppaan työstä. Henkilöt, jotka pitävät sarjaa realistisena ovat poimineet tärkeiksi asioiksi sen, että sarjassa näytetään myös hankalia ja monipuolisia tilanteita, jotka tekevät sarjasta realistisemmän.

Vastanneiden mielestä sarja näyttää todellisuuden, koska oppaan työtä ei esitetä helppona ammattina. Vastanneet pitivät sarjaa realistisena, vaikka media ei aina olekaan neutraali vaan usein se sisältää eri ideologioita ja ennakkoluuloja (Kupiainen & Sintonen 2009, 115). Seuraavassa lainauksia saaduista vastauksista miksi sarjaa pidetään realistisena:

”Mielestäni sarja näyttää sen, mitä työtodellisuudessa on. Työ on hektistä, monipuolista, rankkaa, uuvuttavaa ja vaatii oppailta hyvin paljon joustavuutta, yhteistyökykyä, erilaisten viranomaisten kanssa sekä erinomaisia vuorovaikutustaitoja”

”Ohjelmassa ei kaunistella matkaoppaiden työtä vaan näytetään myös työn huonot puolet vaikeine asiakkaineen ja kiireineen.”

”Näyttää hyvin matkaoppaan arkea niin hyvässä kuin pahassakin.”

”Sarjassa matkaoppaan työtä ei esitetä pelkästään glamourina, vaan tuodaan esiin mm. haastavat asiakastilanteet sekä nopeaa reagoimista vaativat tilanteet.”

Seuraavassa esitellään perustelut, joiden mukaan sarja ei ole realistinen. Vastaukset olivat samankaltaisia, mutta eivät identtisiä. Vastauksissa oli mainittu yksi tai useampia perusteluita. Seuraavassa nämä perustelut on koottu kuvioon, havainnollistamaan vastauksia paremmin.



KUVIO. 9. Sarja ei ole realistinen

N=11

Perusteluja sarjan epärealistisuudelle oli yhteensä 11. Vastaaajista 32 % oli sitä mieltä, että sarjassa ei näytetä ollenkaan rauhallisia päiviä, joten sarja ei voi olla realistinen. 32 % oli sitä mieltä, että sarjaa on kärjistetty ja liioiteltu viihteen vuoksi, koska ei sarjaa muuten kukaan katsoisi. 26 % vastaaajista oli sitä mieltä, että sarjassa näytettävät kohtaukset on valikoitu siten, ettei sarja voi olla realistinen. 5 % piti sarjaa käsikirjoitettuna ja jaksoja väkisin tehtyinä.

Henkilöt, jotka eivät pitäneet sarjaa realistisena, olivat varsin kriittisiä jaksoja kohtaan. Kriittisyys tarkoittaa sitä, että mennään syvälle kritiikin kohteena olevaan asiaan, asiaa arvioidaan ja analysoidaan. Kritiikki ei kuitenkaan aina tarkoita jotain negatiivista, kriittisyys on asian ajattelemista monelta eri kantilta. (Kupiainen & Sintonen 2009, 58.) Kriittisyys on hyväksi medialukutaidossa, koska aina ei pidä uskoa sitä, mitä media meille näyttää (Kupiainen & Sintonen 2009, 121).

Mediaesitykset sisältävät usein ennakkoluuloja, asenteellisuuksia ja ideologioita (Kupiainen & Sintonen 2009, 115). Tämä lienee yksi syy siihen, miksi osa ei pidä sarjaa realistisena. Mediatekstejä tehdessä voidaan valita mitä näytetään ja mitä ei. Näillä valinnoilla on suuri merkitys siihen millaisen mielikuvan jokin mediateksti luo. (Fairclough 1997, 136.) Henkilöt, jotka eivät pidä sarjaa realistisena ovat sitä mieltä, että sarjaan on valikoitu kohtauksia, jotka aiheuttavat jonkinlaisia tuntemuksia katsojissa.

Vastaaajien mielestä sarjassa näytetään vain se mikä saattaa kiinnostaa katsojia. Vastauksissa oltiin sitä mieltä, että sarjassa ei näytetä matkaoppaiden tavallista arkea ollenkaan, koska sarjassa ei näytetä rauhallisia päiviä. Sarjaa pidettiin liioiteltuna ja kärjistettynä, jotta sillä olisi enemmän viihdearvoa. Moni oli sitä mieltä, ettei sarjaa katsottaisi jos siinä ei olisi noloja tilanteita ja kommelluksia. Herkman (2001, 134) on sitä mieltä, että ihmiset ovat perusluonteeltaan uteliaita, he haluavat nähdä toisten kommelluksia ja noloja tilanteita. Nämä kommellukset tekevät tosi-tv-ohjelmista suosittua viihdettä. Seuraavassa esimerkkivas-
tauksia siihen miksi sarjaa ei pidetä realistisena:

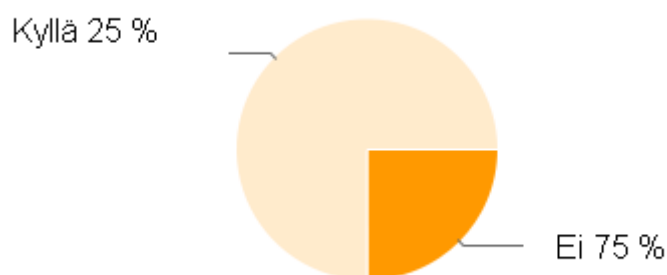
”Televisioon on valikoitu kohtauksia. Rauhallisista ajoista ei tietenkään näytetä mitään, koska katsojat eivät jaksaisi seurata ohjelmaa. Mitä enemmän tapahtuu kaikkea outoa, sitä enemmän ihmiset katsovat.”

”Kuvataan vain se minkä oletetaan olevan katsojille mielenkiintoista.”

”Luulen, että sarjaa on dramatisoitu aika rankasti ja jätetty näyttämättä niitä perushommia, joista ei saisi kiinnostavaa ohjelmaa.”

”Sarja on liioiteltu, kuten kaikki reality-sarjat.”

Kuten jo aiemmin on todettu, Matkaoppaat-sarja kuuluu lajiltaan tosi-tv-sarjoihin, mutta ennen kaikkea se kuuluu dokumentaaristen sarjojen piiriin. Dokumentaarisessa sarjassa tilanteet olisivat olemassa joka tapauksessa eli matkaoppaat olisivat ilman ohjelmaakin töissä kohteessa. (Mykkänen 2010, 160.) Toisaalta mediatekstit eivät koskaan ole täysin objektiivisia tai neutraaleja. Tämän kaltaisissa sarjoissa maailma saatetaan esittää joidenkin valintojen ja näkökulmien kautta, joilla voidaan lisätä tai purkaa olemassa olevia ennakkoluuloja (Kupiainen & Sintonen 2009, 105). Henkilöt, jotka eivät pidä sarjaa realistisena uskovat, että sarjaan on valikoitu eri näkökulmia, joiden kautta ohjelmaa on suunniteltu ja leikattu.



KUVIO 10. Innostaako sarja lähtemään Deturin matkaoppaaksi?

N=84

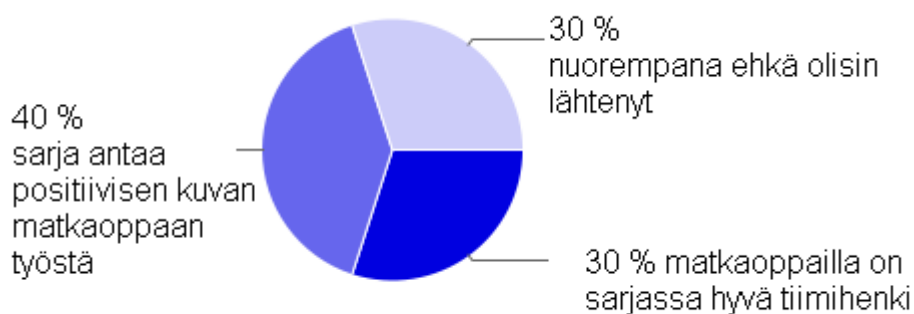
Yksi tutkimuskysymys on se, innostaako Matkaoppaat-sarja lähtemään Deturin matkaoppaaksi, joten yksi kyselylomakkeen kysymys koskee asiaa. Vastauksia kysymykseen saatiin yhteensä 84. Vastaajista 21 eli 25 % sanoi haluavansa Deturin oppaaksi, mutta suurin osa 63 eli 75 % vastaajista ei halua Deturin oppaaksi. Tästä voidaan päätellä, että Matkaoppaat-reality-sarja ei suoranaisesti innosta lähtemään Deturin matkaoppaaksi, mutta asiaan voi olla monta syytä.

Matkaoppaaksi lähtemiseen voi vaikuttaa se, millaisen mielikuvan Matkaoppaat-sarja antaa matkaoppaan työstä. Joku on saattanut aina haluta matkaoppaaksi, mutta sarjan katsomisen myötä halu on saattanut kadota. Toisaalta reaktio voi olla toisenlainen eli henkilö, joka ei ole halunnut aiemmin matkaoppaaksi, saattaa ohjelman myötä innostua ammatista.

Musiikkikanava the Voicen sivuilla olevassa lida Korhosen artikkelissa (2010) kerrotaan, että ”Matkaoppaat-sarja toi Deturille lisää työnhakijoita: yhä useampi haluaa matkaoppaaksi”. Artikkelissa Matkaoppaat-sarjan kohdepääällikkö Terhi kertoo, että sarja on tuonut Deturille paljon uusia työnhakijoita. Artikkelissa kerrotaan monen luulevan, että Deturille tulee lisää työnhakijoita siinä toivossa, että pääsevät itse televisioon, näin ei kuitenkaan ole. Matkaoppaat-sarja on antanut monipuolisen kuvan matkaoppaan työstä ja moni on todennut, tämän ammatin sopivan heille.

Tutkimuksessa tällaista suosiota matkaoppaan ammatti tai ainakaan Deturilla työskentely ei saanut. Seuraavassa kysymyksessä kerrotaan hieman perusteluja sille, miksi vastaajat haluavat tai eivät halua matkanjärjestäjä Deturin matkaoppaaksi. Perusteluja kysyttiin, jotta saadaan selville, onko mielipiteeseen syynä Matkaoppaat-sarja vai jokin muu asia. Kysymykseen vastanneista, joita oli 84, perusteluita vastauksilleen antoi 54.

Vastaukset olivat melko samankaltaisia, mutta eivät identtisiä, koska kysymyksessä käytettiin avointa vastauskenttää. Osalla vastaajista oli useita perusteluja vastaukselleen ja toisilla vain yksi. Vastaukset on helppolukuisuuden vuoksi jaettu samankaltaisiin vastauksiin. Ensimmäiseksi käsitellään kyllä-vastaukset, joita oli yhteensä 6.



KUVIO 11. Sarja innostaa lähtemään Deturin matkaoppaaksi

N=6

Perustelut jakautuivat näihin kolmeen osa-alueeseen. 40 % vastasi, että haluaisi lähteä Deturin matkaoppaaksi, koska sarja antaa positiivisen mielikuvan matkaoppaan työstä. 30 % vastasi, että Deturilla näyttää olevan hyvä tiimihenki, jonka vuoksi sarja innostaa lähtemään oppaaksi. 30 % oli sitä mieltä, että jos he olisivat nuorempia, he voisivat lähteä Deturin oppaaksi.

Suurin osa kyllä vastauksen antaneista on saanut positiivisen mielikuvan matkaoppaan työstä tosi-tv-sarjan myötä. Taustalla saattaa olla myös se, että henkilöillä on jo omaa kokemusta matkaoppaan työstä tai heidän tuttunsa on toiminut matkaoppaana. Vastaajilla saattaa olla myös jo ennestään hyvä mielikuva Deturista jos he ovat esimerkiksi olleet kyseisen matkanjärjestäjän matkoilla,

joten heillä on jo kokemusta matkanjärjestäjästä. Tällöin henkilöllä on pysyvä mielikuva yrityksestä eli Deturista. Henkilö on Ropen & Vahvaselän (1993, 69) mielikuvan luomisen mallissa asenne- tai suosituimmuustasolla. Asennetasolla henkilöllä voi olla positiivisia, negatiivisia tai neutraaleja mielikuvia. Asennetasolla yrityksestä, tässä tapauksessa matkanjärjestäjä Deturista, muodostetaan pysyvä mielikuva. Suosituimmuusvaiheessa yritystä pidetään parempana kuin sen kilpailijat.

Vastaajat, jotka kertovat, että sarja innostaa lähtemään Deturin matkaoppaaksi, koska sarja antaa hyvän mielikuvan matkaoppaan työstä saattaa olla jo ennestään positiivinen kuva yritystä kohtaan ja näin ollen tämä kuva pysyy samana sarjaa katsottaessa. Henkilöt saattavat olla Ropen ja Vahvaselän (199, 69) mielikuvan muodostumisen mallissa kokemusvaiheessa, jolloin henkilön omat odotukset yritystä eli Deturia kohtaan ovat täyttyneet. Kokemusvaiheessa pysyvää mielikuvasta muodostuu henkilölle sisäinen totuus.

Pelkästään televisio-ohjelma ei välttämättä vaikuta ratkaisevasti siihen, lähteekö joku matkaoppaaksi, moni kuitenkin mainitsee perusteluissaan, että lähtisi Deturin matkaoppaaksi, koska heillä näyttää olevan hyvä tiimihenki. Tällaista mielikuvaa henkilö ei varmaan ole saanut muualta kuin Matkaoppaat-sarjasta. Osa vastaajista pitää itseään liian vanhana matkaoppaan työhön. Tähänkin voi vaikuttaa Matkaoppaat-sarjan antama kuva, koska kaikki sarjassa nähdyt matkaoppaat ovat melko nuoria.

Suurin osa vastaajista on saanut käsityksen matkaoppaan työstä usean jakson perusteella, joten henkilöt ovat saaneet laajemman kuvan matkaoppaan työstä kuin vain yhden jakson katsoneet. Suurin osa vastaajista ei ole toiminut ennen matkaoppaana ja kukaan ei ole toiminut Deturin matkaoppaana, joten saadut mielikuvat matkaoppaan työstä ja siitä innostaako sarja lähtemään Deturin matkaoppaaksi tulevat suoraan Matkaoppaat-sarjasta. Seuraavassa esimerkkivas-
tauksia siihen miksi sarja innostaisi lähtemään matkanjärjestäjä Deturin matkaoppaaksi:

”Ohjelma antaa positiivisen kuvan matkaoppaan työstä.”

”Deturissa vaikuttaisi olevan hyvä tiimihenki ja Turkki matkakohteena voisi olla houkutteleva.”

”Tavallaan kyllä, koska opasporukka vaikuttaa mukavalta työyhteisöltä ja toisaalta asiakaspalvelutilanteet ovat varmasti myös mukavia.”

”Nuorempana ehkä..”

Seuraavaksi esitellään ei-vastanneiden perusteluja. Vastauksista löytyi monipuolisempia perusteluja kuin kyllä vastanneiden keskuudesta. Vastaukset olivat melko samankaltaisia, mutta eivät identtisiä, koska kysymyksessä käytettiin avointa vastaus kenttää. Osalla vastaajista oli useita perusteluja vastaukselleen ja toisilla vain yksi. Vastaukset on helppolukuisuuden vuoksi jaettu samankaltaisiin vastauksiin.



Perusteluita sille, että sarja ei innosta lähtemään Deturin matkaoppaaksi antoi 48 henkilöä. Vastaajista 40 % kertoo, ettei sarja innosta lähtemään Deturin matkaoppaaksi, koska työtä ja vaikeita asiakkaita on liikaa. Vastanneista 32 % kertoo, ettei haluaisi matkaoppaaksi, koska ammatti ei ole koskaan kiinnostanut. 10 % vastaajista ei lähtisi Deturin matkaoppaaksi, koska sarjassa esiintyvä kohdepääällikkö on kamala. Vastaajista 6 % kertoo, ettei heidän perhetilanne mahdollista matkaoppaaksi lähtemistä. 4 % vastaajista mainitsee, että matkaoppaan ammatti on enemmän harrastus kuin työ, eikä tämän vuoksi lähtisi oppaaksi. 4 % kertoo, ettei lähtisi minkään ohjelman vuoksi tekemään mitään, tässä tapauksessa matkaoppaaksi. Vastaajista 2 % kertoo, ettei lähtisi Deturin oppaaksi, koska Deturilla on vähän matkakohteita eikä Detur ole houkutteleva.

Moni ei-vastauksista liittyy saatuun mielikuvaan ohjelmasta. Ohjelma on antanut sellaisen kuvan, että matkaoppaan työ on rankkaa ja työssä kohtaa paljon vaativia ja hankalia asiakkaita, tämän vuoksi monikaan ei lähtisi oppaaksi tai ainakaan Deturin matkaoppaaksi. Ihmiset tekevät päätöksiään usein vain mielikuvien varassa ilman konkreettisia kokemuksia ja tietoa (Rope & Vahvaselkä 1993, 66). Sarja on antanut henkilölle mielikuvan, että työtä on paljon ja henkilö on muodostanut oman pysyvän mielikuvansa matkaoppaan työtä kohtaan.

Vastanneista moni kertoi, ettei halua ollenkaan matkaoppaaksi, joten sarjalla sinällään ei ole mitään tekemistä asian kanssa. Henkilöillä on jo oma olemassa oleva mielikuva matkaoppaan ammattia kohtaan eivätkä he ole kiinnostuneita ammatista. Matkaoppaat-sarja ei ole muuttanut heidän käsitystään työstä eikä sarja ole herättänyt mielenkiintoa ammattia kohtaan. Sarjalla ei myöskään ole tekemistä perusteluiden kanssa, joissa mainitaan, ettei perhetilanne mahdollista lähtemään matkaoppaaksi.

Vastaajista 10 % sanoi, ettei lähtisi Deturin matkaoppaaksi, koska kohdepääällikkö on kamala. Tämä taas kertoo siitä millainen vaikutus tosi-tv-ohjelmalla saattaa olla katsojiin. Henkilö on muodostanut tietyn mielikuvan kohdepääälliköstä, eikä sen vuoksi halua kyseiselle yritykselle matkaoppaaksi. Henkilö on Ropen & Vahvaselän (1993, 69) mielikuvan muodostumisen mallissa asennetasolla, jossa muodostetaan pysyvä mielikuva asiaa kohtaan. Henkilöllä on saanut negatii-

visen mielikuvan kohdepäälliköistä ja tämä vaikuttaa suoraan siihen, ettei henkilö haluaisi lähteä Deturin matkaoppaaksi, vaikka kohteita ja kohdepäälliköitä on muitakin.

Muutammat ovat maininneet vastauksissaan, että ammatti on enemmän harrastus kuin työ, joten he eivät lähtisi Deturin matkaoppaiksi. Näin vastanneilla täytyy olla jo ennestään jokin mielikuva matkaoppaan ammatista tai he ovat poimineet tällaista tietoa Matkaoppaat-sarjasta. Henkilöt, jotka pitävät matkaoppaan työtä enemmän harrastuksena ovat arvioineet ja suodattaneet sarjan antamaa informaatiota ja tulleet siihen tulokseen, ettei matkaoppaan työ ole ”oikeaa työtä”.

Osa vastanneista kertoi, etteivät he lähtisi pelkän ohjelman vuoksi matkaoppaiksi. Henkilöt tarvitsevat siis enemmän perusteluita matkaoppaaksi lähtemiselle kuin vain jonkin ohjelman, joka pyörii televisiossa. Muutama perustelee vastauksensa sillä, ettei Deturilla ole tarpeeksi matkakohteita tai ainakaan ne eivät ole houkuttelevia. Tässä henkilöllä on jo ennestään käsitys matkanjärjestäjä Deturista ja henkilö on ottanut selvää mitä kohteita Deturilla on tarjonnassa. Seuraavassa esitellään lainauksia vastauksista siihen, miksi sarja ei innosta lähtemään matkanjärjestäjä Deturin matkaoppaaksi.

”Oppaiden työ vaikuttaa palkkaukseen nähden haastavalta työltä jossa työ aikoja ei tunneta. En tosin muutenkaan ole kiinnostunut matkaoppaan työstä.”

”Tv-sarja ei tee niin voimakasta vaikutusta, että vaikuttaisi omiin uravalintoihin.”

”Perhetilanne ei mahdollista sitä ja työskentelen eri alalla.”

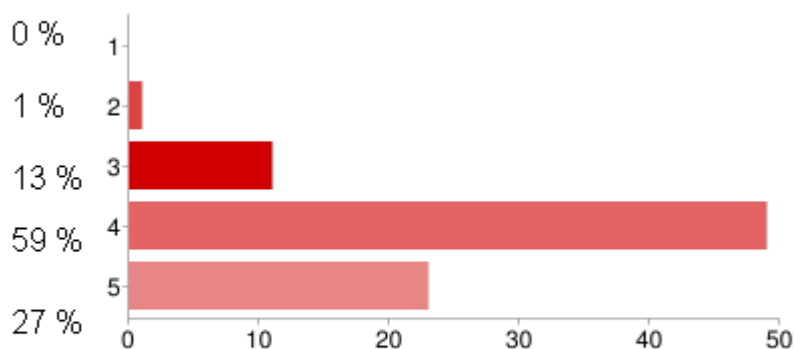
”En usko, että jaksaisin olla koko ajan niin ystävällinen ja auttavainen hankalille asiakkaille.”

”Kohdepäällikkö kauhea.”

4.2.3 Mielikuvaa koskevat kysymykset

Kysymykset 11 - 19 liittyvät suoraan siihen millaisen mielikuvan Matkaoppaat-sarja antaa matkaoppaan työstä. Kysymyksillä haetaan vastausta siihen millaisen mielikuvan vastaajat ovat saaneet matkaoppaan työn vaativuudesta, rankkuudesta, monipuolisuudesta ja palkitsevuudesta. Kysymykset 11 - 14 valittiin mukaan mitä Päivölän kansanopisto (2011) kertoo matkaoppaan työstä. Kysymysten perään on laitettu sulkeisiin, mitä sanalla vaativa, rankka, monipuolinen ja palkitseva haetaan. Näin vastaajien käsitykset esimerkiksi työn vaativuudesta ja siitä mitä sillä mitataan, ovat samanarvoiset.

Kysymyksillä 15 - 16 pyritään saamaan vastaus siihen mitä asioita pidetään tärkeinä matkaoppaan työssä ja mitkä ovat tärkeimmät asiakaspalvelutehtävät matkaoppaan työssä. Kysymyksillä 17 - 18 selvitetään millaisen mielikuvan Matkaoppaat-sarjassa toimineet matkaoppaat antavat työstään ja onko vastaajien käsitys työtä kohtaan muuttunut.



KUVIO 13. Miten vaativana (haastavat asiakkaat ja asiakaspalvelutilanteet) pidät matkaoppaan työtehtäviä? N=84

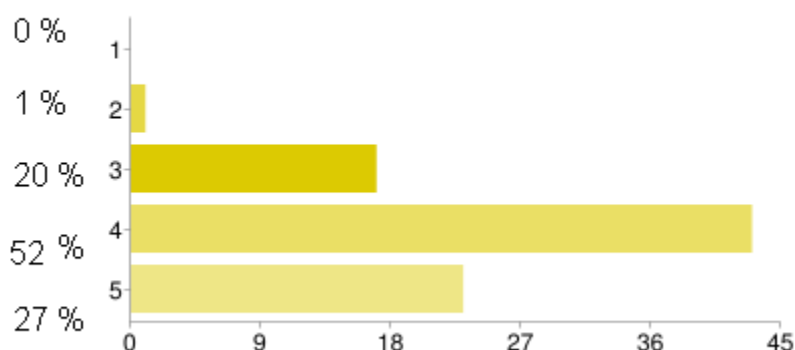
Kysymyksen tarkoituksena oli mitata, miten vaativan mielikuvan Matkaoppaat-sarjan katsojat ovat saaneet matkaoppaan työstä asteikolla 1-5. Asteikkona on 1 = ei vaativaa, 2 = vähän vaativaa, 3 = kohtalaisen vaativaa, 4 = vaativaa ja 5

= erittäin vaativaa. Vastauksia kysymykseen saatiin yhteensä 84. Vastaajista 23 eli 27 % pitää työtä erittäin vaativana, 49 eli 59 % on sitä mieltä, että matkaoppaan työ on vaativaa, 11 vastaajaa eli 13 % pitää työtä kohtalaisen vaativana ja 1 vastaaja eli 1 % pitää työtä vähän vaativana.

Matkaoppaana toimineista (N=9) 5 vastasi, että matkaoppaan työ on erittäin vaativaa, yksi vastasi, että työ on vaativaa, kaksi oli sitä mieltä, että työ on kohtalaisen vaativaa ja yhden mielestä työ on vähän vaativaa. Matkaoppaana toimineiden mielipide työn vaativuudesta vaihtelee. Tähän vaikuttaa suuresti se, millä yrityksellä ja missä kohteessa henkilöt ovat toimineet. Kuten jo aiemmin kerroin luvussa kolme *Matkaopas ammattina* matkaoppaalla voi olla monia eri tehtäviä ja se vaikuttaa myös työn vaativuuteen.

Suurin osa vastaajista on sitä mieltä, että matkaoppaan työ on jollain tasolla vaativaa. Matkaoppaan työtä pidetään vaativana tai erittäin vaativana. Työn vaativuuteen liittyvät haastavat asiakkaat ja asiakaspalvelutilanteet sekä se, että matkaoppaan ammatissa saa ratkoa moninaisia ja haastavia ongelmia päivittäin. Matkaopas on kohteessa vastaamassa asiakkaiden loman sujumuudesta ja siitä, että kaikki menee asiakkaalle luvutulla tavalla. (Päivölän kansanopisto 2011.)

Opas on ryhmänsä tilapäinen johtaja sekä tiedonvälittäjä, johon kohdistuu paljon odotuksia ryhmän taholta. Oppaan tehtävänä on luoda lämmin ja hyvä ilmapiiri, jossa vuorovaikutussuhteet toimivat. Opas on kuin isäntä tai emäntä ryhmän matkan aikana. (Antola 1994, 45.) Matkaoppaalta vaaditaan paljon asiakaspalvelijana, koska matkaopas on usein työssään poliisi, lääkäri ja psykologi. Matkaoppaan oletetaan olevan monipuolinen osaaja niin fyysisesti kuin psyykkisestikin (Matkalehti 2010, 44).

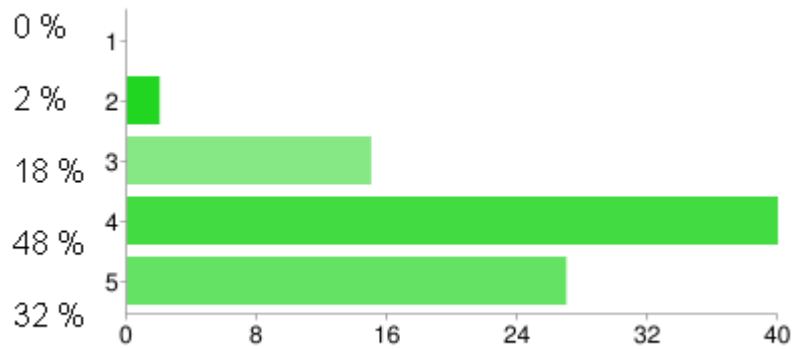


KUVIO 14. Miten rankkana (pitkät työpäivät ja erilaisten ongelmien ratkaiseminen) pidät matkaoppaan työtehtäviä? N=84

Kysymyksen tarkoituksena oli mitata, miten rankan mielikuvan Matkaoppaat-sarjan katsojat ovat saaneet matkaoppaan työstä asteikolla 1-5. Asteikko on 1 = ei rankkaa 2 = vähän rankkaa 3 = kohtalaisen rankkaa 4 = rankkaa ja 5 = erittäin rankkaa. Vastauksia kysymykseen saatiin yhteensä 84. Vastaajista 23 eli 27 % pitää työtä erittäin rankkana, 41 eli 52 % pitää matkaoppaan työtä rankkana, 17 eli 20 % pitää työtä kohtalaisen rankkana ja 1 eli 1 % vähän rankkana.

Matkaoppaana toimineista (N=9) 4 oli sitä mieltä, että matkaoppaan työ on erittäin rankkaa, kahden mielestä työ on rankkaa ja kolmen mielestä matkaoppaan työ on kohtalaisen rankkaa. Jälleen tähän vaikuttaa samat seikat, jotka mainitsin jo kysymyksen 12 kohdalla.

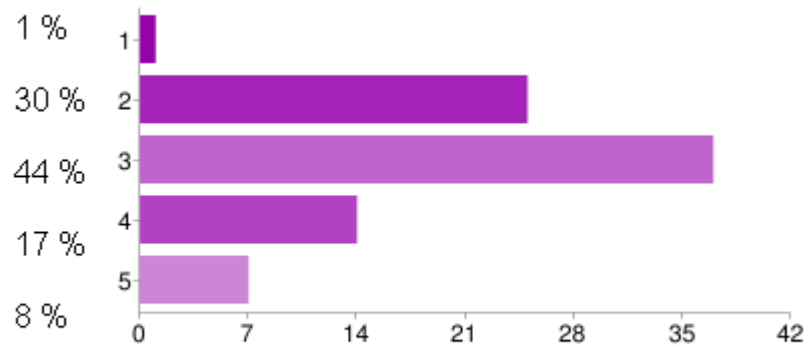
Matkaoppaan työtä pidetään rankkana, koska matkaoppaat tekevät kohteessa pitkiä päiviä ja ratkovat matkailijoiden moninaisia ongelmia. Matkaopas kohtaa haasteita työssään joka päivä, joten ammatissa tulee olla hyvä stressinsietokyky ja eteen tulevat ongelmat tulee ottaa haasteina. Matkaopas on töissä kun muut ovat lomalla ja töitä tehdään usein kuutena päivänä viikossa, eikä työaikoja ole sen kummemmin määriteltä. Työajat saattavat venyä lentojen myöhästymisten ja iltaretkien vuoksi. (Päivölän kansanopisto 2011.)



KUVIO 15. Miten monipuolisena (erilaiset tilanteet ja moninaiset ongelmat) pidät matkaoppaan työtehtäviä? N=84

Kysymyksellä haettiin vastausta siihen, miten monipuolisen mielikuvan Matkaoppaat-sarja antaa matkaoppaan ammatista asteikolla 1-5. Asteikko on 1 = ei monipuolista, 2 = vähän monipuolista, 3 = kohtalaisen monipuolista, 4 = monipuolista ja 5 = erittäin monipuolista. Vastauksia kysymykseen saatiin yhteensä 84. Vastaajista 27 eli 32 % pitää työtä erittäin monipuolisena, 40 eli 48 % pitää työtä monipuolisena, 15 eli 18 % pitää työtä kohtalaisen monipuolisena ja 2 eli 2 % pitää työtä vähän monipuolisena. Voidaan todeta, että matkaoppaan työtä pidetään monipuolisena, erilaisten tilanteiden ja ongelmien hoitamisen suhteen. Vastaajista moni oli myös sitä mieltä, että matkaoppaan työ on kohtalaisen monipuolista.

Matkaoppaana toimineista (N=9) 6 ilmoitti pitävänsä matkaoppaan työtä erittäin monipuolisena, kaksi vastasi työn olevan monipuolista ja yksi vastasi, että työ on kohtalaisen monipuolista. Tästä voidaan päätellä, että matkaoppaan työ on oppaana toimivienkin mielestä monipuolista. Kohteessa sattuu ja tapahtuu, ja opas on aina ensimmäisenä paikalla.



KUVIO 16. Miten palkitsevana (työstä annetut palautteet) pidät matkaoppaan työtehtäviä? N=84

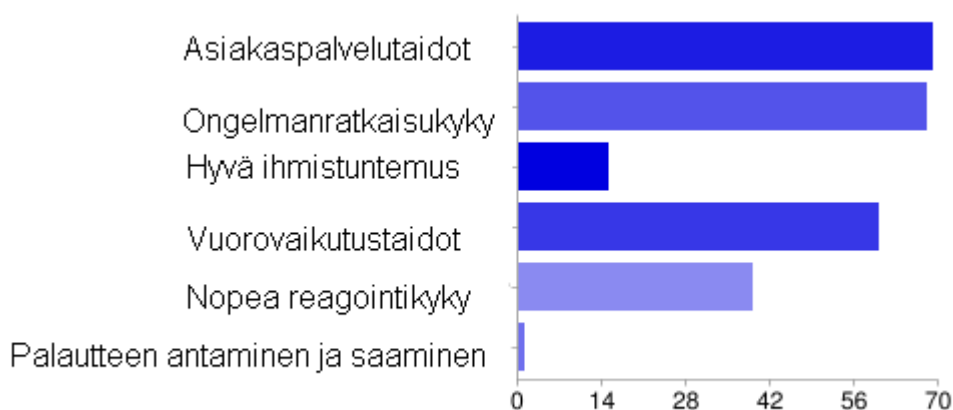
Kysymyksellä selvitettiin miten palkitsevan mielikuvan Matkaoppaat-sarja antaa matkaoppaan työstä asteikolla 1-5. Asteikko on 1 = ei palkitsevaa, 2 = vähän palkitsevaa, 3 = kohtalaisen palkitsevaa, 4 = palkitsevaa ja 5 = erittäin palkitsevaa. Tässä kysymyksessä palkitsevuudella tarkoitettiin pelkästään työstä saatujen palautteiden palkitsevuutta. Matkaoppaan työ voi olla muutenkin palkitsevaa esimerkiksi saatujen kokemusten mukaan. Vastauksia kysymykseen saatiin yhteensä 84. Vastaaajista 7 eli 8 % pitää työtä erittäin palkitsevana, 14 eli 17 % pitää työtä palkitsevana, 37 eli 44 % pitää matkaoppaan työtä kohtalaisen palkitsevana, 25 eli 30 % piti työtä vähän palkitsevana, ja 1 eli 1 % ei pidä työtä lainkaan palkitsevana. Tästä voidaan päätellä, että matkaoppaan työtä ei pidetä yleisesti ottaen kovinkaan palkitsevana.

Matkaoppaana toimineista (N=9) yksi pitää työtä erittäin palkitsevana, kaksi palkitsevana, neljä kohtalaisen palkitsevana ja kaksi hieman palkitsevana. Tässäkin kysymyksessä niin matkaoppaana toimineet kuin muut ovat samaa mieltä, että matkaoppaan työ ei ole kovinkaan palkitsevaa. Oppaat eivät saa paljoakaan kiitosta työstään, vaikka he tekevät kaikkensa, jotta matkailijoiden lomat sujuisivat mukavasti, ongelmitta.

Kysymykset 11 – 14 liittyivät Matkaoppaat-sarjan luomiin mielikuviin matkaoppaan työn vaativuudesta, rankkuudesta, monipuolisuudesta sekä palkitsevuudesta. Vastaukset olivat pitkälti samankaltaisia niin matkaoppaana toimineiden kuin muidenkin keskuudessa. Matkaoppaat-sarja on välittänyt tietynlaisen mielikuvan matkaoppaan työstä sen katsojille. Eri henkilöt lukevat mediaa eri tavoin, mutta silti näihin kysymyksiin vastanneilla ajatukset kulkivat samaa rataa. Monilla vastanneista on jo ennestään olemassa olevia mielikuvia työn rankkuudesta tai monipuolisuudesta, mutta silti suurin osa vastauksista oli samankaltaisia.

Osalla vastaajista on saattanut olla puhdas mielikuva, joka on muuttunut sarjaa seuratessa pysyväksi mielikuvaksi. Toisilla taas on ennestään ollut pysyvä mielikuva matkaoppaan työtä kohtaan, johon ei ole vaikuttanut se millaisena Matkaoppaat-sarjassa on esitetty matkaoppaan ammatti. Vastaajat ovat kuitenkin vastanneet melko samankaltaisesti kysymyksiin matkaoppaan ammatin rankkuudesta, vaativuudesta, monipuolisuudesta ja palkitsevuudesta.

Kysymykset 15 ja 16 on laadittu siten, että vastaajat pystyivät valitsemaan useamman vaihtoehdon, joten vastausprosentit saattoivat nousta yli 100 %:iin.



KUVIO 17. Valitse seuraavista 3 tärkeintä asiaa matkaoppaan työssä. N=84

Tällä kysymyksellä haluttiin saada vastaus siihen mitkä asiat ovat nousseet vastaajien mielestä tärkeiksi matkaoppaan työssä. Kysymyksessä vastaajilla oli mahdollisuus valita kolme tärkeintä asiaa matkaoppaan työssä. Vaihtoehtoina olivat asiakaspalvelutaidot, ongelmanratkaisukyky, hyvä ihmistuntemus, vuorovaikutustaidot, nopea reagoitukyky sekä palautteen antaminen ja saaminen. Vastauksia kysymykseen saatiin yhteensä 84. Tärkeimpinä asioina pidettiin asiakaspalvelutaitoja (82 %), ongelmanratkaisukykyä (81 %) ja vuorovaikutustaitoja (71 %). Vähiten tärkeimpinä pidettiin hyvää ihmistuntemusta (18 %), nopeaa reagoitukykyä (47 %) ja palautteen antamista ja saamista (1 %).

Vastaajien mielestä yksi tärkeimmistä asioista matkaoppaan työssä on asiakaspalvelu. Asiakaspalvelijan tärkeimpiä tunnusmerkkejä ovat asenne, tavoitteellisuus, myyntitaidot, tuotetietous, ulkoinen olemus, uusasiakashankinta, kyky tulla toimeen erilaisten persoonien kanssa ja kaupanpääöstaidot (Rummukainen 2004, 8). Asiakaspalvelussa asiakas tulee ottaa huomioon jokaisessa asiakaspalvelun vaiheessa. Ensimmäisessä asiakaspalvelun vaiheessa on tärkeää luoda hyvä ensivaikutelma, jossa riittää jo pelkästään katsekontakti asiakkaaseen (Lahtinen & Isoviita 2004, 48). Matkaoppaan tulee aina huomioida kaikki asiakkaat, jotka tulevat kysymään neuvoja tai ostamaan retkiä. Matkaoppaan työssä haastavaa on se, että monilla matkanjärjestäjillä on matkaoppaita myös muista Pohjoismaista ja mahdolliset asiakkaat saattavat olla muualta kuin Suomesta. Matkaoppaan täytyy kuitenkin antaa hyvä ensivaikutelma myös heille ja palvella heitä asiantuntevasti. Tässä apuna ovat hyvät vuorovaikutus ja kommunikointitaidot.

Toisessa eli myyntikeskustelu ja tuote-esittelyvaiheessa on tärkeää ottaa selvää siitä, millaisia tarpeita ja odotuksia asiakkaalla on. Oma aktiivisuus, hyvä ihmistuntemus ja innostavat kysymykset ovat avuksi (Lahtinen & Isoviita 2004, 50). Matkaopas voi esittää johdattelevia kysymyksiä esimerkiksi asiakkaalle, joka ei ole varma mille retkelle osallistuisi. Matkaopas voi kysymyksillä löytää asioita, jotka kiinnostavat asiakasta. Kolmannessa eli päätösvaiheessa asiakasta ei saa päästää lähtemään tyytymättömänä tilanteeseen, ja hyvässä päätöstilanteessa pätevä asiakaspalvelija osaa mennä tilanteen mukana (Lahtinen & Isoviita 2004, 56). Tyytymättömyystilanteisiin voidaan törmätä neljännessä vaiheessa

eli asiakassuhteen jälkihoidossa ja silloinkin valitukset tulee hoitaa välittömästi (Lahtinen & Isoviita 2005, 57). Palautteen antamista ja saamista ei pidetty tärkeänä, mutta asiakaspalvelu tilanteiden neljännessä vaiheessa palautteen vastaanottaminen ja virheiden korjaaminen on tärkeää.

Ongelmanratkaisukykyä pidettiin toiseksi tärkeimpänä asiana matkaoppaan työssä. Matkaoppaat kehottavat lomailijoita kääntymään aina heidän puoleensa jos ilmenee pieniä tai suuria ongelmia. Matkaoppaat ovat kohteessa sitä varten, että he auttavat mahdollisissa ongelmatilanteissa ja ongelmanratkaisukyky onkin tärkeä osa matkaoppaan työtä. Ongelmatilanteessa yksi tärkeimmistä asioista on asiakkaan tiedottaminen. Asiakkaan tiedottaminen on avain tyytyväisyyteen, meni sitten hyvin tai huonosti. Asiakkaan hyvä informointi parantaa luottamusta ja estää huhujen syntyminen. Informointi ehkäisee myös kyselyä ja valituksia. Asiakasta tulisi aina tiedottaa, vaikka uutta tietoa aiheesta ei olisi saatavilla tai vaikka asiat olisivat vielä epäselviä. (Pitkänen 2006, 63.)

Ongelmanratkaisutaidot ovat tärkeitä asiakaspalvelussa, varsinkin asiakaspalvelu tilanteen neljännessä vaiheessa eli asiakassuhteen jälkihoidossa. Palautetta kysyttäessä törmätään usein asiakkaan tyytymättömyyteen. Tällaisissa tapauksissa matkaoppaan tulee osata toimia ja saada asiakas jälleen tyytyväiseksi ja varmistua siitä, että asiakas käyttää kyseisen matkanjärjestäjän palveluja tulevaisuudessakin. Yksi tärkeä tehtävä on tietenkin yrittää ennalta ehkäistä asiakastyytymättömyys tilanteet kokonaan. (Reinboth 2008, 102).

Asiakasta ei aina saada tyytyväiseksi eikä ongelmia saada ratkottua, vaikka koetettaisiin monia eri keinoja, selvittelyä ja hyvittelyä. Asiakas on astetta vaikeampi saada tyytyväiseksi silloin kun kysymyksessä on tuore asiakassuhde tai jos asiakkaalla on jo ennestään kielteinen asenne yritystä, sen tuotteita tai palvelua kohtaan. Asiakkaan tyytyväiseksi saaminen on erittäin vaikeaa myös silloin jos tilanteen korjaaminen epäonnistuu, koska silloin asiakas on pettynyt jo kahteen kertaan. Sen sijaan jos tyytymätön asiakas on saatu tyytyväiseksi, se tekee asiakkaasta aiempaa sitoutuneemman. (Reinboth 2008, 105.) Sitoutunut ja uskollinen asiakas kertoo hyvistä kokemuksistaan myös muille. Asiakkaalla ei

ole syytä vaihtaa palveluntarjoajaa jos hän on erittäin tyytyväinen saamaansa palveluun. (Lahtinen & Isoviita 2004, 11.)

Kolmanneksi tärkeimpänä asiana nähtiin vuorovaikutustaidot, jotka ovat tärkeitä kaikissa asiakaspalvelutapahtuma vaiheissa. Antolan kirjassa Tiedän, Palvelen, Opastan (1994) on mainittu, että matkaoppaan yksi tärkeimpiä ominaisuuksia on vuorovaikutustaidot. Matkaopas on jatkuvasti vuorovaikutuksessa muiden kanssa, niin asiakkaiden kuin yhteistyökumppaneidenkin. Hyvät vuorovaikutustaidot ovat tärkeitä kaikissa asiakaspalvelutapahtuman vaiheissa. Hyvät vuorovaikutustaidot omaava matkaopas osaa mennä tilanteen mukana ja osaa selvittää asiakkaan toiveet ja tarpeet.

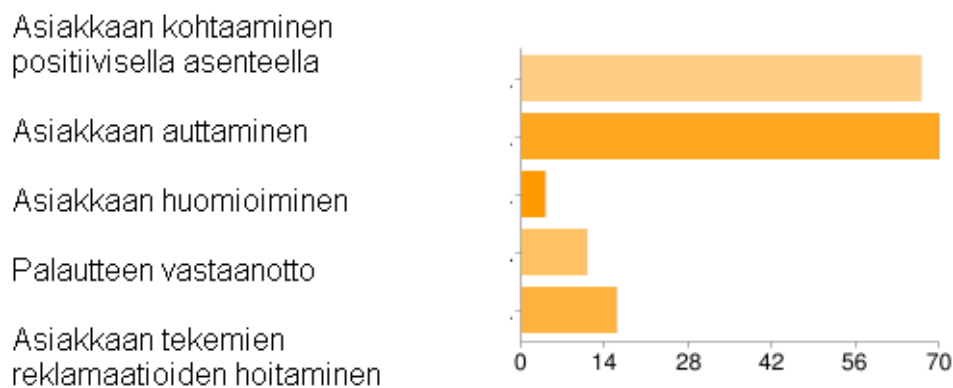
Asiakaspalvelijan ja asiakkaan tottumukset voivat olla hyvinkin erilaisia ja erilaiset odotukset, käsitykset ja kieli vaikeuttavat palvelutilannetta. (Kansanen & Väistö, 1994, 40.) Monesti matkaopas saattaa toimia oppaana maassa, jossa ei puhuta sujuvaa englanninkieltä ja tällöin vuorovaikutustilanteessa olevien henkilöiden tulee valita erilaisia keinoja ilmaista ajatuksiaan ja toiveitaan.

Vuorovaikutustaitoihin liittyy myös hyvä kommunikointi. Kommunikaatio on tärkeää, koska oppaat tekevät paljon retkiä ja asiat tulisi selittää ymmärrettävästi ja odotusten mukaan. Parhaan tuloksen saa jos pystyy asettumaan toisen osapuolen asemaan ja esittämään asian hänen odotustensa, viestintätottumustensa ja käsitysten mukaan, joita toinen osapuoli pitää tärkeänä (Antola 1994, 62).

Nopeaa reagointikykyä pidettiin myös melko tärkeänä matkaoppaan työssä. Matkaopas on aina ensimmäisenä paikalla kun sattuu ja tapahtuu ja näin ollen oppaalla tulee olla hyvä reagointikyky selviytyä näistä tilanteista. Reagointikyky on tärkeintä asiakaspalvelu tapahtuman toisessa vaiheessa, jolloin pyritään selvittämään, mitä odotuksia ja tarpeita asiakkaalla on (Lahtinen & Isoviita 2004, 60.) Nopea reagointikyky on hyväksi tässä vaiheessa, koska asiakkaalle tulee osata esittää innostuneita kysymyksiä ja matkaoppaan tulee osata mennä tilanteen mukana.

Vähiten tärkeinä pidettiin hyvää ihmistuntemusta ja palautteen saamista ja antamista. Matkaopas kohtaa työssään monenlaisia ihmisiä ja tämän vuoksi hänellä tulisi olla myös hyvä ihmistuntemus, vaikka ihmistuntemus kehittyy työn ja vuosien ohella. Ihmistuntemus on tärkeää asiakaspalvelutilanteiden, toisessa eli myyntikeskustelu vaiheessa, koska tuolloin asiakkaalle tulee myydä tuotteita tai palveluita, vaikka asiakas ei aina itse tietäisikään mitä haluaa. Hyvä ihmistuntija osaa lukea, mikä kiinnostaa eri ihmisiä. Joskus matkaoppaan on vaikea tietää, mitä asiakas tahtoo ja tässä ihmistuntemus on avuksi. (Pitkänen & Isoviita 2004, 50.)

Palautteen saaminen ja antaminen on myös tärkeää, vaikka vastaajat pitivät sitä vähiten tärkeänä. Asiakaspalvelutapahtuman neljännessä vaiheessa, jolloin varmistetaan asiakassuhteen jatkuvuus, on tärkeää vastaanottaa palautetta ja hoitaa mahdolliset reklamaatiot.



KUVIO 18. Valitse seuraavista 2 tärkeintä asiakaspalvelutehtävää matkaoppaan työssä. N=84

Kysymyksellä haluttiin saada vastaus siihen, mitä asiakaspalvelutehtäviä pidetään tärkeinä matkaoppaan työssä. Vaihtoehtoina olivat asiakkaan kohtaaminen positiivisella asenteella, asiakkaiden auttaminen, asiakkaiden huomioiminen, palautteen vastaanotto ja asiakkaan tekemien reklamaatioiden hoitaminen. Vastauksia kysymykseen saatiin yhteensä 84. Näistä tärkeimpinä pidettiin asiakkai-

den auttamista (84 %) ja asiakkaan kohtaamista positiivisella asenteella (80 %). Seuraavaksi tärkeimmiksi asioiksi nousivat asiakkaan tekemien reklamaatioiden hoitaminen (19 %), palautteen vastaanottaminen (13 %) sekä asiakkaan huomioiminen (5 %).

Asiakkaan auttaminen on tärkeä osa asiakaspalvelua ja se on matkaoppaan tehtävä kohteessa. Lomailijat ovat vieraassa kulttuurissa ja joskus tällainen voi aiheuttaa moniakkin erilaisia ongelmia, joihin kaivataan matkaoppaan apua. Matkaoppaat ovat kohteessa lomailijoita varten ja varmistamassa loman sujuvuuden.

Asiakkaan kohtaaminen positiivisella asenteella oli myös valittu yhdeksi tärkeäksi asiaksi. Positiivinen asenne tulisi olla itsestään selvää matkaoppaan ammatissa. Positiivinen asenne näkyy ensivaikutelmasta, jonka matkaopas antaa itsestään asiakaspalvelu tapahtuman ensimmäisessä vaiheessa, joka on matkaoppailla asiakkaan tullessa lentokentälle tai viimeistään palveluun saapumisvaiheessa. Palvelun onnistumiseksi on tärkeää antaa positiivinen ensivaikutelma. Asiakas antaa anteeksi pienet virheet ja puutteet jos ensivaikutelma on kuitenkin ollut onnistunut. Hyvän ensivaikutelman antaminen on tärkeää asiakaspalvelu tapahtuman ensimmäisessä vaiheessa, koska tuolloin varmistetaan se, että asiakas käyttää sen palvelun, jonka hän on aikonutkin käyttää (Lahtinen & Isoviita, 2004, 48.)

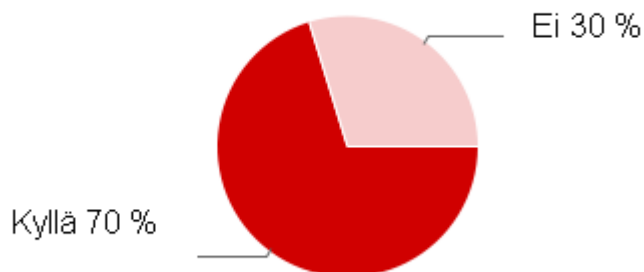
Huonolla asenteella liikkeellä oleva matkaopas ei voi toimia työssään. Asiakkaan saadessa huonoa asiakaspalvelua se laitetaan usein asiakaspalvelijan asenteen piikkiin (Reinboth 2008, 7). Asenteen lisäksi asiakaspalvelijalta tarvitaan paljon muutakin muun muassa riittäviä taitoja, kokemusta ja empatiaa, vaikka liiallinen empaattisuus voi olla myös huono asia.

Reklamaatioiden hoitaminen katsottiin myös tärkeäksi osaksi matkaoppaan työtä samoin kuin palautteen vastaanottaminen, jota ei mainittu tärkeäksi edellisessä kysymyksessä. Matkaoppaat käsittelevät kohteessa paljon reklamaatioita. Reklamaatioiden nopea hoitaminen on tärkeää, jotta asiakas tietää, että ongelmalle tehdään jotain. Palveluammattissa asiakastyytymättömyystilanteet tulisi

ehkäistä kokonaan (Reinboth 2008, 102). Asiakkaista vain osa kertoo tyytymättömyydestään heti, mutta näin tapahtuessa asiakaspalvelijan tulee hoitaa tilanne niin, ettei hän juoksuta asiakasta paikasta toiseen. Ensisijainen tavoite on tilanteen korjaaminen. (Reinboth 2008, 103.)

Palautteita kysytään asiakaspalvelu tilanteiden neljännessä vaiheessa, asiakassuhteen jälkihoidossa, jossa varmistetaan asiakassuhteen jatkuvuus. Asiakas voi olla tyytymätön saamaansa palvelun laatuun tai tuotteeseen. Yritys ei välttämättä itse ole huomionnut ongelmaa, joka tulee ilmi asiakaspalautteesta. Yrityksen on hyvä erottaa satunnainen tyytymättömyystapaus toistuvista kielteisistä palautteista. (Reinboth 2008, 98.) Asiakkaan palautteen antamisen syynä on kuitenkin usein se, että heidän odotuksensa ja toiveensa eivät ole täyttyneet. Asiakasta ei yleensä kiinnosta, mistä virhe johtuu vaan se miten virhe korjataan. Jokaisen palautteen vastaanotto tulisi käsitellä hienovaraisesti ja yksilöllisesti. (Lahtinen & Isoviita 2004, 57.)

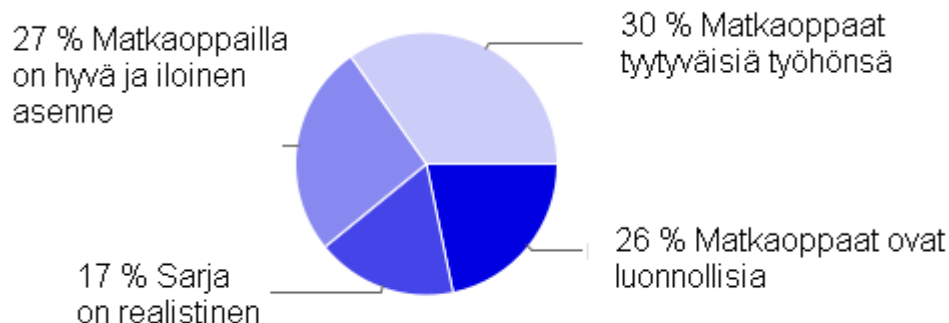
Asiakkaan huomioiminen esimerkiksi syntymäpäivänä nähtiin vähiten tärkeänä, mutta sekin on osa hyvää palvelua. Jos matkaopas tietää, että henkilö on tullut kohteeseen juhlimaan syntymäpäiviä, ei ole pahitteeksi viedä asiakkaalle esimerkiksi viinipulloa tärkeän päivän kunniaksi. Tällä tavoin voidaan antaa positiivinen kuva matkanjärjestäjästä ja henkilö saattaa lähteä heidän lomalle toisenkin kerran.



KUVIO 19. Antavatko Matkaoppaat-sarjan oppaat hyvän kuvan työstään? N=84

Kysymyksellä selvitettiin antaako Matkaoppaat-sarjan matkaoppaat hyvän mielikuvan matkaoppaiden työstä. Kysymyksellä haluttiin saada selville yleinen vaikutelma matkaoppaan työstä eli onko vastaajien mielikuva matkaoppaiden antamasta mielikuvasta kyseessä olevaa työtä kohtaan hyvä vai huono. Vastaajia oli yhteensä 84. Vastaajista 59 eli 70 % vastasi, kyllä ja 25 eli 30 % vastasi, ei. Matkaoppaana toimineista (N=9) 2 vastasi, että matkaoppaat antavat hyvän kuvan työstään ja 6 vastasi, etteivät he anna hyvää kuvaa työstään.

Seuraavana esitetään perusteluja tälle kysymykselle. Perusteluja kysymykselle antoi yhteensä 44 vastaajaa. Vastaukset on jaettu kyllä ja ei vastanneisiin. Vastauksista on tehty helppolukuisia kuvioita, havainnollistamaan niitä. Vastaukset olivat samankaltaisia ja sen vuoksi ne on jaettu samantyyppisiin vastauksiin. Osa vastaajista on maininnut vain yhden seikan, kun taas jotkut ovat maininneet useita eri perusteluja. Ensimmäisenä käsitellään kyllä vastanneiden perustelut. Vastaajista 31 on vastannut, että matkaoppaat antavat hyvän mielikuvan työstään.



KUVIO 20. Matkaoppaat-sarjan matkaoppaat antavat hyvän kuvan työstään
N=31

Vastaajista 30 % oli sitä mieltä, että matkaoppaat antavat hyvän kuvan työstään, koska he näyttävät olevan tyytyväisiä siihen, 27 % mielestä matkaoppailla on iloinen ja hyvä asenne työtään kohtaan, 26 % pitää matkaoppaita luonnollisina ja sen vuoksi he antavat hyvän kuvan työstään. 17 % mainitsi, että sarja on realistisen oloinen ja antaa hyvän kuvan työstä. Kaksi matkaoppaana toimineis-

ta (N=9) vastasi, että matkaoppaat antavat hyvän kuvan työstään, perusteluina heillä oli se, että oppaat ovat hyvällä asenteella matkassa, ja he ovat todella pitkämielisiä asiakkaiden kanssa. Seuraavassa vastaajien perusteluja sille miksi matkaoppaat antavat hyvän kuvan työstään Matkaoppaat-sarjan kautta:

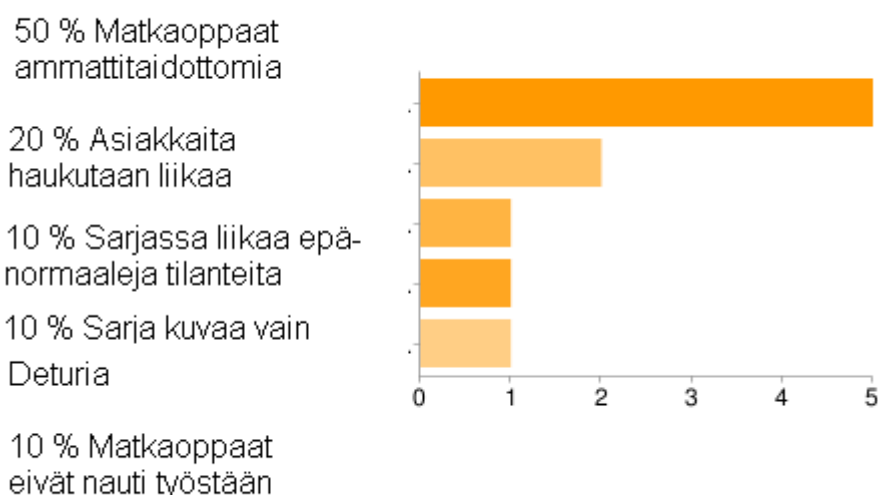
”Useimmat sarjan matkaoppaista näyttävät nauttivan työstään ja kokevat haasteet mielekkäinä. Asiakkaita on kuitenkin moneen lähtöön.”

”Matkaoppaat tekevät työtään oikealla asenteella.”

”Oppaat vaikuttavat tyytyväisiltä työhönsä.”

”Ohjelman oppaat kertovat myös sen, jos jokin asia ottaa päähän, mutta toisaalta näyttävät myös työn positiivisia ja mukavia puolia. Kun kuva on realistinen, niin silloin se on mielestäni myös hyvä.”

Seuraavana on kooste ei-vastanneiden perusteluista. Perusteluja antoi 10 henkilöä, jotka vastasivat, ettei sarja anna hyvää kuvaa työstä.



KUVIO 21. Matkaoppaat-sarjan matkaoppaat eivät anna hyvää kuvaa matkaoppaiden työstä

N=10

Vastaajista 50 % on sitä mieltä, että sarjassa esiintyvät matkaoppaat ovat ammattitaidottomia ja antavat täten huonon kuvan matkaoppaiden työstä. 20 % mainitsi, että asiakkaita haukutaan sarjassa liikaa ja tämä vaikuttaa matkaoppaiden antamaan kuvaan itsestään. 10 % mainitsi, että sarjassa näytetään liikaa epänormaaleja tilanteita ja 10 % oli sitä mieltä, että sarja kertoo vain Deturin oppaista ja tätä käsitystä ei voi yleistää kaikkiin matkaoppaisiin. 10 % oli sitä mieltä, etteivät matkaoppaat näytä nauttivan työstään. Matkaoppaana toimineiden (N=9) perustelut olivat melko samankaltaisia kuin muidenkin, moni totesi, että matkaoppaat ovat kovin ammattitaidottomia ja laiskoja. Seuraavassa lainauksia vastauksista miksi Matkaoppaat-sarja ei anna hyvää kuvaa matkaoppaiden työstä.

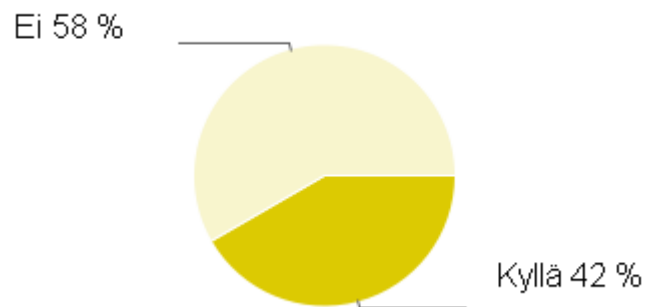
”Asiakkaille virnistellään selän takana ja heitä pidetään hieman yksinkertaisina.”

”Sarjassa matkaoppaat antavat todella huonon kuvan yrityksestä. Matkaoppaat vaikuttavat ammattitaidottomilta ja antavat sellaisen kuvan, ettei heitä juurikaan kiinnosta palvella asiakkaita.”

”Liian kokonaisvaltaisesti epänormaaleja tilanteita, unohtaen ns. normaalit tilanteet ja asiakkaat (ei ehkä myisi tosi-tv-formaatissa).”

”Se kuvaa mielestäni vain yhden kohteen, yhden firman oppaita. Siksi en usko, että sitä voidaan yleistää koskemaan kaikkia, sillä jokainen tekee työtään omalla persoonallaan.”

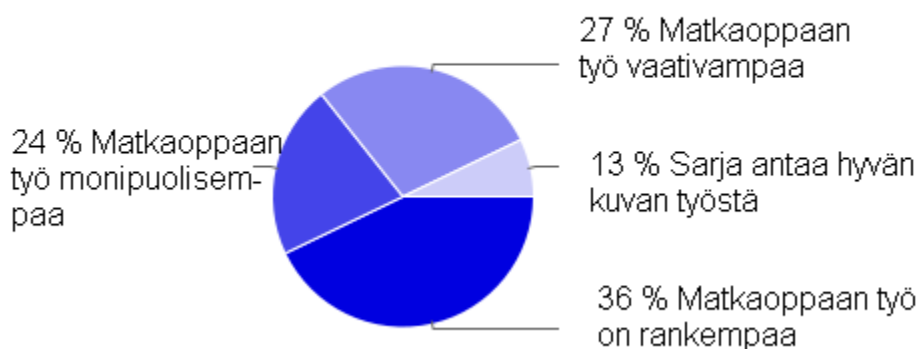
Vastauksissa käy ilmi miten erilailla mediaa luetaan ja miten eri ihmiset poimivat sieltä itselleen tärkeitä asioita. Moni oli sitä mieltä, että matkaoppaat ovat ammattitaidottomia ja sen vuoksi sarja ei anna hyvää kuvaa matkaoppaan työstä, toisille tärkeää oli se miten matkaoppaat puhuvat asiakkaistaan selän takana. Suurin osa vastanneista kuitenkin oli sitä mieltä, että Matkaoppaat-sarjan oppaat antavat hyvän kuvan työstään.



KUVIO 22. Onko käsityksesi matkaoppaiden työstä muuttunut Matkaoppaat-sarjan myötä? N=84

Kysymys on yksi neljästä tutkimuskysymyksestä. Kysymyksellä selvitettiin onko Matkaoppaat-sarja vaikuttanut vastaajien käsitykseen matkaoppaiden työstä eli onko käsitys työtä kohtaan muuttunut. Vastauksia kysymykseen tuli yhteensä 84. Vastaajista 49 eli 58 % vastasi, ettei käsitys ole muuttunut ja 35 eli 42 % vastasi, että käsitys on muuttunut. Seuraavat perustelut hahmottavat hieman enemmän sitä, miksi käsitys on muuttunut tai ei ole muuttunut.

Kysymykselle haluttiin perusteluja, koska se on yksi tutkimuskysymys. Perusteluja kysymykselle antoi 42 vastaajaa. Vastaukset olivat melko samankaltaisia, joten vastaukset on jaettu eri kategorioihin. Osa vastaajista on kertonut vain yhden perustelun ja osa useamman. Ensin tarkastellaan perusteluja siihen, miksi ja miten käsitys matkaoppaan työstä on muuttunut.



KUVIO 23. Käsitys matkaoppaan työtä kohtaan on muuttunut

N=17

Vastaajista seitsemäntoista kertoi, että heidän käsitys matkaoppaan työstä on muuttunut Matkaoppaat-sarjan myötä. 36 % pitää työtä rankempana kuin aiemmin, 27 % pitää matkaoppaan työtä vaativampana kuin aiemmin, 24 % pitää työtä monipuolisempana, mitä aiemmin oli kuvitellut ja 13 % mainitsi, että sarja on antanut paremman kuvan matkaoppaan työstä, mikä heillä on aiemmin ollut. Tästä voidaan päätellä, että tosi-tv-ohjelma vaikuttaa katsojiin niin hyvässä kuin pahassa.

Matkaoppaat-sarja on muuttanut henkilöiden jo olemassa olevia käsityksiä matkaoppaan työtä kohtaan. Henkilöiden mielipiteet matkaoppaan työn vaativuudesta, rankkuudesta ja monipuolisuudesta ovat muuttuneet. Henkilöillä on saattanut olla vain mielikuvia matkaoppaan työstä ilman mitään kokemuksia ja he ovat muodostaneet mielipiteensä niiden varaan. Matkaoppaat-sarjan myötä heidän omat aikaisemmat mielipiteet ovat muuttuneet ja he ovat siirtyneet Ropen & Vahvaselän (1993, 69) mielikuvan luomisen mallissa pysyvistä mielikuvista sisäiseen totuuteen koskien matkaoppaan ammattia. Seuraavassa lainauksia vastaajien perusteluista miksi heidän käsitys matkaoppaan työstä on muuttunut.

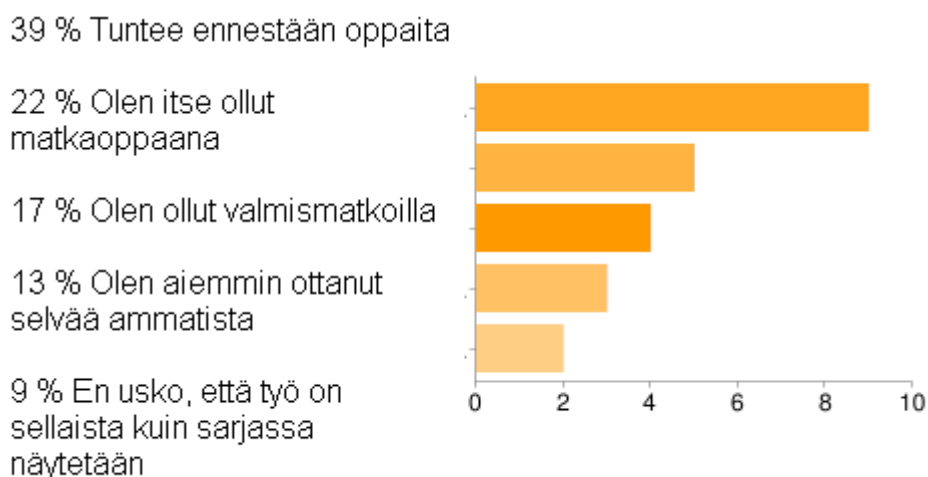
”Käsitykseni saattoi olla aiemmin hieman pumpulinen, että työ sisältäisi ainoastaan opastusta ja ihmisten kysymyksiin vastaamista, vaikka todellinen kokonaisuus sisältää kaikkea muutakin.”

”Työ on vieläkin rankempaa, mitä kuvittelin.”

”Luulin, että matkaoppaat eivät tee mitään ja heitä ei saa häiritä. Ensi kerralla kun menen pakettimatkalle uskallan ehkä kysyä enemmän neuvoja oppaalta.”

”En ole varmaankaan koskaan ajatellut, että niin paljon voi tapahtua ja mitä kaikkia taitoja siinä työssä voi tarvita.”

Seuraavassa esitellään ei-vastanneiden perusteluja, miksi heidän käsitys matkaoppaan ammattia kohtaan ei ole muuttunut.



KUVIO 24. Käsitys matkaoppaan työstä ei ole muuttunut

N=25

Vastaajista 25 kertoi, ettei heidän käsitys matkaoppaan työstä ole muuttunut Matkaoppaat-sarjan myötä. 39 % vastaajista tuntee ennestään matkaoppaita, joten Matkaoppaat-sarja ei ole tuonut heille paljoakaan uutta tietoa. 22 % vastaajista on itse työskennellyt matkaoppaana, joten he tietävät jo ennestään millaista työ on. 17 % on valmismatkoilla nähnyt millaista työtä matkaoppaat teke-

vät ja ovat näin olleet tietoisia kyseessä olevasta ammatista. 13 % mainitsi, että on itse ottanut selvää matkaoppaan ammatista ja heillä on ollut jo ennakkotietoa siitä. 9 % ei usko, että Matkaoppaat-sarjassa näytetty matkaoppaan arki oikeasti olisi sellaista.

Vastaajista suurin osa on joko itse ollut matkaoppaana tai heidän ystävä tai tuttu on työskennellyt matkaoppaana, joten heillä on jo sisäinen totuus matkaoppaan ammatista. Osa on itse ottanut selvää ammatista ja saanut jo kuvan matkaoppaan työstä, joka on ollut sama minkä Matkaoppaat-sarja on välittänyt katsojilleen. Osa kertoi, että he ovat nähneet valmismatkoilla millaista matkaoppaan työ on ja näin ollen Matkaoppaat-sarja ei ole muuttanut käsitystä työstä.

Vastaajiin mahtui myös niitä, jotka olivat edelleen hyvin kriittisiä Matkaoppaat-sarjaa kohtaan, he vastasivat, etteivät he usko työn olevan sellaista kuin mitä Matkaoppaat-sarjassa näytetään. Perusteluina he kertoivat, että televisiossa työskentely ei ole sama asia kuin kohteessa yleensä. Nämä henkilöt kaiketi pitivät sarjaa käsikirjoitettuna tai kohtauksia etukäteen suunniteltuina. Mediatekstejä valitessa voidaan halutessa vaikuttaa siihen mitä näytetään ja mitä ei (Fairclough 1997, 136). Seuraavassa vastaajien perusteluja sille miksi heidän käsitys matkaoppaiden työstä ei ole muuttunut Matkaoppaat-sarjan myötä.

”Tunnen matkaoppaita ja tiedän miten rankkaa ja vaativaa työ on.”

”Sen verran tullut matkusteltua, että on nähnyt mitä se oppaan työ on.”

”Tv on eriasia kuin työskentely paikanpäällä.”

”Olen aina ollut kiinnostunut matkaoppaan työstä ja siksi ottanut selvää matkaoppaan toimenkuvasta. Matkaoppaat-sarjan myötä olen saanut vain entistä vahvemman käsityksen siitä, miten sosiaalista työtä matkaoppaat tekevät. Varmasti yksi stressaavimmista asiakaspalvelutöistä.”

5 JOHTOPÄÄTÖKSET

5.1 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen luotettavuutta mitataan reliaabeliudella ja validiudella. Tutkimuksen reliaabelius tarkoittaa, että tutkimus ei anna sattumanvaraisia tuloksia. Reliaabelius tarkoittaa siis, että antaisiko tutkimus samankaltaisia vastauksia, jos se toistettaisiin eri perusjoukolle. Validius tarkoittaa kykyä, mitata juuri sitä, mitä sen oli tarkoituskin mitata. (Vilka 2007, 149 – 150.)

Mielestäni tutkimus mittasi asioita, joita sen oli tarkoituskin mitata, koska tutkimuksella saatiin vastaukset haluttuihin kysymyksiin. Tutkimuksen tavoite oli selvittää vastaajien mielikuvia ja nämä mielikuvat ja mielipiteet vaihtelevat ihmisten mukaan. Uskon, että eri perusjoukolta kysyttäessä, vastaukset olisivat melko samankaltaisia, koska tutkimuksessa ilmeni erittäin paljon samankaltaisia vastauksia, silloin kun vastaajat saivat kirjoittaa avoimeen kenttään omia mielipiteitä.

Tutkimus oli sekä kvalitatiivinen että kvantitatiivinen. Kvantitatiiviselle tutkimukselle on tyypillistä, että vastaajien määrä on suuri. Suositeltava vastausten määrä on 100 jos tutkimuksessa käytetään tilastollisia menetelmiä (Vilka 2007, 17.) Tutkimukseen saatiin vastauksia 84, joka oli toivottua vähemmän. Pidän tutkimustani kuitenkin luotettava, koska vastauksista ilmeni paljon samankaltaisia vastauksia.

Tutkimusta tehdessä on saattanut esiintyä virheitä esimerkiksi käsiteltäessä avoimien kysymysten vastauksia. Vastaukset laskettiin ja syötettiin itse ohjelmaan, joten laskuvirheitä on saattanut esiintyä, tarkkuudesta huolimatta. Luotettavuutta saattaa heikentää myös se, ettei voida tietää, miten todenmukaisesti vastaajat ovat vastanneet sähköiseen kyselylomakkeeseen tai ovatko he edes katsoneet kyseessä olevaa sarjaa. Virheitä on saattanut esiintyä myös vastaajien huolimattomuudessa tai siinä jos vastaaja ei ole täysin ymmärtänyt kysymystä.

5.2 Tutkimustulosten yhteenveto

Vastauksia saatiin yhteensä 84. Vastanneista suurin osa oli naisia, joka kertoo siitä, että naiset ovat kiinnostuneempia tämän tyyppisistä sarjoista tai he ovat motivoituneempia vastaamaan kyselyihin. Vastanneista yhdeksän oli toiminut matkaoppaana, mutta kukaan ei ollut toiminut Deturin matkaoppaana, joten vain muutamalla oli jo ennestään kokemusta kyseessä olevasta ammatista, mutta ei kuitenkaan kyseessä olevasta matkanjärjestäjästä. Näin ollen vain muutama pystyi vertaamaan omia kokemuksiaan matkaoppaan työstä siihen mitä Matkaoppaat-sarja näyttää.

Vastaajista 70 % oli katsonut Matkaoppaat-sarjaa yli seitsemän kertaa, joka kertoo siitä, että ohjelmaa pidetään mielenkiintoisena. Henkilöt, jotka ovat katsoneet sarjaa enemmän kuin kerran ovat löytäneet sarjasta jotain niin hyvää tai jotain niin huonoa, jotta he ovat pitäneet sitä mielenkiintoisena seurata. Suurimmalla osalla vastaajista on muodostunut käsitys matkaoppaan työstä monen jakson perusteella. Henkilöt, jotka ovat katsoneet ohjelmaa kerran, ovat tehneet oman johtopäätöksensä jo ensimmäisen jakson perusteella.

Yksi opinnäytetyön tutkimuskysymys oli se, pidetäänkö sarjaa realistisena. Tutkimuskysymykseen sarjan realistisuudesta saatiin vastaukseksi, että sarjaa pidetään realistisena, koska sarja näyttää todellisuuden eikä kerro vain matkaoppaan työn hyvistä puolista. Vastaajat kokevat tosi-tv-sarjan lähettämän viestin eri tavoin, mutta kuitenkin suurin osa pitää sarjaa realistisena.

Opinnäytetyön toisena tarkentavana tutkimuskysymyksenä oli se, innostaako Matkaoppaat-sarja katsojia lähtemään Deturin matkaoppaaksi. Suurin osa vastaajista, 75 %, ei halua Deturin matkaoppaaksi. Tähän syynä on se, että ammatti ei kiinnosta vastaajia ollenkaan ja toinen syy on Matkaoppaat-sarjan välittämä mielikuva matkaoppaan työstä. Vastaajista 40 % sanoi, ettei sarja innosta lähtemään Deturin matkaoppaaksi, koska työtä ja vaikeita asiakkaita on liikaa. Tämä kertoo siitä, että Matkaoppaat-sarja on välittänyt katsojilleen mielikuvan, jossa oppaan tulee hoitaa vaikeita ja haastavia tilanteita ja asiakkaita päivittäin.

Yksi opinnäytetyön tutkimuskysymys oli, että onko vastaajien käsitys matkaoppaan työtä kohtaan muuttunut katsottuaan Matkaoppaat-tosi-tv-sarjaa. Vastaa- jista 42 % vastasi, että käsitys matkaoppaan työstä on muuttunut, koska se näyttää olevan rankempaa, haastavampaa sekä monipuolisempaa. Vastaa- jista 58 % kertoi, ettei käsitys ole muuttunut, koska heidän tuttavansa tai ystävänsä on toiminut matkaoppaina tai he ovat ottaneet itse aiemmin selvää kyseessä olevasta ammatista. Vastaukset tähän kysymykseen menivät melko tasan. Mo- nilla on jo ennestään pysyvä mielikuva matkaoppaan työtä kohtaan, eikä mieli- kuva muuttunut vaan kaiketi mielikuva muuttui sisäiseksi totuudeksi. Toisilla taas olemassa oleva mielikuva muuttui Matkaoppaat sarjan myötä.

Tutkimuksen pääkysymys oli se millaisen mielikuvan Matkaoppaat-sarja välittää katsojilleen matkaoppaan työstä. Matkaoppaat-reality-sarja on välittänyt matka- oppaan työstä yleisesti ottaen sellaisen mielikuvan, että työ on vaativaa, koska siinä kohtaa haastavia asiakkaita ja tilanteita. Matkaoppaan työtä pidetään rankkana, koska oppaat tekevät pitkiä päiviä, kuusi päivää viikossa ja ratkovat lomalaisten ongelmia. Matkaoppaan työtä pidetään monipuolisena erilaisten tilanteiden vuoksi, mutta työtä ei pidetä kovinkaan palkitsevana, koska matka- oppaan palkkaus on huono työn vaativuuteen nähden ja matkaoppaat eivät saa tarpeeksi kiitosta työstään.

Matkaoppaan työssä tärkeimpinä asioina pidetään asiakaspalvelutaitoja, on- gelmanratkaisukykyä ja vuorovaikutustaitoja. Kaksi tärkeintä matkaoppaan asiakaspalvelu tehtävää olivat vastaajien mielestä asiakkaan auttaminen ja asi- akkaan kohtaaminen positiivisella asenteella. Suurin osa 70 % on sitä mieltä, että Matkaoppaat-sarjan oppaat antavat hyvän kuvan työstään, koska he toimi- vat työssään hyvällä asenteella ja he näyttävät pitävän työstään. Voimme tode- ta, että sarja on välittänyt katsojilleen todenmukaisen mielikuvan työstä, sillä vastausten tulokset puhuvat yhteen sen kanssa, mitä Päivölän kansanopisto (2011) kertoo matkaoppaan työstä.

6 LOPUKSI

Aloin työstämään opinnäytetyötä tammikuussa 2011, jotta pystyin rauhassa koamaan ajatuksia, lähteitä ja koko työtä. Opinnäytetyön aihetta ei ollut vaikea keksiä ja vaihtoehtoja olikin runsaasti. Alusta alkaen tiesin, että haluan tehdä opinnäytetyön matkaoppaiden ammattiin tai Matkaoppaat-sarjaan liittyen. Aihe oli ajankohtainen, koska keväällä 2011, kun työtä tehtiin, Matkaoppaat-sarjasta pyöri televisiossa toinen tuotantokausi.

Aihe kiinnosti minua, koska olen itse toiminut matkaoppaana ja olen kiinnostunut kuulemaan, mitä mieltä ammatista ollaan. Työtä oli mielekästä tehdä, vaikka työn tekeminen oli ajoittain haastavampaa kuin aluksi osasin kuvitella. Haasteita loivat varsinkin työn ja koko prosessin aloitus sekä käsitteiden ja teorioiden valinta. Johdantoluvun jälkeen tekstiä alkoi kuitenkin syntyä. Aloitin työn miettimisen tammikuussa 2011 ja sain sen kasaan kesäkuussa 2011. Lopulliset muutokset ja hionnat tein syyskuussa 2011. Lähes koko prosessin ajan mielenkiintoni aihetta kohtaan säilyi. Vasta tekstin lopullisessa hiomisessa ja muokkauksessa mielenkiintoni työtä kohtaan alkoi hiipua.

Olen tyytyväinen opinnäytetyöhöni, koska sain tutkia minua kiinnostavaa aihetta. Mielestäni tutkimuksella saatiin vastaus kaikkiin tutkimuskysymyksiin ja tulokset ovat mielenkiintoisia. Mikäli minun tulisi tehdä työ uudestaan, valitsisin helpomman aiheen. Jos tekisin uuden tutkimuksen samasta aiheesta kuin nyt valitsisin teorit paremmin ja pyrkisin saamaan enemmän vastauksia matkaoppaana toimineilta, jotta heidän näkökulmiaan tulisi tutkimukseen laajemmin. Tässä työssä en saanut matkaoppailta vastauksia kuin yhdeksän, vaikka sähköinen kyselylomake lähetettiin usealle matkaoppaalle henkilökohtaisesti. Uudessa tutkimuksessa keräisin vastauksia matkaoppailta henkilökohtaisesti haastatteleamalla, jotta vastauksia tulisi enemmän.

Opinnäytetyön jatkotutkimusaiheita voisi olla tutkimuksen tekeminen eri näkökulmasta esimerkiksi siitä näkökulmasta, että henkilö on itse toiminut matkaoppaana. Toinen jatkotutkimuksen aihe voisi olla sama kuin oma aiheeni eli millaisen mielikuvan Matkaoppaat-sarja antaa matkaoppaan työstä, mutta kysely voi-

taisiin suunnata ainoastaan matkaoppaana toimineille. Kolmas jatkotutkimus aihe voisi olla vertaileva tutkimus, jossa verrataan matkaoppaana toimineiden ja muiden mielikuvia Matkaoppaat-sarjasta. Olisin itse halunnut tehdä tällaisen tutkimuksen, mutta se olisi luultavasti ollut liian laaja, joten rajaus olisi tärkeää kyseisessä tutkimuksessa.

Mielestäni opinnäytetyön tekeminen oli kokonaisuudessaan haastavampaa, rankempaa ja hitaampaa kuin mitä odotin. Opinnäytetyön aihe kannattaa miettiä tarkoin ja omaa osaamista tulee myös pohtia. Opettajat eivät turhaan mainosta, että opinnäytetyön tekeminen kannattaa aloittaa ajoissa.

LÄHTEET

Painetut lähteet

Albanese, P. & Boedeker M. 2002. Matkailumarkkinointi. Helsinki: Edita.

Antola, E. 1994. Tiedän, palvelen, opastan. Helsinki: Painatuskeskus Oy.

Grönroos, C. 2000. Nyt kilpaillaan palveluilla. Porvoo: WSOY.

Herkman, J. 2007. Kriittinen mediakasvatus. Keuruu: Vastapaino.

Hirsjärvi S. & Remes, P. & Sajavaara, P. 2001. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi

Kannisto, P. 2008. Asiakaspalvelu -tiedettä, taikuutta vai talonpoikaisjärkeä, Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.

Kansanen, A. & Väistö, R. 1994. Palvelu puhuttaa. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.

Karusaari, R. & Bylund, A. 2010. Matkailu on cool. Helsinki: WSOYpro Oy

Kinnunen, A. 2009. Turkki, Lomailijan opas. Espoo: FENIX-kustannus Oy

Kniivilä, S. & Lindblom-Ylärinne, S. & Mäntynen, A. 2007. Tiede ja teksti : tehoa ja taitoa tutkielman kirjoittamiseen.

Kupiainen, R. & Sintonen, S. 2009. Medialukutaidot, osallisuus, mediakasvatus. Helsinki: Palmenia Helsinki University Press

Lahtinen, J. & Isoviita, A. 2004. Markkinoinnin perusteet. Tampere: Avaintulos

Lehmus, P. & Korkala T. 1996. Asiakaspalvelu ja laaduntekijät. Helsinki: Kiinteistöalan kustannus, Hakapaino.

Matkailualan vuosikirja. 2005. Helsinki: Edita

Mykkänen, J. 2010. Matkaoppaat. Susamuru Oy.

Mörä, T. & Salovaara-Moring, I. & Valtonen, S. 2004. Mediatutkimuksen vaeltava teoria. Tampere: Tammer Paino.

Nummelin, J. 2009. Elokuvan lyhyt historia. Jyväskylä: BTJ Kustannus.

Pesonen, I. & Mönkkönen T. & Hokkanen, T. 2002. Menestyvä matkailu yritys. Helsinki: Edita Prima Oy

Pitkänen, R. 2006. Parasta palvelua. Helsinki: WSOY.

- Pitkänen, K. 2001. Yrityskuva ja maine menestystekijöinä. Helsinki: Edita.
- Pulkkinen, S. 2003. Mielipaikka markkinoilla. Helsinki: WSOY.
- Puustinen, A. & Rouhiainen, U. 2007. Matkailumarkkinoinnin teorioita ja työkaluja. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Reinboth, C. 2008. Johda ja kehitä asiakaspalvelua. Helsinki: Tammi
- Rope, T. & Mether, J. 2001. Tavoitteena menestysbrandi- onnistu mielikuva- markkinoinnilla. Porvoo: WSOY.
- Rope, T. & Vahvaselkä, I. 1993. Nykyaikainen markkinointi. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.
- Suhonen, P. 2007. Mielipidetutkimukset ja yhteiskunta. Tampere: Tampereen yliopistopaino Oy.
- Uimonen, R. & Ikävalko, E. 1996. Mielikuvien maailma. miten mediajulkisuutta muokataan ja imagoja rakennetaan. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.
- Vuoristo, K. 2003. Matkailun maailma: kansainvälisen matkailun maantiede. Helsinki: WSOY.
- Vuoristo, K. 2002. Matkailun muodot. 2002. Porvoo: WSOY.
- Wiio, J. 2007. Television viisi vuosikymmentä: suomalainen televisio ja sen ohjelmat 1950-luvulta digiaikaan. Tampere: Tammerpaino.

Opinnäytetyöt

Aaltonen Sanna. 2006. Matkaoppaiden koulutus ja työ. Tampereen ammattikorkeakoulu.

Ojanperä Anni. 2010. Matkaoppaan työn varjopuolia. Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulu. Luettu 23.2.2011
<https://publications.theseus.fi/browse?value=Ojanper%C3%A4%2C+Anni&type=author>

Pietikäinen lina. 2010. Madventures ja matkaoppaat vastakohtat vertailussa. Luettu 23.2.2011
https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/21085/Pietikainen_lina.pdf?sequence=1

Lehdet

Matkaopas lehti 02/2010, sivut 20 - 23
 Mondo 09/2009, sivut 54 - 59
 Matkalehti 11/2010, sivut 42 - 45

Sähköiset lähteet

Ammattinetti. 2011. Luettu 23.2.2011

http://www.ammattinetti.fi/web/guest/ammattit?p_p_id=akysearchammatti_INSTANCE-AN-CE_g0j8&p_p_action=1&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-2&p_p_col_count=1&akysearchammatti_INSTANCE_g0j8_command=browse&akysearchammatti_INSTANCE_g0j8_searchType=search&akysearchammatti_INSTANCE_g0j8_detailView=true&akysearchammatti_INSTANCE_g0j8_allVisible=true&akysearchammatti_INSTANCE_g0j8_indexId=2

Detur. 2011. Luettu 23.3.2011

<http://www.detur.fi/>

Finnmatkat. 2011. Luettu 23.2.2011

<http://www.finnmatkat.fi/>

Korhonen, I. Matkaoppaat-sarja toi Deturille lisää työnhakijoita: Yhä useampi haluaa oppaaksi. Luettu 7.6.2011

http://www.voice.fi/index.php?mw=Matkaoppaat&option=com_sbsarticle&tmpl=blog&cid=19495&cat=26

Päivölän kansanopisto. 2011. Luettu 23.2.2011

<http://www.paivola.fi/opaskoulu/kohde>

Turkulainen. 2011. Matkaoppaan työ Turkissa televisiodokumentiksi. Luettu 23.2.2011

<http://www.turkulainen.fi/Uutiset/Paikallisuutiset/Matkaoppaan-tyo-Turkissa-televisiodokumentiksi>

Työ – ja elinkeinoministeriö. Valmismatkaliiketoiminta. 2011. Luettu 23.2.2011

<http://www.tem.fi/index.phtml?s=2370>

Susamuru. 2011. Luettu 23.2.2011

http://www.susamuru.fi/?p=2&a_id=86

Luennot

Aitto-oja, M. 2008. Asiantuntijaluento Työpaikkoja ulkomailla. Päivölän kansanopisto. Valkeakoski.

Aitto-Oja, M. 2008. Asiantuntijaluento Matkailun historiaa. Päivölän kansanopisto. Valkeakoski.

LIITTEET**LIITE 1**

Liite 1. Kyselylomake

Millaisen mielikuvan Matkaoppaat-reality-sarja antaa matkaoppaan työstä?

Kiitos vastauksestasi.

*Pakollinen

1. Sukupuoli *

- Nainen
- Mies

2. Ikä *

- <18
- 19-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- >55

3. Oletko työskennellyt matkaoppaana? * Jos vastaat kyllä, voit vastata kysymyksiin 4-5.

- Kyllä
- Ei

4. Montako kautta olet työskennellyt matkaoppaana?

- 1
- 2-3
- 4-5
- >6

5. Oletko työskennellyt Deturin matkaoppaana?

- Kyllä
- Ei

6. Montako jaksoa olet katsonut Matkaoppaat-sarjaa? *

- 1
- 2-4
- 5-6
- >7

7. Onko sarja mielestäsi realistinen? *

- Kyllä
- Ei

8. Perustele vastauksesi.



9. Innostaako sarja lähtemään Deturin matkaoppaaksi? *

Kyllä

Ei

10. Perustele vastauksesi.



11. Miten vaativana (haastavat asiakkaat ja asiakaspalvelutilanteet) pidät matkaoppaan työtehtäviä? * (1= ei vaativaa 2=vähän vaativaa 3=kohtalaisen vaativaa 4=vaativaa 5=erittäin vaativaa)

1

2

3

4

5

12. Miten rankkana (pitkät työpäivät ja erilaisten ongelmien ratkaiseminen) pidät matkaoppaan työtehtäviä? * (1=ei rankkaa 2=vähän rankkaa 3=kohtalaisen rankkaa 4=rankkaa 5=erittäin rankkaa)

1

2

3

4

5

13. Miten monipuolisena (erilaiset tilanteet ja moninaiset ongelmat) pidät matkaoppaan työtä? * (1=ei monipuolista 2=vähän monipuolista 3=kohtalaisen monipuolista 4=monipuolista 5=erittäin monipuolista)

1

2

3

4

5

14. Miten palkitsevana (työstä annetut palautteet) pidät matkaoppaan työtä? * (1=ei palkitsevaa 2=vähän palkitsevaa 3=kohtalaisen palkitsevaa 4=palkitsevaa 5=erittäin palkitsevaa)

1

2

- 3
- 4
- 5

15. Valitse seuraavista 3 tärkeintä asiaa matkaoppaan työssä. *

- Asiakaspalvelutaidot
- Ongelmanratkaisukyky
- Hyvä ihmistuntemus
- Vuorovaikutustaidot
- Nopea reagointikyky
- Palautteen antaminen ja saaminen

16. Valitse seuraavista 2 tärkeintä asiakaspalvelutehtävää matkaoppaan työssä. *

- Asiakkaan kohtaaminen positiivisella asenteella
- Asiakkaiden auttaminen
- Asiakkaiden huomioiminen (esim. syntymäpäivänä)
- Palautteen vastaanottaminen
- Asiakkaan tekemien reklamaatioiden hoitaminen

17. Antavatko matkaoppaat hyvän kuvan työstään Matkaoppaat-sarjassa? *

Kyllä

Ei

18. Perustele vastauksesi.

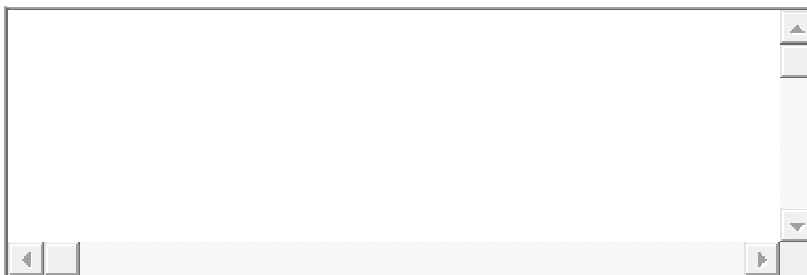
A large, empty rectangular text input field with a light gray border. It includes standard scrollbars on the right and bottom edges, indicating it is a multi-line text area.

19. Onko käsityksesi matkaoppaiden työstä muuttunut Matkaoppaat-sarjan myötä? *

Kyllä

Ei

20. Perustele vastauksesi.

A large, empty rectangular text input field with a light gray border. It includes standard scrollbars on the right and bottom edges, indicating it is a multi-line text area.