

Kyselyn toteutus ja esitteen suunnittelu – aiheena nuorten omatoimimatkailijoiden matkustusturvallisuus.

Aku Pekkarinen, Hannu Tarkiainen

Opinnäytetyö
Matkailun liikkeenjohdon
koulutusohjelma
2010



Matkailun liikkeenjohdon koulutusohjelma

<p>Tekijät Aku Pekkarinen, Hannu Tarkiainen</p>	<p>Ryhmä tai aloitusvuosi 2006</p>
<p>Opinnäytetyön nimi Kyselyn toteutus ja esitteen suunnittelu – aiheena nuorten omatoimimatkailijoiden matkustusturvallisuus</p>	<p>Sivu- ja liitesivumäärä 60+8</p>
<p>Ohjaaja tai ohjaajat Sirke Lohtaja-Ahonen</p>	
<p>Vuonna 2009 suomalaisten ulkomaanmatkojen määrä nousi 6,5 miljoonaan ja ulkomailla asui ainakin 250 000 suomalaista. Paitsi ulkomailla oleva henkilö itse, myös moni muu taho huolehtii näiden ihmisten turvallisuudesta ulkomailla. Suomen ulkoasiainministeriö on yksi merkittävimmistä matkustusturvallisuutta edistävästä tahoista, ja se on tämän opinnäytetyön toimeksiantaja.</p> <p>Toimeksianto oli kaksiosainen. Tehtävänä on ensinnäkin suunnitella matkustusturvallisuudesta kertova esite, jonka kohderyhmänä ovat nuoret omatoimimatkailijat. Esitteen on tarkoitus antaa tietoa nuorille siitä, miten he voivat edistää omaa matkustusturvallisuuttaan. Esitteen julkaisusta ei ole tehty vielä tätä opinnäytettä kirjoitettaessa sopimusta, joten opinnäytteen produkti on esitesuunnitelma sekä työohje. Esitesuunnitelmaan laadittu teksti koostuu niistä asioista, joista ulkoasiainministeriön mielestä on tärkeää kertoa nuorille eli matkavakuutuksesta, matkustusilmoituksesta sekä matkustustiedotteista. Tekstiä täydentää muutama matkustusturvallisuutta edistävä vinkki. Suunnitelman graafisten yksityiskohtien, kuten kuvamateriaalin ja värien, on suuntaa antavaa. Ideana on, että esitteen toteuttavat viestintäalan ammattilaiset esitesuunnitelman ideoiden pohjalta.</p> <p>Toimeksiannon toinen tehtävä oli tehdä kyselytutkimus HAAGA-HELIA Ammattikorkeakoulun Haagan-toimipisteen kokopäiväopiskelijoille siitä, miten he asennoituvat turvallisuusasioihin matkustaessa. Kyselyssä selvitetään millä tavoin nuoret nyt huolehtivat matkustusturvallisuudestaan. Kyselyn tavoitteena on lisäksi selvittää, miten nuoret käyttäisivät sosiaalista mediaa hyväkseen matkustusturvallisuusasioissa ja etenkin kriisitilanteissa. Kyselyn tulosten avulla ulkoasiainministeriö toivoo saavansa tietoa siitä, mihin suuntaan matkailijoille suunnattuja palveluja kannattaa tulevaisuudessa kehittää. Kysely toteutettiin touko- kesäkuussa 2010 verkkokyselynä Webropol-ohjelmalla, ja siihen vastasi 240 opiskelijaa. Tulokset osoittavat, että ennen matkaa etsitään tietoa matkakohteen turvallisuudesta internetistä, esimerkiksi ulkoasiainministeriön sivuilta. Myös matkustusilmoitukset tehtäisiin ja matkustustiedotteita luettaisiin mieluiten ulkoasiainministeriön sivuilla. Ulkoasiainministeriön WAP-palvelu ei sen sijaan ole suosittu. Suurin osa vastaajista hyväksyisi palvelun, jossa matkapuhelinverkon avulla voitaisiin jäljittää matkustajan olinpaikka kriisitilanteissa. Yhteisöpalvelu Facebookia pidettiin tärkeänä kanavana viestiä kriisitilanteissa. Ulkoasiainministeriön ei tulisi aliarvioida sosiaalisen media tarjoamia mahdollisuuksia viestinnässä. Koska matkustusturvallisuudesta etsitään tietoa Internetin avulla kyselytutkimuksen perusteella, kannattaisi ulkoasiainministeriön lanseerata oma täysin matkustusturvallisuuteen keskittyvä sivusto, josta sen palvelut olisivat helposti löydettävissä.</p>	
<p>Asiasanat Omatoimimatkailu, esitteet, kyselytutkimus, matkavakuutus, nuoret</p>	

Degree programme in tourism management

<p>Authors Aku Pekkarinen & Hannu Tarkiainen</p>	<p>Group or year of entry 2006</p>
<p>The title of thesis Conducting a survey and designing a brochure – travel safety and security in the segment of young independent travelers</p>	<p>Number of pages and appendices 60+8</p>
<p>Supervisors Sirke Lohtaja-Ahonen</p>	
<p>In the year 2009 the trips made to abroad by Finns increased to 6, 5 million and there are at least 250 000 Finnish citizens living abroad. As well as the person who is abroad, also some organizations are trying to look after for the travel safety for these people. Ministry for foreign affairs of Finland plays a significant role improving travel safety and it has assigned this thesis.</p> <p>This thesis has two parts. Firstly to design a brochure about travel safety especially for the segment of young travellers. The purpose of the brochure is to give information to young travellers, how to improve their travel safety. The brochure is not published at the time of making this thesis, so the product of this thesis is not a ready brochure, but a draft and instructions how to make one. The brochure's written material consists of those matters, which the Finnish foreign ministry finds important to inform the young travellers about, for example about travel insurance, traveller's notice of travel to Finnish foreign ministry and travel advisories. There are also other topics in the text, like tips how to personally make travelling safer. The graphic design of the brochure, like pictures and colors, are intended to be only guidelines. The idea is that the professionals in the brochure business will execute the brochure with the help of the ideas and design presented in this thesis.</p> <p>The second part of this assignment is to make a survey regarding attitudes towards the travel safety for the attending and full-time students of Haaga campus of HAAGA-HELIA university of applied sciences. The objective of the survey is to give answers how young travellers look after their travel safety. The results of this survey give information how social media could be utilized in terms of travel safety and also in possible crisis situations that might happen abroad. Ministry for foreign affairs of Finland wants to know in this way, how to improve their service given to independent travellers in the future. The survey was carried out in May 2010 and it was made by using the Webropol program to send the survey to recipients by email. The survey received 240 responses. The results indicate that before the trip internet is widely used when searching information about safety issues in travel destinations, for example web page of ministry for foreign affairs is popular. Travel advisories are also found to be read most conveniently from ministry's web page and respondents also thought the travel notifications are easy to make in ministry's web page. The WAP-service however doesn't play a big role. Most of the respondents approve a travellers tracing service, which locates the traveler with the help of cellular phone data in crisis situations. In crisis situations social media like Facebook is found to be popular communication channel, therefore the opportunities regarding social media should not be underestimated. As Internet is seen an important channel to find information on travel safety, the ministry for foreign affairs should launch a website that only concentrates on travel safety related issues, and where it is easy to find relevant services to citizens.</p>	
<p>Key words Independent travel, brochures, survey, travel insurance, young people</p>	

Sisällys

1	Johdanto.....	1
2	Matkustusturvallisuutta edistävät ja heikentävät tekijät.....	4
2.1	Uhkatekijät omatoimimatkailijan näkökulmasta	4
2.2	Matkustusturvallisuutta edistävät tahot Suomessa ja ulkomailla	5
2.3	Turvatoimet ennen matkaa	7
2.4	Matkailijan avustus hätätilanteissa.....	10
3	Esitteen suunnittelu ja työohjeen laatiminen	14
3.1	Lähtökohdat esitteen suunnittelulle.....	14
3.2	Kohderyhmä ja tavoitteet.....	17
3.3	Painotuotteen visuaalisuus ja silmäiltävyys	18
3.4	Painotuotteen teksti ja kieli.....	21
3.5	Työohjeen ymmärrettävyys ja luettavuus.....	23
4	Nuorelle omatoimimatkailijalle suunnatun esitteen suunnittelu ja siihen liittyvän työohjeen valmistaminen	24
4.1	Esitteen kohderyhmä ja tavoitteet	26
4.2	Esitteen visuaalisuus ja silmäiltävyys	27
4.3	Esitteen tekstin laatiminen.....	29
4.4	Työohjeen kirjoittaminen.....	30
5	Kysely omatoimimatkailijan matkustusturvallisuudesta	31
5.1	Ongelman määrittely ja yksilöinti.....	32
5.2	Tutkimussuunnitelma	33
5.3	Tutkimuksen toteutus.....	36
5.4	Tulosten analysointi.....	40
5.4.1	Vastaajien taustatiedot	41
5.4.2	Matkustusilmoitus	42
5.4.3	Seurantapalvelu	42
5.4.4	Matkustustiedotteet.....	43
5.4.5	Matkakohteen turvallisuus	44
5.4.6	Sosiaalisen median käyttäminen kriisitilanteissa.....	44
5.5	Reliabiliteetti ja validiteetti	46
6	Pohdinta	47
7	Johtopäätökset.....	52
7.1	Kehittämisehdotukset.....	54

7.1.1	Uusi matkustusturvallisuuteen keskittyvä Internet-sivusto	54
7.1.2	Ulkoasiainministeriölle omat Facebook -sivut	55
7.1.3	Spotify musiikinkuuntelupalvelu uusi kanava viestimiseen.....	55
7.1.4	Muita keinoja tavoittaa nuoret.....	56
7.1.5	Matkustusturvallisuuden teemaviikko	56
Liitteet		61
Liite 1. Esitteen työohje		61
Liite 2. Esitesuunnitelma.....		65
Liite 3. Kyselyn saatekirje ja muistutusviesti.....		67
Liite 4. Kyselylomake		68

1 Johdanto

Ulkoasiainministeriö saa vuodessa useita avunpyyntöjä ja yhteydenottoja suomalaisilta matkailijoilta ympäri maailmaa. Konsulilain velvoittamana ulkoasiainministeriö pyrkii auttamaan ulkomailla hädässäolevia tilanteen mukaan, mutta tämä luonnollisesti vie resursseja. Ulkoasiainministeriön tavoitteena on vähentää ikäviä matkailijoille sattuneita tapauksia, jotka olisivat ennaltaehkäistävissä. Tässä auttaa ensinnäkin matkavakuutuksen hankkiminen. Toiseksi, varsinkin riskialueille matkustavien on syytä tehdä matkustusilmoitus ulkoasiainministeriölle. Matkustusilmoitus helpottaa yhteydenpitoa kriisialueella olevan matkustajan, viranomaisten ja omaisten välillä kriisitilanteissa. Matkustusilmoitus tarkoittaa, että matkailija antaa yhteystietonsa ja matkaansa koskevat tiedot ulkoasiainministeriölle hätätapauksia varten. Kolmanneksi, ennen matkalle lähtöä ja sen aikana matkailijan kannattaa tutustua kohdemaan matkustustiedotteisiin. Ne ovat ulkoasiainministeriön julkaisemia tiedotteita, joissa kerrotaan esimerkiksi kohdemaan paikallisesta poliittisesta tilanteesta, liikenteen turvallisuusongelmista ja kulttuurieroista. Tiedotteet ovat nähtävillä ulkoasiainministeriön Internet-sivuilla. Niitä on mahdollista lukea myös mobiilipäätelaitteiden avulla mobiilisivustolta tai tilata tekstiviestinä matkapuhelimeen.

Tässä opinnäytteessä selvitetään, miten nuorten omatoimimatkailijoiden matkustusturvallisuutta voidaan parantaa. Matkustusturvallisuudella tarkoitetaan matkustamiseen liittyvien uhkatekijöiden ja vaarojen vähentämistä. Selvitämme aihetta tekemällä kyselytutkimuksen HAAGA-HELIAn Haagan toimipisteen suomenkielisten koulutusohjelmien opiskelijoille. Sen lisäksi suunnittelemme nuorille suunnatun matkustusturvallisuutta käsittelevän esitteen ulkoasiainministeriön toimeksiannosta. Esitesuunnitelma sekä kysely ovat opinnäytetyössä kaksi erillistä osiota, eivätkä niiden ole tarkoitus tukea toisiaan. Opinnäytetyö on ulkoasiainministeriölle tärkeä, sillä onnistuessaan esite lisää matkustusturvallisuustietoutta ja siten voi vähentää matkailijoille sattuvia vastoinkäymisiä. Kysely puolestaan antaa onnistuessaan ulkoasiainministeriölle sellaista tietoa, josta on hyötyä päätettäessä mihin suuntaan palveluja ryhdytään tulevaisuudessa kehittämään, jotta matkustusturvallisuus paranisi. Tämä tieto on merkityksellistä, sillä suomalaiset tekevät yhä enemmän matkoja ulkomaille, joten todennäköisesti yhteydenotot lisääntyvät ulkoasiainministeriöön sekä Suomen edustustoihin ulkomailla.

Esitesuunnitelman sekä työohjeen tavoitteena on antaa lukijalleen mahdollisimman selkeä kuva siitä, mitä nuorille suunnattuun esitteeseen kannattaa mielestämme sisällyttää. Esitesuunnitelman tarkoituksena on näyttää esitteen toteuttajalle, millaista kuvamateriaalia esitteessä voisi

olla ja miten tekstin voisi siihen sijoittaa. Työohje sen sijaan on tehty tukemaan esitesuunnitelmaa ja sisältää kirjalliset ohjeet esitteen toteuttamiseen. Esitteen tavoitteena on jakaa tietoa ja ohjeita kohderyhmälle matkustusturvallisuusasioista ja saada aikaan myös se, että yhä useampi nuori ottaisi matkavakuutuksen, tekisi matkustusilmoituksen ja lukisi matkustustiedotteita. Tavoitteena on myös herättää lukijassa kiinnostusta ottaa huomioon nykyistä paremmin oma turvallisuus jo matkaa suunnitellessa ja sen aikana. Tällä hetkellä ulkoasiainministeriöllä ei ole nuorille omatoimimatkailijoille suunnattua ajan tasalla olevaa esitettä, joten sellaisen suunnittelu on nyt ajankohtaista. Esite on tarkoitettu jaettavaksi erilaisissa tapahtumissa, joihin ulkoasiainministeriö osallistuu ja joissa on nuoria osanottajia. Näitä tapahtumia ovat muun muassa musiikkifestivaalit ja vuosittaiset matkamessut. Esitteen sisältö on laadittu siten, että siitä on hyötyä paitsi ennen matkaa, niin myös matkan aikana. Esitteen etuna on, että sen lukemiseen ei tarvita johtoja tai Internet-yhteyttä. Koska tästä esitteestä tulee osa ulkoasiainministeriön matkustusturvallisuuteen liittyvää esiteperhettä, otamme huomioon ulkoasiainministeriön aiemmin tekemät esitteet ja pyrimme tuomaan niistä hyvät puolet omaan esitteeseemme. Pidämme samalla mielessä kohderyhmän; nuoret omatoimimatkailijat. Esitteen osalta työ rajataan siten, että suunnittelemme ja ideoimme esitteen sisällön ja ulkoasun, mutta toteutuksen, eli taiton ja painamisen jätämme painoalan ammattilaisille. Taittamisella tarkoitetaan julkaisun ulkoasun luomista, joka suoritetaan käytännössä julkaisu- tai piirrosohjelmien avulla (Pesonen & Tarvainen 2003, 8).

Kyselyssä sen sijaan selvitämme HAAGA-HELIAn Haagan -toimipisteen opiskelijoiden nykyistä tietoutta matkustusturvallisuudesta ja asennoitumista siihen. Kyselyn tavoitteena on saada tietoa, millainen on nuorten asennoituminen matkustusturvallisuusasioihin ja millä tavoin nuoret käyttävät mieluummin sosiaalista mediaa hyväkseen matkustusturvallisuutta lisätäkseen. Kyselyn tutkimusmetodina on kvantitatiivinen tutkimus. Kysely tehtiin Webropol-ohjelman avulla ja lähetettiin sähköpostilinkkinä opiskelijoille toukokuussa 2010. Kyselyn aihe on ajankohtainen. Samana päivänä kun tutkimus lähetettiin opiskelijoille, ulkoasiainministeriö ilmoitti tiedotteessaan modernisoivansa organisaatiotaan ja kehittävänsä palvelujaan sosiaaliseen mediaan. Samalla kun resurssit hiipuvat, matkailijoille suunnattujen palveluiden kysynnän ei odoteta laskevan. Tästä syystä ulkoasiainministeriölle on tärkeää tietää, mihin suuntaan palveluita kannattaa kehittää, johon tekemämme kysely antaa suuntaa.

Omana tavoitteenamme tässä opinnäytetyössä on ensinnäkin oppia etsimään ja sisäistämään projektin kannalta tärkeää tietoa, ja hyödyntämään sitä produktin ja tutkimuksen tekemisessä. Tavoitteena on myös oppia projektin hallintaa aikataulujen suhteen ja saada uusia kontakteja. Projektissa on mukana meidän lisäksi toimeksiantaja sekä opinnäytetyön ohjaaja, jotka kaikki omalta osaltaan vaativat aikataulun työn eri vaiheiden valmistumiselle. Ennen kaikkea tämän opinnäytetyön tekemisen myötä toivomme tietävämme enemmän matkustusturvallisuudesta, esitteen suunnittelu- ja julkaisuprosessista sekä kyselyn tekemisestä ja toteuttamisesta. Näiden tietojen ja taitojen hallitseminen on hyödyllistä myöhemmin työelämässä.

Lukemista helpottamaan on alla avattu joitakin opinnäytetyön keskeisiä käsitteitä.

Markkinointiviestintä tarkoittaa kaikkia niitä viestinnän elementtejä, joiden tavoitteena on saada aikaan yrityksen ja sen eri sidosryhmien välillä sellaista vuorovaikutusta, joka vaikuttaa positiivisesti yrityksen markkinoinnin onnistumiseen (Vuokko 2003, 17).

Matkustusturvallisuus. Kaikki elämässä liittyy tavalla toisella turvallisuuteen, sillä se mikä ei ole turvallisuutta, on jonkinlainen uhka sitä kohtaan. Näistä uhkista erityisesti omatoimimatkailijaa kohtaan kerrotaan tarkemmin luvussa 2.1. (Huhtala 2002, 22.)

Omatoimimatkailulla tarkoitetaan tässä opinnäyttyessä sellaista matkailua, jossa matkaliput, kuten lentoliput, juna- tai bussiliput, majoitus ja matkaohjelma kokonaisuudessaan suunnitellaan ja varataan itse. Omatoimimatkailijat eivät nauti matkanjärjestämisen kohdepalveluista, eikä heihin sovelleta yleisiä valmismatkaehtoja.

Sosiaalinen media on monelta monelle -viestintää, jossa yleisö tuottaa itse sisältöä johonkin palveluun, kuten Facebookiin (Juholin 2009, 391).

WAP tulee englanninkielisistä sanoista Wireless Application Protocol ja sen avulla voidaan lähettää internetpalvelun sisältöjä esimerkiksi matkapuhelimiin (Juholin 2009, 394).

Yhteisöviestintä on tavoitteellista ja johdettua vuorovaikutusta organisaation sidosryhmien, -yleisöjen tai -henkilöiden välillä. Sen tulee olla myös organisaation strategian ja arvojen mukaista sekä tähdätä menestykseen. (Juholin 2009, 395.)

2 Matkustusturvallisuutta edistävät ja heikentävät tekijät

Ulkomaille matkustava voi omilla toimillaan sekä ennen matkaa että matkan aikana vaikuttaa omaan turvallisuuteen ja matkustamiseen liittyvien uhkatekijöiden vähentämiseen. Ulkoasiainministeriön tavoitteena on, että jokainen matkailija ottaisi ennen matkaa matkavakuutuksen, lukisi kohdemaiden matkustustiedotteet ja tekisi ulkoasiainministeriölle matkustusilmoituksen. Matkustustiedotteista ja matkustusilmoituksista on kerrottu luvussa 1 ja 4.1. Ulkoasiainministeriö toivoo myös, että ulkomaille matkustavat perehtyvät ennen matkaa mahdollisimman hyvin matkakohteen kulttuurieroihin ja muihin tärkeisiin matkan onnistumiseen vaikuttaviin asioihin. Näillä keinoin voidaan vähentää matkailijoiden ongelmia matkan aikana. Mielestämme viime aikojen yksi mielenkiintoisimmista omatoimimatkailevia käsittelevä julkaisu on Madventures-kansainvälisen seikkailijan opas, jossa on myös matkustusturvallisuutta käsittelevä osio. Tässä osiossa on käytännön vinkkejä turvalliseen matkustamiseen, mutta samalla myös painotetaan, että matkailijan ei tulisi eristää itseään maailmasta liialla turvallisuusajattelulla. Riittää että matkailija punnitsee riskejä rationaalisesti eikä mielikuvien kautta. ”Pidä silmäsi auki, ole valppaana, ennakoi tilanteita mutta elä itsevarmasti hetkessä – sehän muuten on yksi hienoimmista mielentiloista, joita matkustamisen avulla saavuttaa.”, korostavat kokeneet omatoimimatkaajat, Madventures – televisiosarjan johtohahmot. (Milonoff, Rantala & Lahdenmäki 2007, 281):

2.1 Uhkatekijät omatoimimatkaileijan näkökulmasta

Omatoimimatkaileijalla ei ole yleensä turvanaan matkanjärjestäjän palveluita ennen matkaa tai sen aikana, joten omatoimimatkaileijan on syytä ottaa itse selvää matkustusturvallisuuteen liittyvistä asioista ja uhkatekijöistä. Matkoihin ja erityisesti omatoimimatkoihin sisältyy erilaisia uhkatekijöitä. Näistä voi ottaa selvää jo ennen matkaa, mutta kokonaan niiltä ei aina voi suojautua. Esimerkiksi luonnonkatastrofia, kuten maanjäristyksiä, tulivuorenpurkauksia, hirmumyrskyjä, suurtulvia tai lumivyöryjä on vaikea ennustaa etukäteen. Eläinkuntaan liittyvillä uhkatekijöillä tarkoitetaan tavallisesti villipetoja tai myrkkyyä erittäviä hämähäkkejä tai tauteja levittäviä hyönteisiä. Terveysteen liittyvillä uhkatekijöillä tarkoitetaan vaarallisia kulkutauteja, endeemisiä eli paikkakunnalla ominaisia sairauksia, matkanaikaisia mielenterveysongelmia, runsaan alkoholin käytön sivuvaikutuksia, yleiseen ja ravintohygieniaan liittyviä ongelmia ja maan terveydenhoidon yleistä tasoa. Matkaileijan kohdemaassa voi olla myös poliittisia levottomuuksia, kuten mellakoita tai vallankumousyrityksiä. Myös alueen uskonnolliset tekijät ovat mahdollisia uhkatekijöitä. Näillä tarkoitetaan esimerkiksi uskonvainoja tai uskonnollisten ääriyhmiä aktiivisuutta. Muilla yhteiskunnallisilla oloilla tarkoitetaan esimerkiksi järjestäytyntä rikollisuutta tai terrorismia, alueen huumetilannetta, korruptoitunutta oikeuslaitosta ja poliisia, äärimmäistä

köyhyyttä, nälänhätää, vihamielistä suhtautumista matkailijoihin tai vaikka liikenteen infrastruktuuria. Matkailija voi myös omalla käyttäytymisellään tai tietämättömyydellään aiheuttaa itselleen tai matkakumppaneilleen vaaraa. Matkailijalähtöiset vaarat tarkoittavat matkustamista ilman rokotuksia tai vakuutuksia, kohdemaan kulttuurista tai tavoista tietämätön tai niistä piittaamattomuutta, joka osoittaa ylimielisyyttä ympäristöään kohtaan, liiallista alkoholinkäyttöä tai lainvastaisia tekoja. (Huhtala 2002, 20-21.) Lukemalla ulkoasiainministeriön julkaisemia matkustustiedotteita voi matkustaja välttyä omalla tietämättömyydellä aiheutetuilta hankaluuksilta.

2.2 Matkustusturvallisuutta edistävät tahot Suomessa ja ulkomailla

Matkailijan turvallisuudesta huolehtii moni viranomainen. WTO eli World Tourism Organization on Yhdistyneiden Kansakuntien alainen kansainvälinen matkailuun erikoistunut järjestö, joka tiedottaa paitsi matkailualalla työskenteleville, myös suoraan matkailijoille matkailuun liittyvistä asioista ja tekee myös tutkimustyötä. Järjestön perustamisesta lähtien sen tärkeimpiä tehtäviä on ollut matkailuun liittyvän turvallisuuden kehittäminen maailmanlaajuisesti. WTO suosittelee matkailun turvallisuutta edistäviä toimia jokaiselle valtiolle. Esimerkkinä näistä toimita valtiot tekisivät itse omia arvioita kyseiseen maahan saapuvaan matkailijaan kohdistuvista uhista terveydelle, hengelle tai omaisuudelle. WTO suosittelee myös kaikille valtioille kansallisten toimintaohjeiden kehittämistä matkailun turvallisuuteen, joiden tavoitteena on ehkäistä matkailijoihin kohdistuvia turvallisuusriskejä. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että jokaisen valtion tulisi tunnistaa mahdolliset matkailijoihin kohdistuvat uhat tietyn tyyppisessä matkustussegmenteissä ja tietyillä alueilla ja kaikin tavoin pyrkiä suojelemaan matkailijoiden terveyttä, ja ennaltaehkäisemään esimerkiksi laitonta huumeiden käyttöä ja siihen liittyvää muuta toimintaa. Valtioiden tulisi toimia lisäksi tilanteissa, joissa sen matkailukohteiden turvallisuus heikentyy laittomien toimien seurauksena tai tilanteissa, joissa matkailija on joutunut laittomuuksien uhriksi. (Wilks, Pendergast & Leggat 2006, 232-236.)

WTO korostaa kaikkien matkailualalla olevien sidosryhmien roolia ja keskinäisen vuorovaikutuksen tärkeyttä matkustusturvallisuuden parantamisessa. Sen mukaan valtioiden kannattaa perustaa kansallinen matkailuneuvosto, jonka alaisuuteen luotaisiin kansallinen turvallisuuskomitea. Monissa maissa turvallisuusasioiden koordinointi on tehty ainoastaan valtion eri viranomaistahojen kesken. Kansalliseen turvallisuuskomiteaan kannattaisi kuitenkin matkailualalla WTO:n mukaan ottaa mukaan myös yksityisen sektorin toimijoita. WTO ehdottaa komitean jäseniksi muun muassa seuraavia tahoja (Wilks ym. 2006, 238–239):

- kansallinen matkailuedistämiskeskus, Suomessa MEK

- poliisi
- rajaviranomaiset
- oikeuslaitos
- tulli
- liikenneviranomaiset
- liikenneyritykset, kuten lentoyhtiöt
- terveystoimi
- ulkoasiainministeriö
- majoitusalan järjestöt
- matkatoimistojen ja matkanjärjestäjien liitot
- kuluttajaryhmät ja päivittäiskaupan organisaatio
- matkailuturvallisuutta tutkivat laitokset ja yritykset
- muut matkailualan edustajat

Esimerkiksi matkatoimistot voivat vaikuttaa paljon siihen, millaisen matkakohteen matkailija valitsee ja miksi. Tämän vuoksi odotetaan, että matkatoimistot arvioivat matkan turvallisuustekijöitä kriittisesti, kuten matkanjärjestäjätkin tekevät. Matkatoimistojen on kuitenkin haastavaa antaa turvallisuusohjeita johtuen yhä monimutkaisemmasta toimintaympäristöstä ja alan ranskasta kilpailutilanteesta. Aina matkustusturvallisuus ei ole se tärkein huolenaihe matkatoimistolle. (Hall, Timothy, Duval, 2003, 259.) Suomessa esimerkiksi SMAL eli Suomen matkatoimistoalan liitto ja ulkoasiainministeriö tekevät tiiviisti yhteistyötä matkustusturvallisuusasioissa. SMAL on matkatoimistojen, matkanjärjestäjien ja incoming-toimistojen muodostama yhteisö. Sen tavoitteena on edistää matkatoimistoalan kehitystä Suomessa, toimia hyvien liiketapojen ylläpitämiseksi, luoda hyvät edellytykset suhteisiin ja operatiiviseen yhteistyöhön jäsentensä ja matkailualan muiden yritysten kesken sekä ajaa jäsentensä yhteisiä etuja ja valvoa niiden oikeuksia. SMAL:n matkanjärjestäjryhmän edustajat ja ulkoasiainministeriön edustajat tapaavat muutaman kerran vuodessa keskustellakseen ajankohtaisista matkustusturvallisuusasioista. SMAL:n jäsenistö muodostuu matkatoimistojäsenistä ja toimialajäsenistä. Matkatoimistojäsenet ovat nimensä mukaisesti matkatoimistoja ja matkanjärjestäjiä. Toimialajäseniä ovat muun muassa majoitusliikkeet, lento- ja laivayhtiöt sekä myös oppilaitokset. SMAL tiedottaa jäsenistöään muuttuvista matkustustiedotteista ja antaa ohjeita siitä, kuinka jäsenten tulisi toimia kriisitilanteissa. SMAL antaa jäsenilleen ohjeistusta esimerkiksi siitä milloin matkustajalla on oikeus peruuttaa ostettu matka. (SMAL 2010; Suihko M., 1.6.2010.)

2.3 Turvatoimet ennen matkaa

On olemassa tiettyjä matkustusturvallisuuteen liittyviä toimenpiteitä, mitä jokaisen matkailijan tulisi tehdä ulkomaille matkustettaessa. Ennen matkaa tulisi selvittää rokotustarve, huolehtia matkavakuutuksen ottamisesta, ottaa selvää eri maksuvälineiden käyttökelpoisuudesta matkakohteissa, ottaa huomioon matka-ajankohdan luonto- ja sääolosuhteiden sekä eläinkuntaan liittyvät erityispiirteet sekä arvioida kohteen poliittinen ja yhteiskunnallinen vakaus ja kohteen kulttuurin erityispiirteet. (Huhtala 2002, 22.)

Matkavakuutus jakautuu kahteen osaan: matkustajavakuutukseen ja matkatavaravakuutukseen. Matkatavaravakuutukseen sisältyy matkavastuuvakuutus ja oikeusturvavakuutus. Matkustajavakuutuksen ja matkatavaravakuutuksen voi hankkia yhdessä tai erikseen. Matkustajavakuutus korvaa vakuutetulle henkilölle matkan aikana tapahtuneen sairastumisen tai vammautumisen, matkan peruuntumisen tai keskeytymisen, myöhästymisten ja odottamisten aiheuttamia kuluja ja vahinkoja. Matkatavaravakuutuksen kohteena ovat vakuutetun henkilön matkatavarat. Esineet, joille on saatavilla erillinen esinekohtainen vakuutus, eivät ole vakuutettuina matkatavaravakuutuksessa. Esimerkiksi rahat, maksuvälineet ja arvopaperit ovat rajoitetusti vakuutettuja. Matkustajalle korvataan vain äkilliset ja ennalta arvaamattomat matkan aikana sattuneet vahingot. Tavallisimpia vakuutukseen sisältyviä asioita ovat sairastumiset ja vammautumiset, tapaturmat, näpistykset, varkaudet ja ryöstöt sekä pahoinpitelyt. Kaikissa tapauksissa on olemassa korvaamiseen liittyviä rajoituksia, jotka kerrotaan vakuutusyhtiöiden vakuutusoppaissa. (Huhtala 2002, 61.)

Media tiedottaa silloin tällöin ikävistä onnettomuuksista ulkomailla, joissa on osallisena ilman matkavakuutusta matkustava suomalainen. Esimerkiksi sanomalehti Keski-suomalainen uutisoi vuoden 2010 alussa tapauksesta, jossa suomalaisnainen loukkaantui pahoin Egyptissä sattuneessa kaasuräjähdyksessä. Nainen oli hoidettavana egyptiläisessä sairaalassa ja kotiuttamiseen hän tarvitsi ambulanssilennon Suomeen terveydentilansa vuoksi. Kotiuttamisoperaatio oli kuitenkin ongelmallinen, sillä naisella ei ollut matkustajavakuutusta joka kattaisi kalliin ambulanssilennon Suomeen, eikä naisen tai hänen omaistensa varat riittänyt ambulanssilentoon. (Keski-suomalainen a.) Nainen saatiin kuitenkin kotiutettua Suomeen ambulanssilennolla omaisten ottaman lainan sekä eri järjestöjen ja loukkaantuneen naisen kotikunnan rahallisten avustusten ansiosta. Ambulanssilennon hinnaksi tuli 42 000 euroa. (Keski-suomalainen b.) Mikäli naisella olisi ollut matkustajavakuutus, olisi se todennäköisesti kattanut kaikki sairaalan hoitokulut sekä ambulanssilennosta aiheutuneet kustannukset. Jotta tämänkaltaisilta ongelmilta vältyttäisiin jatkossa, esitesuunnitelman yksi tärkeä tehtävä on muistuttaa matkavakuutuksen tärkeydestä.

Ulkomailla matkustava voi halutessaan tehdä ulkoasiainministeriölle tai Suomen edustustolle matkustusilmoituksen. Erityisesti omatoimimatkailijan tai riskialttiiseen maahan matkustavan on hyvä tehdä matkustusilmoitus, koska hänellä ei ole käytettävissään matkanjärjestäjän kohdepalveluja. Myös ulkomailla pysyvästi asuvat suomalaiset voivat tehdä matkustusilmoituksen, sillä tiedot ulkomailla muutosta eivät välity väestörekisteristä automaattisesti Suomen-edustustoille. Matkustusilmoitus tarkoittaa omien henkilötietojen, matkan aikana voimassa olevien yhteystietojen ja matkaa koskevien tietojen antamista ulkoasiainministeriölle hätätapa- uksia ja kriisitilanteita varten. Matkailijan antamia henkilötietoja ei milloinkaan luovuteta eteenpäin muihin kuin välttämättömänä pidettyihin viranomaistarkoituksiin. Tietojen säilyttä- minen perustuu konsulilakiin. Suomen ulkomailla sijaitsevat edustustot ylläpitävät henkilöre- kisterejä, jotka auttavat saamaan kontaktin Suomen kansalaisiin kriisitilanteessa. Silloin ulkoasi- ainministeriöstä aktivoidaan ulkoasiainministeriön Internet-sivuille lomake, jolla omainen voi tehdä ilmoituksen henkilöstä, johon hän ei ole saanut yhteyttä kriisitilanteen alkamisen jäl- keen. Hätätilanteessa Suomen suurlähetystöt ja konsulaatit avustavat ulkomailla matkailevia ja asuvia suomalaisia ja Suomessa pysyvästi asuvia ulkomaalaisia. (Ulkoasiainministeriö 2006a.) Vuonna 2009 matkustusilmoituksia tehtiin keskimäärin 527 kappaletta kuukaudessa. Määrä on parina viime vuotena noussut huomattavasti aiempien vuosien muutamasta kymmenestä kuu- kausittaisesta ilmoituksesta. (Joki, R. 03.6.2010)

Eri valtiot julkaisevat matkustusvaroituksia suojellakseen omia kansalaisiaan ja vähentääkseen matkailijoihin kohdistuvia uhkatekijöitä. Näitä varoituksia tehdään, jotta matkailija ymmärtäisi mahdolliset seuraukset jos hän matkustaa epävakaa-alueelle. Matkustusvaroitukset luokitel- laan eri tavoin. Usein lievin luokitus on ”varotoimet otettava huomioon” ja vakavin on ”koh- teeseen matkustaminen ei suositeltavaa”. Usein matkustusvaroituksista tiedotetaan median kautta tai internetissä. Matkustusvaroitukset eivät voi laillisesti estää ketään matkustamasta riskialueille, joten niitä tulee pitää suosituksina. Siitä huolimatta varoitukset ovat vähentäneet matkustamista riskialueille. Niistä on tullut myös huomattava apuväline vakuutusyhtiöille ja matkanjärjestäjille. Ne antavat suuntaviivoja muun muassa vakuutusehtojen määrittämiseen. (Mansfeld & Pizam 2006, 276.) Esimerkiksi vakuutusyhtiö Pohjolan Eurooppalainen- matkavakuutus on sotariskialueille matkustettaessa voimassa normaaleissa sairauksissa tai tapa- turmissa, mutta väkivallantekoihin liittyviä hoitokuluja ei vakuutus korvaa. Erillisellä matkusta- javakuutuksen laajennuksella voi vakuutuksenottaja saada korvauksia myös sodasta tai aseelli- sesta selkkauksesta johtuvia hoitokuluja, kunhan ei itse osallistu toimintaan. Virallinen listaus sotariskialueista tulee esimerkiksi Pohjolalle heidän jälleenvakuuttajalta. Pohjolan jälleenva-

kuuttajana toimiva yhtiö on erikoistunut jälleenvakuuttamiseen ja riskiluokitukset perustuvat heidän asiantuntijoidensa analyysihin. Vaikka virallinen listaus riskialueista tulee Pohjolan vakuutusasiantuntijan mukaan jälleenvakuuttajalta, seuraa Pohjola myös mediaa ja ulkoasiainministeriön tiedotteita kriisitilanteissa. (Turkia S., 10.-11.8.2010.) Matkustusvaroituksia kohtaan on esitetty myös kritiikkiä. Eräät tutkijat ovat väittäneet, että valtiot saattavat liian helposti yrittää saada kaikkia matkailijoita välttämään matkustamista tietylle alueelle; sen sijaan, että ne huolehtisivat matkailijoista, jotka saattavat joutua pulaan esimerkiksi alueen heikon turvallisuustilanteen takia. Tällainen riskienhallinta toimii hyvin valtion eduksi ja voi jopa ehkäistä mahdollisia oikeustoimia sitä kohtaan. Ulkoasiainministeriöiden tulisi silti antaa matkustusvaroituksia harkitusti, sillä tämä voi loukata ihmisten yleistä vapautta matkustamiseen ja sillä voi olla myös keinotekoisia ja vakavia seurauksia kansainväliselle matkailuliiketoiminnalle. On olemassa tapauksia, joissa matkustusvaroitukset ovat saaneet aikaan taloudellisen kriisin kokonaiseen maahan, kun matkailijoiden tulo alueelle on tyrehtynyt matkustusvaroitusten seurauksena. Toisaalta matkustusvaroitukset voivat myös tuoda parannusta kohdemaan turvallisuustilanteeseen. Esimerkiksi Egyptin Luxorissa turisteihin kohdistuneet pommi-iskut vuonna 1997 saivat aikaan länsimaiden ehdottomat matkustuskiellot Egyptiin. Tämän seurauksen Egyptin hallinto lisäsi huomattavasti turvallisuusresursseja. Turvallisuuden jälleen parannuttua matkustusvaroitukset poistettiin ja Egyptin matkailussa alkoi elpymisen. (Mansfeld & Pizam 2006, 277.)

Myös Suomen edustustot asemamaissaan tekevät matkustustiedotteita vuosittain. Niitä ulkoasiainministeriö julkaisee eri tavoin. Tiedotteet ovat nähtävillä ulkoasiainministeriön Internet-sivuilla ja niitä on myös mahdollista lukea myös mobiilipäätelaitteiden avulla mobiilisivustolta (wap) tai tilata tekstiviestinä matkapuhelimeen. Matkustustiedotteissa kerrotaan yleisesti tietyn alueen turvallisuustilanteesta, esimerkiksi paikallisesta poliittisesta tilanteesta, rikollisuudesta ja liikenteen turvallisuusongelmista. Tiedotteen lukijaa muistutetaan myös matkakohteen mahdollisista kulttuurieroista. Matkustustiedotteita julkaistaan lähes 200 maasta, joissa Suomi on edustautunut tai joista edustustojen saatavilla on luotettavaa tietoa. Ulkoasiainministeriö julkaisee myös matkustustiedotteita, joissa suositellaan välttämään matkustamista tietyille alueille tai maahan. Näitä suosituksia annetaan vain perustelluista syistä. Niille on ominaista sekä Suomen, että myös muiden EU-maiden edustustojen näkemys kyseisen alueiden tai maiden tilanteesta. Niiden maiden kohdalla, joista ei ole Suomen ulkoasiainministeriön matkustustiedotetta, suositellaan tutustumaan matkustusturvallisuuteen muiden maiden kyseisestä maasta julkaisemien matkustustiedotteiden avulla. (Ulkoasiainministeriö 2006b.) Matkustustiedotteet ovat ulkoasiainministeriön verkkosivujen formin.finland.fi luetuimpia osia. Kuukausittain matkustustiedot-

teita lukee n. 25000 kävijää ja he lukevat matkustustiedotteita yhteensä yli 50000 kertaa. (Joki, R. 03.06.2010) WTO on antanut suuntaviivoja matkustustiedotteiden laatimiselle. WTO:n mukaan tiedotteissa tulisi käyttää tietolähteenä sekä valtiollisia että erilaisia yksityisiä instituutioita. Matkustustiedotteiden tulisi olla ajan tasalla olevia, relevantteja ja niissä tulisi välttää epämääräistä kieltä ja niiden ei pitäisi olla poliittisesti kantaaottavia. Matkustustiedotteiden tulisi olla luettavissa helposti ja niitä tulisi päivittää säännöllisesti. WTO suosittelee matkustustiedotteiden päivittämistä kolmen kuukauden välein. Matkustajia tulisi rohkaista olemaan matkustusturvallisuuteen liittyvän lisätiedon hankkimisessa vielä yhteydessä ennen matkaa sekä valtion että yksityisen sektorin toimijoihin. (UNWTO.)

2.4 Matkailijan avustus hätätilanteissa

Luvussa 2.2. kävimme läpi joitakin matkustusturvallisuutta edistäviä tahoja, ja tässä luvussa perehdymme syvemmin kolmeen niistä. Selvitämme mitä hyötyä näistä tahoista on matkailijalle ennen matkaan tai sen aikana. Valitsimme tähän osioon toimintatavoiltaan erilaisia, kaupallisia ja ei-kaupallisia organisaatioita, jotka ovat suomalaisille tuttuja.

Ulkoasiainministeriö ja Suomen ulkomaanedustustot:

Matkustusturvallisuuden edistämiseksi ulkoasiainministeriö julkaisee muun muassa matkustustiedotteita sekä vastaanottaa matkustusilmoituksia. Se jakaa tietoa matkustusturvallisuusasioista muun muassa internetsivuillaan, osallistumalla messutapahtumiin ja jakamalla siellä esitteitä. Myös esimerkiksi Helsinki-Vantaan lentokentällä on ulkoasiainministeriön esitteitä saatavilla. Ulkoasiainministeriö tekee myös tutkimus- ja suunnittelutyötä matkustusturvallisuuden parantamiseksi muun muassa analysoimalla turvallisuutta ja kriisinhallintaa (Ulkoasiainministeriö 2010a).

Konsulit ja Suomen lähetystöt ulkomailla voivat tarvittaessa antaa apua hädässä olevalle matkailijalle. Konsulipalvelulain (498/1999) 1 luvun 2 § mukaan apua annetaan Suomen kansalaisille, tai niille Suomessa pysyvästi asuville ulkomaalaisille, joilla on oikeus tai joille on myönnetty lupa oleskeluun tai työntekoon pysyvässä tai siihen verrattavassa tarkoituksessa Suomessa. Apua annetaan myös pohjoismaalaisille yhteistyösopimuksen mukaisesti. Euroopan unionin kansalaisten oikeudesta saada palveluja määrätään erikseen Euroopan yhteisön perustamissopimuksessa. Huhtalan mukaan edustustot voivat avustaa, jos matkailija on hädänalaisessa asemassa sairauden, onnettomuuden, rikoksen kohteeksi joutumisen tai vastaavan syyn vuoksi.

Lisäksi apua tarjotaan jos matkailija on pidätettynä tai vangittuna tai jos oleskeluvaltiossa on kriisitilanne (Huhtala 2002, 43).

Edustustot voivat tilanteesta riippuen auttaa matkailijaa monille eri keinoin. Yleensä apua tarjotaan neuvomalla ja ohjaamalla asianosaista itseään auttamaan itse itseään, esimerkiksi neuvoa, miten pankin tai muun rahanvälitysyhtiön kautta voi saada rahaa. Edustustot voivat myös auttaa saamaan yhteyden lähiomaisiin hätä- ja kriisitilanteisiin joutuneille matkailijoille. Edustustoilla on myös valmius myöntää passi kotimatkaa varten kadonneen, tuhoutuneen, varastetun tai vanhentuneen passin tilalle. Edustuston palvelut ovat yleensä maksullisia. (Huhtala 2002, 44.)

Edustuston avustamistoimenpiteet liittyvät ennen kaikkea asiakkaan hengen ja terveyden suojaamiseen, eikä omaisuuden suojaaminen kuulu edustuston tehtäviin. Sellaisissa kriisitilanteissa, jotka edellyttävät toimenpiteitä kuten siirtymistä turvallisemmalle alueelle, edustusto pyrkii ottamaan yhteyttä matkustusilmoituksen tehneisiin matkustajiin. Matkailijan kannattaa olla myös itse yhteydessä edustustoon, jos havaitsee matkakohteessaan jotain kriisiin viittaavaa. Jos henkilökohtaisen turvallisuuden suojaaminen sitä edellyttää, voi edustusto avustaa evakuoinnin järjestämisessä kriisialueelta lähimmälle turvalliselle alueelle tai kotimaahan. Evakuointi tapahtuu evakuoitavan omalla kustannuksella ja on aina vapaaehtoista. Hitaasti kehittyvässä kriisissä alueelta kannattaa ulkoasiainministeriön ohjeiden mukaan poistua omatoimisesti, kun normaalit liikenneyhteydet vielä toimivat. Kriisitilanteissa edustusto avustaa myös yhteydenpidossa matkailijan ja hänen kotimaassa olevan omaisensa välillä. Edustustot välittävät myös ulkoasiainministeriölle tietoa kriisialueella olevista suomalaisista sekä kriisitilanteen kehittymisestä. Vakavissa kriisitilanteissa ulkoasiainministeriö avaa Suomessa puhelinpäivystyksen ja aktivoi myös formin.finland.fi-sivustolla verkkolomakkeen, johon omaiset voivat ilmoittaa tietoja kauteissa olevista lähiomaisistaan. Kriisitilanteessa ulkoasiainministeriön verkkosivuilla julkaistaan myös muita tietoja ja tarpeellisia ohjeita. (Ulkoasiainministeriö 2010b)

Edustustot eivät voi hoitaa muille viranomaisille kuuluvia tehtäviä tai toimia matkatoimistona, eivätkä ne voi toimia vastoin asemamaan lainsäädäntöä. Edustustot eivät myöskään maksa hotelli-, sairaala- tai muita laskuja, sakkoja tai takuita. Edustustot eivät voi toimia asianajajana tai oikeudellisena neuvonantajana tai maksaa asianajajan tai tulkin palkkaamisesta aiheutuneita kuluja. (Huhtala 2002, 45.)

Vakuutusyhtiöt

Matkavakuutus on tärkein turvaverkko mikä matkustajalla voi olla tapaturmien sattuessa matkalla. Sen hankkimista tulisi kaikkien matkailualalla toimivien yritysten ja organisaatioiden suositella matkailijoille. Yleisesti ottaen matkavakuutus kattaa ulkomaanmatkoilla onnettomuuden tai sairauden sattuessa matkakulut, lääkäripalvelut ja lääkehoidon kulut, ja jopa evakuoinnin vakavissa olosuhteissa, esimerkiksi sairaankuljetuslennolla. Sairaankuljetuslento on tarkkuutta ja suunnitelmallisuutta vaativa toimenpide, joka vaatii myös potilaan valmistamista lentoa varten. Tällainen sairaankuljetuslento on erittäin kallis ja hinta liikkuu kymmenissä tuhansissa euroissa jo lyhyilläkin matkoilla. Tämä on yksi tärkeimmistä ja konkreettisimmista asioista, joita vakuutusyhtiöt tekevät matkailijan hyväksi hätätilanteissa. Vakuutusyhtiöllä on yleensä myös hyvät yhteystiedot terveysalan toimijoihin ulkomailla. Esimerkiksi vakuutusyhtiö Ifillä on lista kohteissa toimivista sopimussairaaloista ja -lääkäreistä. Mikäli kohteessa ei ole sopimussairaala, matkustaja voi hakeutua mille tahansa lääkäriasemalle ja hakea korvauksen heti kotimaahan saavuttuasi joko verkossa tai soittamalla asiakaspalveluun. (Wilks ym. 2006, 38-39,45-47; IF a.) Vakuutusyhtiö If tarjoaa asiakkaidensa käyttöön myös maksuttoman mobiilipalvelun, josta asiakas löytää toimintaohjeet ongelmatilanteita varten. Puhelimeen ladataan internetpohjainen sovellus, josta nämä tiedot löytyvät. (IF b.)

Suomen Punainen risti

Suomen Punainen risti toimii epäsuorasti matkustusturvallisuuden edistäjänä, mutta ei niinkään ennalta ehkäisevässä roolissa vaan lähinnä kriisitilanteen jo puhjettua. Suomen Punaisen Ristin avustustoiminnan ohjeiden mukaan järjestö ei avusta suoraan rahalla, vaan se järjestää uhreja auttavaa toimintaa. Suomen Punainen Risti on eduskunnan säätämän lain ja presidentin antaman asetuksen pohjalta toimiva julkisoikeudellinen yhdistys, jonka tarkoitus on tukea ja avustaa maan viranomaisia erilaisten onnettomuuksien ja kriisitilanteiden yhteydessä. Suomen Punaisella Ristillä on yli 90 000 jäsentä ja noin 45 000 aktiivista vapaaehtoistyöntekijää ja se on yksi Suomen suurimmista kansalaisjärjestöistä. (Suomen Punainen Risti a.) Suomen Punainen Risti avustaa vuosittain ihmisiä kymmenissä maissa. Järjestön antamalla katastrofiavulla tuetaan ja hoidetaan luonnononnettomuuksien ja konfliktien vuoksi hätään joutuneita ihmisiä, niin matkailijoita kuin paikallisiakin. Esimerkiksi vuonna 2004 Aasiaa ravistelleen tsunamin aikana Suomen Punainen Risti antoi hätäapua Thaimaassa, Sri Lankassa ja Indonesiassa yhteistyössä kansainvälisten avustusorganisaatioiden kanssa. Tsunamin aikana ja sen jälkeen alueella pelastettiin ihmishenkiä, järjestettiin hätämajoitusta, lääkinnällistä apua ja ruoka-apua. Suomen Punainen Risti oli myös mukana vastaanottamassa ja evakuoimassa suomalaisia. Katastrofin alus-

sa suomalaisille jaettiin myös vaateapua ja avun tarvitsijoille perustettiin kriisipuhelin. Suomen Punaisella Ristillä on merkittävä rooli myös kriisien jälkihoidossa. Yhteensä viiden vuoden aikana suomalaisia tsunamin uhreja ja omaisia on avustettu yli 1,4 miljoonalla eurolla. Suurin osa varoista käytettiin ensimmäisten kahden vuoden aikana omaisille suunnattuun psykososiaaliseen tukeen. (Suomen Punainen Risti b.)

3 Esitteen suunnittelu ja työohjeen laatiminen

Esitteen tarkoituksena on esitellä yhteisöä kokonaisuudessaan tai jotain sen tiettyä tuotetta tai osa-aluetta. (Ikävalko 1995, 203.) On tärkeää, että esite muodostaa esiteltävästä asiasta uskottavan, ammattimaisen ja vakuuttavan kuvan. Esite on paitsi kuvallinen, myös sanallinen väline, jossa sekä tekninen laatu että suunnittelutaito ovat keskeisiä toimivuuskriteereitä. (Rope 2000, 326.) Syy miksi yritykset ja yhteisöt julkaisevat esitteitä johtuu tarpeesta yhteisöviestintään. Yhteisöviestinnän tarkoitus on rakentaa selkeä ja vahva yhteisökuvaa sekä varmistaa avoin ja vuorovaikutteinen tiedonkulku. Yhteisöviestinnän keskeisiä toimintoja ovat yhteys- ja tiedotustoiminta. Yhteystoiminnalla edistetään yrityksen tai yhteisön tunnettuutta yhteisölle tärkeiden ihmisten tajunnassa. Tiedotustoiminnalla lisätään tietoisuutta yhteisöstä ja sen toiminnasta. (Siukosaari 2002, 12–15.) Tässä opinnäytetyön tuloksena ei ole valmis painettu esite, vaan esitesuunnitelma ja työohje. Ohjeiden laadinnassa on tärkeää suunnitelmallisuus ja tavoitteena ohjeiden tavoitteena on ymmärrettävyys ja luettavuus. Kun työohjetta suunnitellaan, on tärkeää tietää tarkalleen ohjeen aihe ja se, kuka ohjetta lukee. Monia asioita, mitä voi pitää itsestäänselvyyksinä, eivät ehkä ole tuttuja lukijalle, joten ohjeessa ne kannattaa erikseen mainita. (Kylänpää & Piirainen 2002, 111.)

3.1 Lähtökohdat esitteen suunnittelulle

Yhteisön viestintä on suunniteltua ja johdettua toimintaa. Viestinnän suunnittelun, kuten kaiken muunkin yhteisön toiminnan perustana on yhteisön toiminta-ajatus, tavoitteet ja visiot. Yhteisön on tunnettava omat yhteistyö- ja kohderyhmät sekä niiden odotukset ja tarpeet toiminnan ja viestinnän suhteen. Lisäksi viestinnän suunnittelussa tulee huomioida niin vuositasolla kuin pidemmälläkin aikavälillä omat tarpeet kertoa itsestä. (Siukosaari 2002, 20-21.) Ulkoasiainministeriö on laatinut viestintäsuunnitelman, johon on kirjattu viestinnälle asetetut suuntaviivat. Sen mukaan ulkoasiainministeriön viestinnän on oltava nopeaa ja oikea-aikaista, avointa ja vuorovaikutteista sekä tasapuolista, palvelevaa ja luotettavaa. Suunnitelmassa todetaan, että suoran kansalaisviestinnän merkitys on kasvanut merkittävästi: ihmiset luottavat hyvin paljon siihen, mitä kuulee toiselta. Ulkoasiainministeriö haluaa olla avoin ja palveleva ministeriö. Viestinnän eri keinojen avulla se on yhteistyössä kansalaisyhteiskunnan ja sidosryhmien kanssa. Ulkoasiainministeriön toimintaa koskevan ja sen tuottaman tiedon tulee olla kaikkien saatavilla ja kansalaisten halutaan tuntevan ulkoasiainministeriön tuottamat palvelut. Näitä palveluja ovat esimerkiksi matkailijoille suunnatut matkustustiedotteet, konsulipalvelut ja viennin- ja kansainvälistymisen edistämistoiminta. (Ulkoasiainministeriö 2009, 7-8.)

Konsulipalveluilla tarkoitetaan Suomen ulkomaanedustustojen ja konsulaattien antamia palveluja. Nämä voivat esimerkiksi myöntää uuden passin kadonneen tai varastetun tilalle kotimatkaa varten tai hankkia apua rikoksen tai onnettomuuden uhriksi joutuneelle Suomen kansalaiselle (Ulkoasiainministeriö 2006d). Ulkoasiainministeriön vuoden 2009 viestintäsuunnitelmaan on kirjattu, että matkailijoiden palvelemisesta on tullut ulkoasiainministeriössä ydintehtävä konsulipalvelujen merkityksen kasvaessa. Ulkoasiainministeriö näkee matkustustiedotteet ja mobiilipalvelut yhä tärkeämpiä. Sosiaalista mediaa hyödynnetään tällä hetkellä muun muassa Eurooppatiedotuksessa. Ulkoasiainministeri sekä ulkomaankauppa- ja kehitysministeri kirjoittavat omia blogejaan, ja ulkoasiainministeriössä seurataan jatkuvasti sosiaalisen median kehitystä ja sen tarjoamia mahdollisuuksia selvitetään. (Ulkoasiainministeriö 2009, 19.)

Ottamalla eri tiedotusvälineiden tarpeet huomioon ja kohderyhmätietoisuudella voi parantaa oman viestin läpimenoa. Vaikka median mielenkiintoon ei ulkoasiainministeriö voi suoranaisesti vaikuttaa, voi esimerkiksi oikealla ajoituksella parantaa oman viestin kiinnostavuutta. Verkkoviestinnän ja julkaisutuotannon vaikuttavuutta mitataan käyttäjä- ja lukijatutkimusten avulla. Tapahtuma- ja kampanjatyön vaikuttavuutta mitataan kävijämäärien perusteella sekä yleisö- ja kohderyhmäkyselyin. (Ulkoasiainministeriö 2009, 21.)

Kaikki työt alkavat aina toimeksiannosta. Esitettä tarvitseva yksikkö tai henkilö antaa esimerkiksi yhteisön tiedottajalle tai yrityksen ulkopuoliselle ammattilaiselle. Toimeksiannossa määritellään yksityiskohtaisesti painotuotetta koskevat tavoitteet. Se on ennen kaikkea työmääräys, jossa määritellään julkaisun (Loiri & Juholin 1999, 156)

- kohderyhmät
- tarkoitus ja tavoitteet
- laajuus
- budjetti
- tuotteen ja sen eri osa-alueiden aikataulu.

Toimeksiannossa määritellään lisäksi esitteen muoto eli formaatti eli se, onko kyseessä vaikka pieni haitarimallinen esite vai kenties yksinkertainen A4-koossa oleva yksisivuinen esite. Toimeksiannossa määritellään myös värimaailma ja sovitaan työryhmä ja jokaisen henkilön vastuut, eli esimerkiksi kuka on vastuussa tekstistä, kuvituksesta, grafiikasta ja taitosta ja missä määrin ulkopuolista apua tullaan käyttämään. Lisäksi tässä vaiheessa määritellään myös laadul-

liset tavoitteet eli se, minkäläatuinen ja –tasoinen esitteen toimeksiantaja haluaa olevan esimerkiksi painojäljeltään ja paperilaadultaan. (Loiri & Juholin 1999, 156.)

Kun yritys päättää ulkoistaa painotuotteen suunnittelun, toteutuksen tai molemmat niistä, tulisi toimeksiantajan kertoa jo toimeksiannon yhteydessä omalta puoleltaan yhteyshenkilöt ja asiantuntijat, tietotekniikkaresurssit ja muut resurssit sekä myös kaikki käytettävissä oleva materiaali, josta voisi olla hyötyä esitteen valmistuksessa. Esite voi syntyä joko yksilön tai ryhmän suorituksen tuloksena. Yhdessä ideoitu tuote on kuitenkin useimmiten parempi kuin yksilötyönä tehty. Varsinkin suunnitteluvaiheessa voidaan yhteistyöllä saavuttaa sellaisia ratkaisuja, joihin ei välttämättä yksin pystyisi. (Loiri & Juholin 1999, 156-157.)

Valmistelu on hyvä aloittaa niin sanotulla viiden T:n (5T) ohjelmalla, eli selvittämällä taustat, tarve, tavoitteet, talous ja työryhmä. Painotuotetta suunnittelevan yrityksen kannattaa taustoja selvittäessä verrata suunniteltua tuotetta, esimerkiksi esitettä, yhteisön viestintätavoitteisiin. Uutta esitettä luodessa tulisi miettiä kohderyhmän lisäksi myös muun muassa sitä, miten hyvin nykyiset esitteet palvelevat tarkoitustaan ja mitä heikkouksia ja puutteita niillä on ja olisiko nykyisiä julkaisuja mahdollisuus täydentää tai muuttaa haluttuun tarkoitukseen. (Ikävalko 1995, 25-26.)

Aiemmin toteutetut vastaavanlaiset hankkeet voivat antaa suuntaviivoja nykyisen hankkeen budjetin laatimiselle. Budjetin selkiytymisen ja yhteistyökumppaneiden valinnan jälkeen muodostetaan yleensä työryhmä, joka voi koostua muun muassa projektin vetäjästä, yhteyshenkilöstä, tekstinsuunnittelijasta, visuaalisesta suunnittelijasta ja valokuvaajasta. Ulkojäseniä voivat olla esimerkiksi mainostoimistot ja painolaitokset. (Ikävalko 1995, 26-27.)

Kun toimeksianto on vastaanotettu ja työryhmä on kasassa, voi aloittaa varsinaisen suunnittelun. Suunnitteluvaiheessa hahmotellaan sisältöä työotsikoina ja aihealueina. Tässä vaiheessa voidaan määritellä myös työnjako tekstien, kuvien ja muiden materiaalien osalta. Suunnitteluvaiheessa olisi hyvä laatia myös karkea aikataulu, jossa tulisi ottaa huomioon se aika, mikä kunkin työvaiheen toteuttamiseen kuluu. Jos hankkeelle on määritelty budjetti, voidaan tehdä hankkeesta myös konkreettinen kustannusarvio. Painofirmoilta voi pyytää vaihtoehtoisia arvioita erikokoisille painosmäärille ja eri materiaaleille. Lopullinen tarjous voidaan ottaa vastaan vasta sitten kun kaikki hintaan vaikuttavat tekijät ovat tiedossa. Tarjouspyyntö kannattaa pyytää sellaisilta yrityksiltä, joiden tiedetään pystyvän haluttuun tasoon. (Loiri & Juholin 1999, 157-159.)

Konkreettinen toimeksianto toimii suunnittelun pohjana. Se on työmääräys jossa määritellään muun muassa konkreettinen tavoite, kohderyhmät, aikataulu, budjetti ja vastuut. Toimeksiantajan puolelta määritellään myös käytettävissä olevat yhteyshenkilöt ja avustajat sekä tekniset resurssit ja materiaalit. Säännöllisin väliajoin olisi hyvä saada järjestettyä suunnittelupalaverieita ja -kokouksia. Kokouksissa sovitaan yleensä sisällöstä, tuotantoaikatauluista ja budjettikehyksistä mitä tarkennetaan myöhemmissä tapaamisissa jos tarve vaatii. (Ikävalko 1995, 28-29)

Palaverien välillä esitteen teko etenee monessa eri työpisteessä samanaikaisesti. Välillä olisi hyvä kokoontua tarkistamaan kokonaistilanne ja projektin vetäjän tulisi seurata aikataulussa pysymistä ja kustannuksia. (Ikävalko 2009, 30.) Loirin ja Juholinin mukaan olisi hyvä jos teksti ja visuaalinen puoli suunnitellaan suurin piirtein samanaikaisesti, jolloin kumpikin voi hyötyä toisistaan. Teksti tulisi kuitenkin laatia alusta alkaen sellaiseen muotoon, ettei sitä enää visuaalisen prosessin aikana tarvitsisi suuremmin korjailla. (Loiri & Juholin, 1999, 161.) Yksi tapa aloittaa visuaalinen suunnittelu on aloittaa piirtämällä pieniä sivukuvaluonnoksia. Nämä luonnokset voi tehdä piirtämällä painotuotteen jokaisen sivun kynällä postimerkin kokoon A4-paperille. Näin voidaan luoda pohjaa painotuotteen tyyliin ja rakenteelle. Näitä pieniä sivuluonnoksia on melko helppoa palata tarkastelemaan, ja niihin on myös helppo merkitä kuvien ja tekstien paikat. Tämä luonnos auttaa myös näkemään tarinan etenemisen. (Loiri & Juholin 1999, 161.) Mikäli merkittäviä muutoksia esimerkiksi aikatauluun tai kustannuksiin on havaittavissa, tulisi projektin vetäjän puuttua niihin heti ja selvittää keinot, miten sovituisissa raameissa voitaisiin pysyä paremmin ja millaiset muutokset ovat hyväksyttävissä. (Ikävalko 2009, 30)

3.2 Kohderyhmä ja tavoitteet

Kirjoittajan tulee aina miettiä kenelle kirjoittaa ja miksi. Kirjoittajalla pitää olla realistinen tavoite tekstilleen. Tavoite voi olla esimerkiksi herättää lukijan mielessä uusia ajatuksia ja antaa käsiteltävään asiaan uusia näkökulmia tai vaikka se, että lukija jää pohtimaan kirjoittajan asettamia kysymyksiä. Kirjoittamisen tavoite on siis saada jokin vaikutus aikaan jossakin, herättää tunteita, vaikuttaa asenteisiin tai käytökseen, antaa ohjeita ja neuvoa, ja yksinkertaisesti, kertoa jotakin. (Karhu, Salo-Lee, Sipilä, Selänne, Söderlund, Uimonen & Yli-Kokko 2005, 209- 212; Uimonen 2003,10.) Kirjoittajan tulee miettiä ymmärtääkö lukija tekstissä ilmenevät käsitteet ja sanat vai olisiko vaikeimpien käsitteiden avaaminen paikallaan. Avaamisen konsteja ovat muun muassa selitys, esimerkki, vertaus ja kuvaus. Lukijakunnan tunteminen on tärkeää, jotta osaa valita oikeanlaisen kielen ja tyylin (Karhu ym. 2005, 243-244; Uimonen 2003, 13). Jos lukija on nuori, on hyvä harkita esimerkiksi sanojen vinha tai mälsä käyttöä. Vanhemmalle lukija-

kunnalle kirjoitettaessa ei ehkä kannata käyttää esimerkiksi sanoja siisti, vammasta, sairaan törkeitä tai inessä. (Uimonen 2004, 13-14.)

Viestin lähettäjän täytyy tietää millaisessa ympäristössä viestin vastaanottaja on ja millaisia arvoja ja asenteita hänellä on. Kohderyhmälähtöisyys on erittäin tärkeää viestinnän suunnittelussa ja sen vuoksi liikkeelle kannattaa lähteä siitä, ketä halutaan informoida, muistuttaa tai suositella. (Vuokko 2003, 14-15.) Kohderyhmän koko vaikuttaa luonnollisesti esitteen painomäärään ja esitteen sisällön laajuus riippuu myös kohderyhmästä: sisällöltään laaja esite tehdään erikoistuneelle kohderyhmälle, sisällöltään suppeampi esite sopii hyvin esimerkiksi osoitteetomaan suoramarkkinointiin. (Ikävalko 1995, 206.) Esimerkiksi markkinointiviestinnän kohderyhmänä voidaan pitää yrityksen tai organisaation sidosryhmiä, joita ovat asiakkaat, alihankkijat, rahoittajat, jakeluketjun jäsenet, tiedotusvälineet ja viranomaiset (Vuokko 2003, 15-16.)

Painotuotteen tavoitteet voidaan asettaa kolmella eri tasolla. Strateginen tavoite voidaan tiivistää yleisesti viestinnän tavoitteista, eli voidaan pohtia esimerkiksi sitä, minkä kohderyhmän kiinnostusta halutaan lisätä tai minkä toiminnan aktivoituvan. Ellei painotuotteelle olla asetettu strategisia tavoitteita, on teknisistä tavoitteista keskusteleminen ennen aikaista. Ellei painotuotteelle löydy strategisia tavoitteita, silloin sitä tuskin tarvitsee edes tehdä. Tekninen tavoite voi olla määriteltynä lukuina tai ajankohtina, esimerkiksi kuinka monta kappaletta tuotetta painetaan ja mihin mennessä. Laadullinen tavoite voi olla esimerkiksi korkeatasoisen kansainvälisen yritysesitteen tekeminen, tai vaikkapa jonkun julkaisun luettavuuden parantaminen, kuten painotuotteen värien tai muodon parantaminen. (Ikävalko 1995, 25, 41)

3.3 Painotuotteen visuaalisuus ja silmäiltävyys

Typografialla tarkoitetaan graafista ulkoasua. Suppeasti ajateltuna typografia tarkoittaa kirjaintypografiaa eli esimerkiksi kirjaintyyppien valintaa ja ladelman muotoilua. Laajemmassa mielessä typografia on julkaisun ulkoasu kokonaisuudessaan eli kirjaintypografian lisäksi siihen voidaan sisällyttää myös paperin värin ja kuvituksen valinta. Typografia on sitä minkä ymmärrämme lukemattakin: julkaisun sävy, tunnelma ja tyyli. Typografian avulla sanoma saatetaan muotoon, joka viestii yhtä vahvasti kuin tekstin sisältö ja sillä vaikutetaan oleellisesti viestin perillemenoon. Juuri typografiset ratkaisut kertovat, keneltä viesti on ja kenelle se on tarkoitettu. Kun painotuotteen typografiset elementit ovat kunnossa, lukeminen on miellyttävää ja helppoa (Loiri & Juholin 1999, 218; Pesonen 2003, 13.) Viestin saattamiseen ymmärrettäväksi ei riitä, että teksti on hyvin kirjoitettu. Selkeään ja johdonmukaiseen ulkoasuun kannattaa kiinnittää huomiota, sillä se herättää vastaanottajan mielenkiinnon ja houkuttelee tutustumaan

sisältöön. Hyödyntämällä typografisia elementtejä, kuten värejä ja kuvia, saa tiedon välittämiseen tehoa ja joilla voi edesauttaa viestin perillemenoaa. Typografisten keinojen avulla herätetään lukijan huomio ja mielenkiinto aihetta kohtaan. Niiden avulla voi myös selventää vaikeasti ymmärrettäviä asioita ja tehostaa sanomaa, ja tarjota lukijalle myös sellaista tietoa jota tekstin avulla ei välttämättä pystyisi jakamaan. (Karhu ym. 2005, 271-272.)

Kuvan tehtävänä on tiedon välittäminen ihan niin kuin tekstinkin ja kun niitä käytetään yhdessä, on lukijalla suurempi mahdollisuus ymmärtää viestin sisältö. Kuvitus voi havainnollistaa konkreettisesti, miltä jokin asia näyttää. Se voi selittää tekstissä käsiteltäviä asioita tai toimia omana tietolähteenä. On kuitenkin syytä muistaa, että kuvien tulisi sopia kirjoitettuun tekstiin jotta kokonaisuudesta tulee tasapainoinen. (Karhu ym. 2005, 272-273.) Kuva luo tunnelmia, mielikuvia ja väittämiä. Se voi olla moniulotteinen, pysäyttää hetkeksi, ja pidempään tarkasteltuna se voi saada katsojan oivaltamaan uusia asioita. Kuvalla voidaan myös yrittää saada lukijan huomio houkutella häntä tutustumaan tekstiin. Kuva voi olla joko informatiivinen tai dekoratiivinen. Informatiivinen kuva tuo uutta tai tekstiä täydentävää tietoa, kun taas dekoratiivinen kuva on luomassa julkaisulle ilmettä ja tunnelmaa yhdessä typografian ja sommittelun kanssa. Yksi suuri kuva huomataan yleensä paremmin kuin monta pientä. Julkaisuissa voidaan käyttää kuvina joko valokuvia tai piirroksia tai kenties molempia. Myös taulukot, kaaviot ja muut graafiset esitykset tulkitaan myös kuviksi. (Pesonen, S. & Tarvainen J., 2003, 47, 52-53.) Useat esitteet on tehty mainoksiksi tukemaan yrityksen tai organisaation myyntiä ja markkinointia. Mainosten kuvat sisältävät paljon erilaisia merkityksiä, joilla on usein varsinaisen aiheen lisäksi olemassa myös symbolinen merkitys. Esimerkiksi tie voi merkitä vapautta, elämän kulkua tai eteenpäin menoa. Kuvassa voi olla myös voimakas tunnelma, joka vaikuttaa ihmisten mielikuvaa mainostettavasti tuotteesta. Mainoskuviin voi olla piilotettu erityinen kertomus, jonka jotain vaihetta kuva esittää. (Kaloineen ym. 2004, 280.) Mikäli päättää tehdä mainosta itse, siihen tulee suhtautua vakavasti ja jonkun tulee tietoisesti vastata mainonnasta. On tärkeää, vastuuhenkilöillä on käytössään tarpeeksi aikaa ja asialliset työkalut. Heidän tulisi saada käyttöönsä riittävän tehokas tietokone ja ajanmukaiset graafiset ohjelmat, joita he myös osaavat käyttää. Oman yrityksen käyttämiltä mainosvälineiden edustajilta kannattaa kysyä lisätietoa aineistojen teknisistä vaatimuksista. Esimerkiksi esitettä suunnitellessa on muistettava, että mainonnasta vastaavan henkilön on ymmärrettävä tarpeeksi graafisesta tuotannosta, jotta hän pystyy toimimaan ilmoitusvälineiden ja kirjapainojen kanssa. Koko suunnitteluprosessin voi resurssien puuttuessa antaa myös kirjapainon vastuulle. (Salin 2002, 93.)

Värien avulla viestiin rakennetaan merkityssisältöä, luodaan esteettistä pintaa ja viestin tunnelmaa. Värimaailmaa suunniteltaessa tulisi taas muistaa pohtia, sopiiko väri käsiteltävään aiheeseen. Jos työ on kaksi- tai monivärinen, täytyy päättää, käytetäänkö PMS- vai CMYK-värikoodausjärjestelmää. PMS:llä (Pantone matching system) tarkoitetaan kansainvälistä värikoodausjärjestelmää, joka määrittelee miten paljon kutakin osaväriä käytetään tietyn värisävyn aikaansaamiseksi. CMYK on lyhennelmä nelivärisarjan käyttönimikkeestä. Myös kuvamateriaalin suunnittelu ja hankinta on olennainen osa painotuotteen suunnittelussa. (Loiri & Juholin 1999, 160-162.) Värien ymmärtäminen ja niihin liittyvät tunteet ovat osittain kulttuurisidonnaisia. Yrityksen tai organisaation viestinnässä kannattaa suosia yritysvärien käyttöä. Niiden avulla viestintä on visuaaliselta ilmeeltään yhtenäistä ja yritysvärit vahvistavat yrityksen tunnettuutta. Esimerkiksi ulkoasiainministeriön pääväripaletti koostuu kahdesta väristä, sinisestä ja ns. Engelin keltaisesta. Nämä värit ovat käytössä myös ulkoasiainministeriön tunnuksessa. (Karhu ym. 2005, 278- 280: Ulkoasiainministeriö 2007.)

Painotuotteen otsikon on tarkoitus herättää huomiota. Se voi olla näyttävä ja väreillä tehostettu, kun taas varsinaisen tekstin tulisi olla helposti luettavaa. Yhdessä julkaisussa on järkevää käyttää vain muutamaa eri kirjaintyyppiä eli fonttia, jotta tekstistä ei tulisi liian sekavan näköistä. Fontit tulisi valita toisistaan erottuviksi, jotta ne eivät latista toistensa visuaalista vaikutelmaa ja siten näytä virhevalinnalta. (Karhu ym. 2005, 285-286.) Ulkoasiainministeriön graafisessa ohjeistossa ei ole mainittu suositusta siitä, mikä fonttien lukumäärän tulisi olla yhdessä julkaisussa, mutta siinäkin mainitaan, että yhtenäisen ulkoasun säilyttämiseksi tulisi kirjaintyyppien olla yhtenäisiä (Ulkoasiainministeriö 2007).

Esitteen luettavuus, ulkonäkö ja säilyvyys riippuvat paljon paperin valinnasta. Kiiltäväpintainen paperi soveltuu hyvin niihin julkaisuihin, joissa on paljon kuvia mutta tekstin lukeminen kiiltäväpintaiselta paperilta on hankalaa heijastusten ja kiillon vuoksi. Paperi tai kartonki voidaan myös päällystää eli laminoida filmi- tai muovikalvolla. Laminoitu pinta kestää myös pyyhkimistä kostealla. Päällystetyt mattapintaiset paperit luovat tyylikkään vaikutelman ja ne ovat hyviä sekä kuvien että tekstin kannalta. Kirjapainoilta kannattaa pyytää vinkkejä paperin valintaan. Painotuotteen erottuvuutta ja kilpailukykyä voidaan parantaa myös muilla erikoisratkaisuille, kuten esimerkiksi haitaritaiton avulla. Se on taittelutapa, jossa on kaksi taitetta. Taitteet ovat yhdensuuntaisia, ja toinen taite on sisään- ja toinen ulospäin. (Loiri & Juholin 1999, 172; Karhu ym. 2005, 292.)

Useilla yrityksillä ja organisaatioilla on oma graafinen ohjeistonsa, josta löytyy muun muassa yrityksen käyttämät logot ja muut tunnusmerkit ja mallikappaleet vaikkapa esitteille. Yritysten kannattaa käyttää yhtenäistä visuaalista ilmettä ja graafinen ohjeisto antaa tälle ilmeelle suunta- viivat eri tilanteiden varalle. Ohjeisto voi helpottaa materiaalin suunnittelua ja myös pienentää kustannuksia. Aina pelkkä hyvä ohjeistus ei ole tarpeeksi. Kun omat taidot ja tiedot eivät riitä esitteen tekniseen toteuttamiseen, eli esimerkiksi taittoon ja painamiseen, on hyvä etsiä ammat- tilaisten apua. Tässä auttavat graafiset suunnittelijat ja valokuvaajat. (Karhu ym. 2005, 294.) Myös ulkoasiainministeriöllä on oma graafinen ohjeisto. Ulkoasiainministeriö kertoo laatineen- sa graafisen ohjeistonsa silmälläpitäen visuaalisen ilmeen uudistamista. Ohjeiston avulla luo- daan yhtenäinen ja luotettava mielikuva ja näin ulkoasiainministeriö esiintyy kaikessa mediassa yhdenmukaisen näköisenä. Tämän mielikuvan ylläpitämiseksi on siis tärkeää, että sovelluksia tehdään mahdollisimman keskitetysti ja graafista ohjeistoa noudattaen. Yhtenäinen ohjeisto lisää tunnistettavuutta, sitouttaa yli sadassa eri pisteessä työskentelevää henkilökuntaa sekä vahvistaa yhteyksiä yhteistyökumppaneihin ja sidosryhmiin. Graafinen ohjeisto sisältää ohjeet muun muassa siitä, miten värejä, kirjasintyyppejä ja ulkoasiainministeriön tunnusta tulisi käyt- tää esimerkiksi kutsukorteissa tai PowerPoint-esityksissä. Esimerkiksi ulkoasiainministeriön kaksivärinen tunnus koostuu graafisen ohjeistuksen mukaan kahdesta väristä, jotka ovat sininen PMS 280 M ja keltainen PMS 120 M tai näiden CMYK ja RGB -arvot, riippuen tar- peesta. Ohjeistuksessa painotetaan, että painetut materiaalit, kuten esimerkiksi esitteet suunni- tellaan yleensä suunnittelu-, viestintä- ja mainostoimistoissa. Materiaalien taittamiseen käyte- tään taitto- ja suunnitteluohjelmia. Näissä materiaaleissa myös typografialla on korostuneempi rooli rakentaa yhtenäistä ulkoasiainministeriön ilmettä. (Ulkoasiainministeriö 2007.)

3.4 Painotuotteen teksti ja kieli

Painotuotteen kirjallinen viesti koostuu asiasisällöstä, kieliasusta ja ulkoasusta. Myös paperin- laatu, kuvat ja asettelu vaikuttavat kokonaisuuteen. On tärkeää, että tekstin ulkoasu on yleisil- meeltään miellyttävä, tasapainoinen, helposti luettava ja selkeä. Tekstin silmäiltävyyttä ja luet- tavuutta voi parantaa tekstinkäsittelyn avulla, vaikkapa lihavoimalla tai kursivoimalla tärkeäm- piä kohtia. Korostuskeinoja tulisi tosin käyttää säästeliäästi, jotta ne eivät menettäisi merkitys- tään. (Kaloinen & ym. 2004, 94.) Tekstin sisältöä kannattaa pohtia hyvin ennen kirjoittamaan ryhtymistä. Kun sisältö on päätetty, voi keskittyä ilmaisuun. Sisältöä miettiessä kannattaa muis- taa, että lukija on ihminen, hän lukee mielellään tekstiä, jossa on hänelle uutta tietoa tai tekstiä jossa on uusi näkökulma asioihin. (Uimonen 2004, 14.)

Yhteisöviestinnällä voi rakentaa yhteisökuvaa myös mainonnan avulla. Tätä kutsutaan yhteisökuvamainonnaksi. Yhteisökuvamainontaa käytetään yleensä silloin, kun tavoitellaan suuria kohderyhmiä ja siinä käytetään kaikkia mainonnan tehokeinoja. Suunnitteleamme esite yhdistelee sekä tiedottamista että mainonnan tehokeinoja. Esitelehtisen tavoitteena on herättää lukijan kiinnostus. Mainos on vaikuttamaan pyrkivää viestintää, jonka tavoitteena on tiedottaminen ja vaikuttaminen, asiakassuhteiden luominen ja kaupallisella alalla myös myynnin edistäminen. Mainonnalla voi esimerkiksi kertoa yrityksen olemassaolosta ja toimialasta ja tiedottaa muutoksista palveluvalikoimassa. (Siukosaari 2002, 193-194.) Suunnitteleamme esitteen on tarkoitus nimenomaan tiedottaa ja vaikuttaa nuorten matkailijoiden matkustamisturvallisuuden positiivisella tavalla, joten mainonnan tehokeinojen käyttö on perustelua vaikka mitään yritetään myydä. Esite lisää myös ulkoasiainministeriön tunnettuutta nuorten keskuudessa.

Mainos on oma mediatekstilajinsa, sillä mainokseen usein sisältyy piilovaikuttamista. Mediatekstinä mainos muistuttaa eniten viihdettä, sillä se on faktan ja fiktion, sepitetyn tekstin välimuoto. Näitä käytetään hyväksi mainoksia tehdessä. (Kaloinen, Suntinen & Vallisaari 2004, 278; Salin 2002, 90.) Mainosten kieli pyrkii tavallisesti tehokkuuteen ja huomion herättämiseen. Se voi olla yllättävää, iskevää ja persoonallista. Hyvä mainos käyttää apunaan AIDA-kaavaa (Attention, Interest, Desire, Action), jonka mukaan se herättää huomiota, saa asiakkaat kiinnostumaan tuotteesta ja haluamaan sitä sekä lopulta toimimaan, eli ostamaan tuotteen. Mainoksen kieltä käytetään luovasti, yllättävästi ja tunteisiin vetoavasti. (Kaloinen & ym. 2004, 278-279.)

Tyypillisiä tehokeinoja ovat muun muassa (Kaloinen & ym. 2004, 279.):

- lyhyet, jopa yksisanaiset virkkeet
- tutut sanonnat uudessa merkityksessä
- sanaleikit
- huumori
- murteet ja eri ammattiryhmien slangisanat
- toisto
- perustelut, argumentointi.

On hyvä tietää ennalta, millaisia virheitä mainoksen tekemisessä voi sattua. Yksi yleisimmistä virheistä on se, että mainokseen laitetaan liikaa asiaa. Ensinnäkin, mitä enemmän tekstiä ja sisältöä mainoksessa on, sitä suuremmat ovat yleensä sen kustannukset. Yhdessä mainoksessa

ei voi eikä kannata kertoa kaikkea, mikä yrityksessä tai yrityksen tuotteessa tai palvelussa on oleellista. On mietittävä mikä on tärkeintä ja kerrottava se. Joskus myös liian monimutkainen idea aiheuttaa ongelmia. Lähtökohtana voi esimerkiksi pitää sitä, yleisö ei ole kiinnostunut yrityksestäsi tai sen palveluista, vaan mainonnan tehtävänä on herättää kiinnostus. Näin voi välttää sokeutumisen omalle asialleen mistä haluaa viestiä ja suunnittelee mainoksesta mielenkiintoa herättävän. Graafinen terrori saattaa myös helposti pilata mainoksen. Graafisella terrorilla tarkoitetaan sitä, että graafinen toteutus peittää asian alleen eikä viestittävä asia mene perille kohderyhmälle. Hosuminen ja päättämättömyys aiheuttavat myös huonoa jälkeä mainoksissa. Jos brief, eli toimeksianto yritykseltä mainostoimistolle on hatarasti suunniteltu ja epämääräinen, joudutaan tehtyä työtä monesti myöhemmin korjailemaan. (Salin 2002, 107-110)

3.5 Työohjeen ymmärrettävyys ja luettavuus

Johtuen toimeksiantomme muuttumisesta kesken opinnäytetyön, emme siis toteuttaneet valmista esitettä, vaan loimme siihen sähköisen esiteluonnostelman ja työohjeen. Esitesuunnitelmasta nähdään helposti esitteen visuaalinen puoli ja asettelu. Esitesuunnitelmaa tukemaan teimme työohjeen, jonka tarkoitus on antaa ulkoasiainministeriölle ja myöhemmin myös painotalolle mahdollisimman selkeä ja tarkka kuva siitä, minkälaista sisältöä esitteessä pitäisi mielestämme olla. Miten sitten hyvä työohje voidaan laatia?

Työohjeen tekstin oltava selkeää asiatyylillä, jotta sitä olisi mahdollisimman helppo lukea. Hyvä asiateksti on virkerakenteeltaan ja sanavalinnaltaan yksinkertaista ja ymmärrettävää, mutta silti on hyvä muistaa, että pitkäkin virke voi olla yksinkertaista ja ymmärrettävää. Tekstin luettavuus tarkoittaa yleisesti helppolukuisuutta, johon liittyvät tekstin rakenneominaisuudet, sanavalinta ja ulkoasu. Ymmärrettävyys liittyy tekstin aihepiiriin ja sanaston tuttuuteen. Sekä luettavuus että ymmärrettävyys siis nitoutuvat toisiinsa mutta ovat silti kaksi eri asiaa. (Jääskeläinen P. 2002, 33). Ohjeita tehdessä suunnitelmallisuus on tärkeää, sillä ohjeet on laadittava kohderyhmä ja aihe koko ajan silmällä pitäen. On oltava tarkkana, että ohjeissa selitetään kaikki oleelliset asiat, sillä joskus ohjeet laativa asiantuntija voi jättää tärkeitä asioita selittämättä koska pitää niitä itsestään selvyytenä tai yleistietona. Tällöin piilee vaara, että lukija ei osaa yhdistää ohjeissa olevia asioita ja ei osaa toimia niiden mukaan. (Kylänpää & Piirainen 2002, 111.)

4 Nuorelle omatoimimatkailijalle suunnatun esitteen suunnittelu ja siihen liittyvän työohjeen valmistaminen

Idea esitteen suunnittelusta tuli ulkoasiainministeriöltä. Yhteyshenkilömme ulkoasiainministeriöstä kertoi, että ulkoasiainministeriö haluaa julkaista matkustusturvallisuuden liittyvän esitteen erityisesti nuorille, koska tällaista esitettä ei vielä heillä ole ja tarvetta sille on, koska aikaisemmin julkaistujen esitteiden ei katsota puhuttelevan nuoria. Ulkomailla matkustavien nuorten avunpyynnöt ovat ulkoasiainministeriön mukaan lisääntyneet viime vuosina (Aho S., 25.1.2010).

Aloitimme esitteen sisällön ja ulkoasun ideoinnin yhteistyössä ulkoasiainministeriön edustajan kanssa helmikuussa 2010 toimeksiannosta sopimisen yhteydessä. Tämän opinnäytetyön tekijöiden lisäksi esitteen suunnittelutyöryhmään kuuluivat toimeksiantajan puolelta ulkoasiainministeriön konsuliasioiden yksikön osastosihteerit Sari Aho ja Tuijamari Crosson. Työryhmässä sovimme ensimmäisten tapaamisten aikana muun muassa ulkoasuun ja tekstin sisältöön liittyvistä seikoista. Ulkoasiainministeriön kontaktihenkilömme kertoi, että esitteen kohderyhmä tulisi olemaan nuoret omatoimimatkailijat, ja että esitteen tarkoitus on lisätä tietoutta niistä toimista, mitä omatoimimatkailija voi ennen matkaa ja matkan aikana tehdä parantaakseen omaa matkustusturvallisuuttaan. Ulkoasiainministeriö halusi, että esitteessä kerrottaisiin ainakin matkustusilmoituksesta, matkustustiedotteista ja matkavakuutuksesta. Sen lisäksi toimeksiantajan kanssa sovimme, että esitteeseen voisi laittaa vielä muutamia hyviä vinkkejä, mitä omatoimimatkailijan kannattaa ottaa huomioon vieraaseen maahan ja kulttuuriin matkustettaessa. Ulkoasiainministeriö halusi, että esitteessä tulee olemaan teksti sekä suomeksi että ruotsiksi. Aluksi suunniteltiin, että voisimme suunnitella kaksi samanlaista esitettä, yksi suomen kielellä, toinen ruotsiksi. Koska esitteessä on suhteellisen vähän tekstiä, päätimme kuitenkin suunnitella suomen- ja ruotsinkieliset osiot yhteen ja samaan esitteeseen.

Aluksi esite oli tarkoitus saada valmiiksi jo kesän 2010 tapahtumia varten. Tavoitteena oli edetä esitteen osalta niin, että olisimme saaneet suunnitella esitteen yhteistyössä painoyrityksen kanssa sellaisella aikataululla, että se olisi painettu ennen tämän opinnäytetyön valmistumista. Esitteen suunnittelu- ja toteutusprosessin suunniteltiin etenevän kevään 2010 aikana siten, että ulkoasiainministeriö tekisi toimeksiannon painoalan yritykselle esitteen toteutuksesta, ja me opinnäytetyön tekijöinä antaisimme omia ideoita esitteen sisältöön ja ulkoasuun, jonka jälkeen painoalan yritys hoitaisi esitteen taiton ja painamisen asianmukaisine piirroks- ja julkaisuohjelmineen. Saimme ulkoasiainministeriön yhteyshenkilöltämme tiedot painoalan yrityksestä, joka

on suunnitellut ja painanut aikaisemmin ulkoasiainministeriön esitteitä ja sovimme että voisimme kysyä heiltä ensi alkuun vähän neuvoja suunnittelun aloitukseen. Tapasimme painoalan yrityksen edustajat kaksi kertaa ja saimme heiltä hyviä vinkkejä ja ideoita siitä, millainen on teoriassa hyvä matkustusturvallisuudesta kertova nuorille suunnattu esite ja miten meidän kannattaa sitä lähteä suunnittelemaan. Saimme painoalan yritykseltä myös suuren määrän jo julkaistuja esitteitä, joista voisimme katsoa mallia ja ideoita omaan esitteeseen. Ulkoasiainministeriön kevät oli kuitenkin erittäin kiireinen lukuisten ulkomaisten kriisien vuoksi ja toukokuussa 2010 ulkoasiainministeriö ilmoitti, ettei esitettä voida heidän puolestaan julkaista kesän 2010 aikana resurssipulan vuoksi. Tämä on mielestämme ymmärrettävää, sillä jo kevään aikana koimme välillä kommunikointivaikeuksia ulkoasiainministeriön kiireiden vuoksi. Kuten luvussa 3.1 kerroimme, organisaation ulkopuoliselle ammattilaiselle annettavan toimeksiannon yhteydessä määritellään myös budjetti ja aikataulu, eikä ulkoasiainministeriön puolesta näitä ollut mahdollista tämän esitteen osalta kevään tai kesän aikana laatia. Tämän vuoksi emme voineet jatkaa enempää yhteistyötä painotalon kanssa. Ulkoasiainministeriön yhteyshenkilömme sanoivat, että esitettä ei ole mahdollista painaa vielä kesän eikä alkusyksyn aikana, ja koska halusimme valmistua HAAGA-HELIAsta alkusyksyn 2010 aikana, päätimme yksissä tuumin ulkoasiainministeriön kanssa tehdä toimeksiantoon uuden täsmennyksen niin, että teemme esitesuunnitelman omien ideoiden ja kykyjen pohjalta ja siihen liittyvän työhöön painotaloa varten. Ulkoasiainministeriö suunnittelee painattavansa esitteen meidän laatimamme suunnitelman ja työhöön mukaan niin, että se olisi valmis jakeluun viimeistään vuoden 2011 matkamessuille. Esitettä on tämän lisäksi tarkoitus jakaa matkailuun liittyvissä tapahtumissa sekä nuorisotapahtumissa, kuten kesän musiikkifestivaaleilla.

Ulkoasiainministeriö haluaa, että esitteestä tulee sellainen, jota voi jakaa yleisesti sellaisissa paikoissa ja tilaisuuksissa, joissa esitteen kohderyhmä on edustettuna. Esitteen painomäärää ei vielä tätä opinnäytetyötä tehdessä tarkalleen tiedetä. Esitteen ikää sellaisenaan on melko hankalaa arvioida, koska ulkoasiainministeriö saattaa lanseerata uusia matkustusturvallisuuteen liittyviä palveluita jo lähitulevaisuudessa. Myös vanhat palvelut saattavat jollain tavalla muuttua. Esitesuunnitelmassa annetaan ohjeet siitä, kuinka tehdä matkustusilmoitus tekstiviestillä, ja mikäli tekstiviestipalvelun puhelinnumero muuttuu, olisi uusi puhelinnumero tärkeää päivittää esitteeseen. Näin ollen esitettä ei kannata painaa kerralla kovin suurta määrää. Painotalo pystyy nopealla aikavälillä päivittämään muuttuneet tiedot esitteeseen. Tämän vuoksi jätimme esitteen lay-out -suunnitelmaan kohdan ”päivitys”, johon painotalo voi laittaa materiaalin päivityksen päivämäärän. Näin on tehty ulkoasiainministeriön aikaisemmissa esitteissä.

4.1 Esitteen kohderyhmä ja tavoitteet

Esitteen kohderyhmä on suomalaiset nuoret omatoimimatkailijat. Omatoimimatkailijoista puhuttaessa voidaan törmätä myös termeihin travelleri, reissari, itsenäinen matkaja, reppumatkaja tai budjettimatkaaja, jotka kaikki tarkoittavat samaa asiaa. Tässä opinnäytetyössä puhumme kuitenkin selvyuden vuoksi omatoimimatkailijoista. Omatoimimatkailijat matkustavat yleensä joustavan, itse laaditun matkasuunnitelman mukaan usein kehitysmaihin sijoittuviin kohteisiin tutustuakseen paikalliseen kulttuuriin kun taas omatoimimatkailijan vastakohta, pakettimatkailija, lähtee matkatoimiston järjestämälle, etukäteen maksetulle matkalle. Yleensä omatoimimatkailija haluaa pois tutuilta reiteiltä ja kokee epätavallisia ja uusia elämyksiä. Lisäksi omatoimimatkailija matkustaa yleensä pienellä budjetilla usein yhtenäisinä ajanjaksoina. (Milonoff ym. 2007, 184-186.) Toisaalta, tällainen jaottelu omatoimimatkailijoiden ja pakettimatkailijoiden välillä on hyvin kärjistetty. Voi esimerkiksi olla, että moni pakettimatkailija on todellisuudessa paljon omatoimimatkailijaa aktiivisempi esimerkiksi paikalliseen kulttuuriin tutustumisessa. Esitteen kohderyhmään kuuluu siis sellainenkin omatoimimatkailija, joka ei esimerkiksi välttämättä tutustu matkansa aikana paikalliseen kulttuuriin tai matkusta pienellä budjetilla. Kohderyhmään kuuluu siis matkailija, joka on itse suunnitellut matkansa ja on itse vastuussa esimerkiksi majoitukseen tai aktiviteetteihin liittyvistä valinnoistaan.

Kuten totesimme luvussa 2.1, erityisesti omatoimimatkoihin liittyy aina riskejä ja vaaratekijöitä, joilta ei voi koskaan kokonaan suojautua, mutta matkailija voi kuitenkin omalla toiminnallaan parantaa ennen matkaa ja matkan aikana huomattavasti omaa matkustusturvallisuuttaan. Tämän esitteen strategisena tavoitteena on jakaa tietoa ja lisätä kiinnostusta matkustusturvallisuusasioista erityisesti nuorten omatoimimatkailijoiden ja omatoimimatkaa suunnittelevien keskuudessa, ja loppujen lopuksi saada aikaan se, että nuoret joutuisivat harvemmin hankaluuksiin matkoillaan. Vaikka ulkoasiainministeriö haluaa olla avoin ja kansalaisia palveleva ministeriö, on siltäkin rajalliset resurssit auttaa, ja mikäli matkailijat tietäisivät paremmin matkustusturvallisuutta edistävästä tekijöistä, säästyisi myös ulkoasiainministeriön resursseja. Laadullinen tavoite on se, että siitä tulee helppolukuinen, näyttävä, helposti mukana kulkeva ja informatiivinen. Tämän esitteen tarkoituksena ei ole viestiä kaikista matkustusturvallisuutta edistävästä keinoista, vaan kertoa tärkeimpiä niistä. Esitesuunnitelmaan laitoimme kuitenkin ulkoasiainministeriön internet-sivujen osoitteen, josta esitteen lukija voi etsiä vielä lisätietoa aiheeseen liittyen.

Ulkoasiainministeriö halusi meidän suunnittelevan esitettä siksi, että olemme itse osa esitteen kohderyhmää ikämme ja matkailusuuntautuneisuutemme puolesta. Se, että olemme itse osa kohderyhmää, helpotti suunnitteluprosessia. Tiedämme, millainen esite nuoriin vetoaa. Ehdotimme ulkoasiainministeriölle, että hyvä esite nuorille olisi lyhyt ja ytimekäs, kooltaan pieni. Totesimme luvussa 3.2, että suppea esite sopii hyvin osoitteettomaan suoramarkkinointiin. Uskomme, että esitteen kohderyhmä ei välttämättä tunne matkustusturvallisuusaihetta vielä kunnolla, joten haluamme sisällön olevan suppea ja yksinkertainen.

Joku saattaa ajatella, että esitteet ovat internetin jälkeen tulleet tiensä päähän eikä niitä enää tarvita, kun kaikki tieto löytyy internetistä. Totesimme kuitenkin, että matkailijalle tämä esite on tärkeä, koska harvoin matkan aikana on koko ajan käytettävissä internet, kun taas esite kulkee helposti mukana koko matkan ajan. Esitteessä tärkeimmät matkustusturvallisuutta edistävät toimet on helposti luettavissa ja sisäistettävissä, kun taas internetistä oleellinen tieto tulee etsiä usein monien polkujen kautta.

4.2 Esitteen visuaalisuus ja silmäiltävyys

Ennen esitesuunnitelman graafisen puolen suunnittelua tutustuimme painotuotteiden tekijöille tarkoitettuun ja viestinnän kirjallisuuteen ja poimimme sieltä mielestämme tämän työn kannalta tärkeimmät asiat opinnäytteen tietoperustaan. Koska olemme matkailun liikkeenjohdon opiskelijoita, emme asettaneet tavoitteeksemme oppia esimerkiksi sitä, miten esitteen taitto tarkalleen ottaen toteutetaan, emmekä paneutuneet kovinkaan paljoa esitteen tekniseen toteutukseen.

Haluamme, että esitteestä tehdään tunnelmaltaan ja tyyliältään rento, mutta asiallinen. Tyylinä rentous on otettu mukaan kohderyhmää eli nuoria ajatellen, ja asiallisuus sen sijaan viestin lähettäjää eli ulkoasiainministeriötä ajatellen. Miten tällainen rento ja asiallinen tyyli sitten käytännössä voidaan luoda? Olimme lähdeaineistoon tutustuessa oppineet, että esitteessä tehokeinona voi myös käyttää huumoria. Keksimme, että esitteen nimeksi tulisi Reissuvihko. Reissuvihkohan on käsitteenä nykypäivän nuorille aikuisille tuttu esikoulusta ja ala-asteen ensimmäisiltä luokilta. Se oli koulun ja kodin yhteydenpitoväline, johon opettaja kirjoitti vanhemmille luettavaksi tietoa koululaisen tärkeistä päivämääristä ja tapahtumista. Esitteen nimenä reissuvihko on mielestämme hyvin esitteen käyttötarkoitusta kuvaava. Se on nippu paperia, joka kulkee omistajan matkassa vaikkapa repun pohjalla, ihan kuin ala-aste-aikoina konsanaan.

Totesimme sekä työryhmän että painotalon edustajien kanssa, että tämältyylysen julkaisun kohdalla ulkoasiainministeriön graafista ohjeistoa on turha noudattaa orjallisesti. Otimme graafisesta ohjeistosta kuitenkin muutamia asioita, joita päätimme hyödyntää suunnitelmassa. Käytimme esitesuunnitelmassa ulkoasiainministeriön tunnusta, jonka taustaksi asetimme keltaisen palkin. Näin varmistimme, että tunnus on parhaalla mahdollisella tavalla näkyvissä. Mikäli tunnus olisi ilman palkkia, se ei erottuisi taustastaan asianmukaisella tavalla. Päätimme, että ainoastaan etu- ja takakannessa olisi sininen vihkon kuva, ja muilla esitteen pinnoilla taustana toimi vihkoteemaa noudattaen ruutupaperi. Vihkoteeman käytön jatkamisella tuetaan yhteisiä ja johdonmukaista ulkoasua. Aluksi suunnittelimme, että tausta voisi olla täysin valkoinen, mutta kokeiltuamme valkoista taustaa esitteen pohjana, totesimme sen olevan liian kliinisen ja tylsän näköinen. Kirjoitimme työohjeeseen että ruudukonomainen tausta olisi hyvä ratkaisu ja sen painotalo voi toteuttaa paremmalla teknisellä osaamisella. Lisäksi pohdimme, että reissuvihko voisi näyttää hieman reissussa räjähtäneeltä, joten kirjoitimme työohjeeseen, että lisää reissutunnelmaa saataisiin piirtämällä taustaan tummempia ja vaaleampia läikkä, ikään kuin taustalle olisi kaatunut jotain.

Teimme esitesuunnitelman Word-ohjelman fontillaCalibri. Kirjoitimme työohjeeseen, että kaikista paras ratkaisu tekstin ulkoasuun olisi kuitenkin se, että teksti kirjoitettaisiin käsin vapaalla käsialalla. Se sopisi mielestämme hyvin valitsemaamme taustaan ja esitteen tyyliin. Päätimme jo esitteen suunnittelun alkuvaiheessa työryhmän kesken, että esite tulee olemaan haitarimallinen. Haitaritaitto toimii tässä tapauksessa mielestämme parhaiten, koska tällöin esite on helposti taiteltavissa kasaan pienikokoiseksi lehtiseksi, jonka voi laittaa vaikkapa taskuun tai lompakkoon, on näin ollen myös helppo pitää matkalla mukana.

Kuten totesimme luvussa 3.3, typografisia elementtejä hyödyntämällä herätetään lukijan huomiota ja mielenkiintoa aihetta kohtaan. Uskomme, että valitsemamme ulkoasu onnistuu herättämään nuorten mielenkiinnon esitettä kohtaan konstikkaalla ilmeellään. Kuvien valinnassa pidimme taas mielessämme esitteen aiheen ja kohderyhmän. Tässä esitteessä aihe on mielestämme helposti ymmärrettävissä ja teksti helposti luettavissa, ei kuvien tarvitse enää sisältää tekstiä täydentävää tietoa, vaan ne voivat toimia täysin dekoratiivisina elementteinä. Keksimme, että esitteen takasivua voisi peittää kuva maailmankartasta, johon matkailija voisi esimerkiksi merkitä reittisuunnitelmansa. Muun kuvamateriaalin halusimme edelleenkin liittyvän matkailuun ja kirjoitimme työohjeeseen, että esitteen vapaita kohtia tulisi täydentää matkailuaiheilla kuvilla. Hyvä idea voisi olla, että karttaan maanosien päälle sijoitettaisiin kuvia kullekin maanosalle tyypillisistä esineistä ja asioista, sekä suosituista nähtävyyksistä. Karttaan päätimme

lisäksi vielä lisätä jalanjälkiä. Niiden avulla karttaan saadaan vielä lisää seikkailutunnelmaa. Ulkoasiainministeriön aikaisemmasta esitteestä löysimme myös kuvan symbolipalkista, jossa useita matkailu- ja retkeilyaiheisia symboleita. Mielestämme myös tämän esitteen takasivua koristamaan voisi piirtää symbolipalkin ylös ja sivulle. Suurin osa esitesuunnitelman kuvista on omia kuvia, joihin meillä on käyttöoikeudet. Sen lisäksi esitteen suunnittelussa on käytetty apuna internetistä etsittyjä kuvia, joiden käyttöön meillä ei ole käyttöoikeuksia. Näitä kuvia käytimme suunnittelussa sen vuoksi, että sekä ulkoasiainministeriö että painotalo näkisivät, millaista visuaalista ilmettä haemme työhön. Painotalo voi myöhemmin etsiä vastaanvanlaisia kuvia, joihin heillä on käyttöoikeudet.

4.3 Esitteen tekstin laatiminen

Suomenkielisen tekstin kirjoittaminen sujui melko kivuttomasti, sillä saimme ulkoasiainministeriöltä tarkat ohjeet siitä, mitkä asiat esitteessä olisi oleellista kertoa ja mitä ei. Sovimme työryhmän kesken, että esitteestä tulisi selvitä mitä ovat matkustustiedotteet ja miten niitä luetaan, mikä on matkustusilmoitus ja miten se tehdään, sekä huomautus matkavakuutuksen tärkeydestä. Lisäksi lisäsimme vielä muutaman vinkin mitä omatoimimatkailijan on hyvä huomioida ennen matkaa ja matkan aikana. Niin kuin luvussa 3.4 totesimme, yhdessä mainoksessa ei voi eikä kannata kertoa kaikkea mikä yrityksen tai organisaation palvelussa on oleellista. Koska esitteen on tarkoitus olla sisällöltään melko suppea, ei siihen mielestämme juurikaan tämän enempää kannata laittaa tekstiä. Mikäli esitteessä kerrottaisiin kaikki neuvot ja keinot matkustusturvallisuuden edistämiseksi, tulisi esitteestä varmasti todella monisivuinen, eikä se enää palvelisi tarkoitustaan. Tekstin laatiminen ruotsiksi oli paljon haastavampaa verrattuna suomenkielisen tekstin laatimiseen. Käytimme kääntämisessä apuna suomi-ruotsi-sanakirjaa sekä ulkoasiainministeriön aikaisempia ruotsinkielisiä julkaisuja matkustusturvallisuudesta. Teimme esitteen suomenkielisen tekstin ensin täysin valmiiksi, jonka jälkeen aloitimme tekstin kääntämisen ruotsiksi. Ulkoasiainministeriöllä on kääntäjä, joka tarkistaa ja tarvittaessa kääntää muut kuin suomenkieliset tekstit ennen julkaisua. Vaikka ennen esitteen julkaisua myös meidän suunnittelema esitesisältö menee tarkistettavaksi ulkoasiainministeriön kääntäjälle, pyysimme äidinkielenä ruotsia puhuvaa tuttavaamme kuitenkin valmiiksi vähän tarkistamaan luomaamme tekstiä. Hän antoi hyviä vinkkejä miten korjata muutamia lauseita vähemmän kapulakielisiksi. Hän myös merkkasi tekstiin meille ne kohdat, missä oli vielä kielioppivirheitä, ja korjasimme ne hänen ehdotusten perusteella.

Saimme sekä ulkoasiainministeriöltä että painotalolta useita ulkoasiainministeriön julkaisemia esitteitä, joista saimme vinkkejä myös tämän esitteen suunnitteluun. Koska aikaisemmin jul-

kaistuisissa esitteissä saattaa olla jo osittain vanhentunutta tietoa, käytimme varsinaisena tietolähteenä esitteen asiasisällön kirjoittamisessa ulkoasiainministeriön internetsivuja. Ennen esitteen tekstin suunnittelua tutustuimme vielä painotuotteen ja mainosten julkaisuun liittyvään teoria-tietoon, josta saimme apua oman tekstin laatimisessa. Vaikka suunnittelemamme esite ei varsinaisesti ole mainos, voi esitteekin suunnittelussa hyödyntää mainontaan liittyviä tehokeinoja. Käytimme joitakin nuorille tuttuja slangisanoja laatimassamme tekstissä. Käytimme esimerkiksi sanan ”tarkista” sijasta sanaa ”tsekkaa”, emmekä puhuneet esitteessä matkasta, vaan reissusta. Näin saimme tekstiin mielestämme persoonallisuutta ja vaikuttavuutta kohderyhmää ajatellen.

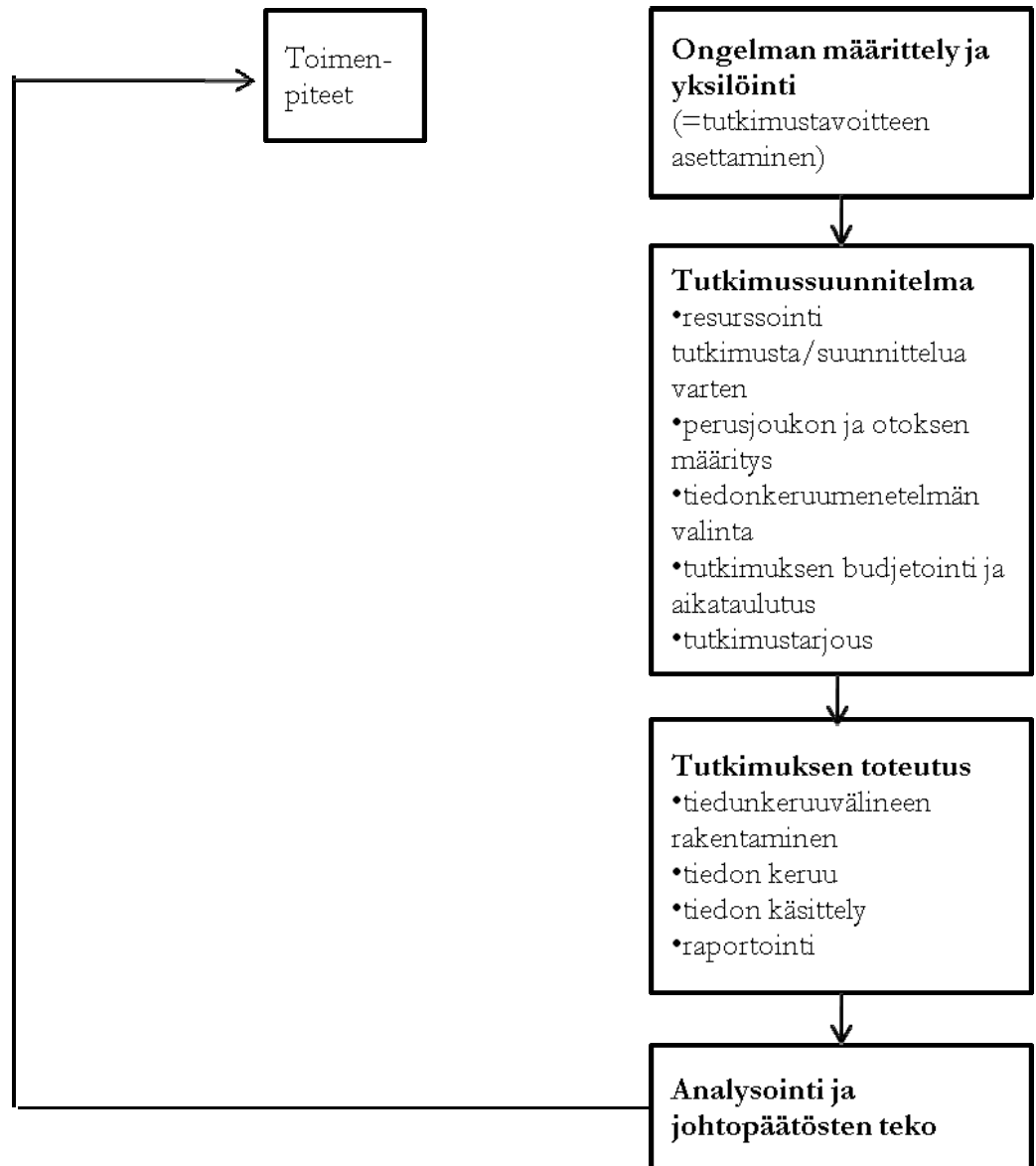
4.4 Työohjeen kirjoittaminen

Teimme työohjeen mahdollisimman selkeäksi ja johdonmukaiseksi, jotta työohjeen vastaanottajat ulkoasiainministeriössä ja painotalossa ymmärtäisivät mitä olemme esitteeseen suunnitelleet. Työohjeessa selvennämme esitteen ulkoasuun liittyviä seikkoja, kuten värimaailmaa ja kirjain-tyyppiä. Työohjeessa pyrimme selventämään erityisesti niitä asioita mitä ei näy esitesuunnitelmassa. Emme tehneet esimerkiksi esitesuunnitelmaan ruutupaperimaista taustaa, koska mielestämme luettavuus esitesuunnitelman luettavuus olisi kärsinyt. Siksi jätimme tämän toteutuksen painoalan ammattilaisten ratkaistavaksi. Lisäksi ajattelimme, että painotalo ja ulkoasiainministeriö saisivat paremman käsityksen ruutupaperi-ideasta jos se olisi työohjeessa esitesuunnitelman sijasta.

5 Kysely omatoimimatkailijan matkustusturvallisuudesta

Tässä luvussa kerrotaan kyselyn toteuttamisesta, tutkimusmenetelmästä ja perehdytään kyselylomakkeen sisältöön. Lisäksi luvussa pohditaan kyselyn validiteettia eli luotettavuutta ja pätevyyttä. Luvussa käsitellään myös keskeinen teoria, joka kyselyn tekemiseen liittyi. Kyselyn tuloksista kerrotaan omissa alaluvuissaan.

Tutkimusprosessi on mahdollista määritellä monin eri tavoin. Kuvio 1 seuraavalla sivulla näyttää yhden yleisimmistä tavoista jaotella tutkimuksen eteneminen. Kuviossa näkyy kaikki ne vaiheet, joiden avulla tutkimusprosessi tyypillisesti kehittyy. Kuviota voi soveltaa niin erillistutkimukseen kuin jatkuvaan tutkimukseen. Jatkuvassa tutkimuksessa tulee kiinnittää huomiota tutkimuksen toteutus-, analysointi- ja johtopäätösten teko-osioihin, sillä luonnollisesti jatkuvan tutkimuksen muuttuvat tulokset vaativat reagoimista uusien tuloksien perusteella. Erillistutkimuksessa viimeiset prosessit tehdään vain yhden kerran ja siten prosessin viimeiset osiot ovat myös kertaluonteisia. (Rope, 2000, 435.) Tutkimuksemme on kertaluonteinen erillistutkimus eikä suunnitteilla ole ainakaan lähitulevaisuudessa jatkaa samaa tutkimusta.



Kuvio 1 Tutkimusprosessin vaiheistus (Rope, 2000, 435)

5.1 Ongelman määrittely ja yksilöinti

Tutkimus on prosessi, johon kuuluvat perehtyminen aiheeseen, suunnitelman laadinta, tutkimuksen toteutus ja tutkimusselosteen laadinta (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 63). Tutkimusprosessin alkaessa on yleistä asettaa tutkimuksen pääongelma, jonka analysointi ja täsmen-täminen johtavat siihen, että tutkimukseen saadaan osaongelmat tai toiselta nimeltään alaongelmat. Joskus kuitenkin tutkimuksessa voi olla vain yksi ainoa ongelma, tai joukko samantasoisia ongelmia, jolloin jakoa pää- ja alaongelmiin ei kannata välttämättä tehdä. (Hirsjärvi ym.

2007, 122.) Ulkoasiainministeriö halusi meidän tutkivan nuorten tämänhetkistä asennoitumista matkustusturvallisuusasioihin ja miten he etsivät tietoa matkustusturvallisuudesta. Tutkimukseen haluttiin myös linkittää nuorilla vahvasti elämään kuuluva sosiaalinen media ja saada tietoa miten sitä voitaisiin hyödyntää matkustusturvallisuusasioissa.

Ongelman määrittely pitää viedä yksilöidylle tasolle, sillä kaikki ne asiat joita halutaan selvittää, tulee yksilöidä heti tutkimusprosessin ensimmäisessä vaiheessa. Jotta tutkimus onnistuisi, on se rajattava tiukasti vain olennaisiin asioihin. Ongelman määrittelyprosessissa on lisäksi selvitettävä, löytyykö luotettavista lähteistä, vaikkapa erityisestä tietopankista tai vastaavasta lähteestä, valmiiksi hyödynnettävää tietoa käynnistettävään tutkimukseen. Ajankohtaisessa erillistutkimuksessa on tosin luonnollisesti harvemmin kovinkaan paljon valmista tietoa saatavilla. Kun ongelman yksilöity määrittely on suoritettu, tulee sen jälkeen täsmentää kirjallisesti tutkimustavoite, eli mihin yksilöityihin seikkoihin tutkimuksen pitää antaa vastaus, mikä on tutkimuksen perusjoukko sekä tutkimuksen toteutuksen aikataulu. (Rope 2000, 436.) Tutkimusongelman selvittämisessä voi käyttää useampaakin eri tiedonkeruumenetelmää, mutta yleensä realistisia ja toimivia menetelmiä yhtä tiettyä tutkimusongelmaa kohden ei ole montaa. Yleensä tutkija tekee mahdollisista tutkimusmenetelmistä toimeksiantajalle perustellun ehdotuksen, jonka jälkeen toimeksiantajan on helpompi hyväksyä ehdotus. Toimeksiantajalle on kuitenkin hyvä kertoa, mitkä ovat hyvät ja huonot elementit kussakin menetelmässä, jotta toimeksiantajalle jää selkeä kuva tutkimuksesta odotettavissa olevista tuloksista. (Rope 2000, 439.) Ulkoasiainministeriön edustajien kanssa neuvoteltuamme, näimme parhaimmaksi tutkimustavaksi kvantitatiivisen kyselytutkimuksen. Näin oli mahdollista saada suurempi joukko vastauksia, joiden perusteella pystyttäisiin paremmin tekemään johtopäätöksiä yksittäisten kysymysten kohdalla. Ehdotimme ulkoasiainministeriölle myös kvalitatiivista tutkimustapaa. Tämä nähtiin kuitenkin huomommaksi tavaksi, sillä ulkoasiainministeriöllä oli joukko yksittäisiä, melko yksinkertaisia kysymyksiä joihin se halusi vastauksia. Tarvetta mennä syvemmälle esimerkiksi tutkimukseen vastaavan haastattelun muodossa tutkimusongelman kanssa ei nähty. Kun suunnittelimme kyselyn toteuttamista, näimme parhaimmaksi tiedonkeruumenetelmäksi Internet-pohjaisen Webropol-ohjelman. Kerroimme toimeksiantajalle, että koulun opiskelijarekisterin avulla kysely voidaan lähettää suurelle joukolle opiskelijoita, joten vastauksia on suhteellisen helppo saada tällä tavalla.

5.2 Tutkimussuunnitelma

Ongelman määrittelyyn perustuvan tutkimustavoitteen on oltava niin täsmällinen, että sen perusteella voi tehdä tutkimuksen toteutuksen ohjeistava tutkimussuunnitelma. Tutkimuksen

resursointi tarkoittaa tutkimusammattitaidon käyttämistä tutkimusongelman ratkaisemisessa. Tutkimusammattitaidolla voidaan tarkoittaa vaikkapa eri alojen konsultteja tai opiskelijoita. On olennaista, että tutkimuksen toteuttajilla on riittävä kokemus ja tietotaso tutkimuksen tekemiseen liittyen. (Rope, 2000, 436-437.) Ulkoasiainministeriön kanssa keskustelimme omista kyvyistä ja kiinnostuksen kohteista opinnäytetyön suhteen ja molempia osapuolia hyödyttäväksi toimeksiannoksi muodostui kyselyn toteuttaminen. Kyselyn tekemisestä meillä oli jo kokemusta ja riittävä tietotaso, joten se tuntui luontevimmalta ratkaisulta.

Kerättävän aineiston koko on tärkeää säädellä sellaiseksi, että sen keruuseen ja lopuksi tulosten analysointiin ei mene liikaa aikaa. Tutkiessa jotain ongelmaa on tarkoituksena saada tulokseksi päätelmiä, jotka ovat yleistettävissä. Tutkijan tehtävänä on valita perusjoukko, ja poimia tästä joukosta edustava otos. Otanta voidaan tehdä esimerkiksi satunnaisotantana, systemaattisena otantana, ositettuna otantana tai ryväotantana. Otokoko määräytyy tulosten tarkkuustavoitteen kautta ja mitä tarkemmin otannassa saatuja tuloksia halutaan yleistää vastaamaan koko perusjoukon näkemystä, sitä suurempi otos täytyy ottaa. Otoksoon voi ratkaista, kun tutkija on päättänyt mitkä ovat tutkimuksen tavoitteet, miten tarkkoja perusjoukkoa vastaavia tunnuslukuja on tarkoitus saada, kuinka monta eri tekijää on aikomus tarkastella samanaikaisesti ja miten homogeeninen perusjoukko on. (Hirsjärvi ym. 2007, 174-175.) Pohdimme alkukevään aikana ulkoasiainministeriön yhteyshenkilömme kanssa järkevintä ja nopeinta tapaa kerätä tietoa tulevan tutkimuksen perusjoukosta eli nuorista ja kerroimme hänelle, että HAAGA-HELIAN kautta on mahdollista lähettää vastauspyyntö ja linkki kyselyyn WinhaPro-opiskelijahallintajärjestelmästä ryhmäsähköpostituksena. Tämä vaihtoehto todettiin yhdessä hyväksi, ja kysely päätettiin lähettää HAAGA-HELIAN Haagan toimipisteen läsnä oleville suomenkielisten koulutusohjelmien opiskelijoille, josta siis muodostui kyselytutkimuksen otos. Kyselytutkimuksen otosta eli sitä joukkoa jolle kysely lähetettiin, ei voida pitää erityisen kattavana koko perusjoukkoon nähden. Tämä johtuu lähinnä siitä, että otos edustaa ainoastaan hotelli-, ravintola- ja matkailupuolen opiskelijoita, jotka ovat jo opiskelutaustansa puolesta ehkä muita nuoria matkailuorientoituneempia. Toisaalta, koska kyselyssä painotettiin erityisesti oma-toimimatkailua, voi tästä matkailuorientoituneisuudesta olla myös hyötyä otoksen edustajien matkailukokemuksen vuoksi.

Valittaessa tiedonkeruumenetelmää on otettava huomioon kolme eri keskeistä tutkimuksen onnistumiseen vaikuttavaa tekijää:

- valittavissa olevien menetelmien soveltuvuus ja toimivuus suhteessa tutkimusongelman selvittämiseen
- hinta
- luotettavuus/kadon vaikutus. (Rope 2000, 439.)

Helmikuuisessa tapaamisessa ulkoasiainministeriössä parhaimmaksi tavaksi kerätä tietoa kohde-ryhmästä todettiin kvantitatiivinen kysely HAAGA-HELIAN Haagan toimipisteen opiskelijoille, koska sitä kautta arvioimme saavamme hyvän vastaajamäärän nopeasti, sillä tiesimme olevan mahdollista lähettää opiskelijoille kysely sähköpostitse koulun rekisterin avulla. Näin ollen toteutimme HAAGA-HELIAN Haagan toimipisteen opiskelijoille kyselyn, joka lähetettiin toukokuussa 2010.

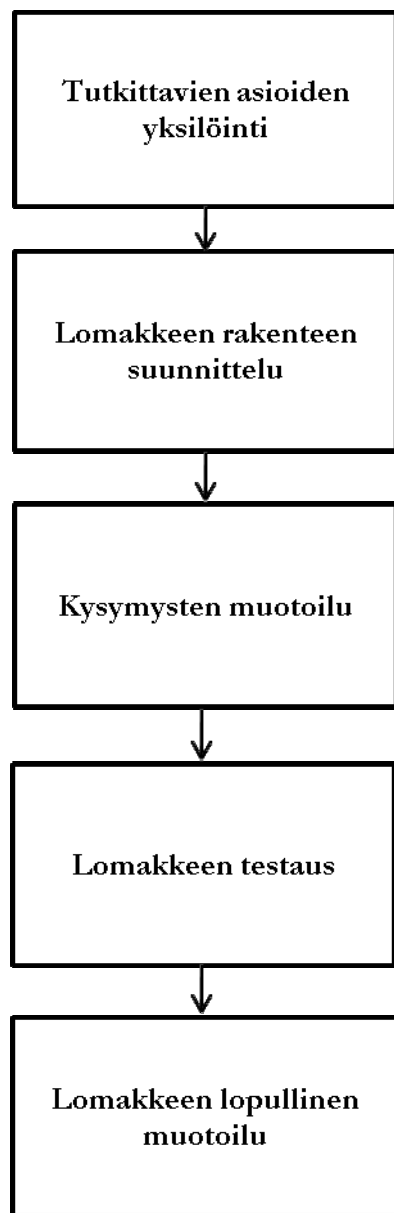
Kvantitatiivisessa tutkimuksessa on tärkeää, että havaintoaineisto soveltuu numeeriseen mittaamiseen ja että tutkittavat henkilöt valitaan tarkasti. On syytä valita perusjoukko, johon tutkimuksen tulosten täytyy päteä ja tästä perusjoukosta otetaan otos. Kvantitatiiviselle tutkimukselle on tyypillistä myös se, että muuttuja muodostetaan taulukkomuotoon ja aineisto muunnetaan tilastollisesti käsiteltävään muotoon. Saaduista tuloksista tehdään päätelmiä tilastolliseen analysointiin perustuen ja tuloksia voidaan kuvailla esimerkiksi prosenttitaulukoiden avulla. (Hirsjärvi ym. 2007, 135-136). Yleisesti ottaen kvantitatiivisilla menetelmillä saadaan pinnallista mutta luotettavaa tietoa, kun taas kvalitatiivisilla menetelmillä syvällisempää, mutta huonosti yleistettävää tietoa. (Ojasalo ym. 2009, 108.)

Tutkimussuunnitelmaan konkretisoituu aina tutkijan tekemä kirjallinen tarjous, josta näkyy muunmuassa tutkimuksen tavoite, tiedonkeruumenetelmä, perusjoukko ja mahdollinen tutkimustulosten esittely. (Rope, 2000, 440.) Tutkimuksen budjetointi ja aikataulu sovitaan yhteistyössä tutkimuksen toteuttajan sekä toimeksiantajan kanssa. Tyypillisesti näihin vaikuttavat tekijät ovat tiedonkeruumenetelmä, otannan koko ja raportoinnin taso. (Rope, 2000, 439.) Tutkimussuunnitelmassamme ei tarvinnut tehdä kirjallista tarjousta eikä laatia kyselylle budjettia, sillä sovimme että toimeksiannosta ei makseta palkkaa eikä kyselyn toteuttaminen aiheuta kuluja meille tai ulkoasiainministeriölle. Aikataulullisesti ulkoasiainministeriön toiveena oli saada kysely valmiiksi kesän aikana. Sovimme päivämäärät milloin kyselyn runko oli valmis jonka jälkeen ulkoasiainministeriö tarkisti ja hyväksyi, jonka jälkeen vielä hioimme sen valmiiksi. Tämän lisäksi kysely piti hyväksyttää opinnäytteen ohjaajalla koulun puolesta. Aikataulutus oli eläväinen kevään aikana johtuen ulkoasiainministeriön kiireistä.

5.3 Tutkimuksen toteutus

Kvantitatiiviset tutkimukset tehdään yleensä strukturoituun muotoon, jossa tiedonkeruuvälineen keskeisimpinä periaatteina ovat mahdollisimman helppo tietojen kerättävyys ja merkitseminen vastaajalle, selvitettävien asioiden yksiselitteisyys sekä vastaamisen keventäminen. (Rope, 2000, 440.)

Kysely- ja haastattelututkimuksen lomakkeen laadinta voidaan kuvata seuraavan prosessin avulla



Kuvio 2. Tutkimuslomakkeen laatimisen vaiheet. (Rope, 2000, 441.)

Tutkittavien asioiden yksilöinti tulee tehdä niin, että kaikki tutkittavat asiat ja taustaryhmät määritellään sellaisella tarkkuudella kuin tutkimuksen tulosten analysoinnissa on tarkoituksenmukaista käyttää tai joka toimeksiantajaa kiinnostaa. Asiat, joita ei kysytä, eivät ole johtopäätösten pohjana. Esimerkiksi, jos taustamuuttujana käytetään ikää, tulee mahdollisimman tarkasti määritellä ne muuttujaluokat, jotka vedettäessä tutkimuksen johtopäätöksiä saattavat toimeksiantajaa kiinnostaa. (Rope, 2000, 441.) Koska kohderyhmänä olivat erityisesti nuoret,

mietimme ensin että jättäisimme aikuisopiskelijat kyselyn ulkopuolelle, mutta myös heidän joukossa on nuoria opiskelijoita, joten päätimme sisällyttää heidät kyselyn otokseen. Osittain tästä syystä otimme kyselyn yhdeksi muuttujaksi iän, jonka ansioista pystyisimme tarvittaessa rajaamaan esimerkiksi yli 35-vuotiaiden vastaukset pois.

Kysely on yksi survey-tutkimuksen keskeisimmistä menetelmistä. Siinä kerätään aineistoa standardoidusti ja siinä koehenkilöt muodostavat otoksen tietystä perusjoukosta. Kyselytutkimuksessa on etuna se, että sen avulla voi kerätä laajan tutkimusaineiston. Vastaajia on suhteellisen helppo saada paljon ja siinä voidaan kysyä monia asioita. Usein kyselytutkimuksessa saatu aineisto on melko helposti käsiteltävissä tallennettuun muotoon ja se voidaan analysoida tietokoneella. (Hirsjärvi ym. 2007, 189- 190). Tämän opinnäytetyön kyselyyn vastanneet saivat sähköpostitse linkin Webropol-ohjelmalla laadittuun kyselylomakkeeseen, jonka täytettyään he pystyivät lähettämään vastauksena sähköisesti suoraan tutkijoille Webropol-tietokantaan. Webropol-ohjelmaa pääsimme käyttämään anottuamme siihen ensin lupaa koulultamme. Valitsimme Webropol-ohjelman, koska meillä on aiempaa kokemusta sen käytöstä ja mielestämme sillä on tämän kaltainen kysely helpointa ja nopeinta toteuttaa. Webropol-ohjelman vahvuus on myös sen selkeys ja yksinkertaisuus. Esimerkiksi linkin kyselystä voi suoraan lähettää vastaajille sähköpostiin. Webropol-ohjelmassa on myös työkaluja, kuten ristiinvetotaulukoita, joissa voidaan vertailla eri muuttujia keskenään, eli millä tavalla ne vaikuttavat toisiinsa. Toteuttamamme kyselyn kohdalle ristiinvetoja ei silti ole tarkoituksenmukaista tehdä liikaa, sillä kyselymme vastauksista saatu tieto oli niin selkeää, että ristiintaulukoinnin hyödyllisyys olisi kyseenalaista. Vertailimme ainoastaan iän vaikutusta vastauksiin tiettyjen kysymyksen kohdalla.

Vastaamisprosentin suuruuteen vaikuttaa eniten tutkimuksen aihe. Kuitenkin kysymysten ja koko lomakkeen huolellisella suunnittelulla tehostaa tutkimuksen onnistumista. Kysymysten laatimisessa voi käyttää muotoilutapana esimerkiksi avointa kysymystä tai monivalintakysymystä. Avoin kysymyksen ajatus on, että kysymyksen perään jätetään avoin tila, johon vastaaja saa vapaasti kirjoittaa vastauksensa omin sanoin. Monivalintakysymykseen on annettu vastausvaihtoehtoja, joista täytyy valita joko yksi tai useampia. Monivalintakysymyksen vastausvaihtoehtojen jälkeen voi tutkittavalle esittää vielä avoimen kysymyksen, jolla voi saada esiin sellaisia näkökulmia, joita tutkija ei ole tajunnut etukäteen ottaa huomioon. (Hirsjärvi ym. 2007, 191-194.) Päätimme jättää avointen kysymysten määrän vähäiseksi, sillä se yleensä tekee kyselystä pidemmän tuntuisen ja siten motivaatio kyselyyn vastaamiseen voi vähentyä. Avoimien kysymysten vastauksia on myös jonkun verran hankalampi analysoida ja se vie myös enemmän aikaa, ja osa vastauksista saattaa helposti mennä aihepiiriin ulkopuolelle. Halusimme tehostaa

tutkimuksen onnistumista avaamalla kyselylomakkeella kohderyhmälle muutamia käsitteitä ja termejä kuten esimerkiksi matkustustiedote ja matkustusilmoitus, joiden ymmärtäminen on tärkeää vastaamisen kannalta.

Tutkimuslomakkeeseen sisältyy kaksi eri osaa: saatekirje ja tutkimuslomake. Saatekirjeen tavoite on motivoida vastaamaan tutkimukseen. Saatekirjeeseen kannattaa nähdä vaivaa ja käyttää aikaa, sillä epäonnistunut saatekirje voi pilata edellytykset onnistuneeseen tutkimukseen. Saatekirjeessä tulisi rohkaista tutkittavaa vastaamaan ja siinä tulisi kertoa kyselyn tarkoituksesta ja tärkeydestä, merkityksestä vastaajalle. Siinä tulisi myös ilmoittaa mihin mennessä lomake on palautettava ja pyytää pikaista palautusta. Myös vastauksesta kiittäminen kirjelmän lopussa on tärkeää. Itse tutkimuslomakkeessa erityistä huomiota kannattaa kiinnittää siihen, että tutkimus ei näytä liian pitkältä ja vaikeasti täytettävältä, sillä se saattaa ehkäistä vastaajaa vastaamasta. Sen tulisi myös näyttää helposti täytettävältä ja olla ulkoasultaan moitteeton ja rakenteen tulisi edetä loogisesti. Tutkimukseen vastaamiseen vaikuttaa sen todellinen pituus ja silmämääräinen pituus, jonka mittarina toimii yleensä sivumäärä. Mitä enemmän sivuja, sitä vähemmän vastaajalla on halua osallistua tutkimukseen. Juuri tämän vuoksi kannattaa muotoilla kysymykset ja tutkimuksen ulkoasu siten, ettei lomakkeesta tule pidempää kuin käytännössä on välttämätöntä. (Rope 2000, 442-445; Hirsjärvi ym. 2007, 199) Kysymysten muotoilu on muutenkin tärkeää, sillä yhdestäkin sanasta voi riippua kysymyssidältö ja siten myös vastaukset. Tutkimuslomakkeessa voi olla sekä avoimia että vastausvaihtoehdoiltaan rajattuja kysymyksiä. Avoimia kysymyksiä on syytä esittää vain silloin, kun vaihtohtokysymyksiä ei voi käyttää vastausten saamiseen. Tämä sen takia, että vastaajat ovat usein haluttomia vastaamaan avoimiin kysymyksiin tai annetut vastaukset ovat ylimalkaisia. Vaihtoehdot rajaavien kysymysten suunnittelun kanssa on syytä muistaa muutamia periaatteita niitä laadittaessa. Kysymyksessä on oltava kaikki mahdolliset kysymykseen liittyvät vaihtoehdot, mikä voidaan varmistaa tarvittaessa vastausvaihtoehdolla ”muu, mikä _____”. Vastausvaihtoehtojen tulee olla toisensa poissulkevia niissä tapauksissa, kun valittavissa on vain yksi vastaus useista kysytyistä vaihtoehdoista. Lisäksi yksi vaihtoehto voi sisältää vain yhden merkityssisällön, eli ei voida kysyä kahta ominaisuutta yhdessä vastausvaihtoehdossa. (Rope, 2000, 442.) Päätimme keväällä kyselyä suunnitellessa, että teemme siitä niin lyhyen kuin se tutkimuksen kattavuuden puolesta on vain mahdollista. Totesimme itse moniin kyselyihin vastanneina, että mikäli kyselylomake näyttää pitkältä ja monimutkaiselta, vastausmotivaatio laskee eikä kaikkiin kysymyksiin jaksa välttämättä perehtyä kunnolla. Halusimme herättää jo sähköpostin otsikossa potentiaalisten vastaajien mielenkiinnon kysymällä ”Matkustatko sinä turvallisesti?”, ja kyselyn saatekirjeessä kerroimme muun muassa lukijalle, että vastaamiseen menee vain muutama minuutti. Uskomme, että yksi syy

suureen vastausmäärään on todennäköisesti se, että onnistuimme hyvin saatekirjeen ja kysymyslomakkeen teossa.

Kun kvantitatiivisen haastattelun tutkimuslomake on saatu valmiiksi, tulee se aina testata. Vaikka se olisi rakennettu äärimmäisen huolellisesti, on silti hyvä pyytää kohdejoukkoa edustavia henkilöitä vastaamaan lomakkeeseen. Ei ole tarkoituksenmukaista tehdä testaamista viittä henkilöä suuremmalla ryhmällä, kunhan huomioivat erityisesti lomakkeen ohjaustekstien selkeyden, vastausvaihtoehtojen sisällöllisen toimivuuden ja mahdollisen kysymyksiin vastaamisen raskauden. (Rope, 2000, 443-444.) Ennen kyselyn lähettämistä opiskelijoille lähetimme linkin kyselyyn aluksi vain viidelle HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulussa opiskelevalle tai opiskelleelle, ja näin ollen testiryhmä edusti hyvin varsinaisen kyselytutkimuksen kohderyhmää. Koevastaajien palautteen pohjalta teimme muutamia korjauksia lähinnä kysymysten selkiyttämiseksi ja saimme kyselyn valmiiksi 25.5.2010. Saatekirje ja linkki kyselyyn lähetettiin sähköpostitse kohderyhmälle 26.5.2010. Kyselyn tekijät voivat myös lähettää muistutusviestin kyselyn vastaanottajille ensimmäisen lähetykserran jälkeen, jos vastauksia toivotaan vielä saatua enemmän (Hirsjärvi ym. 2007, 191- 194). Lähetimme kohderyhmälle muistutusviestin 7.6.2010. Muistutusviestin alussa totesimme, että jos vastaanottaja oli jo vastannut kyselyyn, viesti oli aiheeton. Suljimme kyselyn lopullisesti 16.6.2010.

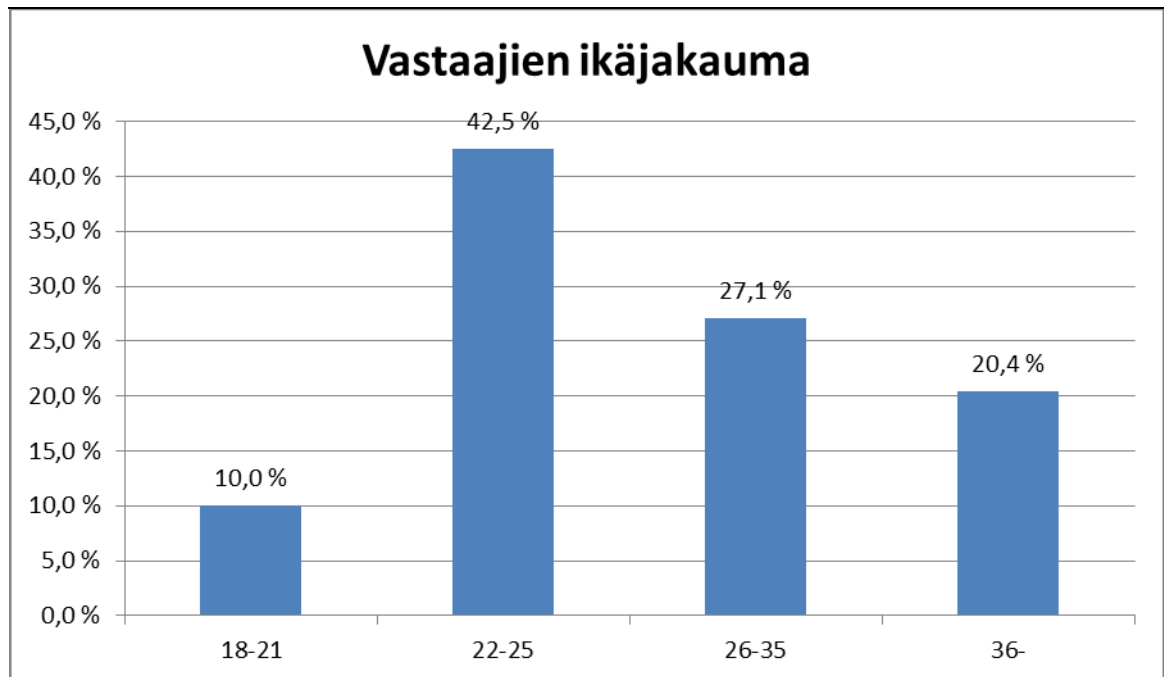
5.4 Tulosten analysointi

Analyysivaiheessa käy ilmi, minkälaisia vastauksia tutkija on tutkittavilta henkilöiltä saanut. Samaisessa vaiheessa voi myös selvittää, miten tutkimusongelmat olisi oikeastaan pitänyt asettaa. (Hirsjärvi ym. 2007, 216.)

Kysely lähetettiin sähköpostitse 905:lle suomenkielisissä koulutusohjelmissa opiskelevalle, läsnä olevalle Haaga-Helian Haagan toimipisteen opiskelijalle. Heistä 240 vastasi kyselyyn, joka tekee vastausprosentiksi 26,5 %. Osaan kysymyksistä tuli enemmän kuin 240 vastausta, joka johtuu siitä että vastaaja pystyi valitsemaan useamman kuin yhden vastausvaihtoehdon. Huomattavaa on, että vastaajista lähes puolet oli 26-vuotiaita tai vanhempia. Tämä on kyselyn validiteetin kannalta hyvä asia, koska heillä on todennäköisesti ikänsä vuoksi enemmän kokemusta tehdyistä omatoimimatkoista ja siten osaavat antaa mielenkiintoisia vastauksia.

5.4.1 Vastaajien taustatiedot

Kyselyn taustatietoihin ei nähty tarpeelliseksi valita montaa eri muuttujaa. Tärkein taustatietoihin liittyvä kysymys on vastaajan ikä, koska siten voidaan eritellä muuttuvatko vastaukset iän perusteella. Kuitenkin havaitsimme, ettei kyselyn vastauksissa ollut merkittävää eroa iän perusteella tarkasteltuna.



Kuvio 1. Vastaajien ikäjakauma

Kyselyyn vastanneista 10 % (24 vastaajaa) oli 18-21 –vuotiaita, 43 % (102 vastaajaa) 22-25 –vuotiaita, 27 % (65 vastaajaa) 26-35 –vuotiaita ja 20 % (49 vastaajaa) oli yli 36 –vuotiaita.

Muita kyselyn taustatietokysymyksiä

Kysyttäessä vastaajilta, ovatko he joskus tehneet omatoimimatkan ulkomaille, lähes jokainen (92 %) vastasi myöntävästi. Matkavakuutuksen ottaa aina ulkomailta matkustettaessa neljä viidestä (80 %) vastaajasta, vajaa 15 % ottaa kohteesta riippuen ja 5 % vastaajista ilmoittaa, ettei ota koskaan matkavakuutusta.

5.4.2 Matkustusilmoitus

Vastanneista ylivoimaisesti suurin osa (70,4 %) näkee kätevimpänä tapana tehdä matkustusilmoituksen ulkoasiainministeriön Internet-sivuilla. Tällä hetkellä ulkoasiainministeriöllä ei ole web-pohjaista matkustusilmoituslomaketta Internet-sivuillaan, vaikka kysyntää sille kyselyn mukaan olisi. Tekstiviestitse tehtävä matkustusilmoitus on seuraavaksi suosituin vaihtoehto (15,7 %). WAP-palvelu ei sen sijaan ole suosittu vastaajien keskuudessa (1,7 %).



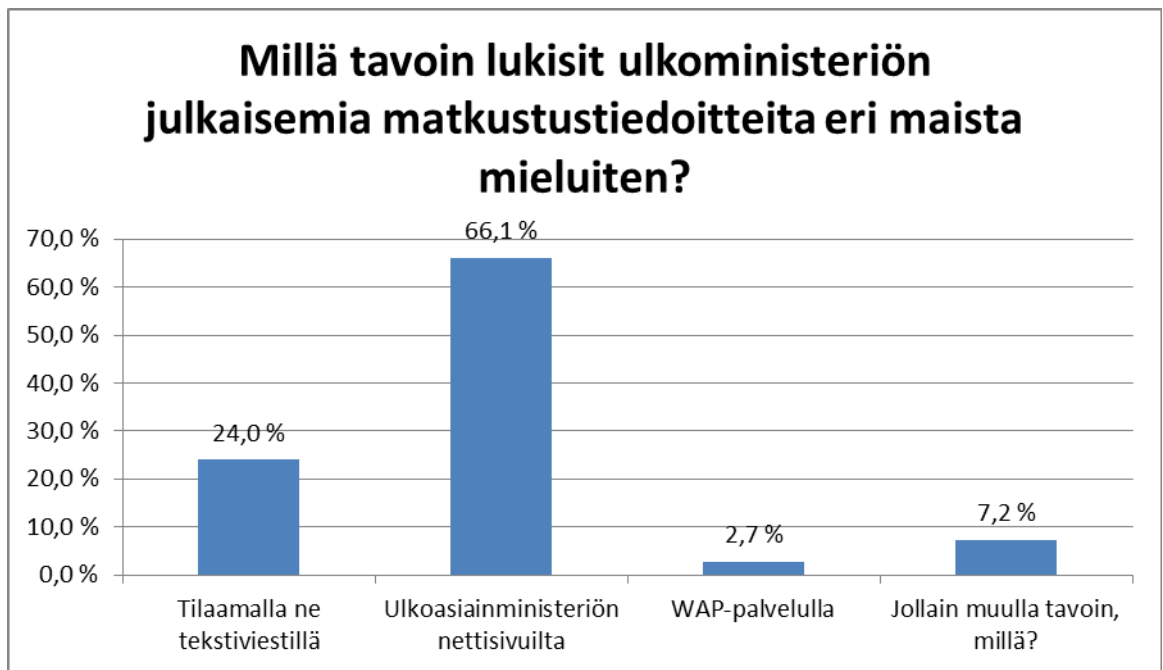
Kuvio 2. Matkustusilmoitus

5.4.3 Seurantapalvelu

Norjassa on käytössä malli, jossa norjalaisen matkapuhelinliittymän omistavat matkustajat voidaan paikallistaa ilman erillistä matkustusilmoitusta. Tätä taustaa vasten kysyttiin ”hyväksyisitkö sellaisen palvelun, jonka avulla ulkoasiainministeriö voisi seurata matkustajan liikkeitä ulkomailla matkapuhelinverkon avulla kriisi- ja hätätilanteissa”. 85 % sallisi tämän palvelun käytön kriisi- ja hätätilanteessa.

5.4.4 Matkustustiedotteet

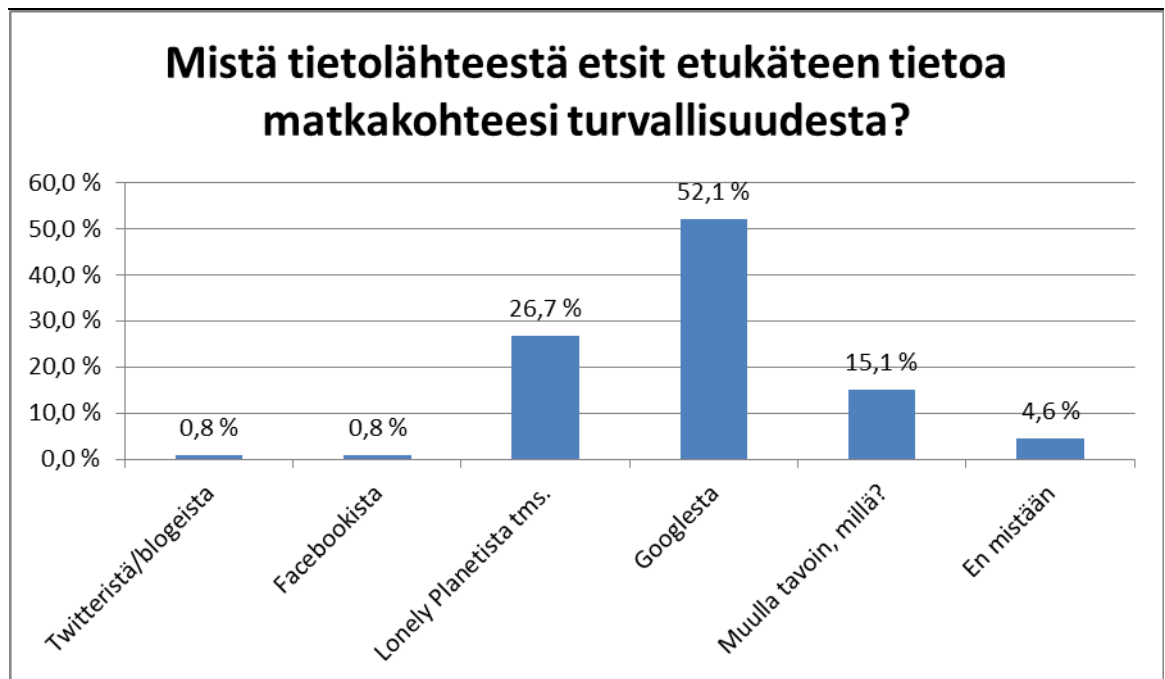
Enemmistö vastaajista (66,1 %) lukisi mieluiten matkustustiedotteet ulkoasiainministeriön Internet-sivuilta. 24 % tilaisi tekstiviestitse matkustustiedotteen, joten se on toiseksi suosituin vaihtoehto. Wap-palvelun avulla niitä lukisi 2,7 %. 7,2 % vastaajaa lukisi matkustustiedotteita jollain muulla tavoin. Ylivoimaisesti suosituin avoimista vastauksista oli sähköpostiin tilattava matkustustiedote, mutta kannatusta oli myös postitetulle paperiselle matkustustiedotteelle ja teksti-tv:stä luettavalle matkustustiedotteelle.



Kuvio 3. Matkustustiedotteet

5.4.5 Matkakohteen turvallisuus

Tässä kysymyksessä oli myös havaittavissa yhden vastausvaihtoehdon suosio muihin nähden. 52,1 % vastaajista etsisi etukäteen tietoa matkakohteen turvallisuudesta tietoa Google - hakupalvelun avulla. Seuraavien vastausvaihtoehtojen välillä oli enemmän hajontaa, mutta toiseksi suosituin tietolähde oli Lonely planet tai vastaavat matkailusivustot 26,7 % prosentilla. 4,6 % vastaajista ei hae etukäteen tietoa matkakohteen turvallisuudesta. 0,8 % vastaajista etsii tietoa Twitteristä, blogeista sekä yhteisöpalvelu Facebookista. Muulla tavoin tietoa matkakohteen turvallisuudesta etsii 15,1 % vastaajista. Moni heistä kysyy tietoa tuttaviltaan tai kavereiltaan, jotka mahdollisesti ovat aikaisemmin käyneet kyseisessä matkakohteessa. Muista Internet-sivuista tyypillisiä vastauksia olivat ulkoasiainministeriön sivut, matkanjärjestäjien Internet-sivut ja TravelWiki. Jokunen vastaaja etsii tietoa myös sanomalehdistä.



Kuvio 4. Matkakohteen turvallisuus

5.4.6 Sosiaalisen median käyttäminen kriisitilanteissa

”Jos joudut itse tai joku lähimmäisistäsi joutuu kriisitilanteen keskelle ulkomailla, millä tavoin käyttäisit sosiaalista mediaa viestimiseen tai tiedon etsimiseen?” Tähän avoimeen kysymykseen tuli vastauksia laidasta laitaan, mutta ylivoimaisesti suosituin vastaus oli Facebook. Siellä useat vastaajat ilmoittaisivat omasta tilanteestaan läheisilleen ja etsisivät lisätietoa kriisistä

tiedottavilta tahoilta. Facebookin hyväksi puoleksi sanottiin tiedon välityksen nopeus ja suuri vastaanottajamäärä. Osa vastaajista viestisi myös Twitter-palvelun avulla tilanteestaan muille. Muita vastaajien ehdottamia viestintäkanavia kriisitilanteissa ovat myös Skype-internetpuhelinpalvelu ja erilaiset chat- palvelut, kuten MSN messenger. Osa vastaajista myös totesi, että sosiaalinen media ei olisi ensimmäinen kanava viestimiseen. Jotkut vastaajista eivät myöskään käyttäisi sosiaalista mediaa mitenkään mahdollisessa kriisitilanteessa.

5.5 Reliabiliteetti ja validiteetti

Kaikissa tutkimuksissa arvioidaan tutkimuksen luotettavuutta. Tutkimuksen reliabeliudella tarkoitetaan mittaustulosten toistettavuutta. Tutkimusta voidaan pitää reliabelina jos esimerkiksi kaksi tutkijaa päätyy samanlaiseen tulokseen tai samaa henkilöä tutkitaan eri tutkimuskerroilla. Toisin sanoen reliabelius mittaa tutkimuksen kykyä antaa tuloksia, jotka eivät ole satumanvaraisia. Validius sen sijaan tarkoittaa tutkimuksen pätevyyttä, toisin sanoen sitä, kuinka hyvin tehdyssä tutkimuksessa onnistuttiin mittaamaan sitä, mitä oli tarkoituskin mitata. (Hirsjärvi ym. 2007.) Kyselytutkimuksen keskeisenä heikkoutena voidaan pitää tiedon pinnallisuutta. Heikkous voi olla myös se, että vastaajat eivät suhtaudu kyselyyn vakavasti tai vastausvaihtoehdot eivät ole olleet vastaajien näkökulmasta onnistuneita. Vastaajilla voi olla myös vaikeuksia vastata kysymyksiin jos he eivät ole perehtyneitä tutkittavaan asiaan. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 108). Toisinaan ongelmana saattaa olla myös vastaamattomuus (Hirsjärvi ym. 2007, 190). Toteuttamamme kyselyn validiteetti on mielestämme hyvä. Vastauksia tuli kiitettävä määrä ja ne olivat kattavia. Saatuja tuloksia ei voitu kuitenkaan verrata aikaisempiin tutkimustuloksiin, sillä sellaisia ei ollut käytettävissä. Suunnittelimme kyselylomakkeesta mahdollisimman yksinkertaisen ja avasimme muutamia termejä kyselylomakkeessa, jotta kysymykset eivät tuntuisi tulkinnanvaraisilta. Toisaalta, kyselyn viimeisessä, avoimessa kysymyksessä kysyttiin sitä, miten vastaaja käyttäisi sosiaalista mediaa hyväkseen viestimiseen tai tiedon etsimiseen kriisitilanteissa. Tähän kysymykseen saimme suhteellisen monta vastausta asian vierestä, kun vastaajalle ei ollut ehkä täysin selvää mitä sosiaalisella mediallyä tarkoitetaan. Käsite olisi pitänyt avata vastaajalle ennen kysymyksen asettamista. Kyselyn lähettäminen nimenomaan opiskelijoille oli hyvä ratkaisu, sillä siten saimme paljon vastauksia nuorilta. Suurin yksittäinen ikäryhmä, joka tutkimukseen vastasi oli 22-25 –vuotiaat, eli 42,5 %. Tutkimukseen vastasi silti yllättävän monta tätä ikäryhmää vanhempaa vastaajaa. Vaikka joukossa oli myös vanhempia vastaajia, se ei ole huono asia tutkimuksen kannalta, sillä heillä saattaa olla kertynyt hieman enemmän kokemusta omatoimimatkailesta.

6 Pohdinta

Tätä opinnäytettä alettiin suunnitella helmikuussa 2010. Matkustusturvallisuus aiheena tuntui mielenkiintoiselta ja otimme yhteyttä ulkoasiainministeriöön kysyäksimme olisiko heillä meille mitään toimeksiantoa ja saimme kuulla, että kiinnostusta heidän puolesta voisi löytyä. Toimeksiannon muotoutuminen ja opinnäytteen aihealueen rajaaminen sellaiseksi kuin se nyt on, oli sinänsä melko pitkä ja monivaiheinen prosessi. Aluksi mukaan kaavailtiin myös jonkinlaista tutkimusta ulkoasiainministeriölle siitä, miten matkailu tulee muuttumaan tulevaisuudessa ja miten se tulee vaikuttamaan matkustusturvallisuuteen mutta aihe päätettiin jättää opinnäyttees-
tä pois, sillä se olisi tehnyt työstä todennäköisesti liian pirstaleisen. Sosiaalisen median käytöstä ja sen hyödyntämisestä oli puhetta jo ensitapaamisesta lähtien ja ehdotimme ulkoasiainministe-
riölle myös, että voisimme esimerkiksi suorittaa kyselyn heidän niin halutessaan. Nämä kaksi
aihealuetta saatiin nivottua yhteen niin, että kyselyssä käsiteltiin yhtenä aihealueena sosiaalista
mediaa. Onnistuimme mielestämme hyvin aiheen linkittämisessä kyselyyn. Analysoimme kyse-
lyn tulokset hyvin pian kyselyn sulkemisen jälkeen ja lähetimme analyysimme ulkoasiainminis-
teriöön. Kyselyn tuloksista, meistä kyselyn toteuttajista ja itse asiassa koko meidän opinnäyte-
työprojektista julkaistiin ulkoasiainministeriön intranettiin sisäinen tiedote, jonka laati ulkoasi-
ainministeriön yhteyshenkilömme ja jonka tietojen oikeellisuuden tarkastimme vielä ennen sen
julkaisua.

Alexander Stubb linjasi toukokuun 2010 puheessaan, että ulkoasianministeriötä tullaan moder-
nisoimaan. Tämä on vastaus kansainvälisen toimintaympäristön muutokseen. Stubbin mukaan
organisaatiota on uudistettava kolmen periaatteen, eli valikoivuuden, avoimuuden ja tehok-
kuuden mukaan. Käytännössä tämä tarkoittaa esimerkiksi hallinnon keventämistä, muutoksia
edustustoverkossa sekä viimeisimmän viestintäteknologian parempaa hyödyntämistä. Stubb
esitti puheenvuorossaan kymmenen konkreettista uudistusta ”starttina” muutokselle, jonka
avulla ulkoasiainhallinto vastaa muuttuvan, moninapaisen maailman haasteisiin. Näihin uudis-
tuksiin lukeutuu muun muassa kansalaispalveluiden kehittäminen: tulevaisuuden suuntana on
24h-palvelunumero ja tätä ylläpitävä tilannekeskus. Myös ulkoasiainministeriön ja edustustojen
viestintä seuraa aikaansa. Facebookista, Twitteristä ja uusista sosiaalisen median innovaatioista
tulee arkipäivää. (Stubb, A. 26.5.2010)

Esimerkiksi uudet tuotteet, palvelut, prosessit tai toiminta mallit voivat olla innovaatiota, joi-
den avulla yritykset voivat uudistua, tuottaa taloudellista hyötyä, saavuttaa kilpailuetua ja ylei-
sesti luoda hyvinvointia. Kun tavoitteena on tuottaa jotain täysin uutta, esimerkiksi palvelu-

tuote, innovaatiotoiminta eli innovaatioiden tuottaminen on sopiva lähestymistapa. Toisaalta, innovaatiotoiminta voi perustua myös jo olemassa olevan toiminnan uudistamiseen. (Ojasalo ym. 2009, 71-74) Useat Suomen ulkomaiden edustustoista ovat lanseeranneet omat Facebook-sivustonsa, joihin ne päivittävät oman alueensa kohdetietoutta liittyen juuri matkustusturvallisuuteen, ilmoittavat esimerkiksi lähetystön poikkeuksellista aukioloista ja siellä on myös lähetystön yhteystiedot. Esimerkiksi Suomen Bangkokin suurlähetystö ilmoittaa sivustoillaan, kun ulkoasiainministeriön julkaisemaan Thaimaan matkustustiedotteeseen on tullut muutoksia. Ulkoasiainministeriöllä on profiili myös Youtube-sivulla, johon se on lisännyt tähän mennessä kolme videota matkustusturvallisuudesta. Puolen vuoden aikana näitä kolmea videota on katsottu yhteensä 1130 kertaa (tilanne 06.08.2010). Videoita on käytetty myös jonkin verran muissa yhteyksissä. Ne ovat pyörineet muun muassa edellisvuosien matkamessuilla ulkoasiainministeriön messuosastolla. (Youtube.)

Viitaten ministeri Stubbin puheeseen, myös ulkoasiainministeriö haluaa seurata tai jopa pysyä edellä kehitystä. Yritykset ja organisaatiot, kuten ulkoasiainministeriö tarvitsevat kehittämistyötä esimerkiksi asiakkaiden mieltymysten muutosten ymmärtämiseen, toimintansa tehostamiseen ja prosessiensa kehittämiseen. Toimintaympäristö muuttuu yhä nopeammin. Se digitalisoituu, globalisoituu ja verkottuu. Yritysten täytyy pysyä tässä kehityksessä mukana eikä menestykseen enää riitä se, että organisaatio ainoastaan sopeutuu tapahtuviin muutoksiin, vaan sen pitäisi myös itse pystyä viemään kehitystä eteenpäin. Parhaiten menestyvät ne, jotka pystyvät arvioimaan tulevaisuuden kehitysnäkymiä ja varautumaan niihin sekä saavuttamaan tavoitteensa tulevaisuuden muuttuvassa toimintaympäristössä. Tiedon määrä kasvaa nykyään niin nopeasti, että yritysten täytyy pystyä hankkimaan täsmätietoa ongelmien ratkaisemiseksi, eli tiedon massasta pitää pystyä poimimaan olennainen, eli yrityksen tarpeita palveleva tieto. (Ojasalo ym. 2009, 12-13.) Toteuttamamme tutkimus antaa täsmätietoa ulkoasiainministeriölle nuorten matkustusturvallisuudesta ja antaa suuntaa miten nuorisolle suunnattuja palveluja tulisi kehittää tulevaisuudessa.

Se, että opinnäytteestä muotoutui sekä produkti- että tutkimustyyppinen hybridi, loi omat haasteensa opinnäytteen rakenteen suunnittelulle. Teoriataustaa piti ottaa työhön sekä kyselyn että esitteen tekemisestä ja suunnittelusta, ja myös matkustusturvallisuudesta. Esitteen suunnitteluprosessi oli kaikista vaativin osio tässä työssä, sillä toimeksianto esitteen osalta muuttui työn aikana melko merkittävästi. Aluksi tarkoituksena oli suunnitella esite sellaisella aikataululla, että se olisi mahdollista painaa jo kesän 2010 festivaaleja varten jaettavaksi ja tarkoitus oli tehdä myös suunnittelutyötä yhdessä painotalon kanssa. Ulkoasiainministeriön kevät oli kui-

tenkin kiireinen useiden ulkomaisten kriisien takia, joten kommunikaatio meidän ja ulkoasiainministeriön kanssa jäi melko vähäiseksi ja harvakseltaan tapahtuvaksi heidän kiireiden vuoksi. Toukokuussa ulkoasiainministeriö ilmoitti, että esitettä ei ole heidän puolesta mahdollista painaa kesäksi ollenkaan, vaan esite aiotaan painaa vasta vuoden 2011 matkamessuille. Tällöin sovimme, että suunnittelemme vain esitteen sisällön ja ulkoasun omien kykyjemme mukaan ilman painotalon apua ja ohjeistusta, teemme oman luonnostelman esitteestä, ja lähetämme sen työohjeineen ulkoasiainministeriöön, joka lähettää sen syksyn aikaan painettavaksi painotalolle. Kevään aikana ennen esitteen valmistumisajankohdan muuttumista tapasimme edustajat painotalosta, jota ulkoasiainministeriö yleensä käyttää julkaistessaan painotuotteita ja saimme heiltä muutamia sähköisiä työkaluja esitteen suunnitteluun, mutta emme voineet jatkaa yhteistyötä sen enempää, kun mitään varsinaista toimeksiantosopimusta ulkoasiainministeriön ja painotalon välillä ei ollut vielä tehty. Meistä riippumaton toimeksiannon muuttuminen hankaloitti jonkin verran koko opinnäyteprosessia, koska opinnäytteen tavoitteet ja näin ollen myös tietoperustan sisältö piti muokata uuden toimeksiannon mukaiseksi.

Relevanttia, tämän vuosituhannen puolella painettua lähdeaineistoa esitteen suunnittelusta oli mielestämme melko hankalaa löytää. Suurin osa hiljattain painetuista aineistoista oli hyvin pitkälti painotuotteen tekniseen toteuttamiseen ja itse painotyöhön liittyvää, joten näiden lähteiden sisältämän tiedon käyttäminen tässä työssä ei olisi ollut aiheellista. Käyttämiemme vanhojen lähteiden hyödyntäminen esitteen suunnittelun osalta on mielestämme perusteltua siksi, että poimimme näistä lähteistä ainoastaan sellaista yleispätevää tietoa, jonka emme katso vanhentuneen vuosien saatossa. Koska emme olleet aikaisemmin tutustuneet lähemmin viestintäalaa tai julkaisu toimintaan, oli meidän hankalaa aika ajoin sisäistää omaa rooliamme tämän esitteen valmistumisessa, varsinkin siinä vaiheessa kun toimeksianto muuttui. Tämän vuoksi koimme välillä myös vaikeaksi esitteen suunnittelun kannalta oleellisen tiedon löytämisen lähdeaineistosta. Matkustusturvallisuuteen liittyvää suomalaista, tai edes eurooppalaista lähdekirjallisuutta löytyi suhteellisen niukasti. Amerikkalaiset julkaisut sisälsivät yleensä paljon case-tutkimuksia matkustusturvallisuudesta ja eikä niiden tuottama tieto ollut yleistettävissä mielestämme yleisesti matkustusturvallisuuteen. Matkustusturvallisuuteen liittyvien lähteiden osalta hyödynsimme tietoperustassa ulkomaisista lähteistä ainoastaan sellaista tietoa joka on yleistettävissä myös Suomen ja suomalaisten matkustusturvallisuuteen. Ennen kyselylomakkeen suunnittelua ja sen lähettämistä kohderyhmälle tutustuimme tarkoin lähdeaineistoon, ja sen ansiosta onnistuimme kyselyn laatimisessa mielestämme hyvin.

Tämän opinnäytetyön tuloksena syntyi siis esitesuunnitelma ja sitä tukeva työohje, joiden avulla valmistuu toivottavasti pian oikea esite. Uskomme, että esite tulee tavoittamaan suuren määrän Suomen nuorisoa, ja saa heidät pohtimaan omaa matkustusturvallisuuttaan ja huolehtimaan siitä ja siten toivottavasti myös estämään vastoinkäymisiä matkan aikana. Esite lisää myös ulkoasiainministeriön tunnettuutta nuorison keskuudessa. Esitteen onnistumista tehtävässään voi tosin arvioida vasta sen valmistumisen ja jakamisen jälkeen. Valmiin esitteen yhtenä tarkoituksena on, että sen lukemisen ansiosta yhä useampi nuori kävisi lukemassa ennen matkaa ulkoasiainministeriön matkustustiedotteita välttyäkseen hankaluuksilta ulkomailla, ottaisi matkavakuutuksen eikä näin ollen joutuisi itse maksamaan hoitokulujaan tai kalliita ambulanssilentoja suomeen tai tekisi matkustusilmoituksen ulkoasiainministeriölle joka helpottaisi ulkoasiainministeriötä avustamaan suomalaisia kriisitilanteiden sattuessa. Kyselyn avulla sen sijaan uskomme ulkoasiainministeriön kykenevän kehittämään edellä mainittuja palveluja sellaisiksi, että nuoret kokisivat niiden käyttämisen mielekkääksi. Tämän opinnäytetyön valmistumisen aikaan, ulkoasiainministeriö ei ole tehnyt konkreettisia uudistuksia palveluihinsa kyselyn perusteella, joten vielä ei ole näyttöä kyselyn vaikutuksesta ulkoasiainministeriön palveluiden kehittämiseen. Se, että nuoret oppisivat huolehtimaan paremmin omasta matkustusturvallisuudestaan, olisi sekä heidän omien sekä monen muun tahon etujen mukaista. Kuten Egyptissä loukkaantuneen suomalaisnaisen tapauksessa huomattiin, ilman matkavakuutusta matkustaminen tuli kalliiksi paitsi hänelle itselleen, myös lähiomaisille ja jopa hänen oman kotikunnalleen. Onneksi tässäkin tapauksessa oli onni onnettomuudessa, ja ihmisten hyvätahtoisuuden ansiosta nainen saatiin turvallisesti kotimaahan.

Opinnäytetyön tekeminen on kehittänyt meitä tiedon etsijöinä, kyselyn tekijöinä, esitteen suunnittelijoina, suurehkon projektin hallitsijoina, aikataulujen laatijoina ja aikataulussa pysyjinä, lukijoina ja kirjoittajina. Olemme oppineet, miten lähdeaineistoa hyödynnetään oman tutkimuksen ja produktin tekemisessä. Mielestämme tietoperustan teoreettinen viitekehys tukee melko hyvin empiristä osiota ja osasimme soveltaa tietoperustan teoriaa myös kyselyn tekemisessä. Esitteen suunnittelu opetti meille paljon viestinnästä. Opimme, että ennen tekstin ja ulkoasun suunnittelua on tärkeää tietää muun muassa, kenelle ja miksi painotuotetta tehdään, ja millaisia asioita painotuotteen avulla pyritään saavuttamaan. Matkailun liikkeenjohdon opiskelijoina katsomme erityisen hyödylliseksi sen, että opimme paljon asioita matkustusturvallisuuden liittyen. Sen parissa työskentelevät organisaatiot ja niiden rooli tuli tutuksi, ja saimme myös tutustua ulkoasiainministeriön toimintaan.

Opimme myös kantapään kautta, että tarkka toimeksianto ja aikataulu tulisi löydä lukkoon heti projektin alkaessa, jotta se ei aiheuttaisi yllätyksiä työn myöhemmissä vaiheissa. Jos meiltä kysyttäisiin nyt uudestaan tällaiseen projektiin, esitteen suunnittelun osalta kieltäytyisimme. Kyselyn tekeminen oli mielenkiintoista ja opettavaista, kun taas esitteen suunnittelu tuntui ammattitaidon ja kiinnostuksen puutteen takia turhauttavalta ja välillä jopa epätoivoiselta. Parempi tietämys taittamisesta ja graafisesta suunnittelusta oli mahdollistanut ja esitteen suunnittelun pidemmälle ja valmiimpaan muotoon. Nyt esitesuunnitelma jäi pinnalliseksi, tosin mielestämme kuitenkin käyttökelpoiseksi. Se, että tämän opinnäytetyöprojektin aikana esitettä ei painettu eikä julkaistu, jäi harmittamaan, sillä olisi ollut mielenkiintoista ja opettavaista nähdä käytännössä esitteen valmistumisen eri vaiheet ja toteutus. Palautetta esitteen lukijoilta ei luonnollisesti ole vielä voitu saada koska sitä ei vielä ole painettu. Kuitenkin painotalo, jonka kanssa teimme yhteistyötä, totesi esitesuunnitelman ja työohjeen hyvin käyttökelpoiseksi ja kertoi idean olevan onnistunut. Myös yhteyshenkilömme ulkoasiainministeriössä pitivät esitesuunnitelmasta.

7 Johtopäätökset

Tulosten analysoinnin jälkeen niistä tehdään tulkintoja ja pyritään selittämään niitä. Tulkintaa on se, kun aineiston analyysissä esiin nousseita merkityksiä selkiytetään ja pohditaan. Tutkimustuloksista olisi pyrittävä laatimaan synteesejä, jotka kokoavat yhteen pääseikat ja antavat vastauksia asetettuihin ongelmiin. Lopulliset johtopäätökset perustuvat näihin synteeseihin. Tutkijan tulisi pohtia, mikä on tulosten merkitys paitsi omalla tutkimusalueellaan, niin myös laajemmalla tasolla. (Hirsjärvi ym. 2007, 224-225.)

Lähes kaikki vastaajista olivat tehneet joskus ainakin yhden omatoimimatkan ulkomaille. Kyselyn vastausmäärän perusteella aihe kiinnostaa nuoria. Kyselyssä keskityttiin omatoimimatkailuun, joten tämä on hyvä asia jälkimmäisiä kysymyksistä ajatellen. Matkalle lähtiessä neljä viidestä vastaajasta ottaa aina matkavakuutuksen. Silti on kuitenkin tämä yksi viidesosa vastaajista, jotka ottavat matkavakuutuksen vain silloin tällöin kohteesta riippuen ja viisi prosenttia ei ota matkavakuutusta lainkaan, eli ulkoasiainministeriöllä on syytä muistuttaa ja kehottaa ihmisiä ottamaan matkavakuutus.

Ylivoimaisesti suurin osa näkee kätevimpänä tapana tehdä matkustusilmoitus ulkoasiainministeriön nettisivuilla. Tekstiviestipalvelu on seuraavaksi suosituin ja kannattaa mielestämme säilyttää osana palveluvalikoimaa. Ulkoasiainministeriön tarjoama WAP-palvelu ei ole suosittu vastaajien keskuudessa. Ainoastaan 2,1 % vastaajista tekisi matkustusilmoituksen WAP-palvelun avulla. Ulkoasiainministeriön kannattaa pohtia, onko mielekästä jättää se palveluvalikoimaan tai ainakaan mainita siitä markkinoidessa nuorille? Muutama ei nähnyt tarpeelliseksi tehdä ollenkaan matkustusilmoitusta. Yksi vastaajista ehdotti, että matkan varausvahvistuksen yhteydessä voisi olla linkki suoraan matkustusilmoituskaavakkeeseen. Idea on mielestämme hyvä, ja ulkoasiainministeriö voisi selvittää, olisiko matkatoimistoilla mahdollisuuksia ja haluja ottaa käyttöön tällaista palvelua. Tosin ulkoasiainministeriön pitäisi tehdä aloite tämän palvelun luomiseksi, sillä matkatoimistoilla ei ole taloudellista intressiä lähteä tämänkaltaiseen kehitystyöhön. Toisaalta matkatoimistot antaisivat asiakkailleen tällaisella palvelulla lisäarvoa, kun asiakkaat huomaavat että heidän turvallisuudestaan välitetään.

Noin 85 % vastaajista hyväksyisi seurantapalvelun kriisitilanteissa. Palvelun kehittämistä ja toteuttamista kannattaisi mielestämme miettiä, sillä ulkoasiainministeriöstä kerrottiin myös että tällainen palvelu on jo toiminnassa Norjassa, ja kokemukset siitä ovat olleet hyviä. Mielestämme kuitenkin matkustajalla tulisi olla oikeus myös kieltäytyä tällaisesta palvelusta, joten tällaista

palvelua kehitettäessä pitää miettiä tätä asiaa monesta eri näkökulmasta. Kaikki ihmiset eivät välttämättä pidä ajatuksesta, että valtio jollain tavalla seuraa heidän liikkeitään.

Kysyttäessä millä tavoin vastaaja lukisi mieluiten matkustustiedotteita, jälleen ulkoasiainministeriön Internet-sivut oli suosituin vastaus. Vastaajat näkevät yleisesti internetissä asioimisen kätevimmäksi tavaksi, joten Internet-sivujen kehittämiseen kannattaa jatkossakin keskittyä. Mietimme, voisiko nuorille suunnitella houkuttelevamman ja kiinnostavamman sivuston ulkoasiainministeriön varsinaisten internet-sivujen rinnalle? Tämä olisi pelkästään matkustusturvallisuuden keskittynyt oma ulkoasiainministeriön ylläpitämä Internet-sivusto, pohdimme tätä ideaa vielä enemmän tämän opinnäytteen pohdintaosiossa. Tämän kysymyksen kohdalla yli puolet avoimeen vastausvaihtoehtoon vastanneista selvitti, että sähköpostiin saatava matkustustiedote olisi paras tapa lukea matkustustiedotteita. Mielestämme tämän voisi toteuttaa siten, että ne voisi tilata ulkoasiainministeriön Internet-sivuilta uutiskirjeinä esimerkiksi sähköpostiin. Hyvä idea voisi olla myös, että matkustusilmoitusta tehtäessä matkailija voisi tilata kohdemais-taan matkustustiedotteet sähköpostiinsa tietylle aikavälille.

Noin 80 % vastaajista etsii tietoa matkakohteen turvallisuudesta Googlesta. Mielestämme ulkoasiainministeriön kannattaa varmistaa näkyvyys Googlen ja myös muiden Internetin hakukoneiden hakusanamainonnan avulla. Myös Lonely Planet ja muut vastaavat matkailusivustot nähdään tärkeänä tiedon lähteenä, kun etsitään tietoa matkakohteen turvallisuudesta. Periaatteessa useimmat näistä matkailusivustoista toimivat sillä periaatteella, että käyttäjät voivat itse kertoa omia kokemuksiaan ja neuvojaan toisille käyttäjille. Tähän sisältyy riski että tieto ei välttämättä ole ajanmukaista tai luotettavaa. Kuka tahansa voi muokata tietoja. Avoimista vastauksista selvisi, että sosiaalisen median lisäksi ulkoasiainministeriön Internet-sivut saavat taas melko paljon suosiota. Vastaajat siis tietävät, että sieltä löytyy tietoa. Vastausten perusteella voi mielestämme päätellä, että matkustusturvallisuudesta osataan etsiä tietoa monista eri lähteistä.

Kysyttäessä sosiaalisen median käyttämisestä kriisitilanteissa, huomasimme että tämä kysymys oli hieman hankala vastaajille. Kysymykseen vastasi vain 141 opiskelijaa. Sosiaalisen median käsite olisi kannattanut selittää kysymyksen ohessa, sillä vastauksista päätellen osa vastaajista ei aivan ymmärtänyt mitä kysymyksellä tarkoitettiin, esimerkiksi jos kriisitilanteessa viestii puhelimitse tai tekstiviestien avulla, se ei liity sosiaaliseen mediaan.

7.1 Kehittämisehdotukset

Uskomme, että tekemämme kyselytutkimuksen avulla ulkoasiainministeriö saa täsmällistä tietoa siitä, millaisiin asioihin tulevaisuudessa nuorison matkustusturvallisuuden edistämiseksi kannattaa keskittyä. Voisiko myös muut organisaatiot hyötyä tästä tutkimuksesta? Uskomme, että tutkimustulokset saattaisivat kiinnostaa ainakin matkatoimistoja matkavakuutusten ja sosiaalisen median osalta. Totesimme luvussa 2.2, että matkatoimistoilla on myös tärkeä rooli matkustusturvallisuustiedon jakamisessa. Kyselyssä kysyttiin, mistä tietolähteestä vastaaja etsii tietoa kohteen matkustusturvallisuudesta, ja osa vastasi etsivänsä tietoa myös matkanjärjestäjiltä. Esimerkiksi Aurinkomatkat -matkanjärjestäjällä on jo oma turvallisuus- ja terveysosio Internet-sivuillaan, jossa on myös linkki ulkoasiainministeriön matkustustiedotteisiin. Matkatoimistoja, matkanjärjestäjiä sekä teleliikenneyrityksiä voisi kiinnostaa tieto siitä, että suhteellisen moni hyväksyisi palvelun, jonka avulla ulkoasiainministeriö voisi matkapuhelinverkon avulla seurata matkailijan liikkeitä kriisitilanteissa. Voisiko tällaisesta palvelusta olla hyötyä kriisitilanteissa, joissa ulkomailla oleviin Suomen kansalaisiin täytyy nopeasti saada yhteys? Ulkoasiainministeriö suunnittelee sosiaalisesta mediasta uutta foorumia matkustusturvallisuustiedon jakamiselle. Arvokasta tietoa ulkoasiainministeriölle voisi tulevaisuudessa olla minkälaisena instituutiona nuoret näkevät ulkoasiainministeriön ja sen palvelut uudistamisprosessin jälkeen. Tällaisen tutkimuksen perusteella ulkoasiainministeriö voisi arvioida uudistumisprosessin onnistumista ja hallintaa, sekä kehittää sosiaalisen median palveluja vielä eteenpäin. Jatkotutkimuksen aiheena voisi olla myös se, miten eri ikäluokkien käsitykset ja asenteet matkustusturvallisuudesta eroavat ja miten se käytännössä vaikuttaa heidän matkustamiseen.

7.1.1 Uusi matkustusturvallisuuteen keskittyvä Internet-sivusto

Kyselyn tulokset osoittivat, että sosiaalinen media ei ole nuorille vieras ympäristö. Kyselymme tulokset tukevat ulkoministeri Stubbin linjausta ulkoasiainministeriön uudistumisesta. Ulkoasiainministeriön toimialue on laaja ja tämän vuoksi myös heidän internet-sivustolla on todella paljon asiaa eri osa-alueista. Mielestämme ulkoasiainministeriön kannattaisi perustaa oma, täysin matkustusturvallisuuteen keskittynyt Internet-sivusto, joka palvelisi matkailijaa ennen matkaa ja sen aikana ja jossa kaikki matkailijan turvallisuuden kannalta oleellinen tieto olisi helposti saatavilla. Koska ulkoasiainministeriö on iso organisaatio, Internet-sivut sisältävät paljon tietoa eri osastoista. Tämän vuoksi sivut ovat mielestämme hieman sekavat, eivätkä matkustusturvallisuuteen liittyvät asiat tule mielenkiintoisesti esille. Uudessa erillisessä sivustossa voisi keskittyä vain ja ainoastaan matkustusturvallisuuteen, ja tehdä se samalla innovatiivisella tavalla. Sivustolta voisi tehdä matkustusilmoituksen ulkoasiainministeriölle, lukea matkustustiedotteita ja

kohdetietoa eri maista. Uudella sivustolla olisi hyvä olla myös usein kysytyt kysymykset –osio, joihin kansalaiset voisivat lähettää mieltään askarruttavia kysymyksiä joihin ulkoasiainministeriön sivuston ylläpitäjät vastaisivat. Ulkoasiainministeriö voisi järjestää sivustolla myös vaikka pa matkailublogi-kilpailun kerran kuussa, jossa lukijat saisivat äänestää voittajan. Kilpailua voisi mainostaa esimerkiksi Facebookissa ja muissa sosiaalisissa medioissa, ja näin saataisiin sivustolle kävijöitä. Ulkoasiainministeriön Internet-sivuista erillistä sivustoa olisi myös helpompi markkinoida keksimällä sille ihmisten mieliin tarttuvan nimen ja ulkoasun sekä luomalla sille tämän jälkeen oman markkinointikampanjan. Hyvänä esimerkkinä vastaavanlaisesta kampanjasivustosta voidaan mainita Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliitto ry:n Kännissä Olet Ääliö –sivusto. Sivusto kertoo juomisen haitoista eikä panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliitosta. (Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliitto ry) Samaan tyyliin ulkoasiainministeriö voisi kertoa matkailusta ja siihen liittyvistä turvallisuusriskeistä. Ulkoasiainministeriön ja HAAGA-HELIAn tai muun vastaavan korkeakoulun kannattaa tutkia mahdollisuutta lisäyhteistyöhön Internet-sivujen kehittämiseksi. Matkustusturvallisuuteen liittyvän uuden Internet-sivuston luominen tai ideointi olisi hyvä opinnäytetyön aihe esimerkiksi tietojenkäsittelyn koulutusohjelmassa opiskeleville.

7.1.2 Ulkoasiainministeriölle omat Facebook -sivut

Ulkoasiainministeriö voisi luoda oman Facebook-sivun, jossa selaajat voisivat jakaa matkakokemuksia ja kysyä mieltä askarruttavia kysymyksiä sivuston ylläpitäjältä. Kriisitilanteissa Facebook-sivustolla suomalaiset voisivat etsiä tietoa omaisistaan sekä myös muista suomalaisista ja kysyä ulkoasiainministeriön Facebook-sivuston ylläpitäjältä neuvoja vakavan kriisitilanteen sattuessa. Reaaliaikaisten, kaikkien nähtävillä olevien keskustelujen avulla monta ihmistä voi saada tietoa samaan aikaan, ja tämä vähentää esimerkiksi ulkoasiainministeriön puhelinpalvelun kuormitusta kriisitilanteen aikana.

7.1.3 Spotify musiikinkuuntelupalvelu uusi kanava viestimiseen

Mielestämme esite on siitä hyvä tapa viestiä, että se on konkreettinen ja pysyvä. Sen voi ottaa mukaan myös matkalle. Kuitenkin esite viestintä ideana on hyvin perinteinen ja ei kovinkaan omalaatuinen. Siksi onkin järkevää miettiä kriittisesti, onko se aina paras tapa kohderyhmälle viestimiseen, etenkin nuorille. Esitteen suunnittelu- ja painokustannukset voivat olla myös korkeita saavutettuun hyötyyn nähden. Mietimmeikin toimeksiannon alkuvaiheessa, kun saimme kuulla että kohderyhmänä ovat nuoret, mikä muita tapoja olisi saada huomiota ja jakaa tietoa nuorille. Mielestämme hyvä idea olisi mainonta sellaisessa muodossa, joka tavoittaa

mahdollisimman nuoria. Saimmekin idean lyhyestä mainoksesta Spotify – musiikkipalvelussa, joka on nykyisin hyvin suosittu etenkin nuorison keskuudessa. Spotify on internetpalvelu, jossa ihmiset voivat kuunnella suoratoistona musiikkia, ja jonka ilmaisessa versiossa tulee välillä mainoksia. Ulkoasiainministeriö voisi näin tehdä oman mainoksensa tähän palveluun ja näin tavoittaa kerralla paljon ihmisiä ja etenkin nuoria.

7.1.4 Muita keinoja tavoittaa nuoret

Vaikka nykyinen trendi on tiedon jakaminen Internetissä, uskomme että myös perinteinen kasvotusten rapahtuva tiedotustoiminta on tehokasta. Jos nuoria haluaa valistaa matkustusturvallisuudesta ja antaa tietoa ulkoasiainministeriöstä, kannattaa mennä sinne missä he ovat. Toimivia tapoja tavoittaa heidät on vierailla esimerkiksi lukioissa, korkeakouluissa tai vaikka musiikkifestivaaleilla ja ottaa kohderyhmään kasvotusten kontakti. Jos tarkoitus on herättää huomiota, voisi jonkunlainen maskotiksi pukeutunut pirteä henkilö jakamassa suunnittelemaamme nuorille suunnattua esitettä olla hyvä idea. Tämä todennäköisesti herättäisi paljon huomiota kohderyhmän keskuudessa.

7.1.5 Matkustusturvallisuuden teemaviikko

Tämän viikon aikana käytettäisiin useita eri medioita matkustusturvallisuusasioista tiedottamiseen samaan aikaan. Ulkoasiainministeriö voisi pyytää muitakin matkustusturvallisuudesta huolehtivia tahoja mukaan kampanjaan ja laatia mainoksia esimerkiksi Spotify –palveluun, televisioon ja radioon. Myös tiedotusvälineiden kiinnostus tulisi herättää, jotta esimerkiksi aamutelevisioon tai sanomalehteen saisi ulkoasiainministeriöstä jonkun kertomaan matkustusturvallisuudesta. Kuten luvussa 2.2 totesimme, matkustusturvallisuudesta huolehtii moni eri taho. Mitä enemmän yrityksiä ja organisaatioita olisi mukana kampanjassa, sitä suurempi sen uutisarvo olisi median keskuudessa ja sitä enemmän se herättäisi kiinnostusta myös suomalaisissa. Koska ulkoasiainministeriölläkään ei ole rajattomasti rahaa käytettävissään, olisi myös sen takia saada muita tahoja mukaan kampanjaan ja jakamaan kustannuksia. Viikon aikana kampanjaan osallistuvat yritykset ja organisaatiot voisivat myös järjestää esimerkiksi Internet-sivuillaan erilaisia kilpailuja joissa olisi hyviä matkustusaiheisia palkintoja. Joka vuosi järjestettävälle teemaviikolle olisi hyvä saada suojeliaksi yksi tai useampi julkisuuden henkilö, joka tavallaan antaisi kasvot koko kampanjalle. Mielestämme tällaiseen tehtävään sopiva henkilö olisi poliittisesti sitoutumaton ja suomalaisten arvostama, ja hänellä tulisi olla nuhteeton julkisuuskuva. Olisi hyvä jos tältä henkilöltä löytyisi myös runsaasti matkustuskokemusta.

Lähteet

Hall M.C., Dallen J.T. & Duval D.T., 2003. Safety and security in tourism. Binghamton. New York.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. 13. painos. Tammi. Helsinki.

Huhtala, J. 2002. Ulkomaanmatkailijan turvaohjeet. Securus. Helsinki.

If a. Sopimussairaalat ja –lääkärit. Luettavissa:

<http://www.if.fi/web/fi/henkiloasiakkaat/NeuvotjaVinkit/Sopimussairaalatja-laakarit/Pages/default.aspx>. Luettu: 23.7.2010.

If b. Ota matkalle avuksesi If 24h Mobiili. Luettavissa:

<http://www.if.fi/web/fi/henkiloasiakkaat/Asiakasedut/If24hMobiili/Pages/Esittely.aspx>.
Luettu: 23.7.2010.

Ikävalko, E., 1995. Painotuotteen tekijän käsikirja. Tietopaketti Oy. Helsinki.

Joki, R. 03.6.2010. Erikoissuunnittelija. Ulkoasiainministeriön viestintä- ja kulttuuriosasto. S-postiviesti.

Jääskeläinen, P. 2002. Tehoa tekstiin –kirjoittajan opas. Offset Oy. Saarijärvi.

Karhu, M., Salo-Lee, L., Sipilä, J., Selänne, M., Söderlund, L., Uimonen, T. & Yli-Kokko P. 2005. Asiantuntija viestii. Ajatuksesta vaikutukseen. Inforviestintä Oy.

Keskisuomalainen a. Laukaalaisnaiselle palovammoja Egyptissä. Luettavissa:

<http://www.ksm.fi/uutiset/keski-suomi/laukaalaisnainen-paloi-pahoin-kaasuräjähdyksessä-egyptissä/519060>. Luettu: 27.9.2010.

Keskisuomalainen b. Laukaalaisnainen viedään Kuopioon hoidettavaksi. Luettavissa:

<http://www.ksm.fi/uutiset/keski-suomi/kaasuräjähdyksessä-palanut-laukaalaisnainen-kotiutetaan-tänään/519932>. Luettu 27.9.2010.

Konsulipalvelulaki 22.4.1999/498.

Kylänpää, E. & Piirainen, E. 2002. Liike-elämän kirjallinen viestintä. Gummerus Oy. Jyväskylä.

Loiri, P., & Juholin, E., 1999. HUOM – visuaalisen viestinnän käsikirja. Inforviestintä Oy. Helsinki.

Mansfeld, Y. & Pizam A. 2006. Tourism, security & safety. Elsevier Ltd. Oxford.

Milonoff T., Rantala R. & Lahdenmäki A. 2007. Madventures – Kansainvälisen seikkailijan opas. WS Bookwell. Porvoo.

Ojasalo K., Moilanen T. & Ritalahti J. 2009. Kehittämistyön menetelmät – Uudenlaista osaa-
mista liiketoimintaan. WSOYpro Oy. Helsinki.

Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliitto ry. Kännissä Olet Ääliö. Luettavissa:
<http://www.kannissaoletaallo.fi/ehdot.html>. Luettu: 27.9.2010

Rope, T., 2000. Suuri markkinointikirja. Kauppakaari Oyj. Helsinki.

Salin V., 2002. PK-yrittäjän opas kokonaisviestintään. WSOY. Helsinki.

Siukosaari A. 2002. Yhteisöviestinnän opas. 2. tarkistettu painos. Tietosanoma Oy. Helsinki.

SMAL 2010. Jäsenistö. Luettavissa: <http://www.smal.fi/index.php?193>. Luettu: 02.06.2010

Stubb, A. 26.5.2010. Ulkoministeri. UH-2020: Luottopuolustajasta maalintekijäksi. Puhe.

Suihko M., 31.5.2010. SMAL:n edustaja. SMAL. S-postiviesti.

Suomen Punainen Risti a. Suomen Punainen Risti. Luettavissa:
http://www.redcross.fi/punainenristi/suomenpunainenristi/fi_FI/. Luettu: 31.5.2010

Suomen Punainen Risti b. Kysymyksiä ja vastauksia. Luettavissa:

http://www.redcross.fi/punainenristi/kansainvalinenapu/tsunami/fi_FI/kysymyksiä/. Luettu: 31.5.2010

Turkia S., 10. -11.8.2010. Vakuutusasiantuntija. Pohjola Vakuutus Oy. S-postikeskustelu.

Uimonen, T., 2004. Taitoa tekijälle – tehoa teksteihin. Tammer-Paino Oy. Tampere.

Ulkoasiainministeriö 2006a. Matkustusilmoitus. Luettavissa:

<http://formin.finland.fi/Public/default.aspx?nodeid=36581&contentlan=1&culture=fi-FI>.
Luettu: 24.4.2010

Ulkoasiainministeriö 2006b. Matkustustiedotteet. Luettavissa:

<http://formin.finland.fi/Public/default.aspx?nodeid=15733&contentlan=1&culture=fi-FI>.
Luettu: 24.4.2010

Ulkoasiainministeriö 2006c. Ulkoministeriön tunnus. Luettavissa:

<http://www.ulkoasiainministerio.fi/public/default.aspx?nodeid=34748&contentlan=1&culture=fi-FI>.
Luettu:21.7.2010

Ulkoasiainministeriö 2006d. Mitä ovat konsulipalvelut ja kenen puoleen käännetään? Luettavissa: <http://formin.finland.fi/public/default.aspx?nodeid=15725&contentlan=1&culture=fi-FI>. Luettu: 06.09.2010.

Ulkoasiainministeriö 2007. Graafinen ohjeisto 19.11.2007.

Ulkoasiainministeriö 2009. Viestintäsuunnitelma. Ulkoasiainministeriö. Helsinki.

Ulkoasiainministeriö 2010a. Ulkopoliittikan suunnittelu ja tutkimus. Luettavissa:

<http://formin.fi/Public/default.aspx?nodeid=31934&contentlan=1&culture=fi-FI>. Luettu: 23.7.2010.

Ulkoasiainministeriö 2010b. Kriisitilanne ja siihen varautuminen. Luettavissa:

<http://formin.fi/Public/default.aspx?nodeid=34613&contentlan=1&culture=fi-FI>. Luettu: 23.7.2010.

UNWTO. Improving Competitiveness. Luettavissa:
http://www.unwto.org/quality/safety/en/safety_01.php?op=5&subop=26. Luettu: 5.8.2010.

Vuokko, P. 2003. Markkinointiviestintä: merkitys, vaikutus ja keinot. WSOY. Helsinki.

Wilks, J., Pendergast, D., & Leggat, P. 2006. Tourism In Turbulent Times: Towards Safe Experiences For Visitors. Elsevier Ltd. Oxford.

Youtube. ForminFinland's Channel. Luettavissa: <http://www.youtube.com/forminfinland>.
Luettu: 5.8.2010.

Liitteet

Liite 1. Esitteen työohje

Esitteen työohje

13.09.2010

Tekijät: Aku Pekkarinen & Hannu Tarkiainen

Vastaanottajat: Ulkoasiainministeriön konsuliyksikkö ja painotalo

Yleistä esitteestä

- Esitteen yleisteenä ala-asteajoilta tuttu reissuvihko.
- 6 paneelinen haitarimalli.
- Etukansi: Kouluvihkon kansi. Suomenkielinen. Kiiltävä. Kova.
- Takakansi: Kouluvihkon kansi. Ruotsinkielinen. Kiiltävä. Kova.
- Fontti: Ei Wordin valmista fonttia vaan käsinkirjoituksenomainen fontti. Ehkä jopa itse käsin kirjoitettu. Internetistä on saatavilla myös käsinkirjoitetunomaisia fontteja, joista osa on maksullisia ja osa ilmaisia.
- Kuvitus: Ottamamme kuvat ja tarvittaessa painotalolta saatavat matkailuaiheiset kuvat.
- Tausta: Esitteen etupuolen väriteema on vaalea, taustaksi esimerkiksi ruutupaperi. Olisi hyvä jos ruutupaperiin saisi luotua vielä vähän reissussa rähjäntyneen vihon tunnelmaa typografisin keinoin. Ruutupaperi ei saa kuitenkaan olla liian voimakas taustalla, jotta esitteen luettavuus ei kärsi.
- Maailmankartta toiselle puolelle esitettä. Lisäksi jalanjälkiä, joita on muodostunut ympäri maailmaa.
- Mainokset: Eurooppalainen matkavakuutus?
- Merkintä pienellä esitteen alalaitaan, milloin esite on päivitetty.

Tekstisisältö esitteeseen

Etukannen teksti:

Reissuvihko

Esitteen ensimmäisen sivun teksti:

Matkustusilmoitus

Matkustusilmoituksen tekeminen on vapaaehtoista, mutta se kannattaa tehdä varsinkin jos lähdet omatoimimatkalle tai matkustat riskialueille. Matkustusilmoituksella annat yhteystietosi ja matkasuunnitelmasi ulkoministeriölle, joista on hyötyä hätä- tai kriisitilanteissa. Kannattaa pelata aina varman päälle.

Ilmoituksen voit tehdä kätevästi tekstiviestillä, wap -palvelulla tai Ulkoministeriön nettisivuilla olevalla henkilötietolomakkeella.

Tekstiviestinä

1) Kirjoita matkapuhelimeen tekstiviesti:

MATKALLA lähtöpäivä-paluupäivä matkakohde lisätiedot (päivämäärien tulee olla muodossa pp.kk.vvvv. Jos vuosiluvun jättää pois, on oletusarvona kuluva vuosi).

Huom. Jos matkustat saman matkan aikana useampaan maahan, tee jokaisesta maasta oma matkustusilmoituksensa.

MATKALLA 01.02.-09.03.2010 zimbabwe harare 3hlö yhteys zim diamonds group

- Esimerkki-ilmoituksen mukaan 3 henkilöä on matkalla 01.02.-09.03.2010 Zimbabwessa, Hararessa, ja heihin saa yhteyden Zim Diamonds Groupin hotellista.

2) Lähetä viesti numeroon 16358 (DNA, Elisa ja TeliaSonera) tai +358 400 358 300 (ulkomaiset liittymät ja muut suomalaiset liittymät).

3) Saat paluuviestissä tiedon, että ilmoituksesi on vastaanotettu.

Matkustustiedote

Tiesitkös, että ulkoministeriö julkaisee eri maista matkustustiedotteita, joista käy ilmi alueen turvallisuustilanne ja yleistä tietoa kohdemaasta?

Tsekkaa tiedotteet osoitteessa FORMIN.FI tai tilaa tiedote tekstarilla:

Kirjoita tekstiviestiin: MATKUSTUS <Maan nimi> (esimerkiksi: MATKUSTUS ALANKOMAAT)

Lähetä tekstari numeroon 16 358, se toimii DNA:n, Elisan ja TeliaSoneran liittymillä. Muilla liittymillä - myös ulkomaisilla - numero on +358 400 358 300.

Voit myös lukea tiedotteet ulkoministeriön mobiilisivustolla, osoite: wap.formin.fi

(Ulkoministeriö ei veloita palvelujen käyttäjää. Käyttäjä maksaa vain operaattorien veloitukset.)

Matkavakuutus

Toivomme, että reissusi sujuu turvallisesti ja ongelmitta, mutta vahingon sattuessa on syytä olla voimassaoleva matkavakuutus! Et varmastikaan haluaisi maksaa omasta pussista kymmeniä tuhansia euroja ambulanssikuljetuksesta takaisin Suomeen? Vaikka olisit kokenutkin reissaaja, muistathan, että matkalla voi sattua mitä vain. Hienojen reissukokemusten lisäksi voi tulla myös ikäviä tilanteita.

Kysy vakuutusyhtiöltäsi tarpeisiisi sopivaa matkavakuutusta.

Muutama vinkki matkalle

- Anna hotelli-ym. matkatietosi ja matkasuunnitelmasi yhteyshenkilölle kotimaassa ja pidä hänet ajan tasalla matkasuunnitelmiesi muuttuessa.
 - Tarkista, että matkustusasiakirjat ovat kunnossa.
 - Muistathan, että jos olet vahingon sattuessa päihtynyt tai huumavien aineiden vaikutuksen alaisena, vakuutus harvoin korvaa mitään.
 - Lue matkustustiedotteet, tee matkustusilmoitus ja ota matkavakuutus!
-

Esitteen ensimmäisen sivun ruotsinkielinen teksti:

Resemeddelanden

Visste du att, utrikesministeriet publicerar resemeddelanden från olika länder, där det framgår säkerhetsituation i området och allmän information om rese målet.

Kolla informationen under adressen FORMIN.fi eller beställ informationen per textmeddelande:

Skriv på textmeddelande: RESA < landet namn < (t.ex RESA NEDERLÄNDERNA

Skicka textmeddelandet till numret **16358**, de fungerar med abonnemang från DNA, Elisa och TELIASONERA. Med andra abonnemang - också utomlands- är numret **+358 400 358 300**

Du kan också läsa informationerna på utrikesministeriets mobilsida, adress: **wap.formin.fi**

(utrikesministeriet fakturerar inte användaren av betjäningen. Användaren betalar endast operatörernas avgift)

Resanmälan

Resanmälan är frivillig, men det lönar sig att göra det speciellt om du reser på egen hand eller om du reser till en riskzon. Med att ange information om resan, ger du dina kontaktuppgifter och reseplan till utrikesministeriet som du kan ha nytta av i nöd- eller krissituationer. Det lönar sig alltid att ta det för de säkra.

Anmälan kan du göra behändigt per textmeddelande, wap-service eller med personuppgiftsblanketten som finns på utrikesministeriets hemsida.

Textmeddelande

1) skriv textmeddelande på följande sätt:

RESA avgångsdag-ankomstdag rese mål ytterligare uppgifter (datum bör skrivas i form datum, månad, år. (Om man lämnar året bort, tar den det gångna året)

OBS! Om man under resan besöker flere länder gör man för alla länder en skild rese-anmälning.

RESA 01.02-09.03.2010 zimbabwe harare 3pers kontakt zim diamonds group

* Enligt exempel - anmälningen är 3 personer på resa 1.2-9.3.2010 i Zimbabwe, i Harare och kontakt med dem får man från hotellet zim diamonds group.

2) Skicka textmeddelandet till numret 16358 (DNA, Elisa och TELIASONERA)

eller till +358 400 358 300 (utländska abonemang och andra finska abonemang)

3) Du får i returmeddelande, om att din anmälning har blivit mottagen

Reseförsäkring

Vi önskar att din resa löper tryggt och problemfritt, men om det sker en olycka vore det bra att ha en reseförsäkring som är i kraft! Du vill väl inte själv betala den otroligt dyra ambulanstransporten tillbaka till Finland? Även om du är en erfaren resenär, är det bra att komma ihåg, att under resan kan det hända vad som helst till motsats av fina rese-erfarenheter kan det uppstå tråkiga situationer.

Fråga försäkringsbolaget vilken reseförsäkring passar dig bäst.

Esitteen toisen sivun teksti suomeksi ja ruotsiksi:

Maailmankartta

Tähän karttaan voit piirtää matkasuunnitelmasi ja merkitä ne mestat missä olet jo käynyt tai vielä haluat vielä joskus käydä.

Världskartan

I den kan man sedan fylla i ställen var man har varit, vill fara till eller skall åka till i framtiden. Detta skulle vara ett trevligt tillägg som stöd för sakinnehållet.

På denna karta kan du rita in reseplanen och omringa platserna du redan varit på eller platserna du vill åka till.

 <p>Reissuviikko</p>	<p>Matkustusi ilmoitus Matkustusi ilmoituksen tekeminen on vapaaehtoista, mutta se kannattaa tehdä varsinkin jos lähdet omatoimimatalle tai matkustat riskialueille. Matkustusi ilmoituksella annat yhteystietosi ja matkasuunnitelmasi ulkoministeriölle, joista on hyötyä hätä- tai kriisitilanteissa. Kannattaa pelata aina varman päälle. Ilmoituksen voit tehdä kätevästi tekstiviestillä, wap-palvelulla tai Ulkoministeriön nettisivuilla olevalla henkilötietomakkeella.</p> <p>Textiviestinä 1) Kirjoita matkpuhelimeen tekstiviesti: MATKALLA lähtöpäivä-paluu päivä</p>	<p>Matkustustiedote Tiesitkö, että ulkoministeriö julkaisee eri maista matkustustietoja, joista käy ilmi alueen turvallisuustilanne ja yleisiä tietoja kohdemaasta? Tsekkaa tiedotteet osoitteessa FORMIN.FI tai tilaa tiedote tekstariilla: Kirjoita tekstiviestiin: MATKUSTUS <Maan nimi> (esimerkiksi: MATKUSTUS ALANKOMAAT) Lähetä tekstari numeroon 16 358, se toimii DNA:n, Elisan ja TeliaSoneran liittymillä. Muilla liittymillä - myös ulkomailla - numero on +358 400 358 300. Voit myös lukea tiedotteet Ulkoministeriön mobiilisivustolla, osoite: wap.formin.fi</p>	<p>Muutama vinkki matkalle •Anna hotellisi-ym. matkalietosi ja matkasuunnitelmasi yhteyshenkilölle kotimaassa ja pidä hänet ajan tasalla matkasuunnitelmiestä muuttuessa •Tarkista, että matkustusasikirjat ovat kunnossa •Musiikstathan, että jos olet vahingon sattussa aineiden vaikutuksen alaisena, vakuutus harvoin korvaa mitään •Lue, matkustustiedotteet, tee matkustusi ilmoitus ja ota matkavakuutus!</p>	<p>Resenämälän Resenämälän är frivillig, men det lönar sig att göra det speciellt om du reser på egen hand eller om du reser till en riskzon. Med att ange information om resan, gör du dina kontaktpuppgifter och resplan till utrikesministeriet som du kan ha nytta av i nöd- eller krisituationer. Det lönar sig alltid att ta det för de säkra. Anmälningen kan du göra behändigt per textmeddelande, wap-service eller med personuppgiftsblanketten som finns på utrikesministeriets hemsida.</p>	<p>Reseförsäkring Vi önskar att din resa löper tryggt och problemfritt, men om det sker en olycka vore det bra att ha en reseförsäkring som är i kraft! Du vill väl inte själv betala den otroligt dyra ambulanstransporten tillbaka till Finland? Även om du är en erfaren resenär, är det bra att komma ihåg, att under resan kan det hända vad som helst till motsats av fina rese-erfarenheter kan det uppstå tråkiga situationer. Fråga försäkringsbolaget vilken reseförsäkring passar dig bäst.</p>
	<p>Matkavakuutus Toivomme, että reissusi sujuu turvallisesti ja ongelmitta, mutta vahingon sattussa on syytä olla voimassaoleva matkavakuutus! Et varmastiakaan halua maksaa omasta pussista kymmeniä tuhansia euroja ambulanssikuljetuksesta takaisin Suomeen? Vaikka olisit kokenutkin reissaja, muistathan, että matkalla voi sattua mitä vain. Hienojen reissukokemusten lisäksi voi tulla myös ikäviä tilanteita. Kysy vakuutusyhtiöltäsi tarpeisiksi sopivaa matkavakuutusta.</p>	<p>Ulkoministeriön avoimet palvelut Käyttäjää. Käyttäjää maksaa vain operaattorin veloitus.)</p>  <p>-Matkalle tarvitsee muutakin kuin passin ja hammaشارجان-</p>	<p>Resemeddelanden Visste du att, utrikesministeriet publicerar resemeddelanden från olika länder, där det framgår säkerhetsituation i området och allmän information om resemålet.</p> <p>Telia information under resan FORMIN.FI eller beställ informationen per textmeddelande: Skriv på textmeddelande: RESA < landet namn < (Lex RESA NEDERLÄNDERNA Skicka textmeddelandet till numret 16358, de fungerar med abonnemang från DNA, Elisa och TELIASONERA. Med andra abonnemang - också utomlands- är numret +358 400 358 300 Du kan också få informationerna på utrikesministeriets mobilsida, adress: wap.formin.fi (utrikesministeriet fakturerar inte användaren av betjäningen. Användaren betalar endast operatörernas avgift)</p>	<p>Textmeddelande 1) skriv textmeddelande på följande sätt: RESA avgångsdag-ankomstdag reseområde ytterligare uppgifter { datum bör skrivas i form datum, månad, år. (Om man lämnar året bort, tar den det gångna året) OBS! Om man under resan besöker flere länder gör man för alla länder en skild rese-anmälan. RESA 01.02-09.03.2010 zimbabwe harare 3pers kontakt zim diamonds group * Enligt exempel - anmälningen är 3 personer på resa 1.2-9.3.2010 i Zimbabwe, i Harare och kontakt med dem får man från hotellet zim diamonds group. 2) Skicka textmeddelandet till numret 16358 (DNA, Elisa och TELIASONERA) eller till +358 400 358 300 (utländska abonnemang och andra finska abonnemang) 3) Du får i returmeddelande, om att din anmälan har blivit mottagen</p>	<p>Lisätietoja matkustusturvallisuussaloista Närmare information av reseäkerhet</p>  <p>Http://formin.finland.fi Http://formin.finland.fi/svenska</p>
	<p>3) Saat paluuviestissä tiedon, että ilmoituksesi on vastaanotettu.</p> 	<p>Matkavakuutus Toivomme, että reissusi sujuu turvallisesti ja ongelmitta, mutta vahingon sattussa on syytä olla voimassaoleva matkavakuutus! Et varmastiakaan halua maksaa omasta pussista kymmeniä tuhansia euroja ambulanssikuljetuksesta takaisin Suomeen? Vaikka olisit kokenutkin reissaja, muistathan, että matkalla voi sattua mitä vain. Hienojen reissukokemusten lisäksi voi tulla myös ikäviä tilanteita. Kysy vakuutusyhtiöltäsi tarpeisiksi sopivaa matkavakuutusta.</p>	<p>Resemeddelanden Visste du att, utrikesministeriet publicerar resemeddelanden från olika länder, där det framgår säkerhetsituation i området och allmän information om resemålet.</p> <p>Telia information under resan FORMIN.FI eller beställ informationen per textmeddelande: Skriv på textmeddelande: RESA < landet namn < (Lex RESA NEDERLÄNDERNA Skicka textmeddelandet till numret 16358, de fungerar med abonnemang från DNA, Elisa och TELIASONERA. Med andra abonnemang - också utomlands- är numret +358 400 358 300 Du kan också få informationerna på utrikesministeriets mobilsida, adress: wap.formin.fi (utrikesministeriet fakturerar inte användaren av betjäningen. Användaren betalar endast operatörernas avgift)</p>	<p>Textmeddelande 1) skriv textmeddelande på följande sätt: RESA avgångsdag-ankomstdag reseområde ytterligare uppgifter { datum bör skrivas i form datum, månad, år. (Om man lämnar året bort, tar den det gångna året) OBS! Om man under resan besöker flere länder gör man för alla länder en skild rese-anmälan. RESA 01.02-09.03.2010 zimbabwe harare 3pers kontakt zim diamonds group * Enligt exempel - anmälningen är 3 personer på resa 1.2-9.3.2010 i Zimbabwe, i Harare och kontakt med dem får man från hotellet zim diamonds group. 2) Skicka textmeddelandet till numret 16358 (DNA, Elisa och TELIASONERA) eller till +358 400 358 300 (utländska abonnemang och andra finska abonnemang) 3) Du får i returmeddelande, om att din anmälan har blivit mottagen</p>	<p>Resehäfte</p>  

Mahdollinen yhteistyökumppanin mainos tähän

Maailmankartta
Tähän karttaan voit piirtää matkasuunnitelmasi ja merkitä ne mestat missä olet jo käynyt tai vielä haluat vielä joskus käydä.

Världskartan
I den kan man sedan fylla i ställen var man har varit, vill fara till eller skall åka till i framtiden. Detta skulle vara ett trevligt tillägg som stöd för sakinnehållet. På denna karta kan du rita in reseplanen och omringa platserna du redan varit på eller platserna du vill åka till.

Tähän symbolipalkki tähän tyyliin...

Ei tekijänoikeuksia

Ei tekijänoikeuksia

Ei tekijänoikeuksia

Tähän symbolipalkki tähän tyyliin...

Saatekirje ja muistutusviesti

Hei!

Teemme ulkoasiainministeriölle opinnäytetyötä matkustusturvallisuudesta. Asian selvittämiseksi tarvitsemme näkemyksiäsi.

Toivomme, että vastaat muutamiin kysymyksiin. Vastaaminen vie vain jokusen minuutin.

Kun vastaat tähän kyselyyn, autat ulkoasiainministeriötä kehittämään palvelujaan ja meitä valmistumaan restonomeiksi!

Klikkaa tätä linkkiä päästäksesi kyselyyn

<http://www.webropol.com/P.aspx?id=424629&cid=48356295>

Kiitokset jo etukäteen.

Aku Pekkarinen ja Hannu Tarkiainen
Matkailun liikkeenjohdon koulutusohjelma
Haaga-Helia AMK, Haagan-toimipiste

aku.pekkarinen@gmail.com
hannutarkiainen@hotmail.com

Moikka!

Jos olet jo vastannut tähän kyselyyn, tämä viesti on aiheeton.

Teemme ulkoasiainministeriölle opinnäytetyötä matkustusturvallisuudesta. Asian selvittämiseksi tarvitsemme näkemyksiäsi.

Toivomme, että vastaat muutamiin kysymyksiin. Vastaaminen vie vain jokusen minuutin.

Kun vastaat tähän kyselyyn, autat ulkoasiainministeriötä kehittämään palvelujaan ja meitä valmistumaan restonomeiksi!

Klikkaa tätä linkkiä päästäksesi kyselyyn

<http://www.webropol.com/P.aspx?id=424629&cid=48356295>

Kiitokset jo etukäteen.

Aku Pekkarinen ja Hannu Tarkiainen
Matkailun liikkeenjohdon koulutusohjelma
Haaga-Helia AMK, Haagan-toimipiste

aku.pekkarinen@gmail.com
hannutarkiainen@hotmail.com

1) Ikä

- 18-21 22-25 26-35 36-

2) Oletko joskus tehnyt omatoimimatkan ulkomaille?

- Kyllä En

3) Otatko ulkomaille lähtiessäsi matkavakuutuksen?

- Aina
 Silloin tällöin kohteesta riippuen
 En koskaan

Seuraavat kysymykset koskevat matkustusilmoitusta. Matkustusilmoitus tarkoittaa omien henkilötietojen, matkan aikana voimassa olevien yhteystietojen ja matkaa koskevien tietojen antamista ulkoministeriölle hätätapauksia ja kriisitilanteita varten.

4) Millä tavoin tekisit mieluiten matkustusilmoituksen?

- Ulkoasiainministeriön nettisivuilta
 Tekstiviestillä
 WAP-palvelulla
 Henkilötietolomakkeella (Lähetetään ulkoasiainministeriöön faxilla, postitse tai sähköpostilla)
 Jollain muulla tavoin, millä?

5) Hyväksyisitkö sellaisen palvelun, jonka avulla ulkoministeriö voisi seurata matkustajan liikkeitä ulkomailta matkapuhelinverkon avulla kriisi- ja hätätilanteissa?

- Kyllä En

Ulkoasiainministeriön matkustustiedotteissa kerrotaan yleisesti tietyn alueen turvallisuustilanteesta, esimerkiksi paikallisesta poliittisesta tilanteesta, rikollisuudesta, liikenteen turvallisuusongelmista ja muistutetaan myös kulttuurieroista.

6) Millä tavoin lukisit ulkoministeriön julkaisemia matkustustiedotteita eri maista mieluiten?

- Tilaamalla ne tekstiviestillä
 Ulkoasiainministeriön nettisivuilta
 WAP-palvelulla
 Jollain muulla tavoin, millä?

7) Mistä tietolähteestä etsit etukäteen tietoa matkakohteesi turvallisuudesta?

- Twitteristä tai muista blogisivustoista
 Facebookista
 Lonely Planetista tai vastaavasta matkailusivustosta
 Googlesta
 Muulla tavoin, millä?
 En mistään

8) Jos joudut itse tai joku lähimmäisistäsi joutuu kriisitilanteen keskelle ulkomailta, millä tavoin käyttäisit sosiaalista mediaa viestimiseen tai tiedon etsimiseen?

Lähetä

