

ASIAKASTYYTYVÄISYYS PALVELUYRITYKSESSÄ

LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalouden koulutusohjelma
Yrityshallinnon suuntautumisvaihtoehto
Opinnäytetyö
Kevät 2007
Teea Valve

Lahden ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma

VALVE, TEEA: Asiakastyytyväisyys palveluyrityksessä

Yrityshallinnon suuntautumisvaihtoehdon opinnäytetyö, 41 sivua, 6 liitesivua

Kevät 2007

TIIVISTELMÄ

Tämä opinnäytetyö käsittelee asiakastyytyväisyyttä. Teoriaosiossa on käsitelty asiakaspalvelua, palvelun laatua ja palveluodotuksia sekä asiakastyytyväisyyttä ja sen selvittämistä. Tutkimuksessa selvitetään mitä asiakaspalvelu on, mitä on palvelun laatu ja mitä tarkoittavat palveluodotukset sekä totuuden hetki. Lisäksi tutkimuksessa selvitetään mitä tarkoittaa asiakastyytyväisyys, miksi asiakastyytyväisyys on tärkeää ja miten asiakastyytyväisyys selvitetään sekä miten asiakaspalautetta voidaan käyttää hyväksi palveluiden kehittämisessä.

Opinnäytetyön empiirinen osuus koostuu asiakaspalaute kyselynä toteutetusta asiakastyytyväisyyskyselystä ratsastuskeskukselle. Tutkimuksen kohde-ryhmänä olivat kaikki yrityksen palveluita käyttävät asiakkaat. Tutkimuksessa tutkittiin tyytyväisyyttä yrityksen ratsastustuntien opetukseen, asiakaspalveluun, tiloihin ja hintaan, sekä yksityistallin palveluihin, valmennuksiin, tiloihin, siisteyteen ja hintaan.

Tutkimuksen mukaan asiakkaat olivat pääosin erittäin tyytyväisiä tai tyytyväisiä yrityksen tarjoamiin palveluihin ja tiloihin. Eniten tyytymättömyyttä aiheuttivat ratsastustuntien hinnat. Vaikka ratsastusta pidetäänkin yleisesti kalliina harrastuksena ja yrityksen palveluita laadukkaina, niin hinta ylitti joidenkin vastaajien sietokyvyn.

Avainsanat: palvelu, laatu, odotukset, asiakastyytyväisyys

LAHTI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
Faculty of Business Studies

VALVE, TEEA: Customer satisfaction in service company

Bachelor's Thesis, Business Administration, 41 pages, 6 appendices

Spring 2007

ABSTRACT

This thesis is about customer satisfaction. The theory part discusses customer service, quality of service, service expectations, customer satisfaction and how they can be studied. The thesis defines what customer service is, what quality of service is, and what service expectations and the moment of truth mean. Furthermore, the study defines what customer satisfaction means, why customer satisfaction is important, how customer satisfaction is studied and how customer feedback has been utilised in the development of services.

The thesis carries out a survey which consists of a customer satisfaction questionnaire conducted for a riding school. The survey was carried out by a customer feedback form. The target group of the survey consisted of customers who use the services of the riding school. The survey examined satisfaction with the teaching of riding lessons, customer service, premises and the price. Furthermore, there were questions about customer satisfaction with services, coaching, premises, cleanliness and the price of a private stable.

The results of the study showed that customers were mainly very satisfied or satisfied with the services and premises of the riding school. The prices of riding lessons caused the most dissatisfaction. Even though riding is generally considered expensive and the services of the company were of high quality, the price was still too high for some people.

Key words: service, quality, expectations, customer satisfaction

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
1.1 Tutkimuksen tavoite	1
1.2 Tutkimuksen rakenne ja eteneminen	2
2 ASIAKASLÄHTÖINEN ASIAKASPALVELU	3
2.1 Erilaiset asiakkaat	4
2.2 Palvelun laatu	5
2.3 Palveluodotukset ja totuuden hetki	6
3 ASIAKASTYYTYVÄISYYS	8
3.1 Asiakastyytyväisyyden tärkeys	8
3.2 Asiakastyytyväisyyden selvittäminen	9
3.3 Asiakaspalautteen käyttäminen	11
3.4 Tyytyväiset asiakkaat ja asiakasuskollisuus	12
4 CASE YRITYS X:N ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUS	13
4.1 Yritys X:n esittely	13
4.2 Tutkimusmenetelmät ja kohderyhmä	14
4.3 Reliabiliteetti ja validiteetti	15
4.4 Tutkimustyyppi ja tulosten tallentaminen	16
4.5 Tutkimustulokset	16
4.5.1 Taustamuuttujat	17
4.5.2 Tyytyväisyys ratsastustunteihin	24
4.4.3 Tyytyväisyys yksityistalliin	28
4.4.4 Viestejä yritykselle	32
4.4.5 Parannusehdotukset	33
5 YHTEENVETO	36
LÄHTEET	40
LIITTEET	42

1 JOHDANTO

Ratsastus on nopeasti lisääntyvä harrastuksen muoto, sitä voivat harrastaa oikeastaan kaikki, ikään, sukupuoleen tai fyysiseen kuntoon katsomatta. Etenkin aikuisten harrastajien määrä on lisääntynyt viimeisen neljän vuoden aikana noin 44 prosentilla. Maamme koko väestöstä yli kaksi prosenttia harrastaa ratsastusta. Koska ratsastusharrastus on voimakkaassa kasvussa, toivotaan uusia harrastuspaikkoja etenkin eteläisimpään Suomeen. Tällä hetkellä Suomen Ratsastajainliiton hyväksymiä talleja on noin kaksisataa, joihin myös casessa käsiteltävä ratsastuskeskus kuuluu. (Suomen Ratsastajainliitto, 2005)

Tällä hetkellä hevosalalla kilpailu asiakkaista on kovaa, eikä riitä, että hevoset ovat ratsastustuntikäyttöön sopivia ja että löytyy maata, jolla ratsastaa. Asiakkaat osaavat nykyään vaatia monenlaisia ja korkeatasoisia palveluita. Lahden alueella ratsastuskeskuksia on useita, ja kilpailu on kovaa. Pysyäkseen joukon mukana ja etenkin kärjessä, täytyy erikoistua, kehittää palveluita ja nostaa palveluiden laatua asiakkaiden vaatimalle tasolle. Tämä tutkimus auttaa yhtä näistä ratsastuskeskuksista selvittämään asiakkaidensa tyytyväisyyden sen palveluihin ja antamaan kehitysehdotuksia.

1.1 Tutkimuksen tavoite

Opinnäytetyön tutkimusongelmana on, miten palveluita tulisi parantaa, jotta pysytään Lahden seudun, mahdollisesti jopa koko Etelä-Suomen huippulaatuisten ratsastuskeskusten joukossa. Opinnäytetyön lähtökohtana on Lahden seudulla sijaitseva ratsastuskeskus, jolle suunnitellaan, toteutetaan ja analysoidaan asiakastyytyväisyystutkimus. Tutkimuksen pyrkimyksenä on selvittää ratsastuskeskuksen asiakkaiden tyytyväisyyttä tai tyytymättömyyttä keskuksen palveluihin, tiloihin ja hintatasoon. Yritykselle, uusien tilojen valmistuttua, vuonna 2006, ei ole toteutettu asiakastyytyväisyystutkimusta, joten vertailukohtaa tutkimukselle ei ole. Samalla

tutkimuksesta voidaan havaita, vastaako yrityksen johdon ja henkilökunnan arviot asiakastyytyväisyydestä asiakkaiden mielipiteitä.

1.2 Tutkimuksen rakenne ja eteneminen

Opinnäytetyön alussa on teoriaosio, jossa käsitellään asiakaslähtöistä asiakaspalvelua, palvelun laatua, palveluodotuksia ja totuudenhetkeä sekä asiakastyytyväisyyttä ja sen selvittämistä. Ratsastuskeskukselle asiakkaiden tyytyväisyys yrityksen palveluihin on koko toiminnan perusta. Asiakkaiden toiveisiin pyritään vastaamaan parantamalla, niin palveluita kuin myös tiloja. Empiirisessä osiossa tutustutaan ratsastuskeskukseen ja selvitetään tutkimuksen suunnittelu, toteutus ja tutkimuksen tulokset kokonaisuudessaan.

Opinnäytetyön tutkimusmenetelmänä on kyselytutkimus. Kvantitatiivinen kyselytutkimus toteutetaan yrityksen asiakkaille siten, että halukkaat asiakkaat voivat vastata kyselyyn talleille jaetuilla lomakkeilla. Kyselylomakkeita jaetaan, niin yksityis- kuin yhteistallin puolelle. Kyselyyn voivat vastata joko yhtä tai useampaa yrityksen palvelua käyttävät asiakkaat.

2 ASIAKASLÄHTÖINEN ASIAKASPALVELU

Palvelua on henkilökohtainen palvelu sekä palvelu tuotteena. Melkein kaikista tuotteista voi tehdä palvelun, jos tuotteen myyjä mukauttaa ratkaisun asiakkaan vaatimusten mukaiseksi. Fyysisen tuotteen kuljettaminen asiakkaalle on palvelua, samoin kuin muun muassa laskutus on hallinnollinen palvelu. Tällaiset hallinnolliset palvelut ovat niin sanottuja näkymättömiä palveluita, jotka koetaan usein ongelmiksi palvelun sijaan. (Grönroos 1990, 46.)

Palvelu ei kuitenkaan itsessään ole fyysinen, siihen voi kuulua fyysisiäkin osia, mutta itse palvelu on kuitenkin aina aineeton. Juuri aineettomuuden vuoksi palvelua on erittäin vaikeaa arvioida. Jokainen palvelutapahtuma on myös erilainen, siksi on vaikea verrata toisiinsa ja arvioida. Yhdelläkin epäsovinnalla lauseella voi pilata koko palvelutapahtuman, mutta tilanteen voi kuitenkin myös nopeastikin pelastaa oikealla liikkeellä, sillä palvelutilanne elää koko ajan. Palvelun ydinarvo tuotetaan asiakkaan ja henkilökunnan välisessä vuorovaikutuksessa. (Grönroos 1990, 50; Kansanen & Väistö 1994, 16.)

Yrityksen asiakaspalvelun perustana tulisi olla asiakaspalvelun linjaukset jo liikeideassa. Palvelun tason tulisi olla määriteltynä ja nämä linjaukset pitäisi saada siirrettyä myös henkilökunnan toimintaan. (Lepola, Pulkkinen, Raivio, Selinheimo & Sulkanen 1998, 16.) Asiakslähtöisyyden täytyy kuitenkin olla myös luonnollista. Asiakas aistii, jos palvelu on ulkoa opittua ja teennäistä. Ei riitä, että henkilökunta tietää yrityksen palvelulinjaukset ja toimii niiden mukaan, vaan työntekijöillä täytyy myös olla motivaatiota toimia asiakaslähtöisesti. (Vuokko 1997, 37.)

Asiakas tekee valintansa melkein aina tunnepohjalta, vaikka ihmiset koettavatkin selittää ratkaisujaan järjestyksellä. Tämä tarkoittaa sitä, että palvelun laatu ja asiakaspalvelijan motivaatio sekä toiminta ovat erittäin suuressa osassa, kun asiakas valitsee yritystä, jonka kanssa asioi. (Lepola ym. 1998, 19-20.) Asiakaspalvelijan ja asiakkaan täytyy puhua samaa kieltä, asiakkaan kanssa täytyy pystyä puhumaan

sa-moin käsittein, asiakkaan lähtökohdasta käsin. Asiakaspalvelijan täytyy olla läsnä, muissa maailmoissa oleva asiakaspalvelija ei voi olla palvelutilanteessa mukana kokonaan. (Korkeamäki, Pulkkinen & Selinheimo 2000, 14.)

2.1 Erilaiset asiakkaat

Jotta asiakas saa sellaista palvelua, jossa hän tuntee olevansa tärkeä, täytyy asiakas ja hänen ostotottumuksensa tuntea. Jokainen asiakas, niin yksityishenkilö, kuin yrityksen ostoista vastaava henkilö, haluaa olla muutakin kuin rahan tuoja. Jokainen haluaa tulla kohdelluksi ihmisenä, ei pelkästään numerona tai välttämättömänä pahana. (Lepola ym. 1998, 20.)

Kun asiakkaana on yksityinen henkilö, puhutaan enemmänkin asiakaspalvelusta kuin myyntityöstä. Asiakas yleensä hakee apua, että saa oikeanlaisen tuotteen. Eikä itse tuote olekaan tapahtuman tärkein osa-alue. Saatu palvelu vaikuttaa siihen valitseeko asiakas uudelleen saman yrityksen vai ei. Jos yritys on hoitanut asiakaspalvelutilanteen asiakkaan mielestä hyvin, hän todennäköisesti tulee uudelleenkin asiakkaaksi, tai suosittelee yritystä muille. Samaa hintaluokkaa olevista tuotteista asiakas todennäköisesti valitsee sen, jonka kanssa hän kokee saavansa parempaa palvelua. (Lepola ym. 1998, 20.) Vaikka asiakas olisi valinnut yrityksen siksi, koska sen tarjoama tuote on muita markkinoilla olevia vastaavia edullisempi, täytyy asiakaspalvelun olla edes välttävää. Hinnolla yritys ei voi kilpailla pitkään, mutta palveluilla ja palveluelämyksillä yritys turvaa jatkuvuuttaan. (Aarnikoivu 2005, 29-30.)

Yrityksille myytäessä täytyy tietää mikä on se kilpailuetu, jolla asiakas saadaan valitsemaan juuri tämän yrityksen tuote tai palvelu, kilpailijoiden tuotteiden tai palveluiden sijaan. (Lepola ym. 1998, 20.) Yritysten valinnat tapahtuvat yleensä sen mukaan haluavatko he halvemman hinnan ja heikomman asiakaspalvelun vai kalliimman hinnan ja hyvän asiakaspalvelun. (Aarnikoivu 2005, 29.) Yrityksissä ostoista vastaavat henkilöt tietävät millaisia tuotteita tai palveluita he tarvitsevat, eivätkä he siksi tarvitse yksityisasiakkaan kanssa samanlaista asiakaspalvelua.

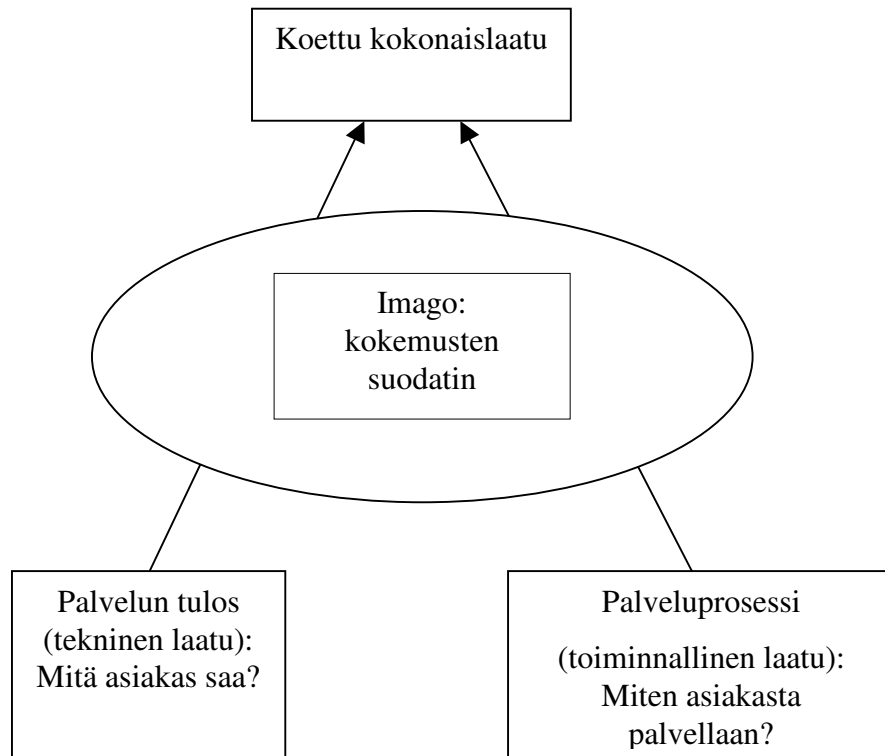
Tästä huolimatta myös yritystoihin vaikuttaa ostajan tunne siitä, onko hänet ymmärretty. Myyjän täytyy pystyä puhumaan samaa kieltä ostajan kanssa. (Lepola ym. 1998, 20-21.)

2.2 Palvelun laatu

Laatu on käsitteenä sellainen, että sen alle sijoitetaan arvoja ja mieltymyksiä, laatu on sitä mitä asiakas haluaa. Todellisuudessa laatukäsite on vaikea määritellä ja siksi sitä on vaikea mitata. Koska laadun mittaaminen on vaikeaa, pelataan usein sellaisilla suureilla, joiden mittaaminen on helppoa, kuten virheprosentteilla, kustannuksilla ja läpimenoajoilla. Ennen laadusta puhumista on syytä määrittää mitä laadulla tarkoitetaan. (Lillrank 1990, 40.)

Asiakas määrittää omilla kokemuksillaan palvelun laadun. Yrityksen käsitys palvelun onnistumisesta on hyvin usein kuitenkin erilainen kuin asiakkaan määritelmä siitä. Yritys mittaa palvelun laatua usein käytetyllä panostuksella ja voimavaroilla. Asiakkaan kokemukset unohdetaan helposti. (Rissanen 2005, 17.) Laatua pitäisi aina tarkastella asiakkaan näkökulmasta, sillä asiakas päättää onko laatu hyvä vai ei. (Ylikoski 1999, 118.) Tuotteen kyky tyydyttää asiakkaan tarpeet ja halut on laatua. Kun asiakas on tyytyväinen tuotteeseen, on tuote laadukas. (Lillrank 1990, 44.)

Palvelun laatua on vaikea mitata, koska jokainen palvelutapahtuma on ainutkertainen ja asiakas arvioi palvelun laadun joka kerta uudelleen. (Korkeamäki ym. 2000, 24.) Laatua voisi kuvailla asiakkaan asenteeksi organisaatiota ja sen tuotteita kohtaan. (Kuvio 1.) Kokemukset laadusta muodostuvat, sekä siitä miten palveluprosessi sujui, että siitä mitä asiakas sai palvelun lopputuloksena. Asiakkaan kokemaan laatuun vaikuttaa usein myös yrityksen imago. Jos yrityksellä on hyvä imago, se saattaa suodattaa joitakin palvelun virheitä niin, että asiakas kokee palvelun vähintäänkin tyydyttäväksi virheistä huolimatta. (Ylikoski 1999, 118.)



Kuvio 1. Palvelun laadun osatekijät (Ylikoski 1999, 119.)

2.3 Palveluodotukset ja totuuden hetki

Kun asiakas astuu sisään yrityksen tiloihin, hänellä on tietyt odotukset liittyen etenkin saamaansa palvelun laatuun. Ostohalukkuuteen vaikuttaa tietysti myös muun muassa yrityksen tilat, joka yleensä antaa näyteikkunoineen, myymälän järjestyksineen ja somistuksineen asiakkaalle ensivaikutelman koko yrityksestä. Hetkeä kun asiakas astuu palveluympäristöön, kutsutaan totuuden hetkeksi. Sillä hetkellä yrityksen on pystyttävä lunastamaan annetut lupaukset. Totuuden hetki on joka kerta kun asiakas astuu yrityksen tiloihin, sillä asiakas voi muuttaa mielipidettään, jos yritys ei jollakin kerralla vastaakaan asiakkaan odotuksia. (Lepola ym. 1998, 29.) Palvelutilanteessa totuuden hetkiä on useita, saman palveluprosessin aikana. Jos näitä totuuden hetkiä ei hoideta, palvelun laatu jää keskinertaiseksi. (Grönroos 1990, 68.)

Pian hetki on ohitse ja asiakkaan mielipiteeseen koetusta palvelun laadusta on enää vaikea vaikuttaa. Asiakkaaseen voi ottaa jälkikäteen yhteyttä ja koettaa saada

aikaan uuden palvelutilanteen ja totuuden hetken, tai yrittää selittää mikä meni pieleen edellisellä kerralla ja miksi. Mutta tämä on huomattavasti vaikeampaan kuin hoitaa ensimmäinen totuuden hetki niin hyvin kuin mahdollista. (Grönroos 1990, 67.)

Vaikka asiakas ei olisikaan tietoisesti muodostanut jotakin mielikuvaa itselleen siitä, millaista palvelua hän tulee samaan, on hänelle aina jonkinlainen odotus saamansa palvelun laadusta laajemman kokemustaustansa perusteella. Totuuden hetkellä asiakkaalle tullut ensivaikutelma rakentaa osaltaan yrityksen mainetta. Palvelu joko vastaa asiakkaan odotuksia tai muuttaa sitä. Ensivaikutelma on yleensä pysyvä, mutta seuraavat totuuden hetket rakentavat ja tarkentavat syntynyttä mielikuvaa. Jos mielikuva on yrityksen kannalta epäedullinen ja sitä halutaan muuttaa, vaatii se yritykseltä ponnistuksia. (Aarnikoivu 2005, 93.) Kun sekä asiakas, että myyjä ovat tyytyväisiä, asiakassuhde jatkuu. 1/12-säännön mukaan yhden kielteisen kokemuksen korjaamiseen tarvitaan 12 myönteistä kokemusta. Jos yritys ei tiedä omia heikkoja lenkkejään palvelussa, tilanne on haastava. Ellei palvelun heikkoja kohtia löydetä ja korjata, asiakas alkaa etsiä uutta vaihtoehtoa. (Lahtinen & Isoviita 1999, 4.)

Kun asiakkaan saama palvelu on hänen mielestään hyvää, hän palaa usein uudestaan käyttämään yrityksen palveluita, ja asiakassuhde tiivistyy. Asiakas, joka on saanut hyvää palvelua kertoo kokemuksistaan, tutkimusten mukaan, kolmelle muulle ihmiselle. Jos asiakas tuntee saaneensa huonoa palvelua, hän kertoo asiasta 11 henkilölle. Tämä 3/11-sääntö kertoo, että yrityksen ei tarvitse alentaa hintojaan tai kuluttaa suuria summia rahaa mainontaan saadakseen uusia asiakkaita. Ainoa vaatimus on pitää hyvää huolta jo olemassa olevista asiakkaista, joiden mukana viesti hyvästä palvelusta leviää ja uusia asiakkaita tulee. (Lahtinen ym. 1999, 4.)

3 ASIAKASTYYTYVÄISYYS

Jos asiakas on tyytyväinen yrityksen tarjoamiin palveluihin ja niiden laatuun hän todennäköisesti tulee käyttämään yrityksen palveluita uudelleen. Asiakastyytyväisyyttä voidaan pitää yhtenä tärkeimmistä mittareita selvitettäessä sitä, miten hyvin yritys menestyy tai tulee menestymään. (Rope & Pöllänen 1995, 58.)

Asiakkaiden mielipiteitä mitataan asiakastyytyväisyystutkimuksilla, näillä tutkimuksilla voidaan selvittää tyytyväisyyttä koko palvelukokonaisuuteen sekä sen eri osa-alueisiin. (Lahtinen ym. 1999, 64.) Asiakastyytyväisyystutkimuksissa kartoitetaan asioita, jotka asiakas kokee positiivisena palvelussa, miten asiantuntevaa ja ystävällistä toteutunut palvelu on ollut, miten viihtyisiä yrityksen tilat ovat olleet, mitä mieltä asiakas on ollut yrityksen tuote- ja palveluvalikoimasta, sekä muita asiakkaan tarpeita. (Aarnikoivu 2005, 67.) Asiakastyytyväisyyskysely kysyy nimenomaan asiakkaan mielipidettä yrityksen palveluista, eikä sitä pidä sekoittaa yritys-kuvatutkimukseen, jossa vastaajalla ei välttämättä tarvitse olla kokemusta yrityksen tarjoamista palveluista. (Rope ym. 1995, 59.)

3.1 Asiakastyytyväisyyden tärkeys

Asiakastyytyväisyys on erittäin tärkeää jo pelkästään asiakkaiden pysymisen takia, sillä jopa 90% tyytymättömistä asiakkaista vaihtaa palvelun tuottajaa. Jo olemassa olevan asiakassuhteen ylläpitäminen voi onnistua jopa viisi kertaa pienemmillä resursseilla kuin uuden asiakassuhteen hankkiminen. (Laukkanen 2004, 1.)

Mielipiteitä asiakkaiden tyytyväisyydestä palveluihin voi saada monella eri tapaa, suorana suullisena palautteena, erilaisilla pienillä tai perusteellisilla palautelomakkeilla, puhelimitse tai esimerkiksi internetistä. Mistään palautteesta ei kuitenkaan ole hyötyä, jos sitä ei käydä läpi perusteellisesti ja tehdä asiakkaiden toivomia

muutoksia. Kun asiakas huomaa, että hänen mielipidettään kuunnellaan hän kiinnostuu enemmän yrityksestä. (Jokinen 2000, 285-287.)

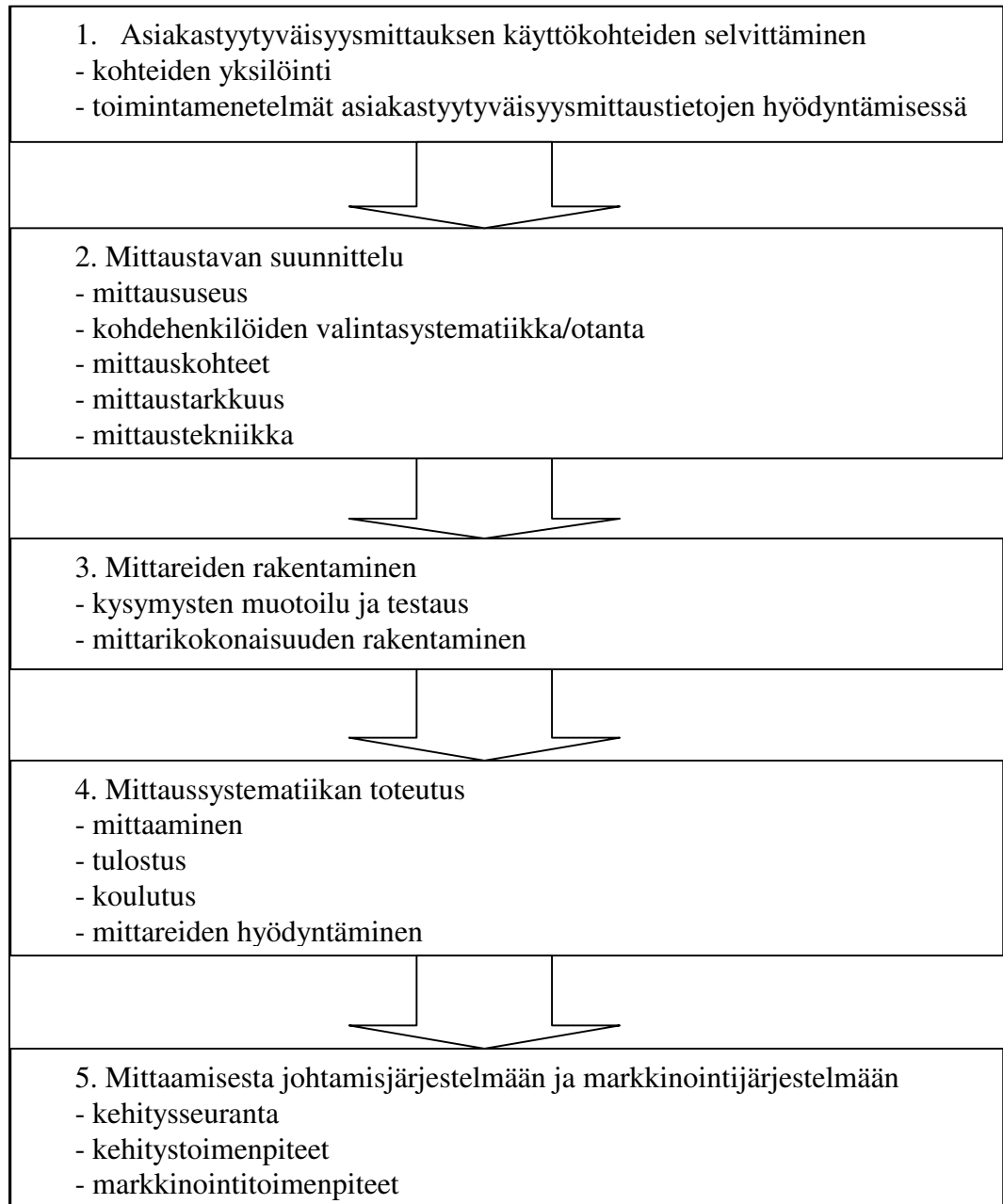
3.2 Asiakastyytyväisyyden selvittäminen

Asiakastyytyväisyyden hallinnan ydin on kyky kuunnella asiakasta. Asiakastyytyväisyyttä pitää mitata jatkuvasti. (Rope ym. 1995, 59.) Samalla kun selvitetään nykyisten asiakkaiden tyytyväisyyttä, niin ei saa unohtaa kysyä menetetyiltä asiakailta, miksi he eivät enää ole asiakkaina. (Lahtinen ym. 1999, 65.) Asiakkaat tyytyväisenä pitävistä asioista täytyy saada yksityiskohtaista tietoa, suoraan asiakkailta. (Ylikoski 1999, 149.) Näin palvelun laatua on helpompaa parantaa, kun tiedetään mistä asiakkaat pitävät ja mistä eivät pidä, sekä mikä saa heidät vaihtamaan palvelun tarjoajaa. (Lahtinen ym. 1999, 65.)

Asiakastyytyväisyyskyselyjä on toteutettava säännöllisin väliajoin, jotta ne muodostuisivat osaksi asiakastyytyväisyyden seurantajärjestelmää. Tämä mahdollistaa myös sen, että vastauksia aiemmin suoritettuihin asiakastyytyväisyyskyselyihin voi vertailla. Kyselyitä ei kuitenkaan pidä tehdä jatkuvasti, vaan hyvä perussääntö on, että sitten voi kehittää uuden kyselyn, kun edellisessä kyselyssä esiin tulleet asiat on korjattu ja ne ovat alkaneet vaikuttaa asiakkaiden mielipiteisiin. (Ylikoski 1999, 170.)

Asiakastyytyväisyyden selvittämisessä heikoin lenkki, palautteen analysoinnin lisäksi, on arjen asiakaskohtaamisissa. Näistä, päivittäisistä asiakaskohtaamisista saa paljon arvokasta palautetta, mutta ne eivät siitä huolimatta hyvinkään usein päädy yrityksen toiminnan kehityksen aineiksi. (Aarnikoivu 2005, 69.) Tällaisen päivittäisen palautteen antaminen, esimerkiksi suullisesti suoraan henkilökunnalle on asiakkaalle perinteisin tapa. Kun asiakas antaa palautetta, se on hyvä kirjoittaa ylös, silloin se menee varmemmin perille ja näyttää uskottavammalta asiakkaan silmissä. (Jokinen, Heinämaa & Heikkinen 2000, 285.)

Kuviossa 2 on esitetty asiakastyytyväisyysmittauksen toteutusvaiheet. Asiakastyytyväisyyden rakentuminen noudattaa aina kuviossa esitettyä kaavaa, perustana on tutkimuksen käyttökohteet. Kuviossa ensin mainittu asia vaikuttaa aina kuviossa seuraavaksi esiintyvään. (Rope ym. 1995, 59.)



Kuvio 2. Asiakastyytyväisyysmittauksen toteuttamisvaiheet (Rope ym. 1995, 60.)

3.3 Asiakaspalautteen käyttäminen

Asiakastyytyväisyyskyselyistä saadut tiedot kertovat hyvin yrityksen kyvystä palvella asiakkaitaan. Kyselyn tulokset kertovat myös mitä yrityksen tulisi tehdä, jotta suurempi osa asiakkaista olisi erittäin tyytyväisiä. Vastauksia arvioidessa täytyy yrityksen pystyä miettimään miksi tulokset ovat tietyn suuntaisia, ja olisi erittäin hyvä, jos vastauksia voisi verrata samalla toimialalla toimivan yrityksen tuloksiin. (Jones & Sasser 1995, 96.)

Kun asiakkailta on saatu palautetta ja mielipiteitä palveluista, ne täytyy työstää konkreettisiksi kehittämistoimenpiteiksi ja viedä käytäntöön. (Jokinen ym. 2000, 289.) Jos yritys ei pysty työstämään saamaansa palautetta, se ei pysty olemaan todellisesti asiakaslähtöinen, sillä asiakaslähtöisyys on välitöntä reagoimista asiakkaiden tarpeisiin. (Aarnikoivu 2005, 69.) Asiakas huomaa, että häntä kuunnellaan ja hän tulee mukaan yrityksen kehittämistyöhön omalla panoksellaan. (Jokinen ym. 2000, 289.)

Kun tietoa asiakkaiden tyytyväisyydestä on saatu, voidaan sen käyttöalueet listata seuraavasti:

1. Yrityksen toiminnan laadun ongelmakohtien selvittäminen
2. Toiminnan tason ylläpitäminen
3. Kannuste-/johtamisjärjestelmän perustana toimiminen
4. Palautetiedon saaminen asiakkailta systemaattisesti/asiakkaiden arvostusten selvittäminen
5. Kanta-asiakkaisiin tai muihin asiakasryhmiin suuntautuvan markkinoinnin toteuttaminen

Näiden viiden kohdan mukaan pitäisi myös asiakastyytyväisyyden selvittämisvälineistö rakentaa. Yritys voi näin hyödyntää kaikki tiedon käyttöalueet, vaikka niitä ei juuri sillä hetkellä tarvittaisikaan. (Rope ym. 1995, 61-62.)

Asiakaspalautteen saaminen parantaa myös yrityksen kannattavuutta, koska palautteen avulla voidaan parantaa laatua ja kohdentaa resurssit siihen toimintaa, jo-

ka kasvattaa asiakastyytyväisyyttä. Samalla yrityksessä tulee selvittää miten paljon tyytyväisyyttä kannattaa yrittää parantaa, etteivät kustannukset kasva tuottoja suuremmiksi. (Ylikoski 1999, 167-169.)

3.4 Tyytyväiset asiakkaat ja asiakasuskollisuus

Yleisesti asiakasta pidetään palveluun tyytyväisenä, jos hän antaa vähintään arvon 4, asteikolla 1-5. Tätä heikommalla arvolla on hyväksyttävä, sillä nykyään ajatellaan, että eletään reaali maailmassa, jossa ollaan harvoin täydellisiä. Kaikkia ei voi miellyttää. Voi olla, että investoinnit, jotka tarvitsisi tehdä, että kaikki asiakkaat antaisivat vähintään arvon 4 palveluista, olisivat niin suuria, että niiden ei katsota olevan kannattavia.

Kyselyn tuloksissa huomio kiinnitetään yleensä huonoja arvoja antaneisiin asiakkaisiin ja koetetaan miettiä miten palveluita tulisi parantaa, että he olisivat tyytyväisempiä. Asiakkaiden täydellinen tyytyväisyys ovat parhaita takeita asiakasuskollisuudelle ja pitkäaikaisille, erinomaisille taloudellisille tuloksille.

Kun kilpailutilanne markkinoilla on erittäin kireä, asiakastyytyväisyys taso on erittäin suuri tekijä. On suuri ero onko asiakas täysin tyytyväinen vai tyytyväinen. Tutkimukset osoittavat, että täysin tyytyväiset asiakkaat ovat suurissa määrin uskollisempia asiakkaita kuin tyytyväiset asiakkaat. Tämän vuoksi yritysten olisi tärkeää saavuttaa asiakassegmenttiinsä kuuluvien asiakkaiden täydellinen tyytyväisyys. (Jones ym. 1995, 89.)

4 CASE YRITYS X:N ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUS

Tässä osassa kerrotaan lyhyesti Yritys X:n toiminnasta, asiakassuhteista, toteutetun tutkimuksen suunnittelusta sekä tutkimustulokset kokonaisuudessaan. Tavoitteena on selvittää asiakkaiden tyytyväisyys yrityksen palveluihin, tiloihin ja hintatasoon.

4.1 Yritys X:n esittely

Yritys X on ratsastuskeskustoimintaan keskittynyt yritys, jonka palveluksessa on tällä hetkellä alle kymmenen maatalous- ja hevosalan työntekijää sekä reilu kaksikymmentä hevosta ja ponia. Yritys sijaitsee Lahden lähistöllä. Se on alueen yksi suurimmista talleista. Yrityksen toimintaan kuuluvat ratsastustunnit, ratsastusvalmennukset, ratsastusleirit sekä yksityistalli.

Yritys on siis palveluyritys, jossa kaikki työ on joko suoraan tai välillisesti asiakaspalvelua. Yrityksen toiminnan tavoitteena on täyttää asiakkaan tarpeet ja odotukset sekä tuottaa asiakkaalle se lisäarvo, jota hän on yrityksen valitessaan odottanut saavansa.

Yrityksen tavoitteena on olla yksi johtavista ratsastuskeskuksista Lahden seudulla, ehkä jopa koko Etelä-Suomessa. Tavoitteen ylläpitämiseksi, yrityksen lähtökohtana on palvella asiakkaita ratsastusharrastukseen liittyvissä asioissa niin kokonaisvaltaisesti kuin mahdollista. Jotta palvelu olisi mahdollisimman hyvää, ovat ratsastukseen tarvittavat tilat, kuten tallit, pihatot, maneesit ja kentät, maan parhaita, henkilökunta asiantuntevaa ja ystävällistä, sekä hinnat kilpailukykyisiä.

(Haastattelu, toimitusjohtaja. 2006.)

4.2 Tutkimusmenetelmät ja kohderyhmä

Tutkimusmenetelmänä on käytetty kvantitatiivista lomakekyselyä. Lomakekysely suoritettiin joulukuussa 2006. Kaikki halukkaat asiakkaat saivat vastata kyselyyn asioidessaan yrityksessä. Yritykselle ei ole tehty asiakastyytyväisyyskyselyä sen jälkeen, kun tiloja on suurennettu ja remontoitu vuosina 2002-2006, joten tutkimukselle ei ole vertailukohdetta.

Vastaajille oli luvassa niin sanottu ”porkkana”, eli kaikkien vastaajien kesken arvottiin yrityksen tuotepalkintoja. Palkinnot olivat erilaisia yrityksen logoin varustettuja tekstiilejä.

Tutkimuksessa käytetty kyselylomake suunniteltiin yhdessä yrityksen toimitusjohtajan kanssa. Lomakkeen jäsentelyn ja alustavat kysymyksen mietin itse, jonka jälkeen lomaketta muokattiin yrittäjän tarpeita palvelevaksi. Samassa yhteydessä kysymysten määrää vähennettiin ja mukaan lisättiin muutamia erityisesti yrittäjää kiinnostavia kysymyksiä. Asiakastyytyväisyyskyselylomake on saatteineen liitteenä. (LIITTEET 1 ja 2) Tutkimuksessa piti selvittää asiakkaiden tyytyväisyys yrityksen palveluihin, hintaan ja tiloihin.

Lomakkeen ensimmäisellä sivulla kysytään taustatietoja vastaajasta, muun muassa ikää, ratsastus- ja asiakkuusvuosia, millä tunneilla käy ja kuinka monta kertaa viikossa. Taustatietojen perusteella voitiin miettiä vaikuttiko esimerkiksi vastaajan ikä tai ratsastusvuodet vastauksiin.

Varsinaiset palveluun liittyvät kysymykset koskevat ratsastustunteja sekä yksityistallipalveluita. Molemmista palveluista kysytään tyytyväisyyttä hintoihin ja tiloihin. Tämän lisäksi ratsastustunneista kysytään asiakkaan mielipidettä tuntien sopivuudesta, asiakaspalvelun sekä opetuksen laadusta. Yksityistallia koskevia kysymyksiä ovat lisäksi asiakkaiden mielipide tarjotuista palveluista, tilojen siis-
teydestä sekä mahdollisista valmennuksista, joita he ovat käyttäneet.

Kyselylomakkeessa arvosteluasteikkona on viisiportainen asteikko, 1-5, jossa yksi on huonoin ja viisi paras. Selvyyden vuoksi tässä tutkimuksessa esitettyjen vastauksien kuvaajissa on käytetty yksi tarkoittamaan tyytymätön, kaksi melko tyytymätön, kolme melko tyytyväinen, neljä tyytyväinen ja viisi erittäin tyytyväinen. Halutessaan asiakas on voinut jättää arvostelematta jonkun kohdan, esimerkiksi, jos ei ole käyttänyt kyseistä palvelua. Jotta palveluita voitaisiin kehittää paremmiksi, on jokaisen kysymyksen perään jätetty tila, johon asiakas on voinut antaa perustelut vastaukselleen. Myös ratsastustunti- ja yksityistalliosioiden lopussa on kohta ”vapaa sana”, johon asiakas on voinut kirjoittaa myös muuta mieleen tulevaa, jota lomakkeessa ei kysytty.

4.3 Reliabiliteetti ja validiteetti

Reliabiliteetti kertoo tutkimuksen ja väitteiden luotettavuudesta. Ovatko tutkimuksen tulokset toistettavissa. Validiteetilla tarkoitetaan tutkimuksen tai väitteen pätevyyttä. Eli mittaako tutkimusmenetelmä juuri sitä, mitä oli tarkoituskin mitata. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000, 213)

Tutkimuksen reliabiliteettia ratsastustuntien kohdalta voidaan pitää suhteellisen hyvänä, mutta yksityistallin puolella reliabiliteetti ei ole kovin hyvä, vastausten vähydestä johtuen. Vastaajat on valittu täysin sattumanvaraisesti, reliabiliteetti on tältä osin hyvä, koska vastaukset eivät ole joltakin tietyltä asiakasryhmältä. Reliabiliteettia kuitenkin heikentää se tosiseikka, että suurin osa vastaajista oli hyvin nuoria. Aikuisilta saadut vastaukset voisivat poiketa suurestikin tämän tutkimuksen tuloksista. En usko tutkimustuloksiin vaikuttaneen sen, kuka tutkimuksen suoritti, kuka vain tutkimuksen suorittaja olisi saanut samansuuntaiset tulokset.

Tutkimuksen validiteettia voidaan pitää melko hyvänä. Validiteettia voi kuitenkin heikentää se, että käsitteet asiakastyytyväisyys ja palvelun laatu ovat päällekkäisiä ja lähellä toisiaan. Tutkimus kattaa tutkimusongelman, koska siinä tutkittiin asiakkaiden tyytyväisyyttä yrityksen eri osa-alueisiin.

4.4 Tutkimustyyppi ja tulosten tallentaminen

Tutkimus on tyypiltään läpileikkaustutkimus, jollaisilla voidaan ja pitäisikin kar-
toittaa tilannetta säännöllisesti, jotta asiakkaiden tyytyväisyyden tasoa voitaisiin
seurata.

Puutteelliset vastaukset poistettiin joukosta ja tämän jälkeen tulokset muokattiin
käyttökelpoiseksi, tulosten laskemista varten. Tiedot tallennettiin taulukoksi
Excel-ohjelmalla. Ohjelman avulla vastauksista saatiin tehtyä erilaisia kuvaajia ja
ristiintaulukoinnilla voitiin selvittää, onko taustatekijöillä vaikutusta vastauksiin.

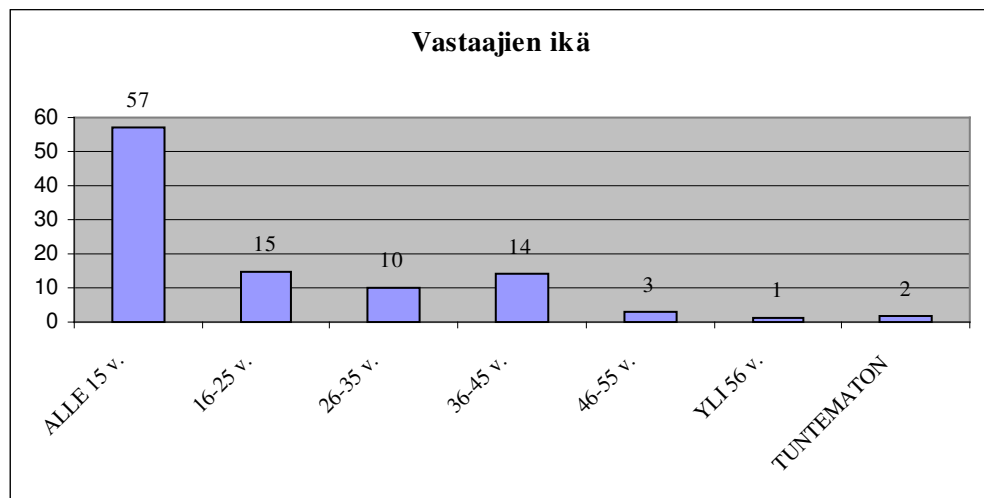
4.5 Tutkimustulokset

Tutkimukseen vastasi yhteensä 102 asiakasta. Vastausprosenttia on vaikeaa hah-
mottaa, koska yrityksen asiakasmäärät muuttuvat viikosta toiseen, eikä vastaus-
lomakkeita valmistettu jotakin tiettyä määrää, johon vastauksia olisi odotettu.
Vastaajien määräksi arvioimme, ennen tutkimuksen aloittamista, noin sata. Tähän
tulokseen päädyimme miettimällä keskimääräisiä asiakasmääriä viikossa ja kuu-
kaudessa. Tutkimukseen pystyi vastaamaan kahden viikon ajan.

Tutkimustulosten kuvaaminen suoritetaan analysoimalla vastauksia erikseen sekä
osaa vastauksista verrataan taustamuuttujiin. Näin saadaan tietää, onko tausta-
muuttujilla vaikutusta vastauksiin.

4.5.1 Taustamuuttujat

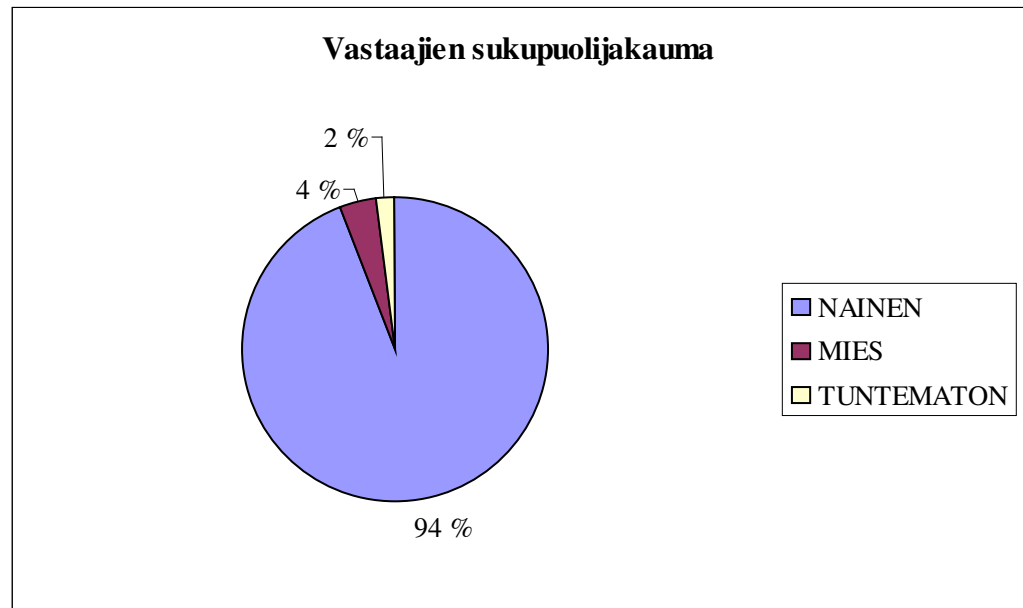
Tämän kyselyn osion avulla selvitettiin minkä ikäiset ja mistä päin tulevat henkilöt käyttävät yrityksen palveluita. Taustatiedoissa selvitettiin myös kuinka kauan vastaaja on harrastanut ratsastusta, onko hänellä omaa hevosta, mitä palveluita hän käyttää ja kuinka kauan on ollut yrityksen asiakkaana. Viimeisenä taustatietokysymyksenä kysyttiin vastaajan yleisarvosanaa koko yritykselle.



n=102

Kuvio 3. Vastaajien ikäjakauma

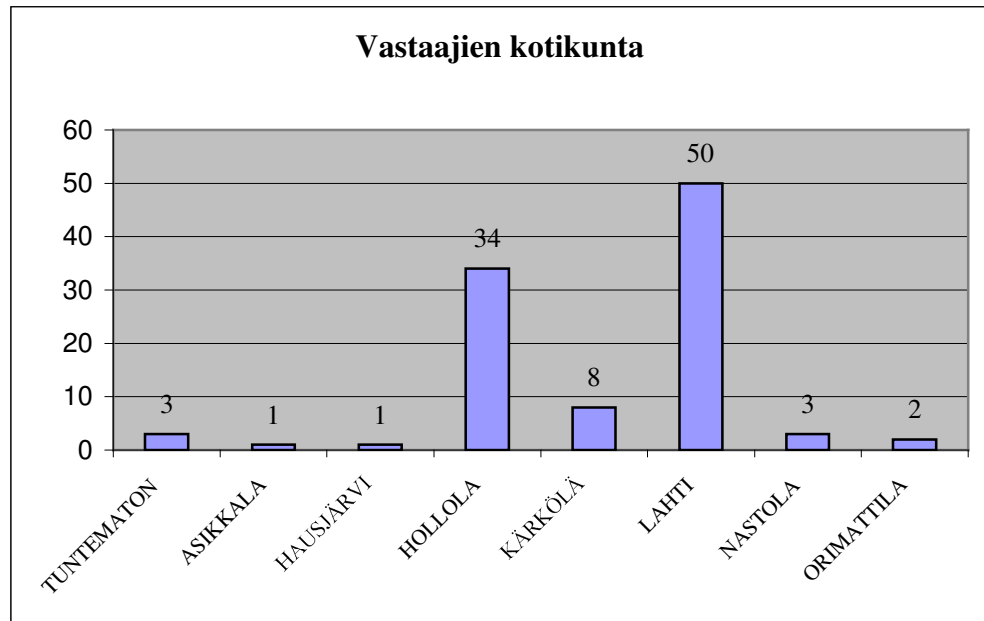
Vastaajien jakautumisesta eri ikäryhmiin kävi ilmi, että 55,9%, eli yli puolet, oli alle 15-vuotiaita tai 15 vuotta. Toiseksi eniten vastaajia, 14,7%, oli 16-25-vuotiaita, 36-45-vuotiaiden vastaajien määrä oli melkein sama, 13,7%. Kaksi vastaajaa ei ilmoittanut ikäänsä.



n=102

Kuvio 4. Vastaajien sukupuoli jakauma

Suurin osa vastaajista, 94%, oli naisia. Tulos oli odotettavissa, sillä tiedossa on, että koko Suomessa ratsastusta harrastavista henkilöistä suurin osa on naisia. Huolimatta siitä oliko vastaaja mies vai nainen, ei vastauksissa ollut huomattavia eroja.

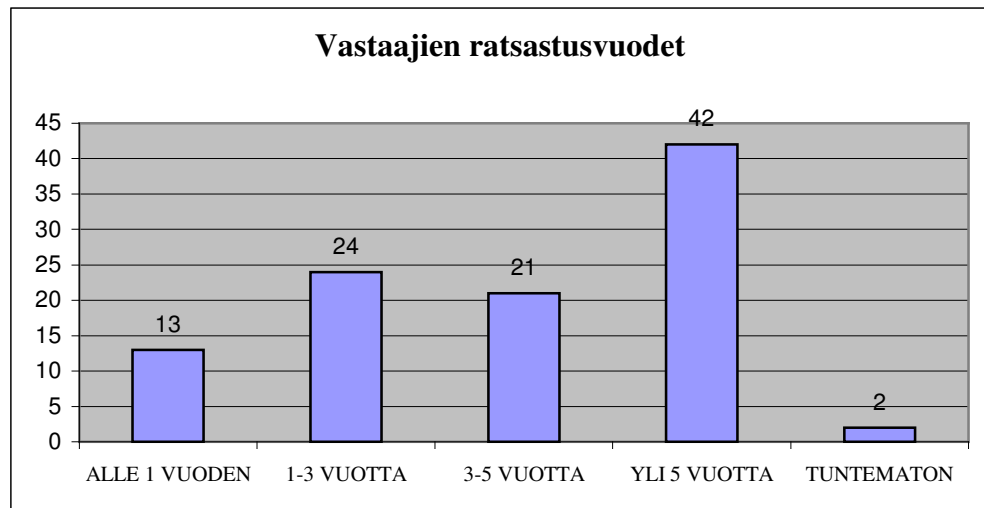


n=102

Kuvio 5. Vastaajien kotikunta

Eniten vastaajia oli Lahdesta, 49,0%, hollolaisia vastaajista oli 33,3%. Tämä vastustulos tukee yrityksen tiedossa ollutta tosiasiaa, että eniten asiakkaita Lahdesta sekä Hollolasta. Vastaajan kotikunta ei mainittavissa määrin vaikuttanut siihen, minkälaisia arvoja hän antoi kyselyssä.

Oli kuitenkin mielenkiintoista huomata, että viikoittain yrityksen palveluita käyttävistä asiakkaista jotkut tulevat suhteellisen kaukaakin, kuten Hausjärveltä ja Asikkalasta. Yrityksen tiedossa oli, että kesäisin ratsastusleireillä käy ihmisiä joka puolelta Suomea. Uutta tietoa oli se, että yrityksen tarjoamien palveluiden takia ollaan valmiita tulemaan pidempikin matka.

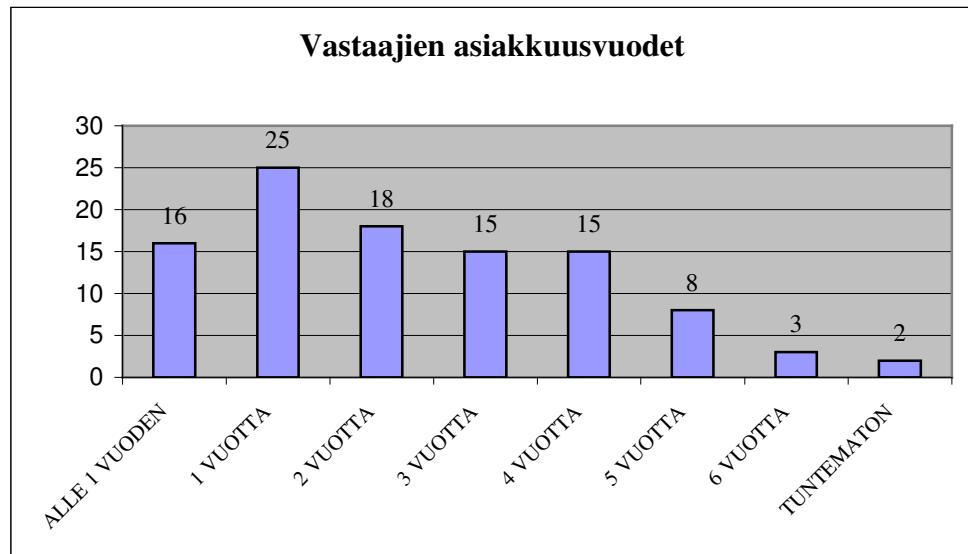


n=102

Kuvio 6. Vastaajien ratsastusharrastusvuodet

Vastaajien vaihtoehtoina ratsastusvuosissa oli alle yhden vuoden, 1-3 vuotta, 3-5 vuotta tai yli viisi vuotta. 41,2% vastaajista oli harrastanut ratsastusta yli 5 vuotta. Alle vuoden ratsastusta harrastaneita vastaajista oli 12,7%. Vastauksien jakaumasta voidaan päätellä, että ratsastus on yleensä pitkäaikainen harrastus, kun sen on kerran aloittanut.

Vastaajien harrastusvuosilla ei ollut vaikutusta mielipiteisiin. Tämä tulos hieman yllätti, sillä olisi voinut luulla, että pidempään samaa lajia harrastaneet ihmiset olisivat kriittisempiä sen suhteen millaista palvelua he saavat valitsemastaan yrityksestä.

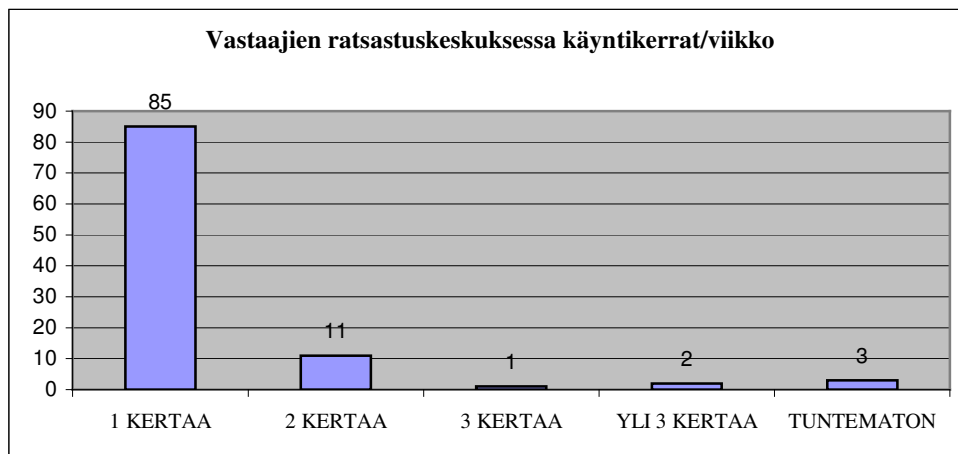


n=102

Kuvio 7. Vastaajien asiakkuusvuodet yrityksessä

Kysymyksessä ei ollut vastausvaihtoehtoja, vaan se oli avoin kysymys, johon jokainen vastaaja sai laittaa sen vuosimäärän, jonka on ollut yrityksen asiakkaana. Vastauksista selvisi, että yli puolet, 57,8%, vastaajista on ollut yrityksen asiakkaina alle kolme vuotta. Toisaalta 40,2% vastaajista on ollut yrityksen asiakkaina kolme vuotta tai yli. Suurin yksittäinen luokka oli yhden vuoden asiakkaana olleet, heitä oli 24,5% vastaajista.

Pidempään asiakkaana olleet ovat tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä yrityksen palveluihin ja ovat ehkä juuri siksi pysyneet yrityksen asiakkaina, jotkut jopa yli viisikin vuotta. Toisaalta myös lyhyempiä aikoja yrityksen asiakkaina olleet olivat vastauksissaan samoilla linjoilla, kuin pidempään asiakkaana olleet vastaajat.



n=102

Kuvio 8. Vastaajien käyntikerrat yrityksessä.

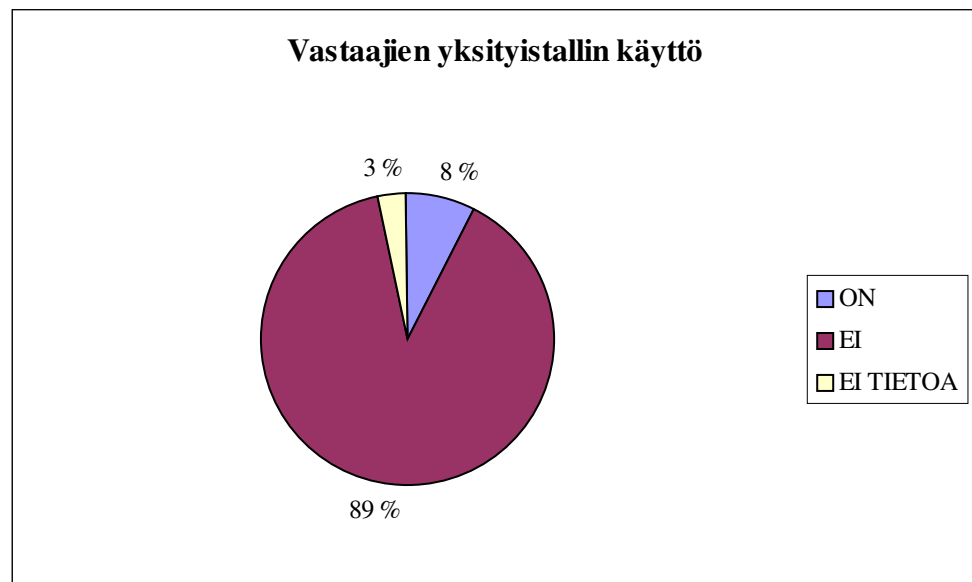
Ylivoimaisesti eniten vastaajista, 83,3%, vieraili yrityksen asiakkaana yhden kerran viikossa. Vastaajien joukossa oli muutamia ”heppatyttöjä”, jotka ilmoittivat käyvänsä tallilla 2-7 kertaa viikossa. Käyntikerroillaan he eivät välttämättä osallistu ratsastustunneilla tai käytä muitakaan yrityksen palveluita. He haluavat katsella ja hoitaa hevosia ja poneja viettäen lähes kaiken vapaa-aikansa talleilla.

Harvemmin kuin kerran viikossa vastausvaihtoehtoa ei ollut, koska sille ei katsottu olevan tarvetta. Ratsastustunneilla käynti on luonteeltaan sellainen harrastus, että tunneilla käydään vähintään kerran viikossa, aivan kuten kaikissa sellaisessa harrastuksissa, joissa joka tunnilla opitaan jotakin uutta. Tämän lisäksi ratsastusharrastuksessa usein kiinnytään tunneilla käytettäviin eläimiin, joita halutaan tavata mahdollisimman usein.

Taustakysymyksissä kysyttiin myös, millä tunneilla vastaaja käy. Ratsastuskeskuksen tuntivaihtoehtoina ovat ponikoulu, ponijatko, alkeistunti, yleistunti, aikuisten alkeistunti, koulutunti, estetunti, aikuisten yleistunti ja sennu koulutunti. Tässä kysymyksessä vastausprosentit jakaantuivat seuraavasti viiden suosituimman tunnin kesken:

Yleistunti	33%
Estetunti	18%
Alkeisestetunti	10%
Koulutunti	10%
Ponikoulu	8%
n=102	

Tutkimuksen perusteella yleistunti olisi kaikista suosituin tuntivaihtoehto. Myös estetunnit näyttävät olevan suosiossa, sillä jos estetunneilla ja alkeisestetunneilla käyvät vastaajat lasketaan yhteen saadaan estetunneilla kävijöiden prosentiksi 27,5%, eli hyvin lähellä yleistunnilla kävijöiden määrää.



n=102

Kuvio 9. Onko vastaajalla omaa hevosta ratsastuskeskuksessa, eli käyttääkö hän yksityistallia

Suurimmalla osalla vastaajista ei ole omaa hevosta.

Viimeisenä taustatietokysymyksenä kysyttiin minkä yleisarvosanan vastaaja antaisi ratsastuskeskukselle. Vastausten keskiarvoksi tuli 8½ arvosana-asteikon

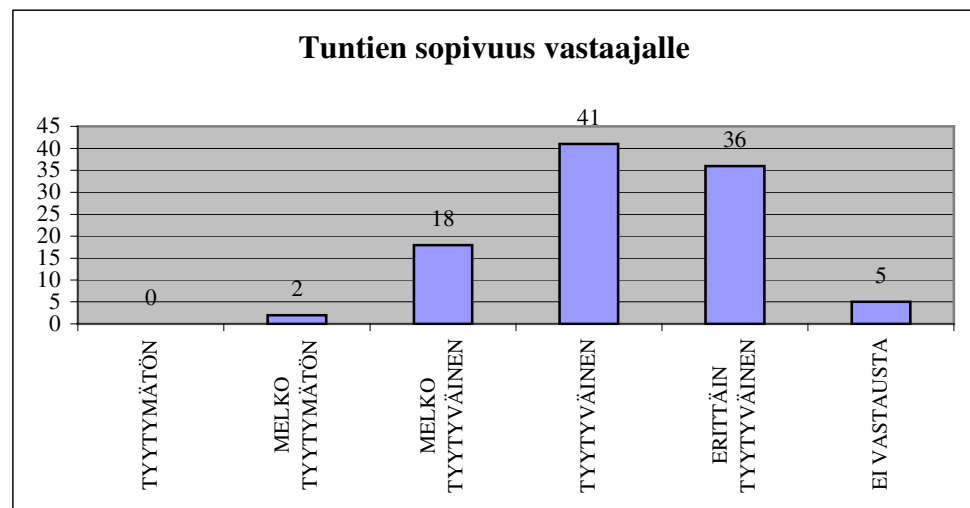
ollessa 4-10. Mediaaniksi tuli sama 8½. Tähän kysymykseen oli vastannut 98 henkilöä.

4.5.2 Tyytyväisyys ratsastustunteihin

Vastaajien tyytyväisyyttä ratsastustunteihin mitattiin viittä eri osa-aluetta koskevalla kysymyksellä, joihin vastaaja pystyi laittamaan arvosanan väliltä 1-5 ja kertoa myös perusteluita vastaukselleen. Näiden kysymysten lisäksi osion alussa kysyttiin kenen opettajan tunneilla vastaaja on käynyt ja osion lopussa vapaasana, johon vastaaja on voinut kirjoittaa mielipiteitään, joita ei ole osattu kysyä.

Vastaajan ratsastustuntien opettajaa kysyttäessä, vastaukset jakautuivat seuraavasti:

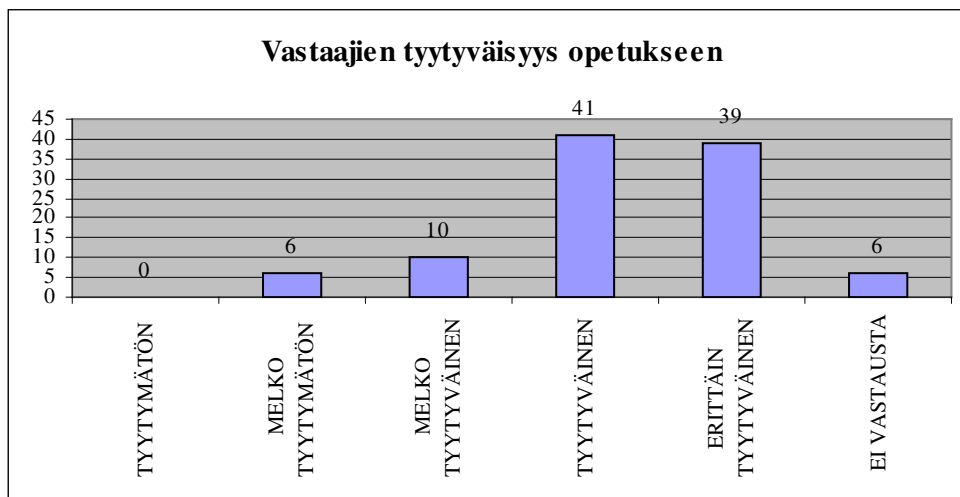
Opettaja A	41%
Opettaja B	34%
Ei tietoa/molemmat opettajat	25%
n=102	



n=102

Kuvio 10. Miten tunnit, joilla vastaaja on käynyt, ovat sopineet hänelle

Erittäin tyytyväisiä tuntien sopivuudesta itselleen oli 35,3% ja tyytyväisiä 40,2%. Tyytymättömiä tuntien sopivuuteen ei ollut yhtään henkeä vastaajista ja melko tyytymättömiäkin oli vain kaksi henkilöä. Suurimmat syyt siihen, miksi tuntien sopivuuteen ei oltu tyytyväisiä oli siinä, että ryhmät koettiin liian suuriksi. Toinen syy tyytymättömyyteen oli se, että ryhmien taso oli liian alhainen itselle.

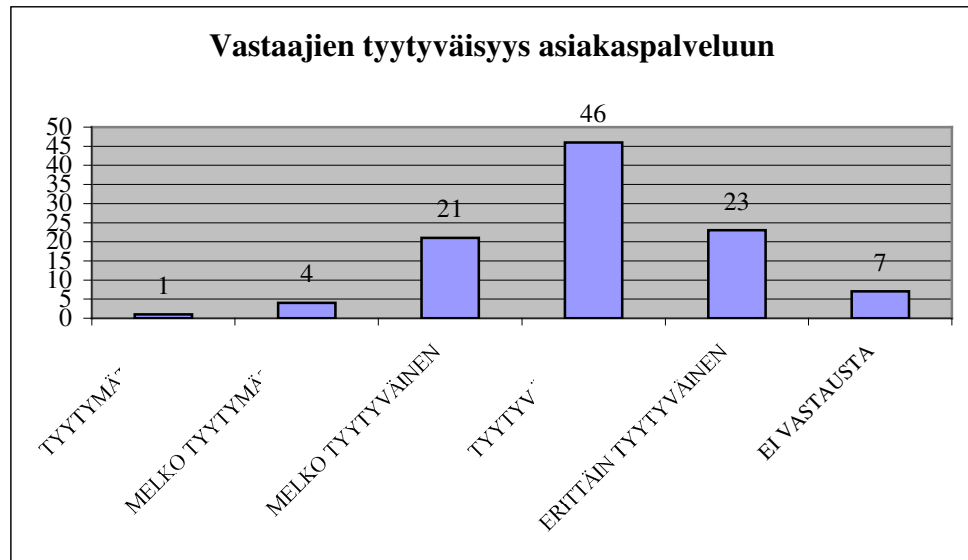


n=102

Kuvio 11. Vastaajien tyytyväisyys opetukseen

78,4% vastaajista oli opetukseen tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä. 5,9% vastaajista oli melko tyytymättömiä saamaansa opetukseen, kukaan ei ollut täysin tyytymättömän.

Opettaja A:n tunneilla käyneet vastaajat olivat keskimäärin tyytyväisempiä saamaansa opetukseen kuin opettaja B:n tunneilla käyneet. Opetukseen tyytymättömimmät tunsivat, etteivät saa tarpeeksi neuvoja, eivät kehity tunneilla ja etteivät tunnit ole tarpeeksi monipuolisia. Etenkin opettaja B:n tunneilla käyneet olivat sitä mieltä, että tunnit eivät ole riittävän monipuolisia ja neuvoja ei saa tarpeeksi.

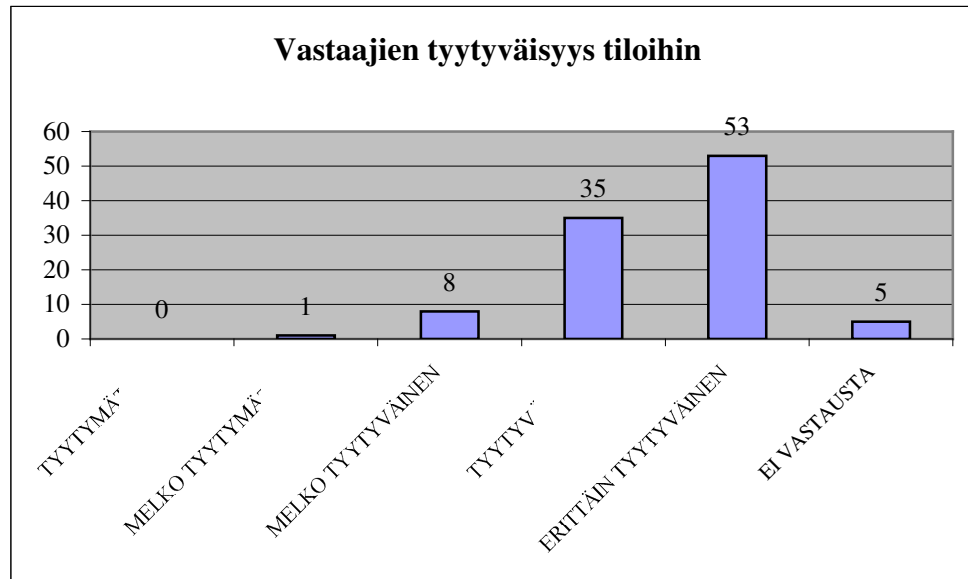


n=102

Kuvio 12. Vastaajien tyytyväisyys asiakaspalveluun

Suurin osa vastaajista, 67,6%, oli joko tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä ratsastuskeskuksen asiakaspalveluun. Syitä tyytyväisyyteen ei oltu osattu sen erityisemmin perustella. Asiakaspalveluun tyytymättömät tai vain melko tyytyväiset, 24,5%, pitivät muun muassa tallityöntekijöitä epäystävällisinä, eikä heiltä saa tarvittaessa apua.

Suurimpia syitä siihen, että jotkut asiakkaista kokivat etenkin tallityöntekijät jollakin tavalla työkeiksi voi johtua siitä, että tallityöntekijät ovat suhteellisen uusia, eikä heihin ole ehditty vielä tutustua. Uusi tutkimus esimerkiksi vuodenkin päästä voisi antaa tässä osiossa hyvinkin erilaisia tuloksia.

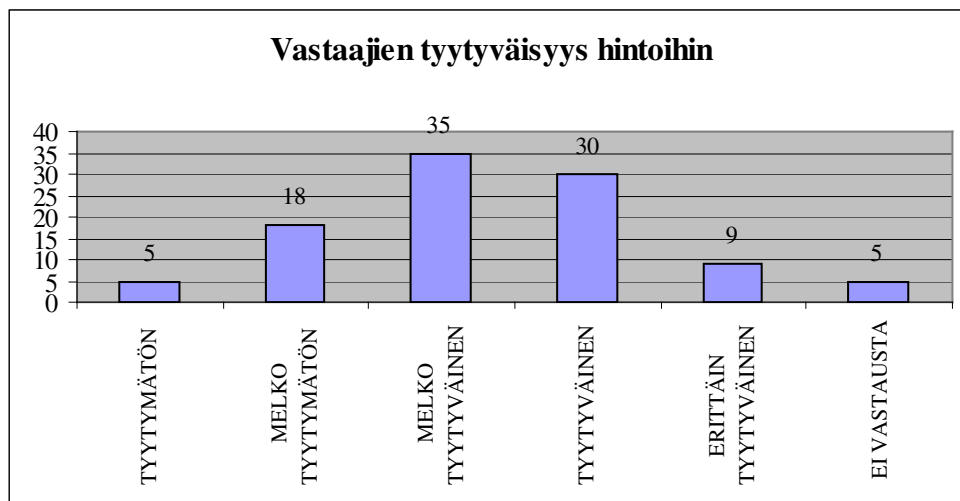


n=102

Kuvio 13. Vastaajien tyytyväisyys ratsastuskeskuksen tiloihin

52,0% vastaajista oli yrityksen tarjoamiin tiloihin erittäin tyytyväisiä. Viime vuosien aikana tehdyt remontit ja uusien rakennusten, kuten tallin ja maneesin, rakentaminen on varmasti osaltaan parantanut asiakkaiden mielipidettä ratsastuskeskuksen tiloista.

Samalla kun toiset vastaajista olivat uusiin tiloihin erittäin tyytyväisiä, pitivät toiset niitä liiankin hienoina ja vastasivat tästä syystä olevansa melko tyytyväisiä tai tyytyväisiä tiloihin. Närrä aiheutti myös kulkeminen uuteen maneesiin vanhan maneesin läpi.



n=102

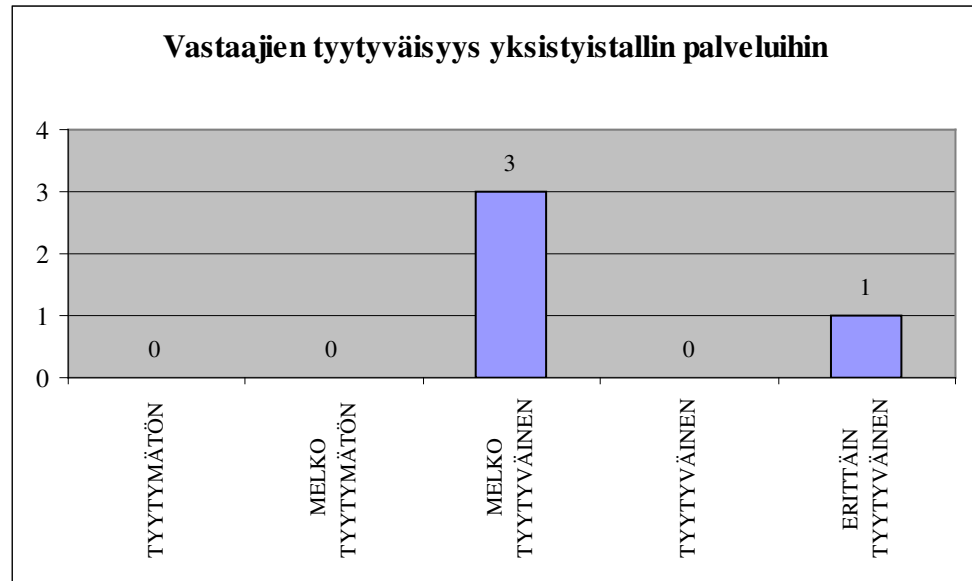
Kuvio 14. Vastaajien tyytyväisyys ratsastustuntien hintoihin

Melko tyytyväisiä hintoihin oli 34,3% ja tyytyväisiä 29,4% vastaajista. Kaikista ratsastustunteihin liittyvistä kysymysosa-alueista hinta-kysymys aiheutti eniten tyytymättömyyttä, hintoja pidettiin liian korkeina.

Ne vastaajat, jotka olivat joko melko tyytyväisiä tai tyytyväisiä hintoihin olivat perustelleet vastaustaan lähinnä niin, että heidän mielestään ratsastaminen on kallista, mutta he ymmärtävät, ettei tämän kokoista keskusta voisi pyörittää, ellei se näkyisi myös tuntien hinnoissa. Kun taas tyytymättömmimmän 22,5%:n mielestä hinnat yksinkertaisesti ylittivät kipurajan.

4.4.3 Tyytyväisyys yksityistalliin

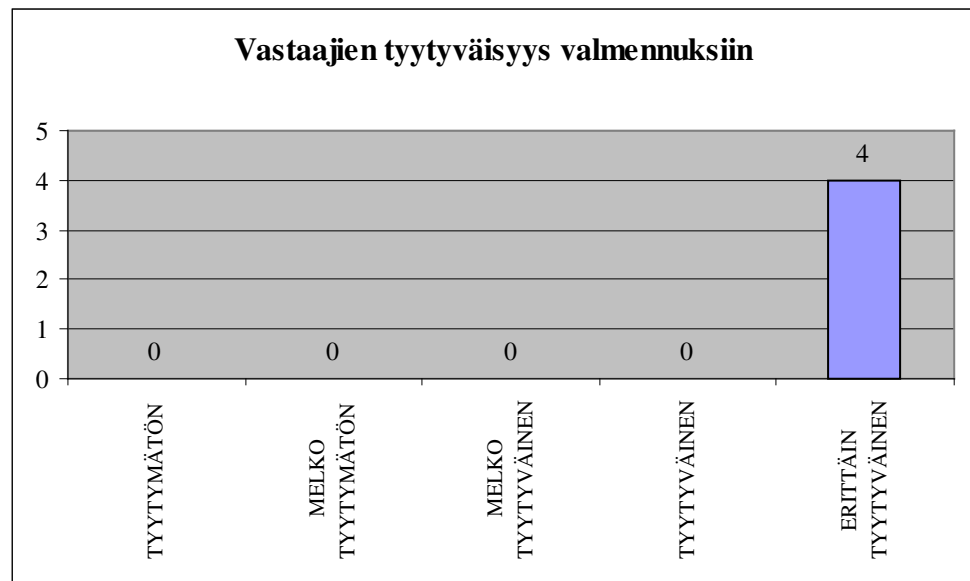
Yksityistallin käyttäjistä vain neljä oli vastannut kyselyyn. Tästä syystä tutkimuksen tuloksia ei voi pitää yleisinä mielipiteinä, suuntaa antavina kylläkin. Tyytyväisyyttä yksityistallipalveluihin mitattiin samansuuntaisilla kysymyksillä kuin tyytyväisyyttä ratsastustunteihinkin. Tutkimukseen vastanneiden neljän henkilön mielipiteet eronneet kovinkaan paljon toisistaan.



n=4

Kuvio 15. Vastaajien tyytyväisyys yksityistallin tarjoamiin palveluihin

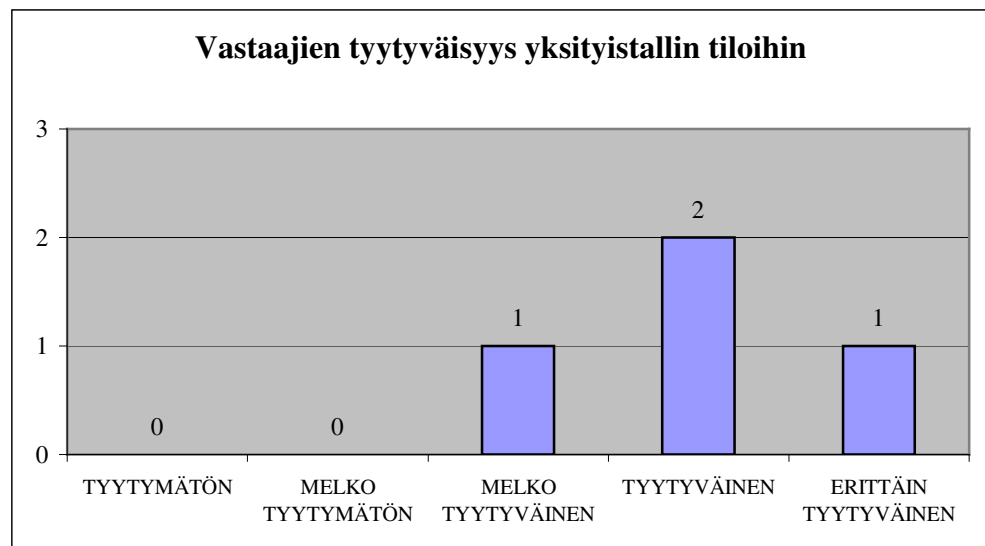
Kolme neljästä vastaajasta oli yksityistallin palveluihin melko tyytyväinen ja yksi erittäin tyytyväinen. Yksityistallin palveluita pidettiin hieman joustamattomina ja tallityöntekijät koettiin yksityistallin käyttäjien keskuudessa epäystävällisinä, joskin tilannetta pidettiin nyt selkeämpänä kuin aiemmin ja uskottiin sen näkyvän myös henkilökunnassa. Vastaajat toivoivat myös enemmän yhteisöllisyyttä ja tal-
koohenkeä niin henkilökunnan kuin muiden asiakkaiden kesken.



n=4

Kuvio 16. Vastaajien tyytyväisyys valmennuksiin

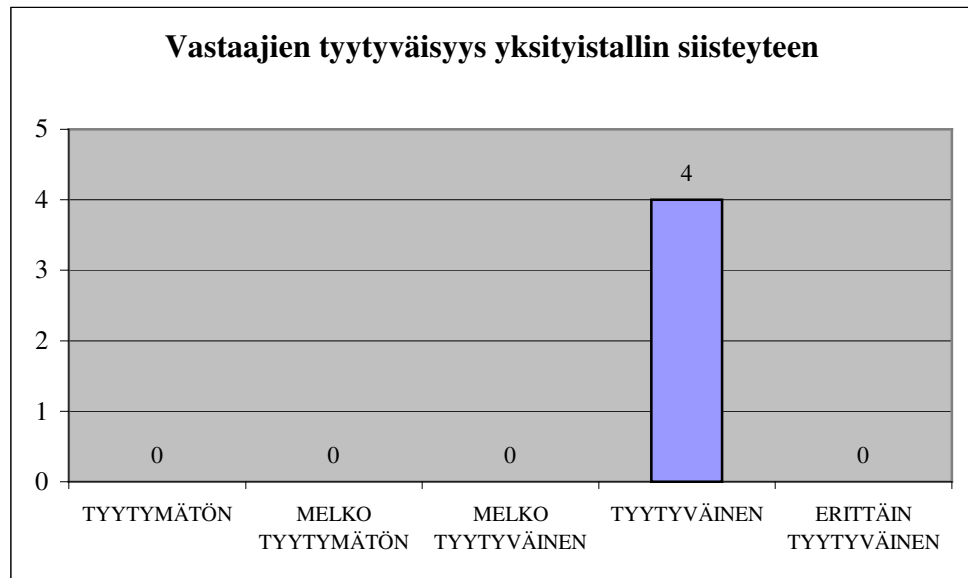
Kaikki neljä vastaajaa olivat erittäin tyytyväisiä järjestettyihin ratsastusvalmennuksiin. Valmentajia, niin koulu- kuin esteratsastuspuolelta, keuhuttiin muun muassa mahtaviksi ja valmennusta järjestettiin vastaajien mielestä sopivin väliajoin ja se on riittävän monipuolista.



n=4

Kuvio 17. Vastaajien tyytyväisyys yksityistallin tiloihin

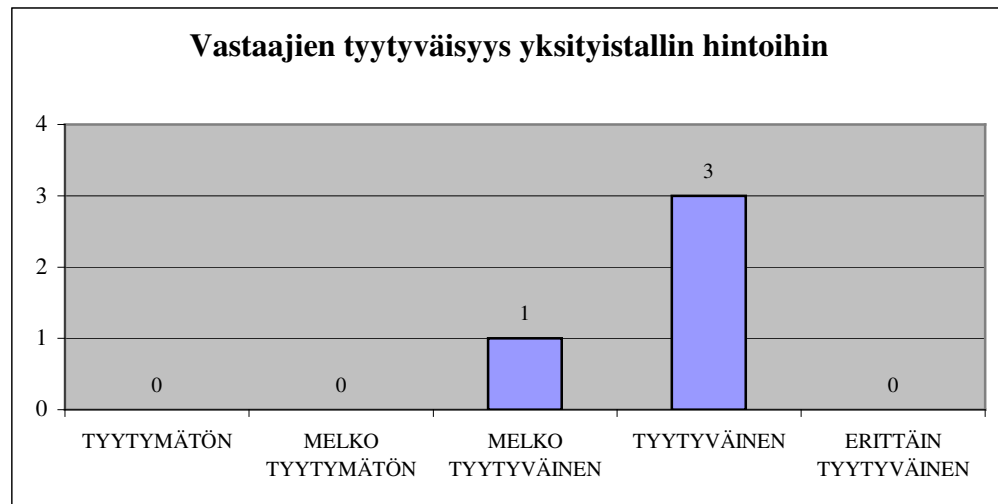
Vastaajista oli tiloihin tyytyväisiä, yksi erittäin tyytyväinen ja yksi melko tyytyväinen. Tiloja pidettiin yleisesti toimivina ja hyvinä. Vanhan yksityistallin puolelle kuitenkin toivottiin hanaa sekä avattavia ikkunoita tai ilmanvaihtoa.



n=4

Kuvio 18. Vastaajien tyytyväisyys yksityistallin siisteyteen

Kaikki vastaajat olivat yksityistallin siisteyteen tyytyväisiä. Vastaajien mielestä siisteyttä voisi kuitenkin jonkin verran parantaa muun muassa tallituvassa ja kiuvasuhuoneessa. Vastaajien mielestä asiakkaiden pitäisi itsekin edes auttaa tallin siisteydessä, asiakkaiden kesken pitäisi olla talkoohenkeä, jolloin asioita voisi hoitaa yhdessä ja pitää jonkinlaisia pienimuotoisia talkoita tallin hyväksi, esimerkiksi varustehuoneen huoltoa.



n=4

Kuvio 19. Vastaajien tyytyväisyys yksityistallin hintoihin

Kolme neljästä vastaajasta oli hintoihin tyytyväisiä ja yksi melko tyytyväinen. Vastaajat pitivät hintoja melko korkeina, mutta useassa vastauksessa luki, että laadusta pitää maksaa. Vastaajat ovat valmiita maksamaan suhteellisen kalliinkin hinnan, kunhan tallin taso pysyy samana. Vastaajien mielestä, etenkin lämpöiset maneesit vaikuttavat mielipiteeseen hinnasta niin, että sitä ei pidetä liian korkeana.

4.4.4 Viestejä yritykselle

Useat vastaajat olivat kirjoittaneet kyselylomakkeen ”vapaa sana” osioon viestejä yritykselle ja tallihenkilökunnalle. Suurin osa viesteistä liittyivät siihen millä hevosella kukin haluaisi ratsastaa. Tämän suuntaiset viestit olivat tulleet lähinnä alle 15-vuotiailta asiakkailta. Viestien joukossa oli kuitenkin todellisia mielipiteitäkin, niin ruusuja kuin risujakin. Toiset olivat kirjoittaneet tekstiä jopa koko kyselyn kääntöpuolen täyteen. Kaikki kommentit opinnäytetyön liitteenä (LIITE 3).

4.4.5 Parannusehdotukset

Jo tallille annettu yleisarvosanojen keskiarvo, 8½ kertoo, että vastaajista suurin osa on tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä ratsastuskeskuksen tarjoamiin palveluihin, tiloihin ja hintatasoon. Kyselyyn vastanneet 102 henkilöä edustavat tutkijan ja yrityksen toimitusjohtajan mielestä erittäin hyvin koko asiakaskuntaa. Suurin osa yrityksen asiakkaista on alle 15-vuotiaita tyttöjä, muun ikäisten osuus on huomattavasti pienempi.

Yllättävää ei myöskään ollut, että suurin osa vastaajista oli joko Lahdesta tai Hollolasta. Taustatiedoista selviää mitkä ratsastustunnit ovat suosituimpia ja että suurin osa asiakkaista käyttää yrityksen tarjoamia palveluita noin yhden kerran viikossa.

Yleisesti ottaen yritykseen oltiin tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä, ainoastaan ratsastustuntien hintaan liittyvistä vastauksista tavattiin tyytymättömiä vastaajia, joiden mielestä ratsastustunnit ovat liian kalliita. Mutta tässäkin osiossa suurin osa vastaajista piti hintaa vähintään kohtuullisena, toiset pitivät hinta-laatusuhdetta hyvänä tai erittäin hyvänä. Palvelun hyvästä laadusta ollaan valmiita maksamaan enemmän. Yrityksen tarjoamien palveluiden pitäisi pysyä laadullisesti vähintään samalla tasolla tai jopa parantua, että mielipiteet hintatasoon pysyisivät samoina tai, että useampi vastaaja olisi tyytyväinen hintoihin.

Osa vastaajista oli myös vähemmän tyytyväisiä saamaansa asiakaspalveluun asioidessaan tallilla. Kyselyä tehtäessä tallityöntekijät olivat vasta aloittaneet työnsä tallilla, joka osaltaan saattoi vaikuttaa vastauksiin. Kun henkilökunta vaihtuu on aina muutosvastarintaa, uuteen henkilökuntaan ei olla vielä ehditty tutustua.

Enemmän kertova tulos voitaisiin saada parin kuukauden kuluttua, kun asiakkaat ja henkilökunta ovat tulleet toisilleen tutummiksi. Jotta asiakkaat ja henkilökunta tulisivat toisilleen tutummiksi, oli yhdessä vastauksessa ehdotus tähän. Työntekijöistä laitettaisiin pieni info ilmoitustaululle, siinä olisi esimerkiksi valokuva, nimi ja toimenkuva. Näin henkilökuntaa olisi helpompi lähestyä ja pyytää apua, kun tuntisi jollakin tavalla työntekijän.

Jos kyselyssä esille tullut mielipide on pysyvää laatua, täytyy asialle alkaa tehdä jotain mahdollisimman nopeasti. Sillä asiakkaiden kokema asiakaspalvelu on yksi tärkeimmistä asioista, kun he valitsevat harrastuspaikkaansa. Jokainen haluaa viihtyä siellä, missä viettää vapaa-aikaansa. Tallityöntekijöiden kanssa täytyisi ottaa puheeksi esimerkiksi se, että tilanteessa kuin tilanteessa asiakasta tervehditään. Jo yksin näinkin pieni teko saa asiakkaan tuntemaan olonsa tervetulleeksi. Suurin osa asiakaspalveluun tyytymättömistä mainitsi perusteluissaan juuri sen, että heitä ei tervehditä kun he saapuvat paikalle ja tuntevat siksi, että työntekijät ovat epätyydyttävällisiä.

Ratsastuksen opettajista pidettiin paljon, samoin kuin itse ratsastustunneistakin. Suurin miinus, joka tuli joistakin vastauksista esille, oli opettaja B:n keskittymisen opettamiseen. Häntä keuhuttiin erittäin ammattitaitoiseksi useimmissa vastauksissa, mutta oltiin pettynyt siihen, ettei opettaja jaksanut keskittyä tunnin pitoon. Vastauksista selvisi, että opettaja juttelee paikalle katsomaan tulleiden ihmisten kanssa liikaa, eikä ole aina suunnitellut mitä tunnilla tullaan tekemään. Tämä asia täytyisi saada korjattua, sillä asiakkaiden tunteilla käyntiin vaikuttaa se, tuntevatko he saavansa tarpeeksi hyvää ja intensiivistä opetusta valitsemassaan lajissa.

Toinen ratsastustunteihin liittyvä seikka, josta asiakkailta tuli tyytymätöntä palautetta, oli tuntien ratsastajamäärät. Useammassa vastauksessa ryhmiä pidettiin liian suurina ja ajateltiin tämän vaikuttavan omaan oppimiseen. Ryhmien suurista ratsastajamääristä johtuen ryhmiä pidettiin osaamiseltaan epätasaisina ja osaa vastaajista se selvästi turhautti, kun ei päässyt harrastuksessaan eteenpäin. Tälle ongelmalle löytyy kaksi vaihtoehtoa. Joko ryhmäkokoja pienennetään ja tunteja lisätään tai oppilaat jaotellaan tunneille osaamistasonsa mukaisesti. Oppilaiden jaottelu eri ryhmiin osaamistason mukaan voi kuitenkin olla liian haastava tehtävä, sillä asiakkaille ei välttämättä käy mikä kellon aika hyvänsä ja ryhmissä saattaa olla perheenjäseniä tai ystävyksiä, jotka ovat osaamiseltaan hyvinkin eri tasoisia. Joutuminen eri ryhmään ystävien tai perheenjäsenten kanssa voi vähentää harrastusmotivaatiota vielä enemmän kuin se, että tuntee osaavansa liikaa muihin näh-

den. Tuntien lisääminen lisäisi myös yrityksen kuluja, joka puolestaan nostaisi tuntien hintoja, joka osaltaan vaikuttaisi asiakkaiden tyytyväisyyteen.

Asiakkailta tuli paljon ideoita palveluiden kehittämiseen, etenkin ratsastustuntien osalta. Tunneille toivottiin muun muassa erilaisia teemoja, kuten maastoratsastusta, erilaisia leikkimielisiä kisoja ja niin sanottuja vakiohevostunteja, joilla asiakas saisi ratsastaa useimmiten samalla hevosella. Näitä ideoita voisi toteuttaa esimerkiksi järjestämällä halukkaille teeman mukaisia lisätunteja, sillä kaikki asiakkaat eivät kuitenkaan haluaisi muutosta tuntien tämänhetkiseen sisältöön. Mahdolliset teematunneista tulevat lisäkulut maksavat tunneille osallistujat, erikoisuuksia tuntien sisältöön eniten ehdotelleet olivat myös niitä, joiden mielestä hinta on hyvä ja paremmasta palvelusta on valmis myös maksamaan enemmän.

Yksityistallin toimintaan liittyen eniten parannettavaa olisi vanhan yksityistallin tiloissa, sinne toivottiin jonkinlaista ilmanvaihtoa etenkin kesähelteille ja vesipistettä, jossa ratsastukseen tarvittavia välineitä voisi pestä, sekä informoinnissa. Asiakkaat tunsivat, ettei kaikista asioista ole ilmoitettu tarpeeksi selkeästi tai rehellisesti. Myös tilannetta toivottiin rauhoitettavan, sillä kesä ja syksy on ollut täynnä muutosta, joka on stressaavaa.

5 YHTEENVETO

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää ratsastuskeskuksen asiakkaiden tyytyväisyyttä ratsastustunteihin ja yksityistalliin, palvelun, tilojen ja hintatason kautta. Tutkimusten tulosten avulla mietittiin parannusehdotuksia palveluihin, jotta ratsastuskeskus pysyisi Etelä-Suomen yhtenä parhaimmista keskuksista.

Tutkimuksen taustamuuttujista selviää, että yli puolet ratsastuskeskuksen asiakkaista on alle 15-vuotiaita. Sukupuolijakaumasta näkee, että lähes kaikki asiakkaat ovat naisia, joukossa on vain muutama mies. Tutkimuksen mukaan valtaosa asiakkaista on harrastanut ratsastusta jo yli viisi vuotta ja olleet ratsastuskeskuksen asiakkaina alle kolme vuotta. Vastaajista 33 % käviyleistunneilla, 18 % estetunneilla ja 10 % alkeisestetunneilla. Eikä valtaosalla, 89 %, vastaajista ole omaa hevosta.

Kun kaikki tutkimuksen osioiden vastauksen laskettiin yhteen, ratsastustunteihin erittäin tyytyväisiä oli 31,4% vastaajista ja yksityistalliin 37,5 % vastaajista. Ratsastustunteihin tyytyväisiä vastaajia oli 37,8 % ja yksityistalliin 56,3 %. Tulos kertoo siitä, että parannettavaa olisi, sillä kuten kappaleessa 3.4 todetaan, palveluihin erittäin tyytyväiset asiakkaat ovat uskollisimpia asiakkaita. Jos vastauksia katsoo tästä näkökulmasta, ei tuloksiin saisi missään tapauksessa tyytyä, vaan palveluita tulisi parantaa asiakkaiden toivomaan suuntaan niin, että erittäin tyytyväisiä asiakkaita saataisiin enemmän.

Ratsastustuntien sopivuuteen itselle oltiin valtaosin tyytyväisiä 40,2 %:n osuudella. Erittäin tyytyväisiä tuntien sopivuuteen oli 35,3 % vastaajista. Melko tyytymättömiä tuntien sopivuuteen oli 2,0 % vastaajista. Täysin tyytymättömiä vastauksia ei tavattu. Suurimpina syinä tyytymättömyyteen pidettiin ratsastusryhmien liian suurta kokoa tai ryhmän liian alhaista osaamistasoa.

Opetukseen tyytyväisiä oli 40,2 % vastaajista ja erittäin tyytyväisiä 38,2 %. Melko tyytymättömiä vastaajista oli 5,9 %. Täysin tyytymättömiä vastauksia ei tavattu. Keskimäärin tyytyväisempiä olivat opettajan A:n tunneilla käyneet vastaajat. Opettaja B:n tunneilla käyneet vastaajat olivat keskimäärin hieman tyytymättö-

mämpiä opetukseen. Eniten tyytymättömyyttä aiheutti se, että tunteja ei pidetty riittävän monipuolisina sekä se, että neuvoja ei saatu tarpeeksi.

Vastaajista 45,1 % oli tyytyväisiä ratsastuskeskuksen asiakaspalveluun ratsastustunneilla käydessä. 22,5 % vastaajista oli asiakaspalveluun erittäin tyytyväisiä. 1 % vastaajista oli asiakaspalveluun täysin tyytymätön. Vastaajat kokivat asiakaspalvelun epäystävälliseksi eikä työntekijöiltä saanut tarvitsemaansa apua.

Ratsastuskeskuksen remontoituihin ja uusiin tiloihin oli täysin tyytyväisiä 52,0 % ja tyytyväisiä 34,3 % vastaajista. Täysin tyytymättömiä vastauksia ei tavattu. Suurimpana tyytymättömyyttä aiheuttavana tekijänä pidettiin kulkemista uuteen maneesiin vanhan läpi. Osa vastaajista ilmoitti, ettei voi olla täysin tyytyväinen tiloihin, koska piti niitä liian hienoina.

Eniten tyytymättömyyttä tavattiin vastaajien mielipiteissä ratsastuskeskuksen hintoihin, 17,6 % oli melko tyytymättömiä ja 4,9 % täysin tyytymättömiä. Valtaosa vastaajista, 34,3 %, oli vain melko tyytyväisiä ratsastustuntien hintoihin. Hintoihin erittäin tyytyväisiä oli 8,8 % ja tyytyväisiä 29,4 %. Tyytymättömmät pitivät ratsastustuntien hintoja yksinkertaisesti liian korkeina omalle kukkarolleen. Hintoihin tyytyväisemmät pitivät ratsastusta yleisesti kalliina harrastuksena, mutta ymmärsivät, mistä ratsastustuntien hinta koostuu ja olivat valmiita maksamaan laadusta.

Yksityistallia koskeviin kysymyksiin oli vastannut vain 4 henkilöä. Tästä syystä vastauksia ei voida pitää yleisenä mielipiteenä, mutta suuntaa antavana kuitenkin. Yksityistallia koskeviin kysymyksiin vastanneiden henkilöiden mielipiteet eivät poikenneet toisistaan huomattavasti toisistaan.

Vastaajista kaikki olivat tyytyväisiä yksityistallin siisteyteen, täydellisen tyytyväisiä he eivät siisteyteen olleet, koska tallituvan ja kuivaushuoneen siisteyttä voisi heidän mielestään parantaa hiukan. Myös valmennuksia koskevaan kysymykseen kaikki vastaajat olivat vastanneet saman, valmennuksiin oltiin erittäin

tyytyväisiä, niitä oli riittävästi ja sopivin väliajoin sekä valmentajia pidettiin ammattitaitoisina.

Yksityistallin tarjoamiin palveluihin yksi vastaajista oli erittäin tyytyväinen ja kolme melko tyytyväisiä. Tyytymättömyyttä lisäsi palveluiden joustamattomuus sekä talkoohengen ja yhteisöllisyyden puuttuminen tallin käyttäjien kesken. Myös yksityistallin käyttäjien keskuudessa tallin työntekijöitä pidettiin hieman epäystävällisinä, vastaajat tosin uskoivat tilanteen muuttuvan, kunhan tilanne talleilla selkeytyy entisestään isojen rakennustöiden jälkeen.

Kaksi vastaajista oli tyytyväisiä yksityistallin tiloihin, yksi erittäin tyytyväinen ja yksi melko tyytyväinen. Tiloja pidettiin toimivina ja tarkoituksen mukaisina, mutta vanhan yksityistallin tuuletukseen ja vesipisteisiin toivottiin uudistuksia.

Yksityistallin käyttäjät olivat keskimäärin tyytyväisempiä yksityistallin hintoihin, kuin ratsastustunneilla kävijät ratsastustuntien hintoihin. Vastaajista kolme oli tyytyväisiä ja yksi melko tyytyväinen hintoihin. Yksityistallin tarjoamien palvelujen laatua pidettiin korkeana ja laadusta oltiin valmiita maksamaan enemmän. Lämpöisten maneesien käyttömahdollisuudesta oltiin myös valmiita maksamaan enemmän, sillä vastaajat pitivät sitä palveluille lisäarvoa tuovana asiana.

Vastauksien perusteella voidaan sanoa, että yrityksen palveluihin ollaan tyytyväisiä, mutta monin kohdin on parannettavaa. Palvelun laatu ei saa heikentyä yhtään, sillä jo nyt palveluiden hintoja pidettiin korkeina, mutta niitä siedettiin, koska palvelua pidettiin laadukkaana. Koettua palvelun laatua sen sijaan voitaisiin nostaa, ottamalla tallityöntekijöiden kanssa puheeksi asiakaspalvelu ja tutustuttamalla asiakkaat työntekijöihin. Samoin ratsastustuntien ryhmäkokoja pienentämällä saataisiin monen asiakkaan tyytyväisyyttä parannettua. Asiakkaiden antamia ideoita, etenkin ratsastustuntien osalta voisi toteuttaa, se antaisi lisäarvoa palveluille ja asiakkaat olisivat tyytyväisimpiä.

Jatkotutkimuskohteena voisi olla seikkaperäisempi yksityistallin käyttäjien mieliteiden mittaaminen. Yksityistallin asiakkaita saataisiin aktivoitua enemmän vastaamaan ja näin saataisiin tarkempaa tietoa asiakkaiden tyytyväisyydestä. Toinen jat-

kotutkimuskohde voisi olla kokonaan ratsastustuntien sisältöön liittyvä kysely, jossa saataisiin tarkemmin selville, millaisia tunteja asiakkaat haluaisivat. Tällaisen tutkimuksen sisältö auttaisi opettajia suunnittelemaan tuntejaan paremmin. Myös asiakaspalveluun liittyvä tutkimus voisi olla mielenkiintoinen, siinä voisi pureutua enemmän tyytymättömyyttä aiheuttavien asioiden selvittämiseen.

LÄHTEET

Kirjallisuus

Aarnikoivu, H. 2005. Onnistu asiakaspalvelussa. WS Bookwell Oy. Juva.

Grönroos, C. 1990. Nyt kilpaillaan palveluilla. 3. uudistettu painos. Ekonomia. Gummerus. Jyväskylä.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara P. 2000. Tutki ja kirjoita. 6. uudistettu painos. Tummavuoren kirjapaino Oy. Vantaa.

Jokinen, T., Heinämaa, L. & Heikkinen I. 2000. Tervetuloa asiakas Myyntityön ja asiakaspalvelun taito. Prima. Edita. Helsinki.

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

Korkeamäki, A., Pulkkinen, I. & Selinheimo R. 2000. Asiakaspalvelu ja markkinointi. 1. painos. Optio 2000. WS Bookwell. Porvoo.

Lahtinen, J. & Isoviita A. 1999. Asiakaspalvelu ja markkinointi. 2. painos. Markkinointi 2000. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Lepola, R., Pulkkinen, I., Raivio, L., Selinheimo, R. & Sulkanen, L. 1998. Asiakaspalvelu. 1. painos. Optio. WSOY. Porvoo.

Lillrank, P. 1990. Laatumaa. Gummerus kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Rissanen, T. 2005. Hyvä palvelu. Tähtitietokirjat. Pohjantähti. Jyväskylä.

Rope, T. & Pöllänen J. 1995. Asiakastyytyväisyysjohtaminen. 3. painos.
Ekonomia. WSOY. Juva.

Vuokko, T. (toim.) 1997. Avaimena asiakaslähtöisyys. Yritysjulkaisut. Edita.
Helsinki.

Ylikoski, T. 1999. Unohtuiko asiakas? 2. uudistettu painos. Otavan Kirjapaino Oy.
Keuruu.

Artikkelit

Jones, T. O. & Sasser, E. W. Jr. 1995. Why Satisfied Customer Defect. Harward
Business Rewiev Nov 1. 88-99.

Internet

Laukkanen, S. 2004. Asiakastyytyväisyys. Tampereen teknillinen yliopisto.
(butler.cc.tut.fi/~jan/laatujohtaminen/2004/Asiakastyytyvaisyys220904.ppt)
21.2.2007.

Suomen Ratsastajainliitto ry. 2005. Ratsastusharrastus kasvaa reippaasti.
(www.ratsastus.fi/asp/system/empty.asp?P=128&VID=default&SID=352632853448722&S=O&C=25554) 6.11.2006.

Haastattelu

Toimitusjohtaja X. Yritys X. 15.11.2006.

Liite 1

ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELY

Hyvä asiakas, toivomme sinun vastaavan asiakastyytyväisyyskyselyymme, jonka tarkoituksena on selvittää palveluidemme laatua ja kehittää niitä mieleisemmäksi. Kysely tulee palauttaa oheiseen laatikkoon 13.12.2006 mennessä. **Vastanneiden kesken arvomme [REDACTED] mainos vaatteita.** Arvonta suoritetaan 15.12.2006 ja voittajille ilmoitamme henkilökohtaisesti. Henkilötietojamme ei käytetä suoramarkkinointitarkoituksiin. Eikä kenenkään yksittäisen asiakkaan vastauksia tarkastella, vaan ne ovat osa kokonaisuutta, jossa on kaikki saadut vastaukset. **Voit vastata myös nimettömänä!!!**

Tämä asiakastyytyväisyyskysely tulee myös olemaan osa opinnäytetyötäni, jonka teen osana Lahden ammattikorkeakoulun liiketalouden laitoksella suorittamaani tradenomin tutkintoa.

Ystävällisin terveisin Teea Valve

Liite 2

ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELY

TAUSTATIEDOT

1. Ikä ☐ alle 15 vuotta ☐ 36-45 vuotta
☐ 16-25 vuotta ☐ 46-55 vuotta
☐ 26-35 vuotta ☐ yli 56 vuotta
2. Sukupuoli ☐ Nainen ☐ Mies
3. Kotikunta _____
4. Kuinka monta vuotta olette ratsastaneet?
☐ alle 1 vuoden ☐ 3-5 vuotta
☐ 1-3 vuotta ☐ yli 5 vuotta
5. Kuinka monta vuotta olette olleet ratsastuskeskuksen asiakkaana?
 Ja kuinka monta kertaa viikossa käytte ratsastamassa?
 _____ vuotta ja _____ kertaa/vko.
6. Millä ratsastustunneilla käytte ratsastuskeskuksessa?
☐ Ponikoulu ☐ Koulutunti
☐ Ponijatko ☐ Estetunti
☐ Alkeisestetunti ☐ Aikuisten yleistunti
☐ Yleistunti ☐ Sennu koulutunti
☐ Aikuisten alkeistunti
7. Käytättekö yksityistallia/onko teillä oma hevonen ratsastuskeskuksessa?
☐ Kyllä ☐ Ei
8. Yleisarvosana ratsastuskeskukselle: _____ (asteikolla 4-10, 4 huonoin, 10 paras)

Henkilötiedot (ei pakollinen, mutta jos haluat osallistua arvontaan, niin muistathan laittaa tietosi)

Nimi: _____
 Osoite: _____
 Puhelinnumero: _____

Liite 2 (jatkuu)

Arvioi seuraavia ratsastustunteihin ja yksityistalliin liittyviä seikkoja asteikolla 1-5, kerrothan mielellään myös perustelut vastauksellesi ja parannusehdotukset. (1 erittäin huono - 5 erittäin hyvä)

RATSASTUSTUNNIT

Opettaja _____

Tuntien sopivuus itsellesi 1 2 3 4 5

Perustelu: _____

Opetus 1 2 3 4 5

Perustelu: _____

Asiakaspalvelu 1 2 3 4 5

Perustelu: _____

Tilat 1 2 3 4 5

Perustelu: _____

Hinta 1 2 3 4 5

Perustelu: _____

Vapaa sana liittyen ratsastustunteihin

YKSITYISTALLI (Yksityistallin vuokraajat täyttävät)

Palvelut 1 2 3 4 5

Perustelut: _____

Valmennus 1 2 3 4 5

Perustelut: _____

Tilat 1 2 3 4 5

Perustelut: _____

Siisteys 1 2 3 4 5

Perustelut: _____

Hinta 1 2 3 4 5

Perustelut: _____

Vapaa sana liittyen yksityistalliin

Liite 3

Vapaa sana liittyen ratsastustunteihin.

Vapaat viestit kokonaisuudessaan:

1. Enemmän ravia ja maailmanympärimatkoja.
2. Kiitos [REDACTED] väelle! Asiakasläheiset ja ystävälliset tallin omistajat. Ammattitaitoiset ja auttavaiset [REDACTED] ja [REDACTED]. Motivoitunut ja iloisen empaattinen [REDACTED]. Pätevä ja huumorintajuinen ”super”-[REDACTED]. Ihanaa, että tallillanne on mahdollisuus hoitohevoseen myös vanhemmalla iällä, kiitos! Vuosien varrella koluamieni tallien joukosta [REDACTED] on ehdottomasti paras paikka!
3. Joskus liikaa odottelua, kun joku on myöhässä tunnilta.
4. Haluun mennä poneilla, vieläkö voin! En suurilla hevosilla.
5. Jatketaan sennutuntia samaan malliin.
6. Olisi mukavaa, jos olisi mahd. ratsastaa ns. vakiohevosella. Toisinaan vaihtelu on hyvästä, mutta pitkään ratsastaneena koen saavani enemmän, jos hevonen on sama.
7. [REDACTED] oli paljon parempi paikka kun aloitin täällä! Olisi mielekkäämpää ratsastaa jos saisi sellaisen hevosen mistä tykkää. Täällä on tosi huono ilmapiiri!
8. Oikein kivaa. Voisi hypätä joskus enemmän.
9. Ponijatkossa voitaisiin hyppiä enemmän.
10. Yleinen ilmapiiri todella mukava. Tuntien aikana läpikulku vanhan maneesin kautta uuteen häiritsee! Huom! Ratsastuspalvelun tarjoaja vastaa myös harrastuksen turvallisuudesta!
11. Olisi hyvä jos saisi mennä useammin lempiponilla. (Nyt saa yleensä vain ennen kisoja sen kenet haluaa).
12. Ratsastustunneista saa hauskoja ja monipuolisia, kun vaan jaksaa myös ne illan viimeisetkin tunnit. Vaativuutta mukaan jokaiselle oman tason mukaan, niin kyllä se siitä. Kiitos että joskus saa sanoa oman mielipiteen ilman että joutuu hampaankoloon.

Liite 3 (jatkuu)

13. Hyvä opetus, kivat hevoset
14. epäopetusmaiset
15. Hyvä opetus, kivat hevoset
16. Ennen oli joka toinen tunti este ja toinen koulu, se oli hyvä.
17. Hevosen tarvitsevat läpiratsastusta. Näin monta vuotta ratsastaneena toivoisi, ettei jokainen tunti tarvitsisi ratsastaa jäykällä hevosilla, joiden koulutustaso on mitä on. Ei kauhean palkitsevaa, eikä tällä tallilla ratsastamisen jatkamista kannustavaa.
18. Voisi olla enemmän ”teematunteja” esim. maasto, este, joka ilmoitettaisiin jo edellisellä viikolla??
19. Oikein kivaa
20. Toivoisin osaavampia hevosia ja vähän enemmän isoja hevosia. Aika ponivoittoista.
21. Välillä esim. estetunneilla voitaisiin tehdä hieman vaativampia harjoituksia. Muuten kiitos hyvistä tunteista ja opettajista
22. Kankikuolainkursseja tuntiratsastajille + muita ”erikoisjuttuja”
23. Asiat selitetään hyvin.
24. Hevosia voisi olla tuntikäytössä 1-2 lisää
25. Tosi mukavia, opettajatkin
26. Monipuolisia ja aina hieman erilaisia. Opetus on perusteellista vaativaa mutta ei ”tiukkapipoista”.
27. Hyvät!
28. Hyvät tunnit. Tykkään paljon
29. Tahtoo vaativamman open, jolla tuoretta tietoa ja haluaa oppilaan edistyvän.
30. Haluaisin useamman kerran saada ratsuksi lempihepan.
31. Enemmän rääkkiä tälle ratsastajalle, kiitos!
32. Kaikkien ratsastusopettajien tulisi kuunnella myös oppilasta. Ei ole aina täällä onnistunut. [REDACTED] ja aikaisemmin [REDACTED] poikkeuksia. Vert. viikolla opettavaan!
33. Hyppytunteja useammin

Liite 3 (jatkuu)

34. Vähän liian isot ryhmät
35. Opettaja voisi käyttää mikkiä, ettei tarvi huutaa!
36. Liian iso ryhmäkokoo, mutta osaavat hevoset!
37. Parantunut huomattavasti
38. Tuntien aikana opettaja keskustelee katselijoiden kanssa.
[REDACTED] kiitosta iloisesta ammattitaitoisesta opetuksesta.
39. Toivon tavoitteellista opetusta (tavoite= parempi ratsastustaito)
sekä pienryhmäopetusta (max. 4 ratsukkoa)
40. Laatu parantunut
41. Voisi tehdä välillä sellasii päivii, et ratsastajat saisi jostain
hevosista ite päättää kellä menee.
42. Paljon eri tunteja ja se on hyvä
43. Kivahenkinen tunti, jolla oppii paljon.
44. Hyvät tunnit!
45. Nicee, mut mennään välillä KAIKKI tunnilla ilman satulaa tai
kisattais tunnilla sellasella leirikisatyypisellä tehtäväradalla
46. Ke aikuisten yleistunneille toivoisin haastavampia tehtäviä
vaikka tasoeroakin on. yli 3 v. ratsastusta harrastaneena vaihtelu
ja haasteet on kivaa vaikka kilpailut eivät siinnä mielessä.
47. Ponit tekevät ehkä liikaa töitä.
48. Tuntiryhmät pienemmiksi
49. Tosi kivaa on aina ollut.
50. kiva!
51. Hyvät tunnit!
52. Tunnit kivoja, taitoihin nähden ei liian vaikeita, mutta joka kerta
oppii jotain uutta.