

Janina Peltonen

**ASIAKASTYYTYVÄISYYS ULVILAN KAUPUNGIN LIIKUNTARYH-
MÄTOIMINTAAN JA KUNTOSALIIN**

**Opinnäytetyö
CENTRIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalouden koulutusohjelma
Kesäkuu 2020**

TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ

Centria-ammattikorkeakoulu	Aika Kesäkuu 2020	Tekijä/tekijät Janina Peltonen
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma		
Työn nimi Asiakastyytyväisyys Ulvilan kaupungin liikuntaryhmätoimintaan ja kuntosaliin		
Työn ohjaaja Ann-Christine Johnsson	Sivumäärä 25 + 6	
Työelämäohjaaja Ann-Christine Johnsson		
<p>Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää Ulvilan kaupungin liikuntaryhmätoiminnan- ja kuntosalin käyttäjien asiakastyytyväisyyttä edellä mainittuihin palveluihin. Opinnäytetyö käsittelee sekä sen tavoitteena oli selvittää, kuinka tyytyväisiä vapaa-aikakeskus Kaskelotin asiakkaat ovat Kaskelotissa tarjottaviin erilaisiin palveluihin. Opinnäytetyössä selvisi myös kuinka tyytyväisiä asiakkaat ovat Kaskelotin pihapiirissä tarjottaviin erilaisiin ilmaisiin liikuntapalveluihin.</p> <p>Asiakastyytyväisyyskysely toteutettiin sähköisessä muodossa Webropol kyselyn avulla. Vapaa-aikakeskus Kaskelotin asiakkailla oli aikaa vastata kyselyyn noin neljä viikkoa. Kysely oli jaossa linkkinä eri Facebook-ryhmissä ja Ulvilan Kaupungin sivuilla. Kyselystä saadut tulokset olivat suurimmaksi osaksi odotusten mukaisia eli vastaukset olivat positiivisia. Johtopäätöksen voi sanoa, että vapaa-aikakeskuksen asiakkaat ovat tyytyväisiä saamaansa palveluun. Vastauksia kyselyyn tuli yhteensä 88 kappaletta.</p> <p>Teoriaosuudessa on käsitelty asiakastyytyväisyysjohtamista ja palvelun laatua ja sen muodostumista.</p>		

Asiasanat asiakastyytyväisyys, asiakastyytyväisyyskysely

ABSTRACT

Centria University of Applied Sciences	Date June 2020	Author Janina Peltonen
Degree programme Business economics		
Name of thesis Customer satisfaction with the city of Ulvila's sport group activities and gym		
Instructor Ann-Christine Johnsson	Pages 25 + 6	
Supervisor Ann-Christine Johnsson		
<p>The goal of this thesis was to find out the customer satisfaction of the users of the sport group activities offered in Ulvila, Finland. The thesis elaborate how to satisfy free-time centre Kaskelotti's customers are supply different utility. Thesis found out also how satisfied customers are Kaskelotti's court.</p> <p>Customer satisfaction inquiry were carried using an in online on Webropol questionnaire. Kaskelotti's customers had about four weeks' time to answer customer satisfaction inquiry. The link to the survey were shared in various Facebook groups and on the city of Ulvila website. The results obtained were largely in line with expectation, so the responses were positive. A total of 88 people responded to the survey.</p> <p>The theoretical part has reviewed the quality of the service and it development and customer satisfaction management.</p>		

<p>Key words customer satisfaction, customer satisfaction inquiry</p>

TIIVISTELMÄ SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
2 PALVELUN LAATU	3
2.1 Palvelun laadun seuraaminen.....	3
2.2 Palvelun laadun mittaaminen.....	4
3 ASIAKASTYYTYVÄISYYSJOHTAMINEN	5
3.1 Asiakastyytyväisyyden muodostuminen.....	6
3.2 Asiakaskokemuksen täyttäminen	6
3.3 Palveluiden kehittäminen asiakastyytyväisyyden näkökulmasta.....	7
4 ULVILAN KAUPUNKI	9
4.1 Kerrontaa Kaskelotista ja Ulvilan kaupungista	9
4.2 Mitä palveluja vapaa-ajakeskus tarjoaa	10
4.3 Tiedottaminen Kaskelotissa	11
4.4 Kaskelotin henkilökunta	12
5 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN	13
5.1 Toteuttaminen	13
5.2 Asiakastyytyväisyyskyselyn aikatauluttaminen	13
5.3 Tutkimusmenetelmät.....	14
5.3.1 Laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus.....	15
5.3.2 Määrällinen eli kvantitatiivinen tutkimus	15
5.4 Kyselylomake	16
5.4.1 Tavoitettavuus.....	16
5.4.2 Kyselylomakkeen rakenteen onnistuneisuus.....	17
6 KYSELYN TULOKSET	18
6.1 Kyselyyn vastanneiden ikä- ja sukupuolijakauma sekä asuinpaikkakunta.....	18
6.2 Miten hyvin Kaskelotti on onnistunut seuraavissa asioissa	19
6.3 Kuinka usein käytät Kaskelotin palveluja ja mitä palveluja käytät heiltä.....	20
6.3.1 Muiden liikuntapalvelujen käyttäminen Ulvilassa kuin Kaskelotin.....	21
6.3.2 Mikä voi vaikuttaa siihen, että ulvilalaiset käyttävät muita liikuntapalveluja kuin Kaskelotin?.....	22
6.4 Kehittämisideat Kaskelotille.....	22
6.5 Asiakkaiden avoin palaute Kaskelotille.....	23
7 YHTEENVETO JA KEHITYSIDEAT VAPAA-AIKAKESKUS KASKELOTILLE	24
LÄHTEET	24
LIITTEET	
TAULUKOT	
TAULUKKO 1. Kysymys numero 4, Miten Kaskelotti on onnistunut seuraavissa asioissa?, vastauksien jakautuminen	19
TAULUKKO 2. Kysymys numero 7, Mitä seuraavista palveluista käytät eniten Kaskelotissa?, vastauksien jakautuminen.....	21

1 JOHDANTO

Opinnäytetyössäni oli tavoitteena selvittää Ulvilan kaupungin vapaa-aikakeskus Kaskelotin liikuntaryhmätoiminnan- ja kuntosalin käyttäjien asiakastyytyväisyyttä edellä mainittuihin palveluihin. Tavoitteenani oli saada toimeksiantajalleni, Ulvilan kaupungille, mahdollisimman hyvä kuva asiakkaiden tyytyväisyydestä ja tyytymättömyydestä Kaskelotin palveluita kohtaan, jotta mahdollisiin epäkohtiin voitaisiin puuttua. Ulvilan kaupungin liikuntapalvelujen sivuilla ei ole varsinaista palautelomaketta, vaan palautteenanto on mahdollista vain kasvatusten henkilökunnan kanssa tai Ulvilan kaupungin sivujen kautta, joilla on yleinen palautteenantolomake (Ulvilan vapaa-ajankeskus Kaskelotti, a & Ulvilan kaupunki, a). Lisäksi asiakastyytyväisyyskyselyä ei ollut tehty hetkeen kyseisestä aiheesta Kaskelotissa, joten mielestäni tämä oli tärkeä aihe selvittää niin asiakkaiden kuin henkilökunnan kannaltakin. Näin voitaisiin puuttua mahdollisiin epäkohtiin ja parantaa asiakkaiden asiakaskokemusta Kaskelotissa.

Tutkittavana alueena oli edellä mainitun vapaa-aikakeskus Kaskelotin liikuntaryhmien sekä kuntosalin asiakastyytyväisyys. Lisättiin toimeksiantajani kanssa tähän vielä vapaa-aikakeskuksen uimahallin puoli sekä pihapiirin. Pihapiirin lisäys tuli tähän työhön mukaan, koska pihapiiristä löytyy niin paljon erilaisia mahdollisuuksia liikkua niin kesäisin kuin talvisin eri aktiviteettien muodossa. Tutkimuskysymys oli yleisesti asiakastyytyväisyys Kaskelotin palveluihin. Pääpaino pysyi silti koko tutkimuksen ajan edelleen alkuperäisessä tutkimusaiheessa eli asiakastyytyväisyys Ulvilan vapaa-aikakeskus Kaskelotin liikuntaryhmissä ja kuntosalipalveluissa.

Asiakastyytyväisyyttä Kaskelotin palveluihin selvitettiin Webropolikyselyllä netin välityksellä. Vastauksia saatiin kyseiseen asiakastyytyväisyyskyselyyn yhteensä 88. Vastauksien määrä oli noin puolet pienempi kuin itse odotin linkin tavoitettavuuden perusteella. Kyseinen kysely toteutettiin maaliskuun viimeisestä päivästä huhtikuun 26. päivään saakka, joten Kaskelotin asiakkailla oli reilu kuukausi aikaa vastata tähän kyseiseen asiakastyytyväisyyskyselyyn. Koska vastanneiden määrä oli odotettua pienempi, oli mahdollista käydä läpi jokainen vastaus.

Tässä opinnäytetyössä on käyty läpi, mikä on Ulvilan vapaa-ajankeskus Kaskelotti ja millainen on Ulvilan kaupunki. Teoria osuus muotoutuu asiakastyytyväisyysjohtamista, palvelun laatua sekä sen muodostumista ja palveluiden kehittämistä asiakastyytyväisyyden näkökulmasta. Opinnäytetyön luvusta viisi löytyy enemmän tietoa tehdystä asiakastyytyväisyystutkimuksesta

sekä sen toteuttamisesta. Luvusta kuusi on laajempaa ja analysoidumpaa tietoa saaduista tutkimustuloksista, jotka koskevat tehtyä asiakastytyväisyyskyselyä. Myös asiakkaiden omia kommentteja ja toivomuksia löytyy kyseistä tekstiosuudesta. Liitteissä on muun muassa asiakastytyväisyyskyselyssä käytetty kyselylomake.

2 PALVELUN LAATU

Tässä opinnäytetyössä oli tutkittavana kohteena asiakastyytyväisyys Ulvilan kaupungin liikuntaryhmä- ja kuntosalitoimintaan. Koska tässä tutkimuksessa tutkittava kohde on palvelu ja sen laatu, on se käsitteenä vaikea selitteinen, koska palvelut ovat aineettomia hyödykkeitä. Helposti ajateltuna palvelun laatu on sitä, miten asiakas kokee yrityksen palvelun ja täyttääkö palvelu asiakkaan odotukset (Tesminan 2020). Näihin asiakkaan odotuksiin liittyy yleensä palveluun liittyvät erilaiset uskomukset, jotka ovat syntyneet jo ennen palvelun käyttämistä (Larvanto 2013 [Lämsä & Uusitalo 2009, 51.]) Kun asiakas kokee palvelun hyväksi, luo se asiakkaalle arvoa, ja tämä tuo asiakkaalle asiakastyytyväisyyttä kyseisestä yritystä tai palvelua kohtaan. Asiakkaan asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat myös monet muut asiat, kuten esimerkiksi yrityksessä koetut muut palvelut ja ominaisuudet. Tässä Ulvilan kaupungin tapauksessa palvelun laatuun vaikuttaa myös esimerkiksi se millaisia urheiluvälineitä asiakkailla on käytettävissä treenaamisen aikana, eli niin sanotusti konkreettinen ympäristö. (Tesminan 2020.)

Yrityksestä saadut palvelut ja niiden laatu ovat aineettomia ja näin ollen niitä ei voida esimerkiksi varastoida yrityksen varastoon. Toisin sanoen yrityksen asiakas ei voi konkreettisesti nähdä yrityksen palvelua, koskettaa tai kokeilla etukäteen palvelua kuten esimerkiksi, jos olet ostamassa uusia kenkiä. Palvelun hyödyntämisessä on se erikoisuus, että se käytetään ja toteutetaan samaan aikaan, ja näin ollen palvelu on joka asiakkaalle aina yksilöllinen. (Larvanto 2013 [Lämsä & Uusitalo 2009, 17–19]). Asiakkaalla vaikuttaa seuraavat neljä tekijää siihen, miten hän kokee palvelun laadun: yrityksessä olevat tilat eli yrityksen fyysiset puitteet, palvelun hinta, yrityksen imago ja yrityksen ja asiakkaan kohtaaminen ja vuorovaikutus asiakaspalvelutilanteessa (Larvanto 2013 [Lämsä & Uusitalo 2009, 58]).

2.1 Palvelun laadun seuraaminen

Tällä hetkellä ollaan siinä tilanteessa, että on siirrytty asiakkuuden aikakauteen. Tämä tarkoittaa sitä, että asiakkaat tuovat ja antavat entistä enemmän painoarvoa yrityksen menestykselle ja kasvulle. Tämä puolestaan tarkoittaa sitä, että asiakkaat voivat itse valita, kenen kanssa asioivat, ja näin ollen, jos kymmenet asiakkaat eivät valitse sitä sinun omaa yritystäsi voi yritys joutua helposti taloudellisiin vaikeuksiin. On siis hyvin tärkeää mitata yrityksen palvelun laatua

esimerkiksi asiakastytyväisyyskyselyillä, jotta tarvittaessa osataan muuttaa palvelua asiakastyväisemmäksi, koska työntekijät ja johtajat näkevät asiakaspalvelun hyvin eri tavalla kuin itse asiakkaat. Sillä työntekijät ja johtajat eivät osaa niin sanotusti asettua asiakkaan kenkiin ja tarkastella yrityksen toimintaa siitä näkökulmasta. Näin ollen asiakastytyväisyystutkimuksia tulisi tehdä vähintään kerran vuodessa, jotta voitaisiin kartoittaa palvelun laadun tilanne. Saatua tuloksia asiakastytyväisyyskyselyistä pitää osata tulikita oikein ja osata viedä nämä tulokset oikein yrityksen arkeen. Silloin erinomaisella asiakaspalvelukokemuksella saadaan luotua yritykselle kilpailuetua muihin yrityksiin nähden. Tulee muistaa, että asiakastytyväisyys tulee lunastaa joka asiakaskokemukelta uudelleen tapaaminen kerrallaan. (Provad 2020.)

2.2 Palvelun laadun mittaaminen

Asiakastytyväisyyskyselyt ja niiden mittaamiseen käytettävät mittarit on tärkeä laatia oikein, koska jokainen mittari ohjaa vastaukset johonkin tiettyyn suuntaan, kuten esimerkiksi asiakaskeskeisyyteen tai vastaavasti jatkuvaan kehitykseen arjessa. Niin kuin edellisessä luvussa olikin maininta asiakkaan asemaan asettumisesta, on pelkästään tiedolla johtaminen huono. Tiedolla johtaminen on johtamistapana sellainen, että se on yleisesti ottaen liian kaukana todellisesta asiakaspalvelusta, koska asiakaspalvelussa käytettävää tietoa on vaikeasti saatavissa. Kun tietoa saadaan asiakkailta ihan suoraan, on tämä paras tapa saada palautetta ja kehitysideoita yritykselle. Tällä voidaan parantaa johtamista ja asiakaspalvelua yrityksessä. (Korpeus 2018.)

3 ASIAKASTYYTYVÄISYYSJOHTAMINEN

Mitä asiakastyytyväisyysjohtaminen on? Se on asiakaslähtöistä integroitua johtamis- ja markkinointijärjestelmää, jossa saadaan asiakastyytyväisyyskokemuksista rekisteröityä palautetta. Näiden palautteiden avulla voidaan kehittää yrityksen toimintaa ja asiakassuhteita. (Rope & Pöllänen 1998, 53.) Asiakastyytyväisyys on liiketoiminnassa yksi keskeisimmistä menestystekijöistä. Seuraavaksi tullaan kertomaan siitä, että asiakastyytyväisyys ei synny ilman kovaa työtä vaan sen saavuttaminen vaatii tyytyväisyyteen perustuvaa johtamis- ja markkinointijärjestelmän toteen panemista eli asiakastyytyväisyysjohtamista. (Rope-yhtiöt 2000.)

Ensimmäiseksi on tärkeää ymmärtää, että yrityksen näkemys asiakaspalvelun laadusta voi poiketa hyvinkin paljon asiakkaan näkemyksestä (Reinboth 2008, 96). Asiakasjohtajan tulee osata katsoa tilannetta asiakkaan näkökulmasta ja kerätä palautetta yrityksen asiakaspalvelusta. Näillä edellä mainituilla keinoilla voidaan parantaa huomattavasti asiakastyytyväisyyttä yrityksessä. On myös hyvä ymmärtää se, että asiakkaan on helppo vaihtaa kilpailijalle, jos asiakastyytyväisyys ei täyty asiakkaan odottamalla tavalla. Näin yleensä asiakas on menetetty ja asiakasta ei ole enää helppo saada takaisin oman yrityksen asiakkaaksi.

Asiakastyytyväisyysjohtamisessa on myös tärkeää, että saatuja tuloksia ja dataa asiakastyytyväisyyskyselyistä hyödynnettäisiin tarpeeksi. Yleensä näin ei tehdä, mikä voi johtua esimerkiksi vaikeista ja monimutkaisista ja aikaa vievistä mittaustavoista. Myös asiakastyytyväisyyskyselyitä tulisi tehdä useammin kuin kerran vuodessa, koska silloin ne vasta tuottavat yritykselle konkreettista arvoa. (Leväinen 2019.) Näin ehditään reagoimaan asiakkaiden tarpeisiin mahdollisimman pienellä viiveellä ja yrityksen asiakkaat ovat entistä tyytyväisempiä yrityksen palveluihin. Myös anonyymit asiakastyytyväisyyskyselyt tai mitkä tahansa kyselyt yrityksessä antavat paremman mahdollisuuden antaa rehellistä palautetta yritykselle, kuin esimerkiksi nimellisenä toteutetut kyselyt. Nimellisissä kyselyissä asiakas voi ajatella, että häntä aletaan pitää huonona asiakkaana tai silmätikkuna, jos hän antaa rehellistä palautetta yrityksen toiminnasta.

3.1 Asiakastyytyväisyyden muodostuminen

Yksinkertaisimmillaan ja maalaisjärkeä käyttäen asiakastyytyväisyys muodostuu asiakkaan henkilökohtaisista odotuksista yritystä, palvelua ja tuotetta kohtaan eli sitä miten yritys täyttää asiakkaan odotukset ja miten yritys jättää täyttämättä asiakkaan odotukset. Yrityksen tulee aina ylittää asiakkaan odotukset ja tuntea hänet, jotta asiakastyytyväisyys pysyy yritystä kohtaan positiivisena. Tässä on tärkeää asiakastyytyväisyysjohtaminen. (Leväinen 2019.) Grönroos (1989, 87) on myös pohtinut kyseistä asiaa ja sanonut, että palvelu ei itsessään ole tuotantoprosessin loppuvaihe vaan pikemminkin toimintaa, joka alkaa, kun asiakas joutuu kosketuksiin palveluyrityksen kanssa. Tuotantoprosessi päättyy vasta, kun asiakas on lopettanut kulluttamisen. Tässä pohdinnassa on hyvin tuotu esille se, miten tärkeää asiakkaan kohtaaminen on jokaisessa asiointivaiheessa. Näissä kohtaamisissa juuri mitataan asiakkaan tyytyväisyyttä yrityksen palveluihin ja esimerkiksi sitä, palaako hän takaisin tai mitä hän kertoo yrityksestä eteenpäin.

Asiakkaan tyytyväisyyttä on myös ylläpidettävä, jotta se ei "lopahda". Sen vuoksi yrityksen onkin pohdittava, miten asioita tulisi kehittää, jotta pysyttäisiin ylläpitämään asiakkaan tyytyväisyys. Kehityskohteiden ei tarvitse olla suuria, mutta niiden pitää olla esimerkiksi sellaisia, jotka helpottavat asiakkaiden asiointia yrityksessä. Tässä hyvänä esimerkkinä voi käyttää yleistyviä pikakassoja. Asiakas valitsee pikakassan tavallisen kassan sijasta esimerkiksi, koska hänellä on kiire ja tavallisilla kassoilla on jonoa, hän ei halua juuri tänään henkilökohtaista palvelua työntekijöiltä, hän haluaa kokeilla uusia pikakassoja, hän saa alennuksen pikakassaa käyttäessään tai mikä tahansa muu syy. Kun asiakas kokee, että hän saa helpotusta esimerkiksi edellä mainittuihin asioihin pikakassojen avulla, hänen asiakastyytyväisyytensä nousee yritystä kohtaan.

3.2 Asiakaskokemuksen täyttäminen

Asiakaskokemus ja sen täyttäminen eivät ole mitään tähtitiedettä, koska jokainen asiakas ympäri maailmaa yleensä haluaa samoja asioita: ymmärrystä ja kunnioitettavaa kohtelua. Lähes jokainen yritys uskoo täyttävänsä asiakkaan asiakaskokemuksen. Oikeasti tässä onnistui Infi-nit Contactin mukaan vain alle 10 %, joka on todella vähän. (Eskelinen 2018). Myöskään moni

huonoa palvelua saanut asiakas ei anna asiasta yritykselle palautetta, joka voisi kehittää yrityksen toimintaa tulevaisuudessa. Tästä voidaan johtaa asia siihen, että asiakkaille ei kannata luvata enempää asioita, joita yritys ei pysty toteuttamaan. Tällöin nämä kyseiset hetket ovat asiakaskokemuksen kannalta kriittisimpiä, koska asiakassuhde voi loppua tähän tilanteeseen, jos luvattua asiaa ei voidakaan toteuttaa. Kun asiakastilanne hoidetaan hyvin ja ammattitaidolla, asiakaskokemus ja asiakkaan ja yrityksen välinen suhde voivat vain parantua entisestään. (Eskelinen 2018.)

3.3 Palveluiden kehittäminen asiakastyytyväisyyden näkökulmasta

Pikakassojen tai mitä muuta tahansa palvelun kohentamista halutaan yrityksessä tehdä, tulee yrityksessä päättää, millainen laatutaso uudistuksella halutaan saavuttaa ja minkälainen profiili ja sekä tekninen että toiminaalinen laatu uudistuksella halutaan saavuttaa. Ja näissä pohdinoissa auttaa esimerkiksi juuri asiakkaiden palaute yrityksen palvelusta. (Grönroos 1989, 89.) Esimerkiksi lentojen hintatasoa voidaan laskea huomasti, jotta saataisiin suuret potentiaaliset markkinat sekä hinnasta voitaisiin tehdä yrityksen kilpailukeino. Näin muut tekijät sovitettaisiin lentojen valittuun hintatasoon. Tässäkin tulee muistaa se, että kehitysstrategioiden tulee olla vastauksia markkinoiden tarpeisiin ja toivomuksiin. (Grönroos 1989, 90.)

Palvelujen kehittäminen eli palvelumuotoilu ei vaadi uusia palveluajatuksia (Grönroos 1989, 97). Esimerkiksi se, että viestintä toimii yrityksen sisällä moitteettomasti, voi tuoda asiakkaalle jo hyvän kokemuksen ja asiakastyytyväisyyden yrityksestä, tai sitten yrityksen kivijalka toimipisteen eteiseen laitetaan kuramatot, etteivät kengistä tulevat liat ole pitkin toimipisteen lattioita. Näin pienillä arjen muutoksilla voidaan saada kasvatettu asiakkaiden asiakastyytyväisyyttä ja samalla yrityksen liikevaihtoa. Pienillä muutoksilla ja viilailulla voidaan saada näyttäviä ja kannattavia muutoksia yrityksessä. Näillä pienillä asiakastyytyväisyyden kehittämiskohteilla voidaan parhaimmassa tapauksessa pelastaa koko yritys tulevilta talousvaikeuksilta.

Jos palveluja aletaan kehittämään isommassa mittakaavassa kuin edellä mainitut esimerkit, palvelunkehittelyvaiheessa on yleensä viisi osaa. Seuraavat asiat eivät ole mitenkään kronologisessa järjestyksessä. Ensimmäinen asia kyseisellä listalla on valita strategia eli se, millä tavalla kehitettävää asiaa aletaan kehittämään yrityksessä. Toisena asiana tulisi määrittää ke-

hitettävälle asialle laatutavoite, eli millaista uutta laatua haluamme kehityksen tuovan yritykselle. Seuraavana asiana tulisi laskea hieman kustannuksia ja realistia ajatuksia sen suhteen, mihin kaikkeen tällä hetkellä yrityksellä on oikeasti varaa. Neljäntenä asiana on voimavarat ja niiden määrittäminen, kuten esimerkiksi ketä projektissa on yhteyshenkilöitä ja fyysistekniset voimavarat. Viimeisenä asiana listalla on laatuun vaikuttavien voimavarojen miettiminen, eli miten viestitään ja missä viestitään ja kuluttajien vaikutus palveluun. (Grönroos 1989, 97.)

4 ULVILAN KAUPUNKI

Toimeksiantaja tähän opinnäytetyöhön oli Ulvilan kaupunki ja eritoten Ulvilan vapaa-aikapalvelut. Ulvilan vapaa-ajankeskus, Kaskelotti, ja sen ympäristö ovat Ulvilan kaupungin suurin liikuntapalvelun tarjoaja tällä hetkellä. Ulvilasta löytyy tietenkin muitakin liikuntapaikkoja kuten Ulvilan Massi, jossa on mahdollisuus lenkkeilyyn ja talvisin hiihtoon. Vapaa-aikapalvelut Ulvilassa tuottavat monipuolisia vapaa-aikapalveluita kaikenikäisille kuntalaisille. Toimeksiantajalanti on myös tapana ilmoittaa kaikista tapahtumista esimerkiksi paikallisissa lehdissä, kuten Ulvilan Seudussa sekä omilla Facebook-sivuillaan. (Ulvilan kaupungin vapaa-ajankeskus Kaskelotti, b.) Yksi parhaista tavoista tavoittaa Kaskelotin asiakkaat on ollut ilmoittaa tapahtumista Kaskelotin seinillä (Nevala 2020).

4.1 Kerrontaa Kaskelotista ja Ulvilan kaupungista

Ulvilassa sijaitseva Ulvilan vapaa-ajankeskus Kaskelotti on valmistunut vuonna 1981 helmikuussa. Nykyiset tilat on remontoitu sekä saneerattu ja nykyinen uusi halli avattiin vuonna 2007 toukokuussa, ja halli sai uuden nimensä Kaskelotti. Remontissa laajennettiin tiloja, ja sen myötä Kaskelotti sai käyttöönsä uuden monitoimialtaan, lastenaltaan sekä vesiliukumäen. Kaskelotin kävijämäärät ovat suuret, vuodessa on noin 68 000 kävijää. (Facebook-sivut: Ulvilan kaupunki Moilanen 2017.) Kaskelotti on kesäaikaisin kiinni, kesäkuusta elokuun puoleenväliin asti, mutta Ulvilan kaupunki mahdollistaa silti erilaisia liikuntamuotoja Kaskelotin pihapiirissä kesäisin, kun vapaa-ajankeskus on kiinni (Nevala 2020).

Ulvilan kaupunki sijaitsee Satakunnan maakunnassa ja asukkaita siellä oli hieman yli 13 000 vuonna 2020 (Kuntaliitto 2019). Kaskelotti sijaitsee Ulvilassa Vanhankylän eli Vanha-Ulvilan taajamaassa. Jos jokainen ulvilalainen olisi käyttänyt Kaskelotin palveluja vuoden aikana jokainen ulvilalainen olisi käynyt Kaskelotissa noin viisi kertaa vuodessa. Pitää huomioida, että Kaskelotin palveluita käyttävät myös muutkin kuin ulvilalaiset. Ulvilassa on myös hyvin paljon keski-ikäisiä ihmisiä, mikä näkyy myös Kaskelotin asiakaskunnassa ja he ovatkin suurimpia ikäluokkia, jotka käyttävät Kaskelotin palveluja. Ulvilassa oli vuonna 2018 eniten 65–69-vuotiaita ihmisiä. (Hagerlund 2019.)

4.2 Mitä palveluja vapaa-ajankeskus tarjoaa

Uvilan kaupungin vapaa-aikakeskus Kaskelotti tarjoaa monenlaisia ja monipuolisia palveluita eri ikäisille asiakkaille. Kaskelotin tarjonnassa on kuntosalipalvelut, ryhmäliikunnat ja erilaiset uintipalvelut, kuten vesijummat (Uvilan vapaa-ajankeskus Kaskelotti, b). Mahdollisuus on tietenkin myös tavalliseen uimiseen esimerkiksi vesijumppien ohella. Kaskelotin tiloissa toimii myös nuorisotilat ja pihapiirissä voi pelata niin tennistä kuin frisbee-golfia, kuntoilla ulkoliikunta alueella ja lenkkeillä pururadalla. Kaskelotin aulassa voi oman liikuntasuorituksen jälkeen pii- pahtaa esimerkiksi kahville Kaskelotin kahvilaan, josta saa erilaisia makeaa ja suolaista purtavaa. Näin ollen vapaa-ajankeskus Kaskelotti ja sen pihapiiri ovat Uvilan suurin liikuntapalvelu- tarjoaja (Nevala 2020).

Kaskelotti tarjoaa asiakkailleen ryhmäliikuntapalveluja joka viikko aina arkipäivisin. Maanantai on Kaskelotissa kiireisintä aikaa ryhmäliikuntatuntien suhteen, koska silloin Kaskelotti tarjoaa asiakkailleen kuusi eri jumppaa. Sillä on tarjonnassa esimerkiksi erikseen niin naisille kuin miehille ohjattua kuntosalitreenejä, erilaisia vesijumppia ja ulkona toteutettuja tunteja. Näissä ryhmäliikuntatuntien suunnitteluissa on otettu huomioon myös vanhemmat asiakkaat. Heille on erikseen tarjonnassa senioriryhmät. Näiden tuntien suhteen tulee huomioida se, että tunneille tulee ilmoittautua erikseen saadakseen paikan tunnilta. (Uvilan vapaa-ajankeskus Kaskelotti, B.)

Kaskelotin verkkosivuilla on myös hyvät tuntikuvaukset ryhmäliikuntatunneista, joista voi hyvin valita itselleen kuntotasoonsa sopivan tunnin (Uvilan vapaa-ajankeskus Kaskelotti, C). Myös samasta yhteydestä löytyvät eri tuntien hintatiedot. Hinnat liikkuvat kolmesta kuuteen euroon riippuen, saako asiakas esimerkiksi opiskelija-alennuksen. (Uvilan vapaa-ajankeskus Kaskelotti, b & d.) Tällä hetkellä, kun COVID-19, koronavirus, jyllää Suomessa Kaskelotti on vienyt ryhmäliikuntatunnit virtuaaliseen muotoon sosiaaliseen mediaan. Sen Instagramista löytyy näitä ryhmäliikuntatunteja ja muita treenejä, joita voi tehdä kotona pienillä välineillä tai ilman. Treenit ovat sellaisia, joita jokainen pystyy tekemään omasta kunnosta riippumatta. Instagramista Kaskelotin löytää käyttäjällä @kaskelottiliikunta. (Instagram-sivut: @kaskelotinliikunta 2020.)

Kaskelotin tarjoamalla ryhmäliikuntatunneilla käy hyvin eri-ikäisiä ihmisiä, nuorista aikuista aina senioreihin. Vanhin jumppaaja heillä on ollut 85-vuotias. Näin ollen Kaskelotin palveluita käyttää siis hyvin laaja ikäskala. Ryhmäliikuntatunteihin voi ilmoittautua netissä Kaskelotin omilla nettisivuilla tai soittamalla vapaa-ajankeskuksessa sijaitsevaan kahvilaan tai sitten ennen tunnin alkua voi käydä kahvilasta tiedustelemassa mahdollisia vapaita paikkoja tunnilta. On hyvin harvinaista, että juuri ennen tunnin alkua kyseisellä tunnilla olisi vielä tilaa ja siihen voisi ilmoittautua Kaskelotin kahvilassa. Myös vanhemmat ryhmäliikuntapalveluja käyttävät ihmiset ovat oppineet siihen ilmoittautumiskäytäntöön, että tunneille ilmoitetaan netin välityksellä. He ilmoittautuvat itse tunneille tai heitä avustaa esimerkiksi oma lapsi tunnille ilmoittautumisessa. (Nevala 2020.)

4.3 Tiedottaminen Kaskelotissa

Kaskelotissa asiakkaille tiedottaminen tapahtuu suurimmaksi osaksi internetin välityksellä, jonka he ovat todenneet parhaimmaksi. Tämä oli käynyt ilmi noin vuosi sitten tehdystä asiakastytyväisyyskyselystä, jossa asiasta ei ollut tullut moitteita asiakkaiden suunnasta. Tiedottamista tapahtuu myös heidän omilla netti-, Facebook- sekä Instagram sivuilla (*@kaskelotinliikunta*). Instagram on hyvin aktiivisesti käytössä siihen nähden, että kyseessä on uimahalli ja vapaa-ajankeskus. Päivityksiä tulee noin kerran viikkoon. Instagramissa tiedotetaan muun muassa tulevista tapahtumista, mahdollisista poikkeuksista ja poikkeuksellisista ruuhka-ajoista. Myös Kaskelotin verkkosivuilla tiedotetaan viikoittain tärkeistä asioista. Kaskelotilla on tarkoituksena uusia kotisivunsa ihan kokonaan tulevana vuonna. Kaskelotilla on tapana varmuuden vuoksi laittaa tärkeimmät tiedotteet myöskin vapaa-aikakeskuksen seinille sekä kahvilan kassalle, jotta jokainen asiakas saisi nämä tiedot varmasti tietoonsa. (Nevala 2020.)

Kaskelotti ilmoittaa myös lehdissä, kuten Ulvilan paikallislehdessä, Ulvilan Seudussa, esimerkiksi tulevista uimakouluistaan. Muutenkin Ulvilan Seudussa kirjoitetaan, jos kaskelotti on järjestämässä jotakin tapahtumia. Jos ennen tapahtumaa Ulvilan Seudussa ei ole asiasta kirjoitettu uutista, viimeistään tapahtuman jälkeen Ulvilan Seutu kirjoittaa tapahtumasta ulvilalaisten luettavaksi. Ulvilan Seutu on tilattava paikallislehti, joka ilmestyy torstaisin tilaajille 49 kertaa vuodessa (Mediani 2018.)

4.4 Kaskelotin henkilökunta

Kaskelotissa työskentelee monen eri alan ammattilaisia, yhteensä kolmetoista työntekijää ja heidän lisäksensä kahvilassa työskentelevä henkilökunta. Kahvilapalvelut Kaskelotissa ovat ulkoistettu palvelu. Liikuntapalvelujen parissa työskentelee tällä hetkellä viisi työntekijää ja heistä yksi on hoitovapaalla. Heidän työtehtäviinsä kuuluu muun muassa ohjata ryhmäliikuntatunteja, tehdä uimavalvontaa uimahallin puolella ja pitää koululaisryhmille uimatunteja. Työntekijöiden omien sanojen mukaan he ovat jokapaikanhöyliä ja tietävät siis oikeastaan kaikesta kaiken ja tekevät kaikkea Kaskelotissa. (Nevala 2020 & Ulvilan vapaa-ajankeskus Kaskelotti E). Omasta kokemuksesta ryhmäliikunnat, uimaopetukset ja kahvila- sekä asiakaspalvelu ovat olleet hyviä asiakaspalvelutilanteita.

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

Seuraavassa luvussa käsitellään itse asiakastytyväisyystutkimuksen valmistelua juuri tähän kyseiseen tapaukseen ja niiden totuttamista käytännössä. Tutkimusmenetelmien eri menetelmistä ja sen teoriasta löytyy asiaa seuraavista alaluvuista. Myös opinnäytetyön aikatauluttamisesta. Tutkimusaineistona tässä tutkimuksessa käytettiin haastatteluja, kyselyä ja Kaskelotin ja Ulvilan kaupungin omia kotisivuja. Tutkimuksen yhtenä tarkoituksena oli tuottaa Ulvilan vapaa-ajankeskus Kaskelotille aineistoa, jolla se voisi tarpeen mukaan parantaa toimintaansa, ja tämä huomioitiin jo tutkimuksen kysymysten suunnitteluvaiheessa yhdessä toimeksiantajan kanssa.

5.1 Toteuttaminen

Kaskelotin asiakastytyväisyyskysely toteutettiin Webropol-kyselyllä internetin välityksellä 31.3.–26.4.2020 (LIITE 1.) Kysely oli jaossa Ulvilan vapaa-ajantoimen Facebook-sivuilla ja Ulvilan kaupungin omilla kotisivuilla ja Porin puskaradio Facebook-ryhmässä ja itse jaoin kyselyn linkkiä omissa sosiaalisen median kanavissa. Tarkoituksena oli myös mennä kiireisimpinä ryhmäliikunta päivinä, maanantai ja keskiviikko, paikan päälle kertomaan Kaskelotin asiakkaille tästä asiakastytyväisyyskyselystä. Asiakkailla olisi ollut tällöin myös mahdollisuus vastata kyselyyn ”vanhanaikaisesti” kynäpaperi -menetelmällä ja kysellä minulta, jos jokin kyselyssä mietittyttäisi. Toimeksiantajani olisi tulostanut Kaskelotin kahvilan kassalle myös näitä lomakkeita, joihin olisi voinut vastata paikan päällä. Myöskin paperiversioon vastanneilla olisi ollut mahdollisuus osallistua arvontaan. Arvonnan palkintona oli neljä kymmenen kerran liikuntakorttia Kaskelottiin. Tämän paikan päällä tapahtuvan toiminnan esti tällä hetkellä jylläävä COVID-19, koronavirus.

5.2 Asiakastytyväisyyskyselyn aikatauluttaminen

Pohdittiin yhdessä toimeksiantajani kanssa asiakastytyväisyyskyselyn aikatauluttamista heidän aikatauluunsa sopivaksi, jotta he saisivat tutkimuksen tulokset silloin, kun he ne tarvitsevat. Toimeksiantajani kanssa nähtiin keskiviikkona 12.3., jolloin sovittiin aikataulutuksesta. Aikatau-

lutus oli seuraavanlainen: maaliskuun loppuun mennessä kyselyn tulisi olla valmis, tarkastettuna ohjaavalla opettajallani ja toimeksiantajallani ja julkaisukelpoinen. Huhtikuussa kysely olisi asiakkaiden vastattavissa sosiaalisessa mediassa. Huhtikuun aikana myös analysoitaisiin jo tuloksia, jotta valmis raportti kyselyn tuloksista olisi toimeksiantajallani toukokuun puolella välissä. Aikataulu oli siksi näin tiukka, koska Kaskelotin väki työskentelee Kaskelotilla ainoastaan toukokuun loppuun asti ja tämän jälkeen he lähtevät muihin Ulvilan kaupungin töihin, kuten leiriohjaajiksi. COVID-19 -viruksen vuoksi kesän leirit jouduttiin perumaan, mutta elokuun alkuun on suunniteltu kahta leiriä, jos epidemia antaa periksi (Facebook-sivut: Ulvilan vapaa-aikatoimi 2020). Kyseinen aikataulu sopi itselleni hyvin, koska tavoitteeni oli valmistua juhanukseen mennessä, joten tulosten raportoinnin jälkeen olisi vielä hyvin aikaa tarkistaa ja lisäillä esimerkiksi teoriaa opinnäytetyöhöni.

Aikataulu muuttui hieman matkan varrella nopeammaksi, mutta se ei itseäni haitannut, koska sain tällä tavalla hieman enemmän aikaa kyselyn tulosten analysointiin. Analysointivaihe on koko kyselyntuottamisprosessissa kumminkin aikaa vievin asia, joten siihen oli hyvä saada niin sanotusti lisääaikaa. Tämä osaltaan mahdollisti myös sen, että itselläni olisi mahdollisuus valmistua omassa tavoiteajassani. Tulosten analysoinnissa helpotti hyvin paljon se, että Webropol-ohjelma laskee automaattisesti jo keskiarvoja, mediaaneja sekä prosentuaalisia osuuksia kysymysten vastauksista, joten enää ei tarvinnut kuin tulkita luvut ja kerätä avoimet vastaukset järkeväksi yhteenvedoksi.

5.3 Tutkimusmenetelmät

Tutkimusmenetelmillä tarkoitetaan tutkimuksen tekijän tieteellisiä tapoja lähestyä tutkimusongelmaa (Vilkko-Riihelä & Laine 2015, 135). Tutkimusmenetelmiä on kymmeniä, mutta niistä tunnetuimmat ja yleisimmät ovat laadullinen ja määrällinen tutkimus. Näitä kahta eri menetelmää voidaan käyttää samassa tutkimuksessa, vaikka niiden eroa yleensä korostetaankin. Molemmilla tutkimuksilla, kvantitatiivisella ja kvalitatiivisella, voidaan selittää samoja tutkimuskohteita toisin vain eri tavoilla. Tietenkin osa menetelmistä perustuu vahvasti vain jompaankumpaan edellä mainittuun suuntaukseen. Yleisesti ottaen monet menetelmät asettuvatkin edeltävien menetelmien välimastoon. Jyväskylän yliopisto Koppa olikin tehnyt näistä eri tutkimusmenetelmistä havainnollistavan kuvion, josta voidaan nähdä, kuinka paljon erilaisia tutkimusme-

netelmämahdollisuuksia on, kun haluaa teettää jonkin tutkimuksen (LIITE 2). Jokaisesta tutkimustyyppistä löytyy sen verkkosivuiltaan kuvaukset ja selitykset siitä, millainen kyseinen tutkimusmenetelmä on. (Jyväskylän yliopisto KOPPA 2015 A.)

Jos verrataan keskenään kvantitatiivista ja kvalitatiivista tutkimusta, kvalitatiivinen tutkimus tuottaa subjektiivisempaa tietoa tutkittavasta asiasta, koska tilastomatematiikan ohjelmien sijaan analysoijana ja havaitsijana toimii tutkimuksen tutkija itse (Karrasch, Lindholm-Yläne, Niemelä, Päivänsalo & Tynjälä 2008, 28.) Seuraavissa alaluvuissa yleisimmät tutkimusmenetelmäkäsitteet, kvantitatiivinen ja kvalitatiivinen, ovat tarkemmin selitettynä. Kaskelotin asiakastytyväisyyskyselyssä on käytetty hieman kvalitatiivisen ja kvantitatiivisen tutkimusmenetelmien osia hyväksi, mutta enemmän käytössä on ollut kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus ja sen menetelmät.

5.3.1 Laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus

Kun laadullista tutkimusta pyritään tekemään, pitää ymmärtämään tutkittavan kohteen laatua ja erilaisia ominaisuuksia ja tutkittavan kohteen merkitys kokonaisvaltaisesti, koska tutkittava kohde voi olla hyvin laaja. Kyseisen tutkimuksen voi siis tehdä monella eri menetelmällä. (Jyväskylän yliopisto KOPPA 2015a.) Kvalitatiivisia tutkimuksia voivat olla esimerkiksi erilaiset haastattelut, tarkkailut ja keskustelut eri ihmisten kanssa. Saaduista vastauksista pystytään analysoimaan muun muassa eroja eri ihmisten välillä tai vaihtoehtoisesti positiivisia ja negatiivisia asioita. Kvalitatiivinen tutkimus yleensä tuottaa lähinnä vain laadullista tietoa tutkijalle. (Vilkko-Riihelä & Laine 2015, 136.)

5.3.2 Määrällinen eli kvantitatiivinen tutkimus

Kvantitatiivinen tutkimus perustuu tutkittavan kohteen kuvaamiseen ja tulkitsemiseen numeroiden ja tilastoiden avulla (Jyväskylän yliopisto KOPPA 2015a). Kvalitatiiviseen tutkimukseen sisältyy paljon laskennallisia ja tilastollisia menetelmiä, eli se on päinvastainen tutkimustavoltaan kuin kvalitatiivinen tutkimus. Kvalitatiiviselle tutkimukselle on yleensä myös tärkeää luokitella syy- ja seuraussuhteet. (Jyväskylän yliopisto KOPPA 2015b.) Tällaisia kvantitatiivisia tutkimuksia ovat esimerkiksi kokeelliset tutkimukset, kysely- ja arviointilomakkeet sekä monet testit. Nämä tutkimukset tuottavat määrällistä tietoa, kuten esimerkiksi pisteitä tai prosentteja.

Näillä voidaan verrata muun muassa yksilöitä toisiinsa tai ihmisten suorituksia edellistä nykyiseen. (Vilkko-Riihelä & Laine 2015, 136.)

5.4 Kyselylomake

Kyselylomaketta ja kysymyksiä pohdittiin yhdessä toimeksiantajan kanssa. Samassa pohdittiin myös tarkkaan sitä, mitä toimeksiantaja haluaisi kysyä ja saada selville kyselyllä. Varsinkin kun heidän edellisestä asiakastyytyväisyyskyselystensä oli aikaa noin vuosi. Loppujen lopuksi sain aika vapaat kädet luoda ja hahmotella kysymykset kyselylomakkeeseen. Toiveina kyselyn suhteen tuli, että olisi avoimia kysymyksiä, kuten kysymykset kahdeksan ja yhdeksän, mutta näihin olisi merkkirajoitukset, jotta asiakkailta ei tulisi liian pitkiä vastauksia, koska tällaisista vastauksista heillä oli ollut negatiivisia kokemuksia (LIITE 1/4.) Ennen kyselylomakkeen julkaisemista Kaskelotin asiakkaille hyväksyin kysymykset ensin opinnäytetyöohjaajallani ja toimeksiantajallani. Näin taattiin, että kysymykset ovat oikeat juuri tähän asiakastyytyväisyyskyselyyn.

Niin kuin edellisessä kappaleessa mainitsinkin, tarkistutin asiakastyytyväisyyskyselyn kysymykset kahdesti ennen niiden julkaisua, koska kysymysten huono ja puutteellinen muotoilu kyselyihin on yksi suurimmista virheiden aiheuttajista tutkimustuloksissa (Takamäki & Savela 2018 [Heikkilä 2004, 47; Lotti 2001, 159 & 145.]) Itselleni kysymyksiin tuli pieni muutoksia niin ohjaavan opettajan kuin toimeksiantajankin suhteen. Koko kysely voi mennä pilalle ja hukkaan ainoastaan puutteellisista kysymysten muotoiluista. Myös kysymysten asettelusta kyselylomakkeeseen tulee olla tarkkana. Kannattaa aloittaa helpoilla ja mielenkiintoisilla kysymyksillä ja laittaa kyselyn loppuun vasta henkilökohtaisimmat kysymykset, jos kysely niitä sisältää. Myös kysymyksen rakenteella on merkitystä. Hyvä kysymys kyselyssä on ytimekäs ja selkeä, eikä kysymys itsessään johdattele vastaajaa vastaamaan tietyllä tavalla. (Takamäki & Savela 2018 [Heikkilä 2004, 47; Lotti 2001, 159 & 145.]

5.4.1 Tavoitettavuus

Kyselyyn odotin saavani noin pari sataa vastausta, koska kysely pystyi tavoittamaan yli 20 000 ihmistä. Porin puskaradiossa jäseniä oli yli 21 000, Ulvilan vapaa-ajantoimen Facebook sivuja seuraa yli tuhat henkeä ja omien sosiaalisenmedian kanavien kautta kysely tavoitti noin 350

ihmistä. Näiden lukujen varjossa mahdollisuus luotettavaan eli edustavaan otokseen oli olemassa. Kyselyyn sain vastauksia 88, joka on noin puolet vähemmän kuin odotin. Kaikki kyselyyn vastanneet olivat vastanneet kyselyn avoimiin kysymyksiin kattavasti, ja vastauksista sai hyvän näkemyksen siitä mitä asiakkaat toivovat Kaskelotilta.

5.4.2 Kyselylomakkeen rakenteen onnistuneisuus

Omasta mielestäni saatiin yhdessä opinnäytetyönohjaajani ja toimeksiantajani kanssa rakennettua hyvän ja yhtenäisen kyselylomakkeen, jolla pystyi hyvin selvittämään juuri sen, mitä toimeksiantajin kanssa haluttiin saada selville. Kyselyyn vastaaminen vei aikaa noin viisi minuuttia, joten ajallisestikaan kyselyyn vastaaminen ei vienyt vastaajalta paljoa aikaa. Kysymykset oli omasta mielestäni myös järjestetty lomakkeeseen helpoimmasta vaikeimpaan. Ensin oli kysymyksiä asiakkaasta itsestään ja tämän jälkeen alettiin vasta kyselemään hieman ”haastavampia” kysymyksiä. Kysymyksestä 4 tuli asiakkaalta palautetta. Tämän asiakkaan mielestä kysymys olisi pitänyt muotilla eri tavalla. Vastaajan mielestä olisi kuulunut kysyä kaupunginosaa eikä asuinpaikkakuntaa, mutta mielestäni tärkeintä tässä kohtaa oli, että asiakkaat olivat pienestä virheestä huolimatta osanneet vastata kysymykseen oikein.

6 KYSELYN TULOKSET

Kyselylinkki suljettiin maanantaina 27.4. kello 14.50, joten asiakkailta oli muutama tunti enemmän aikaa vastata kuin alun perin suunniteltiin. Niin kuin aikaisemminkin mainittiin kyselyyn tuli vastauksia 88 kappaletta ja näistä arvontaan osallistui 60. Kysymyksiä oli yhteensä yksitoista. Kysymykset olivat rakenteeltaan niin monivalinta- kuin avoimia kysymyksiä. Kyselyssä oli ainoastaan kolme pakollista kohtaa, neljännen kysymyksen 1–3 kohdat (LIITE 1/2). Kyseiset kysymykset olivat sellaisia, joita Ulvilan vapaa-ajankeskus Kaskelotti halusi selvittää ensi sijassa asiakkailtaan. Asiakkaiden vastaukset avoimiin kysymyksiin olivat hyvin kattavia. Seuraaviin alalukuihin on koottu kysymyksiä tulokset ja analysoitu niitä.

6.1 Kyselyyn vastanneiden ikä- ja sukupuolijakauma sekä asuinpaikkakunta

Kaikista vastanneista yhteensä 77 % oli naisia ja 23 % oli miehiä. Ikäjakauma meni hieman tasaisemmin kuin sukupuolijakauma. Kaikista muista ikäryhmistä kyselyyn vastattiin paitsi alle 15-vuotiaat. Eniten vastauksia tuli 15–25-vuotialta, 34,45 %. Itseäni ei yllättänyt, että tämä olin suurin ikäryhmä, joka vastasi kyselyyn, koska kyselyn linkkiä jaettiin eniten juuri tälle ikäryhmälle. Toiseksi aktiivisin ikäryhmä oli 41–55-vuotiaat, 27,78 %. Yllätyksenä tuli, että vastanneissa oli myös yli 70-vuotiaita ihmisiä, vaikka kyselyä ei voitu toteuttaa paikan päällä COVID-19-viruksen takia. Kyseisestä ikäryhmästä vastanneita oli vain kolme, mutta näiden kolmenkin vastaukset olivat hyvin tärkeitä tämän kyselyn kannalta.

Vapaa-aikakeskuksen asiakaskunta asui hyvin eri puolilla Satakuntaa. Kaskelotissa pisimmältä käyvä asiakas, joka oli kyselyyn vastannut, asui Raumalla, noin 53 kilometrin päästä vapaa-aikakeskuksesta. Toinen tällainen pidemmältä tuleva asiakas oli Eurajoelta, noin 40 kilometrin päästä. Eniten vastaajia, 31,11 % vastaajista, asui Friitalassa, noin kahden kilometrin päässä Kaskelotista. Vanhastakylästä eli siellä, missä vapaa-ajankeskus sijaitsee kävijöitä, oli 30 % vastaajista eli toiseksi eniten. Vastaajista 18 asui Porissa, joten heitä oli kolmanneksi eniten. Pori sijaitsee noin kymmen kilometrin päästä Kaskelotista. Vastaajia oli myös monista muista paikoista ympäri Satakuntaa hieman lähempää ja kauempaa Kaskelottia (LIITE 3/1 & LIITE 3/2).

6.2 Miten hyvin Kaskelotti on onnistunut seuraavissa asioissa

Kysymys 4 oli tyypiltään monivalintakysymyksiä, joissa oli viisi eri vastausvaihtoehtoa, josta vastaaja valitsi omasta mielestä oikean vastauksen (LIITE 1/2). Vastaukset olivat tähän kysymykseen hyvin positiivisen sävyisiä. Tämän huomasi jo keskiarvosta kysymyksien kohdalla. Keskiarvo pyöri 3,63–3,84 välillä, kun keskiarvo pystyi olemaan nollan ja viiden välillä. Näin ollen vastaajat olivat vastanneet suurimmaksi osaksi kohtiin hyvä tai kiitettävä. Huonoimman keskiarvon oli saanut Kaskelotin uimahallin puoli ja vastaavasti parhaimman keskiarvotuloksen oli saanut vapaa-aikakeskuksen pihapiiri. Näistä kohdista oli tullut niin hyvää kuin huonoakin palautetta palautekohtiin, ja asiaa analysoidaan myöhemmin tässä työssä.

TAULUKKO 1. Kysymys numero 4, Miten Kaskelotti on onnistunut seuraavissa asioissa?, vastauksien jakautuminen

	Välttävä	Tyydyttävä	En osaa sanoa	Hyvä	Kiitettävä	Keskiarvo	Mediaani
Aukioloajat	0%	11,11%	6,67%	72,22%	10%	3,81	4
Hinta-laatusuhde	0%	15,55%	6,67%	58,89%	18,89%	3,81	4
Viihtyvyys	1,11%	16,67%	4,44%	61,11%	16,67%	3,76	4
Ryhmäliikunnassa käytettävät välineet (vastaa jos käytät ryhmäliikuntatunteja.) Millä ryhmäliikuntatunnilla käyt?	0%	3,13%	50%	26,56%	20,31%	3,64	3
Ammattitaitoisuus ohjatuilla tunneilla (vastaa jos käytät ohjattuja tunteja)	1,51%	4,55%	45,45%	19,7%	28,79%	3,7	3
Liikuntatilat:							
Kaskelotin kuntosali	2,35%	8,24%	27,06%	48,23%	14,12%	3,64	4
Kaskelotin pihapiiri	1,13%	12,36%	10,11%	53,93%	22,47%	3,84	4
Kaskelotin uimahallin puoli	3,33%	16,67%	7,78%	57,78%	14,44%	3,63	4

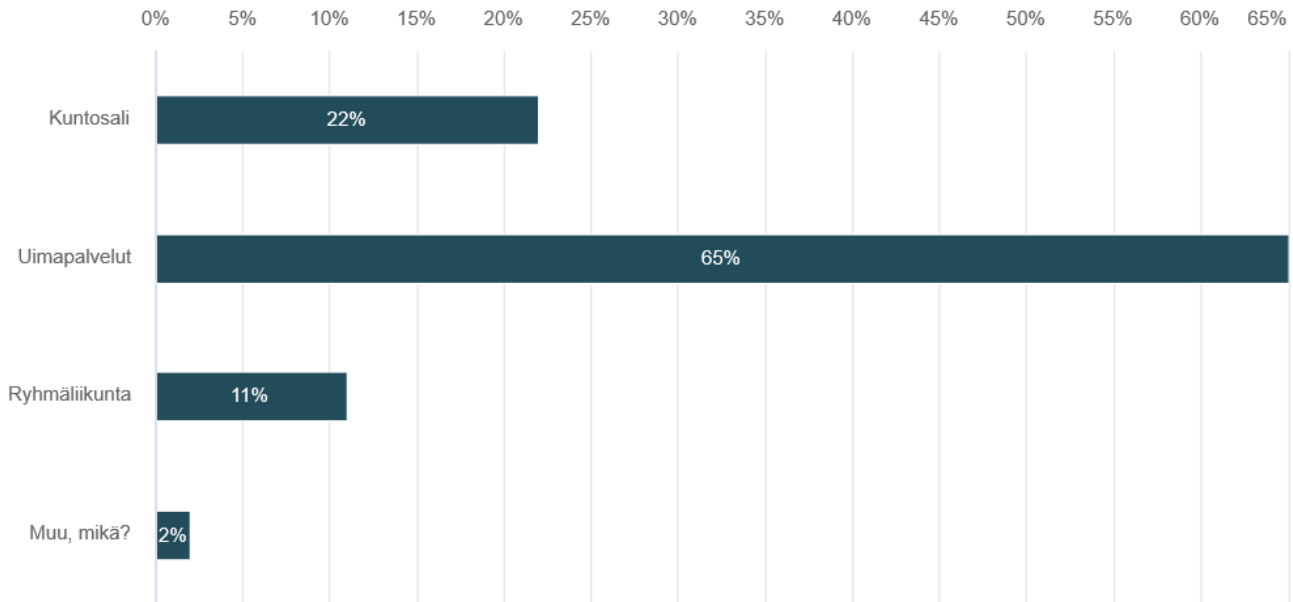
Asiakkailta kysyttiin tässä kohtaa, missä ryhmäliikuntatunneilla he käyvät eniten ja mitä mieltä he ovat tuntien ohjauksien ammattitaidosta ja välineiden vastaavuudesta tuntien toteutuksessa. Tämä oli myös sellainen kohta, joka oli toimeksiantajalleni hyvin tärkeä asia, jonka he halusivat selvittää kyselyssä. Molemmissa kysymyskohdissa suurin osa oli vastannut kohdan ”en osaa sanoa”. Arvelen, että tähän kohtaan on vastannut suurin osa kyselyyn vastaajista eivätkä vain ryhmäliikuntatunneilla käyvät niin kuin toivoin. Itse ajattelen että jos käyt jossakin tiedät, mitä mieltä esimerkiksi sieltä saadusta palvelusta olet. Tässä kohtaa oli kyse tuntien ohjauksien ammattitaidosta. Myöskin erilaiset vesijumpat olivat asiakkaiden suosiossa. Kahdestakymmenestä vastaajasta kolmetoista kävi jossakin vesijumpassa, joten tämän perusteella voidaan olettaa, että ne ovat hyvin suosittuja ryhmäliikuntatunneilla käyvien joukossa.

6.3 Kuinka usein käytät Kaskelotin palveluja ja mitä palveluja käytät heiltä

Tässä kysymyksessä vastaajalla oli kuusi eri vastausvaihtoehto valittavana. Hyvin yllättävää oli, että kyselyyn ja tähän kysymykseen vastasi eniten sellaisia Kaskelotin asiakkaita, jotka käyttävät Kaskelotin palveluita harvemmin kuin muutaman kerran kuukaudessa. Heidän osuutensa vastaajista oli 38,89 %. Kyseisen vastausvaihtoehdon suosio nousi varmasti, koska vanhemmat asiakkaat eivät varmastikaan saaneet kyselystä tietoa, jotka ovat isoimpia asiakasryhmiä Kaskelotilla. He ovat kumminkin Kaskelotin tärkeimmät asiakkaat. 25,55 % vastaajista kertoi käyttäneensä Kaskelotin palveluita jo huomattavasti useammin, 1–2 kertaa viikossa. Kukaan vastaajista ei käyttänyt vapaa-ajankeskuksen liikuntapalveluita yli viittä kertaa viikossa. Muihin vastausvaihtoehtoihin saatiin myös hyvin tasaisesti vastauksia (LIITE 4).

Asiakkaat käyttivät Kaskelotissa eniten uimapalveluita, jotka olivat ihan selkeästi tärkein palvelu asiakkaille, 65,17 prosenttia vastasi tähän kohtaan (TAULUKKO 2.) Kuntosali oli hyvänä kakkosena 21,35 prosenttiosuudella. Ryhmäliikuntapalveluja käytti vain 11,23 % vastanneista. Kohtaan ”muu, mikä” vastasi kaksi ihmistä. Heidän vastauksensa olivat ”Säännöllinen lenkkeily Kaskelotin maastossa” ja ”Perhesauna + uinti”. Vastauksien jakautuminen tällä tavalla ei ainkaan itseäni yllättänyt, koska monella ihmisellä on Porin puolella jatkuva kuntosalijäsenyys, mutta hän käyttää sitten läheltä löytyvää uimahallia uimiseen eikä kuntosalia jo voimassa olevan sopimuksen takia muulle kuntosalille.

TAULUKKO 2. Kysymys numero 7, Mitä seuraavista palveluista käytät eniten Kaskelotissa?, vastauksien jakautuminen



6.3.1 Muiden liikuntapalvelujen käyttäminen Ulvilassa kuin Kaskelotin

Asiakastyytyväisyyskyselyssä Kaskelotin asiakkailta kysyttiin myös, käyttävätkö he muita liikuntapalveluja Ulvilassa kuin Kaskelotin tai sen lähiympäristön tarjoamia palveluita. Kaskelotin lähiympäristö tarjoaa liikkujalle niin pururadan, tenniksen peluu, frisbee-golfin kuin talvisin luis-telu sekä pulkkailu mahdollisuuden. Vastaajista 60 ihmistä ei käyttänyt muita liikuntapalveluja Ulvilassa, mutta 28 vastaajaa käyttää muita palveluja. Samassa kysymyksessä haluttiin selvittää, missä muualla asiakkaat käyvät liikkumassa kuin Kaskelotilla. 28 ihmisestä 10 käyttää Ulvilassa sijaitsevaa Massin liikuntakeskusta. Massilla sijaitsee niin ulkoilureittejä kuin grillaus-paikkoja. Talvisin on mahdollisuus pulkkailuun ja hiihtoon. Alueella on myös vanha mäkihyp-pytorni, joka on poistettu käytöstä. (Massinmaja.) Monet vastaajista suosi myös muun muassa muita ulkoilu- ja luontoreittejä ympäri Satakuntaa kuin Kaskelotin pihapiiristä löytyvää purura-taa (LIITE 5).

6.3.2 Mikä voi vaikuttaa siihen, että ulvilalaiset käyttävät muita liikuntapalveluja kuin Kaskelotin?

Vaikkakin Kaskelotti on Ulvilan suurin ja ainoa liikuntakeskus, joka tuottaa näin laajan liikuntatarjonnan yhdessä pihapiirissä, on ulvilalaisilla mahdollisuus liikkua myös muualla Ulvilassa. Edellisessä luvussa mainittiinkin jo Massin liikuntamahdollisuudet, jotka ovat vastaajien kovassa suosiossa. Itse en ihmettele yhtään, että myös Kaskelotin asiakkaat käyvät Massilla, koska siellä on enemmän lenkkipolkuja kuin Kaskelotin pihapiirissä ja mahdollisuus metsään ja sen tarjoamiin erilaisiin mahdollisuuksiin. Myös ympäri Satakuntaa on hienoja luonto- ja retkeilyreittejä, jotka antavat parastaan näin keväisin ja joita Kaskelotin asiakkaat varmasti käyttävät. Asiakkaiden vastauksissa oli myös erilaisia urheiluseuroja, joissa he käyvät liikkumassa Kaskelotin lisäksi. Myös pyöräily nousi vastauksissa esiin, ja sitä ei valitettavasti voi harrastaa Kaskelotin maastossa, joten sekin vie asiakkaat muualle kuin Kaskelotille.

6.4 Kehittämisideat Kaskelotille

Kaikki kyselyyn vastanneista eivät vastanneet kohtaan *kehittämisideat Kaskelotille*. Kyseiseen kohtaan vastanneita oli 36. Kyseisessä kohdassa pystyi antamaan yhteensä viisi kehitysideaa. Kyseinen määrä oli yhdessä sovittu toimeksiantajan kanssa. Asiakkaiden kehitysideat olivat hyvin monipuoliset ja laidasta laitaan, mutta tietyt asiat korostuivat kyllä lähes jokaisen vastauksista. Kehitysideoiden kärkikolmikko oli aukioloaikojen parantaminen niin viikonloppuisin kuin tulevana kesänä, kuntosalilaitteiden uusiminen tai uusien laitteiden hankkiminen ja erilaiset parannukset ja toivomukset koskien ryhmäliikuntatunteja.

Muita kehittämisideoita asiakkailta tuli eniten koskien uimahallin puolta ja suihkutiloja. Näitä asioita olivat muun muassa uima-altaiden vesien lämpötilat ja mahdollisesti uudet altaat allas-tiloihin, suihkutilojen siisteys ja pienet parannukset, kuten kellojen lisäys suihkutilojen puolelle. Myös yleisesti säännöistä tuli palautetta, kuten vesijuoksuun selkeät säännöt, joita kaikki noudattaisivat. Myös pihapiiriin haluttiin pieniä parannuksia, kuten tenniskentän sekä kuntoportaiden parantamista. Tiedotuksen puutteesta ja hintatasosta tuli myös kehittämisideoita. Olen varma, että tiedotusongelmiin voidaan puuttua heti hallin avauduttua, koska kyse oli ruuhka-ajoista, jolloin koululaiset käyttävät hallin palveluita.

6.5 Asiakkaiden avoin palaute Kaskelotille

Avoinpalautekohtaan vastauksia tuli hieman vähemmän kuin edelliseen kysymykseen. Vastaaajia tähän kysymykseen tuli vain 28. Vastaajamäärä vähyyteen voi vaikuttaa esimerkiksi se, että vastaajat vastasivat jo kaikki sydäntään painavat asiat edelliseen kysymykseen. Avoimeen palautteeseen tuli myös kehittämissideoita. Palaute tässä kohtaa oli asiallista, hyvää ja kehittävää ajatellen Kaskelotin tulevaisuutta.

Tärkeimmät avoimen palautteen palautteet olivat henkilökuntaan liittyvä positiivinen palaute, uimaveden lämpötilasta tuli tähänkin kysymykseen kritiikkiä ja yleisesti positiivista palautetta. Hieman vähemmän kommenttia ja palautetta tuli tilojen epäsiisteydestä, uimavalvonnasta muun muassa sen suhteen, että vesijuoksun sääntöihin pitäisi puuttua uimavalvonnan puolelta ja lapsille lisää toimintaa ja aktiviteetteja sellaisiin kellonaikoihin, että lapset eivät olisi esimerkiksi päiväunilla. Yhden kerran palautetta tuli aukioloajoista ja positiivista palautetta ryhmäliikuntatunnilta.

Poimintoina loppuun vielä pari palautetta, jotka ovat referoituina seuraaviin lauseisiin: Kaskelotin tenniskentät ovat todella hyvässä kunnossa ja on mahtavaa, että ovat ilmaisia, myös naapurikunnista käy pelaajia. Toiselta asiakkaalta tuli seuraavanlaista palautetta: Vapaa-aikakeskuksen yleiskunto on hyvä ja paikka on rauhallinen liikuntapaikkana. Uimahallin saunat kaipaivat kunnostusta, mutta asia on ilmeisesti hoidossa. Yhtenä nostona haluan nostaa vielä yhden palautteen asiakkaiden suusta: Vapaa-aikakeskuksen henkilökunta on aina mukavaa ja avuliasta ja näin ollen siellä on aina ilo käydä.

7 YHTEENVETO JA KEHITYSIDEAT VAPAA-AIKAKESKUS KASKELOTILLE

Opinnäytetyöni tavoitteena oli selvittää ja tutkia vapaa-aikakeskus Kaskelotille heidän asiakkaidensa asiakastyytyvää vapaa-aikakeskuksen liikuntapalveluihin. Toimeksiantajana toimi Ulvilan kaupunki ja vapaa-aikakeskus Kaskelotti. Tärkeimmät asiat, joita Kaskelotti halusi selvittää asiakkailtaan, oli ohjauksen ammattitaitoisuus, liikuntatilat ja erilaiset toiveet, joita voitaisiin alkaa toteuttamaan. Omasta mielestäni tällä tutkimuksella saatiin hyvin selville juuri nämä vaaditut kohdat, joista vapaa-ajankeskus halusikin saada lisätietoa asiakkailtaan. Uskon että, näillä tiedoilla Kaskelotilla on varmasti mahdollisuus kehittää omaa toimintaansa lisää COVID-19 -viruksen päätyttyä asiakkaiden hyväksi ja asiakaspalvelumyönteisemmäksi.

Asiakkaiden palautteen ja omien kokemusten perusteella voisin nostaa pari huomioitavaa kohtaa esille, joita omasta mielestäni Kaskelotin tulisi parantaa ajatellen asiakkaan kokemaa asiakaskokemusta Kaskelotilla. Ensinnäkin uima-altaissa olevien vesien lämpötilan nostaminen. Tästä tuli hyvin paljon palautetta ja toivomusta asiakastyytyvää kyselyssä, ja olen itse myös samaa mieltä. Vesien lämpötilat ovat yleisesti ottaen +30°, joka on kyllä hieman liian vähän. Toisaalta tämä on normaali vesien lämpötila Suomen uimahalleissa. Jos vesien lämpötiloja nostettaisiin, tulisi siitä uimahalleille lisäkustannuksia. (Krautsuk 2014.)

Toinen kehitysidea olisi kuntosalin parantaminen eli uudemmat laitteet tai tilojen suurentaminen. Tilojen suurentaminen tuskinpa on mahdollista, mutta uusien treenivälineiden hankkiminen olisi varmasti mahdollista. Yksi erittäin hyvä kehitysidea Kaskelotille olisi asiakkaiden mahdollisuus käyttää kuntosali vapaa-aikakeskuksen ollessa kesäisin kiinni. Kyselyyn vastanneelta asiakkaalta tuli tähän hyvä kehitysidea, jolla keskukseksi kuntosalipuolta voitaisiin pitää myös kesäisin auki hallin muuten ollessa kiinni. Asennettaisiin oviin sähkölukot ja vain maksavilla asiakkailla olisi pääsy kuntosalitiloihin myös kesäisin. Näin ollen myöskään henkilökunnan ei tarvitsisi olla kesäisin paikalla. Näin toimitaan jo erittäin monella kuntosalilla ympäri Suomen ja vuoden, joten asia voisi toimia myös Kaskelotilla. Edellä mainitut uudistukset olisivat mielestäni Kaskelotille hyviä investointeja, jotka varmasti maksaisivat itsensä ajan kanssa takaisin.

LÄHTEET

Eskelinen, K. 2018. Trustmary. Asiakaskokemuksen määritelmä – mitä asiakaskokemus on, miten se rakentuu ja miten sitä johdetaan. Saatavissa: <https://www.trustmary.com/fi/blogi/asiakaskokemus/asiakaskokemuksen-maaritelma-mita-asiakaskokemus-on/>. Viitattu 9.5.2020.

Facebook-sivut. Ulvilan kaupunki. Moilanen, J. 2017. Saatavissa: <https://www.facebook.com/ulvilankaupunki/photos/a.485659488217481/1444231695693584/?type=1&theater>. Julkaisu 19.11.2017.

Facebook-sivut. Ulvilan vapaa-aikatoimi . 2020. Julkaisu 2.4.2020.

Facebook-sivut. Ulvilan vapaa-aikatoimi. 2020. Saatavissa: <https://fi-fi.facebook.com/pages/category/Community-Organization/Ulvilan-vapaa-aikatoimi-157928117588524/>. Viitattu 2.4.2020.

Grönroos, C. 1989. Miten palveluja markkinoidaan. 4.–5. painos. Espoo. Amer-yhtymä Oy.

Hagerlund, T. 2019. Väestörakenne. Saatavissa: <https://www.kuntaliitto.fi/tilastot-ja-julkaisut/kuntakuvaajat/viedoittkaskelotissaaesto%20>. Viitattu 13.3.2020.

Heikkilä, T. 2004. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Prima Oy.

Instagram-sivut. Kaskelottiliikunta. 2020. Julkaisu 17.3.2020 & 19.3.2020.

Jyväskylän yliopisto KOPPA. 2015. Laadullinen tutkimus, a. Saatavissa: <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/laadullinen-tutkimus>. Viitattu 17.3.2020. Viitattu 18.3.2020.

Jyväskylän yliopisto KOPPA. 2015. Määrällinen tutkimus, b. Saatavissa: <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/maarallinen-tutkimus>. Viitattu 18.3.2020.

Karrasch, M., Lindholm-Ylänne, S., Niemelä, R., Päivänsalo, T-M. & Tynjälä, P. 2008. ABI Psykologia. 1.–7. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Korppaeus, T. 2018. Miten asiakaspalvelua ja asiakastyytyvääsyyttä kannattaa mitata? Saatavissa: <https://blog.kauppalehti.fi/asiakaspalvelun-uusi-aika/asiakaspalvelun-ja-asiakastytyvaisyyden-mittaaminen>. Viitattu 21.3.2020.

Krautsuk, S. 2014. Säästöt viilensivät lasten altaan veden lämpötilan. Saatavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-7135981>. Viitattu 3.5.2020.

Kuntaliitto. 2019. Suomen kaupungit ja kunnat. Kuntajaot ja asukasluvut kunnittain 2000 – 2020. Saatavissa: <https://www.kuntaliitto.fi/sites/default/files/media/file/Kuntajaot%20ja%20asukasluvut%20kunnittain%202000-2020.xls>. Viitattu 23.2.2020.

Larvanto, J. 2013. Asiakkaan kokeman palvelun laadun vaikutus Word of Mouthiin. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Yritystoiminnan kehittämisen koulutusohjelma Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala. Saatavissa: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/69955/Larvanto_Jarkko.pdf;jsessionid=47B06E38E1C40F6E41193066FB3E814B?sequence=1. Viitattu 23.2.2020.

Leväinen, K. 2019. Onko asiakastyytyväisyys aidosti yksi liiketoimintamittareistasi?. Digi-markkinointi. Saatavissa: <https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/onko-asiakastyytyvaisuus-aidosti-yksi-liiketoimintamittareistasi>. Viitattu 17.2.2020.

Lotti, L. 2001. Tehokas markkina-analyysi. Sanoma Pro Oy. Helsinki: WSOY.

Lämsä, A. M. & Uusitalo, O. 2009. Palvelujen markkinointi esimiestyön haasteena. Helsinki: Edita Prima Oy.

Massinmaja. Massin Liikuntakeskus. Saatavissa: <http://massinmaja.fi/wordpress/>. Viitattu 2.5.2020.

Mediani. 2018. Ulvilan Seutu. Saatavissa: <https://mediani.fi/ulvilanseutu/>. Viitattu 7.5.2020.

Nevala, M. 2020. Vapaa-aikapäällikön haastattelu. 12.3.2020.

Provad. 2020. Asiakaskokemuksen mittaaminen. Saatavissa: <https://www.provad.fi/palvelut/palvelun-laadunrope-mittaaminen>. Viitattu 13.3.2020.

Reinboth, C. 2008. Johda ja kehitä asiakaspalvelua. Gummerus Kirjapaino Oy, Tammi.
Rope, T. & Pöllänen, J. 1998. Asiakastyytyväisyysjohtaminen. Helsinki: WSOY.

Rope-yhtiöt. 2000. Saatavissa: <http://www.rope.fi/julkaisut/asiakastyytyvaisuusjohtaminen>. Viitattu 4.4.2020.

Takamäki, I & Savela, J. 2018. Asiakastyytyväisyyskysely Royal Beaty Spa:lle. Centrian-ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Saatavissa: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/159062/Takamaki_%20lida%20ja%20Savela_Jasmin.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Viitattu 17.3.2020.

Tesminan. 2020. Saatavissa: <https://tseminan.wordpress.com/2014/04/28/palvelun-laatu/>. Viitattu 12.3.2020.

Ulvilan kaupungin vapaa-ajankeskus Kaskelotti, a. Saatavissa: <http://www.kaskelotti.fi/home.asp>. Viitattu 23.2.2020.

Ulvilan kaupungin vapaa-ajankeskus Kaskelotti, b. Saatavissa: <http://www.kaskelotti.fi/home.asp?url=liikuntaryhmat.html>. Viitattu 23.2.2020.

Ulvilan kaupungin vapaa-ajankeskus Kaskelotti, c. Saatavissa: http://www.kaskelotti.fi/docs/file/Ryhmat_2019.pdf. Viitattu 23.2.2020.

Ulvilan kaupungin vapaa-ajankeskus Kaskelotti, d. Saatavissa: <http://www.kaskelotti.fi/home.asp?url=hinnat.html>. Viitattu 23.2.2020.

Uvilan kaupungin vapaa-ajankeskus Kaskelotti, e. Saatavissa <http://www.kaskelotti.fi/home.asp?url=henkilokunta.html>. Viitattu 23.2.2020.

Vilko-Riihelä, A & Laine, V. 2015. Mielen maailma 1 Psykologian perustiedot. 6.–10. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Asiakastyytyväisyyskysely, Kaskelotti

1. Sukupuoli

- Nainen
- Mies

2. Ikä

- Alle 15
- 15-25
- 26-40
- 41-55
- 56-70
- Yli 70

3. Asuinpaikkakuntasi

- Vanhakylä
- Friitala
- Suosmeri
- Harjunpää
- Kaasmarkku
- Leineperi
- Kullaa
- Palus
- Muu, mikä?

4. Miten hyvin Kaskelotti on onnistunut seuraavissa asioissa:

	Välttävä	Tyydyttävä	En osaa sanoa	Hyvä	Kiitettävä
Aukioloajat *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hinta-laatusuhde *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viihtyvyys *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ryhmäliikunnassa käytettävät välineet (vastaa jos käytät ryhmäliikuntatunteja.) Millä ryhmäliikuntatunnilla käyt? <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ammattitaitoisuus ohjatuilla tunneilla (vastaa jos käytät ohjattuja tunteja)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Liikuntatilat:					
Kaskelotin kuntosali	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kaskelotin pihapiiri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kaskelotin uimahallin puoli	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Kuinka usein käytän Kaskelotin palveluita

- Yli 5 kertaa viikossa
- 3-5 kertaa viikossa
- 1-2 kertaa viikossa
- Muutaman kerran parissa viikossa
- Muutaman kerran kuukaudessa
- Harvemmin

6. Mitä seuraavista palveluista käytät eniten Kaskelotissa?

- Kuntosali
- Uimapalvelut
- Ryhmäliikunta
- Muu, mikä?

7. Käytättekö muita liikunta palveluita Ulvilassa kuin Kaskelotin tai sen lähiympäristön?

- Kyllä, mitä?
- Ei

8. Kehittämissideoita joita haluaisit Kaskelotille

1.

100 merkkiä jäljellä

2.

100 merkkiä jäljellä

3.

100 merkkiä jäljellä

4.

100 merkkiä jäljellä

5.

100 merkkiä jäljellä

9. Avoin palaute

200 merkkiä jäljellä

10. Jos haluat osallistua arvontaan täytä yhteystietosi tähän

Etunimi

Sukunimi

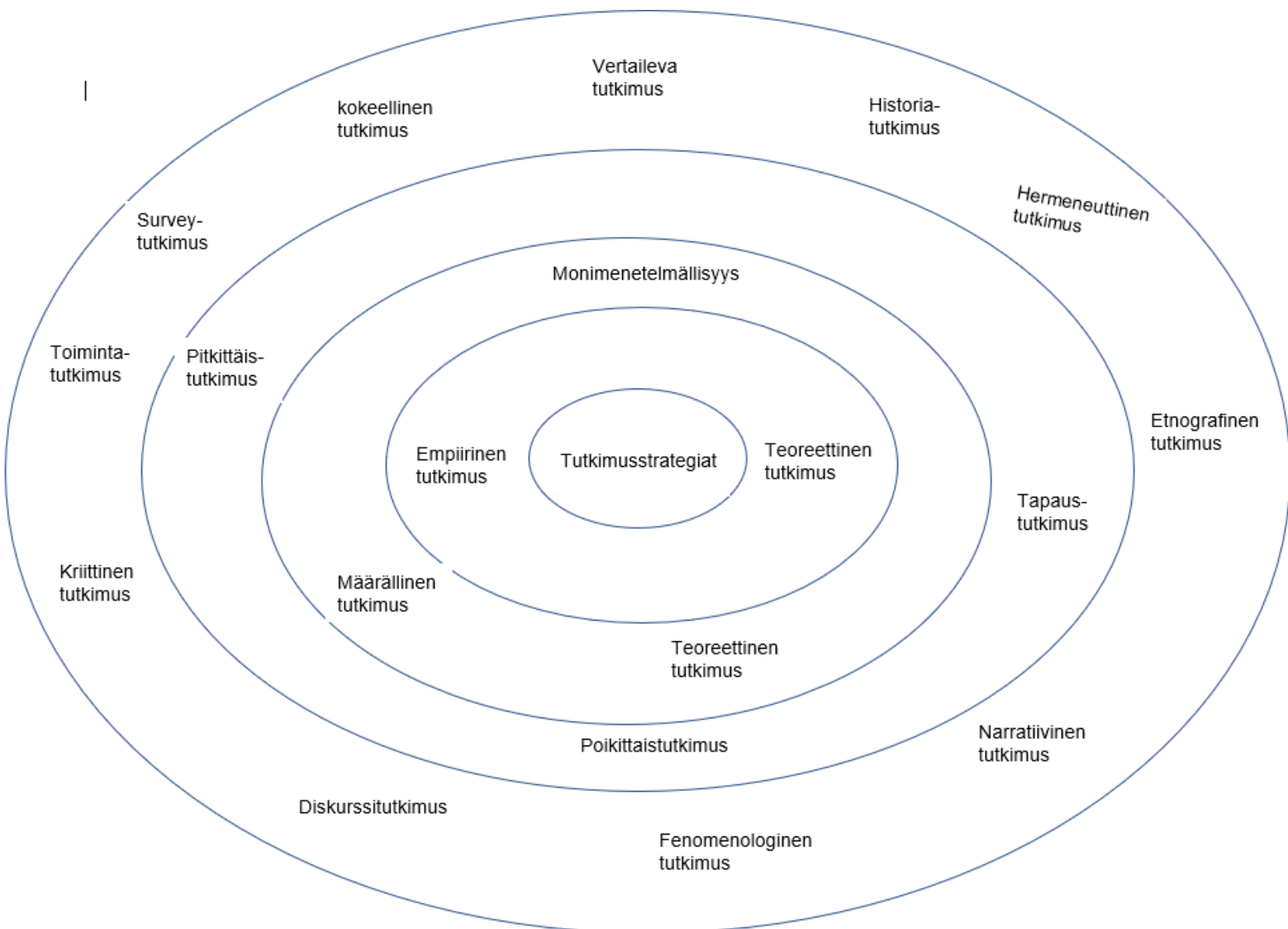
Matkapuhelin

Sähköposti

Edellinen

Lähetä

Vastaajien kesken arvotaan neljä (4) kymmenen (10) kerran korttia Kaskelottiin. Vastaukset käsitellään anonyymisti.



	n	Prosentti
Vanhakylä	27	30%
Friitala	28	31,11%
Suosmeri	2	2,22%
Harjunpää	2	2,22%
Kaasmarkku	3	3,34%
Leineperi	3	3,33%
Kullaa	1	1,11%
Palus	0	0%
Muu, mikä?	24	26,67%

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Muu, mikä?	Eurajoki
Muu, mikä?	Pori keskusta
Muu, mikä?	Pori
Muu, mikä?	Pori
Muu, mikä?	Nummela
Muu, mikä?	Pori
Muu, mikä?	Pori
Muu, mikä?	Pori
Muu, mikä?	Nakkila
Muu, mikä?	Pori keskusta
Muu, mikä?	Pori
Muu, mikä?	Pori
Muu, mikä?	Pori
Muu, mikä?	Pori
Muu, mikä?	Murtosenmutka
Muu, mikä?	Ulvila, Hakapää
Muu, mikä?	Poriin
Muu, mikä?	Pori
Muu, mikä?	Rauma
Muu, mikä?	Pori
Muu, mikä?	Pori
Muu, mikä?	Pori
Muu, mikä?	Pori
Muu, mikä?	Poti

	n	Prosentti
Yli 5 kertaa viikossa	0	0%
3-5 kertaa viikossa	13	14,44%
1-2 kertaa viikossa	23	25,55%
Muutaman kerran parissa viikossa	5	5,56%
Muutaman kerran kuukaudessa	14	15,56%
Harvemmin	35	38,89%

Kyllä, mitä?	Hyvät ulkoilunmaastot, hyvinä talvina massin ladut
Kyllä, mitä?	hiihtolatuja tosin tänä talvena niitä ei ollut
Kyllä, mitä?	Massin ja Joutsijärven maastoreitit.
Kyllä, mitä?	Kuntosali
Kyllä, mitä?	Kansalaisopisto
Kyllä, mitä?	Massin metsän lenkkipolut
Kyllä, mitä?	Seniorijumppa
Kyllä, mitä?	Frisbeegolf
Kyllä, mitä?	Frisbee
Kyllä, mitä?	Ulkoilureittejä, luontopolkuja
Kyllä, mitä?	Massi
Kyllä, mitä?	Hiihto, kävelyreitit, jää, pyöräily,
Kyllä, mitä?	Massi
Kyllä, mitä?	Massi
Kyllä, mitä?	Massin kuntoilualue
Kyllä, mitä?	Tenniskenttiä
Kyllä, mitä?	Massi
Kyllä, mitä?	Kullaa kahvakuula
Kyllä, mitä?	Ohjatut jumpat
Kyllä, mitä?	Koulujen liikuntasaleja
Kyllä, mitä?	Kansalaisopisto
Kyllä, mitä?	Lenkkeilymaastoja
Kyllä, mitä?	Massin ulkoilualue
Kyllä, mitä?	Ulvilan voimistelu ja liikunta ryhmäliikuntaa
Kyllä, mitä?	Uy ryhmäliikunta
Kyllä, mitä?	Luonnon liikuntamahdollisuuksia.
Kyllä, mitä?	Mm. Massi ja sen maastot