

Sinikka Nurmi

LEIRINTÄMATKAILIJOIDEN ASIAKASTYYTYVÄISYYS
KOHTEENA SIIKARANTA CAMPING

Matkailun koulutusohjelma
2011

LEIRINTÄMATKAILIJOIDEN ASIAKASTYYTYVÄISYYS – KOHTEENA SIIKARANTA CAMPING

Nurmi, Sinikka
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Matkailun koulutusohjelma
Joulukuu 2011
Ohjaaja: Halme, Jaana
Sivumäärä: 94
Liitteitä: 2

Asiasanat: leirintämatkailu, kvantitatiivinen tutkimus, asiakaspalvelu, asiakasprofiili

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää Porin Reposaassa sijaitsevan Siikaranta Camping -leirintäalueen palveluiden laatua ja leirintäalueella leiriytyvien asiakkaiden asiakastyytyväisyyttä. Tarkoituksena oli myös selvittää, millainen on leirintäalueen asiakasprofiili. Lisäksi pyrittiin saamaan ehdotuksia siitä, miten leirintäalueen toimintaa ja palveluja voitaisiin edelleen kehittää ja parantaa.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsiteltiin asiakastyytyväisyyttä, asiakaspalvelua, palvelun laatua ja asiakasprofiilia. Lisäksi selvitettiin leirintämatkailua, tyypillisiä leirintämatkailijoita ja Siikarannan leirintäalueen toimintaa. Työssä perehdyttiin myös tutkimuksessa käytettävään tutkimusmenetelmään ja asiakastyytyväisyyden tutkimiseen sekä kyselylomakkeen laatimiseen.

Tutkimusmenetelmänä käytettiin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmuotoa. Tutkimusaineisto kerättiin paperisella kyselylomaketutkimuksella Siikaranta Camping -leirintäalueella reilun kahden kuukauden aikana 20.6. - 28.8.2011. Lomakkeita oli jaossa 300 kappaletta ja hyväksytysti täytettyjä lomakkeita palautettiin 158 kappaletta. Vastausprosentti oli 53 %. Tutkimustuloksia voidaan pitää suuntaa antavina.

Tutkimustulokset osoittivat asiakkaiden olevan suurelta osin tyytyväisiä Siikarannan toimintaan, palveluihin, asiakaspalveluun ja palvelun laatuun. Asiakkaiden leirintäalueelle antaman yleisarvosanan keskiarvoksi saatiin 8,41 tarkoittaen sanallisesti hyvää. Tämän lisäksi saatiin paljon kehittämis ehdotuksia leirintäalueen toiminnan parantamiseksi ja palautetta palveluihin liittyen. Eniten positiivista palautetta saatiin huoltilojen siisteydestä ja asiakaspalvelun laadusta. Kehittämis ehdotuksia saatiin eniten piha-alueiden siisteyteen, uimapaikkaan ja varustetasoon liittyen. Tuloksista selvisi myös, että leirintäalueen lisäpalveluita ei juurikaan käytetty.

Tulosten perusteella määriteltiin myös Siikarannan tyypillinen asiakas. Tyypillinen asiakas oli 51 - 65-vuotias ansiotyötä tekevä nainen, joka matkusti puolisonsa tai kumppaninsa kanssa. Vapaa-ajan matkalla ollut pariskunta leiriytyi sähkövaunupaikalla alle kolme vuorokautta. Tyypillisimmin Länsi-Suomen läänistä kotoisin ollut asiakas leiriytyi Siikarannassa ensimmäistä kertaa, vaikka hän harrastikin jokavuotista leirintämatkailua. Kolmeksi tärkeimmäksi syyksi valita Siikaranta yöpymispaikaksi nousivat meren läheisyys, sijainti ja viihtyisyys.

CAMPING TRAVELLERS' CUSTOMER SATISFACTION – CASE SIIKARANTA CAMPING

Nurmi, Sinikka

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in Tourism

December 2011

Supervisor: Halme, Jaana

Number of pages: 94

Appendices: 2

Keywords: camping travelling, quantitative research, customer service, customer profile

The purpose of this thesis was to find out customer satisfaction and service quality of the camping area Siikaranta Camping, situated in Pori Reposaari. The purpose was also to find out the customer profile of the camping area. The aim was also to get suggestions how the functions and services of the camping area could be developed and improved.

The topics discussed in the theoretical part of this thesis included customer satisfaction, customer service, service quality and customer profile. In addition, camping travelling, typical camping travelers and the functions of Siikaranta Camping were also explained. Research methods of this thesis, customer satisfaction research and making the questionnaire were also familiarized in the theoretical part.

The research was made with a quantitative research method. The research material was collected with paper questionnaire in Siikaranta Camping during more than two months from June 20th until August 28th, 2011. There were 158 successfully completed questionnaires returned from 300 dispensed. The response percent was 53 %. The research results can be thought directional.

The results showed that the customers were mostly satisfied with the functions, services, customer service and service quality of Siikaranta Camping. The average grade point of the camping area, given by the customers, was 8,41 meaning with words good. In addition, many development proposals were received to develop the functions of Siikaranta and feedback concerning the services. The biggest positive feedback was received concerning tidiness of the facilities and quality of customer service. Most of the development proposals were received to develop cleanness of the yard area, swimming place and the level of equipment. The results also showed that additional services of the camping area were not really used.

On the grounds of the research results, the customer profile of Siikaranta Camping was also defined. The typical customer was 51 - 65-years old employed woman, who was travelling with the spouse or partner. The couple was on a leisure trip and they camped less than three days in a caravan pitch with electric hook-up. The typical customer was from Western Finland province and camped at Siikaranta for the first time, even though she took an interest for annual camping travelling. The most important characteristics that influenced customer decisions to choose Siikaranta Camping for place to stay were proximity to the sea, location and coziness.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	TUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHDAT, TAVOITTEET JA TUTKIMUSONGELMAT	7
3	TOIMEKSIANTAJAN ESITTELY – SIIKARANTA CAMPING.....	8
3.1	Leirintäalueen sijainti ja liikenneyhteydet.....	8
3.2	Leirintäalueen kapasiteetti ja palvelut	9
4	LEIRINTÄMATKAILU	10
4.1	Leirintäalueen ja leirintämatkailun määrittely	10
4.2	Tyypillinen leirintämatkailija	12
4.3	Leirintämatkailun erityispiirteitä Suomessa	15
5	ASIAKASTYYTYVÄISYYS.....	16
5.1	Asiakastyytyväisyyden määrittely ja muodostuminen	16
5.2	Asiakastyytyväisyyteen vaikuttaminen.....	17
5.3	Asiakastyytyväisyyden merkitys ja tutkiminen	19
6	PALVELUN LAATU	20
6.1	Palvelun laadun määritelmät.....	20
6.2	Palvelun laadun ulottuvuudet.....	21
6.3	Palvelun laatu ja asiakastyytyväisyys	23
7	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	25
7.1	Tutkimustapa ja käytetty menetelmä	25
7.2	Kyselytutkimuslomakkeen laatiminen.....	27
7.3	Lomakkeiden jako ja käsittely	31
8	TUTKIMUSTULOSTEN TARKASTELU	33
8.1	Vastaajien kotikunnat maakunnittain ja lääneittäin	33
8.2	Sukupuoli ja ikä	34

8.3	Ammattiasema	35
8.4	Matkaseurue	37
8.5	Vastaajien leirintämatkailuharrastuneisuus ja jäsenkortit.....	38
8.6	Vastaajien leirytyminen Siikarannassa	40
8.7	Matkan tarkoitus	44
8.8	Vastaajien kolme tärkeintä syytä valita Siikaranta leiriytymispaikaksi	45
8.9	Vastaajien harrastuneisuus lähiympäristössä.....	50
8.10	Vastaajien arviot leirintäalueen palveluiden laatuun liittyvistä yleisistä seikoista	51
8.11	Vastaajien arviot leirintäalueen palveluympäristöstä	58
8.12	Vastaajien arviot leirintäalueen saatavuudesta, varaustilanne	68
8.13	Vastaajien arviot leirintäalueen asiakaspalvelun laadusta	71
8.14	Lisäpalvelujen käyttäminen	78
8.15	Tiedonsaanti Siikarannan leirintäalueesta	79
8.16	Siikaranta Campingin suosittelu ja todennäköisyys uudelleenasiointiin.....	80
8.17	Vastaajien antamat yleisarvosanat	81
8.18	Vastaajien antamat kehittämissuhteet ja palaute	82
8.19	Siikaranta Campingin tyypillinen asiakas.....	83
9	TUTKIMUSTULOKSIEN YHTEENVETO	83
10	TUTKIMUKSEN LUOTETTAVUUS	86
11	POHDINTA	89
	LÄHTEET.....	92

LIITTEET

LIITE 1. Tutkimuksen kyselylomake

LIITE 2. Leiriytyjien vastaukset avoimiin kysymyksiin 1, 16, 19, 21 ja 28

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön aihe saatiin maaliskuussa 2011, jolloin tutkimuksen tekijä tarjoutui tekemään asiakastyytyväisyystutkimuksen Porin Reposaaressa sijaitsevalle Siikaranta Camping -leirintäalueelle. Siikaranta Campingin yrittäjän Erkki Eerikäisen kanssa päädyimme tällä tutkimuksella selvittämään leirintäalueen asiakastyytyväisyyttä, palvelun laatua ja asiakasprofiilia. Tutkimuksen yhteydessä toimeksiantaja halusi myös saada kuuluviin asiakkaiden mielipiteitä ja kehitysideoita siitä, miten Siikarannan toimintaa ja palveluita voitaisiin vielä kehittää. Työ oli ajankohtainen, koska leirintäalue oli toiminut jo useita vuosia Porin Reposaaressa ja nykyisen yrittäjän aikana leirintäalueen palveluita on pyritty pikku hiljaa nykyaikaistamaan. Tutkimuksella selvitettiin, kuinka siinä on onnistuttu ja mitä voitaisiin edelleen kehittää.

Tämän tutkimuksen teoriaosuudessa tutustutaan Siikarannan toimintaan sekä selvitetään leirintäalueen palveluympäristöä. Teoriaosuudessa kerrotaan myös matkailu- ja majoitusalaan niin voimakkaasti liittyvästä palvelun laadusta ja asiakastyytyväisyydestä asiakaspalvelussa, mikä on asiakastyytyväisyyden merkitys ja mitkä ovat sen taustat. Lisäksi teoriaosuudessa tarkastellaan leirintämatkailua Suomessa ja leirintämatkailuun liittyviä käsitteitä. Teoriaosuudessa paneudutaan myös käytettävään tutkimusmenetelmään ja kyselylomakkeen laatimiseen. Kyselylomake on liitteenä yksi.

Tutkimus suoritettiin kvantitatiivisena lomakekyselynä reilun kahden kuukauden aikana Siikaranta Camping -leirintäalueella, 20.6. - 28.8.2011. Kyselylomake laadittiin yrittäjän toiveiden mukaisesti suomenkielisenä ajatellen leirintämatkailijoiden tarpeita. Kyselylomakkeet ja palautuslaatikko sijoitettiin leirintäalueen vastaanottorakennukseen. Leirintäalueen henkilökunta jakoi lomakkeita palvelutapahtuman yhteydessä asiakkaille. Kyselylomakkeita oli jaossa 300 kappaletta ja hyväksytysti täytettyjä lomakkeita palautui 158 kappaletta. Vastausprosentiksi saatiin 53 %. Tuloksissa tutkitaan asiakkaiden tyytyväisyyttä Siikarannan leirintäalueeseen ja käydään läpi saatua palautetta sekä kehittämisideoita. Samalla selvitetään, millainen on Siikarannan tyypillinen asiakas. Pyrkimyksenä oli, että leirintäalueen yrittäjä pystyy tutkimuksen tulosten avulla kehittämään leirintäalueen toimintaa, palveluja ja puuttumaan esille tulleisiin ongelmakohtiin sekä vahvuuksiin.

2 TUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHDAT, TAVOITTEET JA TUTKIMUSONGELMAT

Tämän tutkimuksen lähtökohtana oli Siikaranta Campingin yrittäjän halu tietää, miten tyytyväisiä leirintäalueen asiakkaat ovat Siikarannan tarjoamiin palveluihin. Opinnäytetyöstä on toimeksiantajalle hyötyä, koska tutkimuksen avulla saatiin tietoa sekä asiakastyytyväisyydestä että asiakkaiden taustatiedoista, joiden avulla selvitettiin leirintäalueen asiakasrakennetta ja asiakasprofiilia. Lisäksi tutkimuksen avulla saatiin asiakkailta kaivattua palautetta ja kehitysehdotuksia, joiden avulla leirintäalueen palveluita ja toimintaa voidaan jatkossa kehittää edelleen. Tutkimuksen kohteena olivat suomenkieliset leirintämatkailijat Siikarannan leirintäalueella. Leirintämatkailijoihin kuuluvat telttailijat, mökkimajoittajat sekä karavaanarit, joten asiakastytyväisyystutkimuksen tutkimusjoukko koostui kaikista näistä matkailijoista.

Heikkilän mukaan tutkimusongelma on usein kysymykseksi muotoiltu pohdittava asia, johon tutkimuksella pyritään saamaan ratkaisu. (Heikkilä 2008, 14). Tämän tutkimuksen avulla haluttiin saada vastaukset seuraaviin kysymyksiin:

1. Miten tyytyväisiä Siikaranta Campingissa leiriytyvät ovat leirintäalueen toimintaan, palveluihin, asiakaspalveluun ja palvelun laatuun? Alakysymyksenä: Miten toimintaa voitaisiin kehittää ja palveluita parantaa edelleen?
2. Millainen on Siikaranta Camping -leirintäalueen tyypillinen asiakas?

Edellä mainittuja seikkoja kartoitettiin kyselytutkimuksella. Tutkimuksessa saatujen tietojen pohjalta Siikaranta Camping voi oppia tuntemaan asiakkaansa paremmin ja kehittää toimintaansa asiakkaiden tarpeita vastaavaksi.

3 TOIMEKSIANTAJAN ESITTELY – SIIKARANTA CAMPING

Porin Reposaaressa sijaitsevan Siikarannan tarina alkaa jo 1960-luvun alkupuolelta. Reposaaari on noin tuhannen asukkaan vanha merihenkkinen kalastajakylä ja Siikaranta oli ennen kalastajatila, jonka alueelta löytyi kalastajatorppa. Nykyisin Siikaranta Camping -leirintäalueella Siikatorppana palvelevan saunamökin pohjalta löytyy tuo vanha kalastajatorppa. (E. Eerikäinen, henkilökohtainen tiedonanto 14.4.2011.) Vuodesta 1996 lähtien Siikarannan leirintäalueen yrittäjänä toimi Reposaaaren Vapaapalokunta ja tätä aikaisemmin tämä Porin kaupungin omistama alue on ollut Sotainvalidiin Veljesliiton hoidettavana (Nurmi 1997, 1). Siikarannan leirintäalueen toiminta oli lopetusuhan alla 2000-luvun vaihteessa. Kuitenkin leirintäalueen pelastukseksi vuonna 2001 yksityisyrittäjä Erkki Eerikäinen päätti ryhtyä Siikarannan leirintäalueen yrittäjäksi. Siikaranta Camping on lukuisten vaiheiden ja omistajien jälkeen noussut jaloilleen ja houkuttelee leirintämatkailijoita mahdollisimman luonnonmukaisena leirintäalueena, jonka palveluita on vuosien mittaan ja nykyisen omistajan aikana pyritty pikku hiljaa kehittämään nykyvaatimusten tasolle. (E. Eerikäinen, henkilökohtainen tiedonanto 14.4.2011.)

3.1 Leirintäalueen sijainti ja liikenneyhteydet

Siikaranta Camping on Länsi-Suomen rannikolla Reposaaressa sijaitseva luonnonläheinen leirintäalue, jota pyörittää yksityisyrittäjä Erkki Eerikäinen perheensä kanssa. Siikarannasta Yyterin dyyneille on matkaa noin 15 kilometriä ja Siikarannasta Porin keskustaan tulee kokonaisuudessaan matkaa noin 30 kilometriä. Porista Siikarantaan pääsee tietä numero kaksi, jolta jatketaan Reposaaaren maantietä ja vuonna 1956 valmistunutta pengertietä pitkin saarien läpi leirintäalueelle. Vuonna 1993 valmistunut saariston kautta kulkeva Pohjoinen satamatie antaa lyhyemmän reitin Pohjoisen suunnasta tuleville matkailijoille. Valtatie kahdeksalta matkaa Siikarantaan kertyy noin 20 kilometriä. Siikarannasta on matkaa noin yhden kilometrin verran Reposaaaren keskustaan, jossa sijaitsevat lähin ravintola, kauppa, kirjasto, pankki, kirkko, venesatama, kampaamo, lääkäri, neuvola ja kalasatama. (Reposaaaren internet-sivut 2011.)

Pinta-alaltaan noin kuuden ja puolen hehtaarin Siikaranta on keskisuuri leirintäalue. Siikaranta sijaitsee aavan meren rannalla, josta avautuvat näkymät Pohjanlahdelle. Alueella on luonnonläheinen ilme, josta kertovat puusto, metsämaasto, polut, sora- ja kallioranta. (Caravan-lehti 2011, 39.) Julkisista liikennevälineistä leirintäalueelle pääsee Porin Linjojen reittiliikenteen linja-autoilla, jotka kulkevat Porin keskustasta Siikarannan ohitse Reposaaressa päivittäin ympäri vuoden. Siikarannan portin läheisyydessä on sekä meno- että paluupysäkit. Linja-automatka Porista Siikarantaan kestää noin yhden tunnin. (Porin Linjojen internet-sivut 2011.)

3.2 Leirintäalueen kapasiteetti ja palvelut

Siikaranta Camping palvelee leiriytyjiä aina kesäsesongeittain. Leirintäalue aukeaa normaalisti touko-kesäkuussa ja sulkeutuu elo-syyskuun aikana. Vuonna 2011 leirintäalue palveli asiakkaitaan kesäkuukausina. Kausipaikka oli mahdollista saada 1.5. - 30.9.2011 väliselle ajalle. Vuosittain leirintäalueella on riittänyt noin 7 000 leiriytyjää. Asiakaskunta vaihtelee kesän suurtahtumien mukana, joita lähialueilla järjestetään. Kävijäpiikkejä ovat viime vuosina olleet Yyteri BeachFutis ja Pori Jazz. Vilkkain aika, jolloin leirintäalueella on riittänyt eniten matkailijoita, on alkanut yleensä heti juhannuksen jälkeen ja jatkunut koko heinäkuun, joka on suomalaisten suosituin lomakuukausi. (E. Eerikäinen, henkilökohtainen tiedonanto 14.4.2011.)

Pääpaino leirintäalueen toiminnassa on majoituspalveluissa. Alueella on 210 leirintäpaikkaa, joista 80 on sähköistettyä matkailuajoneuvopaikkaa. Alueella on lisäksi telttapaikkoja ja mökkimajoitusta. Mökkejä on yhteensä 18 kappaletta ja vuodepaikkoja kaikkiaan 84 kappaletta. Yrittäjällä on jatkuva halu kehittää toimintaa asiakkaiden odotuksia vastaavaksi kuitenkin samalla säilyttäen alue mahdollisimman luonnonmukaisena. (E. Eerikäinen, henkilökohtainen tiedonanto 14.4.2011.)

Vastaanottorakennus sijaitsee leirintäalueen portilla ja se on avoinna kesä-elokuussa päivittäin klo 9 - 21. Vastaanoton yhteydessä on B-oikeuksin varustettu pieni kahvi- ja elintarvikekioski. Elintarvikeliikkeissä voidaan luvanvaraisesti myydä enintään 4,7 tilavuusprosenttisia käymisteitse valmistettuja alkoholijuomia kuten keskioluta, siidereitä, long-drinkejä ja viinijuomia (Valviran internet-sivut 2011). Vastaanottora-

kennuksesta voi myös vuokrata pelivälineitä, polkupyöriä, liinavaatteita, pyyhkeitä ja varata saunavuoron. Muihin alueen palveluihin kuuluvat huoltorakennus, keittokatos, tv- ja oleskelutila, lasten leikkipaikka, tilaussauna, uimaranta, grillikatokset ja harrastusmahdollisuudet. (Siikaranta Campingin internet-sivut 2011.)

Uusi huoltorakennus valmistui vuonna 2002 ja rakennuksesta löytyvät wc- ja suihkutilat, pyykinpesukone, kemiallisten wc-astioiden tyhjennyspaikka, juomavesipiste ja inva-wc. Keittokatoksessa on keittolevyjä, astianpesualtaita, mikroaaltouuni ja vesipiste. Katoksen edustalla on pirttipöytiä ruokailua varten. Iltaa voi viettää grillikatoksessa makkaraa paistaen tai TV- ja oleskelutilassa, jossa voi rentoutua myös avotakan ja pirttipöydän ääressä. Rannassa sijaitsevasta grillipaikasta löytyy huvimaja, nuotiopaikka ja savustusuuni kalan savustamiseen. Alueen rannassa sijaitsee myös tilaussauna. Lasten leikkipaikka on huoltorakennuksen ja keittokatoksen läheisyydessä. Leikkipaikalla on leikkimökki, keinuja, hiekkalaatikko, liukumäki ja kiipeilytelineitä. Aivan leikkipaikan vieressä on tikanheittopaikka. Ympäristöstä löytyvät ulkoilumahdollisuudet ovat erinomaiset. (Siikaranta Campingin internet-sivut 2011.)

Siikarannan leirintäalueella majoitusvuorokausi alkaa klo 15:00 ja päättyy klo 12:00. Kaikki 18 mökkiä ovat savuttomia ja liinavaatteet on vuokrattavissa vastaanotosta. Mökkivalikoimaan kuuluvat yksi kahden hengen leirintämökki, 11 leirintämökkiä neljälle hengelle, yksi mökki neljälle hengelle, jossa on wc ja suihku, ja neljä saunamökkiä neljälle - kuudelle henkilölle. Saunamökeistä löytyy keittiö, makuuhuone, parvi, sauna, wc ja suihku. Neljän hengen leirintämökkejä on kahdenlaisia. Kaikissa mökeissä on jääkaappi, keittolevy, mikroaaltouuni, kahvinkeitin ja astiasto. Kaikissa leirintämökeissä ei ole vesijohtoa. (Siikaranta Campingin internet-sivut 2011.)

4 LEIRINTÄMATKAILU

4.1 Leirintäalueen ja leirintämatkailun määrittely

Rautiainen ja Siiskonen luokittelevat leirintäalueet, mökit ja lomakylät osaksi muuta majoitustoimintaa. Leirintäalueet, mökit ja lomakylät ovat toisiinsa rinnastettavia

majoituspalveluja. Lomakylässä on tavallisesti leirintäalue ja leirintäalueella lomamökkejä. Leirintäalueet ovat avoinna vain osan vuotta, tavallisesti toukokuusta syyskuuhun. Ne sijaitsevat hyvien liikenneyhteyksien ja vesistöjen läheisyydessä. Leirintäalueilla on yleensä sisämajoitusta ja mökeissä on tavallisesti kaksi - neljä vuodepaikkaa, keittomahdollisuus sekä valaistus ja sähkö. Korkeatasoisissa mökeissä voi olla lisäksi jääkaappi, WC, suihku ja astiastoja. Leirintäalueet jaetaan myös viiteen eri tasoluokkaan, mutta kaikilla leirintäalueilla tasoluokitus ei ole vielä käytössä. (Rautiainen & Siiskonen 2007, 30-31.)

Voimassa olevassa viisiportaisessa leirintäalueluokituksessa yhden tähden leirintäalue tarjoaa matkailijan peruspalvelut ja viiden tähden leirintäalue korkeimman mahdollisen palveluvarustuksen. Matkailuelinkeinon ja kuluttajien muodostama luokitusryhmä myöntää leirintäalueelle tasoluokan. Tasoluokituksen mukaan yhden tähden leirintäalueella on valvonta päiväsaikaan, käymälät, suihkut, valaistut huoltorakennukset, puhelin, matkailuajoneuvojen jätehuolto, ruoanvalmistus- ja astianpesupaikat, leirintäpaikkoja vähintään 25 ja yhden paikan pinta-alan on oltava vähintään 80 - 100 neliometriä. Kahden tähden leirintäalueelta on edellisten lisäksi merkityt ajoväylät, telttailumahdollisuus, 20 prosenttia vaunupaikoista on sähköistetty, vastaanottila, valvonta päivällä, lämmin vesi, kioski, leikkipaikkoja ja grillauspaikka. Kolmen tähden leirintäalueella on edellisten palvelujen lisäksi ajoväylät pinnoitettu ja valaistu, puolet vaunupaikoista sähköistetty, talvialueilla kaikki sähköistetty, erillinen telttailualue, matkailuinformaatiota, ennakkovarausmahdollisuus, valvontaa yöllä, lastenhoitotila, ruokailutila, pesukone, sauna, tyhjennyskaivo, oleskelutila, vapaa-ajan toimintoja, uimapaikka, asiakaspuhelin, postilaatikko, aluekartta, peruselintarvikkeita myyvä kahvila, mökkejä tai huoneita. (Caravan-lehti 2010, 3.)

Neljän tähden leirintäalueella on edellisten lisäksi vaunupaikkojen ja sisämajoituksen ympärivuotinen varausmahdollisuus, kielitaitoinen henkilökunta, 75 prosenttia vaunupaikoista sähköistetty, paikkoja matkailuautoille, oleskelutilassa TV, jätteiden lajittelu, kahvilassa ruoka-annoksia sekä lämmitetyt wc-, suihku-, peseytymis-, ruokailu-, vaatehuolto- ja oleskelutilat. Viisi tähteä leirintäalue saa, jos alueella on edellisten palveluiden lisäksi valvonta ympäri vuorokauden, lastenhoitopalvelu, ravintola, monipuoliset vapaa-ajan palvelut, alue valaistu, kaikki saniteetti- ja palvelutilat lämpöeristetty sekä osassa sisämajoitusta oma wc, suihku, pienoiskeittiö ja tv. (Caravan-

lehti 2010, 3.) Siikarannan leirintäalue ei ole jäsenenä Suomen leirintäalueyhdistyksessä eikä leirintäaluetta ole luokiteltu virallisen viisiportaisen tasoluokituksen mukaan. Epävirallisesti leirintäalue on luokiteltu kolmen tähden leirintäalueeksi, joka on nähtävissä leirintäalueen omasta kyltistä saapuessa Siikarantaan.

Vuonna 1995 uudistuneessa ulkoilulaissa leirintäalueella tarkoitetaan aluetta, jolla majoitetaan tilapäisesti ja yleensä vapaa-aikana leirintämökkiin, teltaan, matkailupevävaunuun tai matkailuajoneuvoon ja jolla on yhteensä vähintään 25 leirintämökkiä taikka teltalle, matkailuajoneuvolle varattua paikkaa. Alue, jolla on vähintään kymmenen leirintämökkiä, on kuitenkin aina leirintäalue. Leirintämökki on yhdelle ruokakunnalle tai pienryhmälle tarkoitettu rakennus. Tilastokeskuksen majoitustoiminnan kuusiportaisessa luokituksessa leirintä- ja matkailuvaunualueilla on oma määrittelyluokka, TOL 5522. Tähän kuuluvat alueet, jotka tarjoavat asiakkailleen leirintäpaikan sekä perusmukavuudet kuten pesutilat ja käymälät. Asiakkaat leiriytyvät esimerkiksi teltassa tai asuntovaunussa. Leirintäalueella saattaa olla asiakkaille tarjolla myös mökkejä yöpymistä varten sekä ravitsemistoimintaa. (Ympäristöministeriö, Matkailun edistämiskeskus & Suomen Leirintäalueyhdistys ry 2003, 11-12.)

4.2 Tyypillinen leirintämatkailija

Erilaiset matkustustarpeet aiheuttavat matkailukysyntää, joka muodostaa matkailun kokonaismarkkinat. Markkinoita voidaan tarkastella yksittäisen yrityksen, matkailukohteen tai vaikka maan näkökulmasta, jolloin markkinoiden koko ja luonne määräytyy sen mukaan, mistä potentiaaliset asiakkaat löytyvät. (Komppula & Boxberg 2002, 74.) Palvelun käyttäjien ominaisuudet ovat usein lähtökohta asiakaskunnan ryhmittelylle, silloin saadaan kuva siitä, kuka asiakas on ja mikä häntä kiinnostaa. Tutkimuksella selvitetään mahdolliset asiakkaat, mitkä ovat heidän tarpeensa, mitä asioita he arvostavat palvelussa ja miten he käyttäytyvät. Demografiset muuttujat ovat hyvin käytännöllisiä segmentoinnissa. (Ylikoski 2001, 49-50.) Asiakkaita segmentoidaan yleensä demografisten ominaisuuksien, kuten iän, sukupuolen, koulutuksen, ammatin, perheen koon ja elämäntyylin perusteella sekä asiakkaiden palvelun käytöstä tavoittelemien hyötyjen ja palvelun käyttöön liittyvien tekijöiden avulla. Segmentointia tehdään myös maantieteellisesti kuten asuinpaikan mukaan. (Aarni-

koivu 2005, 41-42.) Elämäntyyli vaikuttaa siihen, mitä tuotteita ja palveluja kuluttaja käyttää, kenen seurassa palveluja käytetään ja kuinka usein käytetään (Ylikoski 2001, 51). Lapsiperheiden tarpeet ja käytettävissä oleva vapaa-aika poikkeavat selvästi esimerkiksi senioreiden ja yksinelävien matkailullisista tarpeista ja käytettävissä olevasta vapaa-ajasta (Albanese & Boedeker 2002, 138). Matkailijat jaetaan ryhmiin myös kielen tai kansalaisuuden mukaan (Vuoristo 2003, 37).

Matkustusmotiivien selvittäminen auttaa matkailuyrityksiä ymmärtämään, miksi matkailija haluaa matkustaa. Matkustajien motiivien käyttö segmentointiperusteena vastaa asiakaslähtöistä matkailumarkkinointia. Menestyäkseen matkailuyrityksen tarvitsee tuottaa kuluttajien tarpeita tyydyttäviä palveluja. (Albanese ym. 2002, 137.) Asiakkaiden ryhmittely mahdollistaa asiakkaille kohdennetun yksilöllisen palvelun tarjoamisen, mutta usein se helpottaa myös yrityksen pyrkimyksiä hallita asiakkaitaan. Ryhmittelyllä voidaan keskittyä ryhmään, joka käyttää yrityksen palveluita ja tuotteita eniten. (Aarnikoivu 2005, 41.) Tässä tutkimuksessa selvitettiin Siikarannan leirintäalueen asiakasrakenteesta, millainen on Siikaranta Campingin leirintäpalveluita käyttävä tyypillinen asiakas. Pyrittiin selvittämään tyypillisen asiakkaan profiili eli asiakkaan ominais- ja erityispiirteet Siikarannan leirintäalueella. Tätä tietoa yritys voi hyödyntää palveluiden, palvelun laadun ja toiminnan kehittämisessä.

Keski-Suomen leirintäalueselvityksessä yrittäjät kuvasivat tyypillistä asiakastaan 35 - 44-vuotiaaksi tai 45 - 54-vuotiaaksi matkailijaksi, joka matkailee perheensä kanssa. Asiakkaita kuvattiin sosiaalisiksi, ystävällisiksi, iloisiksi, rauhaa rakastaviksi ja toisaalta myös vaativiksi. Myös urheilullisuutta, luontosuhdetta sekä taloudellista ajattelua korostettiin. Selvityksen mukaan noin 20 prosenttia asiakkaista liikkuu pareittain. Ruotsissa tehdyn tutkimuksen mukaan tyypillinen leirintämatkailija oli 0 - 14-vuotias tai 45 - 59-vuotias ja kuuluu lapsiperheeseen. Hän oli keskituloinen, omasi alemman tai keskiasteen koulutuksen ja asui omakotitalossa keskisuudessa kaupungissa. Keski-Suomessa tehdyn selvityksen ja Ruotsissa tehdyn tutkimuksen perusteella tulokset ovat samantyyppisiä. (Ympäristöministeriö ym. 2003, 35.)

Kotimaan leirintäaluetutkimuksessa, joka tehtiin kesällä 2009 Matkareitti.fi -sivustolla, kerättiin suomalaisista leirintämatkailijoista myös samansuuntaisia taustatietoja. Tuloksien perusteella matkaseurueekseen 51 prosenttia ilmoitti perheen ja 45

prosenttia avio- tai avoparin. Loput neljä prosenttia matkustivat yksin, ystävien, tuttavapariskuntien ja lapsenlapsien kanssa. Yöpymisten määrä matkalla oli suurinta kuuden - kymmenen yön kohdalla 25 prosentilla. Yöpymistavoista yleisin oli matkailuvaunu 59 prosentilla, toiseksi suurin ryhmä oli matkailuautoilijat 37 prosenttia ja mökkiyöpyjät tulivat kolmantena kahdella prosentilla. Loput kaksi prosenttia jakautui kahtia telttailijoille sekä huoneissa yöpyjille. Pisin matkan kesto 13 vuorokautta oli avio- ja avopareilla, perheellisillä 11 vuorokautta ja yksin matkustavilla matka kesti keskimäärin neljä vuorokautta. Kaikkien vastaajien keskimääräinen matkan kesto oli 12 vuorokautta. Vastaajien keskuudessa suosituin jäsenkortti oli Caravan-jäsenkortti. (Matkareitin internet-sivut 2011.)

Keski-Suomessa teetetyssä leirintäalueselvityksessä matkailukohteen valintaan vaikuttavista tekijöistä tärkein oli palvelujen laatutaso. Muita tärkeitä tekijöitä olivat sijainti matkareitin varrella ja ympäristövastuullinen toiminta. Lapsiystävällisyyttä, liikenneyhteyksiä ja oheispalvelujen määrää pidettiin myös tärkeinä. Tuloksia tarkasteltaessa täytyy muistaa, että leirintämatkailijoihin kuuluu hyvin erityyppisiä matkailijoita. (Ympäristöministeriö ym. 2003, 35.) Toisille on tärkeää merituulen henkäys rauhallisella alueella ja toiset hakevat säpinää hauskanpidon keskukselta. Nykyaikainen leirintäalue on parhaimmillaan helmeilevä sekoitus entisajan leirielämää maustettuna nykyajan trendikkyydellä. (Anttila 2011, 61-63.)

Lahden Caravan-messuilla vuonna 2010 tehdyn leirintäkyselyn mukaan leirintämatkailijoista karavaanari arvosti leirintäalueella eniten siisteyttä ja ystävällistä palvelua. Rättyä tarkastelee leirintäalueen toiminnan onnistumista Focus Master Oy:n raportin esitellessään menestystekijöitä ja asiakaspakoa aiheuttavia tekijöitä leirintäalueilla. Menestystekijät ovat niitä tekijöitä, joissa leirintäalue on onnistunut todella hyvin. Menestystekijöiden perusteella alueelle palataan uudestaan ja leirintäaluetta suositellaan toisille karavaanareille. Asiakaspakoa aiheuttavia tekijöitä ovat ne palvelun osa-alueet, joissa leirintäalue on selkeästi epäonnistunut. Menestystekijöiksi listattiin siisteys, ystävällinen palvelu, uimapaikka tai vesistön läheisyys, saunomismahdollisuus, monipuolinen palvelutarjonta, alueen rauhallisuus, lasten huomioiminen ja edullisuus. Asiakaspakoa taas aiheuttivat epäsiisteys, puutteelliset sosiaalityöt, paikat remppallaan, alueen rauhattomuus, niukka palvelutarjonta, huono palvelu, hankala maasto, huono hinta-laatusuhde, ei vieraanvaraisuutta ja sähkön kanssa ongelmia. (Rättyä

2011, 60-61.) Vuoden 2009 leirintäkyselyssä saaduista 500 mielipiteestä parhaaksi leirintäalueeksi sai Siikarannan leirintäalue yhden maininnan. Maininnassa asiakas kuvasi leirintäaluetta sanoilla mukava, merimaisema ja siisti. (Rättyä 2010, 79.)

Vuoden 2010 leirintäkyselyssä nostettiin esiin myös karavaanareiden palvelutoiveet. Ruokaravintola, tanssipaikka, ulkoilumaastot ja -reitit, uimaranta, uima-allas, sauna, baari, ruokakauppa, lasten leikkipaikat, luontokohteet, pyöräilyreitit, minigolf, veneilymahdollisuus, kahvila ja Internet-yhteys olivat vapaa-ajan palveluita, joita eniten kaivattiin leirintäalueelta tai sen läheisyydestä. Tutkimuksen mukaan tanssipaikka korostui erityisesti ilman lapsia matkailevien pariskuntien keskuudessa. Perheellisten keskuudessa korostui uimaranta sekä lasten leikkipaikat ja kaikista aktiivisimmilla karavaanareilla korostui joku ulkoiluun tai liikkumiseen liittyvä harrastus. (Rättyä 2011, 67.) Tutkimukseen vastaajista suurin osa matkusti kahdestaan, sillä 68 prosenttia vastaajista kertoi matkailevan seurueen olevan yksi tai kaksi henkilöä. Matkailuauto oli matkailuvaunua suosittu matkailuajoneuvo ja 81 prosenttia vastaajista oli harrastanut karavaanarimatkailua vähintään viisi vuotta. (Rättyä 2011, 62.) Matkailuelinkeinon palveluihin heijastuvat yhä enemmän väestön ikääntyminen ja perheeseen muutokset, jotka matkailuyritysten on huomioitava (Vuoristo 2002, 235).

Leirintämatkailijoihin kuuluvat sekä vapaa-ajan matkailijat että työmatkailijat. Vuonna 2000 hieman yli kaksi prosenttia ammattiin liittyvistä matkoista yövyttiin leirintäalueilla. Leirintäalueiden mökkimajoituksen vahvuuksina tälle kohderyhmälle ovat hinta, rauhallisuus, kodinomaisuus, palveluvarustus, harrastamahdollisuudet ja luonnonläheisyys. Heikkouksia ovat useilla leirintäalueilla etäisyys keskustasta ja saavutettavuus autottomille. (Ympäristöministeriö ym. 2003, 35-38.)

4.3 Leirintämatkailun erityispiirteitä Suomessa

Matkailuvaliokunnassa mukana olevan Suomi Camping Oy:n toimitusjohtajan Mika Mökkösen mukaan, joka on myös Suomen leirintäalueyhdistys ry:n sekä Matkailu- ja Ravintolayritysten liiton leirintäaluetyöryhmän puheenjohtaja, koko alan haasteena on imagon nosto. Mielikuva teltasta järven rannassa ei enää vastaa todellisuutta, kun vuosittaisesta yli kahdesta miljoonasta leirintäalueyöpymisestä 12,3 prosenttia on

telttayöpymisiä. Suomessa on 320 yleistä leirintäaluetta, lisäksi järjestöillä ja kunnilla on omia alueita. Myös Suomessa leirintäalueiden on pystyttävä vastaamaan asiakkaiden jatkuvasti nouseviin laatuvaatimuksiin. Etelä-Euroopassa leirintämatkailu on kehittynyt aivan toisella tavalla kuin Suomessa. Esimerkiksi Italiassa leirintäalueen aidan sisäpuolella on kaikki, mitä matkailija tarvitsee, kuten esimerkiksi hotellit, sisä- ja ulkokylpylät, ravintola-alueet ja kaupat. Mökkönen toteaa, että kannattavaa on, jos myynti- ja varaustoiminta on ympärivuotista, vaikka leirintäalue on auki vain kesäkauden. Netti on tärkeä kanava ja sitä tulisi hyödyntää enemmän. Varausjärjestelmä, joka mahdollistaa online-nettikaupan avaa markkinat kaikkialle Eurooppaan. (Honkakumpu 2011, 32-33.) Talouden taantuma on lisännyt suomalaisten leirintäalueiden kysyntää, jolloin myös kotimaiset matkailijat hakeutuvat entistä enemmän käyttämään leirintäalueiden palveluja (Yrittäjälän internet-sivut 2011).

Eurooppalaisten leirintäalueiden hintavertailussa vuonna 2010 suomalaiset leirintäalueet osoittautuivat edullisiksi. Saksan autoliiton tekemässä tutkimuksessa leirintä-öistä kalleimmat vietettiin Italiassa ja halvimmat vietettiin Puolassa. (Yrittäjälän internet-sivut 2011.) Matkareitin kotimaan leirintäaluetutkimuksessa vuonna 2009 vastaajat arvioivat leirintäalueiden hinta-laatusuhdetta asteikolla välillä yksi ja viisi. Vastausten mukaan Suomessa on ympäri maata 60 leirintäaluetta, joissa hinta-laatusuhde on keskiarvoltaan yli kolmen ja puolen pisteen. Tulosten perusteella neljällä ja puolella pisteellä Siikaranta Camping sijoittuu 100 parhaan hinta-laatusuhteen omaavan leirintäalueen joukossa 16. sijalle. (Matkareitin internet-sivut 2011.)

5 ASIAKASTYYTYVÄISYYS

5.1 Asiakastyytyväisyyden määrittely ja muodostuminen

Aiemmin määriteltiin, että tyytyväisyys on asiakkaan ostojälkeinen arvio tuotteesta tai palvelusta (Grönlund, Jacobs & Picard 2000, 12). Nykykäsityksen mukaan asiakkaan tyytyväisyys muodostuu suuntaan tai toiseen, kun yrityksen kanssa asioidessaan asiakas saa yrityksestä ja sen toiminnasta erilaisia kokemuksia, jotka ovat odotettuja tai mahdollisesti odotettua parempia tai huonompia. Tällöin asiakastyytyväisyys on

asiakkaan läpikäymän arviointiprosessin lopputulos, kielteinen tai myönteinen psykologinen tila. Asiakastyytyväisyyden suunta ja voimakkuus riippuu kahdesta elementistä, jotka ovat asiakkaan ennakko-odotukset yrityksestä ja sen toiminnasta sekä asiakkaan kokemukset. Asiakkaan kokiessa, että yritys ei vastaa hänen odotuksiinsa, asiakas on tyytymätön, jolloin muodostuu yliodotustilanne. Jos taas asiakas kokee, että yritys vastaa odotuksiin, muodostuu tasapainotilanne, mutta jos yritys pystyy ylittämään asiakkaan odotukset ja asiakas on positiivisesti yllätynyt, muodostuu ali-odotustilanne. Koska asiakkaan tyytymättömyys tai tyytyväisyys syntyy odotusten ja kokemusten välisistä eroista, matkailuyritys voi vaikuttaa kahdella tavalla asiakkaiden tyytyväisyyteen. Yritys voi vaikuttaa asiakkaiden kokemusten laadun parantamiseen tai odotustason muokkaamiseen. Matkailuyrityksen menestys on kiinni sen tuottamien palveluiden laadusta. (Albanese ym. 2002, 89-90.)

Matkailuyrityksen yksi tärkeä menestyksen mitta on asiakkaiden tyytyväisyys. Jos asiakaskeskeisyys on matkailuyrityksessä tehtyjen päätöksiä takana, on myös asiakastyytyväisyys tehtyjen päätöksiä hyvä mittari. (Albanese ym. 2002, 89.) Asiakkaan motiivina käyttää palvelua on jonkin tarpeen tyydytys. Asiakkaan mielessä tyytyväisyyden kokemus liittyy siihen, mitä hyötyjä hän palvelun ostaessaan saa. Käytettyään palvelua asiakas on tyytyväinen tai tyytymätön. Palvelukokemukseen liittyvät asiat voivat tuottaa tai ehkäistä asiakastyytyväisyyttä. (Ylikoski 2001, 149-152.) Asiakastyytyväisyys ja asiakkaan arvioima palvelun kokonaislaatu muodostuu, kun asiakas vertaa palvelulta odottamaansa laatua ja kokemaansa laatua. Laatu on hyvä, kun kokonaislaatu vastaa odotuksia. Asiakastyytyväisyys heijastuu näkyviin asiakkaan kokemasta kokonaislaadusta palvelussa. (Grönroos 1998, 67.)

5.2 Asiakastyytyväisyyteen vaikuttaminen

Tyytyväisyyttä tuottavat palvelun ominaisuudet kuin myös palvelun käytön seuraukset. Palvelun ominaisuuksiin kuuluu kaikki abstrakti ja konkreettinen. Konkreettisesti asiakkaalle voi tuottaa tyytyväisyyttä esimerkiksi hyvä varustetaso. Abstraktina ominaisuutena asiakkaalle tyytyväisyyttä voi tuoda korkeatasoinen asiakaspalvelu. Palvelun käytön seuraukset voivat olla toiminnallisia tai psykologisia. Majoituksen keskeisen sijainnin toiminnallinen eli käytännöllinen seuraus voisi olla kaupungin näh-

tävyyksien ja palveluiden läheisyys. Nähtävyyksistä kiinnostuneille turisteille sijainti tuottaa tyytyväisyyttä. Hotellin ollessa korkeatasoinen kyse voi olla statuksen tavoittelusta, joka tarkoittaa psykologista seurausta ja itsensä arvostamisen tarpeen tyydyttämistä. Pyrittäessä vaikuttamaan asiakkaan tyytyväisyyteen mainostetaan palvelun käytön seurauksia sekä etsitään palvelun abstrakteja ja konkreettisia ominaisuuksia, jotka tuottavat asiakkaalle tyytyväisyyden kokemuksia. (Ylikoski 2001, 151-152.)

Tyytyväisyyteen vaikuttaa palvelun laatu ja sen lisäksi tavaroiden laatu, kuten myös hinta on tärkeä tyytyväisyystekijä. Esimerkiksi edullinen hinta voi luoda asiakastyytyväisyyttä kuten myös ravintolassa laadukas ruoka. Muihin asiakastyytyväisyyteen vaikuttaviin tekijöihin kuuluvat tilannetekijät ja yksilötekijät. Näihin yritys ei pysty vaikuttamaan. Yritys ei esimerkiksi pysty vaikuttamaan asiakkaan persoonallisuuteen taikka asiakkaan kiireeseen. Lisäksi kuluttajan palvelukokemukseen vaikuttaa, paljonko hän itse kokee panostavansa palvelun saamiseen verrattuna saamiinsa hyötyihin ja arvoihin. (Ylikoski 2001, 153.) Tämän vuoksi tutkimuksessa selvitettiin myös asiakkaiden arvioita leirintäalueen hinta-laatusuhteesta.

Koko organisaation toiminta vaikuttaa asiakastyytyväisyyteen, joten mahdollisten laatua parantavien toimenpiteiden täytyy koskea koko yritystä. Tämä sisältää asiakkaan ja yrityksen kaikki henkilöstö-, matkailupalvelu-, tukijärjestelmä- ja miljöökontaktit. Henkilöstökontakteihin kuuluvat ainakin muut asiakkaat, asiakaspalvelu- ja myyntihenkilöstö. Matkailupalvelukontakteihin kuuluu palvelun tekninen toimivuus ja sen kyky tuottaa matkailullisia elämyksiä. Tukijärjestelmäkontakteja ovat varaus- ja laskutusjärjestelmät. Miljöökontakteja ovat sisustus, siisteys ja tunnelma. Näistä kontakteista syntyy kokemuksia, joita asiakas arvioi ja jotka vaikuttavat asiakastyytyväisyyteen. (Albanese ym. 2002, 91.) Kyselylomakkeessa selvitettiin myös asiakaspalvelu- ja varaustilanteiden toimivuutta.

Matkailijoiden laatu- ja hintatietoisuus asettaa matkailuyrittäjän ammattitaidon koe-tukselle, sillä hinta-laatusuhteeseen kiinnitetään entistä enemmän huomiota. Matkailija ei tyydy pelkkään rentoutumiseen, vaan matkakohteessa on oltava riittävästi nähtävyyksiä, tapahtumia ja harrastusmahdollisuuksia. Yrittäjän toiminnan on oltava laadukasta ja tyydytettävä asiakkaan tarpeet. Matkailijan lopulliseen mielipiteeseen matkailupalveluista vaikuttaa koko matkaketju kotiovelta takaisin kotiovelle. Taus-

talla vaikuttaa myös se millaisista oloista matkailija on lähtöisin. Jos asiakas kokee, että leirintäalueelle ei ole hyviä liikenneyhteyksiä, tyytymättömyys kohdistuu leirintäalueeseen. (Pesonen, Siltanen & Hokkanen 2006, 13-14.)

5.3 Asiakastyytyväisyyden merkitys ja tutkiminen

Asiakastyytyväisyys on yritykselle tärkeää, koska tyytyväinen asiakas myös asioi yrityksen kanssa uudelleen, sillä silloin hän luottaa yrityksen kykyyn tyydyttää hänen tarpeensa. Tämä on asiakasuskollisuuden olennaisin perusta. Lisäksi tyytyväisen asiakkaan on helppo toimia yrityksen puolestapuhujana tuttavilleen. Tyytyväinen asiakas suosittelee yritystä, mikä voi ohjata hänen tuttaviensa valintapäätöksiä kyseisen yrityksen hyväksi. Yleensä asiakas ei muista suositella yritystä, jos palvelu on ollut vain odotetun mukaista tai tavanomaista. Jos yrityksen palvelu ylittää odotukset, asiakas positiivisesti yllättyneenä suosittelee sitä. (Albanese ym. 2002, 90-93.)

Tutkimusten mukaan sekä tyytyväiset että tyytymättömät asiakkaat kertovat kokemuksistaan noin kahdellekymmenelle ihmiselle. Puhutaan 20/20-säännöstä. Matkailuyrityksen pystyessä joka päivä tekemään tyytyväisiksi kymmenen asiakasta vuoden sisällä kyseisellä matkailuyrityksellä olisi 3 3650 suositelijaa kertomassa positiivisista kokemuksistaan 73 000 henkilölle. Säännön voi kääntää myös varoituksen sanaksi matkailuyrityksen kömmähdysten vaaroista, sillä joissakin tutkimuksissa tyytymättömyys on ollut asiakkaalle vieläkin voimakkaampi motiivi ja huonot kokemukset levisivät entistä isommalle joukolle. Tämä muistuttaa laadukkaan palvelun ja asiakastyytyväisyyden tärkeydestä matkailuyrityksille. (Albanese ym. 2002, 92.)

Asiakkaiden valitukset kertovat organisaatiolle, miten palveluja ja tuotteita on parannettava. Valituksella ilmoitetaan, että odotukset eivät ole täyttyneet. Se on tyytymättömyyden tai ärtymyksen ilmaus. Valitukset ovat palautemekanismi, joka auttaa yritystä muuttamaan palvelutyyliä tai tuotteita asiakkaiden tarpeita vastaaviksi. Mikäli yritys tunnistaa ja kohtaa asiakkaiden halut ja tarpeet, asiakkaat maksavat yritysten tuotteista enemmän. Yritys myös käyttää enemmän rahaa kehittääkseen palveluita, joita se tietää asiakkaidensa haluavan. (Barlow & Moller 1998, 9-29.) Tämän tutkimuksen avulla leirintäalueen yrittäjä kohtaa asiakkaiden halut ja tarpeet.

Asiakastyytyväisyyden ja palvelun laadun mittaamisen tarkoitus on tuottaa asiakaskokemusta ja yrityksen kokonaisliiketaloudellista suoritusta parantavaa tietoa (Grönlund ym. 2000, 13). Yrityksen ollessa asiakaskeskeinen pyritään asiakastyytyväisyyden avulla tavoitteiden toteutumiseen. Asiakkaiden tyytyväisyyteen vaikuttamiseksi tarvitaan tietoa siitä, mitkä asiat tekevät asiakkaat tyytyväisiksi. Tieto hankitaan suoraan asiakkaalta itseltään. (Ylikoski 2001, 149.) Asiakkaan kuuntelu tarjoaa mahdollisuuden uuteen asiakkuusosaamiseen ja empaattiseen asiakassuhteeseen. Asiakkaan mielipiteet tuovat yllätyksiä, innostavat ja virkistävät ajatuksia. (Mattinen 2006, 8-9.) Esimerkiksi asiakastyytyväisyystutkimus kohdistuu ihmisten mielipiteiden tarkasteluun (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 191). Yksi käytetyimmistä asiakaspalvelun ja -tyytyväisyyden mittareista on asiakastyytyväisyyskysely. Kyselylomake annetaan asiakkaalle asiakastapahtuman päätteeksi ja asiakas vastaa väitteisiin rastittamalla omia tuntemuksiaan vastaavan numeron. Numerot ja niiden sanalliset vastineet vaihtelevat. (Reinboth 2008, 106.)

6 PALVELUN LAATU

6.1 Palvelun laadun määritelmät

Hyvään laatuun on helppo olla tyytyväinen. Tyytyväisyyttä ja laatua käytetään usein toistensa synonyymeinä, mutta palvelun laatu on vain yksi asiakastyytyväisyyteen vaikuttavista tekijöistä. (Ylikoski 2001, 149.) Aineettomuudesta johtuu, että kuluttajan on vaikea arvioida palveluja. Kun konkreettista ominaisuutta ei ole, kuluttaja ei tiedä, mitä ostaa. Samoin, kun ihminen tuottaa palvelua toiselle, jokainen palvelutapahtuma on yksilöllinen. (Ylikoski 2001, 84.)

Grönroosin mukaan palvelut ovat heterogeenisiä, aineettomia, toimintoja tai prosesseja. Palveluja ei voi varastoida, niissä ei omistajuus siirry, asiakkaat osallistuvat tuotantoon sekä tuotanto, jakelu ja kulutus ovat samanaikaisia prosesseja. Palveluiden ydinarvo tuotetaan ostajan ja myyjän välisessä vuorovaikutuksessa. Palvelujen tärkein piirre on toiminnoista koostuva prosessiluonteisuus, jossa käytetään useita resursseja suorassa vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa. (Grönroos 2001, 80-83.)

Vuorovaikutustilanteessa korostuu asiakkaan kokema palvelun laatu, joka jakautuu kahtia lopputuloksen tekniseen laatuun eli mitä palvelusta asiakas saa itselleen sekä toiminnalliseen laatuun eli miten palvelu tapahtuu (Grönroos 1998, 63-65).

Aarnikoivu määrittelee, että asiakaspalvelu on asiakkaan ja asiakaspalvelijan välinen kohtaaminen, jossa asiakaspalvelija ilmentää toiminnassaan yrityksen arvoja ja suhdetta asiakkaaseen. Asiakaspalvelussa asiakas ja asiakaspalvelija koko yrityksen ilmentäjänä kohtaavat. (Aarnikoivu 2005, 16.) Ylikosken mukaan palvelu on jotakin, jota voidaan ostaa ja myydä, mutta jota ei voi pudottaa varpailleen. Palvelut ovat aiheettomia, mutta usein niihin liittyy jotain tavaraa. (Ylikoski 2001, 17.) Leirintäalueella asiakas kohtaa henkilökuntaa vastaanotossa, käyttää huoltotiloja ja muita alueen palveluja, mutta asiakkaalle ei jää mitään konkreettista käyttämistään palveluista.

Ylikosken mukaan laatua on vaikea määritellä lyhyesti. Laatu tarkoittaa sitä, miten hyvin palvelu vastaa asiakkaan odotuksia ja vaatimuksia eli sitä, miten hyvin asiakkaan tarpeet ja toiveet tyydyttyvät ja täyttyvät. Laatua ovat asiakkaalle muodostuva kokonaiskuva palvelun onnistuneisuudesta ja asiakkaan asenne organisaatiota kohtaan. Laadun tulkitsijana on asiakas ja täten laatua tulisi aina tutkia asiakkaan näkökulmasta. Asiakas on se, joka voi ainoastaan kertoa, onko laatu hyvä vai huono eli vastaako laatu sitä, mitä asiakas on odottanut. (Ylikoski 2001, 118.) Mika Mökkösen mukaan leirintäalueilla haasteena on ollut laadun ja leirintäalueiden puitteiden jatkuva kehittäminen vastaamaan asiakkaiden odotuksia (Vitriini 2008, 27).

6.2 Palvelun laadun ulottuvuudet

Palvelun laatua arvioidessaan asiakas muodostaa käsityksen seuraavista laadun ulottuvuuksista: luotettavuus, reagointialttius, pätevyys, saavutettavuus, kohteliaisuus, viestintä, uskottavuus, turvallisuus, palveluympäristö ja asiakkaan ymmärtäminen sekä tunteminen. Koska palvelun laatu syntyy odotusten ja kokemusten vertailuna, asiakkaalla on jo odotuksissaan mukana laadun arvioinnin kriteerit. (Ylikoski 2001, 126.) Luotettavuus on sitä, että asiakas saa virheetöntä palvelua ja palvelu toteutetaan juuri sellaisena, kuin se on asiakkaalle luvattu (Rautiainen & Siiskonen 2007, 92). Tämä tarkoittaa esimerkiksi sitä, että laskutus suoritetaan oikein. Luotettavuus on

tärkein kriteeri, kun asiakas arvioi palvelun laatua ja tästä muodostuu palvelun laadun ydin. (Ylikoski 2001, 127.) Palveluympäristöön kuuluvat siistit ja asialliset asiakastilat, materiaalit ja laitteet. Vastaanotossa on oltava ohjelmat ja laitteet, joiden avulla asiakaspalvelua hoidetaan sujuvasti. (Rautiainen ym. 2007, 92.) Palveluympäristö sisältää kaikki palveluun liittyvät konkreettiset asiat palvelusta, muut palvelutilassa olevat asiakkaat ja henkilöstön olemuksen (Ylikoski 2001, 129). Ympäristöystävällisyys on tullut yhdeksi merkittäväksi näkökohdaksi (Rissanen 2005a, 216). Reagointialttius tarkoittaa palveluyrityksen työntekijöiden halukkuutta auttaa asiakkaitaan ja palvella heitä välittömästi. Asiakkaan on tunnettava, että häntä halutaan palvella. Tähän vaikuttaa se, kuinka nopeasti asiakas saa vastauksen kyselyihinsä ja se, miten nopeasti asiakkaalle aiheutunut virhe korjataan. (Rautiainen ym. 2007, 92.)

Pätevyys, kohteliaisuus, uskottavuus ja turvallisuus on myöhemmin yhdistetty palveluvarmuudeksi (Ylikoski 2001, 132-133). Palveluvarmuus on sitä, että yrityksen henkilökunnan käyttäytyminen saa asiakkaat luottamaan yritykseen ja tuntemaan olonsa turvalliseksi. Pätevyydellä tarkoitetaan, että työntekijöillä tarvitsee olla tarvittavat tiedot ja taidot työtehtävien suorittamiseen. Tämä muodostuu henkilökunnan asiantuntemuksesta, ammattitaidoista, käyttäytymisestä ja luotettavuudesta. Hyvää laatua on se, että vastaanottovirkailijalla on riittävä ammattitaito ja että hän käyttää sujuvasti varausjärjestelmää. (Rautiainen ym. 2007, 92.) Kohteliaisuus tarkoittaa asiakasta arvostavaa käytöstä, jolloin asiakkaalle ollaan ystävällisiä ja huomaavaisia pitämällä asiakkaan omaisuudesta huolta, ettei asiakkaan tarvitse pelätä joutuvansa ryöstetyksi. Arvostamisesta viestii myös asiakaspalveluhenkilöstön ulkoinen olemus sekä pukeutumisessa että puheessa. Uskottavuus pitää sisällään luottamuksen siihen, että yritys rehellisesti ajaa asiakkaan etua. Tähän vaikuttavat yrityksen nimi, maine, asiakaspalveluhenkilöstön persoonallisuus ja tapa, jolla palveluja myydään. (Ylikoski 2001, 128.) Palveluun liittyvät fyysiset ja taloudelliset riskit pyritään myös minimoimaan turvallisuuden nimissä (Rautiainen ym. 2007, 92).

Saatavuudesta, viestinnästä, asiakkaan ymmärtämisestä ja asiakkaan tuntemisesta yhdistyy ulottuvuus nimeltään empatia (Ylikoski 2001, 133). Empatialla tarkoitetaan osaamista asettua asiakkaan asemaan. Yrityksessä on ymmärrettävä asiakkaan toiveet ja ongelmat. Saavutettavuus tarkoittaa helppoa yhteydenottoa. Asiakkaan on löydettävä yrityksen nimi puhelin- tai yritysluettelosta tai Internetistä, kun asiakas tarvitsee

tietoa yrityksestä. (Rautiainen ym. 2007, 92.) Aukioloajoista ja organisaation sijainnista on tehtävä asiakkaille sopivat. Viestinnällisesti asiakkaille puhutaan sellaista kieltä, jota he ymmärtävät ilman outoja termejä. (Ylikoski 2001, 127-128.) Asiakaspalvelijalla tulee olla myös hyvät vuorovaikutustaidot tähän (Rautiainen ym. 2007, 92). Asiakkaan ymmärtäminen on tärkeää, koska asiakaspalvelijan on ymmärrettävä asiakkaan tarpeet ja huomioitava asiakas yksilönä. Vakioasiakkaan kanssa henkilökunta voi osoittaa tuntevansa hänet ja näin ilahduttaa häntä. (Ylikoski 2001, 129.)

Asiakaspalvelussa asiakaspalvelijan on oltava ystävällinen, kohtelias, luotettava ja luotava turvallisuuden tunnetta asiakkaille. Asiakkaan ei saa antaa odottaa ja puhelimeen vastataan nopeasti, kun asiakas soittaa ja haluaa tehdä varauksen. Varauksen tekeminen tulisi olla vaivatonta. Asiakkaille tulee antaa neuvoa ja tietoa esimerkiksi nähtävyyksikohteista tai muista palveluista. Tällaisia asioita asiakkaat arvostavat ennen kaikkea majoitustuotteissa ja -palveluissa. (Rautiainen ym. 2007, 93.) Tämän tutkimuksen kyselylomakkeessa pyydettiin asiakkaita arvioimaan Siikarannan leirintäalueen palveluiden laatuun, palveluympäristöön, varaustilanteen sujuvuuteen ja asiakaspalveluun liittyviä tekijöitä.

6.3 Palvelun laatu ja asiakastyytyväisyys

Reinbothin mukaan selkeän virheen ja asiakastyytymättömyyden erottaminen on vaikeaa palvelun laatua määritettäessä. Virhe ja asiakastyytymättömyys on syytä erottaa toisistaan. Yhteistä niille on se, että molempien olemassaoloon on reagoitava mahdollisimman nopeasti. (Reinboth 2008, 101.) Teollisuudessa laadun määrittäminen on yksinkertaisempaa kuin palveluiden tuotannossa, koska tavara joko täyttää sille asetetun tehtävänsä tai sitten ei. Palvelun laatua selvitettäessä jää enemmän tilaa yksittäisen henkilön omaan arvomaailmaan pohjautuville näkemyksille. Yksi pitää tuttavallisesta, toinen ylellisestä ja kolmas viihteellisestä asiakaspalvelusta. Osa taas ei juuri kiinnitä asiakaspalveluun huomiota, vaan heille halpa hinta on palvelua tärkeämpää. (Reinboth 2008, 96.)

Suurin osa asiakkaista kuitenkin pitää hyvin tärkeänä sitä, miten vuorovaikutus palvelun tarjoajan kanssa toimii. Palvelun laadun arvioinnissa sillä on suuri merkitys.

Palvelut konkretisoituvat asiakkaille työntekijöissä, jotka suorittavat palvelun ja vuorovaikutuksesta syntynyt käsitys laadusta luo pohjan palvelun laadun arvioinnille. Asiakkaan ja asiakaspalvelijan vuorovaikutus on keskeinen, mutta vuorovaikutukseksi voidaan laskea myös toimintatavat, tekniset välineet sekä lomakkeet, joita asiakas joutuu täyttämään. (Pesonen, Lehtonen & Toskala 2002, 44-47.)

Asiakkaan ja yrityksen näkemykset asiakaspalvelun laadusta voivat myös poiketa toisistaan. Reinboth esittelee neljä erilaista vaihtoehtoa tähän. Ensimmäisessä vaihtoehdossa asiakas on tyytyväinen ja yritys kokee laatunsa olevan kunnossa. Tämä on tavoitetilanne, jonka haasteet ovat sen säilyttämisessä. Tällöin tärkeitä ovat virheiden ennaltaehkäisymenetelmät. Vaihtoehdossa kaksi asiakas on tyytyväinen, mutta yritys näkee laadussa virheen. Yritys voi joko laadunkohotuksella nostaa laadun määrittelmälleen tasolle tai laaduntäsmennyksellä määrittellä laatu asiakkaiden tärkeäksi kokemien tekijöiden pohjalta. Erilaiset näkemykset voivat viitata siihen, ettei asiakasta ja hänen odotuksiaan tunneta. (Reinboth 2008, 96-103.)

Kolmannessa kohdassa asiakas on tyytymätön palvelun laatuun, mutta yritys itse kokee laatunsa olevan kunnossa. Tällöin yrityksen on nostettava laatua tai vaihdettava asiakkaat. Etsittäessä uusia asiakkaita nykyisten asiakkaiden tyytyväiseksi saaminen ei ole enää kannattavaa tai asiakkaista halutaan päästä eroon muista syistä. Täsmennettäessä laatua, jos yritys ei tunnista asiakkaiden odotuksia eikä oman toiminnan laadun puutteita, on määriteltävä laatukriteerit asiakkaiden odotusten pohjalta ja nostettava laatua. Neljännessä kohdassa asiakkaan ollessa tyytymätön ja yrityksen nähdessä palvelussa virheen laatuongelmien olemassaolo on tiedostettu, silloin ollaan laadun kehittämisessä jo pitkällä. Toimintaa kehitetään selvittämällä asiakkaiden odotukset, määrittelemällä laatukriteerit ja huolehtimalla henkilöstön motivoituneisuudesta. Työntekijän osaamisen puutteet, työntekijän kielteinen asenne, työyhteisön ratkaisemattomat ongelmat ja esimiestyön puutteet voivat olla heikon asiakaspalvelun taustalla. (Reinboth 2008, 96-103.)

Pakon ollessa ainoa motivaatio, ei palvelu ole luonnollista, vaan pakonomaista. Yrityksen on luotava olosuhteet, joissa asiakaspalvelija on motivoitunut toimimaan laadukkaasti. Sosiaalisuus heikkenee välinpitämättömän palvelun seurauksena, mutta palvelun toimiessa myös työyhteisön ilmapiiri on sosiaalinen. Laatupalvelua antavan

ihmisen luona toiset ihmiset viihtyvät, laatupalvelijaa kiitetään ja hänen luoksensa tullaan, jopa ystävystytään. (Hämäläinen 1999, 95-97.)

Pesosen mielestä asiakas joutuu myös itse ottamaan vastuuta palvelun laadusta. Asiakas osallistuu palvelun tuottamiseen vähintään kertomalla, mitä hän haluaa. Epäonnistumiseen voi olla syynä myös se, että asiakas ei ole itse osannut selittää, mitä hän haluaa. Koska palvelut ovat suurelta osaltaan kokemuksia, myös tunteet ja mielialat vaikuttavat asiakkaan kokemukseen palvelun tasosta. Asiakas on osaltaan vastuussa palveluilmapiirin säilymisestä miellyttävänä. Huonona päivänä saattaa olla, ettei mikään palvelu tyydytä. Ystävällinen asiakas saa todennäköisemmin ystävällistä palvelua. Sama pätee luonnollisesti myös toisin päin, asiakaspalvelijan mieliala heijastuu asiakkaisiin. Asiakaspalvelijan huonot hetket eivät siis missään tapauksessa saisi näkyä asiakkaalle. (Pesonen 2002, 49-50.) Rissanen lisää tähän, että hyvä palvelu luodaan yhdessä asiakkaan kanssa palvelutilanteessa (Rissanen 2005b, 17).

7 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

7.1 Tutkimustapa ja käytetty menetelmä

Heikkilän mukaan tutkimusongelma ja tutkimuksen tavoite ratkaisevat ensisijaisesti tutkimusmenetelmän. Mikään menetelmällinen ratkaisu ei kuitenkaan ole ainoa oikea jonkin tutkimusongelman selvittämiseksi. Käyttökelpoisia vaihtoehtoja voi olla useita ja valinta niiden välillä vaikeaa. Valinta on lähestymistavasta ja näkökulmasta riippuvaa tutkimustavoitteiden ja resurssien asettamien rajoitusten yhteensovittamista. Tutkittavan asian luonne, tutkimuksen tavoite, aikataulu ja budjetti vaikuttavat omalta osaltaan tiedonkeruumenetelmän valintaan. (Heikkilä 2008, 14-19.) Otoskoon ehdottomana miniminä pidetään 100 tilastoyksikön otosta. Kun tehdään vaikkapa yritykselle tutkimusta tietyllä alueella, voi otoskoko olla 150 - 300. (Karjalainen 2010, 33-34.) Tapoja, joilla otokseen tulevat havaintoyksiköt valitaan perusjoukosta, on useita. Perusmenetelmänä on yksinkertainen satunnaisotanta, jossa jokaisella perusjoukon yksiköllä on sama mahdollisuus tulla poimituksi otokseen. (Holopainen, Tenhunen & Vuorinen 2004, 16.)

Heikkilä lisää, että määrällisen tutkimuksen avulla selvitetään lukumääriin ja prosentiosuuksiin liittyviä kysymyksiä. Kvantitatiivinen tutkimus vastaa kysymyksiin: ”Mikä? Missä? Paljonko? Kuinka usein?”. Määrällistä tutkimusta voidaan nimittää myös tilastolliseksi tutkimukseksi. Tämä tutkimusmuoto edellyttää numeerisesti suurta ja edustavaa otosta. Aineiston keruussa käytetään yleensä standardoituja tutkimuslomakkeita, joissa on siis valmiita vastausvaihtoehtoja. Asioita kuvataan numeeristen suureiden avulla ja tuloksia voidaan havainnollistaa taulukoin tai kuvioin. Usein tutkimuksella selvitetään myös eri asioiden välisiä riippuvuuksia. (Heikkilä 2008, 16-17.) Tutkimukseen tarvittavat tiedot voidaan hankkia erilaisista tietokannoista tai tiedot kerätään itse. Itse kerättävissä aineistoissa on tutkimusongelman perusteella päätettävä, mikä on kohderyhmä ja mikä tiedonkeruumenetelmä tilanteeseen soveltuu parhaiten: käytetäänkö postikyselyä, haastattelua vai tehdäänkö informoitu kysely. Informoidussa kyselyssä haastatteliija vie tai noutaa kyselylomakkeet ja tarvittaessa hän voi tarkentaa kysymyksiä. (Heikkilä 2008, 18-19.)

Vilkan mukaan kyselylomake on tavallisin määrällisessä tutkimusmenetelmässä käytetty aineiston keräämisen tapa. Tämä aineiston keruutapa sopii hyvin suurelle joukolle ihmisiä. (Vilka 2007, 73.) Määrälliseen tutkimusmenetelmään päädyttiin, koska tutkimukseen valittu perusjoukko oli kohtalaisen suuri. Aiempina kesäkausina Siikarannan leirintäalueella oli käynyt tuhansittain leiriytyjiä, noin 6000 – 8000. Niistä suurin osa oli ollut suomalaisia ja pieni osa ulkomaalaisia leiriytyjiä.

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli jakaa kyselylomakkeita 300 kappaletta. Kyselylomake on liitteenä yksi. Tavoitetta pidettiin hyvin realistisena aiempiin kävijämääriin verrattuna. Kyselylomakkeen avulla oli mahdollista saada paljon vastauksia ja kartoitettua olemassa oleva tilanne, koska tutkimuskohteenani olivat Siikarannan leirintäalueella reilun kahden kuukauden aikana kesä-elokuussa 2011 leiriytyvien asiakkaiden mielipiteet ja ajatukset. Tutkimusryhmä rajattiin suomenkielisiin leiriytyjiin. Pääasiallisena aineistonkeruumenetelmänä oli paperinen kyselylomake, koska sen puitteissa saatiin tarpeeksi kattavat vastaukset kysymyksiin ja kerättyä tarpeellinen tieto asiakkailta. Otantamenetelmäksi valittiin yksinkertainen satunnaisotanta, koska jokaisella leirintäalueen asiakkaalla oli silloin yhtä suuri mahdollisuus tulla poimituksi otokseen.

7.2 Kyselytutkimuslomakkeen laatiminen

Tutkijan on tiedettävä tutkittava kohderyhmä eli tutkimuksen perusjoukko (Vilkkä 2007, 74). Oikea kohderyhmä ja oikeanlaiset kysymykset ovat tutkimuksen onnistumisen perusedellytykset. Vastaaja päättää pitkälti kyselylomakkeen ulkonäön perusteella, vastaako hän kyselyyn. Heikkilän mukaan hyvä kyselylomake on selkeä ja houkuttelevan näköinen, teksti ja kysymykset on hyvin aseteltu ja vastausohjeet ovat selkeät. Kysymyksissä kysytään vain yhtä asiaa kerrallaan ja kysymykset etenevät loogisesti asiasta toiseen. Kysymykset tulee numeroida juoksevasti ja samaa aihetta koskevat kysymykset voi ryhmitellä. Lomakkeen alkuun sijoitetaan helppoja kysymyksiä, joiden avulla pyritään herättämään vastaajan mielenkiinto tutkimusta kohtaan. Lomake ei saa olla liian pitkä, jota voidaan hallita pienemmällä kirjasinkoolla. (Heikkilä 2008, 48-49.)

Lomakkeeseen valitut kysymykset tulee aina pystyä perustelemaan vasten tutkimukseen valittua teoreettista viitekehystä ja tutkimuksen tavoitteita. Kyselylomakkeessa ei siis kysytä asioita, mitä olisi ”kiva kysyä” tai ”tietää”. Teoreettinen viitekehys on oltava valittuna ja keskeiset käsitteet määriteltynä, kun lomaketta ryhdytään suunnittelemaan. Käsitteiden avulla tutkimuksessa mitataan tutkittavaa asiaa. Lomakkeen suunnittelussa on hyvä tutustua aihepiiriä koskevaan kirjallisuuteen, tilastoihin ja aiempiin tutkimuksiin, koska ne ovat suunnittelussa hyödyksi. (Vilkkä 2007, 81.)

Lomakkeen kysymykset voivat olla joko avoimia, suljettuja tai sekamuotoisia. Avoimissa kysymyksissä vastaajien mielipiteitä tai valintamahdollisuuksia ei rajoiteta millään tavalla. Suljetuissa eli strukturoiduissa kysymyksissä annetaan valmiit vastausvaihtoehdot. Jos vastaaja voi valita useita vaihtoehtoja, sanotaan kysymystä monivalintakysymykseksi. Sekamuotoisissa kysymyksissä valmiiden vastausvaihtoehtojen lisäksi on myös avoimia kohtia. (Heikkilä 2008, 49-52.)

Kyselylomaketta käytetään asiakastyytyväisyyden mittaamiseen, jotta saataisiin käsitys asiakastyytyväisyyden määrästä. Lomakkeella kaikilta vastaajilta voidaan kysyä samalla tavalla samat kysymykset. Kyselylomaketta laadittaessa asiakkaiden tyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät, laadun eri ulottuvuuksia koskevat tutkimukset ja henkilöstön näkemykset yhdistetään, jolloin saadaan laaja lista ominaisuuksista, jotka

liittyvät kyseisen palvelun käyttämiseen. Tämän listan pohjalta muokataan lopullinen kyselylomake. Tyytyväisyysmittauksen lisäksi kyselylomakkeessa tiedustellaan myös vastaajan taustatietoja, jotta vastauksia voitaisiin tarkastella asiakasryhmittäin. Nämä kysymykset koskevat asiakkaan ikää, sukupuolta, perhesuhteita ja koulutusta. Myös elämäntyyli voidaan kartoittaa lyhyesti. Nämä kysymykset ovat tarpeellisia, kun käydään läpi tutkimuksen tuloksia. (Ylikoski 2001, 160-163.)

Kyselylomake, joka on liitteenä yksi, laadittiin leirintäalueen yrittäjän toiveiden mukaisesti ajatellen leirintämatkailijoiden tarpeita. Yhdistämällä tutkimukselle ja yritykselle olennaisia asioita pyrittiin oikeanlaisella kyselylomakkeella saamaan kaikille osapuolille hyödyllistä tutkimustietoa. Laadittujen kysymysten taustalla olivat teoriaosassa esitetyt kohdat palvelun laatuun, asiakaspalveluun ja asiakastyytyväisyyteen liittyen. Leirintämatkailijoille tehdyt aiemmat tutkimukset, jotka esitettiin leirintämatkailuun liittyvässä teoriassa, auttoivat kysymysten laadinnassa.

Kyselylomakkeen alkuun sijoitettiin taustakysymyksiä, joiden perusteella selvitettiin Siikarannan leirintäalueen asiakkaiden taustoja. Näihin kysymyksiin annettujen vastausten pohjalta luotiin asiakasprofiili Siikarannan leirintäalueelle. Avoimella kysymyksellä yksi ja suljetuilla kysymyksillä kaksi, kolme, neljä ja viisi kysyttiin vastaajien taustatietoja kuten asuinpaikkaa, ikää, sukupuolta, ammattiasemaa ja matkaseuruetta. Ylikosken mukaan palvelun käyttöä koskevia tietoja käytetään apuna, kun pyritään erottamaan kanta-asiakkaat satunnaisista asiakkaista (Ylikoski 2001, 163). Täten suljetuilla kysymyksillä kuusi ja seitsemän haluttiin tutkia asiakkaiden leirintämatkailuharrastuneisuutta. Suljetuilla kysymyksillä kahdeksan, yhdeksän ja kymmenen selvitettiin leiriytymismuotoa, leiriytymiskertoja ja viipymää Siikarannan leirintäalueella. Matkustusmotiiveja selvitettiin kysymyksillä 11 ja 13. Tutkimuksella haluttiin saada selville myös asiakastyytyväisyystekijöiden tärkeysjärjestys. Ylikoski toteaa, että asiakkaita voidaan pyytää arvioimaan asiakastyytyväisyyteen liittyvien tekijöiden merkitystä itselleen (Ylikoski 2001, 163-164). Tämän vuoksi kyselylomakkeeseen sisällytettiin sekamuotoinen kysymys 12, jossa kysyttiin asiakkaiden kolme tärkeintä syytä valita Siikaranta Camping yöpymispaikaksi.

Kyselylomakkeessa asteikkotyypisten vastausvaihtoehtojen etuna on, että niiden avulla saadaan paljon tietoa vähään tilaan (Heikkilä 2008, 52). Ylikosken mukaan

mitattaessa yrityksen suoriutumista asiakastyytyväisyystekijöistä kuten palvelun laatua, kyselylomakkeessa käytetään usein 5- tai 7-portaista asteikkoa, jotta asiakkaan mielipiteen vahvuus voidaan saada esille (Ylikoski 2001, 162-163). Tässä tutkimuksessa asenneasteikkona käytettiin Osgoodin asteikkoa. Usein vastaajille esitetään väitteitä, jossa vastausvaihtoehdot ovat 5- tai 7-portaisena asteikkona. Asteikon ääripäinä ovat vastakkaiset adjektiivit. (Heikkilä 2008, 54-55.) Tässä tutkimuksessa asteikolla oli viisi arvoa, jotka ilmoitettiin myös sanallisesti yksi = huono, kaksi = välttävä, kolme = tyydyttävä, neljä = hyvä ja viisi = erittäin hyvä. Lisäksi oli vaihtoehto ”en osaa sanoa” (X). Siikaranta Campingin kyselylomakkeen kohdissa 14, 15, 18 ja 20, joissa käytettiin tätä asenneasteikkoa, pyrittiin selvittämään yleisesti palvelun laatuun, palveluympäristöön, varaustilanteeseen ja asiakaspalveluun liittyviä tekijöitä.

Ylikosken mukaan muutama avoin kysymys lomakkeen lopussa on tavallista, jolloin vastaaja voi omin sanoin tuoda esille mielipiteensä jostakin asiasta (Ylikoski 2001, 163). Tämän vuoksi kyselylomakkeeseen lisättiin avoimet kysymykset 16, 19 ja 21, jotta vastaajat antaisivat vielä muistaessaan kommentteja sekä kehitysideoita Siikarannan palveluiden laatuun, palveluympäristöön ja asiakaspalveluun liittyen. Loppuun lisättiin kohdaksi 28 ”vapaa sana” -osio, jotta asiakkaat saivat antaa vapaasti palautetta ja toivottuja kehitysehdotuksia. Suljetulla kysymyksellä 17 selvitettiin, miten varaus oli tehty leirintäalueelle. Sekamuotoisella kysymyksellä 22 selvitettiin, mitä lisäpalveluja asiakas leirintäalueella käytti. Tällä nähtiin asiakkaan ostokäyttäytymistä. Suljetulla kysymyksellä 23 kartoitettiin, mistä leiriytyjät olivat saaneet tiedon Siikarannan leirintäalueesta. Ylikoski toteaa, että ostoaikomuksia selvittäessä on tyytyväisyysmittauksissa tavallista pyytää vastaajaa arvioimaan todennäköisyyttä sille, että hän käyttäisi uudelleen palvelua ja suosittelisiko vastaaja palvelua ystävilleen (Ylikoski 2001, 163). Siikarannan asiakastyytyväisyyskyselyn loppuosassa suljetuilla kysymyksillä 24, 26 ja avoimella kysymyksellä 25 pyrittiin selvittämään asiakkaiden ostoaikomuksia ja suosituksia.

Ylikosken mielestä tyypillisessä asiakastyytyväisyystutkimuksen kyselylomakkeessa pyydetään antamaan yleisarvosana tyytyväisyydestä. Tätä mitataan, kun pyydetään asiakasta antamaan organisaatiolle arvosana asteikolla välillä yksi ja kymmenen tai kouluarvosana välillä neljä ja kymmenen. (Ylikoski 2001, 162.) Siikarannan leirintäalueen asiakastyytyväisyystutkimuksen kysymyksessä 27 pyydettiin asiakasta arvi-

oimaan yleisesti leirintäaluetta asteikolla välillä neljä ja kymmenen, jolloin neljä on huonoin mahdollinen arvosana ja kymmenen paras mahdollinen arvosana, minkä voi antaa yleisarvosanaksi. Yleisarvosanat kirjoitettiin sekä numeerisesti että sanallisesti, jotta kaikki vastaajat ymmärtäisivät merkityksen.

Kyselylomakkeeseen kuuluu kaksi osaa: saatekirje ja varsinainen kyselylomake. Saatekirje voidaan korvata saatesanoilla ennen kysymyksiä. Saatekirje motivoi vastaajaa lomakkeen täyttämiseen ja selvittää tutkimuksen taustaa sekä vastaamista. Saatekirje voi ratkaista, täyttääkö vastaaja lomaketta. Saate tulee olla kohtelias, eikä se saa olla liian pitkä. (Heikkilä 2008, 61-62.) Siikarannan asiakastyytyväisyyskysely oli kaksisivuinen. Kyselylomakkeen alkuun sijoitettiin saatesanat, joiden tarkoitus oli selvittää tutkimuksen taustaa, selkeyttää vastaamaan ryhtymistä ja motivoida asiakkaita vastaamaan. Yrittäjän mielestä muuta vastaamaan lähtemistä motivoivaa tekijää, esimerkiksi vastanneiden kesken suoritettavaa arvontaa, ei tarvittu. Kysymykset laadittiin niin, että vastaukset voitiin käsitellä tilasto-ohjelmalla. Tutkimuslomakkeesta pyrittiin tekemään selkeä, siisti eikä liian täyteen ahdettu. Vastausohjeet annettiin yksiselitteisesti. Lomake sisälsi suljettuja, monivalinta- ja sekavalintakysymyksiä. Vastaajille annettiin mahdollisimman paljon valmiita vastausvaihtoehtoja, jotta kyselyyn olisi helppo ja nopea vastata. Lisäksi lomake sisälsi muutamia avoimia kysymyksiä, jotta tutkimuksella saataisiin myös joitakin syventäviä vastauksia. Kysymykset laadittiin selkeiksi ja ne pidettiin sellaisina, että myös ensi kertaa Siikarannassa leiriytyjät pystyivät vastaamaan niihin.

Heikkilä lisää, että lomake tulee aina testata tai antaa kohdejoukon edustajille vastattavaksi. Testaamiseen riittää alle kymmenen henkeä. Tällä selvitetään kysymysten ja ohjeiden selkeys, vastausvaihtoehtojen toimivuus ja vastaamiseen kuluva aika. Testaamisen jälkeen tehdään tarvittavat muutokset lomakkeeseen. (Heikkilä 2008, 61.)

Kyselylomakkeen esitestaaminen suoritettiin seitsemällä leirintämatkailua harrastavalla henkilöllä, jotka kuuluivat tutkijan lähipiiriin. Näin saatiin selville kyselylomakkeen toimivuus kohderyhmällä. Näiden seitsemän henkilön tehtävänä oli selvittää, ovatko kysymykset ja vastausohjeet selkeitä ja yksiselitteisiä, vastausvaihtoehdot toimivia ja kuinka kauan aikaa vastaaminen vie. Testaajia pyydettiin myös ajattelemaan, onko lomakkeessa epäolennaisia kysymyksiä ja onko jotakin olennaista jäänyt

kysymättä. Korjausehdotusten perusteella lomakkeeseen tehtiin korjauksia saatesanoihin, muutettiin kysymyksen kolme ikäjakauman porrastusta, seitsemännen kysymyksen jäsenkorttiluetteloa täydennettiin, kohdassa 12 muutettiin vastaamisen ohjeistusta selkeämmäksi ja korjattiin pilkkuvirheitä sekä yhdyssanavirheitä. Kyselylomakkeen tarkastivat lisäksi opinnäytetyön ohjaaja lehtori Jaana Halme ja lehtori Tuula Reikko-Tuokkola. Lehtoreilta saadun palautteen perusteella lisättiin kysymykset 17, 18 ja 19, jotka koskivat leirintäalueelle tehtyä varausta ja varaustilanteen sujuvuutta. Lisäksi muutettiin kysymyksen 27 yleisarvosana-asteikon ohjeistusta selkeämmäksi, jotta kaikki vastaajat varmasti ymmärtäisivät kunkin numeron arvon. Korjausten jälkeen lopullinen lomake testattiin vielä uudelleen, hyväksyttiin ja kyselylomakkeet tulostettiin. Kyselylomake tulostettiin yhdelle valkoiselle A4-tulostuspaperille kaksipuolisesti.

7.3 Lomakkeiden jako ja käsittely

Tutkimuksen tekijä vei kyselylomakkeet ja palautuslaatikon leirintäalueen henkilökunnalle vastaanottorakennukseen. Kyselylomake, joka on liitteenä yksi, oli jaossa leiriytyjille 20.6. - 28.8.2011 välisenä aikana Siikaranta Camping -leirintäalueella. Lomakkeet olivat koko tämän ajan vastaanottorakennuksessa leiriytyjien saatavilla. Lomakkeiden vieressä oli myös palautuslaatikko, johon täytetyt lomakkeet pyydettiin palauttamaan. Tutkimuslomakkeet ja palautuslaatikko olivat leiriytyjien saatavilla näkyvällä paikalla. Kysely toteutettiin osaksi informoituna kyselynä vastaanotto- ja uloskirjautumistapahtuman yhteydessä. Siikarannan leirintäalueen henkilökunta jakoi lomakkeita sekä tarvittaessa selosti ja selvensi tutkimusta asiakkaille. Jotta kaikki potentiaaliset täytetyt lomakkeet leiriytyjiltä saatiin, vastaanoton henkilökuntaa pyydettiin kertomaan kyselystä leiriytyjille ja tarvittaessa selventämään tutkimusta heille. Tutkija informoi leirintäalueen henkilökuntaa tutkimuksen toteutuksesta kirjallisin ja suullisin ohjein. Jos leiriytyjä oli halukas vastaamaan kyselyyn, hänelle annettiin lomake ja ohjeena palauttaa kyselylomake palautuslaatikkoon.

Kaikkien asiakkaiden tavoittamiseksi kyselylomakkeita jaettiin lisäksi siivouksen yhteydessä leirintäalueen mökkeihin, jolloin mökeissä yöpyjät saattoivat löytää lomakkeen mökin pöydältä saapuessaan. Siivouksen yhteydessä täytetyt lomakkeet ke-

rättiin pois ja uudet vietiin tilalle. Erilaisten tapahtumien aikaan, joita leirintäalueella järjestettiin, lomakkeita jaettiin osallistujille tervetulokirjeiden mukana. Tutkimuksen tekijä oli myös itse jakamassa kyselylomakkeita kuutena päivänä tutkimuksen toteutuksen aikana, jotta saatiin mahdollisimman paljon vastauksia. Tutkija oli yhteydessä vastaanoton henkilökuntaan viikoittain tutkimuksen etenemisestä ja kävi viikoittain leirintäalueella seuraamassa tutkimuksen tilannetta hakien samalla täytetyt lomakkeet. Parhaimpina viikkoina täytettyjä lomakkeita palautui 20 kappaletta, toisina taas vain viisi. Matkailijoiden liikkumiseen vaikuttivat näin selkeästi sää, tapahtumat ja loma-ajat. Yhteensä lomakkeita palautui hyväksyttävästi 158 kappaletta.

Aineiston käsittely ja analysointi aloitetaan mahdollisimman pian keruuvaiheen jälkeen. On päätettävä, onko joitakin lomakkeita hylättävä, jos tietoja puuttuu tai ilmenee virheellisyyksiä. Toisena vaiheena on tietojen täydentäminen, jos kyselylomaketehtojen kattavuutta pyritään lisäämään lomakkeita karhuamalla. Kolmantena tulee aineiston järjestäminen. Kvantitatiivisen tutkimuksen aineistosta muodostetaan muuttujia. (Hirsjärvi ym. 2009, 221-223.) Tutkimustuloksien esittämisessä on tapana käyttää taulukoita, kuvioita ja kaavioita. Usein raportoinnissa käytetään pylväs- ja piirakkakuvioita. Lukijat arvioivat tutkimusta tutkimusraportissa esitettyjen kuvausten, väitteiden, selitysten, perustelujen ja niiden totuudenmukaisuuden perusteella. Kuvioiden, kaavioiden ja taulukoiden sisällön pitää tukea tekstiä ja antaa mahdollisimman yksityiskohtaisesti tietoa tehdystä tutkimuksesta. (Vilka 2007, 163-169.) Kaikkea tutkimuksen aikana kerättyä aineistoa ei julkaista, mutta tutkija on velvollinen sen säilyttämään. Tutkijan on otettava huomioon, että häntä sitovat tietyt eettiset periaatteet. Yksi näistä periaatteista on se, että yksityisiä henkilöitä tai ryhmiä koskevat tiedot ovat luottamuksellisia. (Hirsjärvi ym. 2009, 237.)

Täydennetyt kyselylomakkeet käsiteltiin luottamuksellisesti ja vastaajien henkilötiedot eivät tulleet tietoon, koska niitä ei kysytty kyselylomakkeessa. Yhteenvedot tuloksista tehtiin Excel-tilukko-ohjelmalla. Ohjelman avulla ja vastausten perusteella muodostettiin erilaisia muuttujia, tehtiin taulukoita sekä kuvioita ryhmitellen tutkimustuloksia. Nämä yhteenvedot, taulukot ja kuviot esitellään tutkimusraportissa osana tutkimustuloksia. Kaikki tutkimustulokset ilmoitetaan prosentteina, jotta vältetään sekaannuksilta, joissakin kohdissa mainitaan myös numeraaliset vastineet.

8 TUTKIMUSTULOSTEN TARKASTELU

Tutkimusta varten suunniteltiin paperinen kyselylomake (Liite 1), johon Siikaranta Camping -leirintäalueella kesällä 2011 leiriytyneet suomenkieliset asiakkaat vastasivat. Asiakastyytyväisyyskysely toteutettiin leirintäalueella aikavälillä 20.6. - 28.8.2011. Kyselylomakkeita oli jaossa 300 kappaletta, joista saatiin jaettua 210 kappaletta. Täytettyjä kyselylomakkeita palautettiin kaikkiaan 162 kappaletta, joista neljä jouduttiin hylkäämään puutteellisten tietojen vuoksi. Kyselylomakkeita palautettiin hyväksytysti 158 kappaletta, joten vastausprosentiksi saatiin 53 %. Tässä luvussa käydään opinnäytetyön tulokset läpi kysymys kerrallaan.

8.1 Vastaajien kotikunnat maakunnittain ja lääneittäin

Ensimmäisenä kysyttiin vastaajien kotikuntaa ja asuinlääniä. Kysymys oli avoin. Vastaajat ilmoittivat kohdassa kaikkiaan 66 eri kotikuntaa. Kaikki tähän kohtaan saadut vastaukset löytyvät opinnäytetyön lopussa olevasta liitteestä numero kaksi. Kotikuntia jaoteltaessa lääneittäin kaksi lääniä nousi selkeästi yli muiden. Enemmistöllä vastaajista 62 prosentilla (97 henkilöä) kotikunta sijaitsi Länsi-Suomen läänissä ja 30 prosentilla (48) kotikunta sijaitsi Etelä-Suomen läänissä. Muilla kahdeksalla prosentilla (13) vastaajista kotikunta oli Itä-Suomen läänissä, Lapin läänissä tai Oulun läänissä. Ahvenanmaalta ei ollut yhtäkään. (Taulukko 1.)

Taulukko 1. Vastaajat asuinlääneittäin suhteellisin lukumäärin (%).

	Etelä-Suomi	Itä-Suomi	Länsi-Suomi	Lappi	Oulu	Yhteensä
Kaikki yhteensä	30 %	6 %	62 %	1 %	1 %	100 %

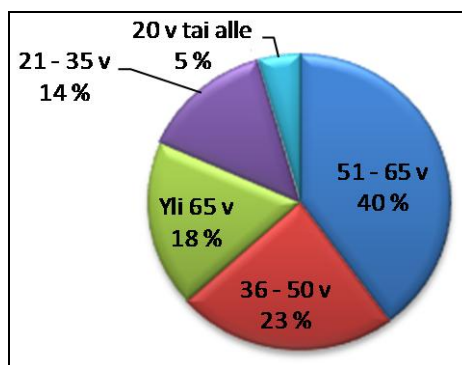
Jaoteltuna maakunnittain suurin joukko 23 % (38) vastaajista tuli Satakunnasta. Lähes yhtä paljon vastaajia tuli Pirkanmaalta 15 % (23), Uudeltamaalta 14 % (22), Kanta-Hämeestä 13 % (21) ja Varsinais-Suomesta 13 % (20). Keski-Suomesta tuli kahdeksan prosenttia (13) vastaajista. Loput 15 % (21) vastaajista olivat Pohjois-Savosta, Päijät-Hämeestä, Etelä-Savosta, Etelä-Pohjanmaalta, Keski-Pohjanmaalta, Kymenlaaksosta, Lapista, Pohjanmaalta, Pohjois-Karjalasta tai Pohjois-Pohjanmaalta. (Taulukko 2, s. 34.)

Taulukko 2. Vastaajat asuinmaakunnittain suhteellisin lukumäärin (%).

Maakunta	Etelä-Pohjanmaa	Etelä-Savo	Kanta-Häme	Keski-Pohjanmaa	Keski-Suomi	Kyseenlaakso	Lappi	Pirkanmaa	Pohjanmaa	Pohjois-Karjala	Pohjois-Pohjanmaa	Pohjois-Savo	Päijät-Häme	Satakunta	Uusimaa	Varsinais-Suomi	Yhteensä
Kaikki yhteensä	1%	2%	13%	1%	8%	1%	1%	15%	1%	1%	1%	4%	2%	23%	14%	13%	100%

8.2 Sukupuoli ja ikä

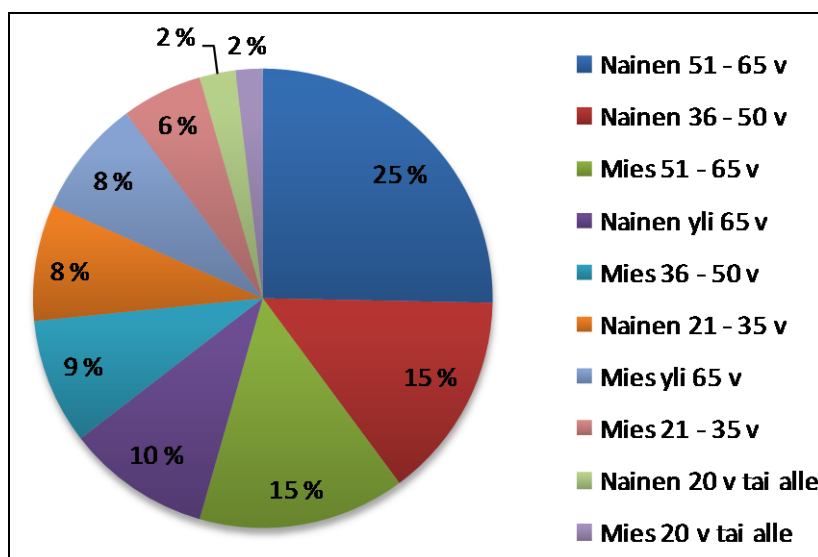
Toisessa kysymyksessä tiedusteltiin vastaajan sukupuolta. Valmiita vastausvaihtoehtoja oli kaksi, nainen tai mies. Vastaajista enemmistö 61 % (96) oli naisia ja loput 39 prosenttia (62) miehiä. Kysymyksessä kolme tutkittiin vastaajien ikäjakaumaa. Vastausvaihtoehdot oli jaettu viiteen ikäluokkaan: 20 v tai alle, 21 - 35 v, 36 - 50 v, 51 - 65 v ja yli 65 v. Suurimaksi ikäryhmäksi osoittautui 51 - 65-vuotiaat, joita oli 40 % (63) vastaajista. Toiseksi tullut lähes puolella pienempi ikäryhmä oli 36 - 50-vuotiaat 23 % (37). Melkein yhtä paljon vastaajista oli yli 65-vuotiaita 18 % (29) ja 21 - 35-vuotiaita 14 % (22). Vähiten vastaajia oli ikäryhmässä 20 vuotta tai alle viisi prosenttia (7). (Kuvio 1.)



Kuvio 1. Vastaajat ikäryhmittäin (%).

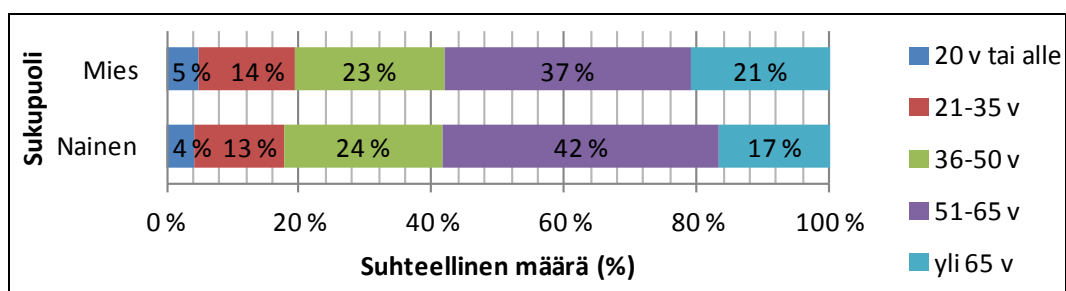
Verrattaessa vastaajien ikäjakaumaa sukupuolijakaumaan voidaan todeta, että enemmistö oli 51 - 65-vuotiaita naisia, joita oli 25 % (40) vastaajista. Jaetulla toisella sijalla tulivat 36 - 50-vuotiaat naiset, joita oli 15 % (23) sekä 51 - 65-vuotiaat miehet, joita oli myös 15 % (23). Neljänneksi suurin ryhmä oli yli 65-vuotiaat naiset, joita oli 10 % (16) vastaajista. Seuraavana tulivat 36 - 50-vuotiaat miehet, joita oli yhdeksän prosenttia (14). Yhtä vähän oli 21 - 35-vuotiaita naisia kahdeksan prosenttia (13) kuin yli 65-vuotiaita miehiäkin kahdeksan prosenttia (13). Vähiten vastaajia oli 21 -

35-vuotiaissa miehissä kuusi prosenttia (9), alle 20-vuotiaissa miehissä kaksi prosenttia (3) ja alle 20-vuotiaissa naisissa kaksi prosenttia (4). (Kuvio 2.)



Kuvio 2. Vastaajien sukupuoli- ja ikäjakauma ryhmittäin suhteellisin määrin (%).

Vastaajien ikäluokkien osuuksia tarkasteltaessa sukupuolittain voitiin todeta, että molemmilla sukupuolilla kaikissa ikäluokissa oli suhteellisesti yhtä paljon vastaajia. Sekä naisilla 42 % että miehillä 37 % suurin ikäryhmä oli 51 - 65-vuotiaat. Suhteellisesti vähiten vastaajia oli alle 20-vuotiaissa naisissa neljä prosenttia kuten myös alle 20-vuotiaissa miehissä viisi prosenttia. (Kuvio 3.)



Kuvio 3. Vastaajien ikäluokkien suhteelliset osuudet sukupuolittain (%).

8.3 Ammattiasema

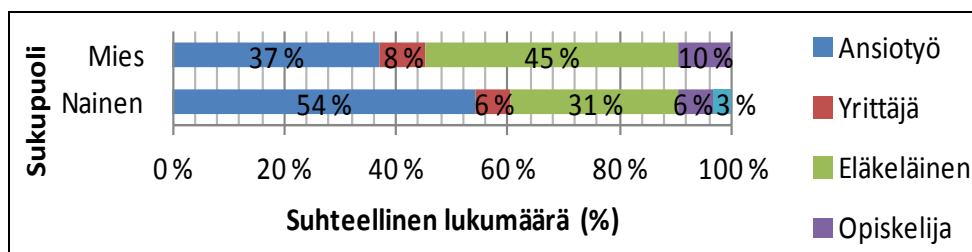
Kysymyksessä neljä tiedusteltiin, onko vastaaja ansiotyössä käyvä, yrittäjä, opiskelija vai eläkeläinen. Vaihtoehtona oli lisäksi ”muu, mikä?”. Noin puolet vastaajista ilmoitti olevansa ansiotyössä käyviä 47 % (75). Seuraavaksi eniten oli eläkeläisiä 36 % (57). Opiskelijoita 8 % (12) ja yrittäjiä 7 % (11) oli lähes saman verran. Vähiten

vastauksia oli saanut vaihtoehto ”muu, mikä?” kaksi prosenttia (3). Tähän kohtaan vastaajat olivat kirjoittaneet ”työtön” ja ”freelancer-teatterityöntekijä”. (Taulukko 3).

Taulukko 3. Vastaajat ammattiasemittain.

Ikäryhmä	Sukupuoli	Ansio työ	Yrittäjä	Eläkeläinen	Opiskelija	Muu	Yhteensä
20 v tai alle yhteensä					100 %		100 %
21-35 v yhteensä		68 %			23 %	9 %	100 %
36-50 v yhteensä		84 %	16 %				100 %
51-65 v yhteensä		46 %	8 %	44 %		2 %	100 %
	Nainen	58 %	8 %	32 %		2 %	100 %
	Mies	26 %	9 %	65 %			100 %
yli 65 v yhteensä				100 %			100 %
Kaikki yhteensä		47 %	7 %	36 %	8 %	2 %	100 %

Eri sukupuolet jaoteltuna omiin ammattiasemaryhmiinsä selvisi, että naisilla ja miehillä suurin ammattiasemaryhmä ei ollut sama. Naisista suurin joukko vastaajista kuului ammattiasemaltaan ansiotyöläisiin 54 % (52). Toiseksi eniten oli eläkeläisiä 31 % (29). Loput 15 % (15) olivat yrittäjiä, opiskelijoita tai muun ammattiaseman omaavia. Miehistä taas suurin osa vastaajista oli eläkeläisiä 45 % (28) ja perässä tulivat ansiotyöläiset 37 % (23). Muut 16 % (11) olivat opiskelijoita tai yrittäjiä. Miehillä muihin ammattiasemiin kuuluvia ei ollut yhtäkään. (Kuvio 4.)



Kuvio 4. Vastaajat jaoteltuna sukupuolen mukaan ammattiasemittain.

Vastaajia ikäluokittain vertailtaessa nuorimmat vastaajat olivat opiskelijoita. Ikäluokkaan 21 - 35-vuotiaat kuului eniten ansiotyöläisiä 68 % (15). Muut 32 % (7) olivat opiskelijoita tai muuhun ammattiasemaan kuuluvia. Ikäluokka 36 - 50-vuotiaista muodostui 84 % (31) enemmistöllä ansiotyöläisistä. Lisäksi ikäluokkaan kuului yrittäjiä 16 % (6). Ikäluokkaan 51 - 65-vuotiaat kuului lähes yhtä paljon ansiotyöläisiä 46 % (29) kuin eläkeläisiäkin 44 % (28). Loput kymmenen prosenttia (6) olivat yrittäjiä tai muun ammattiaseman edustajia. Vanhimmista vastaajista kaikki olivat eläkeläisiä. Suurimpaan vastaajaryhmään, joka oli 51 - 65-vuotiaat naiset, kuului ammattiasemaltaan eniten ansiotyöläisiä 58 % (23) ja toiseksi eniten oli eläkeläisiä 32 %

(13). Muut kymmenen prosenttia (4) olivat yrittäjiä tai muun ammattiaseman edustajia. (Taulukko 3, s. 36.)

8.4 Matkaseurue

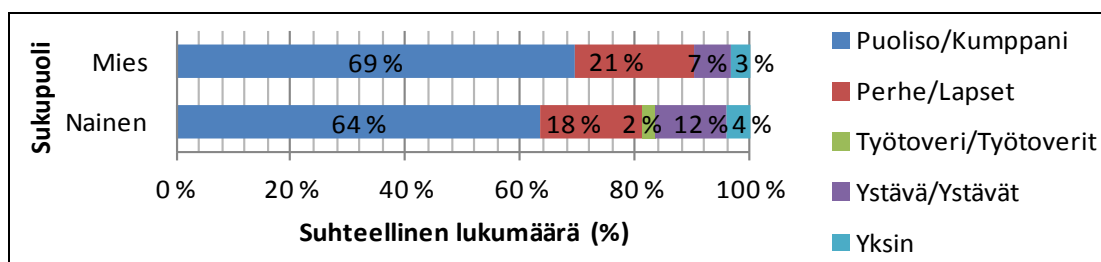
Kysymyksellä viisi haluttiin tietää, matkustiko vastaaja puolison/kumppanin kanssa, perheen/lapsien kanssa, työtoverin/työtovereiden kanssa, ystävän/ystävien kanssa vai yksin. Yli puolet 66 % (103) vastaajista ilmoitti matkustavansa puolison/kumppanin kanssa. Seuraavaksi eniten 19 % (30) vastaajista matkusti perheen/lapsien kanssa. Loput 15 % (25) matkustivat yksin, ystävien tai työtovereiden kanssa. (Taulukko 4.) Eri sukupuolien välillä tulokset näkyivät hyvin samansuuntaisina.

Taulukko 4. Vastaajien matkaseurueet suhteellisin lukumäärin (%).

Ikäryhmä	Sukupuoli	Puoliso/Kumppani	Perhe/Lapset	Työtoverit	Ystävät	Yksin	Yhteensä
20 v tai alle		14 %	57 %		29 %		100 %
21-35 v		54 %	32 %		9 %	5 %	100 %
36-50 v		43 %	43 %	3 %	8 %	3 %	100 %
51-65 v		81 %	5 %	1 %	8 %	5 %	100 %
	Nainen	75 %	5 %	3 %	10 %	7 %	100 %
	Mies	92 %	4 %		4 %		100 %
yli 65 v		83 %			14 %	3 %	100 %
Kaikki yhteensä		66 %	19 %	1 %	10 %	4 %	100 %

Vastaajia ikäluokittain vertailtaessa ilmeni eroavaisuuksia. Ikäluokassa 51 - 65-vuotiaat selkeä enemmistö 81 % (51) matkusti puolison kanssa. Loput 19 % (12) matkustivat yksin, ystävien, perheen tai työtovereiden kanssa. Ikäluokkaan 36 - 50-vuotiaat kuului yhtä paljon puolison 43 % (16) kuin perheen kanssa matkustavia (16) 43 %. Muut 14 % (5) matkustivat yksin, ystävien tai työtovereiden kanssa. Yli 65-vuotiaista vastaajista 83 % (24) matkusti puolison kanssa. Lisäksi 17 % (5) matkusti yksin tai ystävien kanssa. Ikäluokkaan 21 - 35-vuotiaat kuului 54 % (11) puolison kanssa matkustavia ja toiseksi eniten oli perheen kanssa matkustavia 32 % (7). Vähemmistö 14 % (4) matkusti ystävien kanssa tai yksin. Nuorimmista vastaajista 57 % (4) matkusti perheen kanssa. Loput 43 % (3) matkustivat ystävien tai puolison kanssa. Suurimpaan vastaajaryhmään, joka oli 51 - 65-vuotiaat naiset, kuului matkustuseurueeltaan selkeästi eniten puolison kanssa leiriytyjiä 75 % (30). Muut 25 % (10) matkustivat yksin, ystävien, perheen ja työtovereiden kanssa. (Taulukko 4.)

Naisista selkeä enemmistö matkusti puolison kanssa 64 % (61) kuten myös miehistä 69 % (42). Aika tasavertaisesti naiset matkustivat perheen kanssa 18 % (17) kuin myös ystävien kanssa 12 % (12). Miehillä ero oli suurempi. Miehistä 21 % (13) matkusti perheen ja seitsemän prosenttia (5) ystävien kanssa. Yksin matkustavia oli molemmilla sukupuolilla vähän, naisista neljä prosenttia (4) ja miehistä kolme prosenttia (2). Työtovereiden kanssa vain naisista matkusti kaksi prosenttia (2) ja miehistä ei yksikään. (Kuvio 5.)



Kuvio 5. Vastaajien matkaseurueet sukupuolittain.

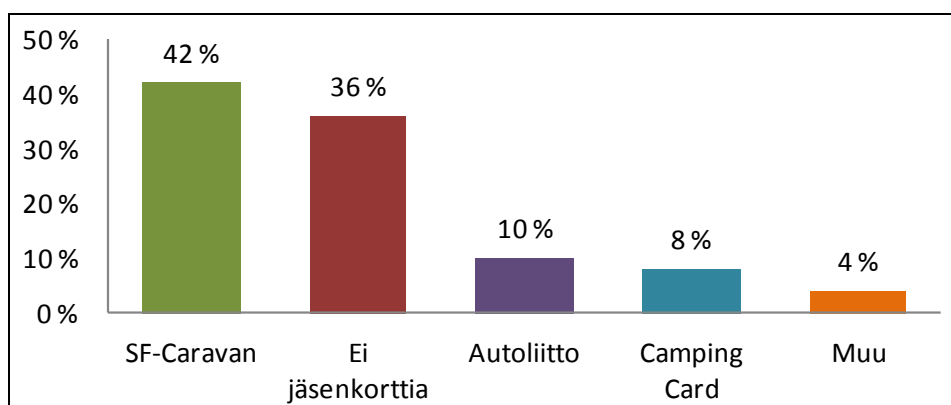
8.5 Vastaajien leirintämatkailuharrastuneisuus ja jäsenkortit

Kuudennella kysymyksellä selvitettiin, harrastivatko vastaajat jokavuotista leirintämatkailua. Valmiita vastausvaihtoehtoja oli annettu kaksi, ”kyllä” tai ”en”. Enemmistö 80 % (126) vastasi myöntävästi ja vain 20 % (32) kieltävästi. Ikäluokittain vertailtuna tulokset kertoivat aivan samaa, kaikissa ikäluokissa jokavuotiseen leirintämatkailuun vastattiin eniten myöntävästi. Ikäluokassa 51 - 65-vuotiaat 79 % (50) harrasti jokavuotista leirintämatkailua ja loput 21 % (13) eivät. Myös yli 65-vuotiaista 79 % (23) harrasti jokavuotista leirintämatkailua ja 21 % (6) vastasi kieltävästi. Ikäluokkaan 36 - 50-vuotiaat kuului 78 % (29) jokavuotista leirintämatkailua harrastavaa ja 22 % (8) vastasi taas kieltävästi. Ikäluokassa 21 - 35-vuotiaat 77 % (17) harrasti jokavuotista leirintämatkailua ja 23 % (5) ei. Nuorimmat vastaajat ilmoittivat kaikki harrastavansa jokavuotista leirintämatkailua. Suurimmassa vastaajaryhmässä, joka oli 51 - 65-vuotiaat naiset, 75 % (30) harrasti jokavuotista leirintämatkailua ja 25 % (10) vastasi kieltävästi. (Taulukko 5, s. 39.) Sukupuolten välillä erot olivat yhtä selkeät. Naisista 76 % (73) kertoi harrastavansa leirintämatkailua jokavuotisesti ja miehistä jopa 85 % (53). Naisista 24 % (23) ja miehistä 15 % (9) vastasi kieltävästi.

Taulukko 5. Vastaajien jokavuotinen leirintämatkailuharrastuneisuus (%).

Ikäryhmä	Sukupuoli	Kyllä	Ei	Yhteensä
20 v tai alle		100 %		100 %
21-35 v		77 %	23 %	100 %
36-50 v		78 %	22 %	100 %
51-65 v		79 %	21 %	100 %
	Nainen	75 %	25 %	100 %
	Mies	87 %	13 %	100 %
yli 65 v		79 %	21 %	100 %
Kaikki yhteensä		80 %	20 %	100 %

Kohdassa seitsemän pyrittiin jatkokysymyksenä edelliseen kysymykseen selvittämään, oliko vastaajilla joku seuraavista leirintämatkailuun liittyvistä jäsenkorteista. Kysymykseen oli annettu valmiita vastausvaihtoehtoja neljä kappaletta. Vastausvaihtoehtoina olivat SF-Caravan, Camping Card Scandinavia/International, Autoliitto ja ”muu, mikä?”. Kysymykseen vastaamatta jättäminen tulkittiin niin, ettei vastaajalla ollut mitään leirintämatkailuun liittyvää jäsenkorttia. Tämä näkyy tuloksissa kohtana ”ei jäsenkorttia”. Kaikkiaan vastauksia saatiin 165 kappaletta, koska jotkut vastaajat olivat valinneet useamman kohdan. Vastaajista 42 % (69) ilmoitti omistavansa SF-Caravan -jäsenkortin ja lähes yhtä moni vastaajista ei omistanut mitään jäsenkorttia 36 % (60). Loput 24 % (36) vastaajista omisti Autoliiton kortin, Camping Card Scandinavia/International -jäsenkortin tai vastasi kohtaan ”muu, mikä?”. Tähän kohtaan vastaajat olivat kirjoittaneet ”AFC”, ”FVWA”, ”ACSI”, ”ADAC”, ”MLL” ja ”deutsch”. (Kuvio 6.)



Kuvio 6. Vastaajien leirintämatkailuun liittyvät jäsenkortit suhteellisin määrin (%).

8.6 Vastaajien leiriytyminen Siikarannassa

Seuraavalla kolmella kysymyksellä kartoitettiin vastaajien leiriytymiseen liittyviä tietoja. Tutkimuksen kahdeksannessa kysymyksessä kysyttiin, miten vastaaja leiriytyi Siikarannan leirintäalueella. Kysymykseen oli annettu seitsemän kappaletta valmiita vastausvaihtoehtoja. Vaihtoehdot olivat: kausipaikka, vaunupaikka, vaunupaikka sähköllä, leirintämökki 2 henkilöä, leirintämökki 4 henkilöä, saunamökki 4 - 6 henkilöä ja teltpaikka. Vähän alle puolet 48 % (75) kaikista vastaajista ilmoitti leiriytymismuodokseen vaunupaikan sähköllä. Seuraavaksi eniten oli 4-hengen leirintämökissä leiriytyviä 23 % (36) ja pelkällä vaunupaikalla leiriytyviä 11 % (18). Loput 18 % (29) majoittuivat 4 - 6-hengen saunamökissä, kausipaikalla, 2-hengen leirintämökissä tai teltassa. (Taulukko 6.)

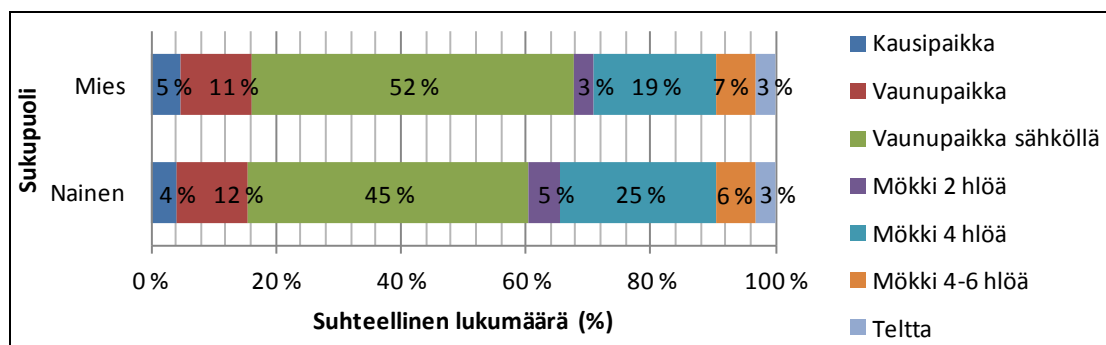
Taulukko 6. Vastaajien leiriytymismuoto Siikarannassa suhteellisin lukumäärin (%).

Ikäryhmä	Sukupuoli	Kausipaikka	Vaunupaikka	Vaunupaikka sähkö	Mökki 2	Mökki 4	Mökki 4-6	Teltoa	Yhteensä
20 v tai alle				29 %		42 %	29 %		100 %
21-35 v				9 %	18 %	36 %	14 %	23 %	100 %
36-50 v		5 %		49 %	3 %	32 %	11 %		100 %
51-65 v		6 %	17 %	57 %	2 %	16 %	2 %		100 %
	Nainen	8 %	17 %	47 %	3 %	22 %	3 %		100 %
	Mies	4 %	18 %	74 %		4 %			100 %
yli 65v		3 %	24 %	59 %	3 %	11 %			100 %
Kaikki yhteensä		5 %	11 %	48 %	4 %	23 %	6 %	3 %	100 %

Ikäluokittain vertailtuna löytyi enemmän eroavaisuuksia. Ikäluokassa 51 - 65-vuotiaat selkeä enemmistö 57 % (36) leiriytyi vaunupaikalla sähköllä. Seuraavina melkein tasoissa tulivat vaunupaikalla 17 % (11) ja 4-hengen mökissä 16 % (10) leiriytyneet. Loput kymmenen prosenttia (6) olivat kausipaikalla, 2-hengen tai 4 - 6-hengen mökeissä yöpyneet. Ikäluokkaan 36 - 50-vuotiaat kuului 49 % (18) sähkövaunupaikalla leiriytyneitä ja lähes kolmasosa 32 % (12) yöpyi 4-hengen leirintämökissä. Muut 19 % (7) leiriytyivät 4 - 6-hengen mökissä, kausipaikalla tai 2-hengen mökissä. Ikäluokassa yli 65-vuotiaat 59 % (17) vastaajista leiriytyi sähkövaunupaikalla ja toiseksi eniten oli pelkällä vaunupaikalla leiriytyneitä 24 % (7). Lisäksi 17 % (5) yöpyi 4-hengen mökissä, kausipaikalla tai 2-hengen mökissä. Muista ikäryhmistä poiketen 21 - 35-vuotiaiden enemmistö 68 % (15) yöpyi leirintämökeissä ja toiseksi eniten oli teltpaikalla leiriytyneitä 23 % (5). Tämä oli ainoa ikäluokka, josta edes löytyi teltpaikalla leiriytyneitä. Loput yhdeksän prosenttia (2) leiriytyivät sähkövaunupaikoilla. Nuorimmat vastaajat leiriytyivät 4-hengen leirintämökissä, sähkö-

vaunupaikalla ja 4 – 6-hengen saunamökissä. Aiemmin mainittuun suurimpaan vastaaja ryhmään, joka oli 51 - 65-vuotiaat naiset, kuului myös eniten sähkövaunupaikalla leiriytyviä 47 % (19). Leirintämökeissä heistä yöpyi 28 % (11). Loput 25 % (10) leiriytyivät pelkällä vaunupaikalla tai kausipaikalla. (Taulukko 6, s. 40.)

Sukupuolia vertailtaessa tulokset menivät melkein samalla tavalla. Naisista enemmistö 45 % (43) vastasi leiriytyvänsä vaunupaikalla sähköllä ja toiseksi eniten oli 4-hengen mökissä leiriytyviä 25 % (24). Pelkällä vaunupaikalla leiriytyi 12 % (11), 4 - 6-hengen saunamökissä kuusi prosenttia (6). Loput 12 % (12) majoittuivat 2-hengen leirintämökissä, kausipaikalla tai teltpaikalla. Miehistä yli puolet 52 % (32) leiriytyi vaunupaikalla sähköllä, 19 % (12) leiriytyi 4-hengen leirintämökissä ja 11 % (7) pelkällä vaunupaikalla. Muut 18 % (11) leiriytyivät 4 - 6-hengen saunamökissä, kausipaikalla, teltpaikalla tai 2-hengen leirintämökissä. (Kuvio 7.)



Kuvio 7. Vastaajien leiriytymismuoto Siikarannassa sukupuolittain.

Yhdeksännessä kysymyksessä tiedusteltiin, kuinka usein vastaaja leiriytyi Siikarannan leirintäalueella. Kysymykseen oli annettu valmiita vastausvaihtoehtoja neljä kappaletta. Vaihtoehdot olivat: joka vuosi, joka toinen vuosi, harvemmin ja ensimmäistä kertaa. Yli puolet 54 % (85) vastaajista ilmoitti leiriytyvänsä Siikarannan leirintäalueella ensimmäistä kertaa. Noin kolmannes 31 % (49) vastaajista kertoi leiriytyvänsä Siikarannassa joka vuosi. Loput 15 % (24) vastaajista leiriytyi Siikarannassa harvemmin tai joka toinen vuosi. (Taulukko 7, s. 42.)

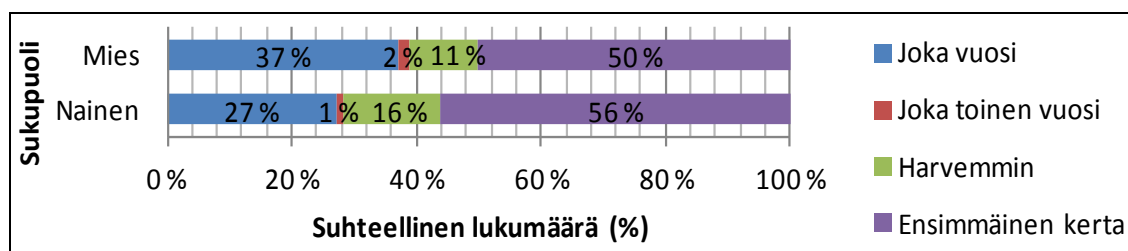
Vastaajia ikäluokittain vertailtaessa ilmeni samoja yhtäläisyyksiä, mutta myös eroja. Ikäluokka 51 - 65-vuotiaat muodostui selkeällä enemmistöllä ensimmäistä kertaa leiriytyvistä 51 % (32). Joka vuosi 25 % (16) ja harvemmin 22 % (14) leiriytyviä oli lähes saman verran. Lisäksi ikäluokkaan kuului kaksi prosenttia (1) joka toinen vuosi

Siikarannassa leiriytyviä. Ikäluokassa 36 - 50-vuotiaat oli eniten joka vuosi Siikarannassa leiriytyviä 51 % (19). Tämä oli ainoa ikäluokka, jossa ensimmäistä kertaa leiriytyvät ohitettiin. Ensimmäistä kertaa leiriytyi 46 % (17) ja harvemmin leiriytyneitä oli vain kolme prosenttia (1). Yli 65-vuotiaista vastaajista selkeä enemmistö 69 % (20) oli ensimmäistä kertaa leiriytyviä. Loput 31 % (9) leiriytyivät Siikarannassa joka vuosi, harvemmin tai joka toinen vuosi. Ikäluokkaan 21 - 35-vuotiaat kuului eniten ensimmäistä kertaa leiriytyviä 55 % (12). Heistä joka vuosi leiriytyi 27 % (6) ja harvemmin 18 % (4). Nuorimmista vastaajista 57 % (4) leiriytyi Siikarannassa ensimmäistä kertaa ja 43 % (3) joka vuosi. Aiemmin todettu suurin vastaajaryhmä, joka oli 51 - 65-vuotiaat naiset, jakautui kolmeen osaan. Tästä vastaajaryhmästä tasan puolet 50 % (20) leiriytyi Siikarannan leirintäalueella ensimmäistä kertaa. Harvemmin leiriytyviä oli 27 % (11) ja 23 % (9) leiriytyi joka vuosi. (Taulukko 7.)

Taulukko 7. Vastaajien leiriytymiskerrat Siikarannassa suhteellisin lukumäärin (%).

Ikäryhmä	Sukupuoli	Joka vuosi	Joka toinen vuosi	Harvemmin	Ensimmäinen kerta	Yhteensä
20 v tai alle		43 %			57 %	100 %
21-35 v		27 %		18 %	55 %	100 %
36-50 v		51 %		3 %	46 %	100 %
51-65 v		25 %	2 %	22 %	51 %	100 %
	Nainen	23 %		27 %	50 %	100 %
	Mies	31 %	4 %	13 %	52 %	100 %
yli 65 v		17 %	4 %	10 %	69 %	100 %
Kaikki yhteensä		31 %	1 %	14 %	54 %	100 %

Sukupuolen mukaan tuloksia katsottaessa järjestys meni aivan samaan malliin. Naisista 56 % (54) leiriytyi Siikarannassa ensimmäistä kertaa, 27 % (26) joka vuosi, 16 % (15) harvemmin ja yksi prosentti (1) joka toinen vuosi. Miehistä tasan puolet 50 % (31) leiriytyi Siikarannassa ensimmäistä kertaa ja 37 % (23) leiriytyi joka vuosi. Loput 13 % (8) leiriytyivät Siikarannassa harvemmin tai joka toinen vuosi. (Kuvio 8.)



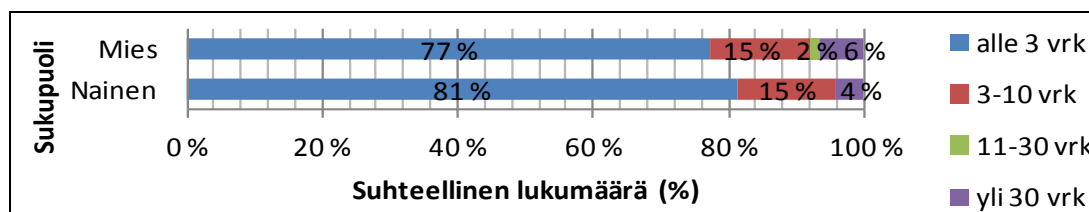
Kuvio 8. Vastaajien leiriytymiskerrat Siikarannassa sukupuolen mukaan.

Kyselylomakkeen kymmenennessä kysymyksessä kysyttiin, kuinka kauan vastaaja viipyi Siikarannassa. Valmiit vastausvaihtoehdot olivat: alle 3, 3 - 10, 11 - 30 ja yli 30 vuorokautta. Vastaajista 80 % (126) viipyi Siikarannassa alle 3 vuorokautta. Loput 20 % (32) viipyivät 3 - 10, yli 30 tai 11 - 30 vuorokautta. (Taulukko 8.)

Taulukko 8. Vastaajien viipymäaika Siikarannassa suhteellisin lukumäärin (%).

Ikäryhmä	Sukupuoli	alle 3 vrk	3-10 vrk	11-30 vrk	yli 30 vrk	Yhteensä
20 v tai alle		100 %				100 %
21-35 v		82 %	18 %			100 %
36-50 v		76 %	19 %		5 %	100 %
51-65 v		76 %	16 %		8 %	100 %
	Nainen	77 %	15 %		8 %	100 %
	Mies	74 %	17 %		9 %	100 %
yli 65 v		86 %	7 %	4 %	3 %	100 %
Kaikki yhteensä		80 %	14 %	1 %	5 %	100 %

Sukupuolia tarkasteltaessa erot näkyivät aivan yhtä selkeästi. Naisista jopa 81 % (78) viipyi leirinnässä alle 3 vuorokautta. Myös miehistä reilu enemmistö 77 % (48) viipyi Siikarannassa alle 3 vuorokautta. Naisista loput 19 % (18) viipyi alueella 3 - 10 tai yli 30 vuorokautta. Miehistä loput 23 % (14) viipyi leirinnässä 3 - 10, 11 - 30 tai yli 30 vuorokautta. Miesvastaajista kaksi prosenttia viipyi 11 - 30 vuorokautta. Ainoastaan miehet valitsivat myös kohdan 11 - 30 vuorokautta. (Kuvio 9.)



Kuvio 9. Vastaajien viipymäaika Siikarannassa sukupuolittain.

Vastaajia ikäluokittain tutkittaessa tarkentuivat erot. Ikäluokassa 51 - 65-vuotiaat 76 prosenttia (48) vastaajista viipyi Siikarannassa alle 3 vuorokautta. Loput 24 % (15) viipyi 3 - 10 tai yli 30 vuorokautta. Ikäluokassa 36 - 50 -vuotiaat myös 76 % (28) viipyi Siikarannassa alle 3 vuorokautta. Muut 24 % (9) viipyivät 3 - 10 tai yli 30 vuorokautta. Yli 65-vuotiaista vastaajista enemmistö 86 % (25) viipyi leirinnässä alle 3 vuorokautta. Muut 11 % (4) viipyivät 3 - 10, 11 - 30 tai yli 30 vuorokautta. Tämä oli ainoa ikäluokka, josta vastaajista löytyi myös 11 - 30 vuorokautta Siikarannan leirintäalueella viipyviä. Ikäluokka 21 - 35-vuotiaat jakautui kahtia. Isoin osa 82 % (18) viipyi Siikarannassa alle 3 vuorokautta ja vain 18 % (4) viipyi 3 - 10 vuorokautta.

Nuorimmista vastaajista kaikki viipyivät leirinnässä alle 3 vuorokautta. Suurin vastaajaryhmä, joka oli 51 - 65-vuotiaat naiset, jakautui taas kolmeen osaan. Selkeä enemmistö viiپی Siikarannan leirintäalueella alle 3 vuorokautta (77 %) ja 15 % viiپی 3 - 10 vuorokautta. Lisäksi 8 % kyseisestä vastaajaryhmästä viiپی leirintäalueella yli 30 vuorokautta. (Taulukko 8, s. 43.)

8.7 Matkan tarkoitus

Kysymyksessä 11 tiedusteltiin vastaajalta, mikä oli matkan tarkoitus. Valmiit vastausvaihtoehdot olivat: vapaa-ajan matka, työmatka, vierailu sukulaisen/ystävän luona, Yyteri BeachFutis, Pori Jazz ja ”muu, mikä?”. Kaikista kyselyyn vastanneista suurin osa 79 % (125) kertoi matkan tarkoituksen olevan vapaa-ajan matka ja 11 % (18) vastaajista valitsi kohdan ”muu, mikä?”. Tähän kohtaan vastaajat olivat kirjoittaneet ”Beach Volley -turnaus”, useamman kerran ”VW West Fest”, ”Porisphere”, ”lomailu”, ”jalkapalloturnaus”, useamman kerran ”Rauman SFC-treffit” ja ”kalastus”. Loput 10 % (15) ilmoittivat matkan tarkoitukseksi Pori Jazzin tai vierailun sukulaisen/ystävän luona. Kukaan ei valinnut matkan tarkoitukseksi työmatkaa eikä Yyteri BeachFutista. (Taulukko 9.)

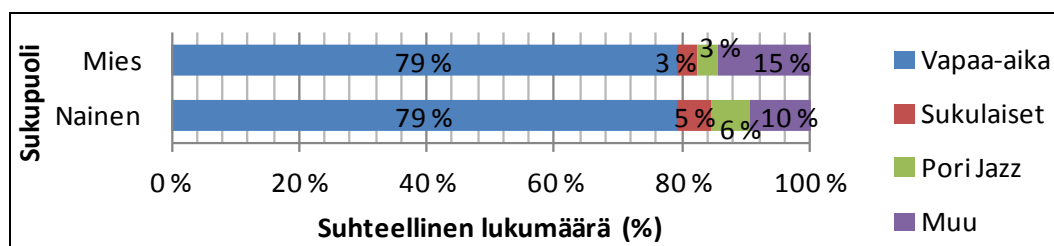
Taulukko 9. Vastaajien matkan tarkoitus suhteellisin lukumäärin (%).

Ikäryhmä	Sukupuoli	Vapaa-aika	Sukulaiset	Pori Jazz	Muu	Yhteensä
20 v tai alle		86 %			14 %	100 %
21-35 v		82 %	9 %		9 %	100 %
36-50 v		81 %	5 %	3 %	11 %	100 %
51-65 v		75 %	5 %	10 %	10 %	100 %
	Nainen	72 %	5 %	13 %	10 %	100 %
	Mies	83 %	4 %	4 %	9 %	100 %
yli 65 v		79 %		4 %	17 %	100 %
Kaikki yhteensä		79 %	5 %	5 %	11 %	100 %

Vastaajia ikäluokittain tutkittaessa kaikista ikäryhmistä löytyi eniten vapaa-ajan matkalaisia. Ainoastaan tarkentuivat erot Pori Jazziin osallistujien ja sukulaisen/ystävän luona vierailijoiden välillä. Ikäluokassa 51 - 65-vuotiaat 75 % (48) vastaajista oli vapaa-ajan matkalla. Loput 25 % (15) sisälsivät Pori Jazziin osallistuneet, ”muu, mikä?” tarkoituksella matkustaneet tai sukulaisen/ystävän luona vierailleet. Ikäluokassa 36 - 50-vuotiaat 81 % (30) ilmoitti matkan tarkoitukseksi vapaa-ajan matkan. Lisäksi 19 % (7) valitsi kohdan ”muu, mikä?”, vierailu sukulaisen/ystävän luona tai

Pori Jazz. Yli 65-vuotiaista vastaajista 79 prosentilla (23) matkan tarkoitus oli vapaa-ajan matka. Loput 21 % (6) valitsi kohdan ”muu, mikä?” tai Pori Jazz. Myös ikäluokassa 21 - 35-vuotiaat enemmistö 82 % (18) oli matkalla vapaa-ajan vuoksi. Muut 18 prosenttia (4) meni Pori Jazziin tai vieraili sukulaisen/ystävän luona. Nuorimmista vastaajista 86 % (6) oli liikkeellä vapaa-ajan matkalla ja loput 14 % (1) valitsi kohdan ”muu, mikä?”. Suurin vastaajaryhmä, joka oli 51 - 65-vuotiaat naiset, jakautui neljään osaan. Selkeä enemmistö valitsi matkan tarkoitukseksi vapaa-ajan matkan 72 % (29). Loput 28 % (11) ilmoittivat matkan tarkoitukseksi Pori Jazzin, kohdan ”muu, mikä?” tai vierailun sukulaisen/ystävän luona. (Taulukko 9, s. 44.)

Sukupuolten välillä erot olivat samassa linjassa. Naisista 79 prosentilla (76) oli matkan tarkoituksena vapaa-ajan matka. Loput 21 % (20) valitsi kohdan ”muu, mikä?”, osallistui Pori Jazziin tai vieraili sukulaisen/ystävän luona. Myös miehistä 79 prosentilla (49) oli matkan tarkoituksena vapaa-ajan matka. Loput 21 % (13) valitsivat kohdan ”muu, mikä?”, Pori Jazz tai vierailu sukulaisen/ystävän luona. (Kuvio 10.)



Kuvio 10. Vastaajien matkantarkoitus sukupuolen mukaan.

8.8 Vastaajien kolme tärkeintä syytä valita Siikaranta leiriytymispaikaksi

Kysymyksellä numero 12 haluttiin selvittää, mitkä olivat vastaajalle kolme tärkeintä syytä valita Siikaranta yöpymispaikaksi. Vastaajaa pyydettiin merkitsemään numeroilla yksi = tärkein, kaksi = toiseksi tärkein ja kolme = kolmanneksi tärkein syy valita Siikaranta yöpymispaikaksi. Valmiita vastausvaihtoehtoja oli annettu kymmenen: meren läheisyys, sijainti, hinta, siisteys, laadukas palvelu, viihtyisyys, suositukset, tapahtumat, ulkoilu- ja harrastusmahdollisuudet ja ”muu, mikä?”.

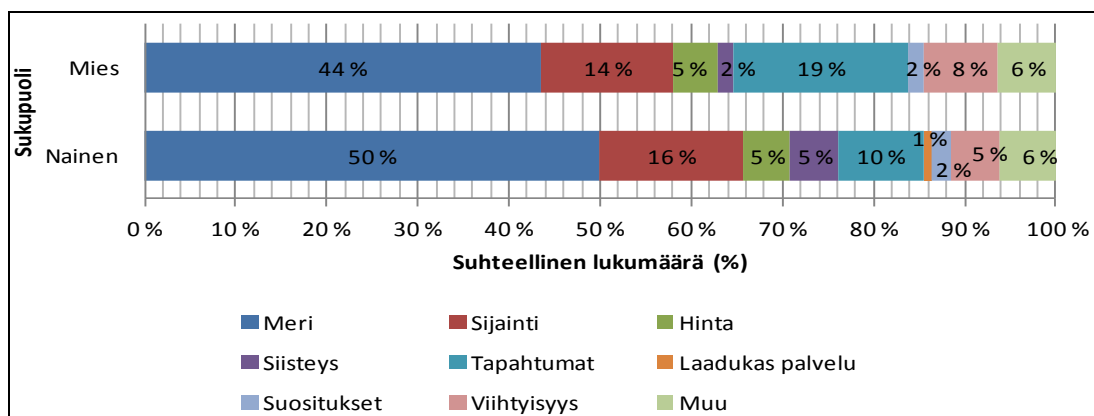
Tärkeimmäksi syyksi valita Siikaranta yöpymispaikaksi noin puolet vastaajista 48 % (75) ilmoitti meren läheisyyden. Sijainnin tärkeimmäksi syyksi valitsi 15 % (24) ja

tapahtumat 13 % (21) vastaajista. Loput 24 % (38) vastaajista ilmoittivat tärkeimmäksi syyksi hinnan, siisteyden, suositukset, laadukkaan palvelun, viihtyisyyden tai ”muu, mikä?” -syy. Tähän kohtaan vastaajat kirjoittivat ”rauhallisuus”, ohikulku-matka”, ”Yyteri täynnä”, ”sukujuuret isän puolelta”, ”Porin Farmarimessut”, ”SFC-tapahtuma”, ”VW West fest” ja ”karavaanaritreffit”. Ulkoilu- ja harrastusmahdollisuuksia ei todennut tärkeimmäksi syyksi kukaan. (Taulukko 10.)

Taulukko 10. Tärkein syy valita Siikaranta yöpymispaikaksi suhteellisin määrin (%).

Ikäryhmä	Sukupuoli	Meri	Sijainti	Hinta	Siisteys	Tapahtumat	Laadukas palvelu	Suosituks	Viihtyisyys	Muu	Yhteensä
20 v tai alle		42 %		29 %					29 %		100 %
21-35 v		27 %	36 %	9 %	9 %	5 %		9 %	5 %		100 %
36-50 v		51 %	11 %	5 %	3 %	14 %			5 %	11 %	100 %
51-65 v		57 %	13 %		3 %	14 %	2 %	2 %	6 %	3 %	100 %
	Nainen	57 %	15 %		5 %	7 %	3 %	3 %	5 %	5 %	100 %
	Mies	56 %	9 %			26 %			9 %		100 %
yli 65 v		38 %	14 %	7 %	3 %	21 %			3 %	14 %	100 %
Kaikki yhteensä		48 %	15 %	5 %	4 %	13 %	1 %	2 %	6 %	6 %	100 %

Sukupuolien mukaan vastauksia tutkittaessa voitiin todeta tuloksien olevan samansuuntaisia. Naisista tärkeimmäksi syyksi tasan puolet 50 % (48) valitsi meren läheisyyden ja miehistä 44 % (27). Eroja löytyi pienemmistä osuuksista. Naisista 16 % (15) laittoi tärkeimmäksi syyksi sijainnin ja kymmenen prosenttia (9) tapahtumat. Miehillä tilanne oli toisin päin. Miehistä 19 % (12) merkitti tärkeimmäksi syyksi tapahtumat ja 14 % (9) oli sijainnin kannalla. Ainoastaan naisvastaajista yksi prosentti (1) mainitsi tärkeimmäksi syyksi myös laadukkaan palvelun. (Kuvio 11.)



Kuvio 11. Tärkein syy valita Siikaranta yöpymispaikaksi sukupuolen mukaan.

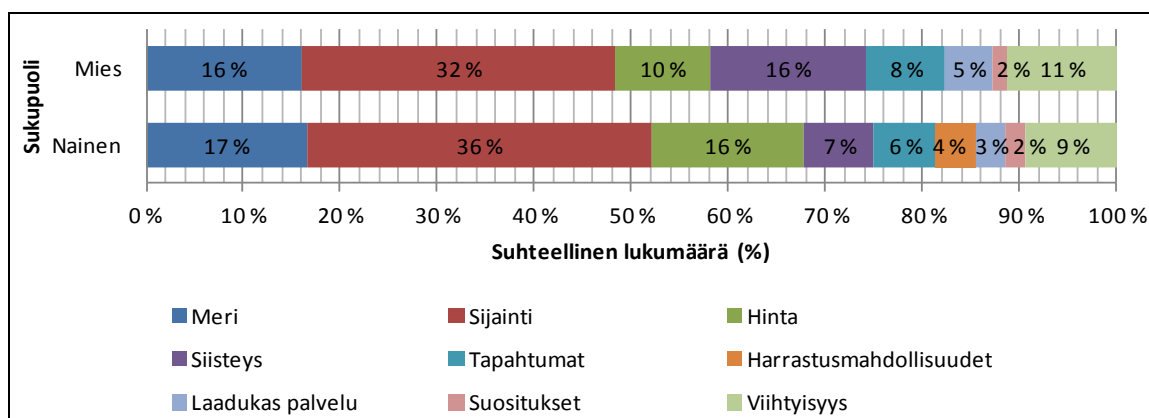
Ikäluokkia vertailtaessa toisiinsa näkyi, että meren läheisyys ei ollut kaikissa ikäluokissa tärkein syy valita Siikaranta yöpymispaikaksi. Ikäluokassa 51 - 65-vuotiaat selkeästi yli puolet 57 % (36) valitsi tärkeimmäksi syyksi meren läheisyyden. Tämä oli ainoa ikäluokka, jossa myös laadukas palvelu kahdella prosentilla (1) mainittiin tärkeimpänä syynä. Ikäluokassa 36 - 50-vuotiaat noin puolet 51 % (19) valitsi tärkeimmäksi syyksi meren läheisyyden. Yli 65-vuotiaista vastaajista reilu kolmannes 38 % (11) ilmoitti meren läheisyyden tärkeimpänä syynä. Huomattavan suuri osa valitsi tärkeimmäksi syyksi myös tapahtumat 21 % (6). Poiketen muista ikäluokista 21 - 35-vuotiaiden enemmistö 36 % (8) valitsi tärkeimmäksi syyksi sijainnin ja meren läheisyyden valitsi 27 % (6). Nuorimmilla vastaajilla tärkeimpiä syitä olivat meren läheisyys 42 % (3), hinta 29 % (2) ja viihtyisyys 29 % (2). Suurimmassa vastaajaryhmässä, joka oli 51 - 65-vuotiaat naiset, yli puolet 57 % (23) valitsi tärkeimmäksi syyksi meren läheisyyden. Muita tärkeimmäksi syyksi mainittuja 43 prosentilla (17) olivat sijainti, tapahtumat, viihtyisyys, siisteys, ”muu, mikä?”, laadukas palvelu ja suositukset. Tämä oli ainoa vastaajaryhmä, jossa laadukas palvelu mainittiin tärkeimpänä syynä. (Taulukko 10, s. 46.)

Toiseksi tärkeimmäksi syyksi valita Siikaranta yöpymispaikaksi nousi sijainti 34 prosentilla (54) äänistä. Toiseksi tärkeimmäksi syyksi valittiin myös meren läheisyys 16 % (24), hinta 13 % (21), siisteys 11 % (17) ja viihtyisyys 10 % (16). Loput 16 % (24) maininnoista saivat tapahtumat, laadukas palvelu, ulkoilu- ja harrastusmahdollisuudet sekä suositukset. Kukaan ei valinnut kohtaa ”muu, mikä?”. (Taulukko 11.)

Taulukko 11. Toiseksi tärkein syy valita Siikaranta yöpymispaikaksi (%).

Ikäryhmä	Sukupuoli	Meri	Sijainti	Hinta	Siisteys	Tapahtumat	U&H-mahdollisuudet	Laadukas palvelu	Suosituks	Viihtyisyys	Yhteensä
20 v tai alle			57 %	14 %		29 %					100 %
21-35 v		14 %	27 %	22 %	9 %		5 %	9 %		14 %	100 %
36-50 v		11 %	48 %	14 %	8 %			5 %		14 %	100 %
51-65 v		20 %	27 %	13 %	17 %	3 %	5 %		2 %	13 %	100 %
	Nainen	17 %	28 %	12 %	10 %	5 %	8 %		3 %	17 %	100 %
	Mies	26 %	26 %	13 %	31 %					4 %	100 %
yli 65 v		21 %	31 %	7 %	3 %	24 %		7 %	7 %		100 %
Kaikki yhteensä		16 %	34 %	13 %	11 %	7 %	3 %	4 %	2 %	10 %	100 %

Sukupuolien välillä vastauksia tutkittaessa voitiin nähdä, että toiseksi tärkein syy pysyi samana. Naisista toiseksi tärkeimmäksi syyksi kolmannes 36 % (34) valitsi sijainnin kuten myös miehistä 32 % (20). Erot näkyivät muissa osuuksissa. Naisista 17 prosenttia (16) laitto toiseksi tärkeimmäksi syyksi meren läheisyyden ja hinta tuli perässä 16 prosentilla (15). Miehillä järjestys oli erilainen. Miehistä 16 % (10) merkitsi toiseksi tärkeimmäksi syyksi siisteyden, myös 16 % (10) oli meren läheisyyden kannalla. Ainoastaan naisvastaajista neljä prosenttia (4) mainitsi toiseksi tärkeimmäksi syyksi myös ulkoilu- ja harrastusmahdollisuudet. (Kuvio 12.)



Kuvio 12. Toiseksi tärkein syy valita Siikaranta yöpymispaikaksi sukupuolittain.

Ikäluokkia vertailtaessa toisiinsa näkyi, että sijainti oli kaikilla ikäryhmillä toiseksi tärkein syy valita Siikaranta yöpymispaikaksi. Ainoastaan vanhimmissa ikäluokissa mainittiin myös toiseksi tärkeimmäksi syyksi suositukset. Ikäluokassa 51 - 65-vuotiaat 27 % (17) valitsi tärkeimmäksi syyksi sijainnin ja kaksi prosenttia (1) mainitsi suositukset. Yli 65-vuotiaista vastaajista noin kolmannes 31 % (9) ilmoitti sijainnin toiseksi tärkeimpänä syynä ja suositukset seitsemän prosenttia (2). Aiemmin tuloksissa todetussa suurimmassa vastaajaryhmässä, joka oli 51 - 65-vuotiaat naiset, noin 28 % (11) valitsi toiseksi tärkeimmäksi syyksi sijainnin. Muita toiseksi tärkeimmäksi syyksi mainittuja olivat viihtyisyys 17 % (7), meren läheisyys 17 % (7), hinta 12 % (5) ja siisteys kymmenellä prosentilla (4). Loput 16 % (6) valitsi ulkoilu- ja harrastusmahdollisuudet, tapahtumat tai suositukset. (Taulukko 11, s. 47.)

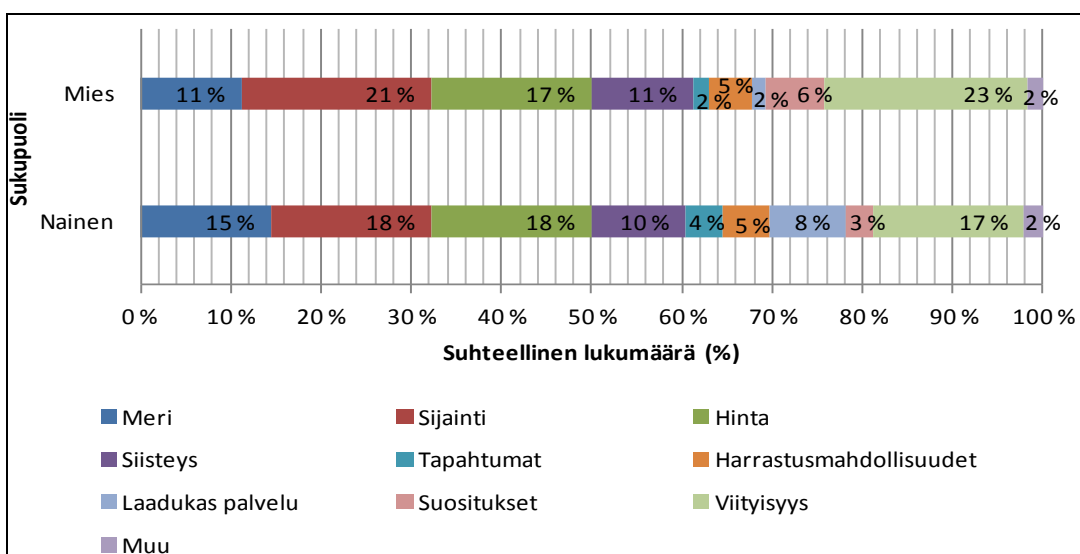
Kolmanneksi tärkein syy valita Siikaranta yöpymispaikaksi sai hajanaissimman tuloksen, jolloin myös kaikki syyt esiintyivät tuloksissa tasaisesti. Kolmanneksi tärkein syy tasatuloksin oli viihtyisyys 19 % (30) sekä sijainti 19 % (30). Aivan perässä tuli hinta 18 % (28). Muita kolmanneksi valittuja syitä olivat meren läheisyys 13 % (21),

siisteys 11 % (17) ja laadukas palvelu kuudella prosentilla (9). Loput 14 % (23) mainnosta tuli kohtiin ulkoilu- ja harrastusmahdollisuudet, suositukset, tapahtumat tai ”muu, mikä?”. Tähän kohtaan vastaajat kirjoittivat ”ei tuttu ennestään”, ”VW-treffit” ja ”uusi paikka”. (Taulukko 12.)

Taulukko 12. Kolmanneksi tärkein syy valita Siikaranta yöpymispaikaksi (%).

Ikäryhmä	Sukupuoli	Meri	Sijainti	Hinta	Siisteys	Tapahtumat	U&H-mahdollisuudet	Laadukas palvelu	Suosituks	Viihtyisyys	Muu	Yhteensä
20 v tai alle			43 %	57 %								100 %
21-35 v		36 %	9 %	23 %	5 %	5 %		13 %		9 %		100 %
36-50 v		11 %	19 %	25 %	11 %		8 %	5 %	5 %	16 %		100 %
51-65 v		8 %	19 %	13 %	14 %	5 %	6 %	6 %	5 %	21 %	3 %	100 %
	Nainen	10 %	17 %	12 %	18 %	7 %	5 %	10 %	3 %	15 %	3 %	100 %
	Mies	4 %	22 %	13 %	9 %		9 %		9 %	30 %	4 %	100 %
yli 65 v		14 %	21 %	7 %	11 %	3 %	3 %		7 %	31 %	3 %	100 %
Kaikki yhteensä		13 %	19 %	18 %	11 %	3 %	5 %	6 %	4 %	19 %	2 %	100 %

Eri sukupuolten vastauksissa ilmeni, ettei kolmanneksi tärkein syy ollut sama sekä miehillä että naisilla. Naisilla kolmanneksi tärkeimmäksi syyksi nousivat tasatuloksin hinta 18 % (17) ja sijainti 18 % (17). Miehistä pieni enemmistö 23 % (14) valitsi kolmanneksi tärkeimmäksi syyksi viihtyisyyden ja 21 % (13) sijainnin. (Kuvio 13.)

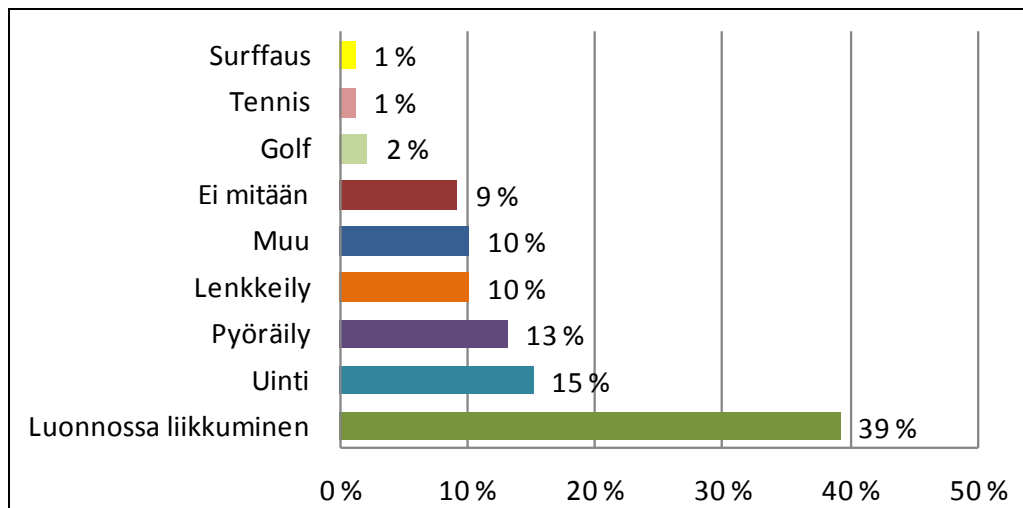


Kuvio 13. Kolmanneksi tärkein syy valita Siikaranta yöpymispaikaksi sukupuolen mukaan.

Ikäluokkia vertailtaessa toisiinsa näkyi, että kolmanneksi tärkein syy valita Siikaranta yöpymispaikaksi vaihtui melkein jokaisessa ikäluokassa. Hajontaa oli paljon. Ikäluokassa 51 - 65-vuotiaat hajonta vastauksissa oli suurin. Niukasti kolmanneksi tärkeimmäksi syyksi ilmeni viihtyisyys 21 % (13). Ikäluokassa 36 - 50-vuotiaat neljäsosa 25 % (9) merkitsi kolmanneksi tärkeimmäksi syyksi hinnan. Yli 65-vuotiaista vastaajista vajaa kolmannes 31 % (9) ilmoitti viihtyisyyden kolmanneksi tärkeimpänä syynä. Enemmistö 21 - 35-vuotiaista valitsi kolmanneksi tärkeimmäksi syyksi meren läheisyyden 36 % (8). Nuorimmat pitivät kolmanneksi tärkeimpänä hintaa tai sijaintia. Suurimmassa vastaajaryhmässä, joka oli 51 - 65-vuotiaat naiset, tulokset olivat erittäin tasaisia. Kolmanneksi tärkeimmäksi syyksi ilmeni niukasti siisteys 18 % (7) ja aivan perässä tulivat sijainti, viihtyisyys sekä hinta. (Taulukko 12, s. 49.)

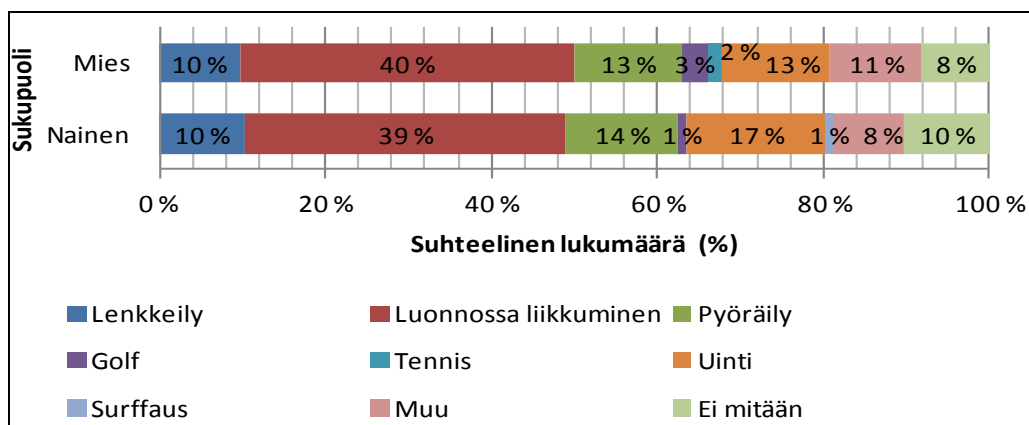
8.9 Vastaajien harrastuneisuus lähiympäristössä

Kysymyksellä numero 13 selvitettiin vastaajan harrastuneisuutta Siikarannan lähialueilla, Porin alueella. Valmiita vastausvaihtoehtoja oli yhdeksän: lenkkeily, pyöräily, ratsastus, tennis, uinti, luonnossa liikkuminen, golf ja surffaus ja lisäksi valittavana oli kohta ”muuta, mitä?”. Kohtaan vastaamatta jättäminen tulkittiin kohdaksi ”ei mitään”. Kaikista kyselyyn vastanneista suurin osa 39 % (62) kertoi harrastavansa leiriytymisensä aikana luonnossa liikkumista, 15 % (24) uintia, 13 % (21) pyöräilyä, kymmenen prosenttia (16) lenkkeilyä ja kymmenen prosenttia (15) valitsi kohdan ”muu, mikä?”. Tähän kohtaan vastaajat olivat kirjoittaneet ”kalastus”, ”Beach volley”, ”ostosmatkailu”, ”museot”, ”frisbeegolf”, ”kirkot, maisemat, kylät”, ”lomailu”, ”shoppailu”, ”west fest”, ”sukulaisissa”, ”oleilu”, ” treffit” ja ”kävely Reposaaressa & Porissa keskustassa ja niiden valokuvaus”. Loput 13 % (20) vastaajista harrastivat golfia, tennistä, surffausta tai ei harrastanut ratsastusta tai mitään erikoista Siikarannassa leiriytymisaikanaan mitään erikoista. (Kuvio 14, s. 51.)



Kuvio 14. Vastaajien harrastuneisuus lähiympäristössä suhteellisin lukumäärin (%).

Kun asiakkaiden harrastuneisuutta tarkasteltiin sukupuolen mukaan, voitiin todeta, että naisilla ja miehillä löytyi eroja vain kahden harrastuksen kohdalla. Enemmistö niin naisista 39 % (37) kuin miehistäkin 40 % (25) harrasti luonnossa liikkumista. Naiset harrastivat enemmän uintia 17 % (16) kuin miehet 13 % (8). Ainoastaan miehistä kaksi prosenttia (1) ilmoitti harrastavansa myös tennistä ja naisista vain yksi prosentti (1) kertoi harrastavansa surffausta. (Kuvio 15.)



Kuvio 15. Vastaajien harrastuneisuus lähiympäristössä sukupuolen mukaan.

8.10 Vastaajien arviot leirintäalueen palveluiden laatuun liittyvistä yleisistä seikoista

Kysymyksessä 14 pyydettiin vastaajaa arvioimaan palveluiden laatuun liittyviä yleisiä seikkoja. Arvioitavina kohtina olivat leirintäalueen sijainti, leirintäalueen siisteys, leirintäalueen turvallisuus, leirintäalueen aukioloaika, leirintäalueen viihtyisyys, hinta-laatusuhde ja palvelujen saatavuus. Vastaajalle annettiin valmis vastausvaihtoehto-

toasteikko: viisi (erittäin hyvä), neljä (hyvä), kolme (tydyttävä), kaksi (välttävä), yksi (huono) ja ”X” (en osaa sanoa).

Leirintäalueen sijaintiin saatiin kaikkien vastauksien keskiarvosanana 4,25. Voitiin todeta, että vastaajat olivat leirintäalueen sijaintiin tyytyväisiä. Kaikista vastaajista 37 prosenttia (58) oli sitä mieltä, että leirintäalueen sijainti oli erittäin hyvä, enemmistö 51 % (81) piti sijaintia hyvänä, 9 % (15) tyydyttävänä, yksi prosentti (1) huonona ja kaksi prosenttia (3) vastaajista ei osannut sanoa. Välttäviä arvosanoja ei annettu. Kun asiakkaiden tyytyväisyyttä sijaintiin tarkasteltiin sukupuolen mukaan, voitiin todeta, että miehet olivat hieman tyytyväisempiä kuin naiset. Miehistä 90 % antoi suhteellisesti enemmän erittäin hyviä tai hyviä arvosanoja kuin naiset 86 %. Ainoastaan naisista yksi prosentti arvioi sijainnin myös huonoksi. (Taulukko 13.)

Taulukko 13. Vastaajien arviot leirintäalueen sijainnista suhteellisin lukumäärin (%).

Sukupuoli	Erittäin hyvä	Hyvä	Tydyttävä	Huono	Ei osaa sanoa	Yhteensä
Nainen	34 %	52 %	11 %	1 %	2 %	100 %
Mies	40 %	50 %	8 %		2 %	100 %
Kaikki yhteensä	37 %	51 %	9 %	1 %	2 %	100 %

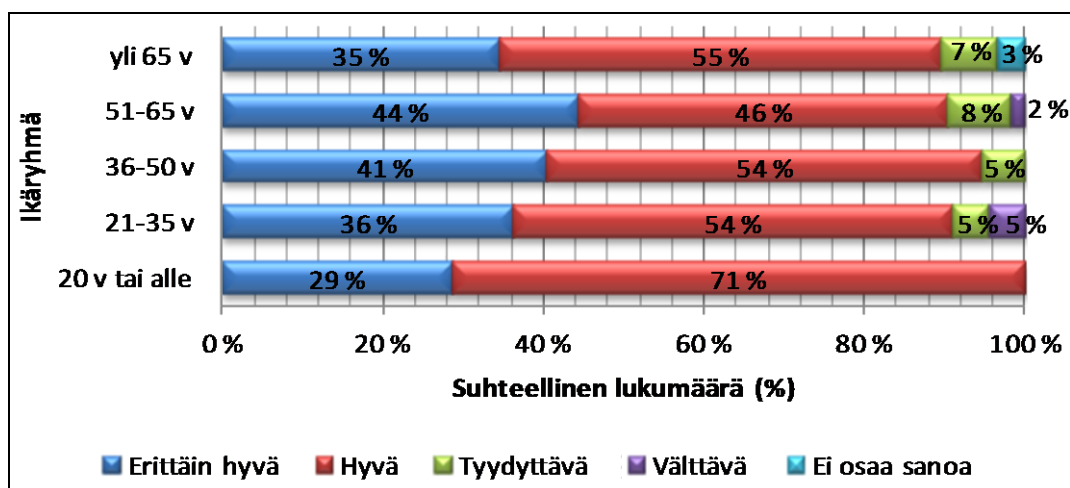
Leirintäalueen siisteyteen saatiin kaikkien vastauksien keskiarvosanana 4,31. Voitiin todeta, että vastaajat kokivat leirintäalueen yleisen siisteyden hyvänä. Kaikista vastaajista 92 % (145) oli sitä mieltä, että leirintäalueen siisteys oli erittäin hyvä tai hyvänä. Loput kahdeksan prosenttia (13) antoivat arvosanan tyydyttävä, välttävä tai eivät osanneet sanoa. Kukaan ei valinnut kohtaa ”huono”. Kun asiakkaiden tyytyväisyyttä leirintäalueen siisteyteen tarkasteltiin sukupuolen mukaan, voitiin todeta, että miehet olivat tyytyväisempiä kuin naiset. Naisista 89 % arvioi siisteyden erittäin hyväksi tai hyväksi ja miehistä 97 %. Ainoastaan naisista kolme prosenttia arvioi siisteyden myös välttäväksi tai ei osannut sanoa. (Taulukko 14.)

Taulukko 14. Vastaajien arviot leirintäalueen siisteydestä suhteellisin määrin (%).

Sukupuoli	Erittäin hyvä	Hyvä	Tydyttävä	Välttävä	Ei osaa sanoa	Yhteensä
Nainen	41 %	48 %	8 %	2 %	1 %	100 %
Mies	39 %	58 %	3 %			100 %
Kaikki yhteensä	40 %	52 %	6 %	1 %	1 %	100 %

Kun tyytyväisyyttä siisteyteen tarkasteltiin ikäryhmittäin, voitiin todeta, että eniten erittäin hyviä arvosanoja antoivat 51 - 65-vuotiaat. Heistä 44 % arvioi siisteyden erit-

täin hyväksi ja 46 % hyväksi. Loput kymmenen prosenttia arvioivat siisteyden tyydyttäväksi tai välttäväksi. Toiseksi eniten erittäin hyviä arvosanoja antoivat 36 - 50-vuotiaat. Heistä 41 % arvioi siisteyden erittäin hyväksi. Kolmanneksi eniten erittäin hyviä arvosanoja antoivat 21 - 35-vuotiaat. Heistä 36 % arvioi siisteyden erittäin hyväksi. Yli 65-vuotiaista 35 % arvioi siisteyden erittäin hyväksi. Tämä oli ainoa ikäryhmä, jossa kolme prosenttia valitsi myös kohdan ”en osaa sanoa”. Nuorimmat vastaajat antoivat vain erittäin hyviä tai hyviä arvosanoja. (Kuvio 16.)



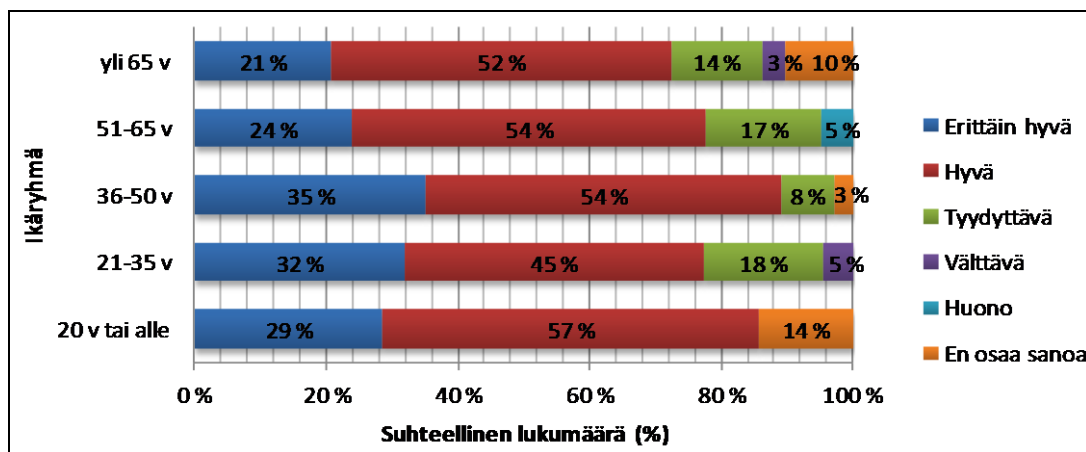
Kuvio 16. Vastaajien arviot leirintäalueen siisteydestä ikäryhmittäin.

Leirintäalueen turvallisuuteen saatiin kaikkien vastausten keskiarvosanana 4,05. Voitiin todeta, että vastaajat pitivät leirintäalueen turvallisuutta hyvänä. Kaikista vastaajista 27 % (43) oli sitä mieltä, että leirintäalueen turvallisuus oli erittäin hyvä, enemmistö 53 % (83) piti turvallisuutta hyvänä, 14 % (22) tyydyttävänä, yksi prosentti (2) välttävänä, kaksi prosenttia (3) huonona ja kolme prosenttia (5) vastaajista ei osannut sanoa. Kun asiakkaiden tyytyväisyyttä leirintäalueen turvallisuuteen tarkasteltiin sukupuolen mukaan, voitiin todeta, että naiset ja miehet olivat lähes yhtä tyytyväisiä. Ainoastaan naisista kaksi prosenttia arvioi turvallisuuden myös välttäväksi. (Taulukko 15.)

Taulukko 15. Vastaajien arviot leirintäalueen turvallisuudesta (%).

Sukupuoli	Erittäin hyvä	Hyvä	Tyytyväinen	Välttävä	Huono	Ei osaa sanoa	Yhteensä
Nainen	26 %	54 %	16 %	2 %	1 %	1 %	100 %
Mies	29 %	50 %	11 %	0 %	3 %	7 %	100 %
Kaikki yhteensä	27 %	53 %	14 %	1 %	2 %	3 %	100 %

Kun tyytyväisyyttä leirintäalueen turvallisuuteen tarkasteltiin ikäryhmittäin, voitiin todeta, että leirintäalueen turvallisuutta parhaimpana pitivät 36 - 50-vuotiaat. Heistä 89 % arvio turvallisuuden erittäin hyväksi tai hyväksi, kahdeksan prosenttia tyydyttäväksi ja kolme prosenttia ei osannut sanoa. Eniten tyydyttäviä ja välttäviä arvosanoja antoivat 21 - 35-vuotiaat. Heistä 23 % arvioi turvallisuuden tyydyttäväksi tai välttäväksi. Ikäryhmistä 51 - 65-vuotiaat oli ainoa, jossa arvosanaksi annettiin myös huono. Heistä 78 % arvioi turvallisuuden erittäin hyväksi tai hyväksi, 17 % tyydyttäväksi ja viisi prosenttia huonoksi. Yli 65-vuotiaat olivat toinen ikäryhmä, jossa annettiin myös välttäviä arvosanoja kolme prosenttia. Kuitenkin eniten annettiin erittäin hyviä tai hyviä arvosanoja 73 %. (Kuvio 17.)



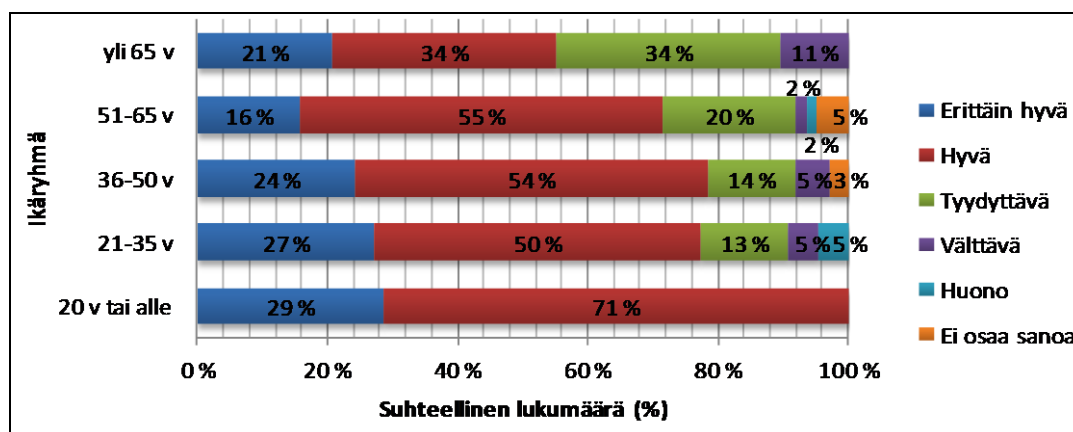
Kuvio 17. Vastaajien arviot leirintäalueen turvallisuuteen ikäryhmittäin.

Leirintäalueen aukioloaikaan saatiin kaikkien vastauksien keskiarvosanana 3,88. Voitiin todeta, että vastaajat olivat leirintäalueen aukioloaikaan kohtalaisen tyytyväisiä. Kaikista vastaajista 21 % (33) oli sitä mieltä, että leirintäalueen aukioloaika oli erittäin hyvä ja enemmistö 51 % (81) piti aukioloaikaa hyvänä. Loput 28 % (44) antoivat arvosanan tyydyttävä, välttävä, huono tai eivät osanneet sanoa. Kun asiakkaiden tyytyväisyyttä leirintäalueen aukioloaikaan tarkasteltiin sukupuolen mukaan, voitiin todeta, että naiset olivat tyytyväisempiä kuin miehet. Naisista 75 % arvioi aukioloajan erittäin hyväksi tai hyväksi, kun taas miehistä 68 %. Naisista 25 % ja miehistä 32 % arvioi aukioloajan tyydyttäväksi, välttäväksi tai huonoksi. (Taulukko 16.)

Taulukko 16. Vastaajien arviot leirintäalueen aukioloajasta suhteellisin määrin (%).

Sukupuoli	Erittäin hyvä	Hyvä	Tyydyttävä	Välttävä	Huono	Ei osaa sanoa	Yhteensä
Nainen	24%	51%	18%	5%	1%	1%	100%
Mies	16%	52%	22%	3%	2%	5%	100%
Kaikki yhteensä	21%	51%	20%	4%	1%	3%	100%

Kun tyytyväisyyttä leirintäalueen aukioloaikaan tarkasteltiin ikäryhmittäin, voitiin todeta, että aukioloaikoja parhaimpina pitivät 20-vuotiaat tai sitä nuoremmat. Heistä kaikki arvioivat aukioloajat erittäin hyväksi tai hyväksi. Toiseksi tyytyväisimpiä olivat 36 - 50-vuotiaat. Heistä 78 % arvioi aukioloajan erittäin hyväksi tai hyväksi, 14 prosenttia tyydyttäväksi, viisi prosenttia välttäväksi ja kolme prosenttia ei osannut sanoa. Ikäryhmässä 51 - 65-vuotiaat 71 % arvioi aukioloajan erittäin hyväksi tai hyväksi. Muihin ikäryhmiin verrattuna tässä ikäryhmässä annettiin eniten ”en osaa sanoa”-vastauksia viisi prosenttia. Suhteellisesti eniten tyydyttäviä ja välttäviä arvosanoja antoivat yli 65 -vuotiaat. Heistä 55 % arvioi aukioloajan erittäin hyväksi tai hyväksi ja 45 % tyydyttäväksi tai välttäväksi. Suhteellisesti eniten huonoja arvosanoja antoivat 21 - 35-vuotiaat. Kuitenkin heistä 77 % arvioi aukioloajan erittäin hyväksi tai hyväksi. (Kuvio 18.)



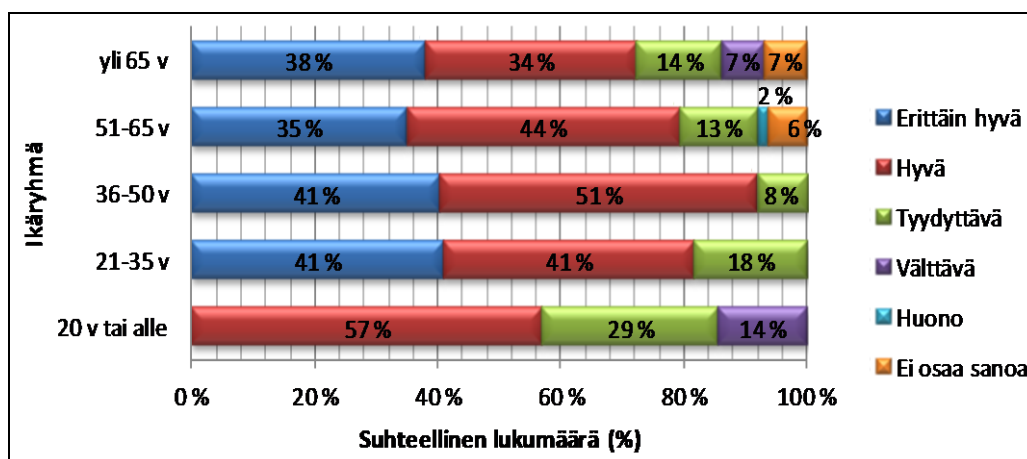
Kuvio 18. Vastaajien arviot leirintäalueen aukioloajasta ikäryhmittäin.

Leirintäalueen viihtyisyyteen saatiin kaikkien vastauksien keskiarvosanana 4,17. Voitiin todeta, että vastaajat pitivät leirintäaluetta hyvin viihtyisänä. Kaikista vastaajista 36 % (57) oli sitä mieltä, että leirintäalueen viihtyisyys oli erittäin hyvä ja enemmistö 44 % (70) piti viihtyisyyttä hyvänä. Muut 20 % (31) pitivät viihtyisyyttä tyydyttävänä, välttävänä, huonona tai eivät osanneet sanoa. Kun asiakkaiden tyytyväisyyttä leirintäalueen viihtyisyyteen tarkasteltiin sukupuolen mukaan, voitiin todeta, että miehet olivat hieman tyytyväisempiä kuin naiset. Miehistä 82 % arvioi viihtyisyyden erittäin hyväksi tai hyväksi, kun taas naisista 79 %. Ainoastaan naisista yksi prosentti arvioi viihtyisyyden myös huonoksi. (Taulukko 17, s. 56.)

Taulukko 17. Vastaajien arviot leirintäalueen viihtyisyydestä suhteellisin määrin (%).

Sukupuoli	Erittäin hyvä	Hyvä	Tyydyttävä	Välttävä	Huono	Ei osaa sanoa	Yhteensä
Nainen	35 %	44 %	14 %	2 %	1 %	4 %	100 %
Miehet	37 %	45 %	13 %	2 %		3 %	100 %
Kaikki yhteensä	36 %	44 %	13 %	2 %	1 %	4 %	100 %

Kun tyytyväisyyttä viihtyisyyteen tarkasteltiin ikäryhmittäin, voitiin todeta, että viihtyisyyteen tyytyväisimpiä olivat 36 - 50-vuotiaat. Heistä jopa 92 % arvioi viihtyisyyden erittäin hyväksi tai hyväksi. Toiseksi tyytyväisimpiä olivat 21 - 35-vuotiaat. Heistä 82 % arvioi viihtyisyyden erittäin hyväksi. Ainoastaan 51 - 65-vuotiaat antoivat arvosanaksi myös huonon. Heistä 79 % arvioi viihtyisyyden erittäin hyväksi tai hyväksi, 13 % tyydyttäväksi, kaksi prosenttia huonoksi ja kuusi prosenttia ei osannut sanoa. Tyytymättömmimpiä viihtyisyyteen olivat yli 65-vuotiaat ja 20-vuotiaat tai sitä nuoremmat. Yli 65-vuotiaat ja 20-vuotiaat tai alle olivat ainoat ikäryhmät joissa annettiin myös välttäviä arvosanoja. (Kuvio 19.)



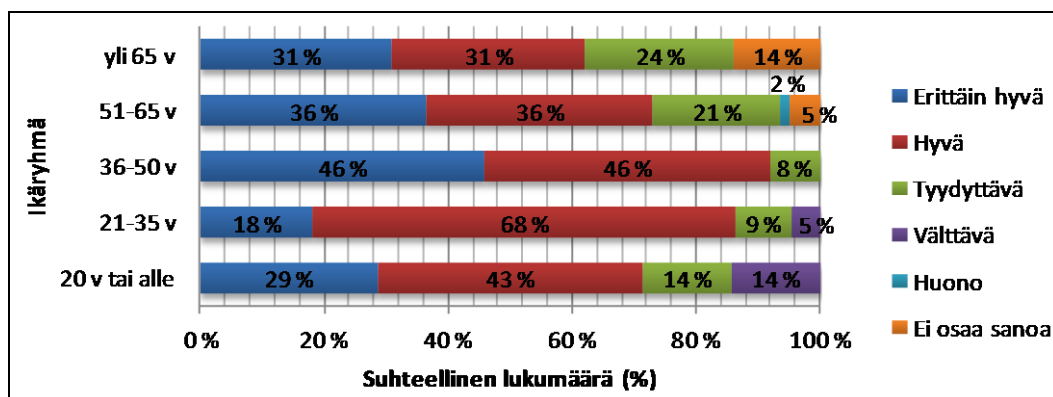
Kuvio 19. Vastaajien arviot leirintäalueen viihtyisyydestä ikäryhmittäin.

Hinta-laatusuhteeseen saatiin kaikkien vastauksien keskiarvosanana 4,14. Voitiin todeta, että vastaajat kokivat saaneensa rahoillensa hyvin vastinetta. Kaikista vastaajista 35 % (55) oli sitä mieltä, että hinta-laatusuhde oli erittäin hyvä ja enemmistö 42 % (67) piti hinta-laatusuhdetta hyvänä. Loput 23 % valitsivat kohdan tyydyttävä, välttävä, huono tai ei osaa sanoa. Kun asiakkaiden tyytyväisyyttä hinta-laatusuhteeseen tarkasteltiin sukupuolen mukaan, voitiin todeta, että naiset ja miehet olivat lähes yhtä tyytyväisiä. Naisista 80 % arvioi hinta-laatusuhteen erittäin hyväksi tai hyväksi, miehistä 74 %. Kuitenkin ainoastaan naisista kolme prosenttia arvioi hinta-laatusuhteen myös välttäväksi tai huonoksi. (Taulukko 18, s. 57.)

Taulukko 18. Vastaajien arviot leirintäalueen hinta-laatusuhteeseen (%).

Sukupuoli	Erittäin hyvä	Hyvä	Tyydyttävä	Välttävä	Huono	Ei osaa sanoa	Yhteensä
Nainen	39 %	41 %	14 %	2 %	1 %	3 %	100 %
Mies	29 %	45 %	19 %			7 %	100 %
Kaikki yhteensä	35 %	42 %	17 %	1 %	1 %	4 %	100 %

Kun tyytyväisyyttä hinta-laatusuhteeseen tarkasteltiin ikäryhmittäin, voitiin todeta, että hinta-laatusuhdetta parhaimpana pitivät 36 - 50-vuotiaat. Heistä 92 % arvioi hinta-laatusuhteen erittäin hyväksi tai hyväksi ja kahdeksan prosenttia tyydyttäväksi. Suhteellisesti eniten hyviä arvosanoja antoivat 21 - 35-vuotiaat. Heistä 68 % arvioi hinta-laatusuhteen hyväksi ja loput 32 % erittäin hyväksi, tyydyttäväksi tai välttäväksi. Ainoat välttävät arviot antoivat 21 - 35-vuotiaat sekä nuorimmat vastaajat. Eniten tyydyttäviä arvosanoja antoivat yli 65-vuotiaat. Heistä 31 % arvioi hinta-laatusuhteen erittäin hyväksi, 31 % hyväksi, 24 % tyydyttäväksi ja 14 % ei osannut sanoa. Ikäryhmässä 51 - 65-vuotiaat 72 % arvioi hinta-laatusuhteen erittäin hyväksi tai hyväksi. Tämä oli ainoa ikäryhmä, jossa annettiin myös arvosana huono. (Kuvio 20.)



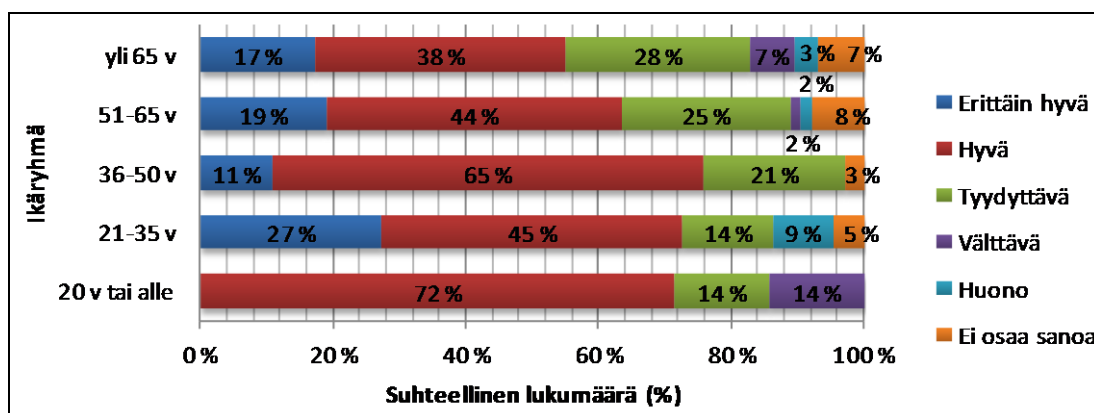
Kuvio 20. Vastaajien arviot leirintäalueen hinta-laatusuhteeseen ikäryhmittäin.

Palvelujen saatavuuteen saatiin kaikkien vastauksien keskiarvosanana 3,81. Voitiin todeta, että vastaajat olivat kohtalaisen tyytyväisiä leirintäalueen palvelujen saatavuuteen. Kaikista vastaajista enemmistö 49 % (78) piti palvelujen saatavuutta hyvänä ja 23 % (36) tyydyttävänä. Loput 28 % (41) vastaajista antoivat arvosanan erittäin hyvä, välttävä, huono tai eivät osanneet sanoa. Kun asiakkaiden tyytyväisyyttä palvelujen saatavuuteen tarkasteltiin sukupuolen mukaan, voitiin todeta, että naiset ja miehet olivat melkein yhtä tyytyväisiä. Naisista 67 % arvioi saatavuuden erittäin hyväksi tai hyväksi, miehistä 66 %. Ainostaan naisista neljä prosenttia arvioi saatavuuden myös huonoksi ja miehistä ei kukaan. (Taulukko 19, s. 58.)

Taulukko 19. Vastaajien arviot leirintäalueen palvelujen saatavuudesta (%).

Sukupuoli	Erittäin hyvä	Hyvä	Tyydyttävä	Välttävä	Huono	Ei osaa sanoa	Yhteensä
Nainen	19 %	48 %	21 %	3 %	4 %	5 %	100 %
Mies	14 %	52 %	26 %	2 %		6 %	100 %
Kaikki yhteensä	17 %	49 %	23 %	2 %	3 %	6 %	100 %

Kun tyytyväisyyttä palvelujen saatavuuteen tarkasteltiin ikäryhmittäin, voitiin todeta, että palvelujen saatavuutta parhaimpana pitivät 36 - 50-vuotiaat. Heistä 76 % arvioi saatavuuden erittäin hyväksi tai hyväksi, 22 % tyydyttäväksi ja kolme prosenttia ei osannut sanoa. Tämä oli ainoa ikäluokka, josta ei löytynyt välttäviä tai huonoja arvosanoja. Toiseksi tyytyväisimpiä olivat 51 - 65-vuotiaat. Heistä 63 % arvioi saatavuuden erittäin hyväksi tai hyväksi, 25 % tyydyttäväksi, kaksi prosenttia välttäväksi tai huonoksi ja kahdeksan prosenttia ei osannut sanoa. Muihin ikäryhmiin verrattuna eniten tyydyttäviä arvosanoja antoivat yli 65-vuotiaat. Heistä 55 % arvioi saatavuuden erittäin hyväksi tai hyväksi ja 28 % tyydyttäväksi. Loput 17 % antoivat välttävän, huonon tai eivät osanneet sanoa. Nuorimmat vastaajat eivät antaneet erittäin hyviä arvosanoja lainkaan. (Kuvio 21.)



Kuvio 21. Vastaajien arviot leirintäalueen palvelujen saatavuudesta ikäryhmittäin.

8.11 Vastaajien arviot leirintäalueen palveluympäristöstä

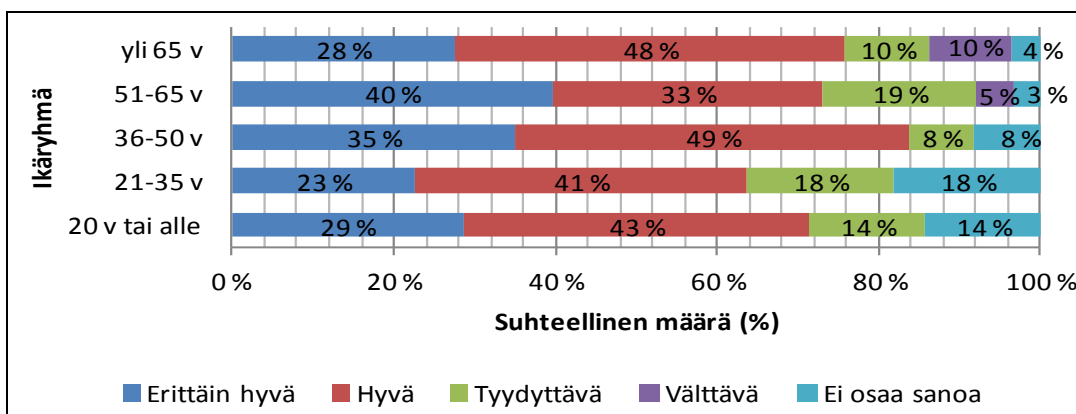
Kysymyksessä 15 pyydettiin vastaajaa arvioimaan Siikarannan leirintäalueen palveluympäristöä. Arvioitavina kohtina olivat huoltotilojen riittävyys, WC-tilojen siisteys, pesutilojen siisteys, lapsiystävällisyys, keittokatoksen varustetaso, mökkien siisteys, TV- ja oleskelutilan viihtyisyys, grillikatoksen siisteys ja uimaranta. Vastaajalle annettiin valmis vastausvaihtoehtoasteikko: viisi (erittäin hyvä), neljä (hyvä), kolme (tyydyttävä), kaksi (välttävä), yksi (huono) ja ”X” (en osaa sanoa).

Huoltotilojen riittävyyteen saatiin kaikkien vastauksien keskiarvosanana 4,12. Voitiin sanoa, että vastaajat olivat tyytyväisiä huoltotilojen määrään. Kaikista vastaajista 33 % (53) oli sitä mieltä, että huoltotilojen riittävyys oli erittäin hyvä, enemmistö 49 prosenttia (65) piti huoltotilojen riittävyyttä hyvänä. Muut 26 % (40) valitsivat kohdan tyydyttävä, välttävä tai ”ei osaa sanoa”. Kukaan vastaajista ei valinnut kohtaa ”huono”. Kun asiakkaiden tyytyväisyyttä huoltotilojen riittävyyteen tarkasteltiin sukupuolen mukaan, voitiin todeta, että miehet olivat hieman tyytyväisempiä kuin naiset. Miehistä 81 % arvioi huoltotilojen riittävyyden erittäin hyväksi tai hyväksi, naisista 71 %. (Taulukko 20.)

Taulukko 20. Vastaajien arviot huoltotilojen riittävyydestä suhteellisin määrin (%).

Sukupuoli	Erittäin hyvä	Hyvä	Tyydyttävä	Välttävä	Ei osaa sanoa	Yhteensä
Nainen	37 %	34 %	17 %	4 %	8 %	100 %
Mies	29 %	52 %	11 %	3 %	5 %	100 %
Kaikki yhteensä	33 %	41 %	15 %	4 %	7 %	100 %

Kun tyytyväisyyttä huoltotilojen riittävyyteen tarkasteltiin ikäryhmittäin, voitiin todeta, että tiloja riittävimmin pitivät 36 - 50-vuotiaat. Heistä 84 % arvioi riittävyyden erittäin hyväksi tai hyväksi, kahdeksan prosenttia tyydyttäväksi tai ei osannut sanoa. 51 - 65-vuotiaat oli ainoa ikäryhmä, jossa annettiin enemmän erittäin hyviä arvosanoja kuin hyviä. Heistä 40 % arvioi huoltotilojen riittävyyden erittäin hyväksi ja vain 33 % hyväksi. Tyytymättömiä olivat yli 65-vuotiaat. Heistä jopa kymmenen prosenttia antoi välttävän arvosanan huoltotilojen riittävyydelle. (Kuvio 22.)



Kuvio 22. Vastaajien arviot huoltotilojen riittävyydestä ikäryhmittäin.

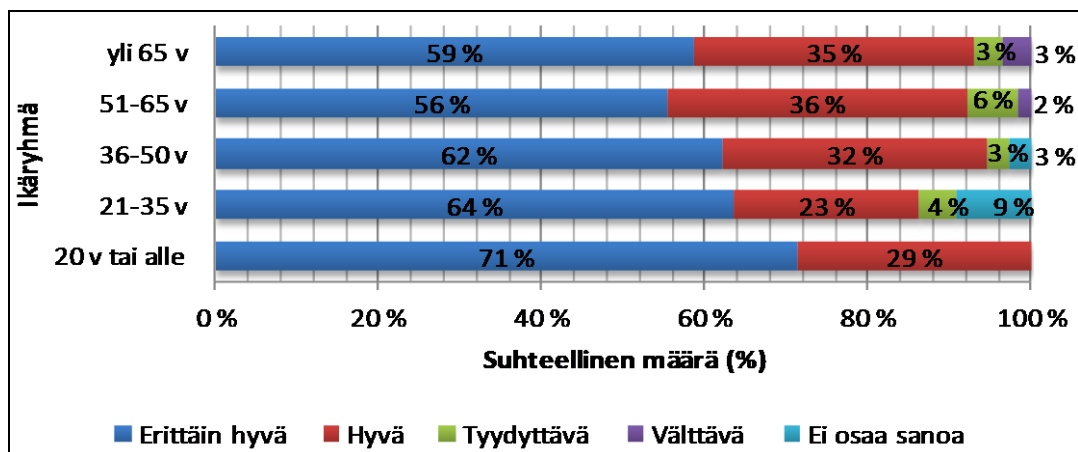
WC-tilojen siisteyteen saatiin kaikkien vastauksien keskiarvosanana 4,53. Voitiin sanoa, että vastaajat pitivät WC-tiloja erittäin siisteinä. Kaikista vastaajista 93 %

(146) piti WC-tilojen siisteyttä erittäin hyvänä tai hyvänä. Loput seitsemän prosenttia (12) valitsivat kohdan tyydyttävä, välttävä tai ei osaa sanoa. Arvosanaa ”huono” ei antanut kukaan. Kun asiakkaiden tyytyväisyyttä WC-tilojen siisteyteen tarkasteltiin sukupuolen mukaan, voitiin todeta, että miehet olivat tyytyväisempiä kuin naiset. Miehistä kaikki arvioivat WC-tilojen siisteyden erittäin hyväksi tai hyväksi, naisista vain 87 %. (Taulukko 21.)

Taulukko 21. Vastaajien arviot WC-tilojen siisteydestä suhteellisin lukumäärin (%).

Sukupuoli	Erittäin hyvä	Hyvä	Tyydyttävä	Välttävä	Ei osaa sanoa	Yhteensä
Nainen	56 %	31 %	8 %	2 %	3 %	100 %
Mies	65 %	35 %				100 %
Kaikki yhteensä	60 %	33 %	4 %	1 %	2 %	100 %

Kun tyytyväisyyttä WC-tilojen siisteyteen tarkasteltiin ikäryhmittäin, voitiin todeta, että jokaisessa ikäryhmässä pelkästään erittäin hyviä arvosanoja annettiin reilusti yli puolet arvosanoista. WC-tiloja siistimpinä pitivät nuorimmat vastaajat. Ainoastaan vanhimmat vastaajat yli 65- ja 51 - 65-vuotiaat antoivat myös välttäviä arvosanoja. Ikäryhmässä 51 - 65-vuotiaat kuitenkin 92 % antoi WC-tilojen siisteydelle erittäin hyvän tai hyvän arvosanan. (Kuvio 23.)



Kuvio 23. Vastaajien arviot WC-tilojen siisteydestä ikäryhmittäin.

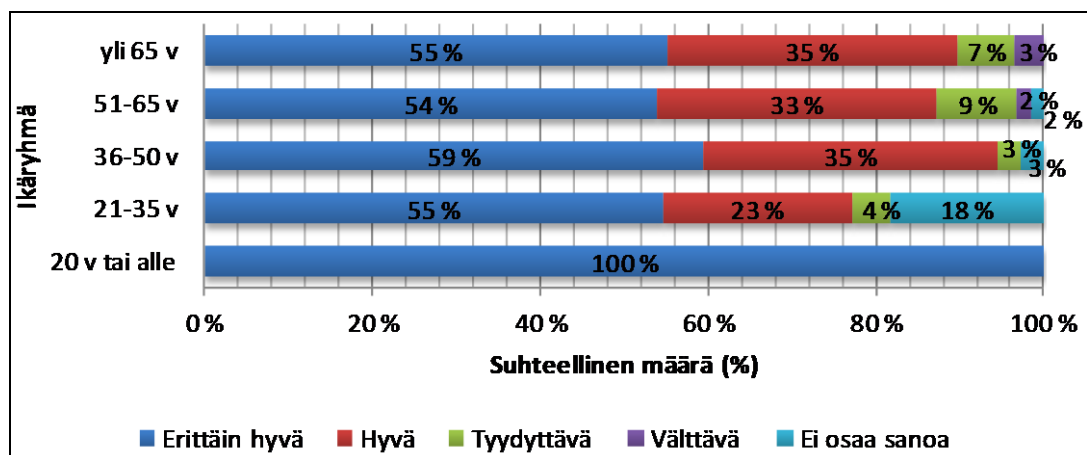
Pesutilojen siisteyteen saatiin kaikkien vastauksien keskiarvosanana 4,50. Voitiin sanoa, että vastaajat olivat erittäin tyytyväisiä pesutilojen siisteyteen. Kaikista vastaajista 89 % (140) piti pesutilojen siisteyttä erittäin hyvänä tai hyvänä. Kohdat tyydyttävä, välttävänä ja ei osaa sanoa saivat 11 % (18) vastauksista. Kukaan vastaajista ei valinnut kohtaa ”huono”. Kun asiakkaiden tyytyväisyyttä pesutilojen siisteyteen tar-

kasteltiin sukupuolen mukaan, voitiin todeta, että miehet olivat tyytyväisempiä kuin naiset. Miehistä jopa 95 % arvioi pesutilojen siisteyden erittäin hyväksi tai hyväksi. Ainostaan naiset arvioivat pesutilojen siisteyden myös välttäväksi. (Taulukko 22.)

Taulukko 22. Vastaajien arviot pesutilojen siisteydestä suhteellisin lukumäärin (%).

Sukupuoli	Erittäin hyvä	Hyvä	Tyydyttävä	Välttävä	Ei osaa sanoa	Yhteensä
Nainen	56 %	28 %	10 %	2 %	4 %	100 %
Mies	60 %	35 %	2 %		3 %	100 %
Kaikki yhteensä	58 %	31 %	6 %	1 %	4 %	100 %

Seuraavaksi tyytyväisyyttä pesutilojen siisteyteen tarkasteltiin ikäryhmittäin. Tulokset olivat samansuuntaisia. Jokaisessa ikäluokassa yli puolet annettiin erittäin hyviä arvosanoja, mutta kaikki 20-vuotiaat tai sitä nuoremmat pitivät pesutilojen siisteyttä erittäin hyvänä. Muihin ikäryhmiin verrattuna 21 - 35-vuotiaista suhteellisesti eniten ei osannut sanoa 18 %, 78 % arvioi pesutilojen siisteyden erittäin hyväksi tai hyväksi ja neljä prosenttia tyydyttäväksi. Yli 65- ja 51 - 65-vuotiaat olivat ainoita ikäryhmiä, joissa annettiin välttäviä arvosanoja. 51 - 65-vuotiaista 87 % arvioi pesutilojen siisteyden erittäin hyväksi tai hyväksi, vain kaksi prosenttia välttäväksi. Yli 65-vuotiaista 90 % arvioi siisteyden erittäin hyväksi tai hyväksi, vain kolme prosenttia välttäväksi. (Kuvio 24.)



Kuvio 24. Vastaajien arviot pesutilojen siisteydestä ikäryhmittäin.

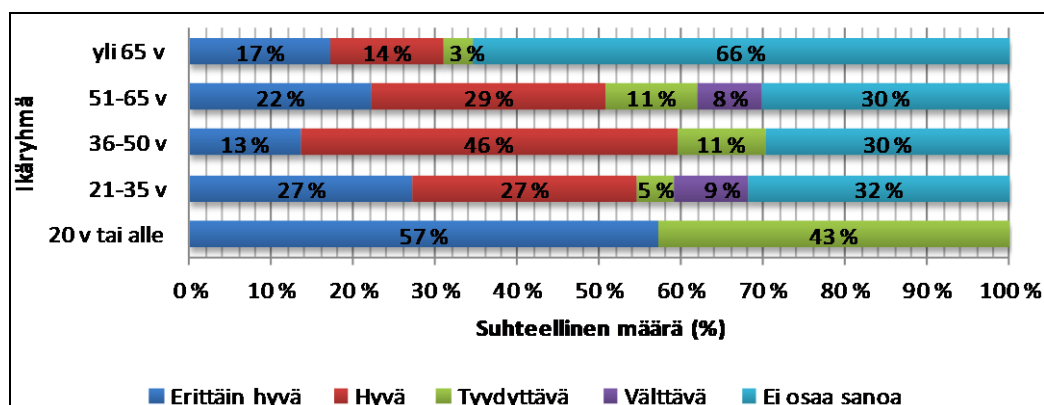
Lapsiystävällisyyteen saatiin kaikkien vastauksien keskiarvosananana 4,03. Voitiin sanoa, että vastaajat olivat tyytyväisiä leirintäalueen lapsiystävällisyyteen. Kaikista vastaajista 51 % (79) piti lapsiystävällisyyttä erittäin hyvänä tai hyvänä, kymmenen prosenttia (16) tyydyttävänä, neljä prosenttia (7) välttävänä ja 35 % (56) vastaajista ei osannut sanoa. Huomattavan suuri osa ei osannut arvioida lapsiystävällisyyttä,

koska enemmistö (66 %) vastaajista matkusti kahdestaan eikä matkaseurueeseen kuulunut lapsia. Kukaan ei antanut arvosanaa ”huono”. Kun asiakkaiden tyytyväisyyttä lapsiystävällisyyteen tarkasteltiin sukupuolen mukaan, voitiin todeta, että naiset olivat hieman tyytyväisempiä kuin miehet. Naisista 53 % arvioi lapsiystävällisyyden erittäin hyväksi tai hyväksi, miehistä 45 %. (Taulukko 23.)

Taulukko 23. Vastaajien arviot palveluympäristön lapsiystävällisyydestä (%).

Sukupuoli	Erittäin hyvä	Hyvä	Tyydyttävä	Välttävä	Ei osaa sanoa	Yhteensä
Nainen	24 %	29 %	8 %	5 %	34 %	100 %
Mies	18 %	27 %	13 %	3 %	39 %	100 %
Kaikki yhteensä	22 %	29 %	10 %	4 %	35 %	100 %

Kun tyytyväisyyttä lapsiystävällisyyteen tarkasteltiin ikäryhmittäin, voitiin todeta, että arviot vaihtuivat huomattavasti ikäryhmittäin. Yli 65-vuotiaista jopa 66 % valitsi kohdan ”en osaa sanoa”. Loput 34 % arvioivat lapsiystävällisyyden erittäin hyväksi, hyväksi tai tyydyttäväksi. Välttäviä arvosanoja antoivat ainoastaan 21 - 35-vuotiaat ja 51 - 65-vuotiaat vastaajat. Ikäryhmässä 51 - 65-vuotiaat kahdeksan prosenttia arvioi lapsiystävällisyyden välttäväksi. Heistä 51 % arvioi lapsiystävällisyyden erittäin hyväksi tai hyväksi, tyydyttäväksi 11 % ja loput 30 % eivät osanneet sanoa. 21 - 35-vuotiaista 54 % arvioi lapsiystävällisyyden erittäin hyväksi tai hyväksi, 5 prosenttia tyydyttäväksi, yhdeksän prosenttia välttäväksi ja loput 32 % ei osannut sanoa. Vertaattuna muihin ikäryhmiin eniten hyviä arvosanoja antoivat 36 - 50-vuotiaat. Heistä 59 % arvioi lapsiystävällisyyden erittäin hyvänä tai hyvänä. (Kuvio 25.)



Kuvio 25. Vastaajien arviot palveluympäristön lapsiystävällisyydestä ikäryhmittäin.

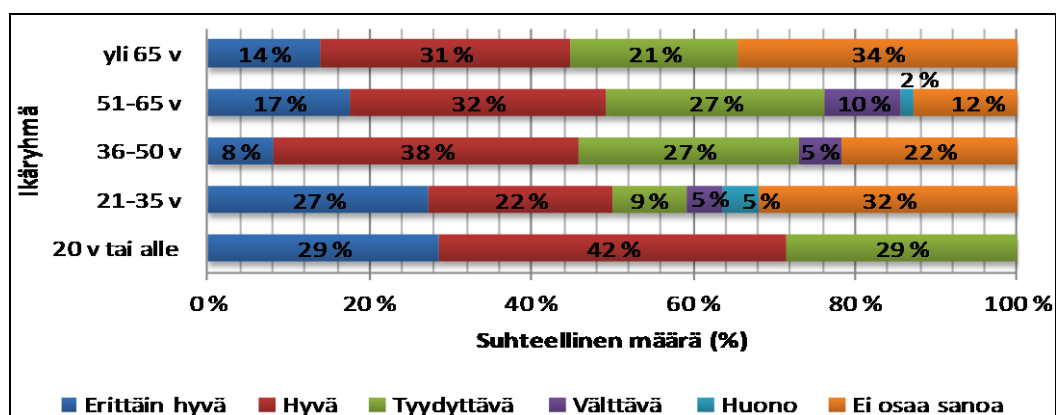
Keittokatoksen varustetasoon saatiin kaikkien vastauksien keskiarvosanana 3,72. Voitiin sanoa, että vastaajat olivat kohtalaisen tyytyväisiä keittokatoksen varuste-

tasoon. Kaikista vastaajista 17 % (26) oli sitä mieltä, että keittokatoksen varustetaso oli erittäin hyvä, enemmistö 32 % (51) piti varustetasoa hyvänä ja 23 % (37) tyydyttävänä. Loput 28 % (44) valitsi kohdan välttävä, huono tai ”ei osaa sanoa”. Ison määrän ”ei osaa sanoa” -vastauksia selittää, että monet eivät käyttäneet keittokatosta lainkaan. Kun asiakkaiden tyytyväisyyttä keittokatoksen varustetasoon tarkasteltiin sukupuolen mukaan, voitiin todeta, että miehet olivat hieman tyytyväisempiä. Naisista 47 % arvioi varustetason erittäin hyväksi tai hyväksi, miehistä 52 %. Miehet antoivat myös vähemmän huonompia arvosanoja kuin naiset. (Taulukko 24.)

Taulukko 24. Vastaajien arviot keittokatoksen varustetasosta suhteellisin määrin (%).

Sukupuoli	Erittäin hyvä	Hyvä	Tyydyttävä	Välttävä	Huono	Ei osaa sanoa	Yhteensä
Nainen	16 %	31 %	23 %	6 %	1 %	23 %	100 %
Mies	18 %	34 %	24 %	4 %	2 %	18 %	100 %
Kaikki yhteensä	17 %	32 %	23 %	6 %	1 %	21 %	100 %

Kun tyytyväisyyttä keittokatoksen varustetasoon tarkasteltiin ikäryhmittäin, voitiin todeta, että tyytymättömmimpiä keittokatoksen varustetasoon olivat 36 - 50-vuotiaat. Heistä vain kahdeksan prosenttia arvioi keittokatoksen varustetason erittäin hyväksi, joka oli huomattavasti alle keskiijakauman 17 %. Loput 38 % hyväksi, 27 % tyydyttäväksi, viisi prosenttia välttäväksi ja 22 % ei osannut sanoa. 51 - 65-vuotiaista 17 % arvioi varustetason erittäin hyväksi, enemmistö (32 %) hyväksi, 27 % tyydyttäväksi, 12 % välttäväksi tai huonoksi ja 12 % ei osannut sanoa. Suhteellisesti eniten ”ei osaa sanoa” -vastauksia antoivat yli 65-vuotiaat. Heistä jopa 34 % ei osannut sanoa, joka oli huomattavasti enemmän kuin keskiijakaumassa 21 %. (Kuvio 26.)



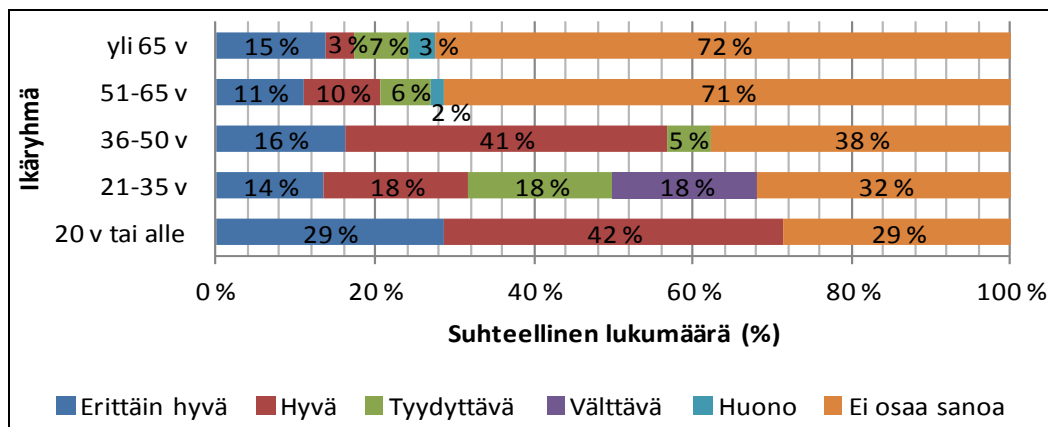
Kuvio 26. Vastaajien arviot keittokatoksen varustetasosta ikäryhmittäin.

Mökkien siisteyteen saatiin kaikkien vastausten keskiarvosanana 4,10. Voitiin sanoa, että vastaajat olivat tyytyväisiä mökkien siisteyteen. Vastaajista 32 % (56) valitsi kohdan erittäin hyvä tai hyvä ja 12 % (13) vastaajista valitsi kohdan tyydyttävä, välttävä tai huono. Enemmistö 56 % (89) vastaajista ei osannut sanoa. Enemmistön ”en osaa sanoa” -vastaukset selittää se, etteivät kaikki vastaajat majoittuneet mökeissä. Kun asiakkaiden tyytyväisyyttä mökkien siisteyteen tarkasteltiin sukupuolen mukaan, voitiin todeta, että miehet ja naiset olivat lähes yhtä tyytyväisiä. Ainoastaan naiset arvioivat mökkien siisteyden välttäväksi tai huonoksi. (Taulukko 25.)

Taulukko 25. Vastaajien arviot mökkien siisteydestä suhteellisin lukumäärin (%).

Sukupuoli	Erittäin hyvä	Hyvä	Tyydyttävä	Välttävä	Huono	Ei osaa sanoa	Yhteensä
Nainen	17 %	16 %	5 %	4 %	2 %	56 %	100 %
Mies	10 %	23 %	11 %			56 %	100 %
Kaikki yhteensä	14 %	18 %	8 %	3 %	1 %	56 %	100 %

Kun tyytyväisyyttä mökkien siisteyteen tarkasteltiin ikäryhmittäin, voitiin todeta, että arvosanan huono antoivat vain yli 65-vuotiaat ja 51 - 65-vuotiaat. Näissä ikäryhmissä oli myös eniten ”en osaa sanoa” -vastauksia, koska enemmistö heistä leiriytyi vaunupaikoilla. Yli 65-vuotiaista jopa 72 % ei osannut sanoa ja loput 28 % arvioi mökkien siisteyden erittäin hyväksi, hyväksi, tyydyttäväksi tai huonoksi. Myös 51 - 65-vuotiaista 71 % ei osannut sanoa ja loput 29 % arvioi mökkien siisteyden erittäin hyväksi, hyväksi, tyydyttäväksi tai huonoksi. Ainoita välttäviä arvosanoja antoivat 21 - 35-vuotiaat, heistä jopa 18 % arvioi mökkien siisteyden välttäväksi. Tyytyväisimpiä olivat 36 - 50-vuotiaat ja nuorimmat vastaajat. Ikäryhmässä 36 - 50-vuotiaat jopa 57 prosenttia arvioi mökkien siisteyden erittäin hyväksi tai hyväksi. (Kuvio 27.)



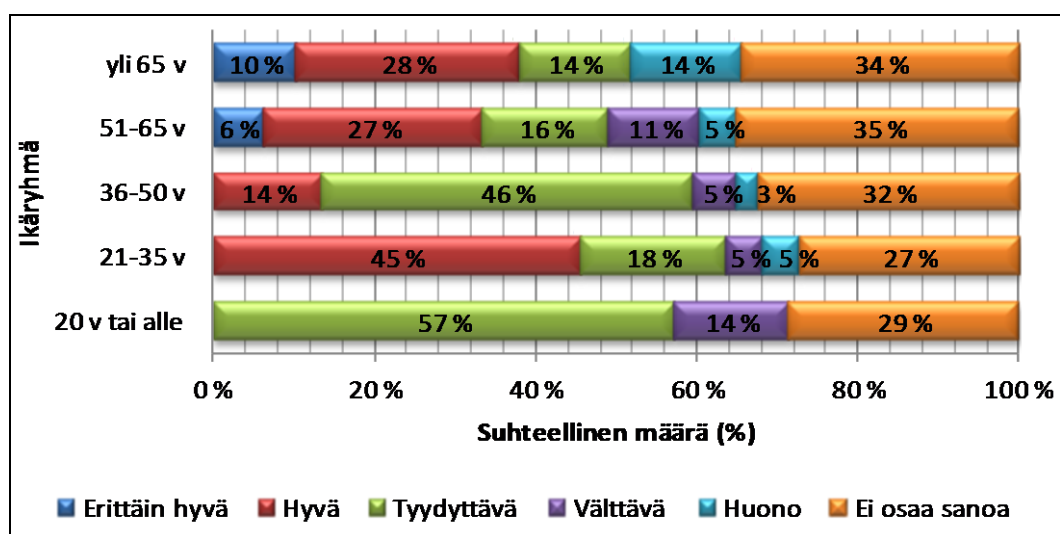
Kuvio 27. Vastaajien arviot mökkien siisteydestä ikäryhmittäin.

TV- ja oleskelutilan viihtyisyyteen saatiin kaikkien vastauksien keskiarvosanana 3,23. Voitiin sanoa, että vastaajat olivat kohtalaisen tyytyväisiä TV- ja oleskelutilan viihtyisyyteen. Kaikista vastaajista 54 % (86) piti TV- ja oleskelutilan viihtyisyyttä erittäin hyvänä, hyvänä tai tyydyttävänä, seitsemän prosenttia (11) välttävänä, kuusi prosenttia (9) huonona ja 33 % (52) vastaajista ei osannut sanoa. Kun asiakkaiden tyytyväisyyttä TV- ja oleskelutilan viihtyisyyteen tarkasteltiin sukupuolen mukaan, voitiin todeta, että naiset ja miehet olivat lähes yhtä tyytyväisiä. (Taulukko 26.)

Taulukko 26. Vastaajien arviot TV- ja oleskelutilan viihtyisyydestä (%).

Sukupuoli	Erittäin hyvä	Hyvä	Tyydyttävä	Välttävä	Huono	Ei osaa sanoa	Yhteensä
Nainen	5 %	24 %	22 %	8 %	6 %	35 %	100 %
Mies	3 %	27 %	29 %	5 %	5 %	31 %	100 %
Kaikki yhteensä	4 %	25 %	25 %	7 %	6 %	33 %	100 %

Seuraavaksi tyytyväisyyttä TV- ja oleskelutilan viihtyisyyteen tarkasteltiin ikäryhmittäin. Tulokset olivat hajanaiset. Vain 51 - 65-vuotiaat ja yli 65-vuotiaat arvioivat TV- ja oleskelutilan viihtyisyyden myös erittäin hyväksi. Enemmistö kummassakaan ikäryhmässä ei osannut sanoa. Yli 65-vuotiaissa ja 51 - 65-vuotiaissa suurin osa ei kuitenkaan osannut sanoa, kun taas enemmistö (45 %) 21 - 35-vuotiaista arvioi TV- ja oleskelutilan viihtyisyyden hyväksi. Keskijakaumasta eroten 36 - 50-vuotiaista jopa 46 % arvioi TV- ja oleskelutilan viihtyisyyden tyydyttäväksi ja 21 - 35-vuotiaista jopa 45 % arvioi viihtyisyyden hyväksi. (Kuvio 28.)



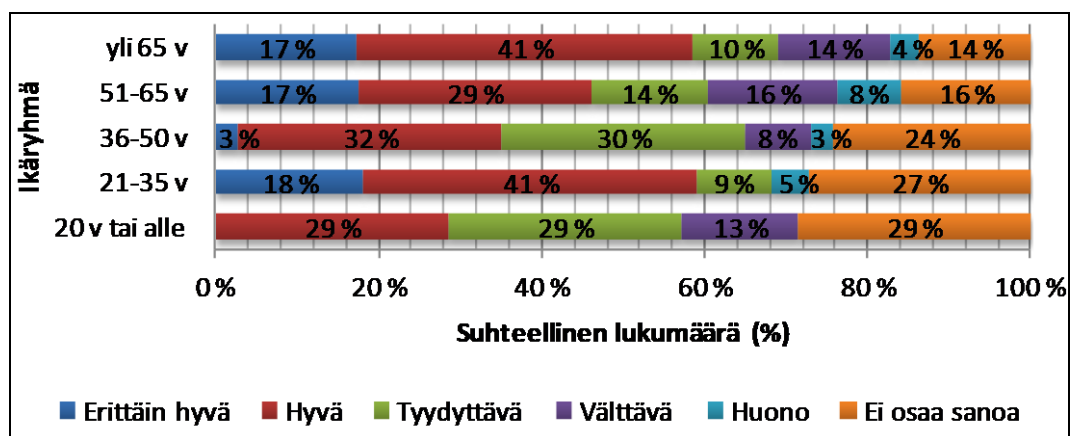
Kuvio 28. Vastaajien arviot TV- ja oleskelutilan viihtyisyydestä ikäryhmittäin.

Grillikatoksien siisteyteen saatiin kaikkien vastauksien keskiarvosanana 3,50. Voitiin sanoa, että vastaajat olivat kohtalaisen tyytyväisiä grillikatoksien siisteyteen. Kaikista vastaajista 47 % (74) piti grillikatoksien siisteyttä erittäin hyvänä tai hyvänä, 17 % (27) tyydyttävänä, 11 % (18) välttävänä, viisi prosenttia (7) huonona ja 20 % (32) vastaajista ei osannut sanoa. Kun asiakkaiden tyytyväisyyttä grillikatoksien siisteyteen tarkasteltiin sukupuolen mukaan, voitiin todeta, että naiset ja miehet olivat melkein yhtä tyytyväisiä. Vastaukset menivät lähellä keskijakaumaa molemmin puolin. Sekä naiset että miehet antoivat useimmin arvosanaksi ”hyvä”. Huomattavasti useampi naisista 23 % kuin miehistä 15 % ei osannut sanoa. (Taulukko 27.)

Taulukko 27. Vastaajien arviot grillikatoksien siisteydestä suhteellisin määrin (%).

Sukupuoli	Erittäin hyvä	Hyvä	Tyydyttävä	Välttävä	Huono	Ei osaa sanoa	Yhteensä
Nainen	15 %	30 %	16 %	12 %	4 %	23 %	100 %
Mies	11 %	39 %	19 %	10 %	6 %	15 %	100 %
Kaikki yhteensä	13 %	34 %	17 %	11 %	5 %	20 %	100 %

Kun tyytyväisyyttä grillikatoksien siisteyteen tarkasteltiin ikäryhmittäin, voitiin todeta, että grillikatoksia siistimpinä pitivät 21 - 35-vuotiaat. Heistä jopa 59 % arvioi siisteyden erittäin hyväksi tai hyväksi. Seuraavaksi tyytyväisimpiä olivat yli 65-vuotiaat. Heistä 58 % arvioi grillikatoksien siisteyden erittäin hyväksi tai hyväksi vain 14 % ei osannut sanoa. Vähiten erittäin hyviä arvosanoja antoivat 36 - 50-vuotiaat. Heistä vain kolme prosenttia arvioi grillikatoksien siisteyden erittäin hyväksi. Kukaan 20-vuotiaista tai sitä nuoremmista ei antanut erittäin hyvää arvosanoja tai huonoa arvosanaa. Huonompia arvosanoja antoivat verrattain eniten 51 - 65-vuotiaat. Heistä 24 prosenttia arvioi grillikatoksien siisteyden huonoksi tai välttäväksi. (Kuvio 29.)



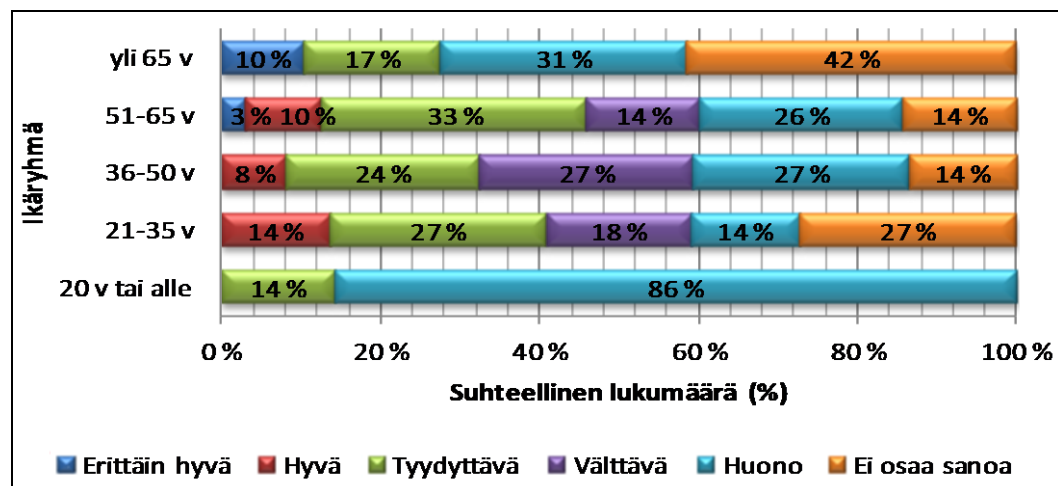
Kuvio 29. Vastaajien arviot grillikatoksien siisteydestä ikäryhmittäin.

Uimarannasta saatiin kaikkien vastauksien keskiarvosanana 2,29. Voitiin sanoa, että vastaajat arvioivat uimarannan keskimäärin välttäväksi ja näkivät siinä olevan eniten kehitettävää koko leirintäalueella. Kaikista vastaajista 28 % (44) piti uimarantaa huonona ja lähes yhtä moni 27 % (42) antoi arvosanan tyydyttävä. Kun asiakkaiden tyytyväisyyttä uimarantaan tarkasteltiin sukupuolen mukaan, voitiin todeta, että naiset olivat tyytymättömpiä kuin miehet. Naisista jopa 31 % arvioi uimarannan huonoksi ja miehistä 23 %. (Taulukko 28.)

Taulukko 28. Vastaajien arviot leirintäalueen uimarannasta suhteellisin määrin (%).

Sukupuoli	Erittäin hyvä	Hyvä	Tyydyttävä	Välttävä	Huono	Ei osaa sanoa	Yhteensä
Nainen	3 %	6 %	29 %	11 %	31 %	20 %	100 %
Mies	3 %	9 %	23 %	21 %	23 %	21 %	100 %
Kaikki yhteensä	3 %	8 %	27 %	14 %	28 %	20 %	100 %

Tarkasteltaessa ikäryhmittäin tyytyväisyyttä uimarantaan tulokset menivät sekavasti. Ainoastaan yli 65- ja 51 - 65-vuotiaat arvioivat uimarannan myös erittäin hyväksi. Enemmistö 51 - 65-vuotiaista vastaajista antoi uimarannalle arvosanaksi tyydyttävän (33 %). Yli 65-vuotiaista suurin osa 42 % ei osannut sanoa. Yhtä moni 21 - 35-vuotiaista vastaajista arvioi uimarannan tyydyttäväksi tai ei osannut sanoa. Tyytymättömiä olivat 36 - 50-vuotiaat sekä nuorimmat vastaajat. (Kuvio 30.)



Kuvio 30. Vastaajien arviot leirintäalueen uimarannasta ikäryhmittäin.

Kysymyksessä 16 vastaajia pyydettiin kirjoittamaan ehdotuksia Siikarannan leirintäalueen palveluympäristön parantamiseksi. Parannusehdotuksia tuli useita erilaisia. Kaikki kommentit ja parannusehdotukset leirintäalueen palveluympäristön suhteen on esitetty opinnäytetyön lopussa olevassa liitteessä numero kaksi. Piha-alueen siis-

teyteen liittyen tuli puuston ja pusikoiden raivausehdotuksia, jotta näkyvyys paranisi. Matkailuajoneuvojen paikkojen vapaata valintaa pidettiin hyvänä, mutta soveltuvat paikat toivottiin selkeämmin merkittäväksi maastoon. Alueella myös toivottiin olevan läpi vuorokauden henkilökuntaa ja yövahtia, joka valvoisi hiljaisuutta. Asiakkaat halusivat myös parempia yhteistiloja, jotkut totesivat yhteistilat liian pieniksi. Keittokatkokseen kaivattiin seiniä ja tiskipaikalle toivottiin kuivaustelinettä tai lavaaariin tulppaa. Jotkut toivoivat myös lisää huoltorakennuksia, vessoja ja suihkuja. Mökkeihin kaivattiin useammassa kohtaa porraskaiteita, lisää valoa lukulampuilla, astioita, astiapyyhkeitä ja leikkuulautoja. Grillipaikoille kaivattiin ilmaisia grillipuita. Monet toivoivat kunnon uimapaikkaa, uimapaikan raivausta turvalliseksi ja uimalaituria. Lapsille haluttiin enemmän viihtyisyyttä, kuten trampoliinia tai lentopalloverkkoa.

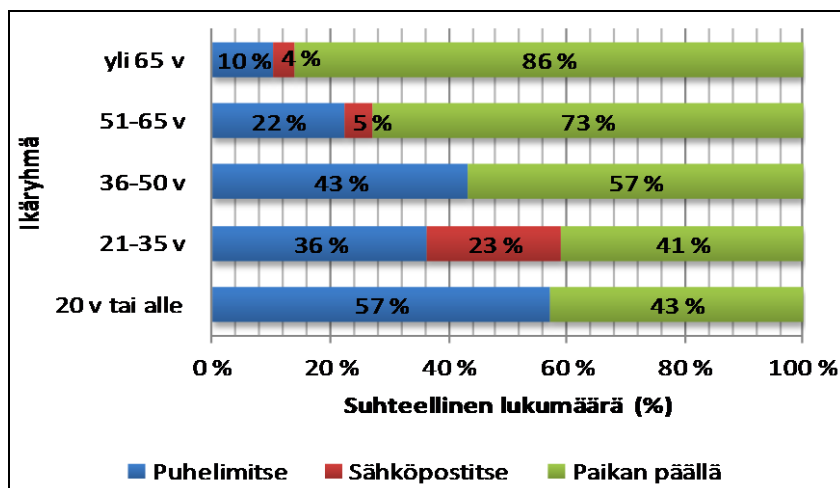
8.12 Vastaajien arviot leirintäalueen saatavuudesta, varaustilanne

Kysymyksessä 17 vastaajilta kysyttiin, miten varaus Siikarannan leirintäalueelle oli tehty. Valmiita vastausvaihtoehtoja oli kolme: puhelimitse, sähköpostitse ja paikan päällä. Suurin osa vastaajista 66 % (104) oli tehnyt varauksen paikan päällä, niin naisista kuin miehistäkin. Loput 44 % (54) oli tehnyt varauksen sähköpostitse tai puhelimitse. (Taulukko 29.)

Taulukko 29. Vastaajien tekemä varaus Siikarantaan suhteellisin lukumäärin (%).

Sukupuoli	Puhelimitse	Sähköpostitse	Paikanpäällä	Yhteensä
Naiset	30 %	5 %	65 %	100 %
Miehet	26 %	6 %	68 %	100 %
Kaikki yhteensä	28 %	6 %	66 %	100 %

Vastaajia ikäluokittain tutkittaessa tarkentuivat erot. Vanhemmissa ikäluokissa varaus tehtiin useammin paikan päällä ja nuoremmat käyttivät enemmän puhelinta. Sähköpostia tähän käyttivät vain kolme ikäryhmää, joita olivat yli 65-, 51 - 65- ja 21 - 35-vuotiaat. Ahkerimmin yhteyttä sähköpostilla ottivat 21 - 35-vuotiaat. Heistä jopa 23 % käytti sähköpostia. Selvä enemmistö 51 - 65-vuotiaista 73 % ja yli 65-vuotiaista 86 % oli tehnyt varauksen paikan päällä. (Kuvio 31, s. 69.)



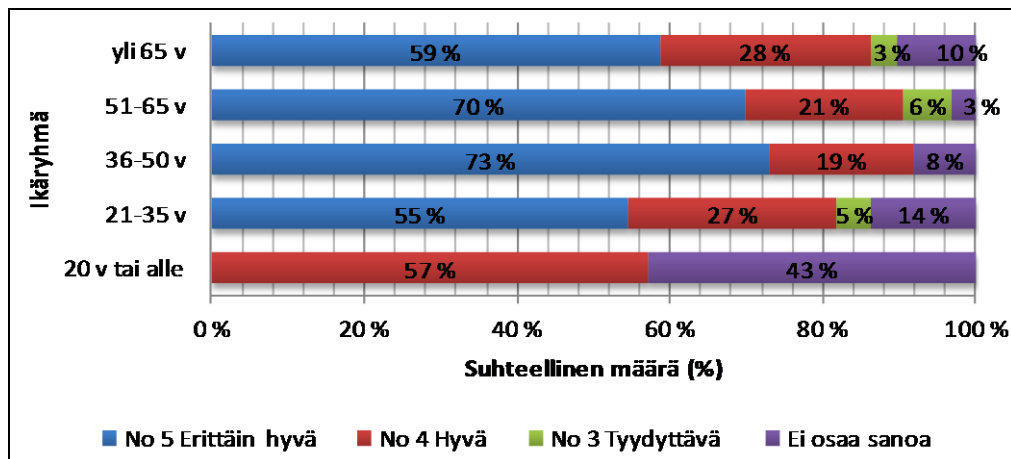
Kuvio 31. Vastaajien tekemä varaus Siikarantaan ikäryhmittäin.

Kysymyksessä 18 pyydettiin vastaajaa arvioimaan, miten varaustilanne sujui. Arvioitavina kohtina olivat helppous ja nopeus. Vastaajalle annettiin valmis vastausvaihtoehtoasteikko: viisi (erittäin hyvä), neljä (hyvä), kolme (tyytyttävä), kaksi (välttävä), yksi (huono) ja ”X” (en osaa sanoa). Siikarannan varaustilanteen helppouteen saatiin kaikkien vastauksien keskiarvosanana 4,65. Voitiin todeta, että vastaajat pitivät varauksen tekemistä erittäin helppona. Kaikista vastanneista 87 % (138) oli sitä mieltä, että helppous varaustilanteessa oli erittäin hyvä tai hyvä. Väلتtävää tai huonoa arvosanaa ei annettu. Kun asiakkaiden tyytyväisyyttä varaustilanteen helppouteen tarkasteltiin sukupuolen mukaan, voitiin todeta, että naiset ja miehet olivat melkein yhtä tyytyväisiä varauksen teon helppouteen. (Taulukko 30.)

Taulukko 30. Vastaajien arviot varaustilanteen helppouteen suhteellisin määrin (%).

Sukupuoli	No 5 Erittäin hyvä	No 4 Hyvä	No 3 Tyydyttävä	Ei osaa sanoa	Yhteensä
Nainen	64 %	22 %	4 %	10 %	100 %
Mies	63 %	27 %	3 %	6 %	100 %
Kaikki yhteensä	63 %	24 %	4 %	9 %	100 %

Kun tyytyväisyyttä leirintäalueen varaustilanteen helppouteen tarkasteltiin ikäryhmittäin, voitiin todeta, että helpoimpana varaustilannetta pitivät 36 - 50-vuotiaat. Heistä jopa 92 % arvioi varaustilanteen helppouden erittäin hyväksi tai hyväksi. Tyytyväisimmistä päästä löytyivät kaikki vanhimmat ikäryhmät, myös 51 - 65-vuotiaat ja yli 65-vuotiaat. Tyytyväisimpiä olivat ne ikäryhmät, jotka tekivät varauksen vasta paikalla. Kukaan alle 20-vuotiaista ei antanut erittäin hyvää arvosanaa. Tässä ikäluokassa varaustilanteen helppous arvioitiin hyväksi tai ei osattu sanoa. (Kuvio 32.)



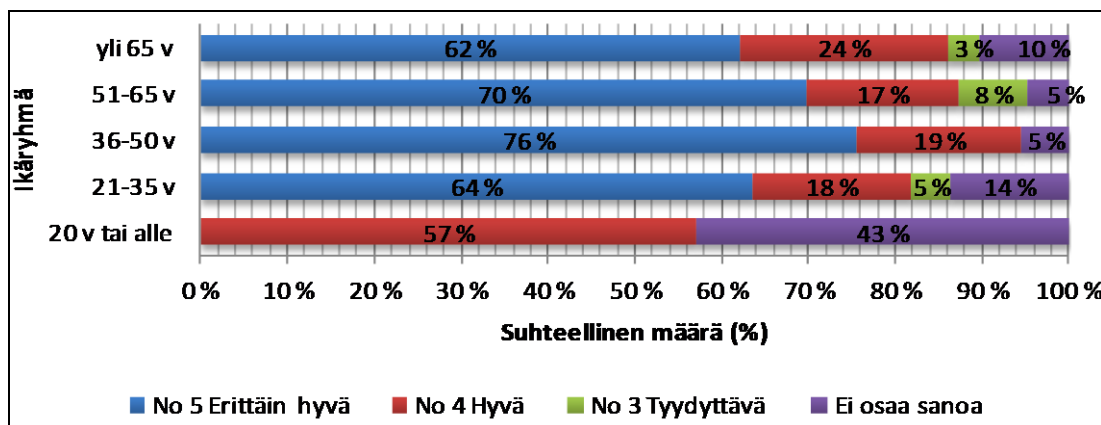
Kuvio 32. Vastaajien arviot varaustilanteen helppouteen ikäryhmittäin.

Leirintäalueen varaustilanteen nopeuteen saatiin kaikkien vastauksien keskiarvosanana 4,67. Voitiin todeta, että vastaajat olivat varaustilanteen nopeuteen erittäin tyytyväisiä. Kaikista vastaajista 87 % (137) oli sitä mieltä, että varaustilanteen nopeus oli erittäin hyvä tai hyvä. Välttävää tai huonoa arvosanaa ei annettu. Kun asiakkaiden tyytyväisyyttä varaustilanteen nopeuteen tarkasteltiin sukupuolen mukaan, voitiin todeta, että miehet olivat hieman tyytyväisempiä kuin naiset. Miehistä jopa 90 prosenttia arvioi nopeuden olleen varaustilanteessa erittäin hyvä tai hyvä ja naisista 85 %. (Taulukko 31.)

Taulukko 31. Vastaajien arviot varaustilanteen nopeuteen suhteellisin määrin (%).

Sukupuoli	No 5 Erittäin hyvä	No 4 Hyvä	No 3 Tyydyttävä	Ei osaa sanoa	Yhteensä
Nainen	66 %	19 %	5 %	10 %	100 %
Mies	66 %	24 %	3 %	6 %	100 %
Kaikki yhteensä	66 %	21 %	4 %	9 %	100 %

Kun tyytyväisyyttä leirintäalueen varaustilanteen nopeuteen tarkasteltiin ikäryhmittäin, voitiin todeta, että nopeimpana varaustilannetta pitivät 36 - 50-vuotiaat. Heistä 95 % arvioi varaustilanteen nopeuden erittäin hyväksi tai hyväksi. Runsaasti parhaita arvosanoja antoivat melkein kaikki ikäryhmät, myös 51 - 65-vuotiaat. Heistä 87 % arvioi varaustilanteen nopeuden erittäin hyväksi tai hyväksi, mutta muihin ikäryhmiin verrattuna tässä ikäluokassa tuli eniten tyydyttäviä vastauksia. (Kuvio 33, s. 71.)



Kuvio 33. Vastaajien arviot varaustilanteen nopeudesta ikäryhmittäin.

Kohdassa 19 vastaajia pyydettiin kirjoittamaan ehdotuksia Siikarannan leirintäalueen varaustilanteen parantamiseksi. Kehittämisehdotuksia tuli joitakin erilaisia. Kaikki kommentit ja parannusehdotukset leirintäalueen varaustilanteen suhteen on esitetty opinnäytetyön lopussa olevassa liitteessä numero kaksi. Yksi vastaaja kysyi jatkossa nettivarausten mahdollisuutta ja toinen totesi sähköpostivastauksien olevan hitaita. Pari toivoi alueesta leiriytyjille mukaan annettavaa karttaa, jossa olisi merkittynä paikkoja ja palvelut. Jotkut toivoivat myös varausmahdollisuutta isojen tapahtumien aikaan ja he olisivat valmiita maksamaan myös varausmaksuja.

8.13 Vastaajien arviot leirintäalueen asiakaspalvelun laadusta

Kysymyksessä 20 pyydettiin vastaajaa arvioimaan, miten asiakaspalvelu Siikarannan leirintäalueella sujui. Arvioitavina kohtina olivat henkilökunnan palvelualltius, henkilökunnan ammattitaito, henkilökunnan ystävällisyys, henkilökunnan siisteys, vastaanoton aukioloajat ja informaation saatavuus henkilökunnalta. Vastaajalle annettiin valmis vastausvaihtoehtoasteikko: viisi = erittäin hyvä, neljä = hyvä, kolme = tyydyttävä, kaksi = välttävä, yksi = huono ja ”X” = en osaa sanoa.

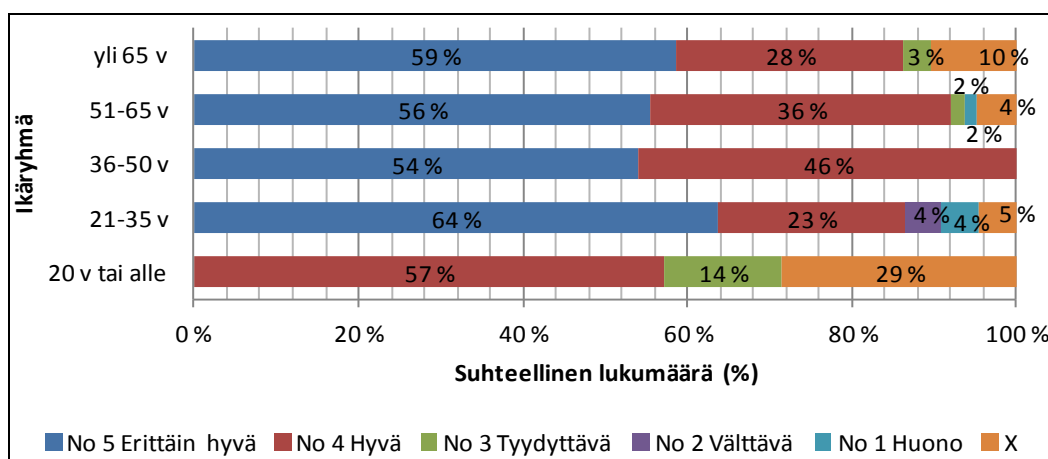
Henkilökunnan palvelualltiuteen saatiin kaikkien vastauksien keskiarvosanana 4,50. Voitiin todeta, että vastaajat olivat henkilökunnan palvelualltiuteen tyytyväisiä. Kaikista vastaajista 90 % (143) piti palvelualltiutta erittäin hyvänä tai hyvänä. Loput kymmenen prosenttia (15) tyydyttävänä, välttävä, huonona tai eivät osanneet sanoa. Kun asiakkaiden tyytyväisyyttä palvelualltiuteen tarkasteltiin sukupuolen mu-

kaan, voitiin todeta, että naiset ja miehet olivat lähes yhtä tyytyväisiä. Vain naiset arvioivat palvelualltiuden myös välttäväksi tai huonoksi. (Taulukko 32.)

Taulukko 32. Vastaajien arviot henkilökunnan palvelualltiuteen (%).

Sukupuoli	No 5 Erittäin hyvä	No 4 Hyvä	No 3 Tyydyttävä	No 2 Välttävä	No 1 Huono	EOS	Yhteensä
Nainen	59 %	31 %	2 %	1 %	2 %	5 %	100 %
Mies	48 %	44 %	2 %			6 %	100 %
Kaikki yhteensä	54 %	36 %	2 %	1 %	1 %	6 %	100 %

Kun tyytyväisyyttä palvelualltiuteen tarkasteltiin ikäryhmittäin, voitiin todeta, että henkilökunnan palvelualltiuteen tyytyväisimpiä olivat 36 - 50-vuotiaat. He arvioivat palvelualltiuden erittäin hyväksi tai hyväksi. Nuorimmat olivat tyytymättömmimpiä. Ainoa ikäryhmä, jossa palvelualltiuteen arvioitiin myös välttäväksi tai huonoksi, oli 21 - 35-vuotiaat, mutta suurin osa 87 % heistä antoi erittäin hyvän tai hyvän arvosanan. Kukaan alle 20-vuotiaista ei antanut erittäin hyvää arvosanaa. (Kuvio 34.)



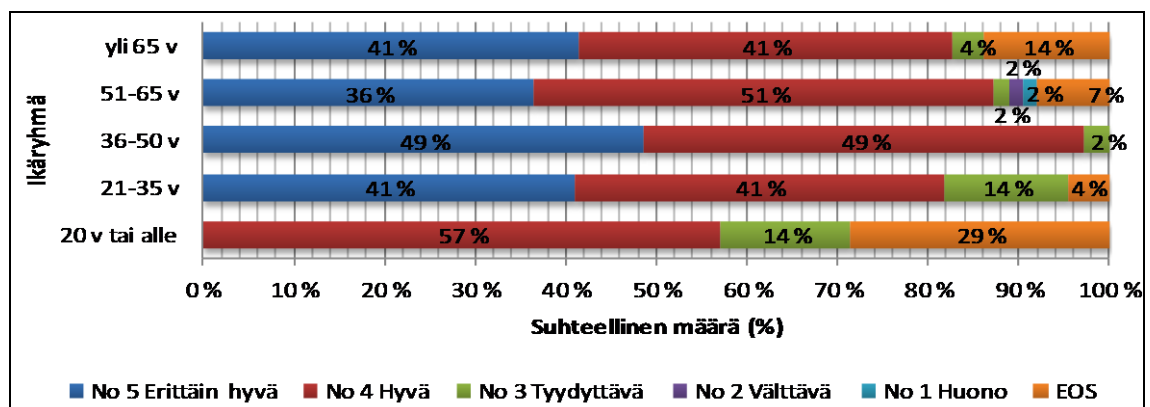
Kuvio 34. Vastaajien arviot henkilökunnan palvelualltiuteen ikäryhmittäin.

Henkilökunnan ammattitaitoon saatiin kaikkien vastauksien keskiarvosanana 4,34. Voitiin todeta, että vastaajat olivat henkilökunnan ammattitaitoon tyytyväisiä. Kaikista vastaajista 86 % (137) piti ammattitaitoa erittäin hyvänä tai hyvänä. Kun asiakkaiden tyytyväisyyttä ammattitaitoon tarkasteltiin sukupuolen mukaan, voitiin todeta, että naiset olivat tyytyväisempiä kuin miehet. Naisista yhtä moni arvioi ammattitaidon erittäin hyväksi 44 % kuin hyväksi 44 %. Miehistä enemmistö arvioi ammattitaidon hyväksi 53 % ja vain 32 % erittäin hyväksi. Ainoastaan miehet antoivat arvosanan välttävä ja vain naiset antoivat arvosanan huono. (Taulukko 33, s. 73.)

Taulukko 33. Vastaajien arviot henkilökunnan ammattitaitoon (%).

Sukupuoli	No 5 Erittäin hyvä	No 4 Hyvä	No 3 Tyydyttävä	No 2 Välttävä	No 1 Huono	EOS	Yhteensä
Nainen	44 %	44 %	4 %		1 %	7 %	100 %
Mies	32 %	53 %	5 %	2 %		8 %	100 %
Kaikki yhteensä	39 %	47 %	4 %	1 %	1 %	8 %	100 %

Kun tyytyväisyyttä ammattitaitoon tarkasteltiin ikäryhmittäin, voitiin todeta, että henkilökuntaa ammattitaitoisimpana pitivät 36 - 50-vuotiaat. Heistä yhtä moni arvioi ammattitaidon erittäin hyväksi 49 % kuin hyväksi 49 %. Loput kaksi prosenttia arvioivat ammattitaidon tyydyttäväksi. Seuraavaksi tyytyväisimpiä olivat sekä 21 - 35-vuotiaat että yli 65-vuotiaat. Molemmissa ikäryhmissä 82 % arvioi ammattitaidon erittäin hyväksi tai hyväksi. Enemmistö 51 - 65-vuotiaista arvioi ammattitaidon hyväksi 51 %. Tämä oli ainoa ikäryhmä, jossa ammattitaito arvioitiin myös välttäväksi tai huonoksi. Ainoastaan 20-vuotiaat tai sitä nuoremmat eivät antaneet erittäin hyviä arvosanoja, vain hyviä, tyydyttäviä tai ei osaa sanoa -vastauksia. (Kuvio 35.)



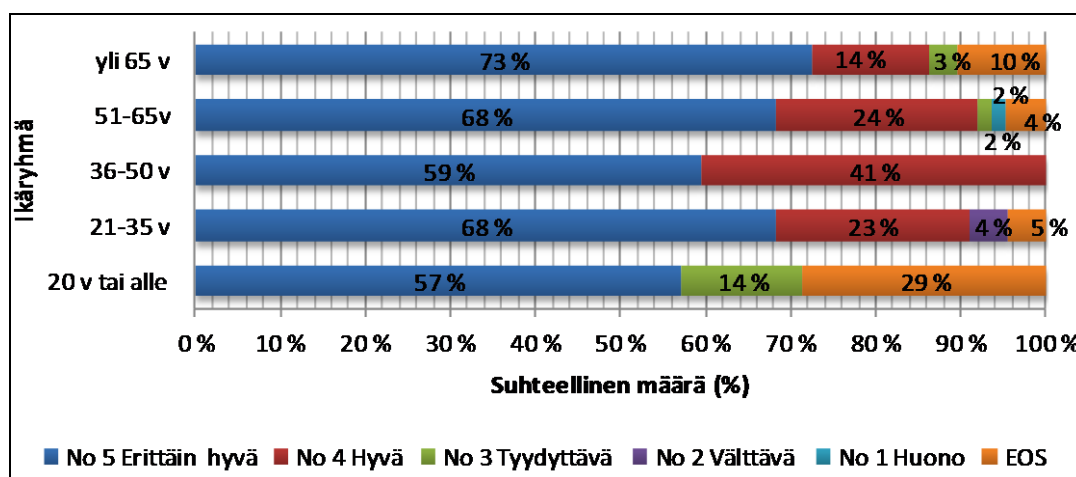
Kuvio 35. Vastaajien arviot henkilökunnan ammattitaitoon ikäryhmittäin.

Henkilökunnan ystävällisyyteen saatiin kaikkien vastauksien keskiarvosanana 4,65. Voitiin todeta, että vastaajat kokivat saaneensa erittäin ystävällistä palvelua. Kaikista vastaajista 90 % (144) arvioi ystävällisyyden erittäin hyväksi tai hyväksi. Kun asiakkaiden tyytyväisyyttä ystävällisyyteen tarkasteltiin sukupuolen mukaan, voitiin todeta, että naiset ja miehet olivat lähes yhtä tyytyväisiä. Naisista 91 % arvioi ystävällisyyden erittäin hyväksi tai hyväksi ja miehistä 92 %. Vain naiset arvioivat ystävällisyyden välttäväksi tai huonoksi. (Taulukko 34.)

Taulukko 34. Vastaajien arviot henkilökunnan ystävällisyyteen (%).

Sukupuoli	No 5 Erittäin hyvä	No 4 Hyvä	No 3 Tyydyttävä	No 2 Välttävä	No 1 Huono	EOS	Yhteensä
Nainen	69 %	22 %	2 %	1 %	1 %	5 %	100 %
Mies	63 %	29 %	2 %			6 %	100 %
Kaikki yhteensä	66 %	24 %	2 %	1 %	1 %	6 %	100 %

Kun tyytyväisyyttä ystävällisyyteen tarkasteltiin ikäryhmittäin, voitiin todeta, että kaikissa ikäryhmissä enemmistö antoi erittäin hyviä arvosanoja. Henkilökuntaa ystävällisimpinä pitivät yli 65-vuotiaat. Heistä jopa 73 % arvioi ystävällisyyden erittäin hyväksi. Ainoa ikäryhmä, jossa annettiin myös huonoja arvosanoja, olivat 51 - 65-vuotiaat. Heistä kuitenkin 92 % antoi arvosanan ”erittäin hyvä” tai ”hyvä”. Kaikki 36 - 50-vuotiaat antoivat vain erittäin hyviä tai hyviä arvosanoja ystävällisyydestä. Ainoa ikäryhmä, jossa annettiin myös välttäviä arvosanoja, olivat 21 - 35-vuotiaat. Kuitenkin 91 % arvioi ystävällisyyden erittäin hyväksi tai hyväksi. (Kuvio 36.)



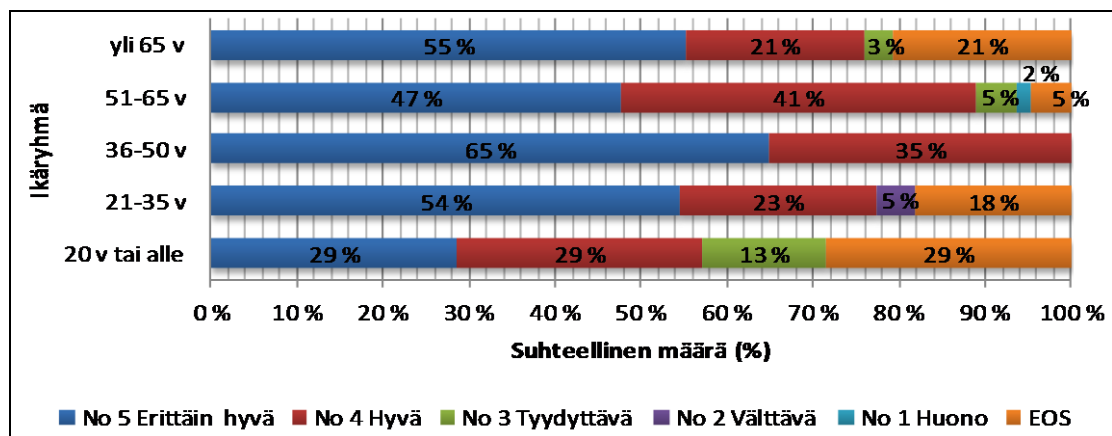
Kuvio 36. Vastaajien arviot henkilökunnan ystävällisyyteen ikäryhmittäin.

Henkilökunnan siisteyteen saatiin kaikkien vastauksien keskiarvosanana 4,51. Voitiin todeta, että vastaajat pitivät henkilökunnan välittämää kuvaa siistinä. Kaikista vastaajista 86 % (136) arvioi henkilökunnan siisteyden erittäin hyväksi tai hyväksi ja muut 14 % tyydyttäväksi, välttäväksi, huonoksi tai eivät osanneet sanoa. Kun asiakkaiden tyytyväisyyttä henkilökunnan siisteyteen tarkasteltiin sukupuolen mukaan, voitiin todeta, että miehet olivat tyytyväisempiä kuin naiset. Naisista 84 % arvioi henkilökunnan siisteyden erittäin hyväksi tai hyväksi ja miehistä 89 %. Vain naiset arvioivat henkilökunnan siisteyden välttäväksi tai huonoksi. (Taulukko 35.)

Taulukko 35. Vastaajien arviot henkilökunnan siisteydestä suhteellisin määrin (%).

Sukupuoli	No 5 Erittäin hyvä	No 4 Hyvä	No 3 Tyydyttävä	No 2 Välttävä	No 1 Huono	EOS	Yhteensä
Nainen	57 %	27 %	4 %	1 %	1 %	10 %	100 %
Mies	47 %	42 %	2 %	0 %	0 %	9 %	100 %
Kaikki yhteensä	53 %	33 %	3 %	1 %	1 %	9 %	100 %

Kun tyytyväisyyttä henkilökunnan siisteyteen tarkasteltiin ikäryhmittäin, voitiin todeta, että henkilökuntaa siistimpinä pitivät 36 - 50-vuotiaat. Heistä kaikki arvioivat siisteyden erittäin hyväksi tai hyväksi. Toiseksi eniten erittäin hyviä arvosanoja antoivat yli 65-vuotiaat. Heistä 76 % arvioi henkilökunnan siisteyden erittäin hyväksi tai hyväksi. Vastauksissa 51 - 65-vuotiaat antoivat melkein yhtä usein erittäin hyvän kuin hyvän arvosanan. Tyytymättömmimpiä olivat nuorimmat ikäryhmät. Ainoat välttävät arvosanat antoivat 21 - 35-vuotiaat vastaajat. Perässä tuli 51 - 65-vuotiaiden ikäryhmä. Heistä 47 % arvioi henkilökunnan siisteyden erittäin hyväksi, 41 % hyväksi, viisi prosenttia tyydyttäväksi tai ei osannut sanoa ja kaksi prosenttia huonoksi. Tämä oli ainoa ikäryhmä, joka antoi myös huonoja arvosanoja. (Kuvio 37.)



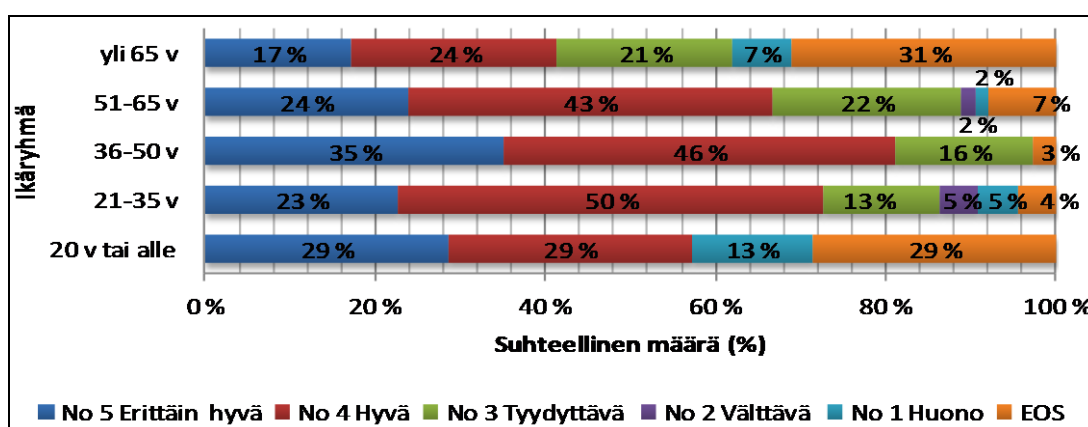
Kuvio 37. Vastaajien arviot henkilökunnan siisteyteen ikäryhmittäin.

Vastaanoton aukioloaikoihin saatiin kaikkien vastausten keskiarvosanana 3,94. Voitiin todeta, että vastaajat kokivat leirintäalueen yleiset aukioloajat kohtalaisen riittävinä. Kaikista vastaajista 25 % (40) arvioi vastaanoton aukioloajat erittäin hyväksi ja enemmistö 41 % (65) hyväksi, loput 34 % (54) tyydyttäväksi, välttäväksi, huonoksi tai eivät osanneet. Kun asiakkaiden tyytyväisyyttä vastaanoton aukioloaikoihin tarkasteltiin sukupuolen mukaan, voitiin todeta, että naiset olivat tyytyväisempiä kuin miehet. Naisista 30 % arvioi vastaanoton aukioloajat erittäin hyväksi, miehistä vain 18 %. Naisista 36 % arvioi vastaanoton aukioloajat hyväksi, kun taas miehistä huomattavasti useampi 48 %. (Taulukko 36.)

Taulukko 36. Vastaajien arviot vastaanoton aukioloajoista suhteellisin määrin (%).

Sukupuoli	No 5 Erittäin hyvä	No 4 Hyvä	No 3 Tyydyttävä	No 2 Välttävä	No 1 Huono	EOS	Yhteensä
Nainen	30 %	36 %	20 %	1 %	3 %	10 %	100 %
Mies	18 %	48 %	16 %	2 %	3 %	13 %	100 %
Kaikki yhteensä	25 %	41 %	18 %	1 %	3 %	12 %	100 %

Kun tyytyväisyyttä vastaanoton aukioloaikoihin tarkasteltiin ikäryhmittäin, voitiin todeta, että aukioloaikoja toimivimpina pitivät 36 - 50-vuotiaat. Heistä 81 % arvioi vastaanoton aukioloajat erittäin hyväksi tai hyväksi. Tämä oli myös ainoa ikäryhmä, jossa ei annettu arvosanaa huono. Lähimmäs keskijakaumaa vastauksillaan pääsivät 51 - 65-vuotiaat. Heistä 24 % arvioi vastaanoton aukioloajat erittäin hyväksi, 43 % hyväksi, 22 % tyydyttäväksi, kaksi prosenttia välttäväksi tai huonoksi ja seitsemän prosenttia ei osannut sanoa. Poikkeuksellisesti yli 65-vuotiaat valitsivat eniten kohdan ”ei osaa sanoa” 31 %, mutta erittäin hyviä tai hyviä arvosanoja annettiin myös 41 %. (Kuvio 38.)



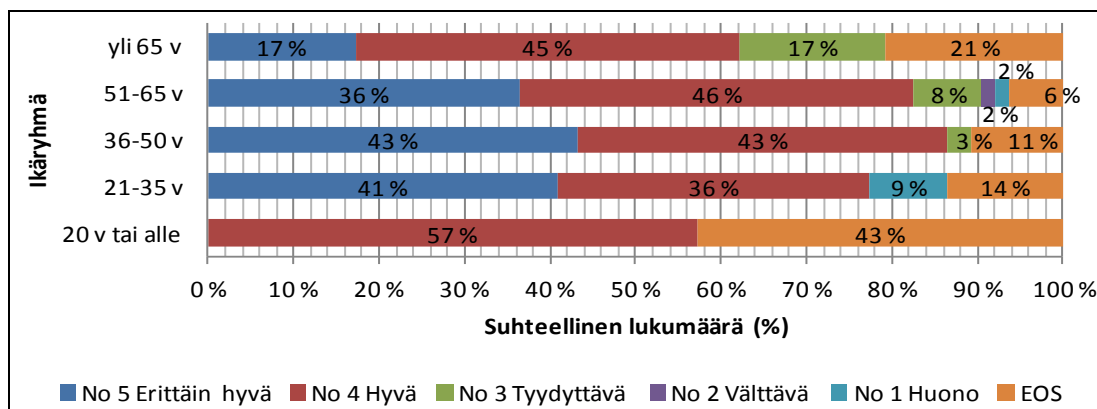
Kuvio 38. Vastaajien arviot vastaanoton aukioloajoista ikäryhmittäin.

Informaation saatavuuteen henkilökunnalta saatiin kaikkien vastauksien keskiarvosanana 4,22. Voitiin todeta, että vastaajat olivat henkilökunnalta saatuun tietoon, neuvontaan ja informaatioon hyvin tyytyväisiä. Vastaajista 77 % (123) arvioi tiedon saatavuuden erittäin hyväksi tai hyväksi. Loput 23 % (35) valitsivat kohdan tyydyttävä, välttävä, huono tai ”ei osaa sanoa”. Kun asiakkaiden tyytyväisyyttä informaation saatavuuteen tarkasteltiin sukupuolen mukaan, voitiin todeta, että naiset olivat hieman tyytyväisempiä kuin miehet. Naisista 36 % arvioi informaation saatavuuden erittäin hyväksi, miehistä vain 29 %. Naisista 42 % arvioi informaation saatavuuden hyväksi, kun taas miehistä vähän useampi (48 %). Tyydyttäviä arvosanoja antoi naisista neljä prosenttia ja miehistä 11 %. Ainoastaan miehet antoivat myös välttäviä arvosanoja, kun taas vain naiset antoivat huonoja arvosanoja. Naisista 15 % ja miehistä kymmenen prosenttia ei osannut sanoa. (Taulukko 37, s. 77.)

Taulukko 37. Vastaajien arviot informaation saatavuudesta suhteellisin määrin (%).

Sukupuoli	No 5 Erittäin hyvä	No 4 Hyvä	No 3 Tyydyttävä	No 2 Välttävä	No 1 Huono	EOS	Yhteensä
Nainen	36 %	42 %	4 %		3 %	15 %	100 %
Mies	29 %	48 %	11 %	2 %		10 %	100 %
Kaikki yhteensä	33 %	44 %	7 %	1 %	2 %	13 %	100 %

Kun tyytyväisyyttä informaation saatavuuteen tarkasteltiin ikäryhmittäin, voitiin todeta, että tiedonsaantia toimivimpana pitivät 36 - 50-vuotiaat. Heistä jopa 86 % arvioi informaation saatavuuden erittäin hyväksi tai hyväksi, kolme prosenttia tyydyttäväksi ja 11 % ei osannut sanoa. Ainoastaan 51 - 65-vuotiaat vastaajat antoivat myös välttäviä arvosanoja. Heistä kuitenkin selvä enemmistö 82 % arvioi informaation saatavuuden erittäin hyväksi tai hyväksi. Vain 12 % antoi tyydyttävän, välttävän tai huonon arvosanan ja kuusi prosenttia ei osannut sanoa. Eniten tyydyttäviä arvosanoja antoivat yli 65-vuotiaat. Heistä 62 % arvioi informaation saatavuuden erittäin hyväksi tai hyväksi, 17 % tyydyttäväksi ja 21 % ei osannut sanoa. Verrattuna muihin ikäryhmiin eniten huonoja arvosanoja antoivat 21 - 35-vuotiaat. (Kuvio 39.)



Kuvio 39. Vastaajien arviot informaation saatavuuteen ikäryhmittäin.

Kysymyksessä 21 vastaajaa pyydettiin kirjoittamaan kommentteja saamastaan palvelusta Siikarannan leirintäalueella. Kommentteja tuli joitakin. Kaikki kommentit leirintäalueen asiakaspalvelun suhteen on esitetty opinnäytetyön lopussa olevassa liitteessä numero kaksi. Mukavan palvelun todettiin olevan yksi syy tulla Siikarantaan uudestaan. Palvelua keuhuttiin joustavaksi, asialliseksi, reippaaksi, ammattitaitoiseksi, ystävälliseksi ja nopeaksi. Hyvää paikallistuntemusta pidettiin tärkeänä ja asiakkaat kokivat saaneensa vastaukset kysymyksiinsä. Yksi totesi, että henkilökunnan iloinen hymy ja palvelualltius saivat hyvälle tuulelle. Kehittämisehdotuksina mainittiin, että

henkilökunnalla voisi olla työasu tai nimikyltti ja alueen palvelut voisi lyhyesti esitellä ensikertalaiselle saapuessa.

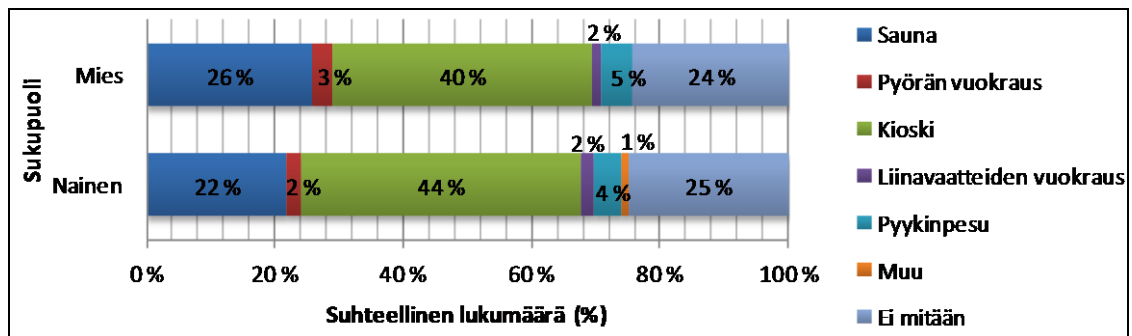
8.14 Lisäpalvelujen käyttäminen

Kohdassa 22 vastaajalta kysyttiin, mitä lisäpalveluja leirintäalueella tuli käytettyä. Valmiit vastausvaihtoehdot olivat: perhe-/tilaus sauna, polkupyörien vuokraus, liinavaatteiden vuokraus, pyykinpesu, pyyheliinojen vuokraus, elintarvike- ja kahvikioski. Lisäksi vaihtoehtona oli myös ”muu, mikä?”. Vastaamatta jättäminen tulkittiin kohdaksi ”ei mitään”. Vastaajista 42 % (67) oli käyttänyt kioskin palveluja ja huomattavan suuri osa 25 % (39) ei mitään palveluja. Loput 33 % (52) olivat käyttäneet saunaa, pyykinpesuohjelmaa, pyörien tai liinavaatteiden vuokrausta tai vastasivat kohtaan ”muu, mikä?”. Tähän kohtaan vastaajat olivat kirjoittaneet ”puiden osto” ja ”grillipuut”. Kukaan vastaajista ei ollut vuokrannut pyyheliinoja. Ikäryhmien mukaan vastaajia vertailtaessa huomattiin, että jopa 62 % yli 65-vuotiasta ei käyttänyt mitään lisäpalveluja Siikarannassa. Tämä oli huomattavasti isoin poikkeama keskijakaumasta. (Taulukko 38.)

Taulukko 38. Vastaajien lisäpalvelujen käyttäminen suhteellisin lukumäärin (%).

Ikäryhmä	Sukupuoli	Sauna	Pyörän vuokraus	Kioski	Liinavaatteiden vuokraus	Pyykinpesu	Muu	Ei mitään	Yhteensä
20 v tai alle		43 %		43 %				14 %	100 %
21-35 v		27 %	9 %	50 %			5 %	9 %	100 %
36-50 v		22 %		49 %	5 %	8 %		16 %	100 %
51-65 v		27 %	2 %	44 %	2 %	6 %		19 %	100 %
	Nainen	25 %	3 %	47 %	3 %	5 %		17 %	100 %
	Mies	30 %		39 %		9 %		22 %	100 %
yli 65 v		10 %	4 %	24 %				62 %	100 %
Kaikki yhteensä		23 %	3 %	42 %	2 %	4 %	1 %	25 %	100 %

Sukupuolten välisiä tuloksia vertailtaessa näkyi, että molemmilla oli paljon niitä, jotka eivät käyttäneet mitään lisäpalveluja. Naisista 44 % käytti kioskin palveluja ja miehistäkin 40 %. Naisista 25 % ei käyttänyt mitään lisäpalveluja ja 22 % saunoi. Kun taas miehistä hieman useampi saunoi (26 %) ja 24 % ei käyttänyt mitään lisäpalveluja. Vain naisista yksi prosentti vastasi kohtaan ”muu, mikä?”. (Kuvio 40, s. 79.)



Kuvio 40. Vastaajien lisäpalvelujen käyttäminen sukupuolen mukaan.

8.15 Tiedonsaanti Siikarannan leirintäalueesta

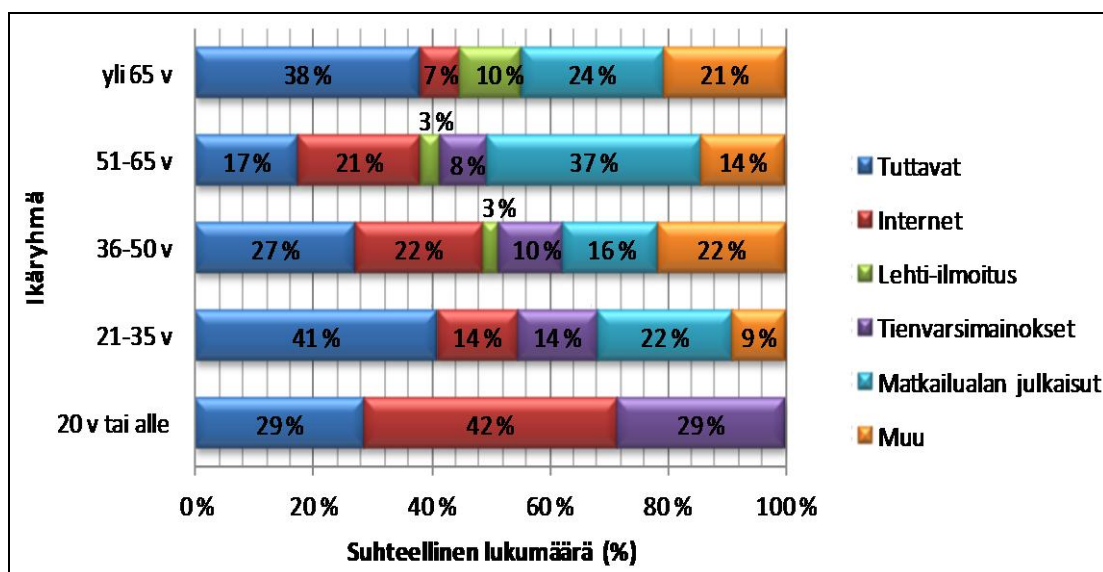
Kysymyksellä 23 pyrittiin selvittämään, mistä vastaaja oli saanut tiedon Siikarannan leirintäalueesta. Valmiit vastausvaihtoehdot olivat: tuttavat/sukulaiset, internet, lehti-ilmoitus, tienvarsimainokset ja matkailualan julkaisut. Lisäksi vastaaja saattoi valita kohdan ”muu, mikä?”. Pieni enemmistö 27 % (43) kertoi saaneensa tiedon leirintäalueesta tuttavalta tai sukulaiselta ja melkein yhtä moni 26 % (41) sai tiedon matkailualan julkaisusta. Vastaajista 18 % (29) sai tiedon internetistä ja 16 % (25) valitsi kohdan ”muu, mikä?”. Tähän kohtaan vastaajat olivat kirjoittaneet ”perimätietoa”, ”Yyteri Top Camping -alueelta”, ”seikkailu n. 1995 => jatkuu”, ”karavaanareiden leirintäopas”, ”ajojimme ohi”, ”tuttu paikka”, ”toiset karavaanarit kehui”, ”olen aina tuntenut paikan”, ”Caravan-lehti”, ”kokemus”, ”ennen käynyt”, ”käymällä itse paikalla”, ”volkkari-lehti”, ”SFC Rauman seutu ry”, ”caravan-tapahtuma”, ”VW fest 2011 tapahtuma”, ”Yyteri”, ”tiedetty ennestään” ja ”26 v. takainen Siikarannan pomo tarjosi tutustumista Pori Jazzeille”. Loput 13 % (20) vastaajista saivat tiedon tienvarsimainoksesta tai lehti-ilmoituksesta. (Taulukko 39.) Sukupuolia tarkastellen tulokset menivät aivan samassa linjassa kuin kaikilla vastaajillakin.

Taulukko 39. Vastaajien saama tieto Siikarannan leirintäalueesta (%).

Sukupuoli	Tuttavat	Internet	Lehti-ilmoitus	Tienvarsimainokset	Matkailualan julkaisut	Muu	Yhteensä
Nainen	27%	19%	4%	9%	25%	16%	100%
Mies	27%	18%	3%	8%	27%	17%	100%
Kaikki yhteensä	27%	18%	4%	9%	26%	16%	100%

Vastaajia ikäluokittain tutkittaessa tarkentuivat erot. Enemmistö 51 - 65-vuotiaista sai tiedon matkailualan julkaisuista 37 %. Loput saivat tiedon tuttavilta, internetistä, tienvarsimainoksista, lehti-ilmoituksesta tai muuta kautta. Yli 65-vuotiaat, 36 - 50-vuotiaat ja 21 - 35-vuotiaat vastaajat kuuluivat Siikarannasta tavallisimmin tuttavil-

taan. Nuorimmilla vastaajilla korostuu internetin vaikutus tiedonsaantiin ja vanhemmilla vastaajilla lehdet sekä matkailualan julkaisut. (Kuvio 41.)



Kuvio 41. Vastaajien saama tieto Siikarannasta ikäryhmittäin.

8.16 Siikaranta Campingin suosittelu ja todennäköisyys uudelleenasiointiin

Kolmella seuraavalla kysymyksellä selvitettiin vastaajien asiakasuskollisuutta. Kysymyksessä 24 kysyttiin, suosittelevatko vastaajat Siikaranta Campingia ystävilleen ja tuttavilleen. Kaikista vastaajista 92 % (145) vastasi kysymykseen ”kyllä”. Vaihtoehdon ”en osaa sanoa” valitsi seitsemän prosenttia (11) vastaajista. Vain yksi prosentti (2) vastasi kysymykseen ”en”. Kun asiakkaiden vastauksia tarkasteltiin sukupuolen mukaan, voitiin todeta, että miehet suosittelisivat Siikarantaa useammin kuin naiset. Naisista 91 % (87) vastasi kysymykseen ”kyllä” ja miehistä 94 % (58). Ainoastaan naisista kaksi vastasi kysymykseen ”ei”. (Taulukko 40.)

Taulukko 40. Siikarannan suosittelu tuttaville suhteellisin lukumäärin (%).

	Kyllä	Ei	EOS	Yhteensä
Nainen	91 %	2 %	7 %	100 %
Mies	94 %		6 %	100 %
Kaikki yhteensä	92 %	1 %	7 %	100 %

Kohdassa 25 pyydettiin perustelua niiltä vastaajilta, jotka vastasivat kysymykseen ”en”. Kohtaan saatiin vain kaksi vastausta. Yhtenä ”en”-vastauksen perusteluna vastaaja kirjoitti, että: ”en usko, että ystäväni pitäisivät tällaisesta leirintäalueesta”. Toi-

sena ”en”-vastauksen perusteluna vastaaja koki, että: ”ei voi suositella mitään, kun ei ole mitään, mitä suosittelisi”.

Kysymyksessä 26 kysyttiin, uskooko vastaaja saapuvansa uudelleen Siikarannan leirintäalueelle. Leiriytyjistä 85 % (135) vastasi ”kyllä” ja 14 % (22) valitsi kohdan ”en osaa sanoa”. Vain yksi prosentti (1) vastasi ”en”. Kun asiakkaiden vastauksia tarkasteltiin sukupuolen mukaan, voitiin todeta, että miehet palaisivat Siikarantaan varmemmin kuin naiset. Naisista 82 % (79) vastasi kysymykseen ”kyllä”, miehistä jopa 90 % (56). Ainoastaan naisista yksi vastasi kysymykseen ”ei”. (Taulukko 41.)

Taulukko 41. Vastaajien tulo uudestaan Siikarantaan suhteellisin lukumäärin (%).

	Kyllä	Ei	EOS	Yhteensä
Nainen	82 %	1 %	17 %	100 %
Mies	90 %		10 %	100 %
Kaikki yhteensä	85 %	1 %	14 %	100 %

8.17 Vastaajien antamat yleisarvosanat

Kysymyksessä 27 pyydettiin leiriytyjää antamaan yleisarvosana Siikaranta Campingin kokonaisuudesta. Yleisarvosana pyydettiin antamaan asteikolla neljästä kymmeneen, jossa neljä = heikko, viisi = välttävä, kuusi = kohtalainen, seitsemän = tyydyttävä, kahdeksan = hyvä, yhdeksän = kiitettävä ja kymmenen = erinomainen. Vastaajat olivat antaneet myös puolikkaita numeroita, mutta ne pyöristettiin tasaluvuksi. Vastaajat olivat antaneet myös plussia ja miinusia, mutta ne jätettiin pois vastauksista. Saatujen arvosanojen perusteella laskettiin myös keskiarvo yleisarvosanasta. Siikaranta Campingin yleisarvosanan keskiarvoksi saatiin 8,41. Suosituin arvosana oli kiitettävä, jonka antoi 42 % (67) vastaajista. (Taulukko 42.)

Taulukko 42. Vastaajien antamat yleisarvosanat suhteellisin lukumäärin (%).

Sukupuoli	No 4	No 5	No 6	No 7	No 8	No 9	No 10	Yhteensä
Nainen	1 %	1 %	1 %	13 %	30 %	44 %	10 %	100 %
Mies			3 %	11 %	37 %	41 %	8 %	100 %
Kaikki yhteensä	1 %	1 %	2 %	12 %	33 %	42 %	9 %	100 %

8.18 Vastaajien antamat kehittämissuhteet ja palaute

Kyselylomakkeen viimeinen kysymys 28 oli avoin. Vastaajat saivat halutessaan kirjoittaa vapaasti, mitä muuta lisättävää heillä oli, sekä ”risuja” että ”ruusuja”. Lisäksi vastaajilta pyydettiin ehdotuksia Siikaranta Campingin toiminnan kehittämiseksi. Pääasiassa tässä kohdassa saatiin positiivista palautetta leirintäalueen toimintaan liittyen. Kehitysehdotuksia tuli useita erilaisia. Kaikki tähän kysymykseen saadut vastaukset löytyvät opinnäytetyön lopusta liitteestä numero kaksi.

Monet asiakkaat kehuivat leirintäalueen huoltotilojen siisteyttä erittäin hyväksi. Yksi vastaaja totesi, että Siikaranta on 25 vuoden leirintäkokemuksella yksi siisteimmistä alueista, joille he ovat leiriytyneet. Palveluympäristöön liittyen kiitosta tuli myös alueen rauhallisuudesta ja vessakukista. Yksi vastaaja kuitenkin toivoi, että alueella järjestettävistä tapahtumista tiedotettaisiin paremmin, jotta meluhaittoihin osattaisiin varautua. Toiset toivoivat, että leirintäalue olisi syksyllä pidempään auki. Varustetasoon liittyviä kehitysideoita tuli huoltotiloihin, keittokatokseen ja mökkeihin liittyen.

Eniten kehitysehdotuksia keräsi uimaranta. Monet totesivat uimarannan vaaralliseksi liukkaiden kallioiden vuoksi. Jotkut jopa totesivat, että alueella ei edes ole uimarantaa, vaikka niin sanotaan. Useampi ehdotti ratkaisuksi uimalaituria, rannan hiekoitusta, pohjan siistimistä kivistä ja parhaan uimapaikan merkitsemistä. Yksi huomautti leirintäalueen olevan meren rannassa ja tällöin olisi myös löydettävä kunnan uimapaikka, kuten voisi olettaa löytyvän. Meren läheisyys, meriluonto ja saunan siisteys saivat monilta kiitosta. Yksittäisinä parannusehdotuksina toivottiin suihkutiloihin käsisuihkuja, shampootelineitä, mökkeihin vaateripustimia ja saunamökin ikkunaan hyttysverkkoa. Jotkut toivoivat Siikarantaan lisää aktiviteetteja. Toivottiin viikoittaista lauluiltaa ja tanssilavaa. Palvelun sanottiin olevan hyvää ja ystävällistä. Henkilökuntaa keuhuttiin ystävälliseksi ja auttavaiseksi. Ruusuja oli piirretty kiitettävästi.

8.19 Siikaranta Campingin tyypillinen asiakas

Kyselyssä selvitettiin asiakkaiden taustatietoja, joiden avulla voitiin selvittää Siikaranta Campingin tyypillinen asiakas eli asiakasprofiili. Asiakasprofiilin muodostamisessa käytettiin yleisimpiä segmentointiperusteita kuten demografisia tekijöitä, joihin kuuluvat muun muassa ikä, sukupuoli ja asuinpaikka. Siikaranta Campingin leiriytyjät voitiin segmentoida sukupuolen mukaan naisiin ja miehiin. Tutkimustulosten mukaan suurimmaksi segmentiksi osoittautuivat naiset (61 %). Leiriytyjät voitiin ryhmitellä segmentteihin myös iän perusteella. Tässä tutkimuksessa Siikaranta Campingin leiriytyjien suurimmaksi ikäryhmäksi osoittautui 51 - 65-vuotiaat (40 %).

Lisäksi vastaajat pystyttiin ryhmittelemään segmentteihin sukupuolen ja iän perusteella. Tässä tutkimuksessa Siikaranta Campingin suurimmaksi vastaajaryhmäksi osoittautuivat 51 - 65-vuotiaat naiset (25 %). Tutkimuksessa kysyttiin vastaajien ammattiryhmää ja vastausten perusteella voitiin todeta, että tyypillisin asiakas oli ansiotyössä käyvä (47 %). Asuinpaikka sijaitsi suurimmalla osalla vastaajista Länsi-Suomen läänissä (62 %). Lisäksi tutkimuksella selvitettiin matkaseurueita, joista tyypillisimmäksi ilmeni puoliso/kumppani (65 %). Matkan tarkoituksena useimmin oli vapaa-ajan matka (79 %) ja suurin osa vastaajista harrasti jokavuotista leirintämatkailua (80 %). Yleisimmäksi leiriytymismuodoksi Siikarannassa osoittautui sähköllinen vaunupaikka (48 %) ja tavallisin viipymä Siikarannassa oli alle 3 vuorokautta (80 %). Kolme tärkeintä syytä valita Siikaranta yöpymispaikaksi olivat meren läheisyys (48 %), sijainti (34 %) ja viihtyisyys (19 %).

9 TUTKIMUSTULOKSIEN YHTEENVETO

Siikaranta Campingin asiakaskuntaa koskevista kysymyksistä selvisi, että Siikarannassa kävi eniten 51 - 65-vuotiaita pariskuntia. Vapaa-ajan matkalla ollut pariskunta leiriytyi sähkövaunupaikalla alle kolme vuorokautta. Tyypillisimmin Länsi-Suomen läänistä kotoisin ollut asiakas leiriytyi Siikarannassa ensimmäistä kertaa, vaikka hän

harrastikin jokavuotista leirintämatkailua. Kolmeksi tärkeimmäksi syyksi valita Siikaranta yöpymispaikaksi nousivat meren läheisyys, sijainti ja viihtyisyys.

Siikaranta Campingin asiakasrakennetta tutkittaessa tulokset olivat samansuuntaisia kuin teoriaosuudessa (4.2 Tyypillinen leirintämatkailija) mainituissa Keski-Suomen leirintäalueselvityksessä, Kotimaan leirintäaluetutkimuksessa, Caravan-lehden leirintäkyselyissä ja Ruotsissa tehdyssä tutkimuksessa. Keski-Suomen leirintäalueselvityksessä asiakkaat liikkuivat tavallisimmin pareittain, joka toteutui myös tässä tutkimuksessa. Kohteen valintaan vaikuttavista tekijöistä yksi tärkeimmistä oli myös sijainti. Kotimaan leirintäaluetutkimuksessa suosituin jäsenkortti oli SF-Caravan, niin myös tässä tutkimuksessa. Yöpymistavoista yleisin oli matkailuvaunu tai -auto, joka tukee tämän tutkimuksen tuloksia, koska suurin osa Siikarannassa kävijöistä yöpyi matkailuajoneuvopaikalla. Yöpymisöiden määrä oli tässä tutkimuksessa hieman alhaisempi.

Palveluiden laatuun liittyviä yleisiä osatekijöitä tarkasteltaessa tyytyväisimpiä vastaajat olivat leirintäalueen yleiseen siisteyteen. Tähän kuitenkin parannuksena toivottiin puuston ja pusikoiden raivausta. Matkailuajoneuvojen paikkamerkintöjä maastoon toivottiin myös selvemmiiksi. Tyytymättömmimpiä oltiin leirintäalueen aukioloaikaan ja palvelujen saatavuuteen. Asiakkaat antoivat tähän kehittämisideoissa selvät toiveensa. Useampi toivoi leirintäalueen olevan myöhemmin syksyllä pidempään auki, vaikka vain viikonloppuisin. Monet toivoivat alueelle lisää aktiviteetteja: lauluiltoja, lentopalloverkkoa, tanssilavaa tai trampoliinia. Myös Caravan-lehden eri vuosien leirintätutkimuksissa palvelutoiveena nousi esiin tanssipaikan tärkeys. Tutkimuksen mukaan tanssipaikka korostui erityisesti ilman lapsia matkailevien pariskuntien keskuudessa. Tällä tutkimuksella päästiin samoille linjoille kuin teoriaosuudessa esitellyssä Matkareitin teettämässä Suomen leirintäalueiden hinta-laatusuhdevertailussa. Matkareitin hinta-laatusuhdevertailussa Siikaranta sai 4,5 pistettä ja tässä tutkimuksessa vastaajat arvioivat hinta-laatusuhteen keskimäärin hyväksi (4,1).

Palveluympäristöön liittyvistä tekijöistä tyytyväisimpiä oltiin WC- ja pesutilojen siisteyteen. Huoltotilojen siisteyttä keuhuttiin paljon, erityisesti kiitettiin WC-kukista, mutta jotkut toivoivat lisää huoltorakennuksia. Yksi karavaanari totesi, että Siikaranta on yksi siisteimmistä leirintäalueista, jolla he ovat leiriytyneet viimeisen 25-

vuoden aikana. Eniten parantamisen varaa oli keittokatoksessa sekä uimarannassa. Keittokatokseen toivottiin seiniä. Kehittämisehdotuksina uimapaikalle mainittiin uimalaituri, turvallinen uimapaikka, metalliset uimaportaat kalliolle, pitkospuut saunalta kallioita pitkin rantaan ja merkitty turvallinen väylä mennä kallioilta uimaan.

Varaustilanteeseen oltiin suurilta osin tyytyväisiä, vaikka isoin osa teki varauksen leirintäalueella vasta paikan päällä, jolloin varaustilannetta pidettiin myös useimmiten nopeana ja helppona. Asiakkaat toivoivat leirintäalueesta tehtyjä paperisia karttoja, jotka myös jaettaisiin heille palveluympäristön hahmottamiseksi. Sähköpostiin vastaamista sanottiin hitaaksi ja leirintäalueelle toivottiin nettivarausrjestelmää. Leirintäalueen asiakaspalveluun liittyen parantamisen varaa löytyi eniten vastaanoton aukioloajoista ja informaation saatavuudesta henkilökunnalta. Vastaanotto on ollut avoinna vain päivisin ja kehittämisehdotuksissa asiakkaat nostivat esiin yövahdin tarpeellisuuden. Yleisesti henkilökuntaa pidettiin ammattitaitoisena, ystävällisenä ja palvelualttiina. Henkilökunnan siisteyttäkin kehuttiin, mutta kehitysehdotuksista nousivat esiin kommentit nimikylteistä ja työasuista, jotka tällä hetkellä puuttuvat.

Vastaajien lisäpalveluiden käyttöastetta tutkittaessa selvisi, että iso osa kyselyyn vastanneista asiakkaista ei käyttänyt Siikarannassa mitään lisäpalveluja. Kiitettävästi käytettiin kuitenkin sauna- ja kioskipalveluja. Saunatiloja pidettiin myös erittäin siisteinä. Asiakkaiden antamista kehitysideoista ilmeni, minkälaisia lisäpalveluja alueelle toivottiin. Esimerkiksi toivottiin yleisiä saunavuoroja sekä miehille että naisille.

Suurin osa kyselyyn vastanneista oli saanut tiedon Siikarannasta tuttaviltaan tai sukulaisiltaan. Suurin osa myös suosittelisi Siikaranta Camping -leirintäaluetta ystävilleen ja tuttavilleen. Tämä ehdottomasti pitää leirintäalueen maineen hyvänä. Enemmistö kyselyyn vastanneista asiakkaista myös aikoo palata leirintäalueelle uudelleen. Leirintäalueen suosittelu ja uudestaan asiointi ovat parhaat merkit siitä, että asiakkaat ovat tyytyväisiä. Leirintäalueelle annetuista yleisarvosanoista suosituin oli kiitettävä eli yhdeksän ja annettujen yleisarvosanojen keskiarvo oli 8,41. Näistä voitiin päätellä, että asiakkaat olivat tyytyväisiä Siikarantaan kokonaisuutena.

Vapaan sanan osiossa paljon hyvää palautetta saatiin huoltotilojen siisteydestä ja alueen rauhallisuudesta. Kehitysehdotuksista tärkeimpänä nousi esiin turvallisen ja siis-

tin uimapaikan kehitys. Teoriassa esitetyssä leirintätutkimuksessa (4.2 Tyypillinen leirintämatkailija) leirintäalueen menestystekijöinä nousivat tärkeimpinä esiin siisteys, ystävällinen palvelu, uimapaikka, lasten huomiointi ja alueen rauhallisuus. Asiakaspakoa aiheuttivat epäsiisteys, puutteelliset sosiaalilat ja hankala maasto. Leirintätutkimuksen ja tämän tutkimuksen tuloksia verrattaessa aiheellisinta Siikarannan leirintäalueella olisi kehittää uimapaikkaa ja siistiä piha-alueen pusikoita sekä selkeyttää maastoa. Tärkeää on jatkaa hienoa siisteyden ylläpitoa huoltotiloissa ja ystävällistä palvelua, joita asiakkaatkin kehuivat.

10 TUTKIMUKSEN LUOTETTAVUUS

Vilkan mukaan reliabiliteetilla eli tutkimuksen luotettavuudella tarkoitetaan tulosten tarkkuutta eli mittauksen kykyä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia ja mittaustulosten toistettavuutta. Uusittaessa saman henkilön kohdalla mittaus toistamiseen, saataisiin täsmälleen sama mittaustulos riippumatta tutkijasta. Tutkimuksen pätevyys eli validius tarkoittaa tutkimusmenetelmän tai mittarin kykyä mitata sitä, mitä tutkimuksessa on tarkoituskin mitata. Kun tutkimus on pätevä, siinä ei saisi olla systemaattisia virheitä. Jos virheitä on, tutkittavat voivat ymmärtää vastausvaihtoehdot tai kysymykset väärin. Tämä tarkoittaa sitä, että tulokset vääristyvät, jos vastaaja ei ajattelekaan niin kuin tutkija olettaa. Jo suunniteltaessa tutkimusta tämä tarkoittaa käsitteiden, perusjoukon ja muuttujien selvää määrittelyä, aineiston keräämisen ja mittarin huolellista suunnittelua. Teorian käsitteet ja ajatuskokonaisuus on yhdistettävä kyselylomakkeeseen. Tällöin tutkimus on pätevä. Tutkimuksen pätevyys ja luotettavuus yhdessä muodostavat mittarin kokonaisluotettavuuden. (Vilka 2007, 161-162.)

Saatuihin tutkimustuloksiin vaikuttaa aina myös tutkimusaineiston keräämisen ajankohta. Virheellinen mittaussajankohta vinouttaa tuloksia samalla tavalla kuin vastausprosentin alhaisuus. (Vilka 2007, 168.) Kyselylomaketutkimuksen haittana on pidetty sitä, että riski vastausprosentin alhaisuuteen on suuri. Lomakkeiden palautuksessa saattaa olla myös viiveitä. (Vilka 2007, 74.) Jotta Siikarannan leirietyjiltä saatiin luotettavaa tutkimustietoa, kyselyn ajankohdaksi valittiin tarpeeksi kattava aika.

Aluksi ajankohdaksi suunniteltiin kolmea viikkoa juhannuksesta eteenpäin, mutta saatua kyselylomakkeet valmiiksi hyvissä ajoin kyselylomakkeiden jako aloitettiin 20. kesäkuuta 2011 ja niitä jaettiin 28. elokuuta 2011 asti. Jotkut asiakkaat saattoivat unohtaa palauttaa täytetyn lomakkeen palautuslaatikkoon, koska jotkut maksoivat leiriytymisen jo tullessaan eivätkä näin enää lähtiessään palanneet vastaanottorakennukseen. Tämä ei kuitenkaan merkittävästi heikennä tutkimuksen luotettavuutta.

Tutkimusta voidaan pitää reliaabelina, koska asiakastyytyväisyyskyselyn otos oli riittävän laaja, miniminä vastaavanlaisissa kyselyissä pidetään 100 tilastoyksikön otosta ja hyväksyttävästi täytettyjä lomakkeita saatiin takaisin 158 kappaletta. Vastauksia tavoiteltiin 200 kappaletta. Kadon odotettiin olevan suuri, joten kyselylomakkeita oli jaossa 300 kappaletta, joista vain 210 kappaletta saatiin lopulta jaettua. Vastausprosentti oli siis 53 %. Tulosta voidaan pitää suuntaa antavana. Tutkimuskesän aikana vastaajia oli liikkeellä noin 7 000, mutta isojen tapahtumien poisjäänti aiheutti selvästi hiljaisempia aikoja edellisiin kesiin verrattuna. Kuitenkin erilaisten tapahtumien järjestäminen ja tiettyinä aikoina tutkijan lomakkeiden jakaminen saattoi vaikuttaa vastaajien matkan tarkoitukseen tai leirintäalueen valintaan vaikuttaviin syihin. Kaikilla asiakkailla oli kuitenkin samanlaiset mahdollisuudet kyselyyn osallistumiseen, joten tutkimuksen validius ei siitä heikentynyt. Oskoko tutkimuksessa oli 158, joka edustaa riittävän hyvin perusjoukkoa tämän tutkimuksen mittakaavassa.

Luotettavuutta voivat heikentää monet asiat jo tutkimuksen aikana. Satunnaisvirheitä tulee, jos vastaaja vastatessaan muistaa jonkin asian väärin. Tutkija voi myös tehdä virheitä tutkimustuloksia tallentaessaan. Kuitenkaan virheiden vaikutus tutkimuksen tavoitteiden kannalta ei ole merkittävä. Jos satunnaisvirheitä ilmenee, tutkijan on tärkeää ottaa niihin kantaa. Tulosten ollessa aivan erilaisia kuin muiden tutkimusten tulokset, on pohdittava tutkimustekstissä, mistä mahdolliset virheet johtuvat. (Vilka 2007, 162.) Täydennettyjä lomakkeita palautettiin kaikkiaan 162, joista neljä jouduttiin hylkäämään puutteellisten vastausten vuoksi. Kysely oli kuitenkin luotettava, koska huolimattomasti täytettyjä lomakkeita ei palautettu montaa. Osa näistä vastaajista saattoi täyttää lomakkeen kiireessä, jotkut saattoivat pitää kyselyä liian pitkänä. Kyselyyn ei tietoisesti lisätty vastaajia motivoivaa arvontaa. Tämä osaltaan auttoi lomakkeiden käsittelyssä, koska vajavaisia lomakkeita ei palautunut montakaan. Toi-

saalta arvonnän poisjättäminen saattoi myös vaikuttaa vastausprosentin alhaisuuteen, jos vastaaja ei kokenut kyselylomakkeen saatesanoja tarpeeksi motivoivina.

Lomakkeet käytiin käsin läpi tarkastaen samalla vastaajien antamat tiedot. Tietojen kirjaus tehtiin mahdollisimman huolellisesti, jotta satunnaisvirheiltä vältyttiin. Kaikki tutkimustulosten kuvioiden ja taulukoiden suhteelliset lukumäärät ilmoitettiin prosentteina, jotta vältyttiin sekaannuksilta. Tulokset olisi ehkä voinut myös esittää lukumäärinä ikäryhmien kohdalla eikä prosentteina, koska nuorimpia 20-vuotiaita tai sitä nuorempia vastaajia oli vähemmän. Kuitenkin tämä asia ilmenee jo vastaajien ikäryhmää koskevassa kysymyksessä numero kolme. Jokaisen tutkittavan asian vastaukset muodostavat yhdessä sata prosenttia. Tämän tavan valitseminen ei merkittävästi vaikuta tutkimuksen validiuteen.

Perehdyin palvelun laatua ja asiakastyytyväisyyttä käsittelevään kirjallisuuteen ennen kyselylomakkeen laatimista. Pyrin heijastamaan kyselylomakkeeseen teoriataustaa myös leirintäpalveluiden vaatimalla tavalla ja Siikarannan yrittäjän toiveiden mukaisesti. Vastausvaihtoehtoja ja kysymyksiä muokattiin useamman kerran, jotta siitä tuli mahdollisimman pätevä. Mielestäni kysymykset ja vastausvaihtoehdot mittasivat tutkittavia asioita mahdollisimman kattavasti.

Tämän tutkimuksen kokonaisluotettavuutta voidaan pitää hyvänä. Tutkimuksella saatiin vastaukset keskeisiin tutkimusongelmiin. Tutkimuksen ja kyselylomakkeen avulla saatiin mitattua vastaajien mielipiteet ensimmäiseen tutkimusongelmaan, kuinka tyytyväisiä Siikaranta Camping -leirintäalueen asiakkaat ovat leirintäalueen toimintaan, palveluihin, asiakaspalveluun ja palvelun laatuun. Tutkimuksella saatiin myös runsaasti kehittämisideoita ja kaivattua palautetta, jotka esitettiin tutkimuksen alakysymyksenä. Lisäksi saatiin selville vastaus toiseen tutkimusongelmaan, millainen on Siikaranta Campingin tyypillinen asiakas. Vastausprosentin alhaisuuden vuoksi tämän tutkimuksen tuloksia voidaan pitää suuntaa antavina. Tämän tutkimuksen tulokset olivat kuitenkin aivan samansuuntaisia kuin aiemmat leirintämatkailuun ja tyypilliseen leirintämatkailijaan liittyvien tutkimusten tulokset, joten tämän tutkimuksen tuloksia voidaan pitää luotettavina ja Siikarannan leirintäalueen yrittäjää hyödyttävinä.

11 POHDINTA

Idea opinnäytetyön aiheesta lähti omasta mielenkiinnostani ja Siikarannan leirintäalueen yrittäjä kiinnostui ajatuksesta. Aloitin työn teoriaosuuden kirjoittamisen huhtikuussa 2011. Lähdemateriaalia löytyi paljon, josta poimin työn kannalta oleellisen tiedon. Suunnittelin kyselylomaketta samalla, kun kirjoitin teoriaa leirintämatkailusta, palvelun laadusta, asiakastyytyväisyydestä ja asiakastyytyväisyyden tutkimisesta. Lopullinen kyselylomake oli valmis kesäkuun alussa ja vein kyselylomakkeet leirintäalueelle kesäkuun puolessa välissä. Lomakkeita alettiin jakaa juhannuksen aikaan, kun asiakasvirran tiedettiin lisääntyvän. Aihe oli mielenkiintoinen, joten opinnäytetyö eteni sujuvasti. Olen harrastanut leirintämatkailua, koska vanhempani ovat olleet karavaanareita, joten asiaan liittyi myös henkilökohtaista kokemusta.

Ongelmia kohtasin asiakastyytyväisyyden keruuvaiheessa ja opinnäytetyön tulosten analysoinnissa tilasto-ohjelmalla. Keruuvaiheessa kävin useaan kertaan seuraamassa tilannetta leirintäalueella. Sain kuvan, että tutkimus eteni melko hitaasti, kun lomakkeita ei saatu annettua suoraan asiakkaalle. Korostin, että lomakkeita on jaettava asiakkaille tai ainakin niistä tulisi mainita, mutta en usko, että tätä aina muistettiin. Keskusteltuani leirintäalueen yrittäjän kanssa päätimme tehostaa lomakkeiden jakoa jakamalla lomakkeita mökkeihin siivouksen yhteydessä. Lomakkeita jaettiin erityisesti myös tapahtumien aikaan. Päätin myös mennä itse jakamaan lomakkeita asiakkaille ilta-aikaan ja tapahtumien yhteydessä. Tämän myös tein kuutena päivänä tutkimusaikana. Suuri osa asiakkaista suhtautui kyselyyn kiinnostuneesti, kun taas jotkut kieltäytyivät vastaamasta vapaa-ajan vieton vuoksi. Syntyi kuva, että monet naiset vastasivat kyselyyn helpommin kuin miehet.

Suurimpaan asiakasryhmään 51 - 65-vuotiaat ja sen tyytyväisyyteen leirintäalueen kannattaa jatkossakin panostaa ja samalla miettiä, miten saataisiin lisää asiakkaita muista ikäryhmistä. Jatkossa kannattaisi miettiä keinoja, miten asiakkaiden viipymää Siikarannassa saataisiin nostettua yli 3 vuorokauden ja miksi lisäpalveluja käytetään hyvin vähän. Syytä olisi miettiä, ovatko lisäpalvelut tällä hetkellä oikeanlaisia kyseiselle suurimmalle asiakasryhmälle ja miten muut asiakasryhmät saadaan käyttämään palveluja enemmän.

Jotkut vastaajat toivoivat pidempää aukioloaikaa syksyisin. Vastaanoton aukioloajat eroavat leirintäalueen aukioloajasta, joten monet asiakkaat voisivat haluta vastaanoton aukioloaikaa yhtenäistettäväksi leirintäalueen aukioloajan kanssa, jotta alueella olisi kioskipalvelut käytettävissä koko leirintäalueen aukioloajan. Vastaanoton henkilökunnan yhtenäinen työasu olisi helposti hoidettavissa esimerkiksi yrityksen logolla varustetulla t-paidalla tai pienellä nimikyltillä. Markkinointia leirintäalueen olemassaolosta tulisi paremmin huomioida myös Porin seudun vapaa-ajan matkailua markkinoivissa yhteistyötahoissa. Näkyvyyttä olisi hyvä lisätä esimerkiksi Porin alueen ilmaiskartoissa. Näitä kartoja voitaisiin myös silloin jakaa asiakkaille tai tehdä alueesta omia kartoja, joita asiakkaat toivoivat. Leirintäalueesta voitaisiin välittää entistä selkeämpi kuva asiakkaille, jos Siikaranta Campingille hankittaisiin leirintäalueille saatava virallinen tähtiluokitus, josta kerrottiin tämän tutkimuksen teoriaosassa (4.1 Leirintäalueen ja leirintämatkailun määrittely). Tätä voitaisiin hyödyntää jatkossa myös markkinoinnissa. Asiakkaiden turvallisuuden tunnetta leirintäalueella taas voisi lisätä yövahti, jota alueelle toivottiinkin.

Mökkien siisteyden, keittokatoksen varustetason sekä TV- ja oleskelutilan viihtyisyyden kohdalla ”en osaa sanoa” -vastauksia tuli paljon, koska kaikki vastaajat eivät käyttäneet näitä palveluja. Myös lapsiystävällisyyteen annettiin paljon ”en osaa sanoa” -vastauksia, koska suurin osa vastaajista oli matkalla puolison tai kumppanin kanssa. Ilman lapsia matkustavat pariskunnat eivät osanneet arvioida lapsiystävällisyyttä. Mahdollisissa uusintatutkimuksissa voisi tehdä erilliset tutkimukset mökeissä leiriytyjille tai karavaanareille, jolloin olisi helpompi erottaa eri asiakasryhmien tarpeet niin perus- kuin myös lisäpalveluissa.

Lomakkeen kysymyksiin seitsemän, 13 ja 22 olisi hyvä tulevaisuudessa lisätä vastausvaihtoehto ”ei mitään”, jotta vastausvaihtoehdot olisit mahdollisimman kattavat. Kyselylomakkeessa oli kysymys, miksi asiakas ei suosittelisi leirintäaluetta, mutta lomakkeeseen olisi myös voinut laittaa kysymyksen, miksi asiakas ei usko asioivansa uudelleen Siikarannassa. Tulevaisuudessa tämä kysymys kannattaa kysyä, mikäli tutkimus uusitaan. Näihin kysymyksiin saatuihin yksittäisiin kielteisiin vastauksiin ovat saattaneet vaikuttaa vastaajien henkilökohtaiset käsitykset tai tunnetila, joihin yrityksen on ollut vaikea vaikuttaa. Vastausvaihtoehto ”en osaa sanoa” tulisi jättää pois näistä kohdista, jotta kaikki vastaajat todella ilmaisisivat mielipiteensä suositte-

lusta ja uudelleen asioinnista. Uudelleen asiointiin ja suositteluihin liittyen tulosten perusteella voidaan kuitenkin sanoa, että Siikaranta Camping tulee suosittelujen ansiosta mahdollisesti samaan paljon lisää uusia uskollisia asiakkaita.

Uskon, että tutkimuksen tuloksista on hyötyä Siikaranta Camping -leirintäalueen toiminnan kehittämässä. Tuloksista on nähtävissä asiakastyytyväisyyteen selvästi vaikuttavat tekijät. Keskittymällä näihin tekijöihin asiakkaiden käsityksiä voidaan parantaa ja asiakasuskollisuutta lisätä. Asiakkaiden kehitysehdotuksista monet voisivat olla helposti toteutettavissa ilman suuria investointeja, tärkeimpänä näistä uima- paikan kehittäminen. Uimaranta on alueella ehdoton, koska enemmistö kyselyyn vastanneista valitsi tärkeimmäksi syyksi valita Siikaranta yöpymispaikaksi meren läheisyyden. Monet leiriytyjistä myös harrastivat uintia. Vaikka alue halutaan pitää mahdollisimman luonnonmukaisena, näistä kehittämissuunnitelmista tuskin mikään rikkoisi luonnonmukaisuutta ja asiakkaiden tyytyväisyys nousisi. Pienellä venelaiturilla saataisiin jo uutta asiakaskuntaakin liikkeelle. Lisäksi tutkimustuloksia tyypillisestä asiakkaasta yritys voi käyttää hyväkseen markkinoinnissaan. Olisi hyvä, että yritys uusisi tutkimuksen mahdollisten korjaavien toimenpiteiden jälkeen, jotta nähtäisiin, miten asiakastyytyväisyys kehittyy leirintäalueella.

Opinnäytetyölleni asettamat tavoitteet täyttyivät ja tuloksia voidaan pitää suuntaa antavina. Tutkimuksen tulokset olivat myös onnistuneita, koska ne olivat samansuuntaisia kuin muut teoriaosassa esitetyt leirintämatkailuun liittyvät tutkimukset. Opin prosessin aikana paljon uutta ja hyödyllistä tietoa, erityisesti asiakastyytyväisyyden ja palvelun laadun osatekijöiden merkityksestä yritykselle. Huomasin, että asiakastyytyväisyyden mittaaminen ei ole helppoa. Yksinään tutkijan motivaatio ei kannata pitkälle, koska motivaatiota pitää löytyä myös asiakkailta ja yritykseltä itseltään kuten myös riittävästi resursseja. Haluan esittää kiitokseni opinnäytetyöni ohjaajalle Jaana Halmeelle ohjauksesta sekä lehtori Tuula Reikko-Tuokkolalle avusta kyselylomakkeen laatimisessa ja tulosten analysoinnissa. Kiitokset kohdistan myös Siikaranta Campingin yrittäjä Erkki Eerikäiselle ja leirintäalueen henkilökunnalle yhteistyöstä. Lisäksi haluan kiittää erityisesti vanhempiani ja ystäviäni tuesta koko opinnäytetyöprosessin ajan.

LÄHTEET

- Aarnikoivu, H. 2005. Onnistu asiakaspalvelussa. WSOY. WS Bookwell Oy, Juva.
- Albanese, P. & Boedeker, M. 2002. Matkailumarkkinointi. Edita Publishing Oy. Edita Prima Oy, Helsinki.
- Anttila, A. 2011. Karavaanarin kesäblues. Meidän luonnossa -lehti 3/2011. Meidän Suomi. Oy Valitut Palat – Reader’s Digest Ab. RR Donelley, 60 – 65.
- Barlow, J. & Moller, C. 1998. Ota asiakasvalitus lahjana. Fälth & Hässler. Tietosanomama.
- Caravan-lehti. 2011. Leirintäopas 5/2011 – 4/2012. SFC-Markkinointi Oy. Hämeenlinna.
- Caravan-lehti. 2010. Leirintäopas 5/2010 – 4/2011. SFC-Markkinointi Oy. Hämeenlinna.
- Eerikäinen, E. 14.4.2011. Toimeksiantajan henkilökohtainen tiedonanto. Siikaranta Campingin yrittäjä.
- Grönlund, M. & Jacobs, R. & Picard, R. 2000. Asiakastyytyväisyyden osatekijät ja edellytykset. Turun Kauppakorkeakoulu.
- Grönroos, C. 1998. Nyt Kilpaillaan palveluilla. WSOY – Kirjapainoyksikkö Porvoo. 4. uudistettu painos.
- Grönroos, C. 2001. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. WSOY. WS Bookwell Oy, Porvoo.
- Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. Edita Prima Oy, Helsinki. 7. uudistettu painos.
- Hirsjärvi, S. & Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja Kirjoita. Kustannusosakeyhtiö Tammi. Kariston kirjapaino Oy, Hämeenlinna. 15. uudistettu painos.
- Holopainen, M. & Tenhunen, L. & Vuorinen, P. 2004. Tutkimusaineiston analysointi ja SPSS. Yrityssanomama Oy, Järvenpää.
- Honkakumpu, I. 2011. Artikkelit: ”Mika Mökkönen Suomi Camping Oy: Alan haasteena imagon nosto”. Matkailu- ja ravintolayritysten ammattilehti Vitriini 3/2011, 32 – 33. [Viitattu 21.05.2011.] Linkki saatavissa osoitteesta:
http://www.mara.fi/files/vit_2011_3_32_33.pdf
- Hämäläinen, J. 1999. Luonnollinen palvelu – Kohtele asiakasta kuin itseäsi. Luma Oy. Gummerus kirjapaino Oy, Jyväskylä. 1. painos.
- Karjalainen, L. 2010. Tilastotieteen perusteet. Pii-Kirjat, Ristiina.

Komppula, R. & Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys – Matkailuyrittäjä-sarja. Edita Publishing Oy. Edita Prima Oy, Helsinki.

Matkareitin internet-sivut. 2011. Kotimaan leirintäaluetutkimus 2009. SF-Caravan & Harri Mäki TourNet & Matkareitti.fi-sivusto. [Viitattu 21.05.2011.] Linkki saatavissa osoitteesta: <http://www.matkareitti.fi/tutkimukset-kyselyt/kotimaan-leirintaaluetutkimus-20/>

Mattinen, H. 2006. Asiakkuusosaaminen – Kuuntele asiakastasi. Talentum Media Oy. Karisto Oy, Hämeenlinna.

Nurmi, M. 1997. Matkailuopiston tutkielma. Porvoon matkailualan oppilaitos.

Pesonen, H-L. & Lehtonen, J. & Toskala, A. 2002. Asiakaspalvelu vuorovaikutuksena – Markkinointia, viestintää, psykologiaa. PS-Kustannus. Gummerus Kirjapaino Oy, Jyväskylä.

Pesonen, I. & Siltanen, T. & Hokkanen, T. 2006. Menestyvä matkailuyritys. Edita Publishing Oy. Edita Prima Oy, Helsinki.

Porin linjojen internet-sivut. 2011. Porin linjojen bussiliikenteen aikataulut ja linjakartat välillä Pori – Reposaari. [Viitattu 21.05.2011.] Linkki saatavissa osoitteesta: <http://www.porinlinjat.fi/Aikataulutjabrnbpsnbplinjakartat.aspx>

Rautiainen, M. & Siiskonen M. 2007. Majoitustoiminta ja palveluosaaminen. Restamark. Dark Oy, Vantaa. 2. painos.

Reinboth, C. 2008. Johda ja kehitä asiakaspalvelua. Kustannusosakeyhtiö Tammi. Helsinki. Gummerus Kirjapaino Oy.

Reposaaren internet-sivut. 2011. [Viitattu 18.04.2011.] Linkki saatavissa osoitteesta: <http://www.reposaari.net/>

Rissanen, T. 2005a. Hyvä palvelu. Kustannusosakeyhtiö Pohjantähti PoleStar Ltd. Fram, Vaasa.

Rissanen, T. 2005b. Hyvän palvelun kehittäminen. Kustannusosakeyhtiö Pohjantähti PoleStar Ltd. Fram, Vaasa.

Rättyä, P. 2010. Artikkelit: ”Caravan-lehden leirintäkysely 2009: Rairanta jälleen ylivoimainen”. Caravan-lehti 1/2010, 76 – 81. SFC-Markkinointi Oy Hämeenlinna.

Rättyä, P. 2011. Artikkelit: ”Suuri leirintäkysely Lahden Caravan-messuilla: Siisteys on tärkeintä”. Caravan-lehti 1/2011, 60 – 67. SFC-Markkinointi Oy Hämeenlinna.

Siikaranta Campingin internet-sivut. 2011. Toimeksiantajan kotisivut. [Viitattu 18.04.2011.] Linkki saatavissa osoitteesta: <http://www.siikarantacamping.fi/>

Valviran internet-sivut. 2011. Alkoholijuomien vähittäismyynti. Ohje 11/2010, 4. Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto. [Viitattu 16.06.2011.] Linkki saatavissa osoitteesta: http://www.valvira.fi/files/Valvira_ohje_11_2010.pdf

Vilkkä, H. 2007. Tutki ja kehitä. Kustannusosakeyhtiö Tammi, Helsinki. Gummerus Kirjapaino Oy, Vaajakoski. 1.- 2.painos.

Vitriini. 2008. Artikkelit: ”Leirintäalueiden odotukset positiivisia”. Matkailu- ja ravintolayritysten ammattilehti 8/2008, 27. MaRa

Vuoristo, K-V. 2003. Matkailun maailma. WSOY. Porvoo.

Vuoristo, K-V. 2002. Matkailun muodot. WSOY. Porvoo.

Ylikoski, T. 2001. Unohtuiko asiakas? KY-Palvelu Oy. Otavan Kirjapaino Oy, Keuruu. 2. uudistettu painos.

Ympäristöministeriö & Matkailun edistämiskeskus & Suomen Leirintäalueyhdistys ry. 2003. Suomen leirintämatkailun nykytila ja kehittämismallit. Ympäristöministeriö Alueidenkäytön osasto. Helsinki. [Viitattu 19.04.2011.] Linkki saatavissa osoitteesta: <http://www.ymparisto.fi/download.asp?contentid=4305&lan=fi>

Yrittäjälinjan internet-sivut. 2011. Suomi menestyi eurooppalaisten leirintäalueiden hintavertailussa, 26.07.2010. Yrittäjälinja & Suomen laatukontaktit Oy. [Viitattu 21.05.2011.] Linkki saatavissa osoitteesta: <http://www.yrittajalinja.fi/uutiset.html?a200=512>

Tutkimuksen kyselylomake

ARVOISA MATKAILIJA, TERVETULOA SIIKARANTAAN!

Tämä on asiakastyytyväisyystutkimus Siikaranta Campingissa kesällä 2011 leiriytyville asiakkaille. Vastaamalla vaikutatte leirintäalueen kehittämiseen asiakkaiden tarpeiden ja toiveiden mukaisesti. Kysely on osa restonomiopiskelija Sinikka Nurmen Satakunnan Ammattikorkeakoululle tekemää opinnäytetyötä. Pyytäisin teitä täyttämään lomakkeen, sillä mielipiteenne ovat tärkeitä. Täytetyn lomakkeen voitte jättää vastaanottorakennukseen. Kysymyksiin vastataan joko ympyröimällä tai rastittamalla sopiva vaihtoehto tai kirjoittamalla vastaus sille varatulle viivalle. Vastaukset käsitellään luottamuksellisesti ja vastaaja pysyy tuntemattomana. Vastaamiseen kuuluu aikaa noin 10 minuuttia. Kaikkien vastaukset ovat tärkeitä! Kiitos. ☺

- Mikä on kotikuntanne? _____, _____ läänissä
- Sukupuoli: Nainen Mies
- Ikä: 20 v tai alle 21-35 v 36-50 v 51-65 v yli 65 v
- Ammattiasema: Ansiotyössä käyvä Yrittäjä Opiskelija
 Eläkeläinen Muu, mikä? _____
- Matkustan: Puolison/kumppanin kanssa Perheen/lapsien kanssa
 Työtoverin/työtovereidensa kanssa Ystävän/ystävien kanssa Yksin
- Harrastatteko jokavuotista leirintämatkailua? Kyllä En
- Onko teillä jokin seuraavista jäsenkorteista? SF-Caravan Camping Card Scandinavia /International
 Autoliitto Muu, mikä? _____
- Miten leiriydytte Siikarannassa? Kausipaikka Vaunupaikka Leirintämökki 4 hlöä
 Telttapaikka Vaunupaikka sähköllä Leirintämökki 2 hlöä
 Saunamökki 4-6 hlöä
- Kuinka usein leiriydytte Siikarannan leirintäalueella?
 Joka vuosi Joka toinen vuosi Harvemmin Ensimmäistä kertaa
- Kuinka kauan viiyytte Siikarannan leirintäalueella? alle 3 vrk 3-10 vrk 11-30 vrk yli 30 vrk
- Mikä on matkanne tarkoitus? Vapaa-ajan matka Työmatka Vierailu sukulaisten/ystävän luona
 Yyteri Beachfutsi Pori Jazz Muu, mikä? _____
- Merkittäkö numeroin (1 = tärkein, 2 = toiseksi tärkein, 3 = kolmanneksi tärkein) kolme tärkeintä syytä valita Siikaranta yöpymispaikaksi:

___ Meren läheisyys	___ Sijainti	___ Hinta	___ Siisteys
___ Laadukas palvelu	___ Viihtyisyys	___ Suositukset	___ Tapahtumat
___ Ulkoilu- ja harrastusmahdollisuudet		___ Muu, mikä? _____	
- Harrastatteko Porin alueella jotain seuraavista (voitte halutessanne valita myös useamman vaihtoehdon)?
 Lenkkeily Pyöräily Ratsastus Tennis Uinti
 Luonnossa liikkuminen Golf Surffaus Muuta, mitä? _____
- Miten arvioisitte seuraavat Siikarannan leirintäalueen palveluiden laatuun liittyvät seikat?
(5=erittäin hyvä, 4=hyvä, 3=tyydyttävä, 2=välttävä, 1=huono, X = en osaa sanoa)

Asiakastyytyväisyyskysely jatkuu kääntöpuolella →

15. Arvioikaa Siikarannan palveluympäristöä valitsemalla jokaiselta riviltä sopivin vaihtoehto asteikolta 1-5. (5=erittäin hyvä, 4=hyvä, 3=tyytyttävä, 2=välttävä, 1=huono, X = en osaa sanoa)

Huoltotilojen riittävyys	5	4	3	2	1	X
WC-tilojen siisteys	5	4	3	2	1	X
Pesutilojen siisteys	5	4	3	2	1	X
Lapsiystävällisyys	5	4	3	2	1	X
Keittokatoksen varustetaso	5	4	3	2	1	X
Mökkien siisteys	5	4	3	2	1	X
Tv- ja oleskelutilan viihtyisyys	5	4	3	2	1	X
Grillikatoksien siisteys	5	4	3	2	1	X
Uimaranta	5	4	3	2	1	X

16. Mitä parannuksia haluaisitte tehtävän Siikarannan leirintäalueella?

17. Miten teitte varauksen leirintäalueelle? Puhelimitse Sähköpostitse Paikan päällä

18. Kuvatkaa, miten varaustilanne mielestänne sujui asteikolla 1-5. (5=erittäin hyvä, 4=hyvä, 3=tyytyttävä, 2=välttävä, 1=huono, X = en osaa sanoa)

Helppous	5	4	3	2	1	X
Nopeus	5	4	3	2	1	X

19. Mitä parannusehdotuksia teillä on varaustilanteen kehittämiseksi?

20. Arvioikaa Siikaranta Campingin asiakaspalvelua valitsemalla jokaiselta riviltä sopivin vaihtoehto asteikolta 1-5. (5=erittäin hyvä, 4=hyvä, 3=tyytyttävä, 2=välttävä, 1=huono, X = en osaa sanoa)

Henkilökunnan palvelualttius	5	4	3	2	1	X
Henkilökunnan ammattitaito	5	4	3	2	1	X
Henkilökunnan ystävällisyys	5	4	3	2	1	X
Henkilökunnan siisteys	5	4	3	2	1	X
Vastaanoton aukioloajat	5	4	3	2	1	X
Informaation saatavuus henkilökunnalta	5	4	3	2	1	X

21. Kommentteja saamastanne palvelusta?

22. Mitä lisäpalveluja käytitte? Perhe-/Tilaussauna Polkupyörien vuokraus Linnavaatteiden vuokraus
 Pyykinpesu Pyyheliinoiden vuokraus Elintarvike- ja kahvikioski Muu, mikä? _____

23. Mistä saitte tiedon Siikarannan leirintäalueesta? Tuttavat/sukulaiset Internet Lehti-ilmoitus
 Tienvarsimainokset Matkailualan julkaisut Muu, mikä? _____

24. Suositteletko Siikaranta Campingia ystävilleen ja tuttavilleen? Kyllä En En osaa sanoa

25. Jos vastasitte edelliseen kysymykseen kieltävästi, miksi ei? _____

26. Uskoisitte tulevanne uudestaan Siikaranta Camping -leirintäalueelle? Kyllä En En osaa sanoa

27. Minkä yleisarvosanan antaisitte Siikarannalle asteikolla 4 – 10 (4 = heikko, 5 = välttävä, 6 = kohtalainen, 7 = tyydyttävä, 8 = hyvä, 9 = kiitettävä, 10 = erinomainen) ? _____

28. ”Vapaa sana osio” – Tähän saatte antaa vapaasti kehittämisehdotuksia ja palautetta, risuja tai ruusuja:

Kiitos vastauksistanne!

Leiriytyjien vastaukset kysymykseen numero 1

Enontekiö (1), Espoo (3), Eura (3), Forssa (1), Harjavalta (2), Helsinki (5), Hyvinkää (3), Hämeenkyrö (1), Hämeenlinna (15), Iittala (1), Iitti (1), Janakkala (2), Joensuu (1), Jokioinen (1), Jyväskylä (7), Jämsä (1), Kaarina (2), Kangasala (1), Kangasniemi (2), Karkkila (1), Kauhajoki (1), Kauniainen (1), Keuruu (4), Kokemäki (1), Kokkola (1), Kouvola (1), Kuopio (5), Kärkölä (1), Laitila (1), Lapinlahti (1), Lemppälä (2), Lieto (4), Loimaa (2), Luvia (4), Masku (1), Muurame (1), Mynämäki (2), Mänttä-Vilppula (1), Nastola (1), Nokia (1), Nurmijärvi (1), Oulu (1), Paimio (1), Pori (12), Porvoo (2), Pyhäranta (1), Rauma (14), Renko (1), Riihimäki (1), Sahalahti (1), Sauvo (1), Sastamala (2), Savonlinna (1), Säskylä (1), Taivassalo (3), Tampere (10), Turku (1), Tuusula (2), Ulvila (1), Urjala (1), Utsjoki (1), Valkeakoski (1), Vantaa (4), Virrat (2), Vääksy (1) ja Vöyri (1).

Leiriytyjien vastaukset kysymykseen 16

”Kunnon uimaranta”, ”Suurempia mökkejä, uimaranta sekä lentopalloverkko”, ”Parempi uimaranta”, ”Mökkeihin astiapyyhkeet, leikkuulauta ja lukuvalot”, ”Hiekkapohjainen, turvallinen uimaranta. Sääntö, ettei lemmikkieläimiä saa pitää vapaana.”, ”Kartta leirintäalueesta sekä lähiympäristöstä”, ”Vessoihin naulakko koppiin. Paikkojen vapaa valinta kiva, mutta soveltuvat paikat voisi olla selvemmin merkattu maastoon.”, ”Uimaranta syvemmäksi ja pohja siistiksi”, ”Parempi keittokatos”, ”Parempi uimaranta”, ”Uimarantaa kaivataan”, ”Uimapaikka pitäisi raivata turvalliseksi/ merkitä hyvä väylä lähteä kallioilta ym.”, ”Ehkä muutama huoltorakennus saisi olla lisää? Yöllä ’pitkä matka’ pissille.”, ”Huoneeseen/ mökkiin 17 kaipasimme enemmän valoa, esim. lukulamput sänkyjen yläpuolelle. Hyttysverho oveen, mökki oli aika kuuma.”, ”Erilaiset sähköpistokkeet”, ”Uimaranta ois kiva”, ”Saunassa kaipaisi hieman parempaa yksityisyyttä”, ”Puustoa harvemmaksi ja pusikoita pois. Mökin 9 edestä 3m suo-ohdakkeet matalaksi, ennen kuin valtaavat koko alueen. Grillikatokset kuntoon ja uimapaikalle pari mottia Yyterin santaa.”, ”Vrt. TV/Oleskelutilat”, ”Tiskipaikalla pitäisi olla lavuaarissa tulppa joka altaassa. Kuivausteline seinällä olisi kiva. Missä on paras uimapaikka?”, ”Enemmän aktiviteettejä”, ”Mökkeihin hiukan enemmän varusteita: lukuvalo, astiat, yms.”, ”Rantaan pitäisi tehdä kunnon uimapaikka”, ”Voisiko rannalle tehdä pienen kais-taleen hiekkapohjaista uimarantaa?”, ”Uimaranta”, ”Uimaranta on meikäläiselle huono ja maasto (kalliot) vaarallisia kävellä. Pitäis esim. pitkospuilla tehdä polkuja kallioille ja laituri pitäis tehdä.”, ”Alueen ympäri aita. Kunnon uimaranta.”, ”Polun reunat ja pöpelikkö siistimmiksi”, ”Laituri merelle, josta helpompi mennä uimaan.”, ”Uimalaituri, keittokatoksen varustetaso (hellat, vesijohdot yms. enemmän)”, ”Pusikkojen + rikkakasvien raivaus”, ”Vanhat mökit ulkomaalaus, osasta sisäseinien maalaus sekä lattioiden lakkaus”, ”Televisio ei näy joka paikassa. Vaunupaikkojen kohdalta puita pois, jos näkyvyys paraneis.”, ”Uimaranta huono vanhoille ihmisille”, ”Koirat pois alueelta melun vuoksi.”, ”Asuntoauton jätevesien

tyhjennyskaivo, läpivuorokauden paikalla henkilökuntaa”, ”Selkeämmät auto(vaunu)paikat. Rannan rai-
vaaminen pajukosta ym. Pidempään auki syksyllä.”, ”Paremmat yhteistilat.”, ”Uimarantaa en käyttänyt
vaan kalliolta mereen. Voi olla vaikeaa lapsille.”, ”Jonkunlainen haravointi uimapaikalle! = kallioitten
altaaseen.”, ”Kalliolle (limaisille) pari metalliporrasta. Mikä uimaranta ja missä?”, ”Porraskaiteet mök-
keihin, joista ne puuttuvat”, ”Lisää wc- ja suihkutiloja. Sauna, uimaranta!”, ”Uimaranta + puita grilliin.
Uimaranta – hiekkakerros poukamaan”, ”Parempi uimamahdollisuus, uusi vastaanotto/ kioskirakennus
(parempi ensivaikutelma uusille asiakkaille)”, ”Raivaus => Saha käyttöön, voisi siistiä pensaikoita mök-
kien edestä, merelle olisi mukavimmat näkymät + kulku”, ”Laituri uimapaikalle => helpompi käydä ui-
massa. Puinen kävelypolku saunalta laiturille.”, ”4 hlön mökit voisi olla 40 €/ vrk”, ”Miesten suihkutiloi-
hin telineet saippua ym. purkeille”, ”Uimarantaa voisi parantaa, klo 23:00 jälkeen hiljaisuutta voisi vah-
tita”, ”Sähkötolppa tien toisella puolella paha asia, kaapeli ajeltu yli n. 20 kertaa.”, ”Perhesaunoja lisää”,
”Lapsille lisää aktiviteetteja”, ”Perhesaunoja voisi olla kaksikin”, ”Kun varaa mökin, käynnissä olevista
tapahtumista voisi kertoa asiakkaille (meteli)”, ”Hiljaisuus ei tullut ajallaan”, ”Yleiset saunavuorot naisil-
le ja miehille”, ”Parantaa uimarantaa ja wlan”, ”Uimaranta kuntoon (Isot kivet pois saunarannasta)!”,
”Rantakasvuston parantaminen”, ”Tanssilava + suurempi sauna”, ”Uimalaituri ja hiekkaranta, sauna
isommaksi”, ”Lisää vessoja ja suihkuja”, ”Lapsille lisää viihtyisyyttä, esim. tramboliini”, ”Harrastustoi-
mintaa, hevostia, kunnan uimaranta, baari, veneiden vuokraus”, ”Saunan edustalle uimalaituri”, ”Lisää
leikkipaikkoja.”, ”Ison ryhmän kannalta katsottuna yleiset tilat liian pienet” ja ”Voisiko mitenkään tehdä
uimapaikan, nykyisellään vaarallinen kivien takia”.

Leiriytyjien vastaukset kysymykseen 19

”Voisiko jatkossa tehdä myös nettivarauksia?”, ”Kartta alueesta mukaan, missä paikkoja ja palvelut”,
”Enemmän vaatimattomia leirintämökkejä”, ”Leirintää ei yl. voi varata”, ”Varattavia vaunupaikkoja”,
”Luulin soittaneeni Reposaaressa matkakotiin ja saaneeni sieltä paikan”, ”Varausmahdollisuus etukäteen
myös isompien tapahtumien aikaan. Maksaisin mielelläni varausmaksun.”, ”Pyysimme merenrantamök-
kiä – emme saaneet”, ”Kartalla esittely, missä vapaata”, ”Sähköpostin vastaukset hitaita!””, ”Ei mitään”,
”Ihan hyvä”, ”Kun antaa caravan kortin, niin kaikki tiedot löytyvät siitä”, ”Erittäin joustavaa, saavuimme
paikalle 22:15”, ”Kartta alueelta pitäis olla annettu jokaiselle maksavalle asiakkaalle!” ja ”Kaikki OK”.

Leiriytyjien vastaukset kysymykseen 21

”Alueen palvelut voisi lyhyesti esitellä ensikertalaiselle niin ei tarvitse kulkea koko aluetta läpi.”, ”☺”,
”Hyvää ja ystävällistä”, ”Tosi hyvä”, ”Erittäin hyvää, reipasta ja ystävällistä”, ”Hyvä ja ystävällinen pal-
velu”, ”Jokaiseen kysymykseen saimme vastaukset. Kiitos hyvästä palvelusta! ☺”, ”Hyvin sujui”.

”Helppous. Soitimme 20:30 ja tulimme 21:30. Valitsimme paikan itsenäisesti ja maksu aamulla, LOISTAVAA!”, ”Rannasta ei mielestäni voi hyppiä”, ”Todella hyvä”, ”OK, joustoa on löytynyt myös tarvittaessa”, ”Ensi vuonna tavataan ☺”, ”Kiva tulla lomalle Siikarantaan”, ”Ystävällistä”, ”Miellyttävä palvelu”, ”Ystävällistä ja asiallista”, ”Asiallista”, ”Oikein hyvä tyyppi respassa”, ”Mukavaa ja ystävällistä henkilökuntaa”, ”Erittäin hyvää palvelua”, ”Asiallista”, ”Useampi henkilö vastaanottoon, yksi molemmille luukuille”, ”Nimikyltit, työasu”, ”Kaikki sujui”, ”Hyvä paikallistuntemus”, ”Nopiaa toimintaa”, ”Ei huomauttamista”, ”Nopeaa ja ystävällistä”, ”Ystävällistä”, ”Mies tarvitsi onkimiseen matoja ja jopa niitä yritettiin järjestää. Tarjottiin lapiota omaan yritykseen! Tosi palveluultista.”, ”Hyvä”, ”Upeaa!”, ”Mukava palvelu on yksi syy tulla uudestaan ☺”, ”Hyvä, asiallinen”, ”Erittäin ystävällinen henkilökunta”, ”Erittäin siisti paikka!!!”, ”Hyvää ja asiallista!”, ”Tytön iloinen hymy ja poikien palveluulttius sekä riipitys/asiantuntemus saa hyvälle tuulelle. Kiitos kauniista wc-kukista! ☺”, ”Ammattitaitoinen, ystävällinen henkilökunta”, ”Ihan hyvä”, ”Erittäin joustavaa”, ”Erittäin hyvää”, ”Erittäin asiallinen”, ”Erittäin ystävällinen tyttö”, ”Kivoja työntekijöitä”, ”Kiitos ☺”, ”Suomen paras”, ”Hyvät”, ”Hyvä!” ja ”Ihan hyvä”.

Leiriytyjien vastaukset kysymykseen 28

”Kiitos! Tullaan uudestaan! ☺”, ”Upea ja rauhallinen paikka. Kiitos.”, ”Ihana paikka edelleen! Yöpyminen täällä 1-2 vrk:n ajan on tullut vuosittaiseksi traditioksi Yyterin loman osana. Silokalliot ja Siikatorppa niitä odotamme talvesta lähtien! Erityiskiitokset vielä pesu- ja wc-tilojen siisteydestä!”, ”Iso kiitos kun otatte alueelle myös meidät koirahullut! Mökit tilavat, kiva että oli astioita/ kahvinkeitin.”, ”Kiitos! Kivaa oli!”, ”Sähköpistokkeet toisenlaisiksi, ja vesakot pois rannasta.”, ”Meidän tarpeeseen täysosuma”, ”Uimapaikka voisi olla parempi esim. laituri tai vastaava, josta pääsisi hyvin uimaan.”, ”Yleinen siisteys kuntoon ja pikku asiat (kuten ilmaiset grillipuut) myös niin paikka on todellinen helmi!”, ”Saunamökin pesuhuoneen ikkunaan hyttysverkko. Ulko-oven ovenkahvan ahtaus sisäpuolelta käytettäessä. Mökkien kuis-tien katteet puuttuvat. Komerotilat puuttuvat. Vaateripustimia saisi olla.”, ”Kiitos Siikarannan ammattitaitoiselle henkilökunnalle”, ”Caravan lehdessä voisi olla enemmän suullista infoa paikasta. Vessojen ja pesutilojen + saunan siisteys erinomaista. Vessakukat huippua! Kiitos!”, ”Suihkutiloihin myös käsisuihku”, ”Olin vain yön nukkumassa: oli hiljaista ja rauhallista”, ”Kiitos, oli ilo yöpyä. Rauhallinen paikka. Erikoiskiitokset henkilökunnalle, ovat ihania.”, ”Olisi ollut mukavaa, jos paikan olisi saanut varata etukäteen jazzien ajaksi. Yritin varata paikkaa s-postilla, ei onnistunut. Ajoimme 200 km ja mielessä epävarmuus siitä, onko vapaata paikkaa. Onneksi kuitenkin oli! ☺”, ”Meillä on ollut kausipaikka täällä yli 20 vuotta, kaikki kesälomat vietetty kokonaan tai osittain Siikarannassa.”, ”Uimapaikat oli todella meikäläisen ikäiselle vaarallisia. Siisteys ja ystävällisyys infossa/ vastaanotossa iltapäivällä 19.7.2011. + + + +”, ”Hyvää jatkoa!”, ”Kiitos ☺ Ihanan rauhallinen paikka!”, ”Kiitos ☺ Täällä oli ihanan rauhallista!”, ”Olemme

viihtyneet täällä yli 20 vuotta.”, ”Matkailuautoille harmaitten vesien tyhjennys mahdollisuus. Yleisilmeen kehittämistä”, ”Suuret mainokset Porista, ettei tarvitse etsiä. Selvät opasteet!”, ”Näin siistejä ja puhtaita wc-tiloja ja pesuhuoneita en ole missään nähnyt! Menipä mihin aikaan tahansa, ne olivat juuri siivotut. Kiitos siivoojalle!!! Mukavaa, kun alueella oli paljon koiria!”, ”Sanoisin, että täällä kaikki (käytännössä) ansaitsisi täydet pisteet, mutta kun täydellisyyttä ei ole niin laitoin näin 9.”, ”Alueelle esim. kerran viikossa musiikki lauluilta, haitaria, tms.”, ”Vuoden kierron hieno huippuhetki on aina aika Siikarannassa! Kiitos!”, ”Jääkaappia ei voi käyttää, pitää kovaa ääntä. Olisi hyvä, jos ulko-ovikin mökissä toimisi kunnolla (Ei aukea kokonaan) No. 8”, ”Uimaranta hiekoitettava – poukama”, ”Olemme viihtyneet Siikarannassa jo monta kesää. Tänne vetää rauhallisuus ja meriluonto sekä lisäksi ystävällinen palvelu. Kiitos monista mukavista hetkistä. Tulemme varmasti uudestaan.”, ”Remonttitahti pysyy mukavasti ajan hampaan asettamien haasteiden tahdissa, ja sekin mikä on vanhaa, on kuitenkin ehjää ja siistiä”, ”Hieno paikka, hyvä palvelu.”, ”Myös tanssit olisi kiinnostanut, jos ajankohtaan olisi löytynyt lähempää lava. Nyt Huittisissa 67 km.”, ”Olen ollut jokaisessa West Festissä, todella hyvä paikka tapahtuman järjestämiseen”, ”Mökissä 16 voisi olla peili. Samoin naulakoiden puute aiheutti ongelmia.”, ”Vaunupaikat lähellä rantaa on hieman epämääräiset, ne olisi hyvä merkitä esim. hiekalla selkeästi jottei kulkuväylät tukkeutuisi.”, ”Ihana paikka ja sopivan kokoinen. Meri on kiva!”, ”Siikaranta on virkistävä lomaparatiisi meren äärellä. Kiitos ikimuistoisista lomapäivistä!”, ”Perhesaunoja lisää”, ”Syksyllä auki myöhemmin viikonloppuisin”, ”Ei valittamista”, ”Uimaan meneminen huonoa (ehkä sitä ei voi auttaa)”, ”Suihkutilassa puuttuu hylly shampoo pullolle”, ”Olisi kiva, jos paikka olisi auki myöhemmin, vaikka vain viikonloppuisin. Keittokatos kaipaa seinää.”, ”Pidempään syksyllä auki”, ”Laittakaa uimaranta kuntoon! Ei voi käydä saunasta uimassa!”, ”Laituri puuttuu (uima)”, ”Kulkuvalaistus paremmaksi. Ollaan viihdytty, iso lämmin kiitos!”, ”Yllättävän siisti suomalaiseksi leirintäalueeksi!”, ”20-23v sitten viimeksi, kyllä on hyvään suuntaan mennyt, siistiä ja paikat OK.”, ”Kannot pois auto-vaunupaikoista”, ”Uimalaituri oli tarpeen (yhteinen kokoontumishuone olisi tarpeen)”, ”Tilat yhteisiä kokoontumisia varten suuremmaksi näin ison porukan kannalta katsottuna, yksityisesti kyllä ihan hyvä”, ”Uimarantaa perata kiviä pois”, ”Pitempään auki”, ”Uimapaikka pitäisi olla kun kerran ollaan meren rannalla myös muita aktiviteetteja pitää olla”, ”25 v:n karavaanari kokemuksella: Siikaranta on yksi siisteimmistä alueista, jolle olemme leiriytyneet.” ja ”Ruusu”.