

OPINNÄYTETYÖ
MIKKO MÄÄTTÄ 2012

**KUKKOLAFORSEN TURIST &
KONFERENSIN
ASIAKASTYYTYVÄISYYDEN
KEHITTÄMINEN**



Rovaniemen
ammattikorkeakoulu
University of Applied Sciences
LUC

HOTELLI- JA RAVINTOLA-ALAN
KOULUTUSOHJELMA

ROVANIEMEN AMMATTIKORKEAKOULU
MAJOITUS-, RAVITSEMIS-, JA TALOUSALA
Hotelli- ja ravintola-ala

Opinnäytetyö

**KUKKOLAFORSEN TURIST & KONFERENSIN
ASIAKASTYYTYVÄISYYDEN KEHITTÄMINEN**

Mikko Määttä

2012

Toimeksiantaja Kukkolaforsen Turist & Konferens

Ohjaajat Kaarina Kantele, Minna Sipponen

Hyväksytty _____ 2011 _____

Tekijä	Mikko Määttä	Vuosi	2012
Toimeksiantaja Työn nimi	Kukkolaforsen Turist & Konferens Kukkolaforsen Turist & Konferensin asiakastyytyväisyyden kehittäminen		
Sivu- ja liitemäärä	39 + 5		

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää toimeksiantajayrityksen Kukkolaforsen Turist & Konferensin asiakastyytyväisyyttä. Tämän tutkimuksen avulla selviää toimeksiantajayrityksen asiakastyytyväisyyden nykytila, mökki- ja leirintäalueasiakkaiden matkakohteen valintakriteerit sekä ne yrityksen osa-alueet, jotka vaativat kehittämistä.

Tutkimus toteutettiin ruotsinkielisellä asiakastyytyväisyyskyselyllä vuoden 2011 kesä- ja heinäkuun aikana. Kyselylomaketta jaettiin mökki- ja leirintäalueasiakkaille heidän saapuessaan Kukkolaforsenille. Vastauksia kyselyyn saatiin yhteensä 415 kappaletta. Tutkimuksen teoriaosuus muodostuu asiakastyytyväisyydestä, palvelusta ja palvelun laadusta.

Työn tutkimuksellisessa osiossa olen analysoinut kyselystä saadut tulokset ja esittänyt kehitysehdotuksia niiden pohjalta. Työn tuotoksena syntyi myös uusi versio kyselylomakkeesta toimeksiantajayritykselle.

Tutkimustulosten perusteella Kukkolaforsenin asiakastyytyväisyyttä voidaan pitää hyvänä. Kukkolaforsen koetaan kodikkaana ja aitona yrityksenä, jonka vahvuuksia ovat hyvä sijainti kosken rannalla, mukava henkilökunta ja hyvä palvelu. Parannettavaa yrityksellä on muun muassa aktiviteettitarjonnassa ja mökkien varustelussa. Vastaajilta saatiin myös ideoita Kukkolaforsenin palvelujen ja toimintojen kehittämiseksi.

Author	Mikko Määttä	Year	2012
Commissioned by	Kukkolaforsen Tourist and Conference Centre		
Subject of thesis	Customer Satisfaction in Kukkolaforsen Tourist and Conference Centre		
Number of pages	39 + 5		

The goal of this thesis was to find out the level of customer satisfaction in Kukkolaforsen Tourist and Conference Centre. This thesis helps to find the factors that affect customers when they plan their travel destinations and the parts of the company that need to be improved.

The customer satisfaction survey was conducted in June and July 2011. The questionnaire was answered by 415 customers. The theoretical part of this thesis consists of the concepts of customer satisfaction, service and quality of service.

The results of the customer satisfaction survey were analyzed and development suggestions were made. Also a new version of the survey questionnaire was made.

According to the results of the survey, the customer satisfaction of Kukkolaforsen is good. Kukkolaforsen is experienced as a cozy and authentic company. Good location next to the rapids, pleasant staff and good service are the strengths of the company. Kukkolaforsen should increase the number of activities and improve the equipment in the cottages. Customers gave also ideas on how to develop the services of Kukkolaforsen.

Key words

Customer satisfaction, customer satisfaction survey,
quality of service

SISÄLTÖ

KUVIOLUETTELO	1
1 JOHDANTO	2
2 PALVELUSTA JA SEN LAADUSTA	5
2.1 Palvelun määritelmä ja ominaispiirteitä	5
2.2 Palvelun laadun kehittäminen.....	6
3 ASIAKASTYYTYVÄISYYDESTÄ.....	11
3.1 Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät	12
3.2 Asiakastyytyväisyystutkimus	13
4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS.....	15
4.1 Asiakastyytyväisyyskysely aineistonkeruumenetelmänä	15
4.2 Aineistonkeruu.....	16
5 TUTKIMUSTULOKSET	19
5.1 Vastaaajien taustatiedot	19
5.2 Leirintäalueen/mökkikylän valintakriteerit	22
5.3 Tyytyväisyys Kukkolaforseen Turist & Konferenssiin	24
5.4 Avoimet kysymykset.....	30
6 TULOSTEN TARKASTELO	33
6.1 Aktiviteetit	34
6.2 Leirintäalue ja mökit.....	35
6.3 Opasteet alueelle, aamiainen ja kyselylomake	35
7 POHDINTA	37
LÄHTEET	38
LIITTEET	40

KUVIOLUETTELO

Kuvio 1. Koettu kokonaislaatu	9
Kuvio 2. Asiakkaan odotusten ja kokemusten synnyttämä tyytyväisyys	11
Kuvio 3. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät.....	12
Kuvio 4. Vastaajien sukupuolijakauma	19
Kuvio 5. Vastaajien ikäjakauma	19
Kuvio 6. Vastaajien matkaseurueen koko	20
Kuvio 7. Tietolähteet Kukkolaforseenista	21
Kuvio 8. Vierailukerrat Kukkolaforseenilla.....	21
Kuvio 9. Vierailukerrat mökkikylissä/leirintäalueilla vuoden aikana.....	22
Kuvio 10. Kukkolaforseenille saapumiseen vaikuttaneet tekijät	22
Kuvio 11. Leirintäaluevalintaan vaikuttavat tekijät.....	23
Kuvio 12. Mökkikylävalintaan vaikuttavat tekijät	24
Kuvio 13. Vastaajien tekemiset vierailun aikana	25
Kuvio 14. Leirintäalueasiakkaiden mielipiteet Kukkolaforseenista	26
Kuvio 15. Mökkiasiakkaiden mielipiteet Kukkolaforseenista	27
Kuvio 16. Leirintäalueasiakkaiden arviot Kukkolaforseenista	27
Kuvio 17. Mökkiasiakkaiden arviot Kukkolaforseenista.....	28
Kuvio 18. Tyytyväisyyden, vaatimusten ja odotusten täytyminen	29
Kuvio 19. Vastaajien uudelleenvierailu- ja suositteluhaluus	30
Kuvio 20. Kukkolaforseenin vahvuudet.....	30
Kuvio 21. Kukkolaforseenin vahvuudet.....	31
Kuvio 22. Kukkolaforseenin heikkoudet.....	31
Kuvio 23. Kukkolaforseenin heikkoudet	32

1 JOHDANTO

Opinnäytetyössäni analysoin Kukkolaforseen Turist & Konferensin tekemää asiakastyytyväisyystutkimusta, johon vastasi yli neljäsataa mökki- ja leirintä-alueasiakasta. Teoriaosuudessa esittelen toimeksiantajayrityksen sekä käsittelen palvelua, palvelun laatua sekä asiakastyytyvää. Tutkimusosiossa esitän tutkimustulokset sekä niiden pohjalta tehdyt kehitysehdotukset. Opinnäytetyön viimeinen osa koostuu koko opinnäytetyöprosessia koskevasta pohdinnasta.

Kukkolaforseen Turist & Konferensin asiakkaat ovat saaneet ilmaista mielipiteitään ja toiveitaan yrityksen palveluihin ja tuotteisiin liittyen, joiden avulla asiakastyytyvyyden parantaminen helpottuu. Kehitysehdotukset on tehty kyselyn tulosten perusteella ja niissä on huomioitu yrityksen mahdollisuudet parannusten toteuttamiseksi.

Idea opinnäytetyön aiheesta syntyi, kun suoritin kesän 2011 aikana syventävää harjoitteluani Kukkolaforseen Turist & Konferensin palveluksessa. Harjoitteluni aikana osallistuin kyselylomakkeiden jakamiseen ja tulosten keräämiseen. Kukkolaforseen Turist & Konferens on mahdollisesti työnantajani myös tulevaisuudessa, joten näin opinnäytetyön tekemisen yrityksen kanssa mahdollisuutena ja panostuksena tulevaisuuteen.

Palveluyrityksien on tärkeää mitata ja seurata asiakastyytyvyyden tasoa säännöllisesti. Opinnäytetyöni tavoitteena on selvittää

- mikä on Kukkolaforseen Turist & Konferensin asiakastyytyvyyden tila
- mitkä tekijät vaikuttavat yrityksen asiakastyytyvyyteen
- mitkä yrityksen osa-alueet vaativat kehittämistä ja miten niitä voidaan kehittää

Tämän opinnäytetyön toimeksiantaja on vuonna 1987 perustettu perheyritys Kukkolaforseen Turist & Konferens, joka sijaitsee Ruotsin Haaparannalla, Tornionjoen rannalla. Jatkossa käytän toimeksiantajasta nimeä

Kukkolaforsen. Kukkolaforsenin alueella voi majoittua leirintäalueella ja eritasoisissa mökeissä, joita on kolmekymmentän neljä kappaletta. Petipaikkoja mökeissä on yhteensä 104 ja asuntovaunupaikkoja leirintäalueella on viisikymmentä. Yrityksen päärakennuksessa on kokoustilat, matkamuisto- ja elintarvikekauppa, baari sekä suosittu maisemaravintola. Asiakaspaiikkoja ravintolassa on 150. Alueella on yhteensä kolmetoista erilaista saunaa ja muutamia kylpytynnyreitä, joita ryhmät voivat vuokrata käyttöönsä. Mökki- ja leirintäaluemaksuun sisältyy aina pääsy vähintään kolmeen eri saunaan. Myös Ruotsin sauna-akatemia sijaitsee alueella. Asiakkaille on käytössä alueella myös ilmainen laajakaista. (Kukkolaforsen 2012; Svea 2012; Stenros 2011, 76.)

Yritys tarjoaa palveluita ympärivuotisesti, mutta pääsesonki painottuu kesään. Kesäisin asiakkaille on tarjolla mahdollisuus koskenlaskuun, siian lippoamiseen ja paistamiseen sekä opastettuihin retkiin lähialueen kohteisiin. Yritys työllistää kaksitoista työntekijää ympärivuotisesti ja kesäsesongin aikana työntekijöiden määrä on noin kaksikymmentäviisi. Yrityksen liikevaihto on noin kahdeksan miljoonaa kruunua. (Kukkolaforsen 2012; Svea 2012.)

Alueella sijaitsee myös historiallinen kulttuurialue, jossa on kaksi 1800-luvulla rakennettua vanhaa myllyä, 1900-luvun alussa rakennettu saha sekä kalojen pakastamiseen, paistamiseen ja kalastusvälineiden säilyttämiseen tarkoitettuja vajoja, joista vanhin on rakennettu vuonna 1780. Myllyt ja saha eivät ole olleet käytössä enää vuosikymmeniin, mutta nykyään niiden yhteydessä voidaan järjestää esimerkiksi häitä ja erilaisia näyttelyitä. Kulttuurialueella sijaitsee myös kalastusmuseo, jossa asiakkaat voivat vieraila ja lukea alueen kalastushistoriasta. (Stenros 2011, 21–27, 60, 128–130.) Kukkolaforsenilla vietetään kesän aikana useita eri tapahtumia, kuten kesäkuussa kansallista saunapäivää ja juhannusjuhlaa, heinäkuussa kulttuuripäiviä ja siikajuhlaa sekä elokuussa kalastuskilpailuja ja kansallisjoen päivää. (Kukkolaforsen 2012.)

Pohjois-Ruotsissa on monia mökkikylä- ja leirintäalueita, joista lähimpänä Kukkolaforsenia ovat Övertorneån, Seskarön, Kalixin ja Överkalixin leirintäalueet (SCR 2012). Varsinaisina kilpailijoina ei eri leirintäalueita

mielestäni voida kuitenkin täysin pitää, sillä leirintäaluetmatkailuun kuuluu olennaisena osana se, että yhden matkan tai kesän aikana voidaan vierailla usealla eri leirintäalueella.

2 PALVELUSTA JA SEN LAADUSTA

2.1 Palvelun määritelmä ja ominaispiirteitä

Palvelu käsitteenä on vaikeaa määritellä yksiselitteisesti ja siitä onkin esitetty useita erilaisia määritelmiä. Ylikoski (1999, 20) määrittelee palvelun teoksessaan näin:

”Palvelu on jokin teko tai toiminto, joka tuottaa asiakkaalle jotain aineetonta lisäarvoa, esimerkiksi viihtyvyyteen, mukavuuteen tai ajansäästöön liittyen.”

Palvelun tuottaminen voi liittyä johonkin tavaraan tai esineeseen, mutta itse palvelutapahtuma on yleensä aineeton. Palvelutapahtumassa voidaan katsoa olevan kaksi osapuolta: palvelun käyttäjä sekä sen tuottaja. (Rissanen 2005, 17–18; Ylikoski 1999, 20.)

Palvelun merkitys eri yritysten toiminnassa vaihtelee. Se voi olla liiketoiminnan ydin ja siten merkittävä osa yrityksen toimintaa, tai sen osuus voi olla vähäinen. Hyvän palvelun avulla yritykset voivat erottua kilpailevista yrityksistä, silloin kun erot myytävien tavaroiden tai tuotteiden välillä ovat pieniä. (Lämsä–Uusitalo 2003, 20.) Kukkolaforson erottuu kilpailevista yrityksistä muun muassa kosken viereisen sijaintinsa perusteella, mutta myös hyvällä palvelulla on suuri merkitys yrityksen toiminnassa.

Palvelu on aineeton eli sitä ei siis voi nähdä, maistaa tai koskettaa. Tästä johtuen asiakas joutuu päättämään palvelun ominaisuudet aineellisten vihjeiden avulla. Konkreettisia vihjeitä ovat muun muassa yrityksen toimintaympäristöön, henkilökuntaan ja toiminnassa käytettäviin välineisiin ja laitteisiin liittyvät tekijät. Näitä aineellisia tekijöitä muokkaamalla yritys voi vaikuttaa asiakkaan odotuksiin sekä palvelukokemukseen. (Lämsä–Uusitalo 2003, 18.)

Hotelliin yöpyväksi saapuvalla asiakkaalla palvelun aineellisen osan muodostavat hotellihuone ja sen ominaisuudet, kuten siisteys, valaistus ja lämpötila. Aineeton osa syntyy vuorovaikutustilanteesta vastaanottovirkailijan

kanssa. Palvelun kokonaisuus ei toimi, jos palvelun aineellinen ja aineeton osa eivät ole tasapainossa. Jos asiakas on tyytymätön hotellihuoneeseen, ei vastaanottovirkailija välttämättä pysty pelastamaan tilannetta, vaikka hän olisi poikkeuksellisen kohtelias, ystävällinen tai joustava. (Jokinen–Heinämaa–Heikkonen 2000, 224.) Kukkolaforsenin kohdalla palvelun aineellinen osa voi muodostua esimerkiksi mökistä, leirintäalueesta, huoltorakennuksesta tai ravintolassa tilattavasta ruoka-annoksesta.

Palveluille on ominaista myös se, ettei niitä voi varastoida, vaan ne tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti. Tämän vuoksi kysynnän ennakoiminen ja tasoittaminen eri ajankohtina onkin haastavaa. Palvelut ovat sisällöltään ja laadultaan vaihtelevia eli heterogeenisiä. (Lämsä–Uusitalo 2003, 18–19, 52.) Tämä tarkoittaa sitä, että esimerkiksi eri vastaanottovirkailijat käyttäytyvät palvelutapahtumissa eri tavoin, jolloin kaikille asiakkaille ei voida tarjota täysin identtistä palvelua.

Asiakas on osa palveluprosessia ja vaikuttaa näin ollen toiminnallaan palveluprosessin etenemiseen ja lopputulokseen. Palveluprosessi on aina erilainen ja sen onnistumista on vaikea ennakoida, sillä kaikkia siihen vaikuttavia tekijöitä ei voida kontrolloida. Sen laatuun voidaan kuitenkin vaikuttaa laatimalla selkeät toimintaohjeet, kehittämällä henkilökunnan ammattitaitoa sekä luomalla hyvän työilmapiirin. (Grönroos 2009, 79–80; Lämsä–Uusitalo 2003, 18–19.)

2.2 Palvelun laadun kehittäminen

Laatu on asiakkaan muodostama näkemys siitä, miten hyvin tavara tai palvelu vastaa hänen vaatimuksiaan ja odotuksiaan (Ylikoski 1999, 118). Yrityksen toimintaa voidaan pitää laadukkaana, jos asiakas on tyytyväinen saamaansa palveluun ja tuotteisiin. Laatua ei saada aikaan pelkästään hienojen tekniikoiden, toimivien prosessien tai hyvän johtamisen avulla, sillä laadukkaan toiminnan perusta on motivoitunut, koulutettu ja työnsä osaava henkilöstö. Palveluyritysten päämääränä onkin hyvän laadun saavuttaminen. Hyvä palvelun laatu ei ole kuitenkaan koskaan valmis, vaan sitä tulee

jatkuvasti kehittää ja seurata. (Lecklin 2006, 18, 235; Lämsä–Uusitalo 2003, 25–26.)

Asiakkaan käsitys palvelun laadusta muodostuu useiden tekijöiden perusteella. Yrityksen luotettavuus on tärkeä tekijä yrityksen laatua arvioitaessa. Asiakkaalle tehtyjä lupauksia ei tule pettää. Asiakkaalle tärkeitä kriteerejä ovat myös yrityksen turvallisuus, uskottavuus, saavutettavuus sekä henkilöstön kohteliaisuus, palveluhalukkuus sekä tieto- ja taitotaso. Asiakkaalle on tärkeää myös se, että häntä kohdellaan yksilönä ja hänen tarpeitaan kuunnellaan ja ne pyritään toteuttamaan. (Ylikoski 1999, 126–129.)

Asiakkaan odotukset palvelua kohtaan vaikuttavat hänen kokemaansa palvelun laatuun. On hyvin asiakaskohtaista, mitä asiakas pitää hyvänä palveluna ja minkälaisia odotuksia hänellä on palvelua kohtaan. Asiakkaat kuitenkin odottavat saavansa hyvää tai vähintään hyväksyttävää palvelua. Eri asiakkailta on erilaiset kriteerit hyvälle ja hyväksyttävälle laadulla. Myös palveluntuottajan näkemys hyvästä palvelusta voi poiketa asiakkaan näkemyksestä merkittävästi. Yrityksen tulee tietää, mikä on asiakkaiden käsitys hyvästä palvelusta, mitä he odottavat palvelulta ja mitkä asiat ovat heille tärkeitä. (Lämsä–Uusitalo 2003, 51–52; Ylikoski 1999, 117.)

Asiakkaiden tyytyväisyys voidaan varmistaa tarjoamalla heille heidän odotustensa mukaista palvelua. Asiakkaan palveluihin kohdistuvat odotukset muokkautuvat hänen tarpeidensa perusteella. Asiakas kohdistaa korkeampia odotuksia hänelle tärkeitä asioita kohtaan, jolloin hyväksyttävän palvelun raja on korkeampi kuin hänelle vähemmän tärkeiden asioiden kohdalla. Asiakkaan odotukset muuttuvat jatkuvasti, jolloin myös hyväksyttävän palvelun raja muuttuu. (Lämsä–Uusitalo 2003, 51–53.)

Jos asiakkaalla on aikaisempia kokemuksia kyseisestä yrityksestä, hän todennäköisesti tietää minkälaista palvelua hän tulee saamaan. Muilta ihmisiltä saatu positiivinen tai negatiivinen palaute voi muokata asiakkaan odotuksia. Odotuksiin voi vaikuttaa myös kokemukset muiden yritysten palveluista sekä asiakkaan senhetkinen mielentila. Hinta luo omalta osaltaan

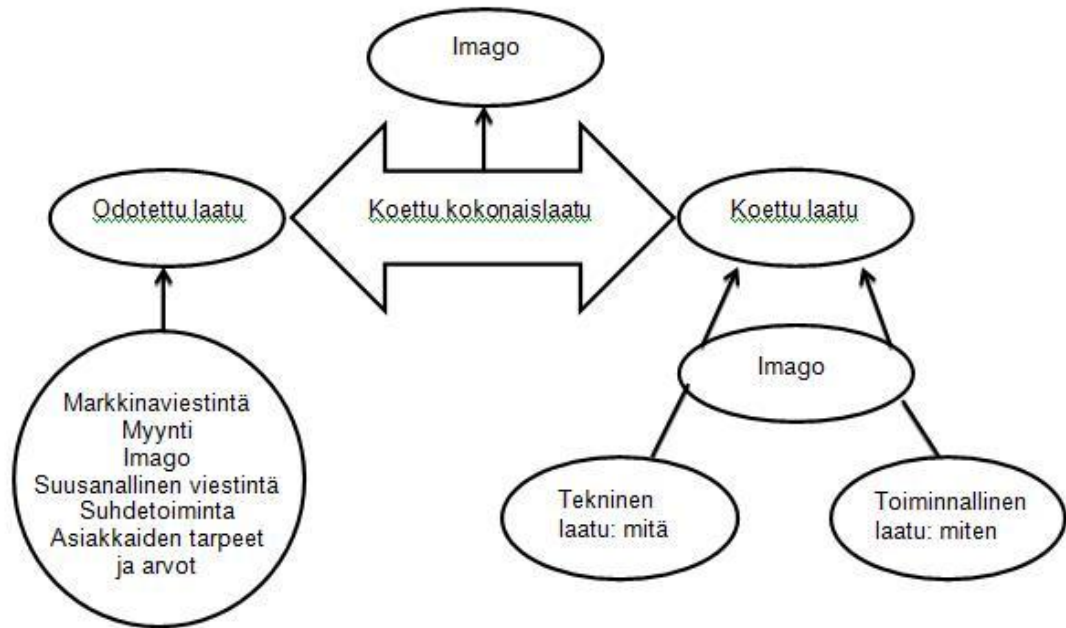
odotuksia palvelua kohtaan; palvelun hinnan ollessa korkea, voidaan myös asiakkaan odotuksien olettaa olevan suuremmat. Korkea hinta voidaan usein rinnastaa parempaan laatuun. (Grönroos 2009, 122; Ylikoski 1999, 123–126.)

Hyväksyttävän laadun eli asiakkaan odotukset täyttävän laadun avulla saadaan asiakas tyytyväiseksi, mutta ei välttämättä jatkamaan asiakassuhdetta palveluntarjoajan kanssa. Sen sijaan hyvää laatua kokenut asiakas on todennäköisesti halukas jatkamaan asiakassuhdetta ja kertomaan myönteisistä kokemuksista muille. (Grönroos 2009, 142.)

Asiakkaan muodostama käsitys palvelun kokonaislaadusta ei koostu pelkästään teknisestä ja toiminnallisesta laadusta, vaan siihen vaikuttavat myös asiakkaan odotukset laatua kohtaan. Asiakkaan kokemaan palvelun laatuun vaikuttaa myös henkilöstön keskinäisen toiminnan sujuvuus. (Grönroos 2009, 105–106; Lämsä–Uusitalo 2003, 21.)

Erilaisten asiakkaiden erilainen käyttäytyminen palvelutilanteessa vaikuttaa palveluprosessin onnistumiseen ja siihen, miten asiakas sen kokee. Vaikka palveluntarjoaja tarjoama palvelu säilyisi ennallaan, ei palveluprosessi koskaan ole täysin samanlainen. (Grönroos 2009, 81.)

Laatua voidaan pitää hyvänä, kun asiakkaan kokema laatu vastaa hänen odotuksiaan. Kuviossa 1 (sivulla 9) nähdään, että odotettu laatu koostuu yrityksen imagosta ja viestinnästä sekä asiakkaan tarpeista. Jos asiakkaan odotukset ovat suuret ja hänen odotukset eivät täyty, voi hyvinkin laadun taso tuntua huonolta. Jotta asiakas ei pettyisi, ei palveluntarjoajan kannata nostattaa asiakkaan odotuksia turhaan tai tehdä lupauksia, joita se ei pysty pitämään. Huono laatu vaikuttaa negatiivisesti myös yrityksen imagoon, sillä asiakkaat kertovat usein toisilleen huonoista kokemuksistaan. (Grönroos 2009, 105–106; Ylikoski 1999, 145.)



Kuvio 1. Koettu kokonaislaatu (Grönroos 2009, 105)

Asiakkaiden kokema laatua ei pidä määritellä pelkästään tuotteen tai palvelun teknisten ominaisuuksien perusteella, sillä laatu koetaan usein paljon laajemmin. Asiakkaan kokema palvelun laatu voidaan jakaa kahteen eri ulottuvuuteen, lopputuloksen tekniseen laatuun ja prosessin toiminnalliseen laatuun. Teknisellä eli lopputuloslaadulla tarkoitetaan sitä, mitä asiakas saa palveluprosessin lopputuloksena. Lopputulos vaikuttaakin merkittävästi siihen, miten asiakas arvioi palvelun laatua. (Grönroos 2009, 100–102.)

Asiakkaan kokemaan laatuun vaikuttaa kuitenkin myös prosessin toiminnallinen laatu eli se, millä tavalla lopputulos on hänelle toimitettu. Toiminnallinen laatu voi olla asiakkaalle jopa tärkeämpää kuin se, mikä oli prosessin lopputulos. Asiakaspalvelijan käyttäytyminen ja toiminta sekä muut asiakkaat vaikuttavat osaltaan siihen, minkälaisen kuvan asiakas palvelusta muodostaa. Myös yrityksen imagolla on oma vaikutuksensa asiakkaan kokemaan laatuun. Hyvän imagon avulla yritys voi saada virheitä anteeksi ja asiakkaan silti pitämään palvelun laatua tyydyttävänä, kun vastaavasti huono imago voi saada asiakkaan kokemaan huonot kokemukset entistä negatiivisemmin. (Grönroos 2009, 100–102; Ylikoski 1999, 118.)

Yrityksen on tärkeää tietää, onko tekninen laatu vai toiminnallinen laatu tärkeämpi kokonaislaatua mietittäessä. Hyvä kokonaislaatu edellyttää yleensä hyvää teknistä laatua, mutta pelkästään teknisellä laadulla ei välttämättä pystytä saavuttamaan eroa kilpailijoihin. Toiminnallista laatua kehittämällä yrityksen on mahdollista kasvattaa kilpailuetua, hankkia uusia asiakkaita sekä pitää nykyiset asiakkaat tyytyväisinä. (Grönroos 2009, 104; Ylikoski 1999, 11.)

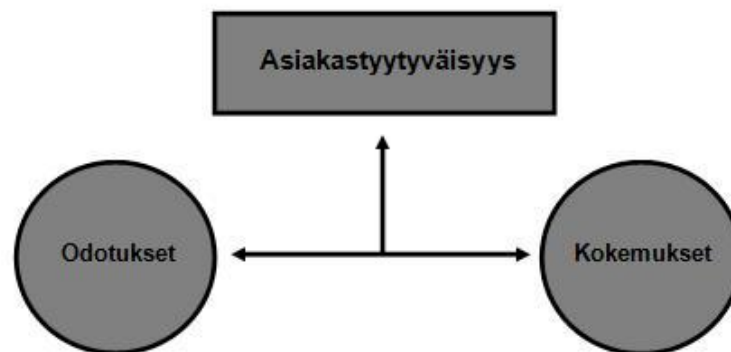
Palvelun laadun kehittäminen edellyttää, että yritys seuraa asiakastyytyväisyyttä ja ohjaa kehitystoimintaa siitä saadun tiedon perusteella (Lecklin 2006, 131–132). Nykyään kehittämistyö kuuluu jossain muodossa lähes jokaisen organisaation työntekijän tehtäviin. Kehittämisosuudessa tarvitaan monia erilaisia taitoja, kuten tiedonhankintataitoja, innovaatio-osaamista, kykyä erottaa oleellinen epäoleellisesta ja taitoa rakentaa käyttökelpoisia ratkaisuja. Yrityksen menestyksen edellytyksenä on jatkuva kehittäminen, jonka avulla yritys voi parantaa kannattavuutta, kehittää toimintoja ja prosesseja, luoda uusia tuotteita, ennakoita tulevaisuuden kysyntää ja ratkaista ongelmia. (Ojasalo–Moilanen–Ritalahti 2009, 11–12.) Kehityshankkeiden avulla asiakkaille pyritään luomaan uutta lisäarvoa ja niistä onkin tullut suosittuja apukeinoja palvelun laadun kehittämiseksi. Asiakkaiden tarpeiden ja odotusten selvittäminen ja ymmärtäminen on laadun kehittämisen lähtökohta. (Rissanen 2006, 217.)

Palvelun laatuun vaikuttavia tekijöitä on paljon, joten asiakkaiden huonojen laatukokemusten selvittäminen voi olla vaikeaa. Yrityksen johdon täytyy selvittää, mikä on asiakkaiden mielestä hyvää palvelua. Seuraavaksi määritellään tavoitelaatu ja suunnitelmat sen saavuttamiseksi. Henkilöstö pyrkii toteuttamaan laatutavoitteet käytännön toiminnassa samalla valvoen laadun tasoa. Laatutaso ei kuitenkaan aina vastaa asiakkaan odotuksia. Syitä tähän voivat olla esimerkiksi puutteet asiakkaiden odotusten tuntemuksessa, laatutavoitteiden suunnitteluprosessissa tai laatutavoitteiden toteuttamisessa käytännön toiminnassa. Palvelun laatua tulisi yrityksissä kehittää jatkuvasti ja vastuu hyvästä laadusta kuuluu jokaiselle yrityksen työntekijälle. (Ylikoski 1999, 140–145.)

3 ASIAKASTYYTYVÄISYYDESTÄ

Asiakastyytyväisyys on asiakkaan psykologinen tila, joka muodostuu hänen läpikäymästään mentaalisen arviointiprosessin lopputuloksesta. (Albanese–Boedeker 2002, 89). Asiakas määrittelee tyytyväisyytensä palveluun siitä saadun hyödyn perusteella. Asiakas on tyytyväinen, jos yritys pystyy vastaamaan hänen odotuksiin tai ylittämään ne. Jos yritys ei pysty vastaamaan asiakkaan odotuksiin, on asiakas tyytymätön. (Albanese–Boedeker 2002, 90; Ylikoski 1999, 151–153.)

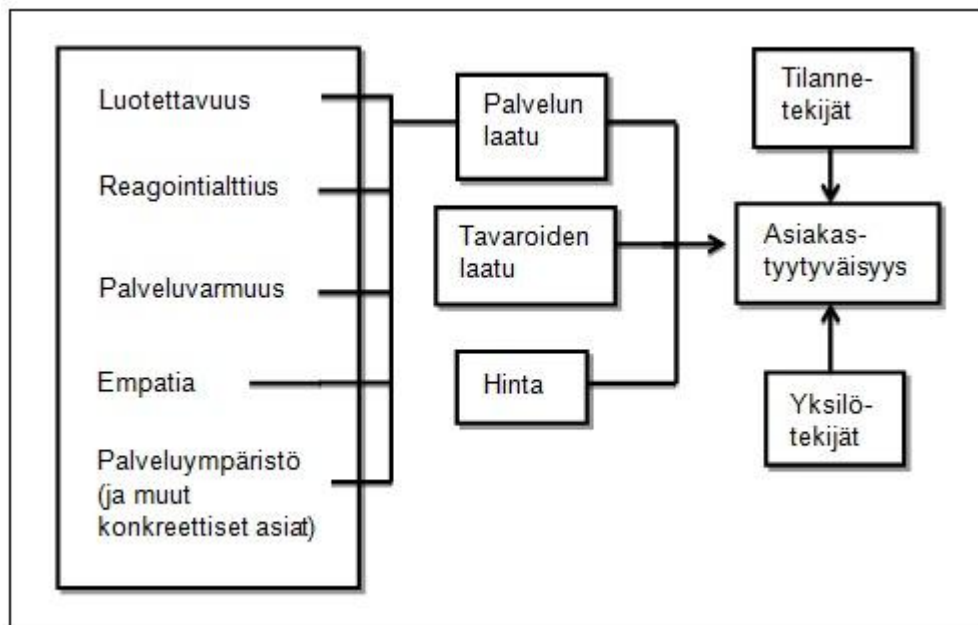
Asiakkaiden tyytyväisyys on yksi matkailuyrityksen menestyksen mittareista. Kun asiakas käyttää yrityksen palveluita, saa hän yrityksestä ja sen toiminnasta kokemuksia, jotka voivat vastata hänen odotuksiaan tai poiketa niistä myönteisesti tai kielteisesti. Kuvion 2 mukaan asiakastyytyväisyyden suunta ja voimakkuus riippuvat asiakkaan kokemuksista sekä hänen odotuksistaan yritystä ja sen toimintaa kohtaan. (Albanese–Boedeker 2002, 89–90.) (Kuvio 2.)



Kuvio 2. Asiakkaan odotusten ja kokemusten synnyttämä tyytyväisyys (Albanese–Boedeker 2002, 90)

3.1 Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät

Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat monet eri tekijät, kuten palvelun ja tavaroiden laatu sekä hinta. Tekijöitä, joihin yritys ei voi itse vaikuttaa ovat erilaiset tilannetekijät, asiakkaan yksilölliset ominaisuudet sekä kulttuurilliset tekijät (Kuvio 3). Yritys voi vaikuttaa asiakastyytyväisyyteen parantamalla asiakkaan kokemusten laatua sekä muokkaamalla asiakkaan odotustasoa. Haluttujen ennako-odotusten muodostaminen ja vakiinnuttaminen on pitkä prosessi, jonka yritys voi saavuttaa markkinointiviestinnän ja yrityksen itselleen luoman imagon avulla. (Albanese–Boedeker 2002, 89–91; Ylikoski 1999, 151–153.)



Kuvio 3. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät (Ylikoski 1999, 152)

Jos asiakas on tyytyväinen, hän todennäköisesti suosittelee yritystä tuttavilleen, kuitenkin vain silloin, kun yritys onnistuu ylittämään hänen odotukset. Jos palvelu on ollut odotetun mukaista tai tavanomaista, asiakas ei todennäköisesti muista suositella yritystä. Asiakas alkaa levittää kielteistä kuvaa yrityksestä vasta silloin, kun hän on tyytymätön yrityksen toimintaan. Suurin osa asiakkaista onkin niin kutsutulla välinpitämättömyyden alueella, jolloin he eivät suosittele eivätkä levitä yrityksestä kielteistä kuvaa. Kielteisin kuvan leviämisen estämiseksi yrityksen kannattaa pyrkiä hoitamaan tyytymättömien asiakkaiden valitukset. (Albanese–Boedeker 2002, 92–93.)

Asiakastyytyväisyyttä voidaan tarkastella kokonaisuutena tai erillisinä palvelutapahtumina. Asiakkaan kokonaistyytyväisyys yrityksen toimintaan muodostuu yksittäisistä palvelutapahtumista. Asiakas voi olla tyytyväinen yrityksen toimintaan kokonaisuutena vaikka hän olisikin tyytymätön johonkin yksittäiseen palvelutapahtumaan. (Ylikoski 1999, 155.)

3.2 Asiakastyytyväisyystutkimus

Asiakaspalaute on arvokas työkalu yrityksen toiminnan kehittämisessä. Asiakastyytyväisyystutkimuksilla voidaan selvittää asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät, mitata asiakastyytyväisyyden senhetkinen taso ja määrittää toimenpiteet tyytyväisyyden parantamiseksi. Niiden avulla voidaan myös kartoittaa yrityksen vahvuuksia ja heikkouksia suhteessa kilpaileviin yrityksiin. Säännöllisesti toteutettavien tyytyväisyystutkimuksien avulla asiakastyytyväisyyden tasoa ja kehitystoimenpiteiden vaikutusta voidaan seurata. Asiakastyytyväisyystutkimuksista saadun tiedon avulla voidaan määrittää suuntaviivojen lisäksi myös tavoitetasoja. (Aarnikoivu 2005, 67-; Ylikoski 1999, 149–150.)

Pelkkä asiakastyytyväisyyden selvittäminen ei kuitenkaan riitä, vaan tyytyväisyystutkimuksista saatujen tietojen perusteella yrityksen tulee pyrkiä parantamaan asiakastyytyväisyyttä. Asiakkaat odottavat tyytyväisyystutkimuksia suorittavaa yritystä myös reagoimaan tutkimuksen tuloksiin parantamalla palvelua. Asiakastyytyväisyystutkimuksen neljä päätavoitetta ovat asiakastyytyväisyyteen vaikuttavien tekijöiden selvittäminen, asiakastyytyväisyyden nykyisen tason mittaaminen, tulosten perusteella toimenpide-ehdotusten tuottaminen sekä asiakastyytyväisyyden kehittymisen seuraaminen. (Ylikoski 1999, 149–156.)

Asiakastyytyväisyystutkimuksen avulla tulisi selvittää yrityksen menestyksen kannalta olennaisia kysymyksiä. Kysymyksillä voidaan selvittää asiakkaan kokemuksia ja tuntemuksia yrityksen palveluihin ja tuotteisiin liittyen sekä halukkuutta käyttää yrityksen palveluita uudestaan tai suositella niitä muille. Asiakastyytyväisyystutkimusten avulla tyytymättömät asiakkaat pitäisi pyrkiä

tunnistamaan, kartoittaa heidän tyytymättömyytensä syyt sekä löytää keinot tyytymättömyystekijöiden korjaamiseksi. (Lecklin 2006, 119–127.) Asiakastyytyväisyyden parantaminen ja tyytymättömyystekijöiden korjaaminen aiheuttaa yritykselle kustannuksia, joten tärkeää onkin pohtia, paljonko siihen kannattaa panostaa, jotta se olisi kannattavaa (Ylikoski 1999, 166–167).

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

4.1 Asiakastyytyväisyyskysely aineistonkeruumenetelmänä

Tämä tutkimus on kvantitatiivinen eli määrällinen ja se toteutettiin toimeksiantajayrityksen laatiman asiakastyytyväisyyskyselyn avulla. Kvantitatiivisen kyselytutkimuksen avulla voidaan selvittää lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa aineiston kerääminen tapahtuu yleensä tutkimuslomakkeella, jossa on valmiit vastausvaihtoehdot. Tutkimustulokset esitetään numeerisessa muodossa ja ne voidaan havainnollistaa taulukoiden ja kuvioiden avulla. Määrällisessä tutkimuksessa vastaajien lukumäärä on yleensä suuri ja tilastollisiin menetelmiin perustuvassa tutkimuksessa suositeltavaa on, että vastaajia olisi vähintään sata kappaletta (Heikkilä 2004, 16–17; Viikka 2007, 13–17).

Hyvä tutkimuslomake on siisti ja selkeästi asteltu. Siinä esiintyvä teksti, kysymykset ja vastausohjeet on esitetty selkeästi ja yksiselitteisesti. Kysymysten järjestys etenee johdonmukaisesti ja samaa aihealuetta käsittelevät kysymykset on jaettu omiksi kokonaisuuksiksi. Kysymysten tulee olla tutkimuksen kannalta tarpeellisia ja hyödyllisiä eivätkä ne saa olla liian pitkiä tai monimutkaisia. (Heikkilä 2004, 48, 57.)

Yksi kyselytutkimuksen heikkouksista on se, ettei voida olla varmoja siitä, kuinka huolellisesti ja rehellisesti kyselyyn on vastattu. Kyselytutkimusta laatiessa tulee myös pohtia huolellisesti annettuja vastausvaihtoehtoja, jotta ne ovat vastaajan näkökulmasta onnistuneita eivätkä ne aiheuta väärinkäsityksiä vastaajalle. (Hirsjärvi–Remes–Sajavaara 2007, 195.)

Tutkimus on reliaabeli eli luotettava, jos useammat tutkimuskerrat samaa aiheutta koskien tuottavat saman tuloksen, tutkimuksen tekijästä riippumatta. Tutkimuksen validius eli pätevyys tarkoittaa sitä, että tutkimus mittaa juuri sitä, mitä sen on tarkoituskin mitata. Vastaajat voivat käsittää kyselytutkimuksessa esitetyt kysymykset väärin, jolloin tuloksia ei voida pitää pätevinä. (Hirsjärvi ym. 2007, 231–232.)

Tutkimusaineiston kerääminen, käsittely sekä sen analysointi ja tulkinta ovat erillisiä vaiheita määrällisessä tutkimuksessa. Kun tutkimusaineisto on kerätty, aineisto käsitellään eli vastauslomakkeet tarkistetaan ja asiattomasti tai puutteellisesti täytetyt lomakkeet poistetaan. Tässä vaiheessa voidaan jo tehdä johtopäätöksiä kyselylomakkeen onnistumisesta. Tämän jälkeen tiedot syötetään ja tallennetaan tietokoneelle, jotta niitä voidaan tutkia tilasto- ja taulukko-ohjelmien avulla. (Vilka 2007, 106.)

Puuttuvien tietojen määrä eli tutkimuksen kato on tärkeää arvioida. Kato ei yleensä ole ongelma, jos se on satunnaisesti jakautunut tai vähäinen. (Vilka 2007, 106.) Tämän kyselytutkimuksen vastaukset syötettiin Microsoft Excel-ohjelmaan, jonka avulla kyselyn tulokset voitiin analysoida ja havainnollistaa kaavioiden ja pylväsdiagrammien avulla. Excelin käyttö helpotti varsinkin monivalintakysymysten käsittelemistä.

4.2 Aineistonkeruu

Hyödynnän työssäni toimeksiantajayrityksen laatimaa asiakastyytyväisyyskyselyä ja siitä saatuja vastauksia. Kyselylomake jaettiin vuoden 2011 kesä- ja heinäkuun aikana mökki- ja leirintäalueasiakkaille heidän saapuessaan alueelle. Molemmille asiakasryhmille oli laadittu omat, hieman toisistaan poikkeavat kyselylomakkeet (Liitteet 1–4). Kyselylomakkeen avulla yritys halusi selvittää asiakkaiden tyytyväisyyttä sekä heidän mielipiteitä yrityksen toiminnasta ja palveluista. Asiakkaita motivoitiin vastaamaan kyselyyn lupaamalla jokaista palautettua kyselylomaketta vastaan pienen yllätyslähjän. Lisäksi yritys lupasi lahjoittaa kymmenen Ruotsin kruunua Pelastakaa Lapset ry:lle jokaista palautettua kyselylomaketta kohden.

Kyselylomake oli ruotsinkielinen, joten suurin osa vastaajista oli ruotsalaisia, mutta vastauksia saatiin myös suomalaisilta, norjalaisilta sekä tanskalaisilta asiakkailta. Palautetuista lomakkeista jouduttiin hylkäämään noin kymmenen kappaletta puutteellisten tai epäselvien vastausten vuoksi. Käyttökelpoisia

kyselylomakkeita palautettiin yhteensä 415 kappaletta, joista mökkiasiakkaiden palauttamia oli 126 kappaletta ja leirintäaluevieraiden palauttamia 289 kappaletta. Kukkolaforsenin toteuttaman kyselytutkimuksen tarkkaa vastausprosenttia ei voida selvittää, sillä jaettujen kyselylomakkeiden määrä ei ole tiedossa.

Yrityksen laatima kysely sisälsi sekä monivalintakysymyksiä että avoimia kysymyksiä. Avoimissa kysymyksissä vastaajia pyydettiin kertomaan omia näkemyksiään yrityksen vahvuuksista ja heikkouksista. Myös vapaalle kommentoinnille oli jätetty tilaa. Avoimien kysymysten avulla vastaajilta saatiin monipuolisesti mielipiteitä ja toiveita, joiden pohjalta voin tehdä kehitysehdotuksia.

Monivalintakysymyksiin oli annettu valmiit vastausvaihtoehdot, joista vastaajan piti valita yksi tai useampi sopiva vaihtoehto. Monivalintakysymysten eli strukturoitujen kysymysten tulokset on helppo käsitellä tilastollisesti, joka helpottaa merkittävästi vastausten kokoamista ja analysointia. (Heikkilä 2004, 50–51).

Yrityksen laatima kysely lomake sisälsi monivalintakysymyksiä, avoimia kysymyksiä sekä yhden sekamuotoisen kysymyksen. Sekamuotoinen kysymys on hyvä vaihtoehto silloin, kun osa vastausvaihtoehdoista voidaan antaa, mutta kaikkia vastausvaihtoehtoja ei tiedetä (Vilkkä 2007, 69).

Monivalintakysymysten eli strukturoitujen kysymysten tulokset on helppo käsitellä tilastollisesti, joka helpottaa merkittävästi vastausten kokoamista ja analysointia (Heikkilä 2004, 50–53). Monivalintakysymyksiin oli annettu valmiit vastausvaihtoehdot, joista vastaajan piti valita yksi tai useampi sopiva vaihtoehto. Vastausvaihtoehdoissa oli käytetty Likertin viisiportaista asteikkoa. Viisiportaisen asteikon ongelma on se, että vastaajat ovat taipuvaisia antamaan asteikon keskivaiheille eli arvosanaan 3. Tämä voidaan kuitenkin välttää käyttämällä neliportaista asteikkoa, jolloin asiakkaat eivät voi valita neutraalia vastausvaihtoehtoa, vaan heidän täytyy ottaa kantaa tyytyväisyyteen. (Lecklin 2006, 123–124.)

Kyselylomakkeen monivalintakysymysten vastausvaihtoehtoiksi oli annettu asteikko 1-5, jossa vain asteikon ääripäät oli määriteltä. Asteikon jokainen vastausvaihtoehto olisi pitänyt määrittellä selkeästi, jotta vastausvaihtoehdot eivät jää vastaajalle epäselviksi tai tulkinnanvaraisiksi.

Monivalintakysymyksillä kysyttiin vastaajien mielipiteitä liittyen Kukkolaforseenin palveluihin, henkilökuntaan, hintatasoon ja toimintaympäristöön. Tutkimuksessa kysyttiin myös niitä syitä, joiden vuoksi vastaajat olivat saapuneet Kukkolaforseenille sekä sitä, kuinka paljon tietyt tekijät vaikuttavat vastaajien leirintäalue- tai mökkikyläkohteen valintaan. Näitä tekijöitä olivat muun muassa kohteen sijainti, hintataso, henkilökunta, toimintaympäristön siisteys ja kunto sekä muut yrityksen palvelut.

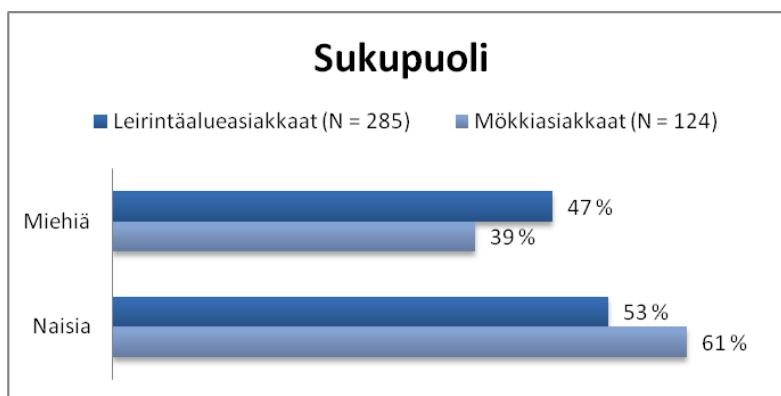
Kukkolaforseen oli kyselytutkimuksessaan käyttänyt avoimia kysymyksiä, joissa kysyttiin vastaajien näkemyksiä yrityksen vahvuuksista ja heikkouksista. Myös syntymävuotta ja kotipaikkakuntaa kysyttiin avoimilla kysymyksillä. Kyselylomakkeen lopussa oli lisäksi tilaa vapaalle kommentoinnille. Avointen kysymysten käyttäminen kyselytutkimuksissa on melko yleistä. Niiden avulla voidaan saada esimerkiksi hyviä ideoita ja parannusehdotuksia tai muita sellaisia vastauksia, joita ei osattu odottaa. Avointen kysymysten laatiminen on helppoa mutta niiden käsittely ja luokittelu on työlästä ja hankalaa. (Heikkilä 2004, 49–50.)

Avoimiin kysymyksiin saatiin runsaasti vastauksia yrityksen vahvuuksista ja heikkouksista. Iän ja kotipaikkakunnan kysyminen avoimilla kysymyksillä lisää tutkijan työmäärää kyselyn tuloksia käsiteltäessä. Ikää voidaan kysyä myös valmiiden vastausvaihtoehtojen avulla ikäluokittain. Sekamuotoinen kysymys oli ollut parempi kotipaikkakuntaa kysyttäessä, jotta vastausvaihtoehtoja olisi saatu rajattua ja siten helpotettua vastausten käsittelyä.

5 TUTKIMUSTULOKSET

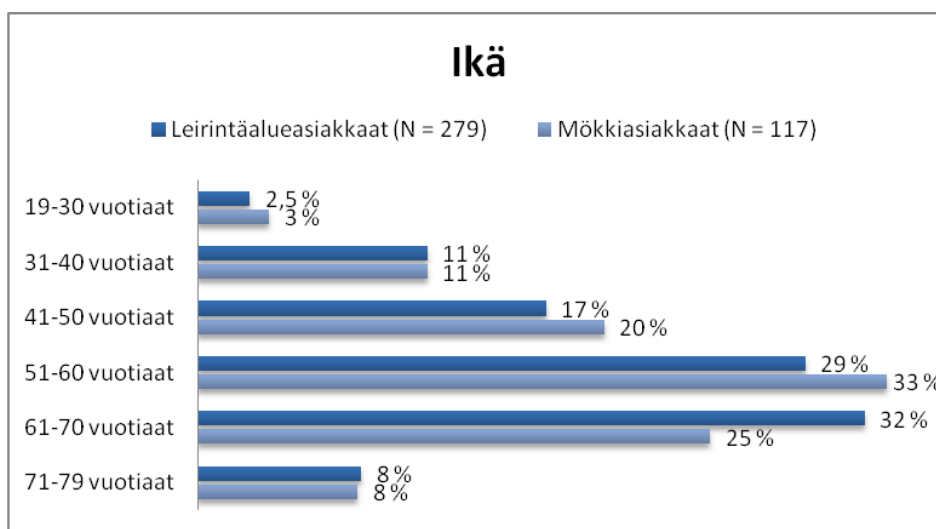
5.1 Vastaajien taustatiedot

Kyselyyn vastanneista leirintäalueasiakkaista 47 prosenttia oli miehiä ja 53 prosenttia naisia. Mökkiasiakkaista 39 prosenttia oli miehiä ja 61 prosenttia naisia (Kuvio 4).



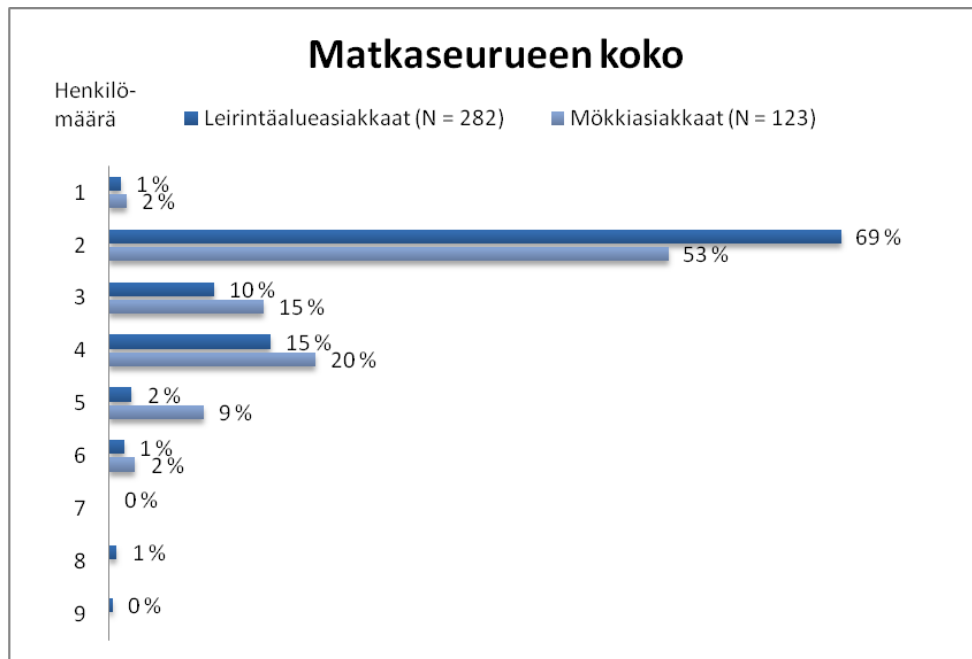
Kuvio 4. Vastaajien sukupuolijakauma

Leirintäalueasiakkaiden kohdalla suurin osa vastaajista kuuluu ikäluokkiin 51–60-vuotiaat ja 61–70-vuotiaat. Vähiten vastaajia kuuluu ikäluokkiin 19–30-vuotiaat ja 71–79-vuotiaat. Mökkiasiakkaista joka kolmas vastaaja kuuluu ikäluokkaan 51–60-vuotiaat ja joka neljäs 61–70-vuotiaisiin. Myös mökkiasiakkaiden kohdalla vähiten vastaajia kuuluu ikäluokkiin 71–79-vuotiaat ja 19–30-vuotiaat. (Kuvio 5.)



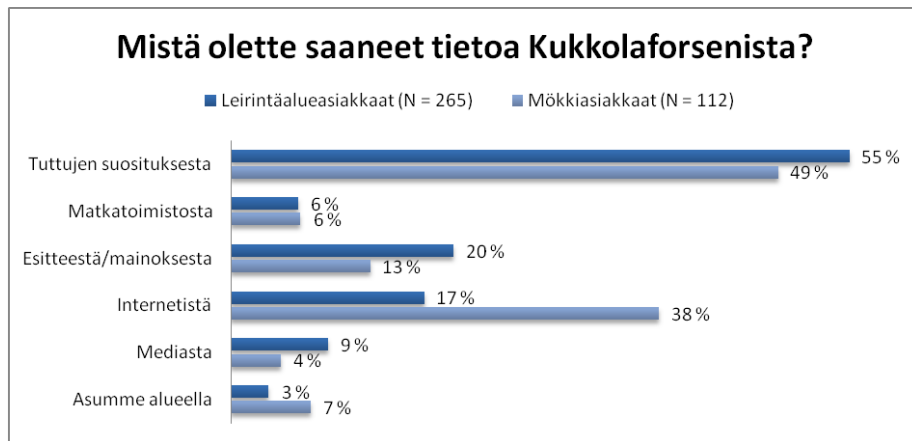
Kuvio 5. Vastaajien ikäjakauma

Leirintäalueasiakkaista suurin osa matkustaa kahdestaan esimerkiksi puolisonsa kanssa. Seuraavaksi yleisimmät ovat kolmen ja neljän henkilön seurueet. Vain pieni osa leirintäalueasiakkaista vastasi matkustavansa yksin tai yli neljän henkilön seurueessa. Mökkiasiakkaista hieman yli puolet vastasi matkustavansa kahdestaan. Seuraavaksi yleisimmät vastausvaihtoehdot olivat 3–5 henkilön matkaseurueet. (Kuvio 6.)



Kuvio 6. Vastaajien matkaseurueen koko

Leirintäalueasiakkaista noin puolet ja mökkiasiakkaista lähes puolet vastasi saaneensa tietoa Kukkolaforsenista tuttaviltaan. Seuraavaksi yleisin tiedonlähde mökkiasiakkaiden kohdalla oli Internet, josta noin joka kolmas oli saanut tietoa Kukkolaforsenista. Leirintäalueasiakkaista noin joka kuudes oli vastannut saaneensa tietoa Internetin kautta ja lähes joka viides esitteestä tai mainoksesta. Mökki- ja leirintäalueasiakkaiden välinen ero Internetistä saadun tiedon kohdalla selittyy osittain sillä, että Kukkolaforsenin mökkejä voi varata ja tarkastella Internetin varausjärjestelmän avulla. Leirintäalueasiakkaille ei ole tarjolla samanlaista varausjärjestelmää. (Kuvio 7, sivulla 21.)



Kuvio 7. Tietolähteet Kukkolaforsenista

Sekä leirintäalue- että mökkiasiakkaista hieman alle puolet vastasi vierailevansa Kukkolaforsenilla ensimmäistä kertaa. Kukkolaforsenilla 1–5 kertaa ilmoitti vierailleensa mökkiasiakkaista noin puolet ja leirintäalueasiakkaista hieman alle puolet. (Kuvio 8.)



Kuvio 8. Vierailukerrat Kukkolaforsenilla

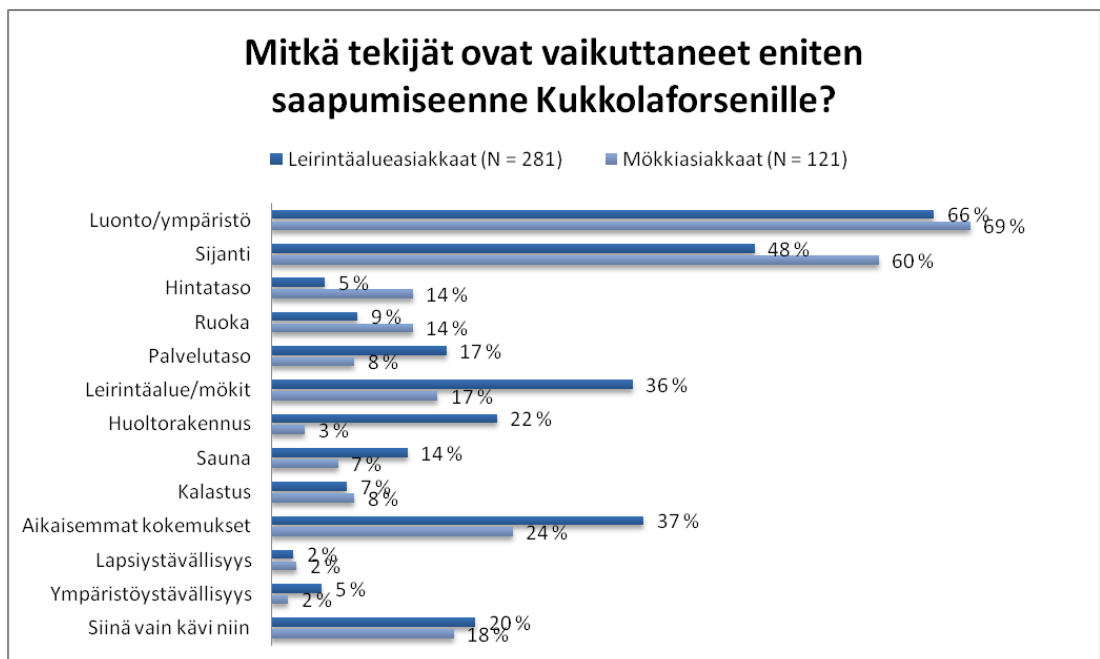
Suuret erot leirintäalue- ja mökkiasiakkaiden välisissä vierailukerroissa vuoden aikana selittyvät osittain sillä, että mökkivuokrat ovat yleensä suuremmat kuin leirintäaluemaksut. Leirintäaluematkailijoille on myös tyypillistä se, että saman matkan aikana kierretään useita eri leirintäalueita (Visit Sweden 2012).

Leirintäalueasiakkaista noin puolet vastasi vierailevansa kuudella tai useammalla leirintäalueella vuoden aikana. Noin neljännes vastasi vierailevansa 4–5 leirintäalueella ja 2–3 leirintäalueella noin joka viides. Mökkiasiakkaista hieman alle puolet vastasi vierailevansa vuoden aikana yhdessä mökkikylässä ja hieman yli kolmannes 2–3 mökkikylässä. (Kuvio 9.)



Kuvio 9. Vierailukerrat mökkikylissä/leirintäalueilla vuoden aikana

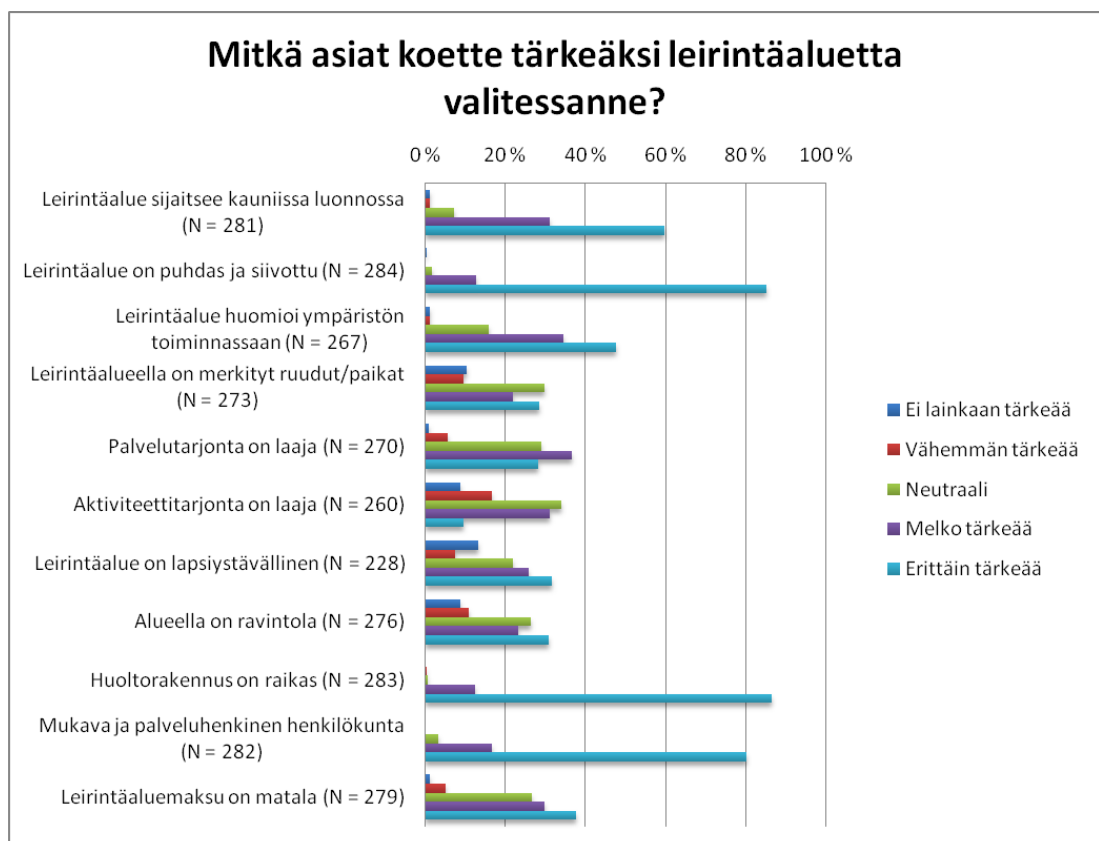
5.2 Leirintäalueen/mökkikylän valintakriteerit



Kuvio 10. Kukkolaforsenille saapumiseen vaikuttaneet tekijät

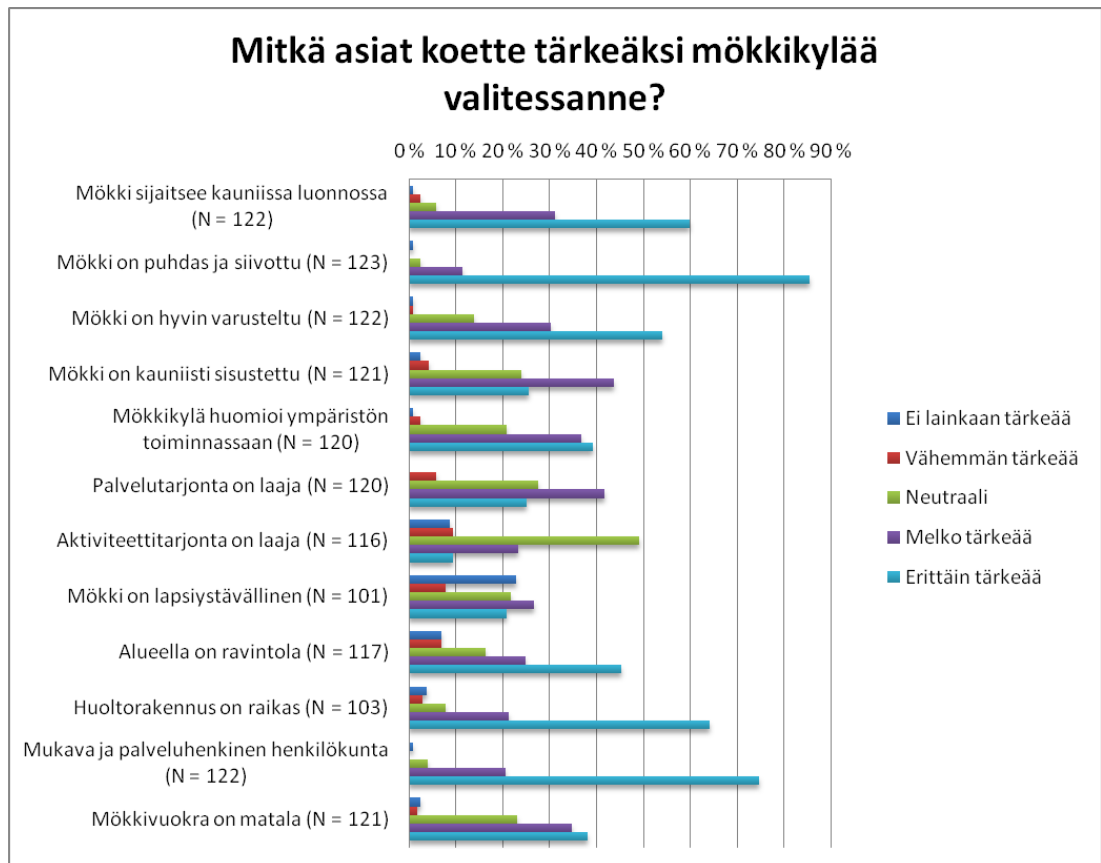
Suuri osa sekä leirintäalue- että mökkiasiakkaista vastasi luontoon tai ympäristöön liittyvien tekijöiden vaikuttaneen eniten heidän saapumiseensa Kukkolaforseenille. Seuraavaksi eniten vaikuttaneet tekijät olivat alueen sijainti sekä aikaisemmat kokemukset yrityksestä tai alueelta. Leirintäalueasiakkaista moni vastasi myös itse leirintäalueen ja huoltorakennuksen vaikuttaneen heidän saapumiseensa. Kysymyksessä oli mahdollista valita useampi vastausvaihtoehto tai vastata omin sanoin. (Kuvio 10.)

Tärkeimpinä asioina leirintäaluetta valitessaan vastaajat pitivät leirintäalueen ja huoltorakennuksen siisteyttä ja sijaintia sekä mukavaa ja palveluhenkistä henkilökuntaa. Leirintäalueen lapsiystävällisyyttä ja merkattuja ajoneuvopaikkoja vastaajat pitivät vähiten tärkeinä. Suuri osa leirintäalueasiakkaista on jo eläkeikäisiä (kuvio 5, sivulla 19) ja kahdestaan matkustavia (kuvio 6, sivulla 20), joka selittää sen, ettei lapsiystävällisyyttä pidetä kovin tärkeänä tekijänä. (Kuvio 11.)



Kuvio 11. Leirintäaluevalintaan vaikuttavat tekijät

Mökkiasiakkaat pitävät mökkikylää valitessaan tärkeimpinä tekijöinä mökin ja huoltorakennuksen siisteyttä ja raikkautta, hyvää varustelua ja sijaintia sekä mukavaa ja palveluhenkistä henkilökuntaa. Melko tärkeitä tekijöitä olivat myös, että mökkikylä huomioi ympäristön toiminnassaan, että alueella on ravintola ja että mökkivuokra on matala. (Kuvio 12.)



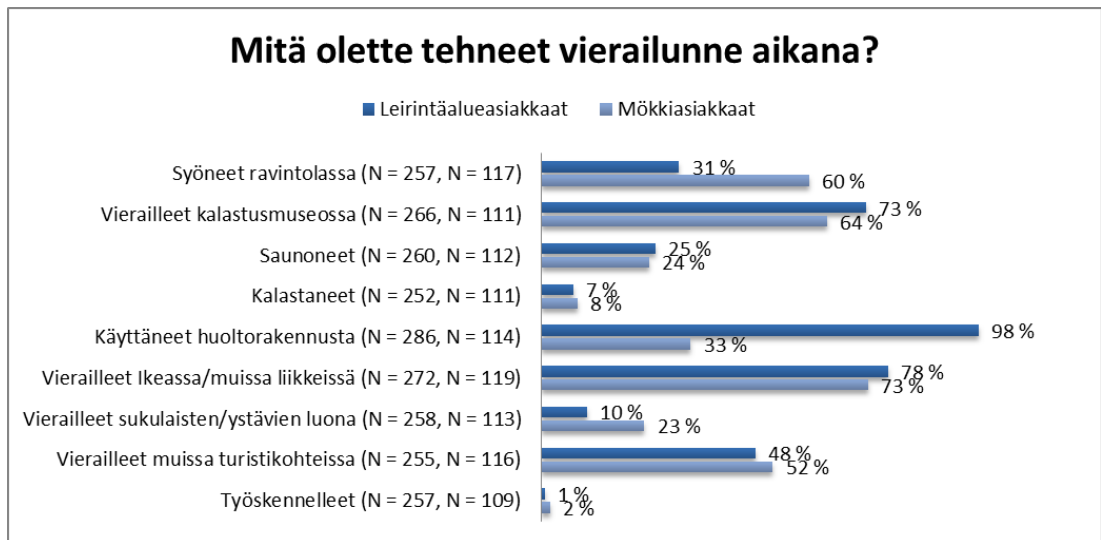
Kuvio 12. Mökkikylävalintaan vaikuttavat tekijät

5.3 Tyytyväisyys Kukkolaforseen Turist & Konferenssiin

Leirintäalueasiakkaista lähes kaikki vastasivat käyttäneensä huoltorakennusta vierailunsa aikana. Suuri osa vastasi myös vierailleensa kalastusmuseossa, Ikeassa tai muissa liikkeissä ja noin puolet oli vierailut muissa turistikohteissa. Alle kolmannes vastasi syöneensä Kukkolaforseenin ravintolassa ja joka neljäs oli saunonut. (Kuvio 13, sivulla 25.)

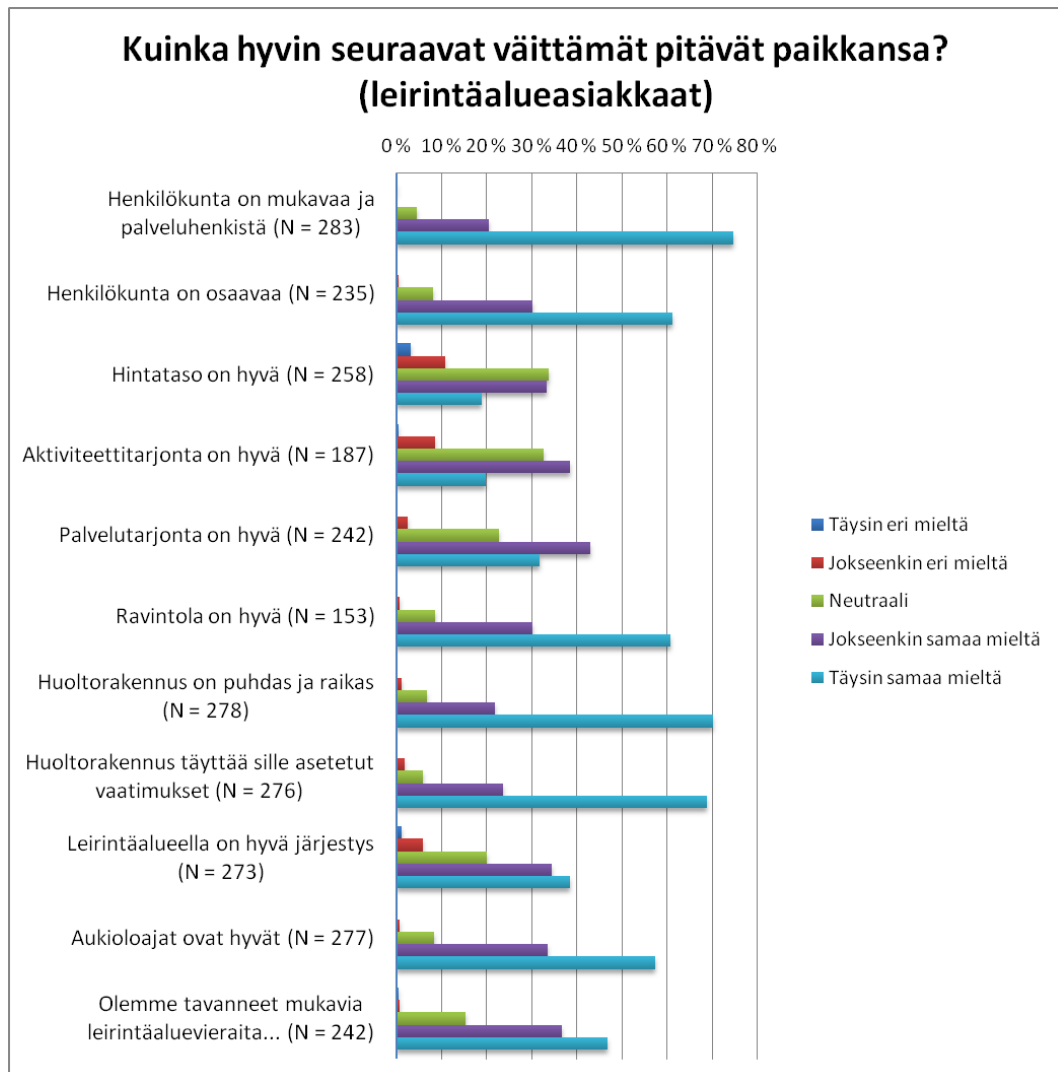
Mökkiasiakkaista yli puolet oli syönyt ravintolassa vierailunsa aikana. Suuri osa oli vierailut kalastusmuseossa ja Ikeassa tai muissa liikkeissä. Huoltorakennusta oli käyttänyt vain joka kolmas, joka selittyi osittain sillä,

että mökeissä on omat suihkut ja vessat. Myös mökkiasiakkaista vain joka neljäs oli saunonut vierailunsa aikana. Saunoneiden määrä on suhteellisen pieni ottaen huomioon, että alueella on useita erilaisia saunoja, joista osan käyttäminen sisältyy mökki- ja leirintäaluemaksuun. Kuviossa 13 on merkitty sulkuihin ensin leirintäalueasiakkaista vastanneiden määrä ja seuraavana mökkiasiakkaista vastanneiden määrä.



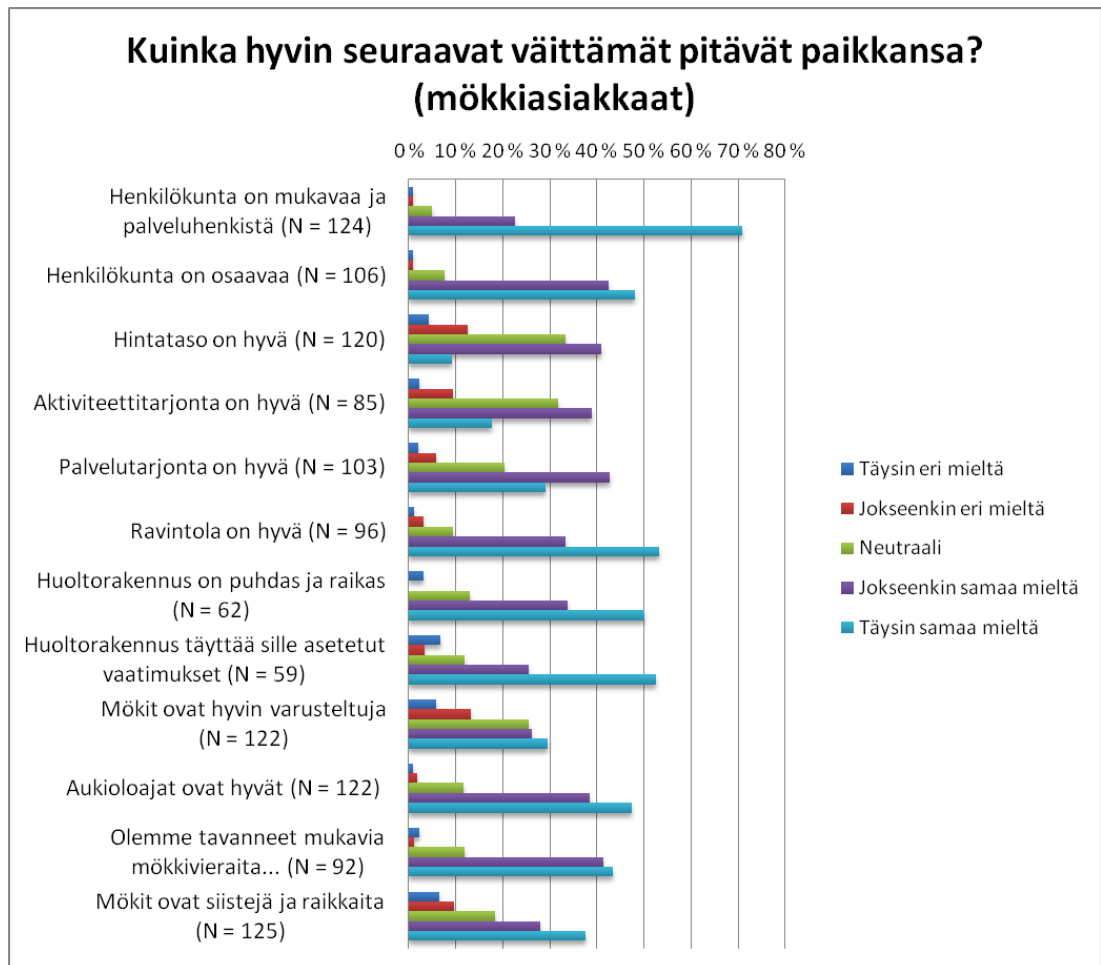
Kuvio 13. Vastaajien tekemiset vierailun aikana

Leirintäalueasiakkaista suurin osa oli täysin samaa mieltä tai jokseenkin samaa mieltä suuresta osasta väittämiä. Eniten mielipiteitä jakoivat väittämät liittyen hintatasoon ja aktiviteettitarjontaan. (Kuvio 14.)



Kuvio 14. Leirintäalueasiakkaiden mielipiteet Kukkolaforsenista

Myös mökkiasiakkaat olivat suurimmaksi osaksi täysin samaa mieltä tai jokseenkin samaa mieltä esitetyistä väittämistä. Väittämät liittyen hintatasoon, aktiviteettitarjontaan, mökkien varusteluun sekä mökkien siisteyteen ja raikkauteen jakoivat eniten mielipiteitä. (Kuvio 15, sivulla 27.)



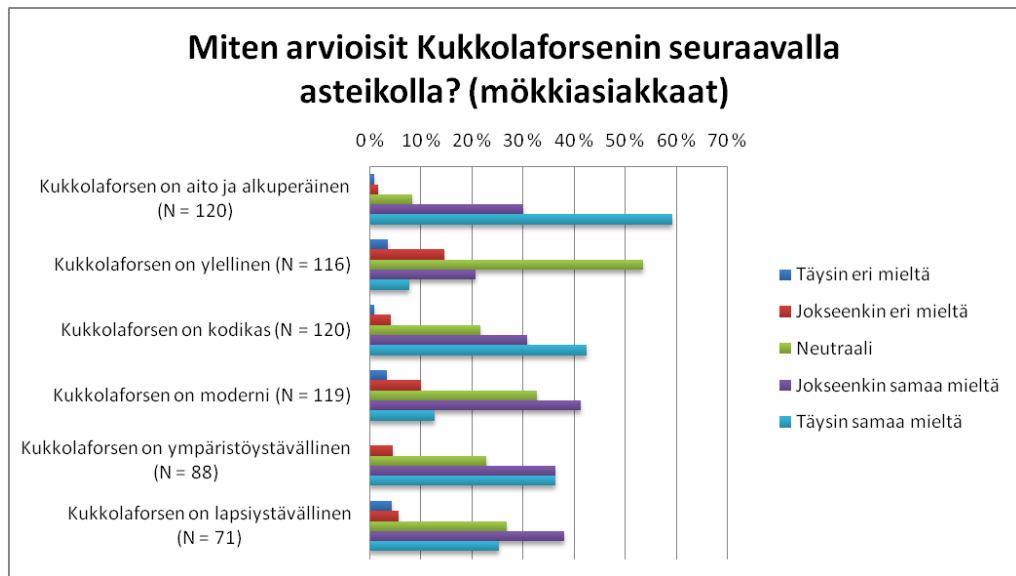
Kuvio 15. Mökkiasiakkaiden mielipiteet Kukkolaforseenista

Suurin osa leirintäalueasiakkaista on täysin samaa mieltä tai jokseenkin samaa mieltä siitä, että Kukkolaforseen on aito ja alkuperäinen, kodikas sekä ympäristöystävällinen. Väittämät Kukkolaforseenin ylellisyydestä sekä lapsiystävällisyydestä jakavat eniten mielipiteitä. (Kuvio 16.)



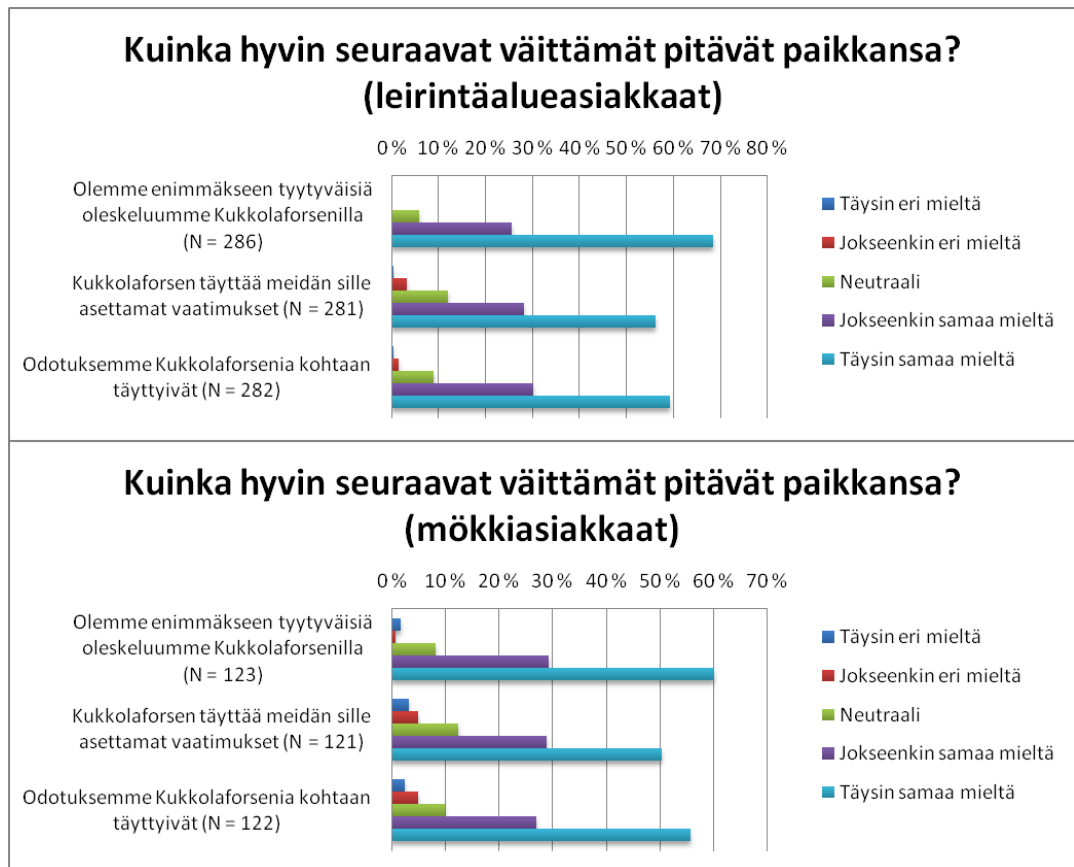
Kuvio 16. Leirintäalueasiakkaiden arviot Kukkolaforseenista

Mökkiasiakkaista suurin osa on vastannut olevansa täysin samaa mieltä tai jokseenkin samaa mieltä siitä, että Kukkolaforsen on aito ja alkuperäinen, kodikas sekä ympäristöystävällinen. Täysin eri mieltä tai jokseenkin eri mieltä vastaajat ovat väittämistä liittyen Kukkolaforsenin ylellisyyteen ja moderniuteen. Väittämään Kukkolaforsenin ylellisyydestä yli puolet on valinnut vastausvaihtoehdon ”neutraali”. (Kuvio 17.)



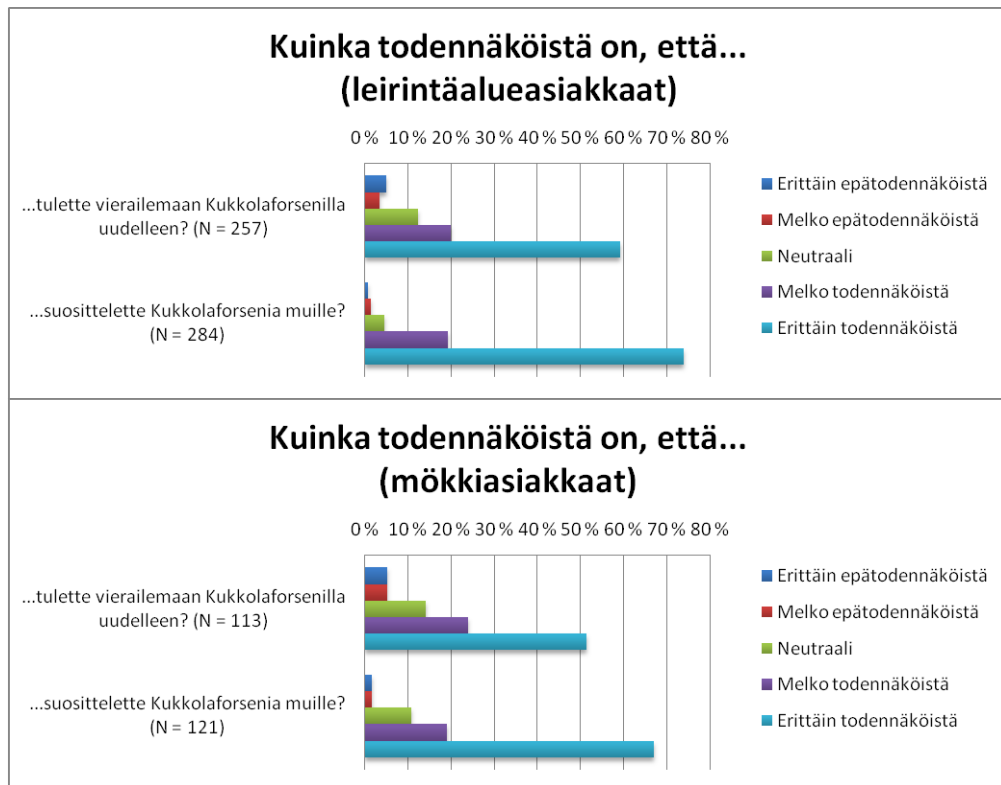
Kuvio 17. Mökkiasiakkaiden arviot Kukkolaforsenista

Lähes kaikki leirintäalue- ja mökkiasiakkaista ovat vastanneet olevansa täysin tyytyväisiä tai jokseenkin tyytyväisiä oleskeluunsa Kukkolaforsenilla. Myös vastaajien vaatimukset ja odotukset ovat täyttyneet vastaajista suurimman osan kohdalla. Täysin tyytymättömiä tai osittain tyytymättömiä on vain pieni osa vastaajista, joten asiakastyytyväisyyden voidaan katsoa olevan hyvä. (Kuvio 18, sivulla 29.)



Kuvio 18. Tyytyväisyyden, vaatimusten ja odotusten täyttyminen

Suurin osa vastaajista pitää erittäin todennäköisenä tai melko todennäköisenä sitä, että he tulevat vierailemaan Kukkolaforseniilla uudelleen. Lähes kaikki vastasivat myös suosittlevansa Kukkolaforsenia muille erittäin todennäköisesti tai melko todennäköisesti. Vastaajista noin joka kymmenes pitää Kukkolaforseniilla uudelleen vierailemista erittäin epätodennäköisenä tai melko epätodennäköisenä. Syy siihen ei kuitenkaan ole välttämättä heidän tyytymättömyytensä yritystä kohtaan, sillä vain pieni osa vastasi suosittlevansa Kukkolaforsenia muille erittäin epätodennäköisesti tai melko epätodennäköisesti. (Kuvio 19, sivulla 30.)



Kuvio 19. Vastaajien uudelleenvierailu- ja suositteluhalukkuus

5.4 Avoimet kysymykset

Leirintäalueasiakkaista 108 vastasi kokevansa Kukkolaforseenin vahvuudeksi luontoon ja ympäristöön liittyvät tekijät tai sijainnin kosken vieressä. Yrityksen henkilökunnan ja hyvän palvelun kokee vahvuutena 71 vastaajaa. Seuraavaksi eniten vastauksia tuli alueen siisteyteen, huoltorakennukseen ja kulttuurialueeseen liittyen. (Kuvio 20.)



Kuvio 20. Kukkolaforseenin vahvuudet (N = 142)

Muuten monen mökkiasiakkaan mielestä sijainti kosken vieressä ja muut luontoon ja ympäristöön liittyvät tekijät ovat Kukkolaforsenin vahvuuksia. Henkilökunta ja palvelu sekä ravintola olivat seuraavaksi yleisimmät vastaukset. (Kuvio 21.)



Kuvio 21. Kukkolaforsenin vahvuudet (N = 93)

Leirintäalueasiakkaat näkevät suurimpana heikkoutena sen, ettei leirintäalueella ole merkattuja paikkoja ajoneuvoille. Heikkouksina nähdään myös leirintäalueen huonosti leikattu nurmikko, vähät aktiviteettimahdollisuudet alueella sekä suihkujen ja vessojen vähäinen määrä. (Kuvio 22.)



Kuvio 22. Kukkolaforsenin heikkoudet (N = 98)

Mökkiasiakkaiden näkemykset heikkouksista liittyvät suurelta osin mökkeihin ja niiden varustelutasoon. Mökit eivät olleet kaikkien vastaajien mielestä

raikkaita ja siivotun näköisiä, eikä niissä ole vastaajien mielestä riittävästi varusteita, mökin sängyt pitäisi uusia ja jokaisen mökin pihalle pitäisi vastaajien mielestä olla tuolit ja pöytä. Vastaajat näkevät myös aamupalassa heikkouksia; sen pitäisi olla halvempi, vaihtoehtoja pitäisi olla enemmän ja erikoisruokavaliota noudattavat tulisi huomioida. (Kuvio 23.)



Kuvio 23. Kukkolaforseenin heikkoudet (N = 68)

6 TULOSTEN TARKASTELU

Tutkimustulosten perusteella Kukkolaforsenille saapuvat asiakkaat ovat pääsääntöisesti yli 40-vuotiaita, jotka matkustavat yleensä 2–4 hengen seurueissa. Yksin tai yli neljän hengen seurueissa matkustaminen ei ole kovin yleistä. Sekä mökki- että leirintäalueasiakkaat saavat tietoa Kukkolaforsenista suurimmaksi osaksi tuttaviansa suosituksista, Internetistä sekä esitteistä ja mainoksista.

Lähes puolet vastaajista oli vierailut Kukkolaforsenilla 1–5 kertaa aiemmin ja noin 43 prosenttia vieraili alueella ensimmäistä kertaa. Hyvä sijainti sekä erityisesti luonto ja ympäristö ovat suurimmat Kukkolaforsenin vetovoimatekijät. Myös aikaisemmat kokemukset Kukkolaforsenista sekä leirintäalueen ja mökkien hyvä taso vaikuttavat positiivisesti asiakkaiden saapumiseen alueelle. Matkakohdetta valitessaan asiakkaat arvostavat myös mukavaa palveluhenkilökuntaa. Alueen lapsiystävällisyys ja aktiviteetti- ja palvelutarjonta eivät sen sijaan ole kovin tärkeitä tekijöitä.

Vierailunsa aikana suuri osa asiakkaista vierailee myös Haaparannan Ikeassa sekä muissa lähialueiden liikkeissä ja turistikohteissa. Kukkolaforsenin ravintolassa ruokailee mökkiasiakkaista selvästi yli puolet, mutta leirintäalueasiakkaista vain alle kolmasosa. Kukkolaforsenilla on mahdollisuus kokeilla myös siian lippoamista ja muita kalastusmuotoja, mutta vain kahdeksan prosenttia vastaajista oli kalastanut vierailunsa aikana.

Vastaajat arvostavat sijainnin, luonnon ja ympäristön lisäksi Kukkolaforsenin henkilökuntaa ja palvelun tasoa sekä alueen rauhallisuutta ja siisteyttä. Myös kulttuurialue, saunat ja ravintola ovat vastaajien mielestä yrityksen vahvuuksia. Eniten parannettavaa yrityksellä on mökkien varustelussa ja aktiviteettitarjonnassa. Leirintäalueasiakkaat näkevät Kukkolaforsenin heikkoutena sen, ettei leirintäalueella ole merkittäviä paikkoja asuntoautoille ja -vaunuille. Myös leirintäalueen huonosti leikattu nurmikko sai moitteita usealta vastaajalta.

Kukkolaforsenin asiakkaiden tyytyväisyyttä voidaan tutkimuksen avulla saatujen tulosten perusteella pitää hyvänä. Vain pieni osa vastaajista ilmoitti olevansa täysin tyytymätön tai osittain tyytymätön vierailuunsa. Myös vastaajien odotukset ja vaatimukset olivat suurimmaksi osaksi täyttyneet.

6.1 Aktiviteetit

Osa vastaajista on toivonut alueelle lisää aktiviteetteja, sillä tällä hetkellä niiden määrä on melko vähäinen. Uusien aktiviteettien kehittäminen Kukkolaforsenille on hieman haasteellista, sillä samalla tulisi pystyä säilyttämään alueen aitous ja alkuperäisyys, jotka ovat iso osa Kukkolaforsenin imagoa. Kukkolaforsen voisi lisätä asiakkaiden viihtyvyyttä kehittämällä uusia aktiviteetteja alueelle.

Alueelle voisi rakentaa esimerkiksi minigolfradan, joka on melko yleinen monella leirintäalueella ja jota monet Kukkolaforsenin asiakkaat ovat kaivanneet. Investoinnit radan tekemiseksi eivät olisi todennäköisesti kovin suuret ja asiakkailta perittävät pienimuotoiset pelimaksut kattavat investointi- ja kunnossapitokulut ajan kuluessa.

Myös frisbeegolf on noussut viime vuosien aikana erittäin suosituksi kesälajiksi. Lajin peruseräite on sama kuin golfissa, mutta mailan ja pallon sijasta välineenä käytetään frisbeegolf-kiekkoja. Maalina toimii reiän sijasta metallinen maalikori. Frisbeegolfin suosio johtuu osittain lajin edullisuudesta. Kukkolaforsenilta vaadittaisiin investointeja ainoastaan maalikoreihin ja muutama frisbeegolf-kiekkoon, joita asiakkaat voisivat lainata.

Sekä lento- että sulkapallo ovat suosittuja ja toivottuja aktiviteetteja, joiden harrastamismahdollisuuden Kukkolaforsen voisi tarjota asiakkailleen pienillä panostuksilla. Nurmialueella olisi hyvin tilaa muutamalle lento- ja sulkapallokentälle, joihin tarvitsisi vain pystyttää sopivat verkot. Asiakkaat voisivat lainata pelivälineet yritykseltä, jos omia mailoja ja palloja ei ole mukana.

6.2 Leirintäalue ja mökit

Moni leirintäalueasiakas vastasi kaipaavansa leirintäalueelle erikseen merkittyjä paikkoja asuntoautoille ja -vaunuille. Jos ajoneuvoille merkittäisiin omat, numeroidut paikat, saataisiin leirintäalueella lisää tilaa, alueen turvallisuus paranisi ja evakuoiminen esimerkiksi tulipalon sattuessa voisi olla nopeampaa ja järjestelmällisempää. Numeroitujen paikkojen avulla yritys pystyisi myös paremmin seuraamaan vapaiden leirintäaluepaikkojen määrää.

Leirintäalueella sijaitsevaan huoltorakennuksen yhteyteen voisi tehdä perheen pienimmille leikkihuoneen, jossa lapset voivat leikkiä keskenään tai katsella piirrettyjä. Huoltorakennuksen ulkopuolelle voisi sijoittaa esimerkiksi keinuja ja hiekkalaatikon.

Mökkeihin voisi lisätä esimerkiksi aterimia, astioita, mikroaaltouunin, siivousvälineitä sekä vaatekaapin. Asiakkaat ovat toivoneet myös tuoleja ja pöytää jokaisen mökin pihalle. Tällä hetkellä tuolit ja pöytä löytyy vain muutaman mökin pihalta. Myös mökkien mattoja, sänkyjä ja petivaatteita tulisi uusia säännöllisin väliajoin. Myös huoltorakennukseen on toivottu lisää aterimia ja ruoanlaittotarvikkeita.

6.3 Opasteet alueelle, aamiaisen ja kyselylomake

Osa Kukkolaforsenille saapuvista vieraista on kokenut alueen parkkipaikan sekavaksi ja siksi parkkipaikalle olisikin pystytettävä selkeät opasteet, joista käy ilmi minne esimerkiksi asuntoauton voi pysäköidä sisään kirjautumisen ajaksi. Alueesta voisi tehdä myös saapuville asiakkaille jaettavan, yksinkertaisen kartan, josta näkee esimerkiksi vastaanoton, leirintäalueen, huoltorakennuksen, saunatilojen ja kulttuurialueen sijainnin.

Ravintolassa tarjottavan aamiaisen yhteydessä pitäisi huomioida ruoka-aineallergikot ja järjestää heille esimerkiksi laktoosittomia ja gluteenittomia vaihtoehtoja. Osa leirintäalueasiakkaista ei halua syödä aamiaista ravintolassa, joten heitä ajatellen Kukkolaforsen voisi lisätä myymäläänsä enemmän aamiaistarvikkeita.

Huomasin toimeksiantajayrityksen laatimassa kyselylomakkeessa joitakin puutteita, joten tein kyselylomakkeesta uuden muokatun version (Liite 5.) Toimeksiantajayritys voi halutessaan käyttää laatimaani kyselylomaketta tai poimia siitä hyväksi havaitsemiaan kohtia uutta asiakastytyväisyyskyselyä varten.

7 POHDINTA

Opinnäytetyön tavoitteena oli toimeksiantajayritys Kukkolaforseen Turist & Konferensin asiakastyytyväisyyden ja siihen vaikuttavien tekijöiden selvittäminen sekä parantamista vaativien osa-alueiden kartoittaminen ja niiden kehittämistä varten uusien ideoiden saaminen. Tutkimuksen tavoitteet täyttyivät ja toimeksiantajayritys saa tämän opinnäytetyön avulla uutta tietoa yrityksen asiakkaiden tyytyväisyydestä sekä uusia näkökulmia kehittämiskohteisiin.

Tutkimuksen aineisto kerättiin vuoden 2011 kesä-heinäkuun aikana toimeksiantajayrityksen laatiman asiakastyytyväisyyskyselyn avulla. Kesäkuukaudet ovat toimeksiantajayrityksen vilkkainta aikaa, joten ajankohta oli mielestäni paras mahdollinen kyselyn suorittamiseksi. Käyttökelpoisia vastauksia saatiin yhteensä 415 kappaletta, joista leirintäalueasiakkaiden osuus oli 289 kappaletta ja mökkiasiakkaiden 126 kappaletta. Vastauksia saatiin mielestäni riittävästi ja kyselyn tuloksia voidaan pitää luotettavina ja yleistettävänä.

Kukkolaforseenin laatimassa kyselylomakkeessa vastausvaihtoehdot olivat selkeitä ja helposti ymmärrettäviä. Kyselylomake oli kuitenkin melko pitkä ja sisälsi paljon kysymyksiä, joten täysin varmoja ei voida olla siitä, onko kaikkiin kysymyksiin jaksettu vastata huolellisesti. Kyselyn avulla saatiin vastaukset niihin kysymyksiin, joita oli tarkoitus tutkia, joten mielestäni tutkimuksen validiteettia voidaan pitää hyvänä.

Tutkimuksen alkuvaiheessa kirjoitin työn teoriapohjan, jonka jälkeen aloin käsittelemään ja analysoimaan kyselyn vastauksia. Leirintäalue- ja mökkiasiakkaille laaditut erilliset kyselylomakkeet olivat suurelta osin samanlaiset, joka helpotti huomattavasti vastausten käsittelyä, analysointia sekä tulosten esittämistä. Kyselylomakkeen ruotsinkielisyys toi hieman haastetta työskentelyyn ja tulosten esittämiseen. Opinnäytetyöprosessi oli kokonaisuudessaan haastava, mielenkiintoinen ja opettavainen.

LÄHTEET

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

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

Grönroos, C. 1998. Nyt kilpaillaan palvelulla. 5. Painos. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Grönroos, C. 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. 3. uudistettu painos. Helsinki: WSOY.

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

Hirsijärvi, S. – Remes, P. – Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.

Jokinen, T. – Heinämaa, L. – Heikkonen, I. 2000. Tervetuloa asiakas: myyntityön ja asiakaspalvelun taito. Helsinki: Edita.

Kukkolaforseen 2012. Aktiviteetteja. Osoitteessa
http://kukkolaforseen.se/utland/fin/index_fin.htm. 25.4.2012.

Kukkolaforseen 2012. Hyvää ruokaa ja hyviä tarjouksia. Osoitteessa
<http://www.kukkolaforseen.se/start.htm>. 25.4.2012.

Kukkolaforseen 2012. Tapahtumat 2012. Osoitteessa
http://kukkolaforseen.se/utland/fin/index_fin.htm. 12.4.2012.

Lecklin, O. 2006. Laatu yrityksen menestystekijänä. 5. uudistettu painos. Hämeenlinna: Karisto Oy.

Lämsä A-M. –Uusitalo O. 2002. Palvelujen markkinointi esimiestyön haasteena. 2. Muuttamaton painos. Helsinki: Edita Prima Oy.

Ojasalo, K. – Moilanen, T. – Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät: uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOY.

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

Rissanen, T. 2006. Hyvän palvelun kehittäminen. Jyväskylä: Pohjantähti.

SCR 2012. Kartsök. Osoitteessa
http://www.camping.se/templates/mapsearch____96.aspx?c=1.
25.4.2012.

Svea - SCR:n asiakas- ja jäsenlehti. Osoitteessa
<http://viewer.zmags.com/publication/6702d229#/6702d229/8>.
10.3.2012.

Stenros, M. 2011. Tornionlaakson ruokakulttuuri. Helsinki: A la carte kirjat.

Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet.
Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Visit Sweden - Ruotsin matkailun virallinen verkkosivusto. Osoitteessa
<http://www.visitsweden.com/ruotsi/Majoitus/Majoitusvaihtoehdot/Leirintaalueet>. 06.4.2012.

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

LIITTEET

Alkuperäinen kyselylomake leirintäalueasiakkaille	Liite 1
Leirintäalueasiakkaiden kyselylomake suomennettuna	Liite 2
Alkuperäinen kyselylomake mökkiasiakkaille	Liite 3
Mökkiasiakkaiden kyselylomake suomennettuna	Liite 4
Uusi versio asiakastytyväisyyskyselystä	Liite 5

Hej campinggäst, vi behöver din hjälp!

Vi vill veta vad du tycker och tänker om oss. Vi skulle därför vara tacksamma om du ville ta några minuter av din tid till att fylla i denna enkät. **Som tack får du en liten gåva av oss när du lämnar den till personalen i receptionen. Kukkolaforsten Turist och Konferens skänker dessutom 10 kr till Rädda Barnen för varje insamlad enkät.**

Vad har du/ni gjort under vistelsen vid Kukkolaforsten?

Jag/vi har ätit på restaurangen	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nej	<input type="checkbox"/> Vet ej
Jag/vi har besökt Fiskemuséet	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nej	<input type="checkbox"/> Vet ej
Jag/vi har badat bastu	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nej	<input type="checkbox"/> Vet ej
Jag/vi har fiskat	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nej	<input type="checkbox"/> Vet ej
Jag/vi har använt servicehuset	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nej	<input type="checkbox"/> Vet ej
Jag/vi har besökt IKEA/andra butiker	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nej	<input type="checkbox"/> Vet ej
Jag/vi har hälsat på släkt/vänner	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nej	<input type="checkbox"/> Vet ej
Jag/vi har besökt andra turistmål i Tornedalen	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nej	<input type="checkbox"/> Vet ej
Jag/vi har jobbat	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nej	<input type="checkbox"/> Vet ej

Hur väl stämmer följande påståenden?

1=stämmer inte alls, 5=stämmer helt

Kukkolaforsten har trevlig och serviceinriktad personal	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
Kukkolaforsten har kunnig personal	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
Kukkolaforsten har bra priser	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
Kukkolaforsten har ett bra utbud med aktiviteter	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
Kukkolaforsten har ett bra serviceutbud (butik, öppettider etc.)	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
Kukkolaforsten har en bra restaurang	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
Servicehuset är rent och fräscht	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
Servicehuset uppfyller den funktion jag/vi kräver	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
Campingen är välordnad	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
Öppettiderna är bra	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
Vi träffar trevliga campinggäster i Kukkolaforsten	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej

Hur skulle du bedöma Kukkolaforsten på följande skala?

1= stämmer inte alls, 5=stämmer helt

Kukkolaforsten är äkta och genuint	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
Kukkolaforsten är lyxigt	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
Kukkolaforsten är hemtrevligt	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
Kukkolaforsten är modernt	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
Kukkolaforsten är miljövänligt	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
Kukkolaforsten är barnvänligt	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej

Hur väl stämmer följande påståenden?

1= stämmer inte alls, 5=stämmer helt

Jag/vi är överlag nöjda med vår vistelse i Kukkolaforsten	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
Kukkolaforsten uppfyller de krav jag har på en camping	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
Mina förväntningar på Kukkolaforsten uppfylldes	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej

Hur troligt är det att du...

1=inte alls troligt, 5=mycket troligt

...kommer att återvända till Kukkolaforsten fler gånger?	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
...kommer att rekommendera Kukkolaforsten till andra?	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej

Hur har du/ni fått information om Kukkolaforsen?

Rekommendation/info från bekanta Turistbyrå Broschyr/annons Internet Reportage i media Vi bor i området

Hur många gånger har du/ni besökt Kukkolaforsen? Första gången 1-5 ggr 6-10 ggr 11 ggr eller fler

Ungefär hur många campingplatser besöker du/ni per år? 1st 2-3 st 4-5 st 6 st eller fler

Kryssa i de skäl som bäst beskriver varför ni valt att komma till Kukkolaforsen

Naturen/miljön Läget (geografiskt) Prisnivån Maten Servicenivån Campingplatsen Servicehuset
 Bastun Fisket Tidigare erfarenheter Barnvänligt Miljövänligt Det bara blev så

Annat:.....

Vad tycker du i allmänhet är viktigt när du väljer camping?

Det är viktigt att...

1= inte alls viktigt, 5=mycket viktigt

... campingen är belägen i vacker natur	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
... campingen är städad och ren	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
... campingen tar hänsyn till miljön i sin verksamhet	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
... campingen har specifika rutor/platser för varje ekipage	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
... det finns ett brett serviceutbud	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
... det finns ett brett aktivitetsutbud	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
... campingen är barnvänlig	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
... det finns en restaurang på området	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
... servicehuset är fräscht	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
... campingen har trevlig och serviceinriktad personal	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
... campingavgiften är lågt	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej

Om du skulle beskriva våra styrkor, vilka är de?

.....

Om du skulle beskriva våra svagheter, vilka är de?

.....

Övriga kommentarer:

.....

Kön: Man Kvinna

Ditt födelseår.....

Hemort:.....

Hur många är ni i ert sällskap (inkl dig själv)?:

Tusen tack för din medverkan! Glöm inte lämna enkäten i receptionen!

Hei campingvieras, tarvitsemme sinun apuasi!

Me haluamme tietää, mitä mieltä olet ja mitä sinä ajattelet meistä. Olisimme siis kiitollisia, jos käyttäisit muutaman minuutin ajastasi tämän kyselyn täyttämistä varten. Kiitoksena saat pienen lahjan, kun palautat kyselyn vastaanoton henkilökunnalle. Kukkolaforsen Turist & Konferens lahjoittaa lisäksi 10 kruunua Pelastakaa Lapset ry:lle jokaista palautettua kyselylomaketta kohden.

Mitä sinä/te olette tehneet vierailunne aikana?

Minä/me olemme syöneet ravintolassa	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Minä/me olemme vierailleet kalamuseossa	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Minä/me olemme saunoneet	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Minä/me olemme kalastaneet	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Minä/me olemme käyttäneet huoltorakennusta	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Minä/me olemme vierailleet Ikeassa/muissa liikkeissä	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Minä/me olemme vierailleet sukulaisten/ystävien luona	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Minä/me olemme vierailleet muissa Tornionlaakson turistikohteissa	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Minä/me olemme työskennelleet	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa

Kuinka hyvin seuraavat väittämät pitävät paikkaansa?

1= täysin eri mieltä, 5= täysin samaa mieltä

Kukkolaforsenin henkilökunta on mukavaa ja palveluhenkistä	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Kukkolaforsenin henkilökunta on osaavaa	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Kukkolaforsenin hintataso on hyvä	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Kukkolaforsenin aktiviteettitarjonta on hyvä	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Kukkolaforsenin palvelutarjonta on hyvä (kauppa, aukioloajat jne.)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Kukkolaforsenin ravintola on hyvä	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Huoltorakennus on puhdas ja raikas	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Huoltorakennus täyttää meidän sille asettamat vaatimukset	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Leirintäalueella on hyvä järjestys	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Aukioloajat ovat hyvät	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Olemme tavanneet mukavia campingvieraita Kukkolaforsenilla	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa

Miten arvioisit Kukkolaforsenin seuraavalla asteikolla?**1= täysin eri mieltä, 5= täysin samaa mieltä**

Kukkolaforsen on aito ja alkuperäinen

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

Kukkolaforsen on ylellinen

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

Kukkolaforsen on kodikas

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

Kukkolaforsen on moderni

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

Kukkolaforsen on ympäristöystävällinen

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

Kukkolaforsen on lapsiystävällinen

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa
Kuinka hyvin seuraavat väittämät pitävät paikkaansa?**1= ei pidä lainkaan paikkaansa, 5= pitää täysin paikkaansa**

Olemme enimmäkseen tyytyväisiä oleskeluumme Kukkolaforsenilla

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

Kukkolaforsen täyttää meidän sille asettamat vaatimukset

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

Odotuksemme Kukkolaforsenia kohtaan täyttyivät

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa
Kuinka todennäköistä on, että...**1= ei lainkaan todennäköistä, 5= erittäin todennäköistä**

...tulette vierailemaan Kukkolaforsenilla uudelleen?

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

...suosittelette Kukkolaforsenia muille?

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa
Mistä olette saaneet tietoa Kukkolaforsenista?
 Tuttujen suosituksista Matkatoimistosta Esitteestä/mainoksesta Internetistä Mediasta
 Asumme alueella
Kuinka monta kertaa olette vierailleet Kukkolaforsenilla?
 Ensimmäinen kerta 1-5 krt 6-10 krt 11 krt tai enemmän
Kuinka monella leirintäalueella vieraillette vuoden aikana?
 1 2-3 4-5 6 tai useammalla
Rastita ne vaihtoehdot, jotka parhaiten kuvaavat syitä, joiden vuoksi olet/olette tulleet Kukkolaforsenille.
 Luonto/ympäristö Sijainti Hintataso Ruoka Palvelutaso Leirintäalue Huoltorakennus
 Sauna Kalastus Aikaisemmat kokemukset Lapsiystävällisyys Ympäristöystävällisyys
 Siinä vain kävi niin

Jokin muu syy:

Mitkä seikat koet tärkeäksi leirintäaluetta valitessasi?**1= ei lainkaan tärkeää, 5= erittäin tärkeää**

On tärkeää, että...

...leirintäalue sijaitsee kauniissa luonnossa

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

...leirintäalue on puhdas ja siivottu

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

...leirintäalue huomioi ympäristön toiminnassaan

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

...leirintäalueella on merkityt ruudut/paikat jokaiselle ajoneuvolle

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

...palvelutarjonta on laaja

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

...aktiviteettitarjonta on laaja

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

...leirintäalue on lapsiystävällinen

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

...alueella on ravintola

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

...huoltorakennus on raikas

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

...leirintäalueella on mukava ja palveluhenkinen henkilökunta

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

...leirintäaluemaksu on matala

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa
Mitkä asiat näet vahvuuksina?

Mitkä asiat näet heikkouksina?

Muut kommentit:

Sukupuoli Mies Nainen**Syntymävuosi:** _____**Kotipaikkakunta:** _____**Montako henkilöä seurueeseen kuuluu (itsesi mukaan lukien)?** _____**Tuhannet kiitokset yhteistyöstäsi! Älä unohda palauttaa lomaketta vastaanottoon!**

Hej stuggäst, vi behöver din hjälp!

Vi vill veta vad du tycker och tänker om oss. Vi skulle därför vara tacksamma om du ville ta några minuter av din tid till att fylla i denna enkät. **Som tack får du en liten gåva av oss när du lämnar den till personalen i receptionen. Kukkolaforsten Turist och Konferens skänker dessutom 10 kr till Rädda Barnen för varje insamlad enkät.**

Vad har du/ni gjort under vistelsen vid Kukkolaforsten?

Jag/vi har ätit på restaurangen	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nej	<input type="checkbox"/> Vet ej
Jag/vi har besökt Fiskemuséet	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nej	<input type="checkbox"/> Vet ej
Jag/vi har badat bastu	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nej	<input type="checkbox"/> Vet ej
Jag/vi har fiskat	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nej	<input type="checkbox"/> Vet ej
Jag/vi har använt servicehuset	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nej	<input type="checkbox"/> Vet ej
Jag/vi har besökt IKEA/andra butiker	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nej	<input type="checkbox"/> Vet ej
Jag/vi har hälsat på släkt/vänner	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nej	<input type="checkbox"/> Vet ej
Jag/vi har besökt andra turistmål i Tornedalen	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nej	<input type="checkbox"/> Vet ej
Jag/vi har jobbat	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nej	<input type="checkbox"/> Vet ej

Hur väl stämmer följande påståenden?

1=stämmer inte alls, 5=stämmer helt

Kukkolaforsten har trevlig och serviceinriktad personal	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
Kukkolaforsten har kunnig personal	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
Kukkolaforsten har bra priser	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
Kukkolaforsten har ett bra utbud med aktiviteter	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
Kukkolaforsten har ett bra serviceutbud (butik, öppettider etc.)	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
Kukkolaforsten har en bra restaurang	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
Servicehuset är rent och fräscht	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
Servicehuset uppfyller den funktion jag/vi kräver	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
Stugorna är välutrustade	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
Stugorna är rena och fräscha	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
Öppettiderna är bra	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
Vi träffar trevliga stuggäster i Kukkolaforsten	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej

Hur skulle du bedöma Kukkolaforsten på följande skala?

1= stämmer inte alls, 5=stämmer helt

Kukkolaforsten är äkta och genuint	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
Kukkolaforsten är lyxigt	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
Kukkolaforsten är hemtrevligt	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
Kukkolaforsten är modernt	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
Kukkolaforsten är miljövänligt	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
Kukkolaforsten är barnvänligt	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej

Hur väl stämmer följande påståenden?

1= stämmer inte alls, 5=stämmer helt

Jag/vi är överlag nöjda med vår vistelse i Kukkolaforsten	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
Kukkolaforsten uppfyller de krav jag har på en stugby	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
Mina förväntningar på Kukkolaforsten uppfylldes	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej

Hur troligt är det att du...

1=inte alls troligt, 5=mycket troligt

...kommer att återvända till Kukkolaforsten fler gånger?	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
...kommer att rekommendera Kukkolaforsten till andra?	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej

Hur har du/ni fått information om Kukkolaforsen?

Rekommendation/info från bekanta Turistbyrå Broschyr/annons Internet Reportage i media Vi bor i området

Hur många gånger har du/ni besökt Kukkolaforsen? Första gången 1-5 ggr 6-10 ggr 11 ggr eller fler

Ungefär hur många stugbyar besöker du/ni per år? 1st 2-3 st 4-5 st 6 st eller fler

Kryssa i de skäl som bäst beskriver varför ni valt att komma till Kukkolaforsen

Naturen/miljön Läget (geografiskt) Prisnivån Maten Servicenivån Stugorna Servicehuset
 Bastun Fisket Tidigare erfarenheter Barnvänligt Miljövänligt Det bara blev så

Annat:.....

Vad tycker du i allmänhet är viktigt när du väljer stuga?

Det är viktigt att...

1= inte alls viktigt, 5=mycket viktigt

... stugan är belägen i vacker natur	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
... stugan är städad och ren	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
... stugan är välutrustad	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
... stugan ser fin ut (snygg inredning)	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
... stugbyn tar hänsyn till miljön i sin verksamhet	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
... det finns ett brett serviceutbud	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
... det finns ett brett aktivitetsutbud	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
... stugan är barnvänlig	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
... det finns en restaurang i stugbyn	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
... servicehuset är fräscht	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
... stugbyn har trevlig och serviceinriktad personal	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej
... stugpriset är lågt	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Vet ej

Om du skulle beskriva våra styrkor, vilka är de?

.....

Om du skulle beskriva våra svagheter, vilka är de?

.....

Övriga kommentarer:

.....

Kön: Man Kvinna

Ditt födelseår:.....

Hemort:.....

Hur många är ni i ert sällskap (inkl dig själv)?:

Vilken stuga bodde ni i?

Tusen tack för din medverkan! Glöm inte lämna enkäten i receptionen!

Hei mökkivieras, tarvitsemme sinun apuasi!

Me haluamme tietää, mitä mieltä olet ja mitä sinä ajattelet meistä. Olisimme siis kiitollisia, jos käyttäisit muutaman minuutin ajastasi tämän kyselyn täyttämistä varten. Kiitoksena saat pienen lahjan, kun palautat kyselyn vastaanoton henkilökunnalle. Kukkolaforseen Turist & Konferens lahjoittaa lisäksi 10 kruunua Pelastakaa Lapset ry:lle jokaista palautettua kyselylomaketta kohden.

Mitä sinä/te olette tehneet vierailunne aikana?

Minä/me olemme syöneet ravintolassa	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Minä/me olemme vierailleet kalamuseossa	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Minä/me olemme saunoneet	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Minä/me olemme kalastaneet	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Minä/me olemme käyttäneet huoltorakennusta	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Minä/me olemme vierailleet Ikeassa/muissa liikkeissä	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Minä/me olemme vierailleet sukulaisten/ystävien luona	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Minä/me olemme vierailleet muissa Tornionlaakson turistikohteissa	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Minä/me olemme työskennelleet	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa

Kuinka hyvin seuraavat väittämät pitävät paikkaansa?

1= täysin eri mieltä, 5= täysin samaa mieltä

Kukkolaforseenin henkilökunta on mukavaa ja palveluhenkistä	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Kukkolaforseenin henkilökunta on osaavaa	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Kukkolaforseenin hintataso on hyvä	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Kukkolaforseenin aktiviteettitarjonta on hyvä	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Kukkolaforseenin palvelutarjonta on hyvä (kauppa, aukioloajat jne.)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Kukkolaforseenin ravintola on hyvä	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Huoltorakennus on puhdas ja raikas	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Huoltorakennus täyttää meidän sille asettamat vaatimukset	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Mökit ovat hyvin varusteltuja	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Mökit ovat siistejä ja raikkaita	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Aukioloajat ovat hyvät	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa
Olemme tavanneet mukavia mökkivieraita Kukkolaforseenilla	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> En osaa sanoa

Miten arvioisit Kukkolaforsenin seuraavalla asteikolla?**1= täysin eri mieltä, 5= täysin samaa mieltä**

Kukkolaforsen on aito ja alkuperäinen

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

Kukkolaforsen on ylellinen

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

Kukkolaforsen on kodikas

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

Kukkolaforsen on moderni

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

Kukkolaforsen on ympäristöystävällinen

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

Kukkolaforsen on lapsiystävällinen

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa
Kuinka hyvin seuraavat väittämät pitävät paikkaansa?**1= ei pidä lainkaan paikkaansa, 5= pitää täysin paikkaansa**

Olemme enimmäkseen tyytyväisiä oleskeluumme Kukkolaforsenilla

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

Kukkolaforsen täyttää meidän sille asettamat vaatimukset

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

Odotuksemme Kukkolaforsenia kohtaan täyttyivät

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa
Kuinka todennäköistä on, että...**1= ei lainkaan todennäköistä, 5= erittäin todennäköistä**

...tulette vierailemaan Kukkolaforsenilla uudelleen?

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

...suosittelette Kukkolaforsenia muille?

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa
Mistä olette saaneet tietoa Kukkolaforsenista?
 Tuttujen suosituksista Matkatoimistosta Esitteestä/mainoksesta Internetistä Mediasta
 Asumme alueella
Kuinka monta kertaa olette vierailleet Kukkolaforsenilla?
 Ensimmäinen kerta 1-5 krt 6-10 krt 11 krt tai enemmän
Kuinka monessa mökkikylässä vieraillette vuoden aikana?
 1 2-3 4-5 6 tai useammassa
Rastita ne vaihtoehdot, jotka parhaiten kuvaavat syitä, joiden vuoksi olet/olette tulleet Kukkolaforsenille.
 Luonto/ympäristö Sijainti Hintataso Ruoka Palvelutaso Mökit Huoltorakennus
 Sauna Kalastus Aikaisemmat kokemukset Lapsiystävällisyys Ympäristöystävällisyys
 Siinä vain kävi niin

Jokin muu syy:

Mitkä seikat koet tärkeäksi mökkiä valitessasi?**1= ei lainkaan tärkeää, 5= erittäin tärkeää**

On tärkeää, että...

...mökki sijaitsee kauniissa luonnossa

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

...mökki on puhdas ja siivottu

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

...mökki on hyvin varusteltu

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

...mökki on hieno (kauniisti sisustettu)

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

...mökkikylä huomioi ympäristön toiminnassaan

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

...palvelutarjonta on laaja

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

...aktiviteettitarjonta on laaja

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

...mökki on lapsiystävällinen

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

...alueella on ravintola

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

...huoltorakennus on raikas

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

...mökkikylässä on mukava ja palveluhenkinen henkilökunta

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa

...mökkivuokra on matala

 1 2 3 4 5 En osaa sanoa**Mitkä asiat näet vahvuuksina?**

Mitkä asiat näet heikkouksina?

Muut kommentit:

Sukupuoli Mies Nainen

Syntymävuosi: _____

Kotipaikkakunta: _____

Montako henkilöä seurueeseen kuuluu (itsesi mukaan lukien)? _____

Missä mökissä asuitte? _____

Tuhannet kiitokset yhteistyöstäsi! Älä unohda jättää lomaketta vastaanottoon!

Hyvä asiakas, tarvitsemme sinun apuasi!

Missä majoitutte? Leirintäalueella Mökissä

Sukupuoli Mies Nainen

Ikä alle 18 18–30 31–45 46–60 61–75 yli 75

Asuinpaikka

Haaparanta tai muu lähialue Pohjois-Ruotsi Keski-Ruotsi Etelä-Ruotsi Suomi Norja

Jokin muu: _____

Montako henkilöä kuuluu matkaseurueeseen (itsenne mukaan lukien)? _____

Mistä olette saaneet tietoa Kukkolaforsenista?

Tuttujen suosituksesta Matkatoimistosta Esitteestä/mainoksesta Internetistä Mediasta Asumme alueella

Kuinka monta kertaa olette vierailleet Kukkolaforsenilla?

Tämä on ensimmäinen kerta 1-5 kertaa 6-10 kertaa Yli 10 kertaa

Monella leirintäalueella/monessako mökkikylässä vieraillette vuoden aikana?

1 2-3 4-5 6 tai useammalla

Mitä olette tehneet vierailunne aikana?

Syöneet ravintolassa Vierailleet kalastusmuseossa Saunoneet Kalastaneet Työskennelleet
 Käyttäneet huoltorakennusta Vierailleet Ikeassa tai muissa liikkeissä
 Vierailleet sukulaisten tai ystävien luona Vierailleet muissa Tornionlaakson turistikohdeissa

Kuinka tärkeäksi koette seuraavat tekijät leirintäaluetta/mökkikylää valitessasi? Ympyröikää sopivin vaihtoehto.

1 = Ei lainkaan tärkeää 2 = Ei kovin tärkeää 3 = Melko tärkeää 4 = Erittäin tärkeää

0 = En osaa sanoa

Leirintäalueen/mökin siisteys ja viihtyvyys	1	2	3	4	0
Alueen sijainti	1	2	3	4	0
Alueen henkilökunta on mukavaa ja osaavaa	1	2	3	4	0
Alueen hintataso	1	2	3	4	0
Alueen ravintolapalvelut	1	2	3	4	0
Vastaanoton toimivuus	1	2	3	4	0
Aukioloajat	1	2	3	4	0
Alueella on riittävästi aktiviteetteja ja muita harrastusmahdollisuuksia	1	2	3	4	0
Tuttavien suositukset	1	2	3	4	0
Alue huomioi ympäristön toiminnassaan	1	2	3	4	0
Alue on lapsiystävällinen	1	2	3	4	0

Kuinka hyvin Kukkolaforseenia koskevat väittämät pitävät paikkansa? Ympyröikää sopivin vaihtoehto.

1 = Täysin eri mieltä 2 = Jokseenkin eri mieltä 3 = Jokseenkin samaa mieltä 4 = Täysin samaa mieltä 0 = En osaa sanoa

Leirintäalue/mökki on siisti ja viihtyisä	1	2	3	4	0
Henkilökunta on mukavaa ja osaavaa	1	2	3	4	0
Hintataso on hyvä	1	2	3	4	0
Alueen ravintola on hyvä	1	2	3	4	0
Vastaanotto on toimiva	1	2	3	4	0
Aukioloajat ovat hyvät	1	2	3	4	0
Palvelutarjonta on riittävä	1	2	3	4	0
Alueella on riittävästi aktiviteetteja ja harrastusmahdollisuuksia	1	2	3	4	0
Alue huomioi ympäristön toiminnassaan	1	2	3	4	0
Alueella on hyvä ja selkeä järjestys	1	2	3	4	0
Alue on lapsiystävällinen	1	2	3	4	0

Rastittakaa ne vaihtoehdot, jotka kuvaavat parhaiten syitä, joiden vuoksi olette saapuneet Kukkolaforseenille.

- Luonto/ympäristö Sijainti Hintataso Ruoka Palvelutaso Leirintäalue/mökit Huoltorakennus
 Sauna Kalastus Aikaisemmat kokemukset Lapsiystävällisyys Ympäristöystävällisyys
 Siinä vain kävi niin

Jokin muu syy: _____

Kuinka hyvin seuraavat väittämät pitävät paikkansa?

1 = Täysin eri mieltä 2 = Jokseenkin eri mieltä 3 = Jokseenkin samaa mieltä 4 = Täysin samaa mieltä 0 = En osaa sanoa

Olemme tyytyväisiä vierailuumme Kukkolaforseenilla	1	2	3	4	0
Odotuksemme Kukkolaforseenia kohtaan täyttyivät	1	2	3	4	0
Kukkolaforseen täyttää meidän asettamat vaatimukset	1	2	3	4	0
Tulemme vierailemaan Kukkolaforseenilla uudelleen	1	2	3	4	0
Suosittellemme Kukkolaforseenia muille	1	2	3	4	0

Saitteko riittävästi tietoa yrityksestä, alueesta ja sen palveluista paikan päällä ollessanne?

- Kyllä Ei

Jos ette, mistä olisitte kaivanneet lisätietoa? _____

Mitkä asiat näette vahvuuksina? _____

Kehitysehdotukset ja muut kommentit: _____

Kiitos palautteestasi! Muista palauttaa lomake vastaanottoon!