



Sanna Teppo, Heikki Virtala

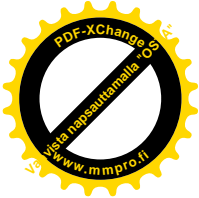
VUOKATIN HIIHTOKOULUN ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELY

Opinnäytetyö
Kajaanin ammattikorkeakoulu
Sosiaali-, terveys- ja liikunta-ala
Liikunnan- ja vapaa-ajan koulutusohjelma
Syksy 2009

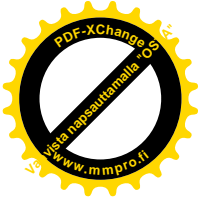
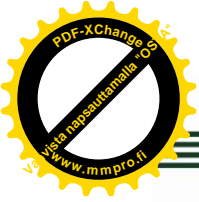


**Kajaanin
ammattikorkeakoulu**

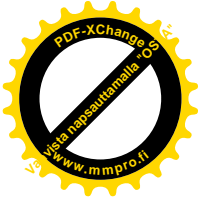
OPINNÄYTETYÖ TIIVISTELMÄ



Koulutusala Sosiaali-, terveys- ja liikunta-ala	Koulutusohjelma Liikunnan- ja vapaa-ajan koulutusohjelma
Tekijä(t) Sanna Teppo, Heikki Virtala	
Työn nimi Vuokatin Hiihtokoulun asiakastytyväisyyskysely	
Vaihtoehtoiset ammattiopinnot Yrittäjyys ja matkailu	Ohjaaja(t) Mika Pietarinen Toimeksiantaja Vuokatin Hiihtokoulu, Heidi Ovaskainen
Aika Syksy 2009	Sivumäärä ja liitteet 64 + 35
<p>Teimme opinnäytetyönämme asiakastytyväisyyskyselyn Vuokatin Hiihtokoululle, joka sijaitsee Vuokatinrinteillä, Kainuun maakunnassa. Tutkimusongelmana opinnäytetyössämme oli selvittää asiakkaiden tyytyväisyyttä Vuokatin Hiihtokoulun opetukseen sekä muihin Hiihtokoulun toimintaan liittyviin palveluihin ja antaa tulosten pohjalta kehittämisehdotuksia. Asiakastytyväisyystutkimus oli ajankohtainen, koska vastaavaa ei ollut Vuokatin Hiihtokoululle aiemmin tehty. Kehitettäessä Hiihtokoulun toimintaa on tärkeää ottaa asiakkaiden mielipiteet huomioon.</p> <p>Opinnäytetyömme teoriaosassa käsiteltiin palvelun eri osatekijöitä, asiakastytyväisyyttä sekä hiihtokoulua. Vertasimme opittua teoriatietoa omaan tutkimuskohteeseemme sekä käsitelimme teorian ja käytännön kohtaamista Vuokatin Hiihtokoulussa.</p> <p>Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisella eli määrään pohjautuvalla kyselylomakkeella, jota täydensi kvalitatiivinen eli laadullinen osio. Teorian kautta rakentui johdonmukaisesti etenevä kyselylomake, jossa tutkittiin hiihtokoulu-prosessiin liittyviä tekijöitä asiakkaan kohtaamassa järjestyksessä. Lomakkeen testaaminen suoritettiin yksittäiselle hiihtokoulu-ryhmälle, jonka jälkeen tehtiin lopulliset muutokset. Varsinainen asiakastytyväisyyskysely toteutettiin tammi-huhtikuussa 2009.</p> <p>Vastauksia saatiin 87 kappaletta, jotka analysoitiin SPSS -tilasto-ohjelman avulla syksyllä 2009. Tulosten mukaan suurin osa asiakkaista piti Vuokatin Hiihtokoulun palveluita hyvänä tai erittäin hyvänä. Asiakkaat olivat tyytyväisiä erityisesti saamaansa tietoon ja palveluun, opettajaan ja opetuksen laatuun sekä hiihtokoulutunnin ilmapiiriin. Vapaamuotoiset perustelut ja avoimet kysymykset täydensivät asiakkaiden antamia positiivisia ja negatiivisia vastauksia.</p> <p>Vastausten perusteella opetuksen aikana kehitettävää olisi opettajan antamassa ensivaikutelmassa, asiakkaan lähtötilanteen kartoittamisessa, turvallisuusasioiden huomioimisessa sekä asiakkaan yksilöllisessä huomioimisessa. Suurin kehittämiskohde Vuokatin Hiihtokoulussa on lisämyynti, koska tulosten perusteella jatko-opetustunnin tarjoaminen unohtuu helposti. Opetuksen ulkopuolisia kehittämisehdotuksia ovat rinneruuhallisuuden parantaminen entisestään, sähköisen ilmoittautumismenetelmän toimivuuden kehittäminen sekä opasteiden selkeyttäminen. Asiakkaiden tyytyväisyyttä olisi hyvä mitata tasaisin väliajoin ja seurata tämän tutkimuksen kautta selville saatujen kehittämiskohteiden parantumista. Tutkimuksen suorittaminen myös venäläisille olisi hyödyllistä.</p>	
Kieli	Suomi
Asiasanat	Palvelu, asiakastytyväisyys, hiihtokoulu
Säilytyspaikka	<input checked="" type="checkbox"/> Kajaanin ammattikorkeakoulun Kaktus-tietokanta <input checked="" type="checkbox"/> Kajaanin ammattikorkeakoulun kirjasto



School School of Health and Sports	Degree Programme Sports and Leisure Management
Author(s) Sanna Teppo, Heikki Virtala	
Title Case: Vuokatti Ski School – a customer satisfaction survey	
Optional Professional Studies Entrepreneurship and Tourism	Instructor(s) Mika Pietarinen
	Commissioned by Vuokatti Ski School / Heidi Ovaskainen
Date Autumn 2009	Total Number of Pages and Appendices 64 + 35
<p>The purpose of this thesis was to measure customer satisfaction at Vuokatti Ski School, which is located in Vuokatti Ski Centre in Kainuu. The main idea of Vuokatti Ski School is to offer instruction in downhill skiing, snowboarding, telemark skiing, cross country skiing and adaptive alpine skiing. Also other services such as different slope activities and physical activities for children are offered.</p> <p>The main target of this study was to determine the opinions of the customers on the quality of the services at Vuokatti Ski School. A customer satisfaction survey was needed, because it had never been done before. When developing a new season and services it is important to meet the expectations and needs of customers and try to improve discovered weaknesses.</p> <p>The theoretical part of this thesis consisted of the concepts of service, customer satisfaction and ski school. The research method of this study was quantitative, yet completed with qualitative questions. The data was collected in the 2008-2009 season, and 87 respondents returned the questionnaire. There were also open questions in the questionnaire to complete the structured part. The answers were processed by using the SPSS-program.</p> <p>The results indicate that the customers are satisfied with the services, instruction and teachers of the Vuokatti Ski School. According to the customers, the signs directing people to the Ski School should be improved, and the teachers should remember to offer further lessons.</p>	
Language of Thesis	Finnish
Keywords	Service, customer satisfaction, ski school
Deposited at	<input checked="" type="checkbox"/> Kaktus Database at Kajaani University of Applied Sciences <input checked="" type="checkbox"/> Library of Kajaani University of Applied Sciences



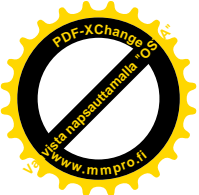
SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
2 PALVELU TUOTTEENA	2
2.1 Palvelun laatu	4
2.2 Odotettu palvelun laatu	5
2.3 Koettu palvelun laatu	6
2.4 Lisäarvon tuottaminen asiakkaalle	9
2.5 Yrityksen palveluiden kehittäminen	9
2.6 Liikuntamatkailupalveluiden erityispiirteitä	10
3 LAAJENNETTU PALVELUTUOTE	12
4 ASIAKASTYYTYVÄISYYS	15
4.1 Asiakastyytyväisyyden suhde palvelun laatuun	16
4.2 Asiakastyytyväisyystutkimuksen tavoitteet	18
4.3 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen ja kehittäminen	18
4.4 Asiakasuskollisuus	19
5 VUOKATIN HIIHTOKOULU	21
5.1 Hiihdonopettajien koulutus	22
5.2 Mistä koostuu hyvä hiihtokoulukokemus?	25
5.2.1 Ennen hiihtokoulutuntia	25
5.2.2 Hiihtokoulutunnilla	25
5.2.3 Hiihtokoulutunnin jälkeen	27
6 ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUKSEN TOTEUTUS	28
6.1 Tutkimusongelmat ja tutkimuksen tavoite	28
6.2 Tutkimuksen tarkoitus	29
6.3 Tutkimusmenetelmät	30
6.3.1 Reliabiliteetti	33
6.3.2 Validiteetti	34
7 TUTKIMUSTULOKSET	36
7.1 Vastaajien taustatiedot	36



7.2 Hiihtokoulutuntia edeltävät toimenpiteet	40
7.3 Hiihtokoulutunnin opetus ja sisältö	45
7.4 Asiakkaan tuntemukset hiihtokoulutunnin jälkeen	50
7.5 Avoimien kysymysten tulokset	53
7.5.1 Vuokatin Hiihtokoulun mahdolliset puutteet ja kehittämiskohteet	54
7.5.2 Vuokatin rinnealueen palveluiden mahdolliset puutteet ja kehittämiskohteet	54
7.5.3 Asiakkailta saatua erityistä kiitosta	55
7.5.4 Asiakkaiden muut kommentit	55
8 KEHITTÄMISEHDOTUKSET	56
9 POHDINTA	59
LÄHTEET	62

LIITTEET



1 JOHDANTO

Hiihdonopettajan työ on ennen kaikkea asiakaspalvelua ja asiakas on hiihtokoulutoiminnan edellytys, joten asiakasta tulisi palvella hyvin. Kilpailu alalla on kovaa, ja asiakastyytyväisyys on palvelun laadun mittari, joten uusien asiakkaiden saaminen ja pysyvien asiakassuhteiden luominen edellyttää korkeaa palvelun laatua. Tässä opinnäytetyössä käsitellään palvelua, laajennettua palvelutuotetta sekä asiakastyytyväisyyttä. Näiden teoreettisten tekijöiden onnistunutta soveltamista käytäntöön tarkastellaan Vuokatin Hiihtokoulussa.

Työn toimeksiantaja, Vuokatin Hiihtokoulu, tarvitsi tietoa asiakkaiden tyytyväisyydestä Hiihtokoulun palveluiden laatuun, koska vastaavaa tutkimusta ei ollut aiemmin tehty. Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli asiakkaiden tyytyväisyyden selvittäminen Vuokatin Hiihtokoulun palveluihin. Tarkoituksena tässä työssä oli tiedon antaminen toimeksiantajalle Hiihtokoulun toiminnan vahvuuksista ja heikkouksista sekä kehitysehdotusten tekeminen asiakkailta saatujen vastausten pohjalta. Saadut tulokset ovat tärkeää tietoa toiminnan ja palveluiden kehittämisen kannalta.

Vuokatin Hiihtokoulun asiakastyytyväisyyttä tutkittiin käyttäen kyselylomaketta, ja vastauksia saatiin 87 kappaletta. Lomake jaoteltiin selvittämään asiakkaan taustatietoja, tyytyväisyyttä palveluihin ennen hiihtokoulutuntia, hiihtokouluopetusta sekä asiakkaan tuntemuksia hiihdonopetuksen päätyttyä. Tutkimuksen tulokset havainnollistetaan ympyrä-, pylväs- ja palkki-diagrammeihin. Kyselylomakkeessa oli tilaa myös asiakkaan perusteluille sekä avoimille vastauksille, joita analysoidaan tulosten yhteydessä.

Tehdyn tutkimuksen mukaan Vuokatin Hiihtokoulun palveluiden laatu näyttää tällä hetkellä hyvältä, ja pysyvien asiakassuhteiden luominen on kehittymässä positiiviseen suuntaan. Useimpien vastanneiden tyytyväisyys saatujen palveluiden sekä hiihdonopetuksen ja Hiihtokoulun opettajien ammattitaitoon oli hyvällä tai erittäin hyvällä tasolla. Vastaajien perustelut sekä avoimien kysymyksien vastaukset antoivat tärkeää informaatiota sekä negatiivisista että positiivisista toiminnan osatekijöistä. Kehitysehdotusten tekeminen toimeksiantajalle oli haasteellista, koska vastauksista selvisi paljon enemmän Vuokatin Hiihtokoulun vahvuuksia kuin kehitettäviä osa-alueita.



2 PALVELU TUOTTEENA

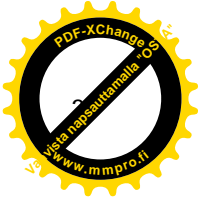
Palvelulla tarkoitetaan vuorovaikutusta, tekoa, tapahtumaa, toimintaa, suoritusta tai valmiutta, jossa asiakkaalle tuotetaan tai luodaan lisäarvon saaminen ratkaisuna, helppoutena, vaivattomuutena, elämyksenä, nautintona, kokemuksena, mielihyvä, ajan tai materiaalin säästönä. Palvelun tuottaja ja sen käyttäjä ovat palvelutapahtuman kaksi osapuolta. Palvelun tuottaja saa palvelun käyttäjältä korvauksen kaupallisissa palveluissa. Palvelun käyttäjästä riippuu, kuinka palvelu otetaan vastaan ja kuinka siihen reagoidaan. Palvelu ei aina saa tuottajan tarkoittamaa vastaanottoa eikä suunniteltua reaktiota käyttäjässä. (Rissanen 2005, 18–19.)

Useimpien palveluiden neljä peruspiirrettä:

1. Palvelut ovat enemmän tai vähemmän aineettomia.
2. Palvelut ovat tekoja tai tekojen sarjoja eivätkä asioita.
3. Palvelut tuotetaan ja kulutetaan ainakin jossain määrin samanaikaisesti.
4. Asiakas osallistuu tuotantoprosessiin ainakin jossain määrin. (Grönroos 1998, 53.)

Grönroosin (1998, 53–54) mukaan palvelu koetaan usein subjektiivisesti. Asiakkaiden kuvaillessa palveluja, heidän käyttämiään ilmauksia ovat kokemus, luottamus, tunne sekä turvallisuus. Nämä ovat hyvin abstrakteja tapoja kuvata palvelua. Vaikka palvelussa on olennaista ilmiön aineettomuus, monissa palveluissa on myös konkreettisia aineksia. Ravintolassa tarjottava ruoka sekä korjaamon käyttämät varaosat ovat esimerkkejä aineettoman palvelun konkreettisista osista. Palveluiden arvioiminen on usein vaikeaa, juuri niiden aineettomuuden vuoksi, ja termeille "luottamus" tai "tunne" on hankala antaa selvää arvoa.

Palvelun ollessa sarja tekoja tai prosesseja, jotka tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti, on niiden laadunvalvonta ja markkinointi perinteisin menetelmin vaikeaa. Tuotettua palvelun laatua ei voida valvoa ennen kuin palvelu on myyty ja kulutettu. Palvelun tuotantoprosessista suurin osa on palvelun käyttäjälle näkymätöntä. Näistä osista asiakas kokee vain tuloksen. Tuotantotoimenpiteen asiakkaalle näkyvään osaan on palvelun tarjoajan syytä panostaa, koska asiakas mieltää ja arvioi koko palvelun laadun ainoastaan näkyvän osan perusteella. Välttääkseen asiakkaan kielteisiä markkinointikokemuksia yrityksen laadunvalvonnan ja markki-



noinnin on tapahduttava samaan aikaan ja samassa paikassa kuin palvelun samanaikaisen tuottamisen ja kulutuksen. (Grönroos 1998, 54.)

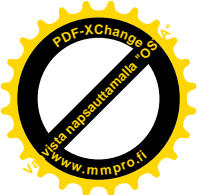
Palveluyrityksen on syytä tarkastella toimintaansa asiakkaan näkökulmasta, koska yrityksen tärkein tehtävä on tuottaa asiakasta tyydyttäviä palveluja. Usein asiakas huomioi aluksi yrityksen toimitilat, jonka jälkeen palveluhenkilöstön sekä muut asiakkaat. Palvelun tarjoajan kannattaa ottaa nämä seikat huomioon suunnitellessaan toimintaansa. Kuviossa 1 havainnollistetaan, miltä palveluyritys asiakkaan silmin näyttää. (Äyväri, Suvanto & Vitikainen 1995, 74–75.)



Kuvio 1. Palveluyritys asiakkaan silmin (Äyväri ym.1995, 75).

Palveluiden aineettomuudesta johtuen palveluita ei voida varastoida, ja asiakas on myös palvelun tuotantoresurssi, ei ainoastaan palvelun vastaanottaja. Palvelut eivät yleensä johda mihinkään omistussuhteeseen. Esimerkiksi asiakkaan nosttaessa rahaa pankkitililtä, asiakas saattaa tuntea pankin palvelun johtaneen nostetun rahamäärän omistukseen, koska hänellä on palvelun jälkeen käteistä rahaa. Todellisuudessa hänellä on ollut rahat jo ennen palvelua pankkitilillään, ja pankki on ainoastaan säilyttänyt niitä. (Grönroos 1998, 54–55.)

Tuote- ja palveluvalikoima, palvelupaikan järjestys, somistus sekä palveluhenkilökunnan toiminta vaikuttavat palvelun koostumukseen. Asiakas saa ostotarpeensa tyydytettyä ja yritys vastaa asiakkaan odotuksiin. Yrityksen hyvä maine palvelumarkkinoilla on kovan työn tulos, ja yrityksen on huolehdittava henkilökuntansa palvelumotivaation säilymisestä myös tulevaisuudessa. (Korkeamäki & Pulkkinen & Selinheimo 2000, 9–11.)



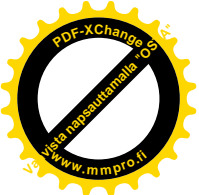
2.1 Palvelun laatu

”Hyvä laatu täyttää asiakkaiden tarpeet, vaatimukset ja odotukset ja lisää asiakastyytyvyyttä” (Lecklin 1997, 29). Yrityksen täytyy seurata jatkuvasti tarjoamansa palvelun laatua. Jotta osattaisiin palvella paremmin erilaisia asiakasryhmiä, pyritään selvittämään, mitkä ovat asiakkaiden ja yhteistyökumppaneiden odotukset. Koska asiakas on laadun tulkitsija, tulisi laatua tarkastella aina asiakkaan näkökulmasta katsoen. Vain siten tiedetään, onko laatu hyvää vai huonoa, ja vastaako se asiakkaan odotuksia. (Ylikoski 1999, 118.)

Kuusela & Rintamäki (2002, 121) jakavat palvelun laadun kolmeen osaan: vuorovaikutuksellinen laatu, yrityskuvan laatu ja fyysinen laatu. Vuorovaikutuksellinen laatu liittyy palveluprosessin laatuun, palvelutapahtumaan eli henkilökunnan ja asiakkaan väliseen vuorovaikutukseen. Yrityskuvan laatu koostuu asiakkaiden näkemyksistä ja mielikuvista yrityksestä sekä sen palvelukyvyistä. Asiakkaiden yrityskuva joko vahvistuu tai heikkenee palvelutilanteessa. Asiakkaiden kokemuksista ja arvioinneista koskien yrityksen fyysisiä resursseja muodostuu viimeinen osatekijä, fyysinen laatu.

Asiakkaat arvostelevat palvelun laatua viiden tekijän avulla: reagointialttius, luotettavuus, vakuuttavuus, konkreettinen ympäristö sekä empaattisuus. Asiakkaalle on tärkeää tulla huomatuksi ja arvostetuksi, joten yksilöllinen huomiointi, reagointi sekä huolenpito asiakkaasta auttavat asiakasta luomaan positiivisen kuvan yrityksestä ja sen palveluista. On tärkeää, että luovattu palvelu pystytään tarjoamaan asiakkaalle luotettavasti ja täsmällisesti. Asiakkaan mielikuvaan yrityksestä vaikuttavat lisäksi tiedon ja huomaavaisuuden osoittaminen sekä luotettavan, pätevän ja uskottavan vaikutelman antaminen. Konkreettisella ympäristöllä tarkoitetaan henkilöstöstä, laitteista sekä fyysisistä tiloista saatavaa yhteisvaikutelmaa. (Performance Research Associates Inc. 2006, 13–15.)

Laadukas palvelu on yritykselle todella tärkeä kilpailukeino, koska sillä pyritään houkuttelemaan uusia asiakkaita, saamaan etumatkaa kilpailijoihin ja erottumaan markkinoilla olevasta massasta. Palvelun laadulla on myös olennainen merkitys, jotta nykyinen asiakaskunta säilyy tyytyväisenä. Palvelun laadusta muodostuu sellainen, miksi asiakas sen mieltää. Tämä mielikuva koostuu asiakkaan ennakkokäsityksistä palvelua kohtaan ja organisaation toteuttamasta suunnitelmallisesta viestinnästä sekä asiakkaan vastaanottamista kuulopuheista. Suunnitelmallisen viestinnän avulla voidaan vaikuttaa asiakkaan odotuksiin. Asiakkaat ja muut sidos-



ryhmät saavat tällä tavoin tietoa yrityksen tuotteista, palveluista, toimintatavoista sekä itse yrityksestä. (Väistö 1994, 22.)

2.2 Odotettu palvelun laatu

Koko palveluprosessi vaikuttaa asiakkaan laatuarvioon, ja palvelun todellinen laatu on aina asiakkaan näkemys palvelun onnistumisesta. Asiakkaalla on mielikuvia ja ennakkokäsityksiä palveluyrityksestä sekä yrityksen palvelujen toiminnasta. Nämä mielikuvat ja ennakkokäsitykset asiakas on luonut yrityksen mainonnan, sanallisen tiedon, omien tarpeidensa ja aikaisempien kokemustensa perusteella. Asiakas arvioi yrityksen tarjoaman palvelun laatua vertaamalla ennakko-odotuksiaan saamaansa palveluun. Palvelun määrän lisäämisellä sekä palvelutavan ja -ympäristön parantamisella pystytään tuottamaan asiakkaalle parempia palvelukokonaisuuksia. Palvelun parantamisessa täytyy ensisijainen huomio olla niissä asioissa, jotka ovat asiakkaalle tärkeimpiä. (Korkeamäki ym. 2000, 24; Bergström & Leppänen 2003, 159.)

Asiakkaan miettiessä palvelun valintaa, syntyy hänelle ostoprosessin aikana odotuksia siitä, millainen palvelu tulee olemaan. Palvelun hinta, palveluympäristö, palveluprosessin laatu ja palvelun lopputulos ovat tekijöitä, joihin asiakkaan odotukset yleensä kohdistuvat. Asiakkaan laatukokemuksessa odotuksilla on suuri merkitys. Mikäli asiakas on tyytyväinen palvelua käyttettyään, odottaa hän palvelun olevan samantasoista myös jatkossa. Asiakas muodostaa laadun arvioinnissa odotuksista kuvitteellisen peilin, johon hän peilaa palvelukokemustaan. (Ylikoski 1999, 119–120.) Palvelun odotetun laadun suhde palvelun koettuun kokonaislaatuun esitetään kuviossa 2 sivulla 7.

Palvelun laatuun kohdistuviin odotuksiin vaikuttavat tekijät voidaan jaotella seuraavasti:

1. Asiakkaan tarpeet vaikuttavat asiakkaan odotuksiin palvelusta. Ikä, sukupuoli, koulutustaso, persoonallisuus ja elämänvaihe ovat asiakkaan tarpeiden taustaan vaikuttavia ominaisuuksia.
2. Palvelun hinta. Asiakas odottaa enemmän palvelulta, jonka hinta on korkea. Toimitilat sekä muut ulkoiset puitteet vaikuttavat asiakkaan odotuksiin palvelun laadusta.
3. Asiakkaan aikaisemmat kokemukset kyseisestä yrityksestä. Pitkäaikaisella asiakkaalla on selkeä käsitys yrityksen tarjoamista tuotteista sekä yrityksen palvelun laadusta.



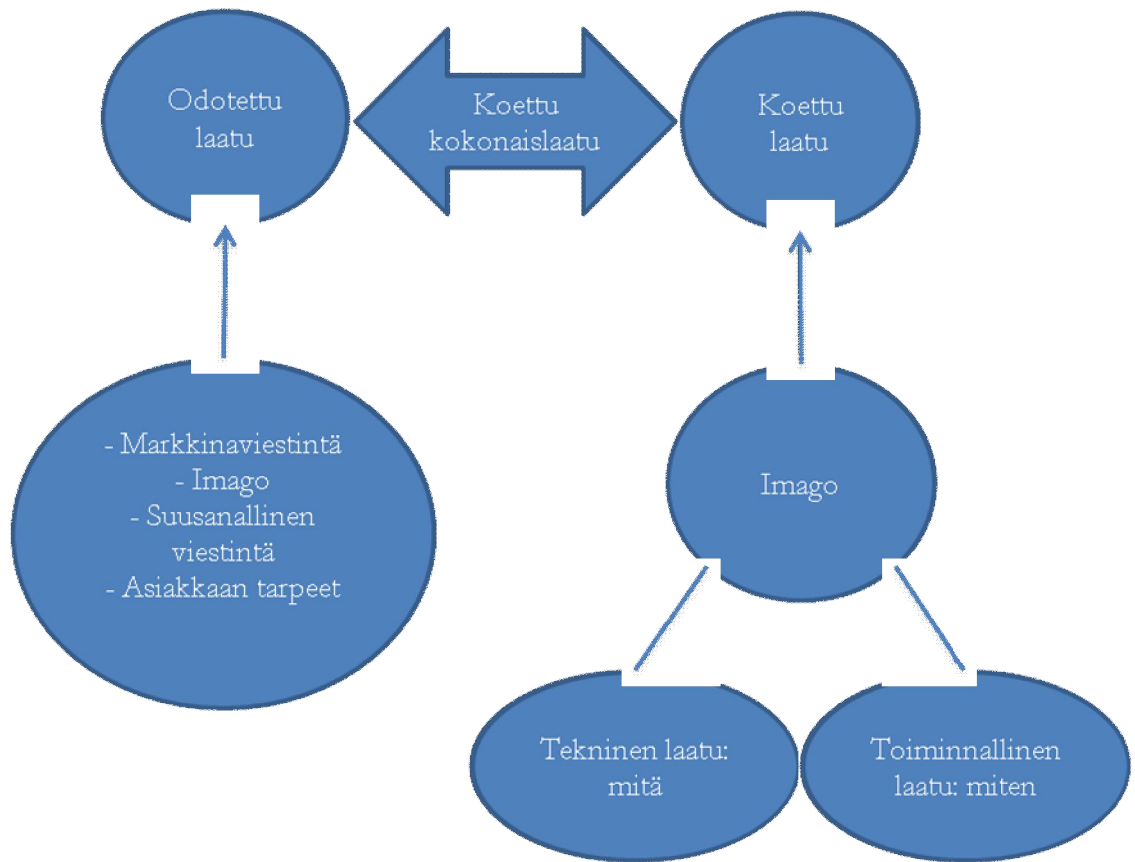
4. Kokemukset, jotka asiakas on aiemmin saanut kilpailevista yrityksistä ja jakelukana-
vista. Markkinoilla olevien yritysten tarjoamat palvelut luovat asiakkaalle mielikuvan
siitä, millaista palvelu on tai saattaisi olla.
5. Asiakkaan odotuksiin vaikuttavat mainonnassa annetut lupaukset. Palveluympäristö
sekä kaikki markkinointiviestintä vaikuttavat asiakkaan odotuksiin, ja antavat vihjeitä,
millaista palvelu voisi olla.
6. Sosiaalinen viestintä, joka muodostaa asiakkaalle odotuksia palvelusta. Sekä positiivi-
set että negatiiviset viestit vaikuttavat asiakkaan mielikuvaan yrityksestä. Palvelua
tuottavan yrityksen medianäkyvyys vaikuttaa asiakkaan muodostamaan yrityskuvaan.
7. Asiakkaan oman panoksen määrä vaikuttaa sekä asiakkaan odotuksiin että odotusten
tasoon. Asiakkaan joutuessa odottamaan tai näkemään paljon vaivaa saadakseen ha-
luamansa palvelun, odotukset palvelua kohtaan kasvavat.
8. Tilannetekijät joko nostavat tai laskevat asiakkaan palveluodotuksia. Tällaisia tilantei-
ta ovat ikävät tapahtumat sekä kiire, jolloin asiakas odottaa nopeampaa palvelua.
Mahdollisissa ikävissä tapahtumissa asiakas olettaa saavansa myös huomaavaisempaa
palvelua. (Ylikoski 1999, 123–125.)

2.3 Koettu palvelun laatu

Ostajan ja myyjän välinen vuorovaikutustapahtuma vaikuttaa olennaisesti koettuun palvelun laatuun (Grönroos (1998, 63). Asiakas arvioi yrityksen palvelun laadun joka käyntikerralla samoja kriteereitä käyttäen. Asiakkaan kokemukseen vaikuttavat tarjoajan ulkoiset puitteet sekä palvelun tuottajan ammattitaito jokaisella asiointikerralla. Jokainen palvelutapahtuma on tärkeä ja ainutkertainen vuorovaikutteinen kokemus. (Korkeamäki ym. 2000, 24.)

Kuviossa 2 esitetään, kuinka asiakkaan laatukokemukset liittyvät markkinointitoimiin ja joh-
tavat koettuun palvelun laatuun. Palveluyritysten lisäksi otettaessa huomioon palveluja tar-
joavat tavaroiden valmistajat, on sopivampaa puhua koetusta kokonaislaadusta. Koetun laa-
dun vastatessa asiakkaan odotuksia, saavutetaan hyvä laatu. Imagoa sekä suusanallisia tekijöi-
tä yritys pystyy valvomaan ainoastaan epäsuorasti. Myös ulkopuolelta voidaan vaikuttaa näi-

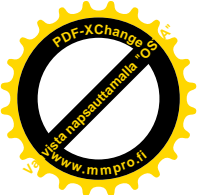
hin kahteen tekijään, mutta ne pohjautuvat yrityksen aikaisempaan menestykseen. (Grönroos 1998, 67–68.)



Kuvio 2. Koettu kokonaislaatu (Grönroos 1998, 67).

Henkilöstö, heidän toimintansa, joustavuutensa, nopeutensa, palvelualttiutensa sekä heidän ulkoasunsa ja työilmapiiri liittyvät toiminnalliseen laatuun. Palvelun toiminnalliseen laatuun vaikuttaa myös henkilöstön kyky ottaa huomioon asiakkaan odotukset ja tarpeet. (Kuusela 1998, 121–122; Äyväri ym. 1995, 187–189.) Grönroos (2003, 105) jakaa laadun kahteen osatekijään, toiminnalliseen eli prosessilaatuun ja tekniseen eli lopputuloslaatuun. Teknisellä laadulla tarkoitetaan asiakkaan saamaa lopputuotetta tai -palvelua ja toiminnallisella laadulla, miten asiakas tämän saa.

Toiminnallinen laatu käsittää asiakkaan saaman palvelun, eli kuinka vuorovaikutus asiakkaan ja palvelun tarjoajan välillä on toiminut palveluprosessin aikana. Toiminnallisen laadun osatekijät ovat usein tilanteisiin sidottuja sekä psykologisia näkymättömiä palveluprosessin osia. (Kuusela 1998, 121–122; Äyväri ym. 1995, 187–189.) Asenne ja käyttäytyminen, lähestyttävyyden ja joustavuus, luotettavuus ja normalisointi edustavat toiminnallista laatua liittymällä



palveluprosessiin (Grönroos 1998, 73). Palveluyrityksen toiminta, lupauksien lunastaminen sekä ulkoiset puitteet liittyvät keskeisesti palvelun toiminnallisen laatuun. Toiminnallisella laadulla yritys pystyy erottumaan edukseen kilpailijoista paremmin kuin teknisen laadun avulla. Tästä johtuen asiakaspalvelijoiden motivoituminen työtä ja asiakasta kohtaan on erittäin tärkeää. (Pesonen, Lehtonen & Toskala 2002, 47–48.)

Tekniseen laatuun liittyvät erilaiset tekniset ratkaisut, laitteet ja koneet, joita tarvitaan palvelun tuottamiseen. Palvelun määrä sekä henkilökunnan ammattitaito vaikuttavat osaltaan palvelun tekniseen laatuun, jossa tulevat esiin palvelutapahtuman tekninen toteutuminen sekä palveluprosessin lopputulos. (Kuusela 1998, 121–122; Äyväri ym. 1995, 187–189.) Asiakkaan ja myyjän välisen vuorovaikutuksen päätyttyä asiakkaalle jäävä lopputulos on konkreettinen esimerkki yrityksen tarjoamasta teknisestä laadusta. Asiakkaan arvioidessa palvelun laatua, on suuri merkitys sillä, mitä hänelle jää vuorovaikutuksesta yrityksen kanssa. Tällaisissa tilanteissa yrityksellä on hyvä mahdollisuus osoittaa oma osaamisensa sekä palvelujensa laatu. Asiakkaalle voi jäädä yrityksestä joko positiivinen tai negatiivinen kuva teknisen laadun välityksellä. Tuote, tieto ja asiantuntemus sekä koulutus ja materiaali voivat olla palvelusta saatavaa teknistä laatua. Tekninen laatu on konkreettisempaa ja helpommin mitattavissa olevaa kuin toiminnallinen laatu. (Grönroos 1998, 63–68.)

Yhteenvedona Grönroos (1998, 73–74) esittää laadukkaaksi koetun palvelun kuusi kriteeriä.

1. Ammattitaito
2. Asenne ja käyttäytyminen
3. Lähestyttävyyys ja joustavuus
4. Luotettavuus ja uskottavuus
5. Normalisointi
6. Maine

Kyseinen luettelo soveltuu yrityskäyttöön, koska se on tarpeeksi lyhyt, mutta ottaa kaikki tärkeät laadun näkökohdat huomioon. Kriteereistä ammattitaito liittyy yrityksen tulokseen ja se on teknisen laadun ulottuvuus. Imagoon liitetään maine ja uskottavuus, jotka toimivat suodattimena. Palveluyrityksen imago vaikuttaa asiakkaan kokemaan palvelun laatuun sekä koet-



tuun kokonaislaatuun. Pienet puutteet toiminnallisessa laadussa annetaan anteeksi yrityksen imagon ollessa asiakkaalle myönteinen. (Grönroos 1998, 73; Grönroos 2003, 100–106.)

2.4 Lisäarvon tuottaminen asiakkaalle

Jobber (2001, 11) esittää kuviossa 3 asiakkaan kokeman lisäarvon. Asiakkaan saaman hyödyn ja sijoittamansa panoksen suhde on asiakkaan kokema lisäarvo. Pystyäkseen tarjoamaan yli-voimaista lisäarvoa kohderyhmän asiakkaille, on yrityksen kehitettävä markkinointikonsepti-ään asiakkaan tarpeet täyttäväksi ja ylittäväksi kilpailijoitaan paremmin. Asiakassuhteiden kes-
täminen sekä uusien asiakkaiden houkuttelu ovat tavoitteita, joihin markkinasuuntautunut yritys pyrkii lisäarvon luomisen avulla.



Kuvio 3. Asiakkaan kokeman lisäarvon muodostuskaava (Jobber 2001, 11).

Asiakas havaitsee saavutetut hyödyt itselleen mieluisiksi ja tarpeellisiksi asioiksi. Hyödyt voi-
vat liittyä itse tuotteeseen, asiakaspalveluun, tai yrityskuvaan eli imagoon. Asiakkaan asioides-
sa luotettavan henkilökunnan edustajan kanssa, voidaan henkilökohtainen suhde edustajaan
kokea hyötynä. Asiakkaan ostopäätökseen käyttämä aika ja energia kuuluvat myös sijoitet-
tuun panokseen, ei ainoastaan rahallinen panos. (Jobber 2001, 11.)

2.5 Yrityksen palveluiden kehittäminen

Yrityksen kehittäessä toimintaansa oleellista on toiminnan tavoitteellisuus, nykyinen mieliku-
vataso ja yrityksen profiili. Tavoitemielikuva rakentuu yrityksen nykymielikuvasta. Se ohjaa
yrityksen toiminnan kehittämistä, toimii yritysjohdolle sisäisen toiminnan ohjausvälineenä,
lähtökohtana ulkoiselle markkinoinnille sekä konkreettisena vertauspohjana tarkasteltaessa
tavoitteiden saavutettavuutta. Näiden lisäksi tavoitemielikuva toimii välineenä oppimispro-
sessissa. Konkreettisten tavoitteiden asettaminen kaikille mielikuvan osatekijöille on erittäin
tärkeää pyrittäessä kehittämään mielikuvaa. Tällöin yrityskuvan toiminnallista kehittämistä



ulkoisen mielikuvan perustaksi voidaan seurata ja ohjata sisäisesti. (Rope & Vahvaselkä 1995, 89–90.)

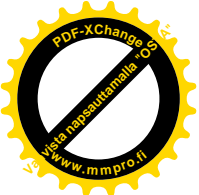
Yrityksen kehittäessä palveluitaan, on tärkeää miettiä, mitä palveluyritys tarvitsee tuottaakseen palveluja, ja mikä on palvelun lopputuotos, joka tarjotaan asiakkaalle. Olennaista palvelun tuottamisessa ovat tarvittavat investoinnit, ammattitaitoinen ja henkilökohtaisilta ominaisuuksiltaan pätevä henkilökunta sekä aika, joka on yksi palveluyrityksen toiminnan kehittämisen tärkeä lähtökohta. Mitä enemmän yrityksen palvelun täsmällisyydeltä ja oikea-aikaisuudelta asiakkaat odottavat, sitä tärkeämpi on palveluaika. Oikea-aikaisuutta pidetään myös merkkinä toiminnan tehokkuudesta sekä yrityksen kyvystä keskittyä olennaisiin asioihin muuttuvissa tilanteissa. (Kuusela 1998, 55–56.)

2.6 Liikuntamatkailupalveluiden erityispiirteitä

Liikuntamatkailu on yhden määritelmän mukaan matkailua, jossa alueen liikuntapalveluja hyödyntävät ulkopaikkakuntalaiset. Liikuntatapahtumien seuraamisen lisäksi motiivina matkalle voi olla osallistuminen joko liikuntatapahtumiin tai -aktiviteetteihin. (Lackman & Verhelä 2003, 125.)

Kaikkien matkailijoiden kohdalla pääpaino liikuntamatkailussa ei ole matkailijan omassa fyysisessä suorituksessa. Keskeistä sen sijaan on matkailupalveluiden kokonaisuuden liittyminen liikuntaan. Matkailijoiden kiinnostus liikuntaan matkustamisen ohessa sekä liikuntapalveluiden kysyntä on kasvussa. (Lackman & Verhelä 2003, 125–126.)

Liikuntamatkailun ohjelmalveluja tarjoavien ammattilaisten on osattava suunnitella ja toteuttaa erilaisille matkailijoille soveltuvia ohjelmalvelukokonaisuuksia. Oman lajin hallinta on palvelun tuottajan keskeisimpiä ominaisuuksia, jotta hän pystyy toimimaan asiakkaille esimerkkinä harrastuksessa ja ohjaamaan heitä turvallisiin ja oikeanlaisiin suorituksiin. Välineiden ja varusteiden tunteminen sekä tarvittaessa välineiden huoltaminen ovat palvelun tarjoajalle tärkeitä taitoja. Liikuntamatkailun ammattilaiset järjestävät asiakkaille myös ohjelmalvelukokonaisuuksia sekä useita lajimahdollisuuksia tarjoavia laajempia liikuntatapahtumia. Olennaisiin taitoihin kuuluvat ensiaputaidot ja turvallisuuden huomioiminen erilaisissa ympäristöolosuhteissa. Liikuntamatkailuyrittäjän tärkein taito on asiakkaan kohtaaminen ja läsnäolo palvelutilanteissa. (Lackman & Verhelä 2003, 127–128.)



Liikuntatieteen päivillä syyskuussa 2001 liikuntamatkailu jaoteltiin kolmeen luokkaan, joita ovat aktiivinen liikuntamatkailu, passiivinen liikuntamatkailu ja nostalgiamatkailu. Kyseisiä käsitteitä tarkennetaan seuraavasti. Asiakas osallistuu aktiivisessa liikuntamatkailussa itse liikuntaan harrastamalla intensiivisesti lajia osana matkajärjestelyjään. Hyvä esimerkki aktiivisesta liikuntamatkailusta on lasketteluloma. Aktiivisessa liikuntamatkailussa liikunta voi olla myös toissijainen motiivi matkaan lähdölle. Liikuntaa harrastetaan matkakohteessa tilaisuuden tullen, vaikka matkalle lähtemisen motiivina on ollut jokin toinen tekijä. Matkailijan osallistuessa urheilutapahtumaan katsojana, on kyse passiivisesta liikuntamatkailusta, jolloin matkailija ei osallistu varsinaiseen toimintaan. Matkailua, joka suuntautuu kannattajajoukkojen kohtaamisiin, museoihin, urheilusuoritusten tai -tapahtumien järjestämispaikoille, kutsutaan nostalgiamatkailuksi. Nostalgiamatkailussa matkailija on usein kiinnostuneempi yksittäisestä urheilijasta tai joukkueesta kuin matkustamisesta. (Lackman & Verhelä 2003, 128–131.)

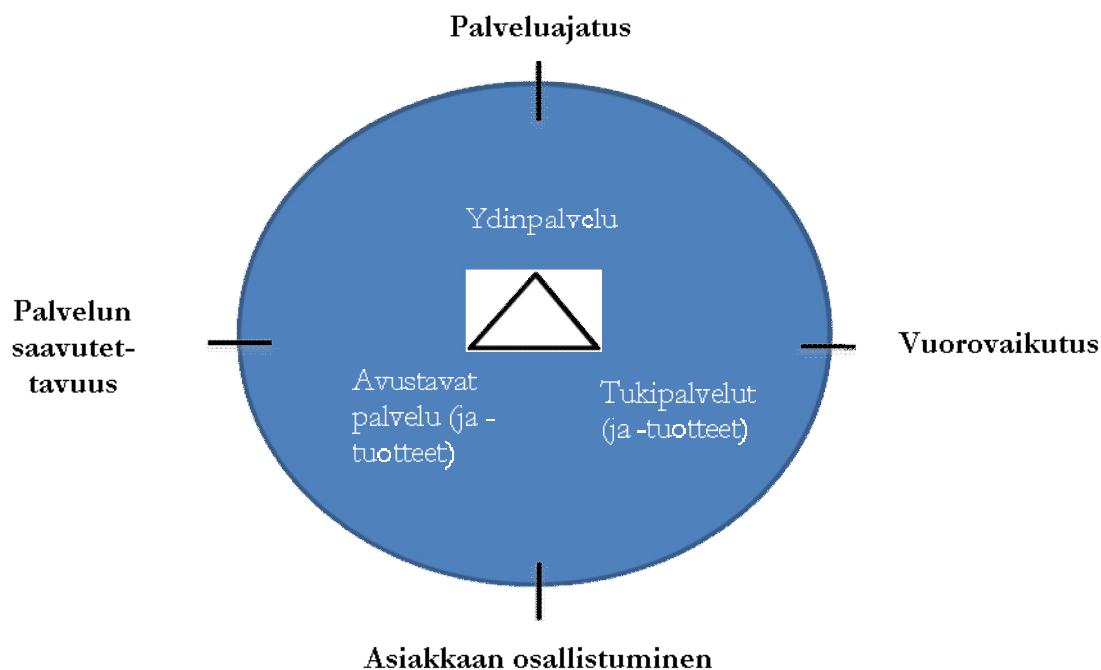


3 LAAJENNETTU PALVELUTUOTE

Yritys myy asiakkaalle tuotteen, jonka kokonaisuus muodostuu mielikuvista, tavaroista ja palveluista. Kun tuotetta tutkitaan palveluyrityksen kilpailukeinona, se voidaan jaotella kolmeen osa-alueeseen. Osat ovat ydintuote, mielikuvatuote ja lisäpalvelut. Lisäpalvelut sekä mielikuvat rakentuvat ydintuotteen ympärille luodakseen kuvaa tuotteesta sekä tuomaan sille lisäarvoa. (Armstrong & Kotler 2003, 278.) Yleisen tuoteajattelun lisäksi nykyään tulisi kiinnittää huomiota laajaan kokonaisuuteen, johon kuuluu tuotepaketin herättämät mielikuvat (Viitala & Jylhä 2002, 71). Asiakas tyydyttää ostotarpeitaan ostamalla konkreettisen tuotteen lisäksi itselleen sekä monia hyötyjä että mielihyvää (Bergström & Leppänen 2007, 112).

Ydinpalvelut, avustavat palvelut ja tukipalvelut muodostavat peruspalvelupaketin (kuvio 4). Ydinpalvelu tai -palvelut on syy, miksi yritys on markkinoilla ja minkä vuoksi asiakkaat yritykseen saapuvat. (Grönroos 2001, 226.) Korkeamäki ym. (2000, 113) kertovat, että asiakas ei yleensä tee ostopäätöstä ainoastaan ydintuotteen tai – palvelun perusteella johtuen tarpeidensa vaihtelevuudesta. Palveluyritys pyrkii erottumaan kilpailijoista palvelupaketin ydintuotteeseen liitettävien palvelujen avulla.

Käyttäkseen yrityksen ydinpalvelua asiakkaat tarvitsevat usein joitakin lisäpalveluja. Näitä palveluja kutsutaan avustaviksi palveluiksi, joiden tarkoituksena on helpottaa ydinpalvelun käyttöä. Tukipalvelut täyttävät toisenlaisen tehtävän kuin avustavat palvelut, vaikka ero näiden kahden välillä ei aina ole kovin selkeä. Jotta ydinpalvelu voidaan kuluttaa, tarvitaan avustavia palveluita. Tukipalveluja hyödynnetään yrityksen halutessa lisätä arvoa sekä erottua edukseen palveluja tarjoavien kilpailijoiden joukosta. (Grönroos 1998, 119–120.) Lahtinen & Isoviita (2001, 53) täydentävät samaa käsitettä. Tukipalvelut ovat erityisosaamista, jotka on räätälöity yksityiskohtaisesti. Tukipalveluiden avulla asiakkaalle saadaan tuotettua juuri hänen tarpeitaan vastaava yksilöllinen ja laadukas palvelu.



Kuvio 4. Laajennettu palvelutarjooma (Grönroos 2001, 230).

Käsitlemme Grönroosin (2001, 230) esittämää laajennetun palvelutarjooman mallia oman tutkimuskohteemme kautta. Tutkimuskohteemme on Vuokatin Hiihtokoulu, jonka ydinpalvelu on hiihdonopetus. Ydinpalvelun tuottaminen on mahdotonta ilman lisäpalveluja. Vuokatin Hiihtokoulun toiminnan kannalta tärkeimmät avustavat palvelut ovat toteutusympäristö, Vuokatinrinteet, lipunmyynti sekä ammattitaitoinen henkilökunta. Ilman rinteitä ja hissejä sekä opettajaa hiihtokoulun toiminta olisi mahdotonta. Vuokatin Hiihtokoulun arvoa olennaisesti lisääviä tukipalveluja ovat asianmukaiset opetusvälineet, vuokraamopalvelut, Vuokatin alueen majoituspalvelut sekä rinnealueen ravintolapalvelut. Nämä palvelut tuovat lisäarvoa Vuokatin Hiihtokoululle, mutta eivät ole välttämättömiä hiihdonopetuksen kannalta.

Tarjotut yksittäiset tuotteet sekä palvelut ovat usein erittäin samankaltaisia. Tästä johtuen varsinainen tuote ei yleensä erotu huomattavasti kilpailevista tuotteista. Tuotetta ei arvioida ainoastaan ydinsisällön perusteella vaan laajempaan kokonaisuuteen. Laajennetussa tuotteessa otetaan huomioon saavutettavuuteen liittyvät tekijät, yrityksen palveluympäristö, asiakkaan osallistuminen tuotteen valmistusprosessiin, asiakkaiden keskinäinen vuorovaikutus sekä asiakkaiden ja yrityksen kontaktipinnan välinen vuorovaikutus. (Komppula & Boxberg 2002, 14.)



Kuviossa 4 palveluajatus on osa laajennetun palvelutarjonnan osatekijöiden kehittämisen kattavaa kokonaisuutta. Palveluajatuksen tulisi sisältää, mitä ydinpalveluja, tukipalveluja ja avustavia palveluja käytetään. Tähän ajatukseen sisällytetään myös vuorovaikutustilanteiden kehittäminen sekä asiakkaiden valmentaminen prosessiin osallistumiseen. (Grönroos 1998, 124–125.) Palveluyrityksen käyttämät fyysiset elementit eli toimitilat, laitteet ja materiaalit muodostavat palveluympäristön. Palveluympäristöön kuuluvat sekä tekniset että toiminnalliset laadun osa-alueet. Kohteessa harjoitetun toiminnan määrittelevät tekniikka ja toimitilat. (Komppula & Boxberg 2002, 14.)

Saavutettavuus kattaa kaikki asiakkaan kokemat keinot saada hyvää palvelua. Näitä keinoja ovat aukioloajat, asiakaspalvelun saavutettavuus kuluttamishetkellä, puhelintiedustelut sekä yrityksen tietojen helppo löytyminen eri lähteistä. Yrityksen saavutettavuuteen vaikutetaan olennaisesti myös opasteilla sekä yrityksen sijainnilla. (Komppula & Boxberg 2002, 52.)

Asiakaskunnan rakenne vaikuttaa vuorovaikutukseen, jonka muodostavat asiakkaiden ja koko yrityksen välisen kontaktipinnan keskinäiset suhteet. Asiakkaan kokemuksiin tuotteesta vaikuttaa muiden asiakkaiden käyttäytyminen, mutta asiakkaan kokemaan palvelun laatuun vaikuttaa suuremmin vuorovaikutus. (Armstrong & Kotler 2003, 274–276.) Vuorovaikutuksella tarkoitetaan muiden asiakkaiden vaikutusta, henkilöstön käyttäytymistä ja kommunikointia asiakasta kohtaan, laitteiden käytön ymmärrettävyyttä ja helppoutta sekä palveluntarjoajien järjestelmien ja rutiinien selkeyttä (Grönroos 2003, 231–233).

Palkitsemisarvo, takuuarvo, suorituskykyarvo, mukautusarvo, ainutlaatuisuusarvo, nautintoarvo sekä imagoarvo ovat yrityksen asiakkaalle tuottamia lisäarvoja, joiden avulla yritys voi saavuttaa tavoitteensa (Viitala & Jylhä 2002, 71–74). Pysyvien kilpailuetujen saavuttamiseksi yrityksen täytyy osata tuottaa liitännäispalveluja, joita asiakkaat arvostavat. Liitännäispalveluiden avulla erotutaan korkeatasoisia ydinpalveluja tarjoavien kilpailijoiden joukosta. Asiakkaat eivät ole samanlaisia, toiset arvostavat ydinosamista ja toisille on tärkeämpää lisäpalvelujen tarjonta. (Lahtinen, Isoviita & Hytönen 1996, 238.)

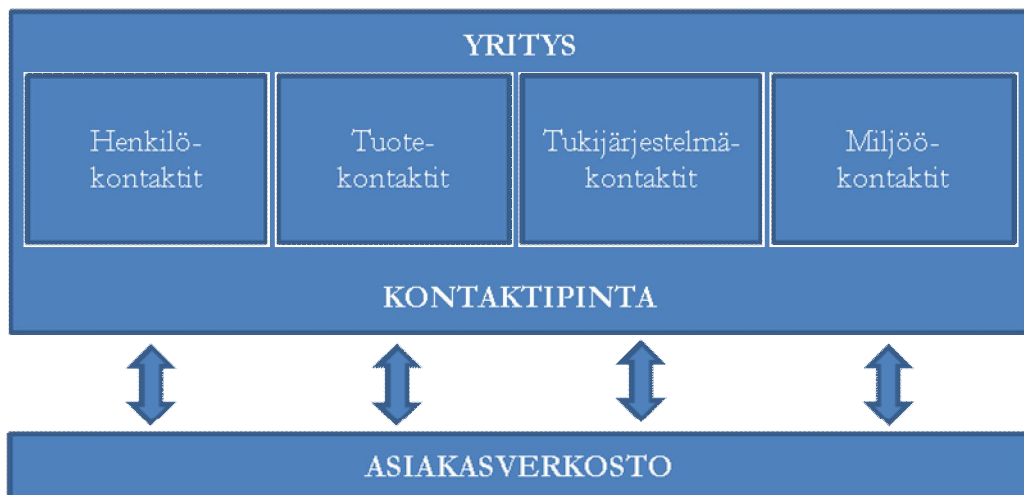


4 ASIAKASTYYTYVÄISYYS

Asiakastyytyväisyys on yrityksen käyttämä kilpailukeino, jolla pyritään saamaan etumatkaa muihin yrityksiin. Tätä etumatkaa kilpailijoiden on vaikea saavuttaa tapauksissa, joissa yritys näkee enemmän vaivaa asiakkaidensa tyytyväisyyden saavuttamiseksi kuin kilpailijansa. Asiakastyytyväisyyden muodostumisen kannalta on olennaista, että asiakas kokee yrityksen välittävän hänestä, ja ottavan hänen tarpeensa huomioon. Asiakkaan tyytyväisyyden saavuttamiseksi avainasia on asiakkaan kohtelu. Yrityksen täytyy asiakasta kohdellessaan muistaa empatia, avuliaisuus, tarvittaessa kyky pyytää anteeksi sekä hyvittää asiakkaiden mahdollisesti kokema huono kohtelu. Nämä tekijät johtavat asiakkaan kokemaan tyytyväisyyden tunteeseen, asiakastyytyväisyyteen. (Rautiainen & Siiskonen 2002, 126.)

Asiakastyytyväisyyden kaksi osatekijää ovat asiakas ja tyytyväisyys. Asiakastyytyväisyys tarkoittaa käsitteenä kokemusta, jonka asiakas luo yrityksestä. Asiakas on henkilö tai organisaatio, jonka kanssa yrityksellä on syntynyt asiakassuhde. Asiakkaalla tarkoitetaan perinteisesti henkilöä, joka on ostanut yritykseltä tuotteen tai palvelun, eli asiakassuhteen syntyminen rinnastetaan ostamiseen. Asiakastyytyväisyyden näkökulmasta asiakas -käsite ei edellytä perinteistä asiakassuhdetta, johon kuuluu välitön ostokontakti. Aina henkilön ollessa kontaktissa jonkin yrityksen osan kanssa, syntyy asiakastyytyväisyyden edellyttämä kontaktipinta yrityksen ja asiakkaan välillä. (Rope & Pöllänen 1998, 27–28.)

Onnistuneen asiakassuhteen edellyttämä tyytyväisyys syntyy siitä, millaiseksi yrityksen kanssa asioiva henkilö kokee kuviossa 5 esitellyn kontaktipinnan. Kuviossa 5 kuvataan asiakkaan ja yrityksen väliset henkilöstö-, tuote-, tukijärjestelmä- sekä miljöökontaktit. Näistä kontakteista syntyy kokemuksia, jotka vastaavat etukäteisodotuksia tai luovat ennako-odotuksista poikkeavia kokemuksia joko negatiiviseen tai positiiviseen suuntaan. (Rope & Pöllänen 1998, 28.)



Kuvio 5. Yrityksen ja asiakasverkoston välinen kontaktipinta (Rope & Pöllänen 1998, 28).

Yrityksen on muistettava aina, että tyytyväiset asiakkaat kertovat saamistaan hyvistä kokemuksista muille asiakkaille ja palaavat uudelleen. Toiminnallaan he lisäävät yrityksen kannattavuutta ja kassavirtoja sekä pienentävät markkinointikustannuksia. Asiakaskuntaa ja sen sisällä olevia asiakassuhteita analysoitaessa, asiakastyytyväisyys on keskeisempiä ulottuvuuksia, koska tyytyväinen asiakaskunta on yritykselle huomattavasti tyytymätöntä arvokkaampi. (Rautiainen & Siiskonen 2002, 126.)

4.1 Asiakastyytyväisyyden suhde palvelun laatuun

Kirjallisuudessa oletetaan yleensä, että suhde asiakastyytyväisyyden ja laadun välillä on lineaarinen, eli mitä parempi laatu sitä tyytyväisempi asiakas. Tämä ei kuitenkaan ole ainoa oikea oletus, koska voidaan puhua monista erilaisista yhteyksistä laadun ja asiakastyytyväisyyden välillä. Näitä yhteyksiä ilmaistaan laatufunktioilla, jotka voidaan jakaa neljään eri tyyppiin:

1. Kriittiset tekijät eli yhteys asiakastyytyväisyyden ja laadun välillä on lineaarinen. Laadun parantaminen johtaa parempaan asiakastyytyväisyyteen ja päinvastoin.
2. Asiakastyytyväisyys ei kasva laadun parantamisella, mutta laadun heikentyminen tietyn tason alapuolelle merkitsee asiakastyytyväisyyden vähenemistä. Laadussa tulee saavuttaa tietty taso, mutta tämän jälkeen ei kannata tehdä enää investointeja. Näitä tekijöitä kutsutaan "hygienian"-tekijöiksi.



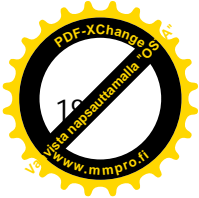
3. Indifferentit tekijät, joissa laadun huonontuminen tai parantuminen ei vaikuta asiakkaan tyytyväisyyteen ja kokonaiskäsitukseen.
4. Profiloivat tekijät, joihin panostamalla yritys erottuu edukseen kilpailijoiden joukosta sekä toimialan nykyisestä keskitasosta. Parempi laatu voi vaikuttaa huomattavasti asiakkaan tyytyväisyyteen ja kokonaiskäsitukseen, mutta vähäinen laadun heikkeneminen ei juuri vaikuta. (Storbacka & Lehtinen 1997, 99–100.)

Odotusten käyttäminen vertailustandardina on vaikeaa, koska asiakkailla on erilaiset vertailustandardit. Siksi on vaikea asettaa tutkimuksen kysymyksiä niin, että saadaan oikeita tuloksia. Mitattaessa tyytyväisyyttä odotuksia ja kokemuksia ei tarvitse verrata, sillä kokonaiskäsitys määrittyy kokemusten perusteella. (Storbacka & Lehtinen 1997, 101.)

Kuinka paljon asiakas kestää huonoa palvelua, ennen kuin se muuttaa ostokäyttäytymistään? Vertailemalla odotuksia ja kokemuksia asiakkaasta tulee tyytymätön heti kun kokemukset ovat referenssipisteen eli odotusten alapuolella. Asiakkaan sama huono palvelu vaikuttaa suoraan asiakkaan käyttäytymiseen. Laadun vaihtelun suhteen asiakkaalla on kuitenkin parempi toleranssi, joka suodattaa reaktioita yritystä kohtaan. (Storbacka & Lehtinen 1997, 101.)

Asiakaspalvelu voidaan jakaa neljään ydinkohtaan: tieto, taito, tunteet ja tahto. Asiakaspalvelutyössä toimivalla henkilöllä on oltava teoreettista tietoa omaan työhön liittyvistä lähtökohdista. Tätä tietoa hänen täytyy osata soveltaa työssään tarvittaviin käytännön toimiin. Sovelusten kautta muotoutuu asiakaspalvelun toinen ydinkohta, taito. Empatiakyvyt ja -taidot ovat yksi tärkeä osa-alue toimivaa asiakaspalvelua. Jotta pystyy käsittelemään ja ymmärtämään asiakkaan tunteita ja niistä johtuvaa käytöstä, asiakaspalvelijan täytyy tuntea itsensä ja pystyä hallitsemaan omia tunteitaan vaikeissakin asiakaspalvelutilanteissa. Neljäs keskeinen tekijä asiakaspalvelutilanteessa on tahto. Työntekijän tahto ratkaisee kuinka hyvin hän suoriutuu asiakaskontaktista. Työntekijän aito kiinnostus asiakkaan tarpeita kohtaan on avaintekijä onnistuneeseen asiakaspalvelutilanteeseen. Nämä kaikki neljä tekijää tuottavat asiakastyytyväisyyttä. (Hokkanen, Mönkkönen & Pesonen 2000, 100.)

Asiakastyytyväisyyttä ja -tyytymättömyyttä eivät aina tuota samat toiminnot, vaan niihin vaikuttavat myös erilaiset asiakkaat ja tilanteet. Tekijä, joka on tuottanut positiivisen yllätyksen tuottaa tyytyväisyyttä. Sen sijaan odotusten mukainen toiminta ei ole tyytyväisyyden tuottaja,



vaan odotustekijä, jonka uskotaan automaattisesti toteutuvan, ennakko-odotusten mukaisesti. (Rope & Pöllänen 1998, 165.)

4.2 Asiakastyytyväisyystutkimuksen tavoitteet

Asiakastyytyväisyystutkimuksella on neljä päätavoitetta. Ensimmäinen päätavoite on selvittää keskeisiä osa-alueita, jotka vaikuttavat asiakastyytyväisyyteen. Tämä tavoite pyrkii selvittämään millä tavoin yrityksen toiminta tuottaa asiakkaille tyytyväisyyttä. Toisena päätavoitteena pyritään selvittämään asiakkaiden tyytyväisyyttä tällä hetkellä. Selvitetään siis organisaation suoriutumista asiakaspalveluiden tuottamisessa. Kolmantena tavoitteena tähdätään tulevaisuuden toimenpiteisiin. Saatujen tulosten avulla pystytään kehittämään asiakastyytyväisyyttä tulevaisuudessa prioriteettijärjestyksessä. Viimeisenä tavoitteena on asiakastyytyväisyyden kehittymisen seuranta. Jotta asiakastyytyväisyyden tulokset pysyisivät ajan tasalla, täytyy suorittaa vastaavia tutkimuksia tasaisin väliajoin. Näillä tavoin asiakastyytyväisyyden kehitystä sekä korjaavia toimenpiteitä ja niiden vaikutusta pystytään seuraamaan. (Ylikoski 2000, 156.)

4.3 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen ja kehittäminen

Rautiaisen ja Siiskosen (2002, 126) mukaan asiakastyytyväisyyttä voidaan mitata esimerkiksi kiitosten, kehitysehdotusten, reklamaatioiden tai suositusten määrällä. Heidän mielestään reklamaatioihin pitää reagoida nopeasti, ja ne täytyy hoitaa hyvin. Yrityksen imago voi kärsiä, mikäli reklamaatiot hoidetaan huonosti.

Negatiivinen asiakaspalaute pitäisi ymmärtää mahdollisuutena kehittää yrityksen palveluja. Asiakas, joka on tehnyt valituksen, ei ole vielä lopettanut asiakassuhdetta, kuten usein tyytymättömät asiakkaat tekevät. Tapahtunut voidaan korjata asiallisella ja nopealla valituksen käsittelyllä, jolloin hyvitetään asiakkaalle aiheutunut vahinko odotukset ylittävällä tavalla. (Rautiainen & Siiskonen 2002, 126.)

Kun selvitetään ja analysoidaan yrityksen menestymismahdollisuuksia, asiakastyytyväisyys on yksi keskeinen mittari. Vaikka yrityksen taloudellinen tulos olisi erittäin hyvä, ei voida odottaa menestystä pitkälle tulevaisuuteen, jos asiakastyytyväisyys ei ole vähintään hyvällä tasolla. Kaikkien asiakkaiden erilaiset odotukset yrityksen toiminnasta ovat syntyneet esimerkiksi



aikaisempien kokemusten, markkinointiviestinnän, tuttavien suosittelemien tai yrityksestä kertovien artikkeleiden perusteella. Asiakastyytyväisyys on aina suhteellinen ja subjektiivinen eli yksilöllinen näkemys sekä suurilta osin nykyhetkeen sidonnainen. Siksi se on lunastettava yhä uudelleen päivittäin tapahtuvissa kontakteissa. Asiakastyytyväisyyden selvittämisessä on kyse jatkuvasta palautteen hankkimisesta asiakkaan ja yrityksen välisistä kontaktitilanteista. (Rope & Pöllänen 1998, 58–59.)

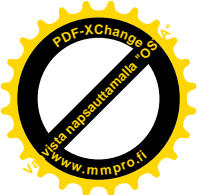
Asiakastyytyväisyyden seurannan pitäisi olla jatkuvaa. Laaja-alaisen kertatutkimuksen suorittamisesta on hyötyä, jos aiemmin ei ole tehty tyytyväisyysmittauksia. Sen avulla kartoitetaan asiakkaiden tyytyväisyys ja mahdolliset ongelmakohdat sekä näkemys eri osatekijöiden tärkeydestä. Asiakassegmentointia eli kohderyhmän rajausta kannattaa käyttää hyväksi mittauksen suunnittelussa, koska avainasiakkaiden kuuleminen on erittäin tärkeää. (Lecklin 1997, 122–123.)

Mittaus on tehtävä riittävän usein asiakassignaalien selvittämiseksi. Trendien seuraaminen edellyttää mittauksessa käytettävien avainkysymysten pitämistä vakiona. Mittauksia voi olla useita erilaisia ja niiden tulisi täydentää toisiaan. Jos yleisessä asiakastyytyväisyystutkimuksessa paljastuu tyytymättömiä asiakkaita, heihin voidaan kohdistaa täydentävä tutkimus ja haastattelu. (Lecklin 1997, 123.)

4.4 Asiakasuskollisuus

Asiakasuskollisuuden muodostuminen edellyttää asiakastyytyväisyyttä, joka on seurausta pitkäaikaisesta, onnistuneesta asiakassuhteesta. Kestävä asiakassuhde vaatii tavoitteellista toimintaa suhteen kehittämiseksi. Asiakkaan luottamuksen saavuttamiseksi, on yrityksen pystyttävä tarjoamaan asiakasta tyydyttäviä palveluja sekä tuottamaan jotain erityistä, joka tuo lisäarvoa omalle tuotteelle ja etumatkaa kilpailijoihin. (Ylikoski 1999, 173.)

Usein tarkastellaan asiakkaan ja yrityksen välistä uskollisuutta ainoastaan ostokäyttäytymistietoja tutkien. Asiakasta, joka on käyttänyt pitkään ja toistuvasti saman yrityksen palveluja, pidetään yritystä kohtaan uskollisena. (Ylikoski 1999, 173.) Aiemmin esitellyssä kuviossa 1 kuvataan asiakkaan ja yrityksen välinen kontaktipinta, jonka kautta muodostuu asiakasuskollisuutta eri tavoin, myös ilman varsinaista ostotapahtumaa. (Rope & Pöllänen 1998, 27–28).



Tyytyväiset asiakkaat eivät välttämättä ole uskollisia. Tietyillä toimialoilla asiakkaat vaihtavat yritystä, vaikka ilmoittavat olleensa "tyytyväisiä" tai "erittäin tyytyväisiä" aikaisempaan yritykseen. Syyksi yrityksen vaihtamiseen asiakkaat perustelevat usein vaihtelun halun, hinnan tai kilpailijan tarjoaman uudelleenlaisen asiakkuuden. Samaan aikaan muilla toimialoilla tehdyt tutkimukset osoittavat, että pohjimmiltaan tyytymättömät asiakkaat eivät kuitenkaan "jaksaa" vaihtaa yritystä uskoessaan, ettei tilanne muutu yhtään paremmaksi vaihtamisella. Joissain tapauksissa asiakkaalla ei ole aikaa tai halua pohtia asiakkuuden merkitystä. (Storbacka & Lehtinen 1997, 102.)

Yleisesti ajatellaan uskollisten asiakkaiden olevan muita asiakkaita kannattavampia. Tätä perustellaan monella eri tekijällä. Uskolliset asiakkaat tuovat säännöllisiä kassavirtoja, mikä mahdollistaa investoinnit uusien asiakkuuksien luomiseen. Lisäksi nykyisiä asiakkuuksia on helpompi jalostaa kuin synnyttää uusia. Asiakkaita voidaan myös käyttää uusien asiakasverkostojen luomiseen. (Storbacka & Lehtinen 1997, 102.)

Asiakaskanta-analysit osoittavat, että suuri osa asiakkuuksista on kannattamattomia asiakkuuden kestosta riippumatta. Uskollinen, kannattamaton asiakkuus ei tule ajan myötä kannattavammaksi, ellei samanaikaisesti pystytä ratkaisevasti vaikuttamaan asiakkuuden tuloihin tai asiakkuusrakenteeseen tavalla, joka vähentää asiakkuuteen liittyviä kustannuksia. Mikäli hyväksytään, että tyytyväiset asiakkaat eivät ole välttämättä uskollisia eivätkä uskolliset asiakkaat kannattavia, voidaan todeta, että paras lähtökohta asiakkuuden arvon nostamiseen on asiakkaiden todellinen ostokäyttäytyminen. (Storbacka & Lehtinen 1997, 103.)



5 VUOKATIN HIIHTOKOULU

Järjestelmällisen hiihdonopetuksen alkuvaiheessa opetuksesta vastasi tuolloin rinnekeskuksenkin omistanut Urheiluopisto. Vuokatinvaaralle tehtiin ensimmäinen laskettelurinne 1940-luvun lopulla ja ensimmäinen hiihtohissi rakennettiin vuonna 1959. Hiihdonopetus aloitettiin tuolloin Urheiluopiston viereen tehdyssä tekniikkarinteessä, ennen siirtymistä Vuokatinvaaran isompaan rinteeseen. (Ovaskainen 2009.)

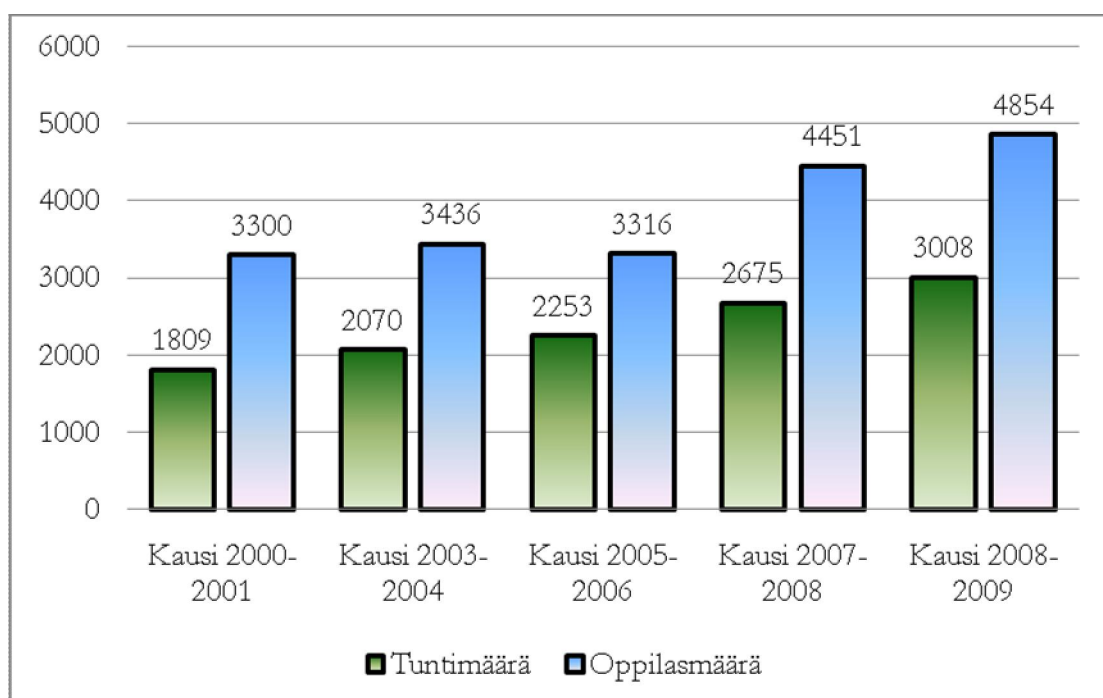
Vuonna 1981 Urheiluopisto luopui rinnetoimintojen pyörittämisestä, ja itsenäinen yhdistys Vuokatin Hiihtokoulu otti vastuun rinnehiihdon opetuksesta. 1980-luvun lopussa yhdistyksessä toimi parikymmentä hiihdonopettajaa. Hiihdonopetus siirtyi osaksi rinneyhtiö Huippupaikat Oy:n toimintaa vuonna 2003, jolloin hiihtokoululle palkattiin kokopäivätoiminen johtaja ja hiihdonopetuksen tasoa alettiin kehittää entistä ammattimaisempaan suuntaan. (Ovaskainen 2009.)

Vuokatin Hiihtokoulu on edelleen osa Huippupaikat Oy:tä, ja hiihtokoulun toimisto sijaitsee Vuokatinrinteiden pääala-aseman vieressä, Pohjoisrinteiden puolella. Asiakslähtöisyys, laatu, vastuullisuus ja luotettavuus, iloisuus sekä ammattitaito ovat arvoja, joiden pohjalle toiminta rakentuu. (Ovaskainen 2009.)

Hiihtokoulun keskeisin tehtävä on tarjota sekä yksilö- että ryhmäopetusta laskettelussa, lumilautailussa, telemark-hiihdossa, maastohiihdossa ja soveltavassa alppihiihdossa eli vammaislaskettelussa. Lisäksi tilauksesta järjestetään rinneohjelmaa erilaisille ryhmille. Palvelujen monipuolistamiseksi kaudella 2008–2009 lanseerattiin liikunnan eri teemoihin painottuva Wernerin touhukerho -konsepti, joka on suunnattu 2-6-vuotiaille lapsille. Kaudelle 2009–2010 pilotoidaan lasten iltapäiväkerhon ja hiihtokoulun yhdistävä hanke, jonka pääpaino on yhdessä liikkumisessa. Iltapäiväkerhon toiminta on tarkoitettu 3.-6. -luokkalaisille. Tarkoituksena on rakentaa toimiva malli, jota voidaan käyttää myös muissa Suomen hiihtokeskuksissa. (Ovaskainen 2009.)

Vuokatin Hiihtokoulu on maan 4.-5. suurin hiihtokoulu kaudesta riippuen. Hiihtokoululla on kokopäivätoiminen johtaja ja 50 opettajaa, joista kolme on kausiopettajia. Huippupaikat Oy:n omistaessa myös Tahkon ja Kasurilan hiihtokeskukset ja hiihtokoulut, on näiden kolmen hiihtokoulun välillä yhteinen "opettajapankki", joten opettajia on mahdollista saada kii-reisimpinä aikoina myös näistä kahdesta hiihtokeskuksesta. (Ovaskainen 2009.)

Vuokatin Hiihtokoulu pyrkii parantamaan toiminnan ja opetuksen laatua jatkuvasti, josta kertoo opettajien jatkuva kouluttautuminen, uusien tuotteiden kehittäminen sekä verkostoituminen alueen muiden yrittäjien kanssa. Tunti- ja oppilasmäärät (kuvio 6) ovat kasvaneet tasaisesti koko 2000-luvun ajan, samoin liikevaihto. Kaudella 2007–2008 opetusta järjestettiin 2675 tuntia, ja oppilasmäärä oli tuolloin 4451. Kaudella 2008–2009 tunteja kertyi 3008, joka on yli 12 % edellisikautta enemmän, ja oppilasmäärä oli lähes 10 % korkeampi. Kaudella 2007–2008 liikevaihto oli 131 886 euroa ja kaudella 2008–2009 se oli noin 27 % korkeampi, 167 930 euroa. Tulevaisuuden tavoitteena on kehittää toimintaa siten, että Vuokatin Hiihtokoulu olisi ympärivuotinen liikunta- ja elämispalveluiden tuottaja. (Ovaskainen 2009.)



Kuvio 6. Tunti- ja oppilasmäärien kehitys Vuokatin Hiihtokoulussa (Ovaskainen 2009).

5.1 Hiihdonopettajien koulutus

Hiihdonopettajia Vuokatin Urheiluopistolla on koulutettu vuodesta 1953 lähtien, jolloin järjestettiin ensimmäinen mäenlaskun ja pujottelun neuvojakoulutus. Vuonna 1965 järjestettiin ensimmäinen hiihdonopettajan tutkinto, ja koko maan hiihdonopettajakoulutus keskitettiin Vuokatin Urheiluopistolle hiihtokauden 1971–1972 alussa. Vuokatti on toiminut siitä lähtien hiihdonopettajien pääkoulutuspaikkana. Vuosittain koulutetaan noin 150–170 hiihdonopettajaa. (Ovaskainen 2009.)

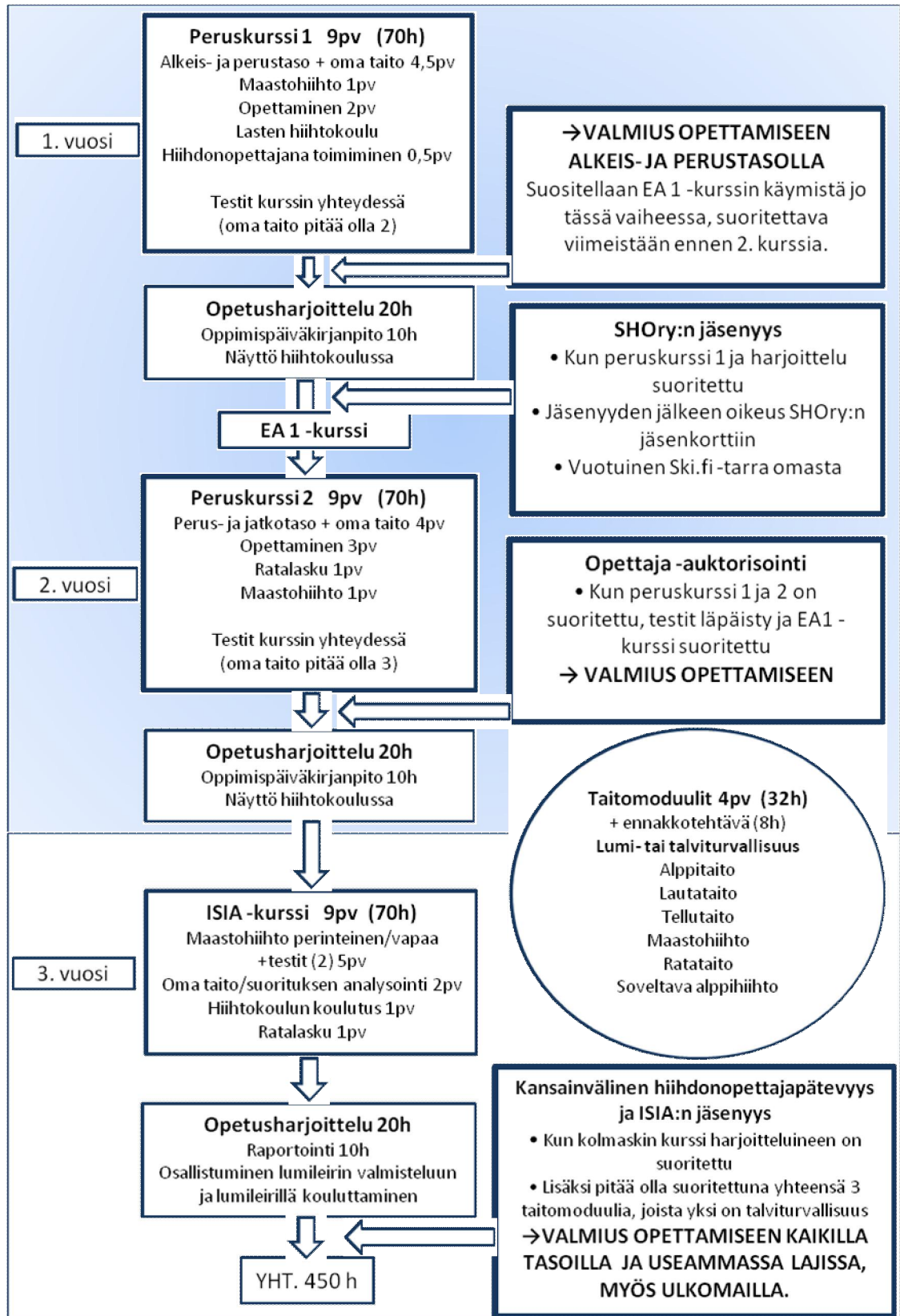
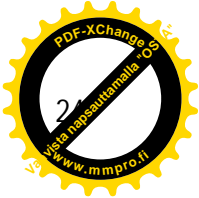


Hiihdonopettajia Suomessa kouluttaa Suomen Hiihdonopettajat ry (SHO ry), joka noudattaa kansainvälisen hiihdonopettajaliiton (ISIA) standardeja. SHO ry:n koulutus on jaettu kolmeen vaiheeseen ja se kestää kokonaisuudessaan vähintään kolme vuotta. Pohjana koulutusjärjestelmälle on kolmen pitkän peruskurssin kokonaisuus, joita järjestetään pääasiassa Vuokatin Urheiluopistolla mutta myös Rukalla ja Lapin Urheiluopistolla. (Suomen Hiihdonopettajat ry 2009.)

Jokainen kolmesta pitkästä kurssista kestää yhdeksän päivää ja niiden aikana opetetaan sekä taidolliset että opetukselliset valmiudet alppihiihdossa, lumilautailussa tai telemark-hiihdossa. Jokaisen kurssin jälkeen on pakollinen 20 tuntia kestävä opetusharjoittelu, joka on yksi osa kurssin suorittamista ja edellytys pääsyyn seuraavalle kurssille. Koulutus hiihdonopettajaksi aloitetaan 1. kurssilta, joka painottuu alkeis- ja perustason taitoihin. Suorittamalla kurssin hyväksytysti saa oikeuden SHO ry:n jäsenyyteen sekä valmiudet toimia ohjaajana hiihtokoulussa alkeis- ja perustasolla. Tämän jälkeen suositellaan EA 1 -kurssin suorittamista, joka on myös 2. kurssille pääsemisen edellytys. Kakkoskurssi keskittyy lajin perus- ja jatkotasojen hallintaan, syvemmin opetukseen sekä ongelmanratkaisuun ja suoritussilmän kehittämiseen. Kakkoskurssien testien läpäisseet ovat auktorisoituja hiihdonopettajia Suomessa. Kolmannen kurssin teemana on maastohiihto. Lisäksi kurssilla paneudutaan jonkin ajankohtaisen teeman opettamiseen englanniksi sekä vammaislasketteluun. (Suomen Hiihdonopettajat ry 2009.)

Pitkien kurssien ohella koulutuksessa tulee suorittaa vähintään kolme taitomodulia seuraavista: lumiturvallisuus, talviturvallisuus, alppitaito, lautataito, tellutaito, maastohiihto, ratataito tai soveltava alppihiihto. Yksi valituista moduuleista täytyy olla joko lumi- tai talviturvallisuus. Moduuleiden avulla jokainen hiihdonopettajaksi pyrkivä opettelee oman päälajinsa, alppihiihdon tai lumilautailun, ohella myös haluamansa lisälajin. (Suomen Hiihdonopettajat ry 2009.)

Suorittamalla kolme pitkää kurssia, opetusharjoittelut sekä moduulit tarpeeksi hyvin arvosanoin on mahdollista saavuttaa kansainvälinen ISIA -hiihdonopettajapätevyys. Tämän jälkeen on valmius opettamiseen kaikilla tasoilla ja useammassa lajissa myös ulkomailla. Kaikki kurssit eivät ole välttämättömyys hiihdonopettajana toimimiseen, mutta kahden ensimmäisen kurssin käymistä suositellaan. Jokainen alalle pyrkivä voi suunnitella itse omien tarpeidensa ja kykyjensä mukaan koulutuksensa tason. Koulutusjärjestelmä esitetään kuviossa 7. (Suomen Hiihdonopettajat ry 2009.)



Kuvio 7. SHO ry:n koulutusjärjestelmä (Suomen Hiihdonopettajat ry 2009).



5.2 Mistä koostuu hyvä hiihtokoulukokemus?

Hyvä asiakassuhde muodostuu useista eri vaiheista, jotka ovat sidoksissa toisiinsa. Asiakas luo mielikuvia hiihtokoulusta jo ennen yhteydenottoa hiihtokouluun, hiihtokoulutunnin aikana sekä sen jälkeen. Näistä kolmesta osa-alueesta koostuu asiakkaan kokema hiihtokoulukokemus, joten on syytä miettiä, kuinka asiakas haluaisi henkilökunnan näissä vaiheissa toimivan. Hiihdonopettajan työ on ennen kaikkea asiakaspalvelua, ja asiakas on hiihtokoulu-toiminnan edellytys, joten asiakasta tulisi palvella hyvin. (Karmala & Vihmallo 2006a, 11.)

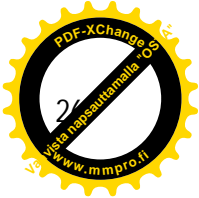
5.2.1 Ennen hiihtokoulutuntia

Asiakkaalla on mielikuva palvelun tuottajasta sekä hiihdonopettajista jo ennen yhteydenottoa, joten hiihtokoulun imagoon kannattaa panostaa tiedottamisella, mainostamisella sekä ennakkotiedolla ennen varsinaista asiakaskontaktia. Parasta markkinointia hiihtokoululle on hyvin ja monipuolisesti ohjatut tunnit, sillä useat potentiaaliset asiakkaat seuraavat aiempia tunteja ennen oman tunnin varaamista. (Karmala & Vihmallo 2006a, 11.)

Ensikontakti asiakkaan kanssa on yleensä tunnin varaaminen joko hiihtokoululla, puhelimitse tai sähköisen viestinnän välityksellä. Palveluhenkilöstön kiireettömällä, ystävällisellä ja selkeällä tiedonannolla on suuri merkitys hyvän ensivaikutelman luomiseksi. Tunnin varaamisen jälkeen seuraava askel on yleensä asiakkaan saapuminen rinnealueelle. Useat asiakkaat käyttävät vuokraamon sekä lipunmyynnin palveluita, joten yhteistyö näiden hiihtokouluun liittyvien avustavien palveluiden kanssa on tärkeää. Opasteet, sijainti ja hiihtokoulun toimiston yleisilme liittyvät läheisesti hiihtokoulun imagoon ja ovat tekijöitä, joihin asiakkaan huomio kiinnittyy rakentaessaan mielikuvaa. Saavuttaessa hiihtokoululle asiakas kohtaa usein saman henkilökunnan, jonka kanssa on varaustilanteessa asioinut. Asiakkaan positiivinen vastaanottaminen, palvelualttius ja ystävällisyys sekä henkilökunnan asiallinen ulkoinen olemus luovat myönteiset odotukset alkavalle hiihtokoulutunnille. (Karmala & Vihmallo 2006a, 11.)

5.2.2 Hiihtokoulutunnilla

Asiakkaan ja hiihdonopettajan kohtaaminen on usein ratkaisevaa koko alkavan tunnin kannalta. Ensivaikutelmaan panostaminen opettajan kannattaa aloittaa tulemalla tunnille ajoissa.



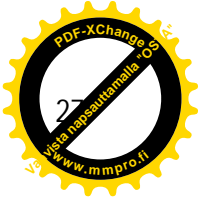
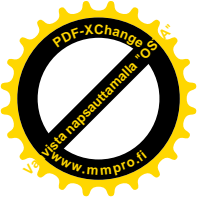
Siisti ja reipas olemus, esittäytyminen, asiakkaan tervehtiminen sekä iloisuus antavat asiakkaalle positiivisen kuvan sekä opettajasta että tulevasta tunnista. Asiakkaan tapaamisen jälkeen tunnin kulku muokkautuu opettajan opetustaidon eri osatekijöiden kaltaiseksi. Hyvä opettaja on itse perillä lajin perustaidoista sekä tuntee rinteiden suorituspaikat ja alkaa heti taustatietoja kyselyään miettiä mielessään asiakkaan taitotason mukaista tai asiakkaan itse valitsemaa tavoitetta tunnille. Tämän jälkeen opettaja palauttaa mieleen eri osataidot, joita tavoitteen toteuttaminen vaatii ja aloittaa tunnin. Jos asiakkaana on lapsi, on tunnin tavoitteista ja suunnitelmista tärkeää kertoa myös vanhemmille. (Karmala & Vihmalo 2006b, 13–14.)

Opetuksen aikana hyvä hiihdonopettaja näyttää paljon suorituksia, antaa selkeät sekä kuuluvat ohjeet ja auttaa näin oppilasta kiinnittämään huomion oikeisiin asioihin suorituksen eri vaiheissa. Opetettavan taidon osataitojen automatisoituessa opetus etenee loogisesti seuraavalle tasolle, ja samalla opettaja huolehtii oppilaan motivaation säilymisestä antamalla tarpeeksi palautetta ja kannustamalla. Harjoitteiden vaihtelevuus, monipuolisuus ja mielekkäisyys ovat tärkeitä keinoja oppilaan motivoimiseen. Suorituksen analysoiminen sekä korjaaminen tapahtuvat tiiviissä yhteistyössä ja vuorovaikutuksessa oppilaan kanssa mielikuvien avulla. Hyvän opettajan ominaisuuksiin kuuluvat myös kyky ratkaista ongelmia ja eriyttää oppilaita eri harjoitteita tekeviin ryhmiin, mikäli kaikkien taidot eivät ole samalla tasolla. Tärkeintä kuitenkin on luoda tunnille tai kurssille positiivinen ja lämmin ilmapiiri. Opetuksen aikana on erityisen tärkeää huomioida turvallisuuteen liittyvät seikat sekä opettaa niiden merkitys oppilaille. (Karmala, Laiho & Vihmalo 2006, 4.)

Karmalan ym. (2006, 4) mukaan opettajan opetustaidon osatekijät voidaan jaotella ulkoisiin ja sisäisiin tekijöihin seuraavasti:

Ulkoiset tekijät:

- Esiintymistaito (eleet, ääni, eloisuus...)
- Vuorovaikutus- ja ihmissuhdetaidot (kuunteleminen, rohkaiseminen, arvostus...)
- Järjestelytaito (käytännöllisyys, vaihtelevuus, joustavuus, sujuvuus...)
- Taito käyttää apuvälineitä (apuna, tehostamassa...)



Sisäiset tekijät:

- Opetettavan asian hyvä tuntemus (oleellisten asioiden löytäminen, johtopäätökset...)
- Taito edetä kohti tavoitetta (järjestelmällisyys, pitkäjänteisyys...)
- Opettajan etiikka (suhtautuminen asiaan ja oppilasiin...)

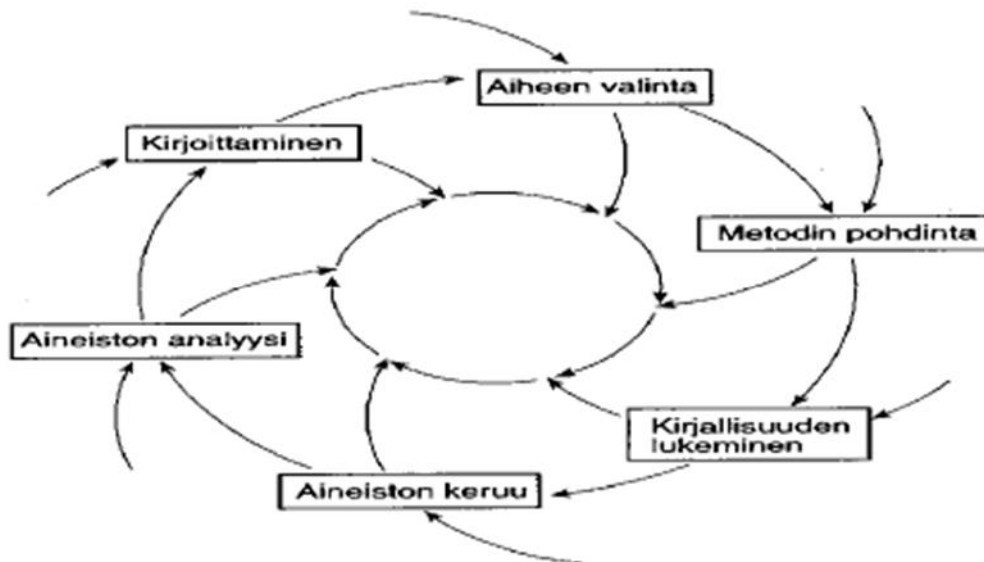
Näistä tekijöistä muodostuu jokaisen erilainen opettajapersoona. Tietotaidon ohella on ainakin yhtä tärkeää se, kuinka opettaja osaa olla oppilaiden kanssa.

5.2.3 Hiihtokoulutunnin jälkeen

Tunnin lopettamisella on suuri merkitys asiakkaalle hiihtokoulusta jäävän kokonaiskuvan kannalta, joten siihen kannattaa varata riittävästi aikaa tunnin lopusta. Tässä yhteydessä asiakkaalle annetaan ohjeita, kuinka hän voisi harjoitella ja kehittää juuri oppimiaan taitoja itsenäisesti sekä tietysti vastataan asiakkaan esittämiin kysymyksiin. Lisäksi kannattaa käydä läpi erityisesti oppilaan onnistumisia. Tunnin onnistunut lopetus on myös paras tapa saada asiakas palaamaan hiihtokouluun. Samalla voidaan myydä seuraava tunti kertomalla mitä kaikkea hauskaa sekä kehittävää jatkossa voitaisiin tehdä. (Karmala & Vihmallo 2006a, 12.)

6 ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tutkimusprosessin kulusta ja tutkimuksen luonteesta on eri aikoina ollut vaihtelevia näkemyksiä. Usein tähdennetään, että tutkimus ei etene suoraviivaisesti jonkin kulkukaavion mukaan, vaan tutkimusta työstetään ajallisesti vaihtelevassa järjestyksessä. Erityisesti laadulliset sekä toimintatutkimukset kuvataan päättymättöminä prosesseina, joille on tyypillistä syklinen ja vaiheittainen luonne. Kuviossa 8 esitetään vaiheittain etenevä tutkimusprosessi, joka on jaoteltu kuuteen lohkoon. Nämä lohkot ovat aiheen valinta, metodin pohdinta, kirjallisuuden lukeminen, aineiston keruu, aineiston analyysi ja kirjoittaminen. Prosessi voidaan aloittaa yleensä mistä kohdasta tahansa ja ne ohjaavat harkitsemaan uudestaan aiemmin tehtyjä valintoja. (Blaxter, Hughes & Tight 1996, 10; Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2008, 14.)



Kuvio 8. Tutkimusspiraali (Blaxter ym. 1996, 10).

Asiakastiedon kerääminen ei ole teknisesti vaativaa, koska asiakkailta saatuja vastauksia voidaan kerätä monenlaisiin asiakasjärjestelmiin. Asiakkailta kerättyjä tietoja käytetään yrityksen toiminnan laadun kartoittamiseen ja kehittämiseen. (Pesonen ym. 2000, 105.)

6.1 Tutkimusongelmat ja tutkimuksen tavoite

Ennen varsinaiseen aineiston keräämiseen ryhtymistä olisi syytä varmistua, että määritellyt tutkimusongelmat ovat tarkkaan harkittuja sekä selkeästi muotoiltuja. Tämä on looginen tut-



kimusprosessin etenemistapa, mutta ei ainoa mahdollinen. Jokaisen prosessin eteneminen riippuu tutkimuksen tekijän omista mieltymyksistä. Tutkijan on tutkimusongelmaa asettaessaan otettava huomioon, kuinka täsmällisesti ongelman voi nimetä, jäsentää sekä muotoilla ymmärrettäväksi ja selkeäksi. (Hirsjärvi ym. 2008, 120–121.)

Tutkimusongelman määrittämisen onnistuminen vaikuttaa olennaisesti tutkimuksesta saavaan hyötyyn. Määritellyn ongelman tulee johtaa aineiston kokoamista, käsittelyä sekä analysointia. Tutkimusongelma jaotellaan usein alaongelmiin, joihin vastataan tutkimusraportissa. (Heikkilä 2008, 23.)

Tämän opinnäytetyön tutkimusongelma oli: "Ovatko Vuokatin Hiihtokoulun asiakkaat tyytyväisiä Hiihtokouluun ja sen tarjoamiin palveluihin?" Tähän tutkimusongelmaan pyrittiin vastaamaan hankkimalla tietoa asiakkailta Hiihtokoulupalveluiden laadusta ja analysoimalla saatuja tuloksia. Vastausten perusteella tutkittiin asiakastyytyväisyyttä palveluprosessin eri vaiheiden kautta.

1. Asiakkaan taustatietojen selvittäminen
2. Palvelu ennen rinteille saapumista
3. Rinteille saavuttaessa; palvelu vuokraamossa, lipunmyynnissä sekä Hiihtokoululla
4. Hiihtokoulutunnin sisältö ja opetus
5. Kehittämisehdotukset Vuokatin Hiihtokoululle sekä rinnealueiden muille palveluille

Tavoitteeksi tässä tutkimuksessa muodostui asiakkaiden tyytyväisyyden selvittäminen Vuokatin Hiihtokoulun palveluihin ja toimintaan. Palveluiden laatu pyritään pitämään korkeana eri osa-alueilla, joita kyselyssä tutkittiin. Asiakastyytyväisyystutkimus hiihtokoululle oli tärkeä ja ajankohtainen, koska vastaavaa tutkimusta ei ollut aiemmin suoritettu.

6.2 Tutkimuksen tarkoitus

Tutkimus koostuu Hirsjärven ym. (2008, 134–135) mukaan yhdestä tai useammasta tutkimuksen edetessä mahdollisesti muuttuvasta tarkoituksesta. Tutkimuksen tarkoitusta luonnehditaan seuraavien neljän piirteen perusteella:

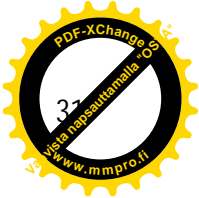


1. Kartoittavan tutkimuksen tarkoituksena on tutkia, mitä tapahtuu, asettaa mahdollisia hypoteeseja, etsiä uusia näkökulmia ja löytää uusia sekä selvittää vieraampia ilmiöitä. Kartoittava tutkimus on usein kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus, joka toteutetaan kenttä- tai tapaustutkimuksena.
2. Kausaalisten eli syy–seuraussuhteiden muodossa selitystä tai ongelmaa etsivää tutkimusta kutsutaan selittäväksi tutkimukseksi. Tällainen tutkimus voi olla joko kvalitatiivinen tai kvantitatiivinen eli määrällinen. Selittävä tutkimus toteutetaan tavallisimmin kenttätutkimuksena tai historiallisia metodeja käyttäen.
3. Kuvailevan tutkimuksen erityispiirteitä ovat tarkkojen kuvauksien esittäminen henkilöistä, tapahtumista tai tilanteista sekä ilmiöiden keskeisten ja mielenkiintoisten piirteiden dokumentointi. Kuvaileva tutkimus voi olla survey- tai kenttätutkimuksena toteutettava kvalitatiivinen tai kvantitatiivinen tutkimus
4. Ennustava tutkimus tehdään eksperimentaalista eli kokeellista strategiaa käyttäen. Tutkimuksen tarkoituksena on ilmiön seurauksista johtuvien tapahtumien tai ihmisten toimintojen ennustaminen.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli kartoittaa ja kuvailla Vuokatin Hiihtokoulun toiminnan vahvuuksia ja heikkouksia asiakkailta saadun palautteen pohjalta. Tarkoituksena oli myös antaa Hiihtokoululle kehittämisehdotuksia toiminnan parantamiseksi. Tutkimus sisältää piirteitä sekä kartoittavasta että kuvailevasta tutkimuksesta, mutta ei vastaa täydellisesti kumpaakaan näistä. Yhdistettyyn menetelmään päädyttiin, koska ainoastaan kartoittava tutkimus olisi ollut liian suppea ja kuvailevan tutkimuksen toteuttaminen näin laajaa kokonaisuutta tutkittaessa olisi ollut mahdotonta. Tutkimustyö toteutettiin kenttätutkimusstrategiaa käyttäen Vuokatinrinteillä.

6.3 Tutkimusmenetelmät

Kvantitatiivista tutkimusta kutsutaan myös tilastolliseksi tutkimukseksi. Tällaisessa tutkimuksessa pyritään vastaamaan lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviin kysymyksiin. Usein selvitetään lisäksi riippuvuuksia eri asioiden välillä tai tutkittavassa ilmiössä tapahtuneita muutoksia. Tutkimuksen luotettavuuden saavuttamiseksi edellytetään riittävän suurta ja edustavaa



otosta. Tutkittavia asioita kuvataan numeerisin suurein, joita havainnollistetaan taulukoiden ja kuvioiden avulla. Kvantitatiivisella tutkimuksella saadaan kartoitus vallitsevasta tilanteesta, mutta asioiden syitä ei pystytä selvittämään riittävän perusteellisesti. (Heikkilä 2008, 16.) Opinnäytetyön tutkimusote on kvantitatiivinen, määrään perustuva tutkimus, koska siinä pyritään selvittämään mielipiteitä mahdollisimman suurelta asiakasjoukolta.

Strukturoiduissa eli suljetuissa kysymyksissä vastausvaihtoehdot on aseteltu valmiiksi. Suljetuja kysymyksiä käytetään vastaamisen helpottamiseksi, vastausten käsittelyn yksinkertaistamiseksi sekä virheiden välttämiseksi. Vastaajan voidessa valita useampia vastausvaihtoehtoja, kysymyksestä käytetään nimitystä monivalintakysymys. Sekamuotoisessa kysymyksessä on yleensä yksi avoin kohta siltä varalta, että valmiiksi annettuja vastausvaihtoehtoja laadittaessa on jäänyt huomioimatta jokin mahdollinen vastausvaihtoehto. (Heikkilä 2008, 50–52.) Tässä tutkimuksessa aineisto kerättiin Vuokatinrinteillä 1.1.–30.4.2009 strukturoidulla kyselylomakkeella, jossa asiakkaat arvioivat Vuokatin Hiihtokoulun eri toimintoja asteikolla 1-5. Vastausvaihtoehto 1 tarkoitti erittäin huonoa, 2 huonoa, 3 ei hyvää eikä huonoa, 4 hyvää ja vaihtoehto 5 erittäin hyvää. Kyselylomakkeessa oli mukana myös yksi sekamuotoinen monivalintakysymys. Koska tutkittavaa tietoa oli paljon, tutkimuksen työkaluksi valittiin strukturoitu kyselylomake. Tällä menetelmällä pyrittiin helpottamaan asiakkaiden vastaamista ja saamaan mahdollisimman paljon vastauksia.

Tutkimuksen strukturoitua osiota täydennettiin tulosten lisäarvon saamiseksi kvalitatiivisilla osioilla. Lähes jokaisen strukturoidun kysymyksen jälkeen on myös perusteluille avointa tilaa, johon asiakas voi halutessaan tarkentaa vastauksia. Kyselylomakkeen lopussa olleilla avoimilla kysymyksillä saatiin tietoa ja kehittämissuhteita sekä hiihtokoulun että alueen muiden palveluiden mahdollisista puutteista. Heikkilän (2008, 16) mukaan kvalitatiivinen tutkimus auttaa tutkimuskohteen ymmärtämisessä sekä selittää kohteen käyttäytymistä ja päätösten syitä. Tällaisessa tutkimuksessa on usein tekstimuotoinen aineisto, jolla haetaan ideoita toiminnan kehittämiseen, vaihtoehtojen etsimiseen sekä sosiaalisten ongelmien tutkimiseen. Kvalitatiivisella tutkimuksella on mahdollista antaa virikkeitä tuleville tutkimuksille.

Likitalo & Rissanen (1998, 26–27) sekä Heikkilä (2008, 48–49) painottavat lomaketta suunniteltaessa kiinnittämään huomiota seuraaviin tekijöihin:

- Tutkimuksen tarkoitus ja laajuus
- Yksinkertaisuus, selkeys, loogisuus sekä järjestelmällisyys



- Valmiit vastausvaihtoehdot, helppo vastata
- Riittävä vastaustila
- Selitä mahdolliset vieraat termit
- Vältä sivistyssanoja ja johdattelevia kysymyksiä
- Kysy yhdessä kysymyksessä vain yksi asia
- Saman aihepiirin kysymykset ryhmiteltynä selkeästi otsikoiduiksi kokonaisuuksiksi
- Lomakkeen reliabiliteetti ja validiteetti
- Mahdollinen saatekirje
- Selkeät ohjeet lomakkeeseen vastaamiseen ja sen täyttämiseen
- Valmiin lomakkeen testaaminen
- Lomakkeen helppo syötettävyys ja käsiteltävyys tilasto-ohjelmalla

Ennen hiihtokoulun asiakastyytyväisyyskyselylomakkeen toteutusta tutkittiin eri lähteiden kautta hyvän tutkimuksen sekä kyselylomakkeen perusvaatimuksia. Teoriatiedon pohjalta muotoutui alustava runko lomakkeelle. Tutkimuksen edetessä kyselylomakkeesta tehtiin useita versioita, joita tarkasteltiin yhdessä tilaajan ja ohjaavan opettajan kanssa. Muokkausten pohjalta rakentui versio, jota testattiin hiihtokoulun kurssiryhmälle. Onnistuneen testauksen jälkeen tehtiin lopulliset muokkaukset valmiin lomakkeen selkeyttämiseksi. Tutkimuksessa ei tarvita erityisiä lupia, koska vastaajat eivät ilmoita henkilötietojaan kyselylomakkeisiin. Tutkimusta tehtäessä noudatettiin yleisiä eettisiä periaatteita ja toimittiin lakien sekä hyvien tapojen mukaisesti.

Valmis kyselylomake jaettiin satunnaisesti valituille eri lajien sekä ryhmä- että yksilötunneilla käyneille asiakkaille. Kyselylomakkeita jaettiin tammi-huhtikuussa yhteensä 110 kappaletta, joista saatiin takaisin 87 vastausta eli 79 % kyselylomakkeiden kokonaismäärästä. Strukturoidusta kysymyksistä saatu aineisto analysoitiin SPSS for Windows – tilasto-ohjelmalla ja apuna käytettiin ristiintaulukointia toimeksiantajan tarpeiden mukaisesti. Perustelut sekä avoimet kysymykset käsiteltiin Ms Office Word – tekstinkäsittelyohjelmalla ja tutkimuksessa käytetyt kuviot tehtiin Ms Office Excel – taulukkolaskentaohjelmalla.



Hyvälle tutkimukselle on asetettu erilaisia perusvaatimuksia, joita ovat: reliabiliteetti, validiteetti, objektiivisuus, tehokkuus ja taloudellisuus, nopeus ja ajantasaisuus, avoimuus, tietosuoja, hyödyllisyys, oleellisuus ja käyttökelpoisuus sekä sopiva aikataulu. Tutkimuksen luotettavuuden arviointiin käyttää voidaan monia eri menetelmiä. (Heikkilä 2008, 29–32; Lahtinen & Isoviita 1998, 26.) Tässä tutkimuksessa tulosten luottavuutta analysoitiin reliabiliteetin ja validiteetin perusteella.

6.3.1 Reliabiliteetti

Tutkimustulosten luotettavuus ja pätevyys vaihtelevat, vaikka tutkimuksissa pyritään välttämään virheitä. Tämän vuoksi tutkimustulosten luotettavuutta ja tarkkuutta pyritään arviomaan kaikissa tutkimuksissa. Tutkimuksen reliabelius tarkoittaa mittaustulosten toistettavuutta eli kykyä antaa luotettavia ja ei-sattumanvaraisia tuloksia. Kvantitatiivissa tutkimuksissa on kehitelty erilaisia tilastollisia menettelytapoja, joita apuna käyttäen voidaan arvioida mittareiden luotettavuutta. Tutkimus voidaan todeta luotettavaksi, jos tutkimuksessa kaksi arvioijaa päätyy samaan tulokseen tai samaa henkilöä tutkittaessa tulos on sama eri tutkimuskerroilla. (Hirsjärvi ym. 2008, 226–227.)

Mittaamalla sama tilastoyksikkö useampaan kertaan saadaan tutkimuksen sisäinen reliabiliteetti. Mittaus on reliabeli eli luotettava, mikäli kaikki saadut tulokset ovat samoja. Tutkimuksen ulkoinen reliabiliteetti tarkoittaa mittausten toistettavuutta myös muissa tutkimuksissa ja tilanteissa. Alhainen reliabiliteetti alentaa myös mittarin validiteettia, vaikka reliabiliteetti on kuitenkin riippumaton validiteetista. Tutkimuksen reliabiliteettia voidaan tarkastella myös tehdyn mittauksen jälkeen. Otanta ja erilaiset mittaus- sekä käsittelyvirheet ovat yleisimpiä satunnaisvirheiden syitä, jotka voivat aiheuttaa tutkimuksen puutteellisen reliabiliteetin. (Heikkilä 2008, 187.)

Ropen ja Pölläsen (1995, 83) mukaan reliabiliteetti tarkoittaa tutkimustulosten luotettavuutta ja pysyvyyttä. Asiakastytyväisyystutkimusta toistettaessa tulokset yhtenevät aiemman tutkimuksen kanssa, mikäli asiakastytyväisyys on pysynyt samana. Reliabiliteettia heikentäviä tekijöitä, kuten liian pientä otoskokoa, vastaamattomien suurta määrää, epäselvästi muotoiltuja kysymyksiä ja väärin ajoitettua tutkimusajankohtaa, on pyrittävä välttämään.



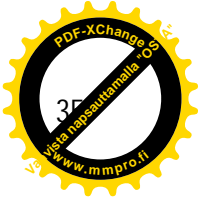
Tässä asiakastyytyväisyystutkimuksessa reliabiliteetti pyrittiin saavuttamaan usealla tavalla. Luotettavuuden lisäämiseksi riittävän suuren sekä edustavan otoksen saaminen oli tärkeää. Kyselylomakkeita jaettiin runsaasti eri lajien yksilö- ja ryhmätunneilla olleille asiakkaille kattavan ja edustavan otoksen saamiseksi. Katoon eli poistumaan, joka Heikkilän (2008, 30) mukaan tarkoittaa lomakkeen palauttamatta jättäneiden määrää, varauduttiin jakamalla lomakkeita riittävä määrä. Lisäksi korkean vastausprosentin saavuttamiseksi laadittiin selkeä ja johdonmukainen kyselylomake hiihtokoulun eri osa-alueiden palveluista. Asiakkaita motivoitiin vastaamaan kyselyyn arpomalla palkintoja lomakkeen palauttaneiden kesken. Parityöskentelyn avulla vähennettiin tietojen käsittelyn sekä tulosten tulkinnan aikana tapahtuvia mahdollisten virheiden määrää.

6.3.2 Validiteetti

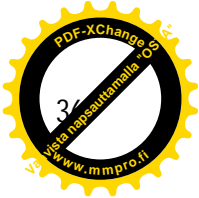
Validius eli pätevyys tarkoittaa mittarin tai tutkimusmenetelmän kykyä mitata juuri niitä asioita, joita tutkimuksessa on tarkoitus mitata. Menetelmät ja mittarit, jotka tutkija on valinnut, eivät välttämättä aina toimi suunnitellulla tavalla. Sekä vastaajien että tutkijan täytyy ymmärtää kysymykset samalla tavalla. Vastaajan ymmärtäessä kysymykset eri tavalla kuin tutkija on ajatellut, tutkijan täytyy muuttaa alkuperäistä ajattelumalliaan, jotta virheitä välttyään. (Hirsjärvi ym. 2008, 226–227.)

Kysymysten muotoilu, vastausvaihtoehtojen asettelu, kysymysten sijoittaminen kyselylomakkeeseen sekä systemaattisten virheiden välttäminen vaikuttavat tutkimuksen validiteettiin. Kysymysten onnistuminen eli ratkaisu tutkimuksen ongelmaan vaikuttaa kysely- ja haastattelututkimusten validiteettiin. Systemaattiset virheet vaikuttavat koko aineistoon samansuuntaisesti ja niiden vaikutusten suuruutta on vaikea arvioida. Sekä reliabiliteetti että validiteetti alenevat, jos mittauksessa on systemaattisia virheitä. Validius yhdistyy aina tutkimusalueen teoriaan ja siinä oleviin käsitteisiin. Tutkimus on sisäisesti validi, kun mittaukset yhtenevät käsitteiden kanssa, joita on esitetty tutkimuksen teoriaosassa. Muiden tutkijoiden tulkitessa tutkimustuloksia samalla tavoin kuin tutkimuksen tehnyt tutkija, saavutetaan ulkoinen validiteetti. (Heikkilä 2008, 186–187; Rope & Pöllänen 1995, 83.)

Tämän tutkimuksen validiteetin saavuttamiseksi rakennettiin helposti ymmärrettävä ja yksiselitteisesti tulkittava kyselylomake. Lomake laadittiin teoreettisen tiedon pohjalta luotettavien tulosten saavuttamiseksi. Tutkimuksen kannalta keskeisiin ongelmiin haettiin vastauksia



oleellisilla kysymyksillä, jotka jaoteltiin erillisiksi osioiksi loogisessa kokonaisuudessa. Perusteluista, avoimista kysymyksistä ja kehitysehdotuksista saatiin täydennystä ja tarkennusta eri kokonaisuuksien toiminnan laatuun. Luotettavien tulosten saavuttamiseksi ja systemaattisten virheiden välttämiseksi kyselylomakkeen toimivuus testattiin koeryhmällä ennen tutkimusta. Tekijöiden objektiivisuus, jolla tarkoitetaan puolueettomuutta suhteessa tutkittavaan aineistoon ja sen tulkintaan, lisää tämän asiakastytyväisyystutkimuksen validiteettia. Tutkimuksen saavuttamaan validiteettiin vaikuttaa lisäksi korkea reliabiliteetti.



7 TUTKIMUSTULOKSET

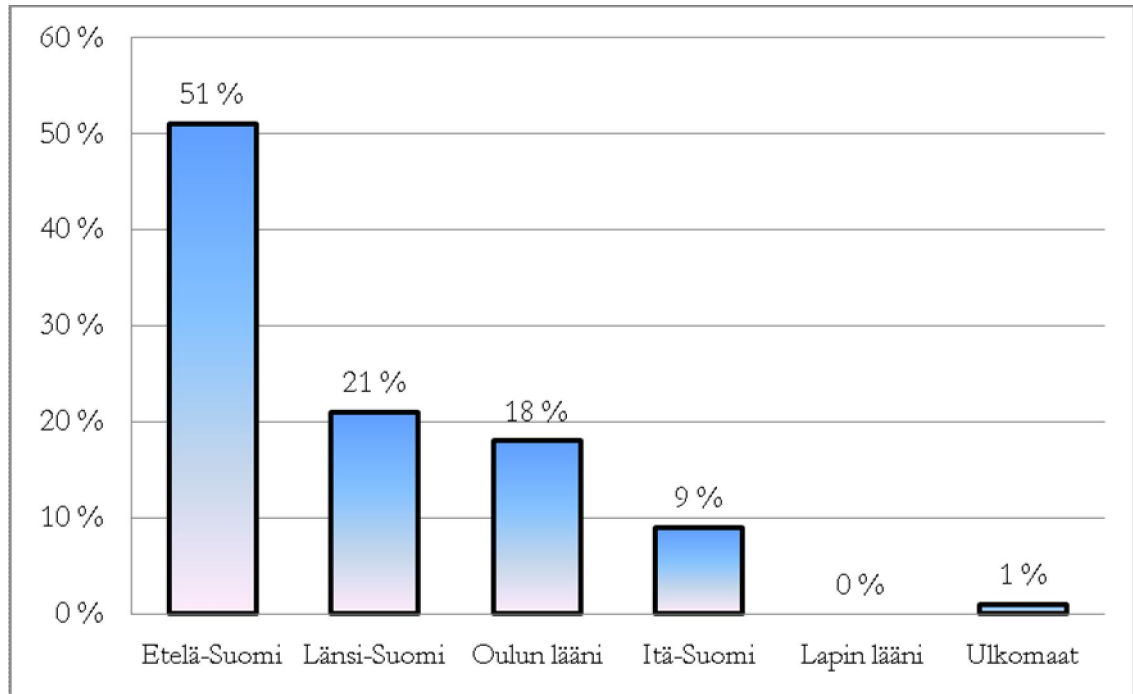
Tämän tutkimuksen asiakastytyväisyyskysely suoritettiin Vuokatinrinteillä 1.1.–30.4.2009 välisenä aikana ja vastauksia kyselyyn saatiin yhteensä 87 kappaletta eri lajien yksilö- sekä ryhmätunneilta. Tutkimusaineisto käsiteltiin SPSS for Windows -tilasto-ohjelmalla, jonka avulla saadut frekvenssijakaumat eli asiakkaiden valitsemien vastausvaihtoehtojen määrät, tyyppiarvot (Mode), joita esiintyy eniten, vastausten keskiarvot (Mean) sekä vastausjoukkojen keskimmäiset luvut (Median) ovat liitteessä 3. Saatua dataa analysoitiin Khin neliö -testillä, jolla voidaan analysoida lukumäärä- eli frekvenssimuodossa olevia tuloksia. Tämä testi ei tuottanut tutkimuksen kannalta mitään merkittävää, koska tutkimuksen vastaukset olivat yksipuolisesti jakautuneita. Ristiintaulukointeja suoritettiin tekijöistä, joiden suhteita toimeksiantaja piti tärkeänä. Ristiintaulukoinnin avulla saatuja tuloksia käsitellään tulososiossa tekstimuodossa. Tulokset havainnollistettiin pylväs-, palkki- ja ympyrädiagrammeihin, joista saatuja tuloksia täydennettiin perusteluilla ja avoimien kysymysten vastauksilla.

Kyselylomake (liite 1) oli jaettu viiteen osa-alueeseen, jotka käsitelivät Vuokatin Hiihtokoulun palveluita eri sektoreilla. Kysymyksillä 1–11 selvitettiin vastaajien taustatietoja ja kysymysten 12–15 avulla kartoitettiin mielipiteitä ennen hiihtokoulutuntia tapahtuneista toimenpiteistä. Kysymykset 16–20 käsitelivät hiihtokoulutunnin opetusta ja sisältöä. Neljännen osion kysymyksissä 21–23 tiedusteltiin asiakkaiden mielenkiintoa palveluiden käyttöä kohtaan tulevaisuudessa sekä asiakkaiden valmiutta suositella Vuokatin Hiihtokoulua. Kysymyksissä 14–19 asiakkaat vastasivat kysymyksiin asteikolla 1-5. Vastausvaihtoehto 1 tarkoitti erittäin huonoa ja vaihtoehto 5 erittäin hyvää. Kysymyksen 23 jälkeen lomakkeessa oli vielä tilaa kehittämisehdotuksille, kiitoksille sekä muille kommentoitaville asioille. Koko tutkimuksen kaikki avoimet vastaukset ja asiakkaiden perustelut kysymyksiin ovat liitteessä 2.

7.1 Vastaajien taustatiedot

Kyselyyn vastanneista miehiä oli 48 % ja naisia 52 %. Hiihtokouluopetukseen osallistuneiden ikäjakauma oli 3-58 vuotta ja keski-ikä hieman alle 12 vuotta. Vastaajista määrällisesti eniten (Mode=14) oli 6-vuotiaita. Kyselylomakkeen palauttaneista hiihtokoulun oppilaista 19 % oli täyttänyt lomakkeen itse ja lomakkeista 81 % oli lapsen ja huoltajan yhdessä täyttämiä. Taustatietona selvitettiin myös asiakkaiden asuinpaikkakuntaa. Vastaukset luokiteltiin seuraavasti:

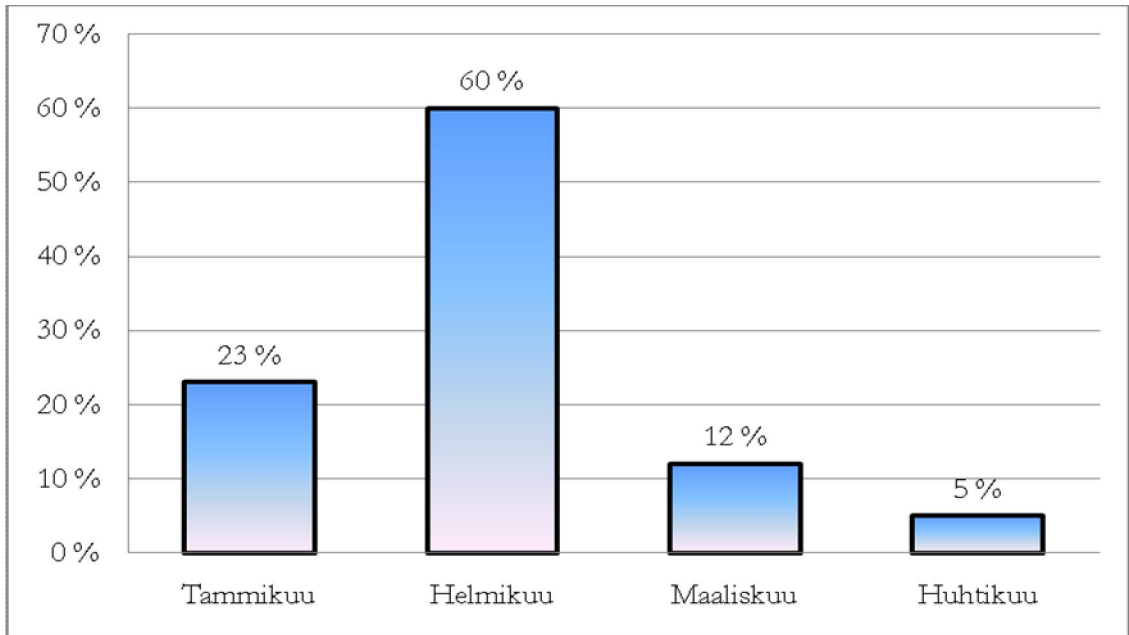
Etelä-Suomen lääni, Länsi-Suomen lääni, Itä-Suomen lääni, Oulun lääni, Lapin lääni sekä ulkomaat. Jakauma vastaajien asuinpaikoista havainnollistetaan pylväsdiagrammilla kuviossa 9.



Kuvio 9. Vastaajien asuinpaikka (n=86)

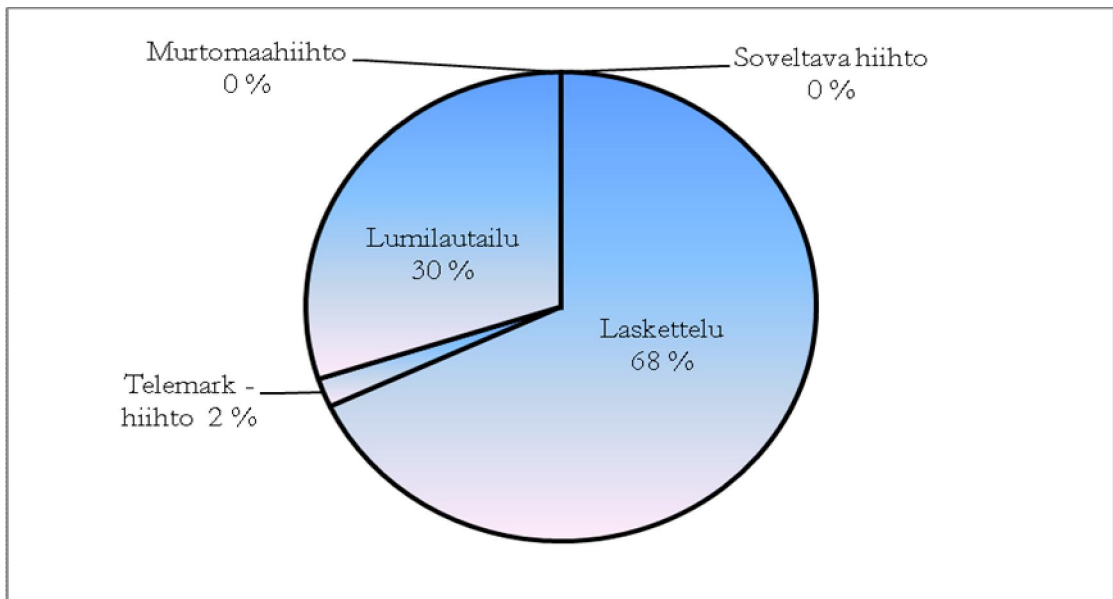
Hieman yli puolet (51 %) vastaajista oli saapunut Vuokatin Hiihtokouluun Etelä-Suomesta, 21 % Länsi-Suomesta, 18 % Oulun läänistä ja 9 % Itä-Suomesta. Kenenkään kyselyyn vastanneen asuinpaikkakunta ei ollut Lapin läänissä, mutta 1 % vastaajista oli matkustanut Vuokattiin Ruotsista.

Suurin osa vastaajista (60 %) oli hiihtokouluopetuksessa helmikuussa, mikä selittyy Etelä- ja Keski-Suomen hiihtolomaviikkojen ajoittumisella helmikuulle (kuvio 10). Tammikuussa hiihtokoulussa oli 23 %, maaliskuussa 12 % ja huhtikuussa 5 % vastanneista asiakkaista.



Kuvio 10. Ajankohta, jolloin vastaaja oli Vuokatin Hiihtokoulussa (n=85)

Eniten vastaajia (68 %) oli osallistunut Hiihtokoulussa lasketteluopetukseen (kuvio 11). Toiseksi suosituinta oli opetus lumilautailussa (30 %) ja telemark-hiihdonopetukseen osallistui vastaajista 2 %. Vastausvaihtoehtoina lomakkeessa olivat myös murtomaahiihto sekä soveltava hiihto, jolla tarkoitetaan vammaislaskettelua. Vastaajista kukaan ei ollut osallistunut näille tunneille. Murtomaahiihdon vähäinen opetus Vuokatin Hiihtokoulussa selittyy Vuokatin Urheiluopiston kattavalla tarjonnalla murtomaahiihto-opetuksessa.

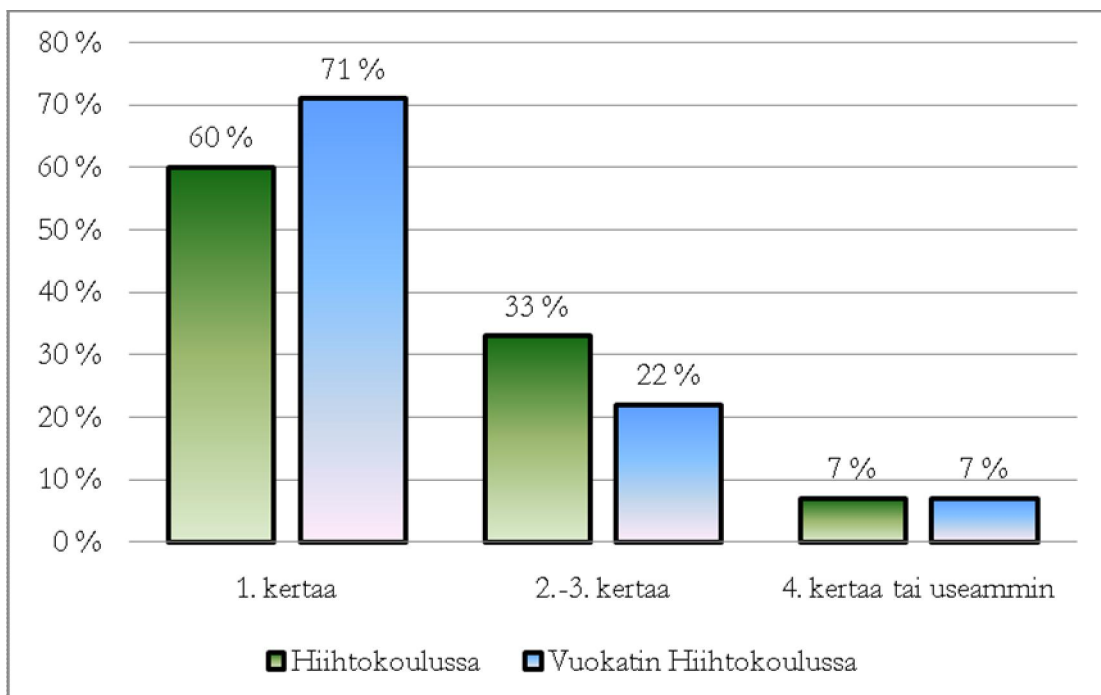


Kuvio 11. Vastaajien lajijakauma hiihdonopetuksessa (n=87)

Opetuksessa yksityistunneilla oli 53 % vastaajista ja oppilasmäärä yksityistunneilla oli 1-4. Vastaajista 47 % osallistui kursseille, joiden oppilasmäärä oli 3-15. Yksityistuntien vastanneista asiakkaista 40 henkilöä osallistui 50 minuutin opetukseen ja 100 minuutin opetukseen 6 henkilöä. Vastanneista kurssi-asiakkaista 40 osallistui useamman päivän Wernerin-kursseille ja yksi asiakas alkeiskurssille, joka kesti 100 minuuttia. Wernerin-kurssien kokonaiskesto oli 5-6 päivää, mutta vastanneista 15 % oli ollut kurssilla vain 3-4 päivää.

Lasketteluopetukseen osallistuneista 44 % osallistui yksityistunneille ja 56 % kursseille. 69 % lumilautailuun osallistuneista oli yksityistunneilla ja 31 % kursseilla. Kaikki vastaajat, jotka saivat opetusta telemark-hiihdossa, olivat yksityistunneilla.

Asiakastytyväisyyskyselyssä kysyttiin käyttivätkö asiakkaat ensimmäistä vai useammatta kertaa hiihtokoulujen palveluita sekä oliko joku vastanneista ollut jo aiemmin Vuokatin Hiihtokoulussa (kuviokuva 12).

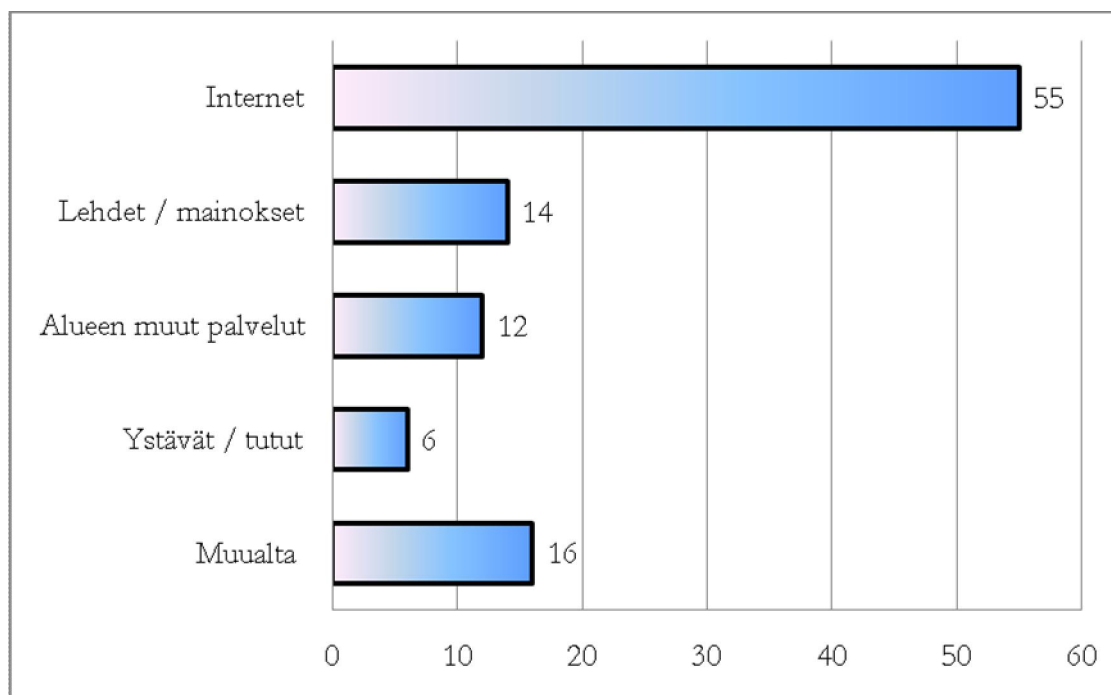


Kuvio 12. Asiakkaiden käyntikerrat hiihtokoulussa (n=87)

Vuokatin Hiihtokoulussa ensikertalaisten (71 %) määrä on suuri verrattuna toista tai useampia kertoja käyneisiin. Tulevaisuudessa olisi tärkeää saada ensikertalaiset käyttämään palveluita uudelleen. Neljä kertaa tai useammin Vuokatin Hiihtokoululla asiakkaina käyneiden määrästä (7 %) voidaan päätellä syntyneen muutamia kanta-asiakkuuksia.

7.2 Hiihtokoulutuntia edeltävät toimenpiteet

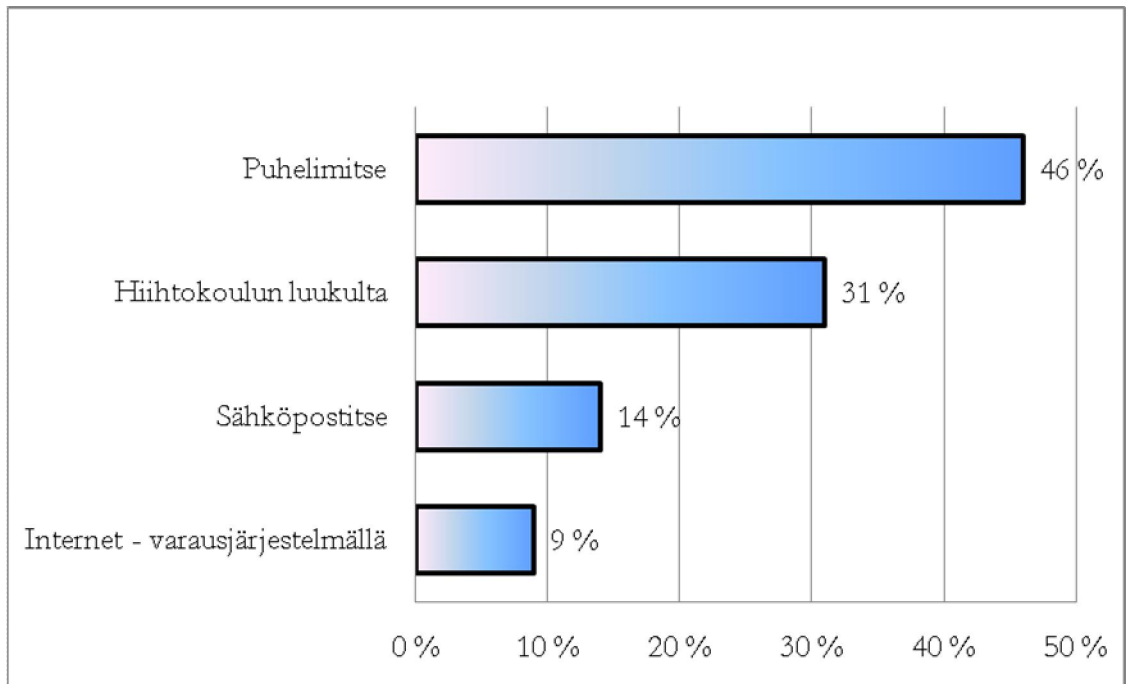
Asiakailta kysyttiin heidän Vuokatin Hiihtokoulusta saamansa informaation lähdettä. Palkkidiagrammilla osoitetaan kuviossa 13 asiakkaiden maininnat eri tietolähteistä. Asiakkaat saivat valita yhden tai useampia vaihtoehtoja.



Kuvio 13. Asiakkaiden saama informaatio Vuokatin Hiihtokoulusta mainintoina (n=87)

Ylivoimaisesti eniten mainintoja (55 kappaletta) sai internet. Asiakkaista 14 mainitsi tiedonlähteenään lehdet sekä mainokset. Alueen muilta palveluilta, joihin kuuluvat esimerkiksi lipunmyynti, vuokraamo ja majoituspaikat, tietoa Hiihtokoulusta oli saanut 12 kyselyyn vastaajaa. Kuusi asiakastyytyväisyyskyselyn täyttäneitä henkilöä vastasi saaneensa tietoa ystäviltä tai tutuilta. Kysymyksessä oli vaihtoehtona myös muualta saatu tieto avoimella vastauksella. Usealle tähän vastanneista Vuokatin Hiihtokoulu oli entuudestaan tuttu paikka ja monet saaneet tietoa suoraan Hiihtokoulun toimistolta tai rinteessä liikkuvilta opettajilta. Rinnekartta sekä matkamessut saivat myös maininnat informaation lähteinä.

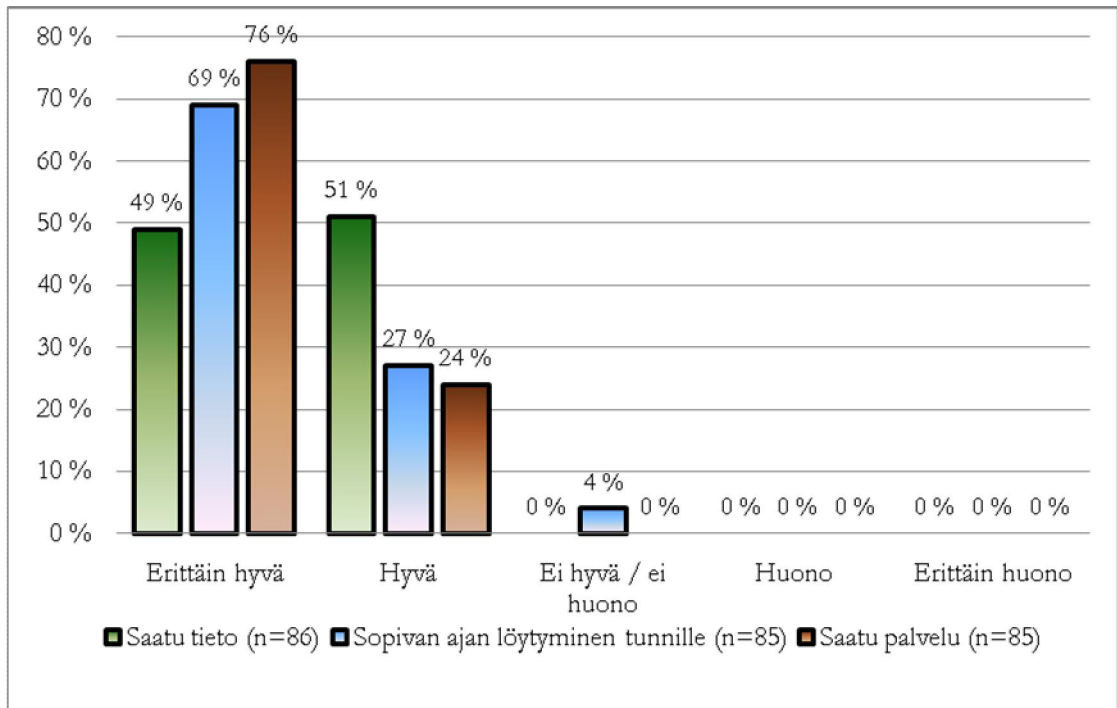
Vastanneilta tiedusteltiin, kuinka he olivat varanneet ajan hiihdonopetukseen ja tämä esitetään kuviossa 14. Suosituin menetelmä oli varaus puhelimitse (46 %). Hieman alle kolmannes (31 %) vastanneista oli varannut hiihtokoulutunnin Hiihtokoulun toimistolta. Varaus sähköpostitse (14 %) sekä Hiihtokoulun internet-sivuilla varausjärjestelmä (9 %) olivat asiakkaille hieman vieraampia.



Kuvio 14. Asiakkaiden käyttämä varausmenetelmä (n=85)

Tulosten mukaan perinteisten menetelmien suosio on edelleen vahva. Puhelimitse ja Hiihtokoulun luukulta tehdyissä varauksissa asiakas saa henkilökohtaista palvelua sekä vastauksia mahdollisiin kysymyksiin välittömästi. Sähköpostin ja Hiihtokoulun internet-sivuilla olevan varausjärjestelmän käyttö ovat menetelminä uudempia.

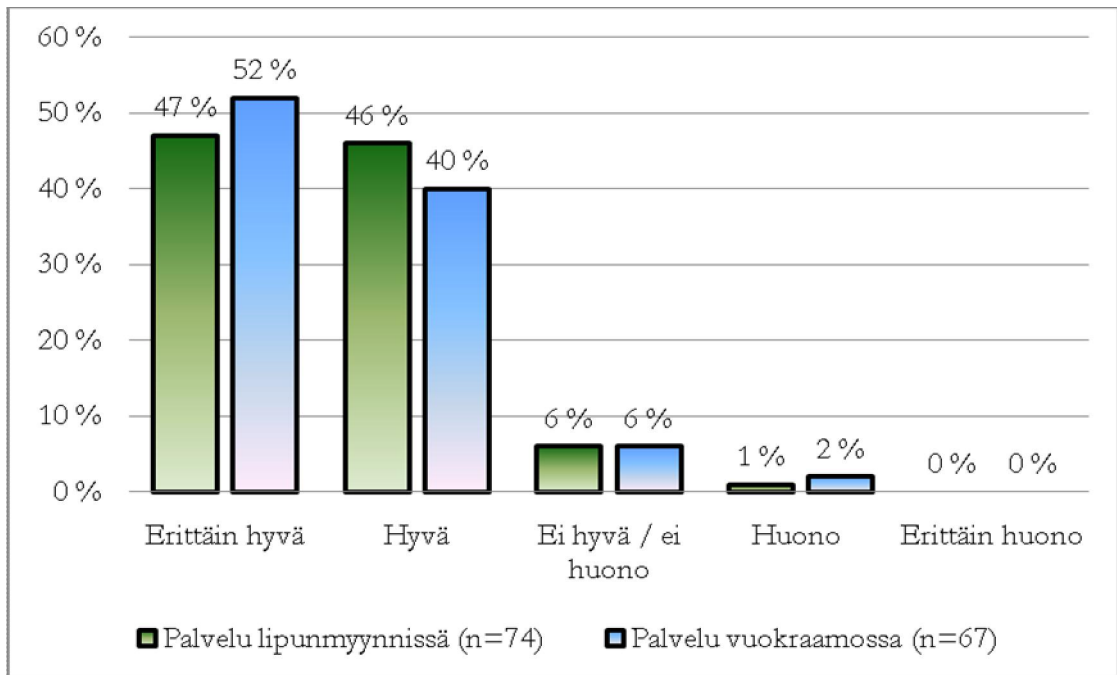
Hiihtokoulutuntia edeltävänä toimenpiteenä kartoitettiin lisäksi varaustilanteeseen liittyviä seikkoja asteikolla 1-5. Tutkimuksessa kiinnitettiin huomiota varaustilanteessa asiakkaan saamaan tietoon, tunnille sopivan ajankohdan löytymiseen sekä asiakkaan saamaan palveluun. Tuloksista, jotka esitetään kuviossa 15, voidaan todeta edellä mainittujen toimintojen sujuneen hyvin.



Kuvio 15. Kyselyyn vastanneiden kokemukset varaustilanteessa (n=85-86)

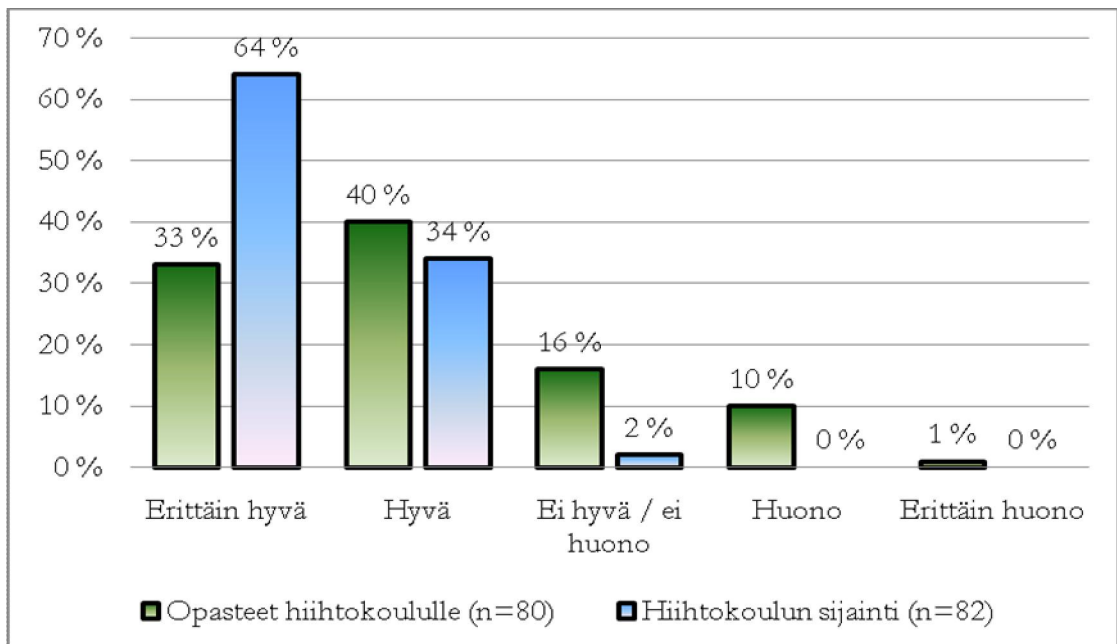
Varaustilanteessa asiakkaat ovat kokeneet saamansa tiedon sekä palvelun onnistuneina. Asiakkaiden tyytyväisyys saadusta tiedosta oli keskiarvoltaan 4,5 ja saadusta palvelusta 4,8. Kaikki vastaajat pitivät saatua tietoa hyvänä tai erittäin hyvänä. Asiakkaista 76 % piti saamaansa palvelua erittäin hyvänä ja 24 % hyvänä. Sopivan ajan löytyminen vaatii Hiihtokoulun ja asiakkaan aikataulujen yhteensovittamista, joka saattaa ajoittain tuoda haasteita toimintaan. Tämäkään osa-alue ei ole saanut huonoa palautetta, mikä tulee ilmi vastausten keskiarvosta 4,8. Kysymyksessä asiakkailla oli mahdollisuus perustella antamia vastauksia. Useat tarkennukset olivat positiivisia ja kannustavia kommentteja, joissa kiiteltiin palvelun ystävällisyyttä ja sujuvuutta. Eräs asiakas kertoi puhelinpalvelun olleen hidasta sekä mainitsi hinnasta puhuttaessa olleista epäselvyyksistä.

Asiakstyytyväisyyskyselyssä tutkittiin myös palvelun laatua lipunmyynnissä ja vuokraamossa (kuvio 16) sekä asiakkaiden mielipidettä Vuokatin Hiihtokoulun opasteista ja sijainnista (kuvio 17). Oli tärkeää saada selville vastanneiden asiakkaiden tyytyväisyys palvelun laatuun lipunmyynnissä sekä vuokraamossa, koska nämä ovat Hiihtokoulun toimintaan läheisesti liittyviä tuki- sekä avustavia palveluja. Opasteet ja sijainti vaikuttavat olennaisesti löydettävyyteen ja Hiihtokoulun imagoon.



Kuvio 16. Asiakkaiden saama palvelu lipunmyynnissä ja vuokraamossa (n=67-74)

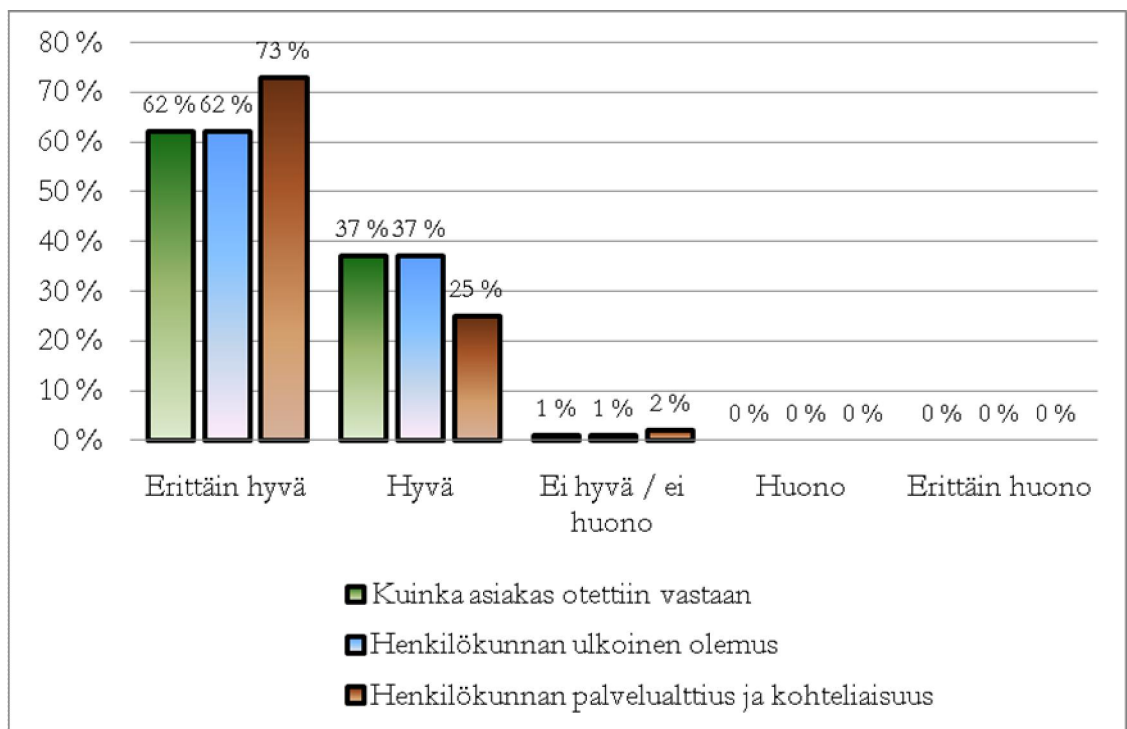
Palvelun laatu lipunmyynnissä ja vuokraamossa jakautui vastausten perusteella huonosta erittäin hyvään. Suurin osa asiakkaista arvioi molempia palveluita joko hyvänä tai erittäin hyvänä, josta kertoo molempien palveluiden sama keskiarvo 4,4. Vuokraamossa saatu huono palvelu (2 %) selittyi perusteluissa asiakkaan väärin säädetyillä siteillä.



Kuvio 17. Vastaajien mielipiteet Hiihtokoulun opasteista ja sijainnista (n=80-82)

Kuvion 17 mukaan asiakkaat ovat tyytyväisiä Vuokatin Hiihtokoulun sijaintiin, mikä ilmenee saatujen vastausten hyvänä keskiarvona (4,6). Opasteet Hiihtokoululle ovat yksi tärkeä kehittämisen kohde tulevaisuudessa, koska huomattava osa asiakkaista koki opasteet huonoina tai erittäin huonoina. Opasteet saivat keskiarvoksi 3,9 ja perusteluista kävi ilmi, että useilla asiakkailla oli vaikeuksia löytää Hiihtokoulu.

Viimeisenä tutkimuskohteena ennen hiihtokoulutunnin opetuksen alkua olivat asiakkaan saama vastaanotto Hiihtokoulun henkilökunnalta, henkilökunnan ulkoinen olemus sekä palvelualltius ja ystävällisyys. Vastanneet asiakkaat olivat erittäin tyytyväisiä vastaanoton henkilökuntaan, mikä osoitetaan kuviossa 18 pylväsdiagrammilla.

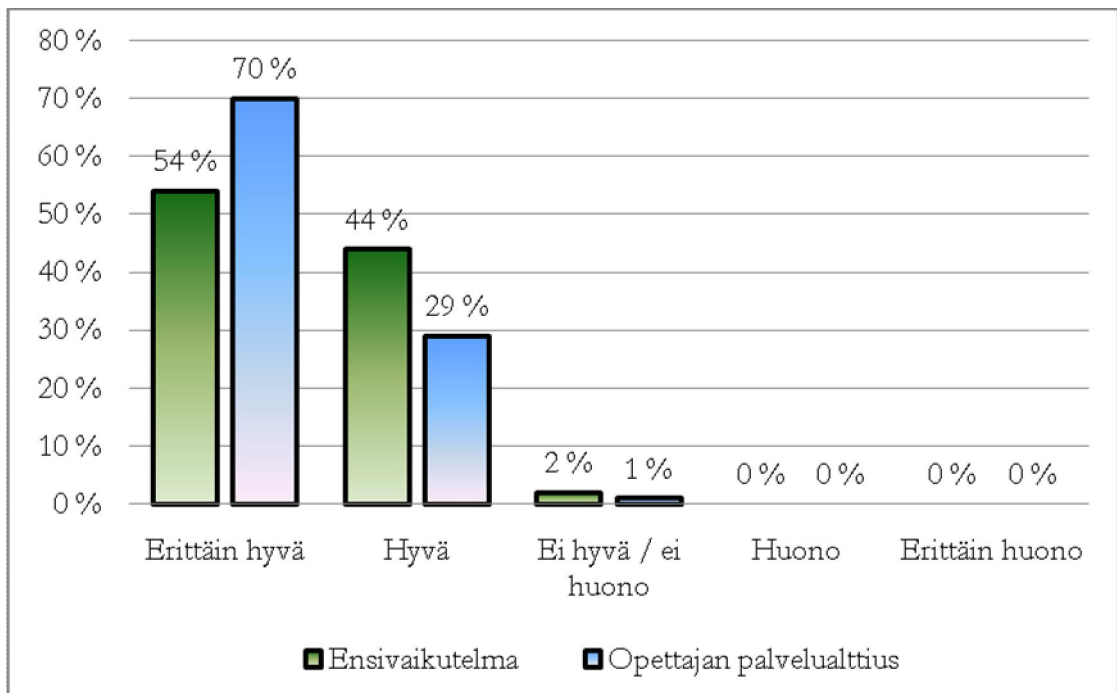


Kuvio 18. Hiihtokoulun henkilökunta vastaanotossa (n=86)

Näistä arviointikohteista parhaan keskiarvon (4,7) sai henkilökunnan palvelualltius ja kohteliaisuus. Asiakkaan ensikontakti henkilökunnan kanssa sekä henkilökunnan ulkoinen olemus arvioitiin lähes yhtä korkealle molempien keskiarvon ollessa 4,6. Kaikki perustelut, joita asiakkaat henkilökunnan toiminnasta antoivat, olivat myönteisiä.

7.3 Hiihtokoulutunnin opetus ja sisältö

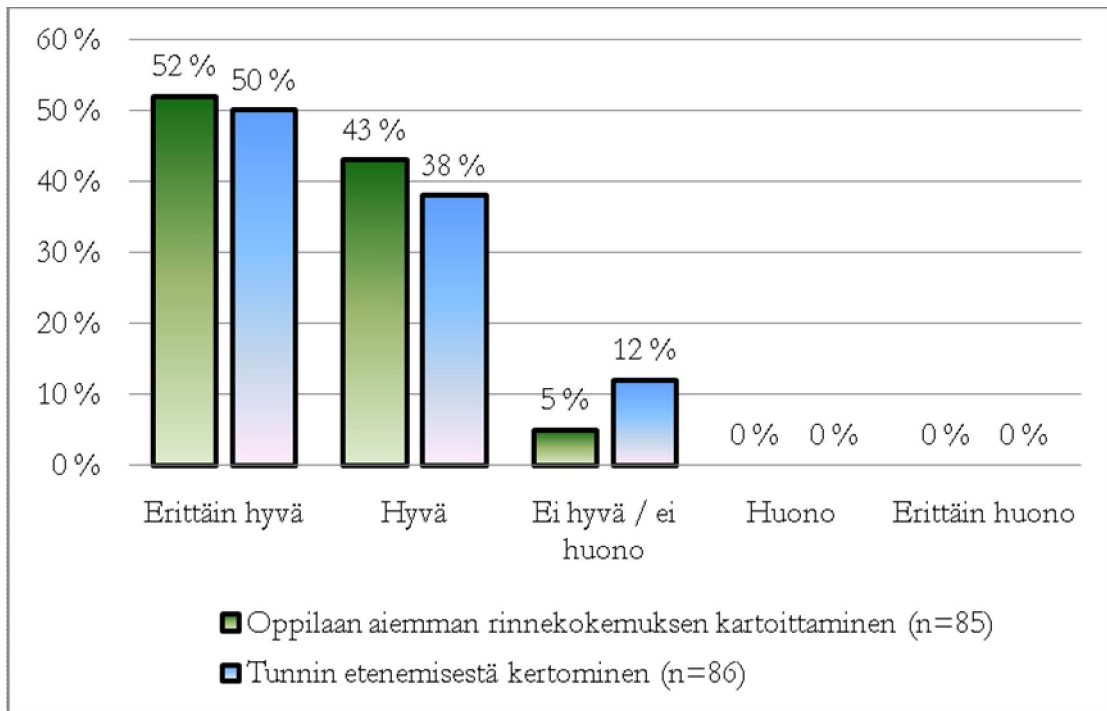
Hyvän hiihtokoulutunnin perusedellytys on myönteisen vuorovaikutuksen saavuttaminen opettajan ja asiakkaan välillä. Ensikohtaamisella on suuri merkitys onnistuneen vuorovaikutussuhteen luomisessa. Hiihdonopettaja pystyy palvelualltiudellaan vaikuttamaan tunnin laatuun sekä asiakkaan saamaan kokonaiskuvaan hiihtokoulutunnista. Vastaajien mielipiteet Vuokatin Hiihtokoulun opettajien palvelualltiudesta ja heidän antamastaan ensivaikutelmasta kuvataan kuviossa 19.



Kuvio 19. Opettajan palvelualltius ja ensivaikutelma (n=87)

Yli 90 % vastaajista arvioi Vuokatin Hiihtokoulun opettajien palvelualltiuden ja heidän antaman ensivaikutelman hyväksi tai erittäin hyväksi. Opettajien ensivaikutelman keskiarvoksi muodostui 4,5, mutta tätä osa-aluetta pyritään kehittämään entisestään painottamalla ensikontaktin merkitystä. Voidaan todeta Vuokatin Hiihtokoulussa työskentelevien opettajien olevan erittäin palveluallttiita, koska keskiarvoksi saatiin 4,7.

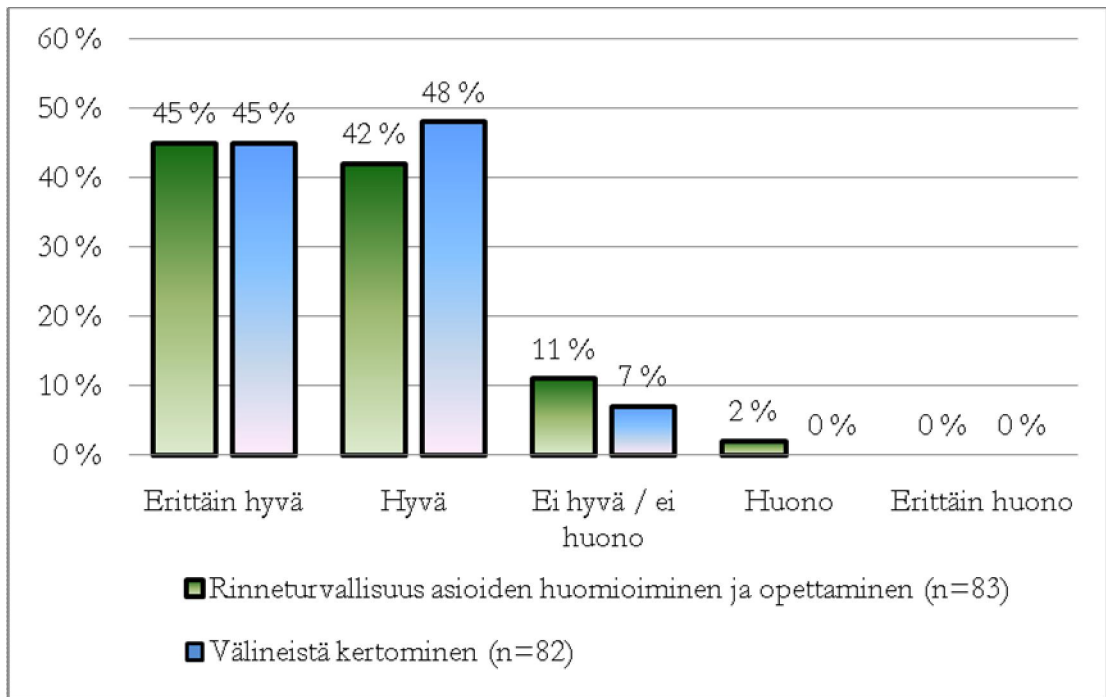
Asiakailta kysyttiin, kuinka he kokivat tunnin etenemisestä kertomisen hiihtokoululaiselle ja vanhemmille sekä oppilaan aiemman rinnekokemuksen kartoittamisen. Vastaajien mielipiteet näistä tekijöistä esitetään kuviossa 20.



Kuvio 20. Asiakkaiden rinnekokemuksen kartoittaminen ja tunnin sisällöstä kertominen (n=85-86)

Hieman yli puolet vastaajista antoi rinnekokemuksen kartoittamisesta sekä tunnin etenemisen kertomisesta erittäin hyvän arvosanan Vuokatin Hiihtokoulun opettajille. Vastauksista saatiin aiemman rinnekokemuksen kartoittamisen keskiarvoksi 4,5 ja tunnin etenemisestä kertomisen keskiarvoksi 4,4.

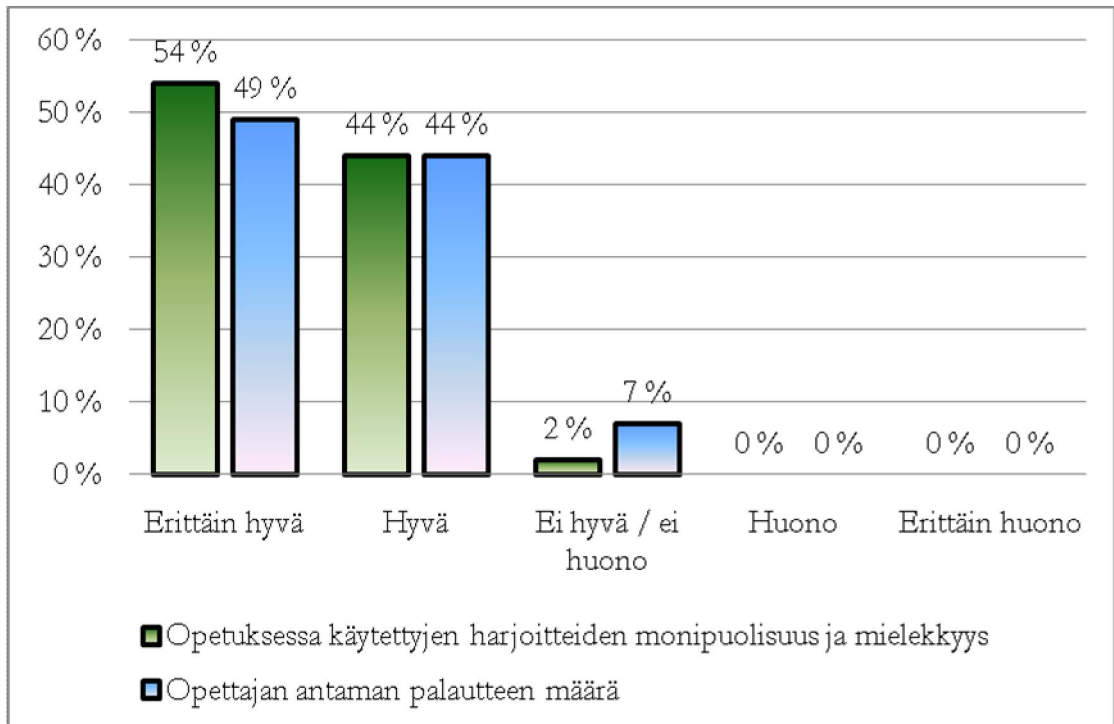
Seuraavana tarkastelun kohteena asiakastytyväisyystutkimuksessa oli hiihtokoulutunnin aikana toteutunut rinneturvallisuusasioiden huomioiminen sekä niiden opettaminen ja välineistä kertominen. Kuvio 21 tarkentaa asiakkaiden vastausjakauman näihin kysymyksiin.



Kuvio 21. Rinneturvallisuus ja välineistä kertominen (n=82-83)

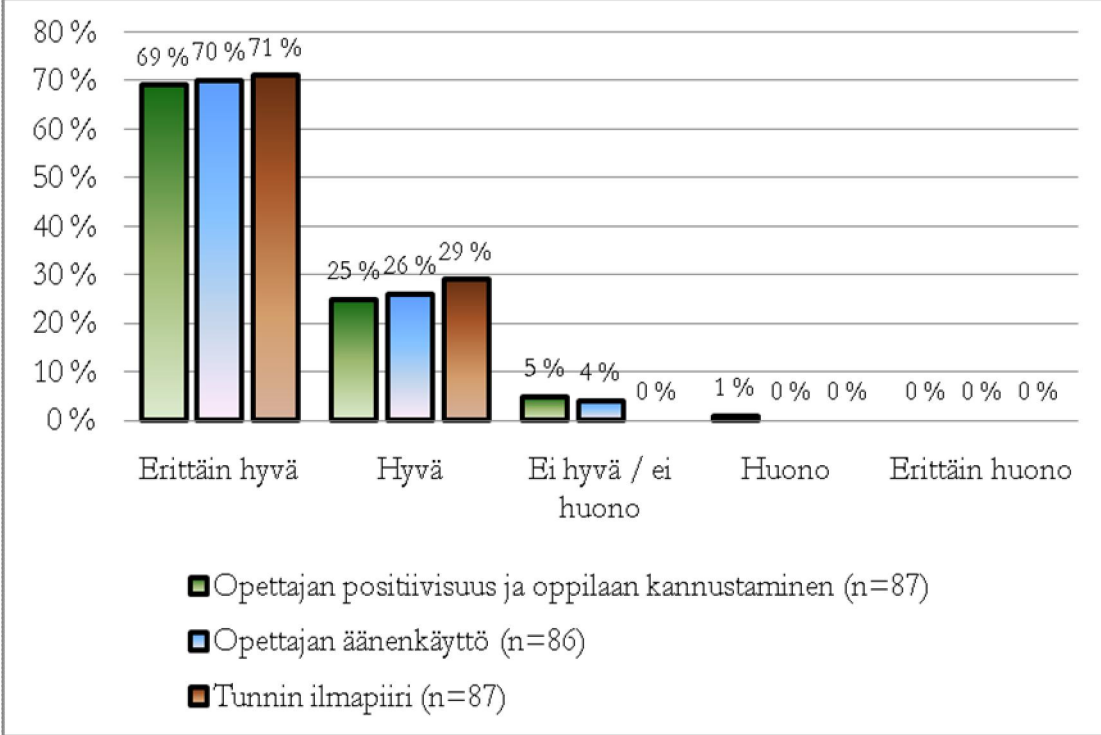
Rinneturvallisuus on hiihtokoulutunnin aikana yksi tärkeimpiä huomioitavia asioita. Vuokatin Hiihtokoulussa turvallisuusasioiden huomioimisen ja opettamisen arvioi hyväksi 42 % ja erittäin hyväksi 45 % vastaajista. Keskiarvosta 4,3 huolimatta osa asiakkaista haluaisi opettajien kiinnittävän enemmän huomiota turvallisuuteen, mikä ilmenee myös perusteluista. Välineistä kertominen ei saanut yhdeltäkään vastaajalta huonoa eikä erittäin huonoa arvosanaa ja 82 vastauksen keskiarvoksi muodostui 4,4. Ohjeistaminen välineiden käyttöön mainittiin perusteluissa positiivisena asiana, mutta joissain tapauksissa ohjeistus välineisiin sekä turvallisuuden ei jäänyt asiakkaiden mieleen.

Harjoitteiden monipuolisuus ja mielekkyys, opettajan antaman palautteen määrä, kannustaminen ja positiivisuus, opettajan äänenkäyttö sekä tunnin ilmapiiri ovat keskeisiä osatekijöitä, joista onnistunut hiihtokoulutunnin opetus muodostuu. Asiakkaiden tyytyväisyyttä näihin tekijöihin esitetään kuvioissa 22 ja 23.



Kuvio 22. Harjoitteiden monipuolisuus ja mielekkyys sekä opettajan antama palaute (n=87)

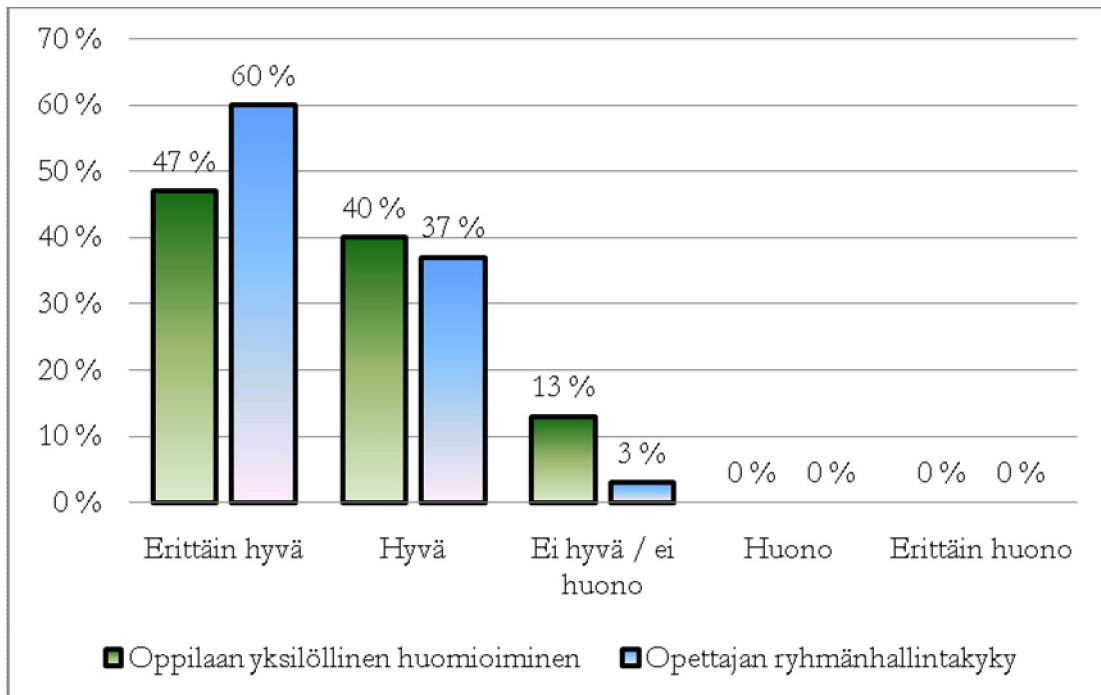
Lähes kaikki vastaajat pitivät opetuksessa käytettyjen harjoitteiden monipuolisuutta ja mielekkyyttä hyvänä (44 %) tai erittäin hyvänä (54 %) ja keskiarvoksi määrittyi 4,5. Asiakkaat arvioivat muutamaa poikkeusta lukuunottamatta opettajan antaman palautteen määrän vähintään hyväksi (ka. 4,4). Sopivien harjoitteiden löytymistä ryhmän eri-ikäisille ja –tasoisille oppilaille keuhuttiin kyselylomakkeen perusteluissa.



Kuvio 23. Opettajan positiivisuus ja äänenkäyttö, oppilaan kannustaminen ja tunnin ilmapiiri (n=86-87)

Yli kaksi kolmasosaa asiakastytyväisyyskyselyyn vastanneista asiakkaista piti tutkittuja opettajan ominaisuuksia sekä tunnilla vallinnutta ilmapiiriä erittäin hyvänä (kuvio 23). Keskiarvoksi opettajan positiivisuudesta ja oppilaan kannustamisesta saatiin 4,6. Nämä opettajan ominaisuudet ovat tärkeitä asioita oppilaan motivaation säilyttämiseksi. Oppilaiden rohkaisu ja kannustaminen saivat positiivisia mainintoja kysymyksen perusteluissa ja opettajat olivat onnistuneet positiivisella asenteellaan innostamaan myös arkoja oppilaita mukaan ryhmään. Asiakkaiden tyytyväisyys opettajien äänenkäyttöön oli keskiarvoltaan 4,7. Hiihtokoulutunnin ilmapiiri oli kaikkien vastanneiden mielestä joko hyvä tai erittäin hyvä (ka. 4,7), mikä on todella merkittävää tunnilla viihtymisen ja oppimisprosessin kannalta.

Kursseilla olleilta oppilailta kysyttiin mielipiteitä opettajien ryhmänhallinta kyvyistä sekä oppilaiden yksilöllisestä huomioimisesta. Kuvio 24 havainnollistaa asiakkaiden vastausjakauman kysymyksiin.

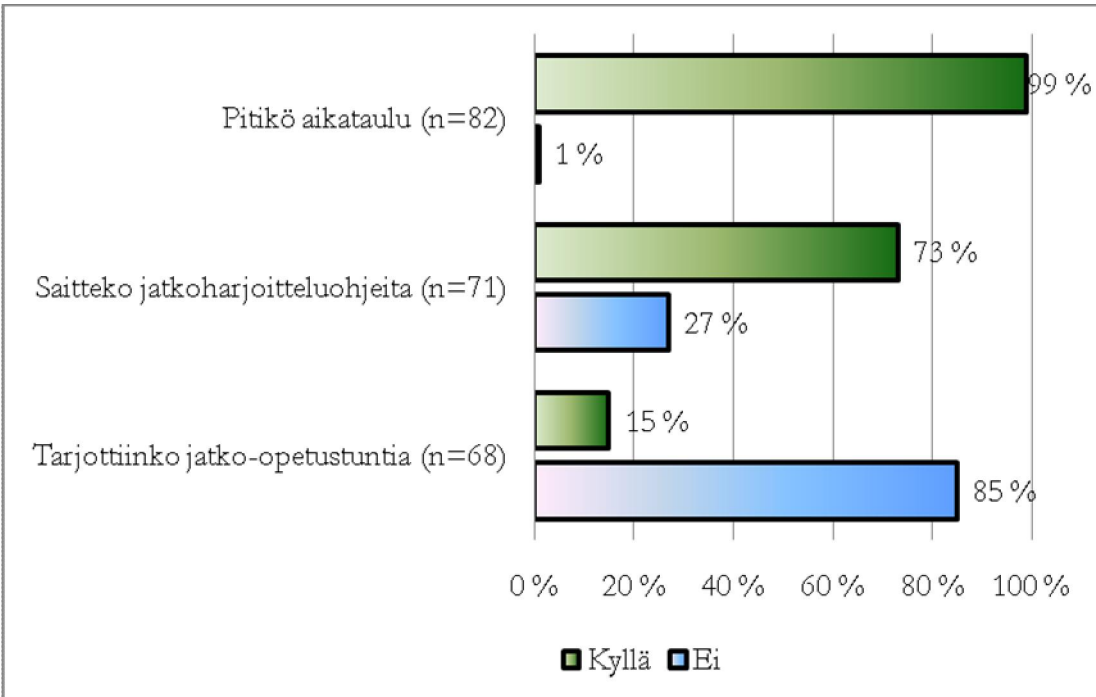


Kuvio 24. Oppilaan yksilöllinen huomioiminen ja opettajan ryhmänhallintakyky kursseilla (n=40)

Asiakkaista 47 % piti oppilaan yksilöllistä huomioimista erittäin hyvänä, 40 % hyvänä ja 13 % ei hyvänä eikä huonona. Vastausten keskiarvo oppilaan yksilöllisestä huomioimisesta on 4,4. Vastaajista 97 % piti opettajan ryhmänhallintakykyä hyvänä tai erittäin hyvänä ja keskiarvoksi saatiin 4,6. Opettajien ryhmänhallintakyky sekä oppilaiden yksilöllinen huomioiminen saivat positiivista palautetta myös perusteluiden kautta.

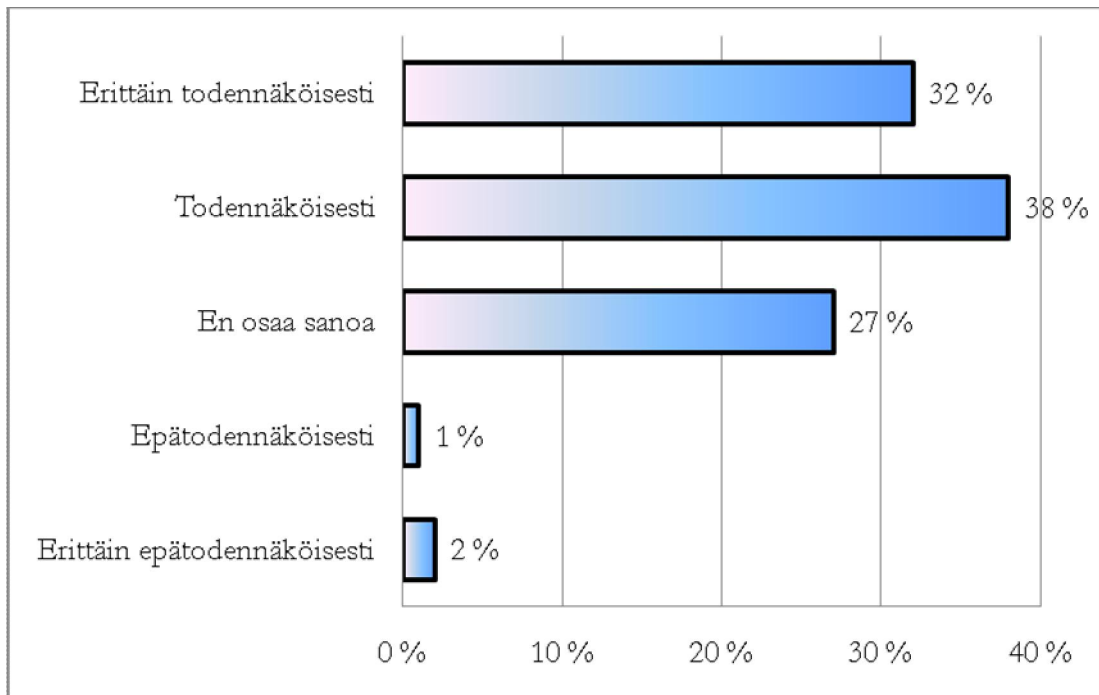
7.4 Asiakkaan tuntemukset hiihtokoulutunnin jälkeen

Yhtenä asiakastytyväisyystutkimuksen osiona asiakkailta tiedusteltiin Hiihtokoulutunnin opetuksen jälkeisiä toimenpiteitä. Kuviossa 25 esitetään asiakkaiden vastaukset aikataulun pitävyydestä, jatkoharjoitteluohjeiden saamisesta sekä jatko-opetustunnin tarjoamisesta. Asiakkaiden aikomukset Vuokatin Hiihtokoulun palveluiden käyttämisestä uudelleen sekä vastaajien valmius suositella Vuokatin Hiihtokoulua osoitetaan kuvioissa 26 ja 27.



Kuvio 25. Aikataulun pitävyys, jatkoharjoitteiden ja -opetustuntien tarjoaminen (n=68-82)

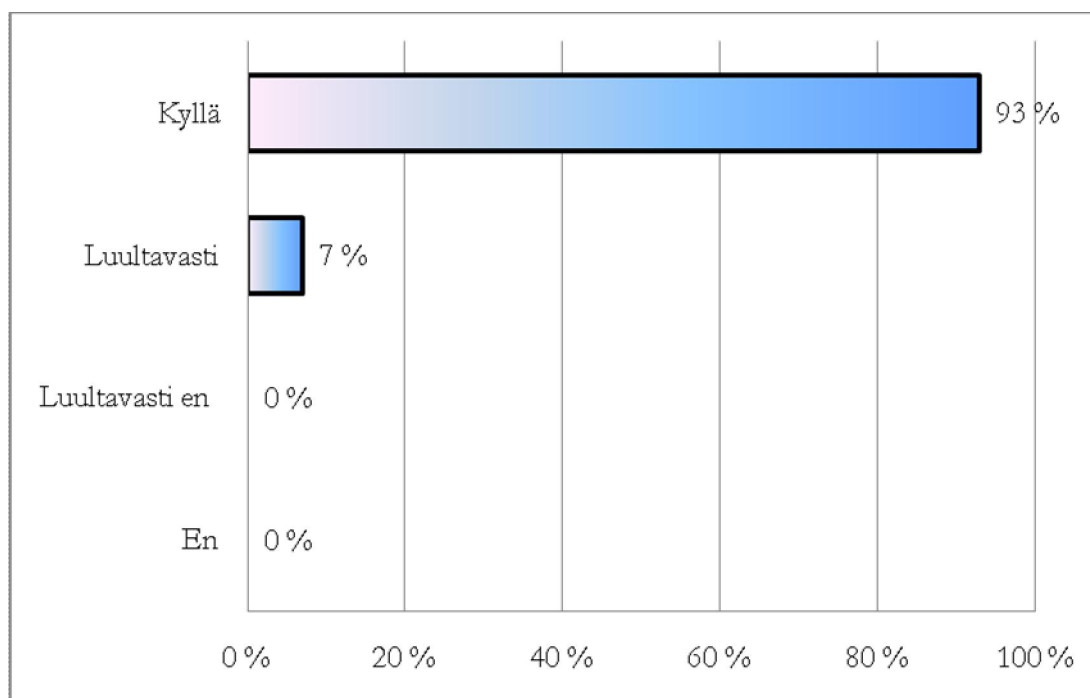
Lähes kaikki vastaajat (99 %) olivat tyytyväisiä aikataulun pitävyyteen, joka näkyy myös perusteluissa. Jatkoharjoitteiden saaminen tunnin päätyttyä jakoi asiakkaiden mielipiteitä. Hieman yli yksi neljännes (27 %) vastaajista ei ollut saanut ohjeita jatkoharjoitteluun tunnin päätyttyä. Perusteluiden mukaan osa asiakkaista ei ollut omatoimisesti pyytänyt ohjeita ja eivät siksi niitä olleet saaneet. Ohjeiden tarjoaminen pitäisi tapahtua automaattisesti opettajien toimesta ja tähän tulisi panostaa tulevaisuudessa. Vastaajista 85 % oli jäänyt ilman jatko-opetustuntien tarjoamista, joka on huomattava kehittämisen kohde. Muutamia vastaajia, joille jatko-opetustuntia oli muistettu tarjota, olivat tyytyväisiä saamaansa kohteluun ja mainitsivat asian myös perusteluissa.



Kuvio 26. Kuinka todennäköisesti asiakkaat käyttävät Vuokatin Hiihtokoulun palveluja uudelleen (n=85)

Toiminnan kannalta on tärkeää huomata, että kyselyyn vastanneista asiakkaista 38 % aikoo todennäköisesti ja 32 % erittäin todennäköisesti käyttää Vuokatin Hiihtokoulun tarjoamia palveluja uudelleen. Useat vastaajat olivat myös perustelleet valintaansa. Erittäin todennäköisesti palveluja uudelleen käyttävät asiakkaat kertoivat olleensa tyytyväisiä saamaansa opetukseen ja opettajiin. Monilla vastaajilla on nuorempia lapsia, jotka tarvitsevat opetusta tulevaisuudessa. Myös opetuksen tarve muissa lajeissa mainittiin tekijänä, joka lisää palveluiden käyttämisen todennäköisyyttä uudelleen. Monet Vuokatin Hiihtokoulun palveluita todennäköisesti uudelleen käyttävät asiakkaat perustelivat valintaansa mahdollisuudella lomailta Vuokatissa myös tulevaisuussa.

Vastaajista 27 % ei osannut sanoa käyttäkö Hiihtokoulun palveluja uudelleen ja yhteensä 3 % aikoo käyttää epätodennäköisesti tai erittäin epätodennäköisesti. Näihin kolmeen vaihtoehtoon päätyneet vastaajat perustelivat vastauksiaan useissa tapauksissa muulle suuntautuneilla lomamatkoilla sekä jo opitulla hiihtotaidolla.

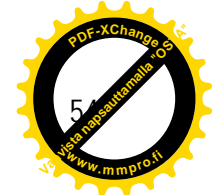


Kuvio 27. Asiakkaiden valmius suositella Vuokatin Hiihtokoulua (n=86)

Kuviosta 27 voidaan tulkita asiakastytyväisyyskyselyyn vastanneiden olleen tyytyväisiä Vuokatin Hiihtokouluun kokonaisuutena, koska heistä 93 % olisi valmiita suosittelemaan Hiihtokoulua eikä kukaan ollut vastannut kysymykseen kielteisesti. Asiakkaat, jotka olivat vastanneet olevansa valmiita suosittelemaan Hiihtokoulua, olivat perustelleet vastauksiaan runsaasti. Useissa kommentteissa kerrottiin Vuokatin Hiihtokoululla olleen ystävällistä, palvelualltista ja ammattitaitoista sekä lapset huomioivaa henkilökuntaa. Asiakkaiden valmiutta suositella Hiihtokoulua nostivat lisäksi hyvät rinteet, sopiva hinta-laatusuhde ja asiakkaita miellyttävä sijainti. Muutamit vastaajista kertoivat jo suosittelleensa Vuokatin Hiihtokoulua.

7.5 Avointen kysymysten tulokset

Kysymyksissä, joissa oli avoin vastustila, asiakkaiden oli mahdollista antaa kehittämissuhteita Vuokatin Hiihtokoululle sekä Vuokatinrinteiden muille palveluille. Kyselylomakkeen lopussa oli tilaa myös aiemmin mainitsemattomille kiitoksille ja vapaalle sanalle. Kyselylomakkeeseen vastanneet asiakkaat olivat antaneet hyviä ideoita toiminnan kehittämiseen sekä monia kiitoksia.



7.5.1 Vuokatin Hiihtokoulun mahdolliset puutteet ja kehittämiskohteet

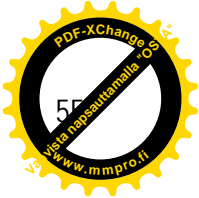
Hintojen nousun lisäksi muutamat asiakkaat kritisoivat myös ilmoittautumista, jonka yhteydessä toivottiin kerrottavan vuokraamon mahdollisista ruuhkista. Etukäteen maksaneiden asiakkaiden turhan jonottamisen maksujonoissa toivottiin vähentyvän. Joidenkin vastaajien mielestä ryhmäkokoja tulisi miettiä tarkemmin, jotta ryhmät pysyvät helposti hallittavina. Kehittämiskohteena nähtiin myös kurssien nimet sekä etukäteismateriaali. Internetissä sekä paperiversiona oleviin kurssien sisältöä käsitteleviin etukäteismateriaaleihin olisi vastausten perusteella syytä tehdä täydennyksiä. Muutamat asiakkaat olivat olleet ennen kurssien alkua hieman skeptisiä, eivätkä tienneet tarkasti kurssien yksityiskohtaista sisältöä. Lautakursseilla olisi erään kyselyyn vastaajan mielestä tarvetta useammalle opettajalle, jotta ryhmä pystytään jakamaan taitotasojen mukaan ja eriyttäminen olisi helpompaa. Useat asiakkaat toivoivat parempia opasteita Hiihtokoululle sekä markkinoinnin lisäämistä Länsirinteille.

7.5.2 Vuokatin rinnealueen palveluiden mahdolliset puutteet ja kehittämiskohteet

Kyselyyn vastanneet asiakkaat kaipaivat parempia rinneopasteita sekä rinnekartan tarjoamista lipunmyynnin yhteydessä. Ensiapupisteen sijainti ei ollut kaikille asiakkaille selvillä, joten sen merkitseminen opasteisiin ja rinnekarttaan olisi tulevaisuudessa tärkeää. Muutamat asiakkaat toivoivat tehokkaampaa huoltoa hisseille aamuisin sekä tuolihsseille enemmän henkilökuntaa sesonkiaikoina ruuhkien välttämiseksi. Kehittämisehdotuksena tulivat esille myös pidemmät irrottautumispaikat ankkurihsseille, muutamien suoja-aitojen hankkiminen sekä parempi tiedottaminen suljetuista rinteistä turvallisuuden lisäämiseksi. Vastausten perusteella rinteisiin toivottiin lisäksi musiikkia ja pulkkamäkeen valaistusta.

Rinteillä sijaitsee suksinarikka, mutta se ei tutkimuksen mukaan ole asiakkaiden tiedossa, joten sen markkinointia kysynnän vuoksi olisi syytä lisätä. Hiihtokoulun ja hissilippujen hinnoitteluun toivottiin vaihtelevuutta sesongin ulkopuolella. Eräs kyselyyn vastannut asiakas ehdotti vanhempien mahdollisuutta ostaa edullisempia hissilippuja lapsen hiihtokoulutunnin ajaksi. Oma rinne lumilautailijoille, pantillinen älykortti sekä parkkipaikan laajentaminen olivat muita esille tulleita kehitysehdotuksia.

Tutkimuksesta saaduissa tuloksissa ilmeni tarve lämmittelypaikalle Itärinteillä sekä Pohjoisrinteille suojaista paikka omien eväiden syömiseen ja lämmittelyyn. Ravintolassa olisi vastaus-



ten perusteella tarve lisätä asiakaspaikkoja, monipuolistaa ruokalistaa ja rakentaa lapsille leikkipaikka. Muutama asiakas toivoi Ripa´s kuppilan olevan auki myös sesonkiaikojen ulkopuolella.

7.5.3 Asiakkailta saatua erityistä kiitosta

Useat opettajat saivat kiitosta palvelualltiudestaan sekä persoonallisesta, ystävällisestä ja kannustavasta opetuksesta. Opettajia keuhuttiin taidosta tulla toimeen eri-ikäisten ja -tasoisten oppilaiden kanssa sekä kärsivällisyydestä opettaa uusia asioita myös vanhemmille harrastajille. Yksi vastaaja totesi: "Vanhasta lajista löytyi aivan uusi laji leikkaavien käänösten opettelu myötä." Myös rinteiden kunto sai kiitosta, ja Itärinteiden aukiolo koettiin positiivisena. Eräs asiakas mainitsi ilmapiirin hisseillä, taukopaikoilla, Hiihtokoulussa, lipunmyynnissä, ravintoloissa sekä vuokraamossa olleen kokonaisuutena hyvä.

7.5.4 Asiakkaiden muut kommentit

Asiakkaille oli jäänyt erittäin positiivinen kokonaiskuva Vuokatin Hiihtokoulusta, sen henkilökunnasta ja opetuksesta. Hiihtokoulu on vastausten perusteella miellyttävä oppimisympäristö sekä helppo paikka ystävystyä uusien ihmisten kanssa. Vuokatti lomakohteena sai myös kiitosta, ja uset asiakkaat mainitsivat tulevansa Vuokattiin uudelleen.



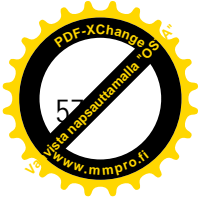
8 KEHITTÄMISEHDOTUKSET

Kokonaisuudessaan Vuokatin Hiihtokoulun asiakastyytyväisyyskyselyn tulokset olivat erittäin hyviä. Perusteluissa ja kehittämissuhteissa asiakkaat antoivat sekä positiivisia että negatiivisia kommentteja. Suurin osa vastaajista piti Hiihtokoulun ydintoimintaa hyvänä tai erittäin hyvänä. Hiihtokoulun toimintaa tukevat ja avustavat palvelut, joiden toimintaa tutkimuksessa selvitettiin, saivat asiakkailta eniten kehittämissuhteita. Hiihtokoulun saamista hyvistä arvosanoista huolimatta toimintaa on pyrittävä parantamaan entisestään asiakkaiden tyytyväisyyden nostamiseksi yhä paremmalle tasolle. Tämän tavoitteen saavuttamiseksi kartoitettiin helposti parannettavia palvelun osatekijöitä.

Hiihtokouluopettajan itsestään antama ensivaikutelma on hiihtokouluopetusta käsittelevässä teoriaosassa mainittu erittäin tärkeänä tekijänä koko asiakkaan saaman hiihtokoulukokemuksen kannalta. Tähän osa-alueeseen on helppo vaikuttaa, ja Vuokatin Hiihtokoulussa tämän tärkeyttä tulisi painottaa ennen tulevan kauden alkua.

Asiakkaan lähtötilanteen ja taitotason kartoittaminen hiihtokoulutunnin alussa on tärkeää onnistuneen hiihtokoulutunnin saavuttamiseksi. Opettajan tiedostaessa asiakkaan aiemmat rinnekokemukset sekä asiakkaan itselleen asettamat tavoitteet, on sopivan hiihtokoulutunnin suunnittelu ja toteuttaminen huomattavasti helpompaa. Tällä tavoin toimittaessa opettaja pystyy heti tunnin alussa hahmottamaan kokonaiskuvan tunnin sisällöstä ja sen harjoitteista sekä kertomaan tunnin etenemisestä erityisesti lapsiasiakkaiden vanhemmille. Asiakkaan lähtötilanteen ja taitotason huomioiminen mahdollistaa asiakkaan pääsyn tavoitteisiinsa ja saamaan ostamastaan hiihtokoulutunnista parhaan mahdollisen hyödyn. Asiakastyytyväisyys kasvaa asiakkaan saavuttaessa asettamansa tavoitteet sekä lapsiasiakkaiden kohdalla vanhempien ollessa tietoisia tunnin tapahtumista.

Asiakkaan yksilöllinen huomioiminen ja opettajan antama palaute tunnilla ovat tärkeitä tekijöitä ryhmäkoosta riippumatta. Kuten teoriaosassa asiaa käsitellään, asiakastyytyväisyyden muodostumisen kannalta on olennaista, että asiakas kokee yrityksen välittävän hänestä ja ottavan hänen tarpeensa huomioon. Asiakkaan tyytyväisyyden saavuttamiseksi avainasia on asiakkaan kohtelu. Vastausten perusteella saatiin sama keskiarvo (4,4) sekä oppilaan yksilöllisestä huomioimisesta että opettajan antamasta palautteesta. Tämä osoittaa, että Vuokatin Hiihtokoulussa näihin tekijöihin on panostettu, mutta kehittymisvaraa tulevaisuudessa on. Vuokatin Hiihtokoulu on viime vuosina alkanut panostaa enemmän opettajien koulutukseen,

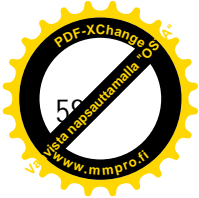


joka edesauttaa ammattitaidon kehittymistä. Ammattitaidon sekä kokemuksen kautta opettajat kehittävät taitojaan huomioida asiakas yksilöllisesti.

Vuokatin Hiihtokoulun tärkein kehittämiskohde asiakastyytyväisyystutkimuksen perusteella on jatko-opetuksen tarjoaminen asiakasmäärien lisäämiseksi. Teoriatiedon pohjalta voidaan todeta asiakasuskollisuuden muodostumisen edellyttävän asiakastyytyvää, joka on seurausta pitkäaikaisesta, onnistuneesta asiakassuhteesta. Asiakkaan luottamuksen saavuttamiseksi, on yrityksen pystyttävä tarjoamaan asiakasta tyydyttäviä palveluja sekä tuottamaan jotain erityistä, joka tuo lisäarvoa omalle tuotteelle ja etumatkaa kilpailijoihin. Tutkimuksen perusteella jatko-opetustunnin tarjoaminen unohtuu useilta Vuokatin Hiihtokoulun opettajilta. Jatko-opetustuntia oli tarjottu ainoastaan alle 15 % kyselyyn vastanneista asiakkaista. Tästä huolimatta lähes 70 % asiakkaista vastasi käyttävänsä Vuokatin Hiihtokoulun palveluja uudelleen todennäköisesti tai erittäin todennäköisesti. Tuloksista voidaan päätellä asiakkailla olevan potentiaalia ostaa palveluja myös tulevaisuudessa, jos heille niitä muistetaan tarjota. Teorian mukaan asiakkaita voidaan käyttää uusien asiakasverkostojen luomiseen ja nykyisiä asiakkuuksia on helpompi jalostaa kuin synnyttää uusia. Vuokatin Hiihtokoulun kävijämäärän sekä myynnin kasvattamiseksi voitaisiin opetuksen päätteeksi antaa esimerkiksi käyntikortteja tai kurssiesitteitä.

Teoriaosuudessa todetaan, että asiakastyytyväisyyden seurannan pitäisi olla jatkuvaa ja asiakassegmentointia kannattaisi käyttää hyväksi tulevien mittausten suunnittelussa, koska avainasiakkaiden kuuleminen on erittäin tärkeää. Laaja-alaisen kertatutkimuksen suorittamisesta myös venäjän kielellä olisi hyötyä, koska aiemmin ei ole tehty tyytyväisyysmittauksia venäläisille asiakkaille, jotka ovat Vuokatin Hiihtokoulun tärkeä asiakasryhmä. Myös suomalaisten asiakkaiden tyytyväisyyttä olisi hyvä mitata tasaisin väliajoin ja seurata tämän tutkimuksen kautta selville saatujen kehittämiskohteiden parantumista. Tulevissa asiakastyytyväisyysmittauksissa otanta voisi olla suurempi kuin tässä tutkimuksessa.

Rinnelajien luonteesta johtuen on tärkeää huomioida sekä opettaa turvallisuusasiat perusteellisesti. Saatujen tulosten perusteella osa vastaajista olisi toivonut opettajien kiinnittävän enemmän huomiota rinneturvallisuuteen opetuksessa. Konkreettisia keinoja turvallisuuden lisäämiseksi rinteissä olisivat turvaverkkojen määrän lisääminen Perherinteeseen, pidemmät irrottautumispaikat ankkurihisseille ja tiedottamisen tehostaminen suljetuista rinteistä. Näitä turvallisuuteen liittyviä puutteita tulisi kehittää sekä Vuokatin Hiihtokoulun opetuksessa että Vuokatinrinteillä.



Ilmoittautuminen hiihtokouluopetukseen on tutkimuksen mukaan useimmissa tapauksissa tapahtunut puhelimitse tai paikan päällä. Nämä ilmoittautumistavat ovat hitaita ja vievät huomattavasti Hiihtokoulun henkilökunnan sekä asiakkaan aikaa. Hiihtokoulun internet-sivuilla käytössä olevaa varausjärjestelmää olisi syytä markkinoida enemmän ja kehittää sen toimivuutta. Toimivan internet-varausjärjestelmän kehittäminen edellyttää Vuokatin Hiihtokoulun kotisivujen monipuolistamista. Asiakkaan täytyy löytää kaikki tarvitsemansa tiedot hiihtokouluopetukseen liittyen, jotta puhelinliikenteen määrää pystyttäisiin tulevaisuudessa vähentämään huomattavasti.

Merkittävä kehittämiskohde Vuokatin Hiihtokoulun imagon kannalta ovat opasteet. Hiihtokoulun löytämistä helpottaisivat suuremmat sekä paremmin sijoitellut kyltit eri puolille rinne-alueita. Tutkimuksen tulosten perusteella Hiihtokoulun sijainti ei ole riittävän selkeästi merkitty opasteisiin eikä rinnekarttoihin. Löydettävyyttä voitaisiin parantaa myös Hiihtokoulun toimitiloja laajentamalla. Laajennuksella vaikutettaisiin Hiihtokoulun imagoon, asioiden toimivuuteen sekä henkilökunnan viihtyvyyteen.



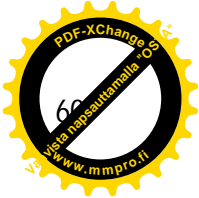
9 POHDINTA

Aloitimme opinnäytetyöprosessimme syksyllä 2008 valitsemalla aiheeksi mielenkiintoiselta vaikuttaneen Vuokatin Hiihtokoululle toteutettavan asiakastytyväisyyskyselyn. Toimeksiantajamme kanssa käytyjen keskusteluiden perusteella opinnäytetyömme tarkoituksiksi muodostui Vuokatin Hiihtokoulun asiakastytyväisyyden mittaaminen sekä kehitysehdotusten tekeminen saatujen tulosten pohjalta. Vastaavaa tutkimusta ei ollut aiemmin tehty Vuokatin Hiihtokoululle, joten toimeksiantajamme toivoi kattavaa tutkimusta. Opinnäytetyömme aiheen tarkennuttua ryhdyimme innokkaasti hakemaan tietoa eri lähteistä hyvän asiakastytyväisyyskyselyn toteuttamisen taustoista. Kirjallisuutta löytyi runsaasti ja lähdesynteeseien käyttö onnistui hyvin. Tiedonhakeminen erilaisista lähteistä on ollut mielenkiintoista ja opettanut kriittisyyteen.

Pohdimme opinnäytetyön aiheen valintaa liikunnan- ja vapaa-ajan koulutusohjelman kompetenssien kautta. Ihmisen hyvinvointi- ja terveystaosaamisemme ei tämän aiheen kautta kehittynyt, mutta kolmen muun kompetenssin tavoitteet toteutuivat jossain määrin. Liikuntaosaamistamme sekä pedagoginen ja liikuntadidaktinen osaamisemme kehittivät hieman, koska tämä aihe auttoi tutustumaan hiihdonopetuksen suunnitteluun, toteutukseen ja erityisesti arviointiin. Koulutusohjelmamme mukaisista kompetensseista eniten kehittyi liikunnan yhteiskunta-, johtamis- ja yrittäjäosaamisemme. Tämä oli yksi syy aiheen valinnalle, koska meillä molemmilla on vaihtoehtoisten ammattiopintojen suuntautumisvaihtoehtona yrittäjyys ja matkailu. Tutustuimme tarkasti Hiihtokoulun toimintaan, tarkastelimme toiminnan eri osa-alueita ja teimme kehitysehdotuksia toimeksiantajamme pyynnöstä. Vuokatin Hiihtokoulun organisaation lisäksi perehdyimme hiihtokoulutoimintaan ja sen historiaan laajemmin keskustelemalla toimeksiantajamme kanssa.

Oikean tutkimusmenetelmän valitseminen on ensisijaisen tärkeää koko tutkimuksen onnistumisen kannalta. Tutkimusmenetelmäksi valittiin kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä, jota täydennettiin kvalitatiivisilla osioilla. Päätimme toteuttaa tutkimuksen huolellisesti suunnitellulla kyselylomakkeella, joka vastasi toimeksiantajan tarpeita. Toimeksiantajamme halusi Hiihtokoulun ydinpalvelun eli hiihdonopetuksen lisäksi tutkittavan myös Hiihtokoulun toimintakokonaisuuteen sisältyviä tuki- ja avustavia palveluita.

Valitsimme kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän, koska tutkittava aihe oli laaja ja halusimme saada mahdollisimman kattavan ja edustavan otoksen. Tällainen tutkimustyöskentely mah-

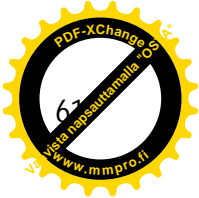


dollisti useiden eri sektoreiden palvelun tutkimisen samalla lomakkeella. Jaottelimme lomakkeen kysymykset loogisesti siihen järjestykseen, jossa asiakas ne kohtaa. Kvalitatiivista tutkimusmenetelmää päätimme käyttää lisätäksemme tutkimuksen arvoa asiakkaiden antamilla perusteluilla sekä avoimilla vastauksilla kysymyksiin. Mielestämme tutkimusmenetelmät, joita käytimme, vastasivat hyvin tämän tutkimuksen tarpeita.

Asiakastytyväisyyslomakkeen valmistuttua testasimme kyselyn toimivuutta eräällä hiihtokouluryhmällä ennen varsinaista käyttöönottoa. Pienten täydennysten jälkeen lomake oli valmis jaettavaksi tutkittaville asiakkaille. Tulosten analysointi suoritettiin kevään sekä syksyn 2009 aikana ja opinnäytetyöprosessin kirjallista tuottamista jatkettiin syksyllä 2009. Tulosten analysoiminen oli hidasta, mutta samalla antoisaa ja mielenkiintoista. Kirjallinen tuottaminen onnistui hyvin koko prosessin ajan teoriasta tulosten analysointiin ja pohdintaan. Työtä tehtiin yhdessä ja koko opinnäytetyöprosessi eteni tasaisesti kaikissa vaiheissa. Asiakastytyväisyystutkimuksen toteuttaminen oli meille molemmille uutta ja haastavaa työtä, jonka toteuttaminen vaati pitkäjänteisyyttä ja yhteistyökykyä työparin sekä ohjaavien tahojen kesken.

Meidän tavoitteenamme tässä opinnäytetyössä oli luoda mahdollisimman luotettava ja kattava asiakastytyväisyyskysely ja vahvistaa ammattitaitoamme sekä tutkimuksen tekijöinä että asiakkaiden parissa työskentelijöinä. Koimme oppineemme uutta ja onnistuneemme hyvin analysoidessamme tuloksia puolueettomasti objektiivisesta näkökulmasta. Hiihtokoulu sai todennukaisen tilannekatsauksen nykyisestä tilanteesta ja mahdollisista kehityskohteistaan. Prosessin eri vaiheiden työstäminen auttoi kehittämään tutkimusteknisten taitojen lisäksi myös keskinäistä yhteistyötämme sekä verkostoitumistaitoja työelämän toimijoiden kanssa. Tulevina liikunnanohjaajina tulemme työskentelemään asiakaspalvelutehtävissä. Tutkittuamme opinnäytetyöprosessin aikana asiakastytyväisyyttä, sen muodostumista sekä palvelun eri osatekijöitä ja niiden suhdetta asiakastytyväisyyteen saimme erittäin tärkeää tietoa tulevaisuuden työtehtäviä varten.

Opinnäytetyön tavoitteena toimeksiantajan kannalta oli saada tuloksia Vuokatin Hiihtokoulun palveluja käyttävien asiakkaiden tyytyväisyydestä sekä kehittämis ehdotuksia toimintansa heikkouksiin. Saatujen tulosten pohjalta Hiihtokoulu pystyy arvioimaan toimintaansa ja erottamaan tulevaisuudessa palvelujensa avulla positiivisesti kilpailijoistaan. Vuokatin Hiihtokoulun tavoitteena on pystyä pitämään palvelun laatu korkeana eri osa-alueilla, joita kyselyssämme tutkimme. Kehittämis ehdotusten lisäksi pyrimme tutkimuksessa löytämään Vuokatin Hiihtokoulun vahvuuksia, joita löytyi huomattavasti heikkouksia enemmän. Tätä opinnäyte-



työtä pystytän hyödyntämään myös Vuokatin Hiihtokoulun laatukäsikirjassa sekä perehdytyskansiossa, joiden sisältöä työstetään parhaillaan.

Kajaanin ammattikorkeakoulun tavoitteena on tehdä yhteistyötä alueen liikuntapalveluja tarjoavien yritysten ja yhdistysten kanssa. Opinnäytetyöt ovat yksi tällaisen yhteistyön toteutusmuoto. Tutkimuksemme tukee koulun tavoitetta tehdä yhteistyötä Vuokatin Hiihtokoulun sekä Vuokatinrinteiden henkilökunnan kanssa. Toisena tavoitteena näemme opiskelijoiden ammattitaidon kehittymisen sekä verkostoitumisen työelämän toimijoiden kanssa.



LÄHTEET

- Armstrong, G. & Kotler, P. 2003. Marketing an introduction. New Jersey.
- Bergström, S. & Leppänen, A. 2003. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Bergström, S. & Leppänen, A. 2007. Markkinoinnin maailma. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Blaxter, L., Hughes, C. & Tight, M. 1996. How to research. Buckingham: Open University Press.
- Grönroos, C. 1998. Nyt kilpaillaan palveluilla. Porvoo: WSOY.
- Grönroos, C. 2001. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Grönroos, C. 2003. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2008. Tutki ja kirjoita. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.
- Jobber, D. 2001. Principles and practice of marketing. London: McGraw-Hill.
- Joutsenkunnas, T. & Heikurainen, P. 2003. Esimiehenä palveluyrityksessä. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Karmala, P. & Vihmallo, P. 2006a. Viestintä 1 (Suomen Hiihdonopettajien koulutusmateriaali).
- Karmala, P. & Vihmallo, P. 2006b. Viestintä 2 (Suomen Hiihdonopettajien koulutusmateriaali).
- Karmala, P., Laiho, T. & Vihmallo, P. 2006. Opetusoppi. (Suomen Hiihdonopettajien koulutusmateriaali)
- Komppula, R. & Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita Prima Oy.



- Korkeamäki, A., Pulkkinen, I. & Selinheimo, R. 2000. Asiakaspalvelu ja markkinointi. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Kuusela, H. & Rintamäki, T. 2002. Markkinoinnin haaste. Helsinki: WSOY.
- Lackman, P. & Verhelä, P. 2003. Matkailun ohjelmapalvelut. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Lahtinen, J. & Isoviita, A. 2001. Asiakaspalvelun ja markkinoinnin perusteet. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Lahtinen, J., Isoviita, A. & Hytönen, K. 1996. Markkinoinnin kilpailukeinot. Kokkola: KP Paino.
- Lecklin, O. 1997. Laatu yrityksen menestystekijänä. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Likitalo, H. & Rissanen, R. 1998. Tutkimusmenetelmät. Helsinki: Hakapaino Oy.
- Ovaskainen, H. 2009. Haastattelu. 23.10.2009
- Performance Research Associates Inc. 2006. Huippupalvelua asiakkaille. Helsinki: Rastor Oy.
- Pesonen, H., Lehtonen, J. & Toskala, A. 2002. Asiakaspalvelu vuorovaikutuksena-markkinointia, viestintää, psykologiaa. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Pesonen, I., Mönkkönen, T. & Hokkanen, T. 2000. Menestyvä matkailuyritys. Helsinki: Oy Edita Ab.
- Rautiainen, M. & Siiskonen, M. 2002. Hotellin asiakasliikenne ja kannattavuus. Vantaa: Dark Oy.
- Rissanen, T. 2005. Hyvän palvelun kehittäminen. Vaasa: Kustannusyhtiö Pohjantähti Poles-tar Ltd.
- Rope, T. & Mether, J. 1991. Mielikuvamarkkinointi. 2. painos. Helsinki: Painokaari Oy.
- Rope, T. & Pöllänen, J. 1998. Asiakastyytyväisyysjohtaminen. 4. painos. Juva: WSOY.
- Rope, T. & Vahvaselkä, I. 1995. Nykyaikainen markkinointi. Porvoo: WSOY:n Graafiset laitokset.



Storbacka, K. & Lehtinen, J. N. 1997. Asiakkuuden ehdoilla vai asiakkaiden armoilla. Porvoo: WSOY.

Suomen Hiihdonopettajat (SHO) ry. 2009.

<http://www.hiihdonopettajat.com/koulutusjarjestelma.php> (luettu 23.10.2009).

Suomen Hiihdonopettajat (SHO) ry. 2009.

http://www.hiihdonopettajat.com/tiedostot/SHOry_koul_jarj_kuvaus.pdf (luettu 23.10.2009).

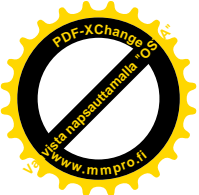
Viitala, R. & Jylhä, E. 2002. Menestyvä yritys-liiketoimintaosaamisen perusteet. Helsinki: Edita Prima Oy.

Väistö, R. 1994. Palvelu puhuttaa. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

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

Ylikoski, T. 2000. Unohtuiko asiakas? Toinen, uudistettu painos. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Äyväri, A., Suvanto, P. & Vitikainen, M. 1995. Markkinoiden palveluja. Porvoo: WSOY:n Graafiset laitokset.

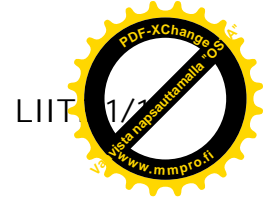


LIITTEET

LIITE 1. ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELYLOMAKE

LIITE 2. ASIAKKAIDEN PERUSTELUT KYSYMYKSIIN SEKÄ
AVOIMET VASTAUKSET

LIITE 3. VASTAUSTEN FREKVENSSIJAKAUMAT



Liite 1. Asiakastyytyväisyyskyselylomake

Arvoisa hiihtokoulun asiakas,

Tutkimuksen tarkoituksena on kehittää Vuokatin Hiihtokoulun palveluja sekä toimintaa. Olemme liikunnanohjaajaopiskelijoita Kajaanin Ammattikorkeakoulusta ja teemme opintoihimme kuuluvaa opinnäytetyötä Vuokatin Hiihtokoulun asiakastyytyväisyydestä.

Tutkimukseen vastanneiden kesken arvotaan 2 viiden päivän hissilippua Huippupaikat Oy:n keskuksiin (Vuokatti, Tahko, Kasurila). Kyselyn lopussa on erillinen lomake yhteystiedoille arvontaa varten. Vastaajan henkilöllisyys ei tule ilmi tuloksista.

Rastittakaa yksi sopivin vaihtoehto, jos ei toisin mainita

1. Kyselyyn vastaaja

- hiihtokoululainen itse
- huoltaja yhdessä lapsen kanssa

2. Hiihtokoululaisen ikä

3. Hiihtokoululaisen sukupuoli

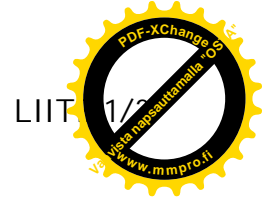
- mies
- nainen

4. Asuinpaikkakunta

5. Hiihtokouluopettajan nimi

- en muista
- ei käynyt ilmi

6. Päivämäärä, jolloin olit hiihtokoulussa



7. Olitko hiihtokoulussa

yksityistunnilla, jolla oli _____ oppilasta

kurssilla, jolla oli _____ oppilasta,

kurssin nimi: _____

8. Tunnin / kurssin kesto

50 min

100 min

usean päivän, kesto yht. _____ päivää

9. Olitko hiihtokoulussa

ensimmäistä kertaa

_____ kertaa

10. Olitko Vuokatin Hiihtokoulussa

ensimmäistä kertaa

_____ kertaa

11. Mille tunnille osallistuitte?

laskettelu

lumilautailu

telemark

soveltava hiihto

murtomaahiihto

12. Mistä sait tietoa Vuokatin Hiihtokoulusta?

internetistä

lehdistä / mainoksista

ystäviltä / tutuilta

alueen muilta palvelun tarjoajilta (esimerkiksi: lipunmyynti, vuokraamo, majoituspaikat)

muualta, mistä _____

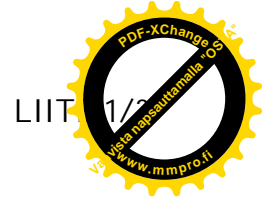
13. Miten varasit ajan hiihtokouluun?

puhelimitse

sähköpostilla

hiihtokoulun internet-varausjärjestelmää käyttäen

hiihtokoulun luukulta



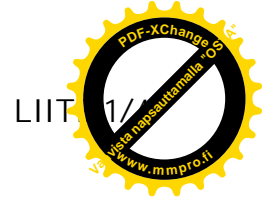
Ympyröikää mielipidettänne parhaiten kuvaava vaihtoehto / arvosana kysymyksien 14- 19 kaikissa eri kohdissa. Mikäli haluatte perustella vastauksianne tarkemmin, vaihtoehtojen alla on tilaa niille.

	Erittäin hyvä	Hyvä	Ei hyvä/ ei huono	Huono	Erittäin huono
14. Varaustilanteessa					
a) saamani tieto	5	4	3	2	1
b) sopivan ajan löytyminen tunnille	5	4	3	2	1
c) saamani palvelu	5	4	3	2	1
Perustelut:	_____				

15. Vuokatinrinteille saavuttaessa (jos et asioinut vuokraamossa, jätä se kohta tyhjäksi)

a) palvelu lipunmyynnissä	5	4	3	2	1
b) palvelu vuokraamossa	5	4	3	2	1
c) opasteet Hiihtokoululle	5	4	3	2	1
d) Hiihtokoulun sijainti	5	4	3	2	1
Perustelut:	_____				

	Erittäin hyvä	Hyvä	Ei hyvä/ ei huono	Huono	Erittäin huono
16. Hiihtokoulun henkilökunta vastaanotossa					
a) vastaanotto	5	4	3	2	1
b) ulkoinen olemus	5	4	3	2	1
c) palvelualltius ja kohteliaisuus	5	4	3	2	1
Perustelut:	_____				



17. Hiihtokoulutunnilla

a) ensivaikutelma	5	4	3	2	1
b) opettajan palvelualttius	5	4	3	2	1
c) hiihtokouluoppilaan aiemman rinnekokemuksen kartoittaminen	5	4	3	2	1
d) tunnin etenemisestä kertominen hiihtokoululaiselle ja vanhemmille; mm. opetuksen kesto, lopetuspaikka	5	4	3	2	1
e) rinneturvallisuusasioiden huomioiminen / opettaminen	5	4	3	2	1
f) välineistä kertominen	5	4	3	2	1

Perustelut: _____

18. Hiihtokoulutunnin opetus

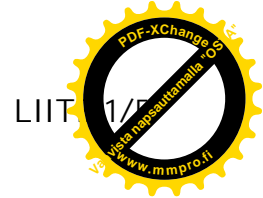
a) harjoitteiden monipuolisuus ja mielekkyys	5	4	3	2	1
b) opettajan antaman palautteen määrä	5	4	3	2	1
c) kannustaminen ja positiivisuus	5	4	3	2	1
d) äänen käyttö, puhuiko opettaja tarpeeksi kuuluvasti	5	4	3	2	1
e) tunnin ilmapiiri	5	4	3	2	1

Perustelut: _____

KYSYMYKSEEN NUMERO 19 VASTAAVAT VAIN KURSSEILLA OLLEET!

	Erittäin hyvä	Hyvä	Ei hyvä/ ei huono	Huono	Erittäin huono
19. Kurssilla					
a) yksilöllinen huomioiminen	5	4	3	2	1
b) opettajan ryhmänhallinta	5	4	3	2	1

Perustelut: _____



Rastittakaa yksi sopivin vaihtoehto kysymyksessä numero 20.

20. Hiihtokoulutunnin päätyttyä

- a) pitikö aikataulu kyllä ei
b) saitteko jatkoharjoitteluohjeita kyllä ei
c) tarjottiinko jatko-opetustuntia kyllä ei

Perustelut: _____

21. Aiotteko käyttää Vuokatin hiihtokoulun palveluja uudelleen? Ympyröikää mielipidettänne parhaiten kuvaava vastaus ja halutessanne voitte perustella vastaustanne.

a) Erittäin todennäköisesti _____

b) Todennäköisesti _____

c) En osaa sanoa _____

d) Epätodennäköisesti _____

e) Erittäin epätodennäköisesti _____

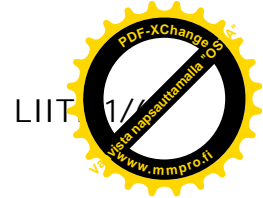
22. Kuinka valmis olisit suosittelemaan hiihtokouluamme? Ympyröikää mielipidettänne parhaiten kuvaava vastaus ja halutessanne voitte perustella vastaustanne.

a) Kyllä _____

b) Luultavasti _____

c) Luultavasti en _____

d) En _____



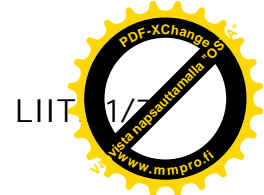
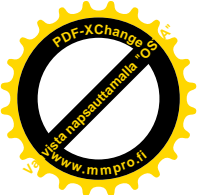
23. Kehittämisehdotuksia

a) Vuokatin Hiihtokoulun mahdolliset puutteet ja kehittämiskohteet _____

b) Vuokatin rinnealueiden ja rinteillä sijaitsevien muiden palveluiden mahdolliset puutteet ja kehittämiskohteet _____

24. Erityistä kiitosta _____

25. Muuta kommentoitavaa _____



KIITOS VASTAUKSISTANNE!!

✂ _____

--

YHTEYSTIETOLOMAKE ARVONTAA VARTEN

Nimi: _____

Osoite: _____

Puhelinnumero: _____

Sähköpostiosoite: _____

Arvonta suoritetaan 30.4.2009

Voittajille ilmoitetaan henkilökohtaisesti, **ONNEA ARVONTAAN!!** ☺



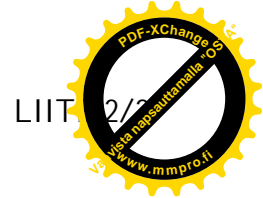
Liite 2. Asiakkaiden perustelut kysymyksiin sekä avoimet vastaukset

Kysymys 12. Mistä sait tietoa Vuokatin Hiihtokoulusta?

- "Hiihtokoulusta" (x 2)
- "Isän tieto." (x 2)
- "Omin silmin näin kyltin" (x 2)
- "Eka kertaa paikan päällä 5 vuotta sitten."
- "Puolisolta."
- "Paikan päältä."
- "Vuokatti lehti."
- "Suoraan hiihtokoulusta."
- "Rinnekartasta."
- "Puhelin."
- "En mistään. Arvelin, että Vuokatissa on hiihtokoulu jos on rinteitä."
- "Matkamessuilta."
- "Huomasimme rinteissä opettajan, Paulin."
- "Olen tiennyt sen aina."

Kysymys 14. Varaustilanteessa asiakkaan saama tieto, palvelu sekä sopivan ajan löytyminen tunnille.

- "Ystävällinen, ongelmaton palvelu." (x 2)
- "Ryhmä oli täynnä mutta soitettiin myöhemmin, että mahtuu."
- "Sähköinen ilmoittautuminen olisi kiva."
- "Varaustilanteessa selvitettiin tarkasti lapsen taso ja tarve."
- "Telluopettaja löytyi, kiva."
- "Internet → yhteydenotto eli varmistus kännykkään, oli hyvää palvelua."
- "Soittaessani jouduin odottamaan aika kauan. Ehkä en osannut soittaa oikeaan aikaan. Hinnasta puhuttaessa on syytä mainita, että hissilippu ostettava erikseen."
- "Lapset halasivat opettajia lähtiessä."
- "Palvelua tarjottiin myös varauksen jälkeen, kun tuli ylimääräinen tunti."



Kysymys 15. Palvelu lipunmyynnissä ja vuokraamossa sekä Hiihtokoulun sijainti ja opasteet Hiihtokoululle.

- "Emme katsoneet opasteita, koska tiesimme ennestään, missä koulu on."
- "Parkkipaikkojen puolellakin saisi olla iso kyltti."
- "Lähellä hissiä ym. palveluita."
- "Opasteista ei käynyt ilmi hiihtokoulun sijainti. Vuokraamossa säädettiin yhdet siteet väärin."
- "Mökki lähellä rinteitä. Saatiin nopeasti varusteet."
- "Saimme kysyä kaksi kertaa ennen kuin löysimme hiihtokoulun."
- "Uusilla hisseillä ei opasteita hiihtokoululle."

Kysymys 16. Hiihtokoulun henkilökunta vastaanotossa.

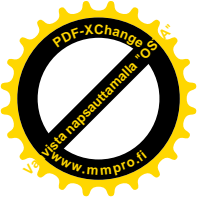
- "Henkilökunta oli hyvin ystävällistä, ottivat myös ujut huomioon."
- "Asiallista suhtautumista tietämättömään"
- "Vaikka Lumilauta Wernerin -ryhmää ei tullutkaan, vaihto suksiin oli hyvä."
- "Palvelu hyvää, ei myyty ´ei oota´."
- "Allu oli mielestämme luonnollinen ja hyvä lapsen kanssa toimimaan."

Kysymys 17. Hiihtokoulutunnilla.

- "Näistä ei ollut puhetta käytiinkö läpi (e+f)." (x 2)
- "Opettaja kertoi hyvin kaiken ja kyllä ne mieleenkin jäivät."
- "Plussaa että opetetaan lapselle sukset ja jalkaan ja pois ym."
- "Sofia ihan ensimmäistä kertaa hiihtokoulussa, turvallisuussääntöjen kertaus olisi ollut paikallaan."
- "Opettaja kertoi vanhemmille myös arvionsa lapsemme suksista ja varusteista. Tämä oli hyvää tietoa."

Kysymys 18. Hiihtokoulutunnin opetus.

- "Laskettelu on kivaa!"
- "Kaikille löytyi sopiva harjoitus taitojen mukaan."
- "Hankalaa sanoa, onko saanut tarpeeksi ohjeita."
- "Kari sai hieman arankin pojan innolla mukaan ryhmään ja laskemaan rohkeasti."



- "Ryhmään sattui tyttöporukka, vaikka ikähaitari oli iso 5-9v. Ryhmä toimi kuitenkin hyvin, pienemmästäkin pidettiin huolta."
- "Kannustamista pitää olla, sillä eka kertaa kun on rinteessä jännittämistä on muutenkin ihan tarpeeksi."
- "5-vuotias olisi halunnut kuulemma pidemmälle reitille."

Kysymys 19. Opettajan ryhmänhallintakyky ja oppilaiden yksilöllinen huomioiminen kurssilla.

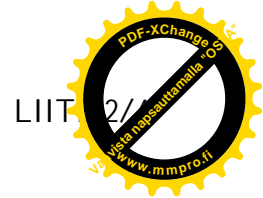
- "Opettaja jakoi huomion hyvin ja tasapuolisesti."
- "Ryhmässä vain kolme oppilasta ja kaikki huomioitiin hyvin."
- "Jaksoivat kuunnella, mitä lapsilla oli sanottavaa, vaikka se ei liittynytään lasketteluun."

Kysymys 20. Hiihtokoulutunnin päätyttyä.

- "Sovimme jo aluksi, ettei tarvetta muuta kuin alkeisopetukseen."
- "Jatko-opetustuntia ei tarjottu, koska se oli kurssi viikko."
- "Opetus oli tehokasta, oppilas oppi tarvittavat ohjeet."
- "B ja c: kurssi ei ole vielä loppunut."
- "Kurssi jatkuu vielä."
- "Jatko-opetusta suositeltiin muutaman omaharjoittelutunnin jälkeen."
- "Jatko-opetusta ei tarjottu mutta suositeltiin kyllä kesän lumilautailuleiriä."
- "Kerrottiin, että kannattaa harjoitella vasta oppimaansa ja sitten ottaa lisätunteja."
- "Telluopettajaa ei ole pääsiäiseksi."
- "Olivat oppineet kuulemma hyvin."
- "Yksi tunti jäi pois, tosin ei kyllä haitannut poikaamme."
- "Koska olemme Espoosta, ja vain yhden viikon lomalla, niin emme olleet ajatelleet jatko-tuntia, mutta opettaja mainitsi kyllä tarpeellisuuden eli rinteeseen vaan."

Kysymys 21. Aikooko asiakas käyttää Vuokatin Hiihtokoulun palveluita uudelleen?

- Erittäin todennäköisesti, perustelut:
"Nuorempi ja intona odottaa, että pääsisi. Varmaankin tänne suunnataan ensi talvenakin."
"Olemme aikaisempienkin kokemustenkin perusteella pitäneet hiihtokoulustanne."
"Ensikokemus oli niin hyvä!"
"Jos tarvitaan lisäopetusta."



"Jos tullaan vielä Vuokattiin."

"Julia oli ensimmäistä kertaa suksilla ja innostui laskettelusta. Kiitos ohjaajille!"

"Lapset pitävät + oppivat."

"Oli pätevät ja kärsivälliset opettajat."

"Palvelu hyvää, isot rinteet vaativat opetusta."

"Rata Wernerin vielä käymättä, lumilautakursseja myös."

"Saran saama opetus oli hyvää, opettaja oli iloinen ja innostava."

"Tilasin pojalle lumilautatunnin."

"Vuokatti on hyvä ja toimiva hiihtokeskus ja poika on vasta 3,5v, joten tod. näk. tarvitsemme opetusta myöhemminkin. Ehkä lumilautailussa.."

- Todennäköisesti, perustelut:

"Edellyttäen, että tulemme Vuokattiin uudelleen."

"Ensitalvena jatkokurssille!"

"Hyvä opetus, lisäoppia jos tarvitaan niin tulen Vuokattiin."

"Ajan ja sään salliessa."

"Hyviä kokemuksia ja äidin päätös."

"Jos loma suuntautuu Vuokattiin."

"Jos lomailemme täällä."

"Jos tarvetta, varataan lisätunti."

"Jos tulemme uudelleen Vuokattiin."

"Jos tulemme Vuokatin suuntaan lomailemaan."

"Laskemisen kokemusta ja varmuutta hakea."

"Mikäli tulemme Vuokattiin."

"Mikäli tänne tullaan."

"Mukava tunti ja opettaja, opin uutta."

"Opettaja oli mukava ja tarviin vielä opetusta. 2 tuntia meni tosi nopeasti."

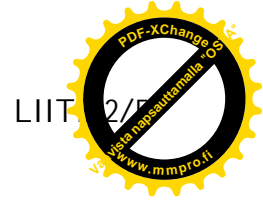
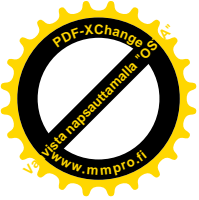
"Vielä on lapsia jäljellä, jotka tarvitsevat opetusta."

- En osaa sanoa, perustelut:

"Käymme monissa laskettelukeskuksissa ja tämä on yksi niistä parhaimmista. Suvun mökki on Vuokatissa ja pikkusisko vielä varmaan innostuu."

"Mahdollisesti olemme jatkossa suuntaamassa joko Alpeille tai Pohjoisemmaksi."

"Poika on oppinut niin hyvin, etten tiedä tarvitseeko lisäoppia."



"Pitkä matka Kirkkonummelta. Vaatii koko perheen lomanviettoa täällä."

"Tarve kartoitetaan ennen seuraavaa vierailua Vuokattiin."

"Koska lumilautakurssilainen on käynyt jo aikaisemmat kurssit mutta todennäköisesti yksi lapsi joka ei ole lumilautakurssilla, jatkaa opetuksia."

"Emme tiedä, milloin seuraavan kerran vierailemme Vuokatissa."

"Jos tarvetta tulee niin kyllä."

"Jos tullaan vielä tänne, niin mikä ettei."

"On käytetty jo useasti. Jos tullaan vielä niin käytetään!"

- Epätodennäköisesti, perustelut:

"Ei enää tarvetta."

- Erittäin epätodennäköisesti, perustelut:

"En tarvitse tämän jälkeen hiihtokoulua tällä viikolla, enkä tiedä tulenko enää tänne."

"Lapset jo hiihtokoulun käyneet."

Kysymys 22. Asiakkaiden valmius suositella Vuokatin Hiihtokoulua.

- Kyllä, perustelut:

"Ystävällinen, luotettava, hinta / laatu ok, lapset osataan huomioida ja ottaa oikein."

(x 2)

"Kiva kokemus, lapsi puhuu innoissaan opettajasta pari päivää kurssin jälkeenkin."

"Hyvää ja mukavaa opetusta. Poikani viihtyi ja meni innokkasti mukaan."

"Ystävällinen ja palvelualtis."

"Olemme tyytyväisiä hiihtokouluun."

"Vuokatissa saa hyvää opetusta ja siellä on monipuoliset rinteet. Mielelläni suosittelisin."

"Saa hyvä perusteet lasketteluun, voi huoletta laittaa lapsen mäkeen."

"Kehitys huomattavaa! Itse ei kykenisi vastaavaan ja kurssilaiset itsekin tuntuivat tykkäävän."

"Olen jo suositellut useasti."

"Positiiviset kokemukset, pienet ryhmät."

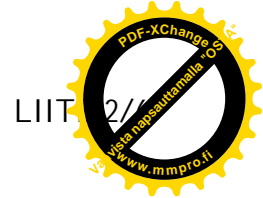
"Opettajat taitavia ja sympaattisia."

"Ensikokemus oli niin hyvä!"

"Hyvä tapa aloittaa uuden harrastuksen perusteista ammattitaitoisen opettajan johdolla."

"Hyvä rinne, sijainti, opetus."

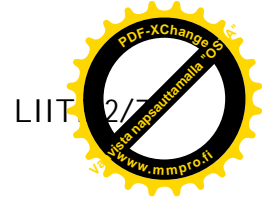
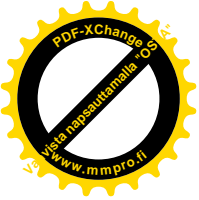
"Teimme sen jo samana iltana."



"Perusasiat tulee opetettua."

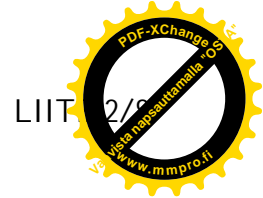
Kysymys 23.a) Kehittämisehdotuksia Vuokatin Hiihtokoululle.

- "Hinta oli taas noussut."
- "Poikani mielipide: kun saisi laskea metsärinteitä."
- "Lumi- ja Vauhti Wernereiden jälkeen ei ole kursseja."
- "Ryhmäkoko max. 10 lasta olisi hyvä."
- "Pienimmille ei ole riittävästi ohjattuja tunteja."
- "Ilmoittautuminen."
- "Ei ole meidän mielestämme."
- "Hiihtokoulua varatessa voisi ilmoittaa mahdollisista ruuhkista vuokraamossa."
- "Ensimmäisen päivän maksujono tarpeettoman pitkä, jos jonossa pitää seisoa myös jo maksaneet."
- "Opastus hiihtokoulun tiloihin paremmaksi."
- "Kun hiihtää esim. Katinkullasta tänne, olisi mahdollisuus jättää omat sukset laskettelun ajaksi varastoon (narikkaan). Pääsis hiihtää takas ja ois hyvä kuntoilua ajatellen. Ei olis huolta, että sukset häviää."
- "Haluaisin, että Pirskatti ja Perskatti mäkiin."
- "Etukäteismateriaalia voisi kehittää. Itse olimme hieman skeptisiä ennen kurssia."
- "Eipä tule mieleen."
- "Esim. lumilautakurssille 2 opettajaa, kun on ensin kartoitettu taso, ettei opettajan aika mene yhtä opettaessa ja muut jää paitsioon."
- "Kurssien nimiä voisi miettiä. Motivoisiko toisenlaiset nimet poikia kurseille."
- "Paremmat opasteet hiihtokoululle."
- "Yksityistunnit hieman kalliita, pienryhmä voisi olla kiva."
- "Tellukurssi pääsiäiseksi."
- "Lisää tapahtumia/tekemistä myös huippusezonkien ulkopuolella."
- "Lapset osattava huomioida, kannustus ja rauhallisuus. Yksi tunti jäi pois?"
- "Enemmän tietoa nettiin, mitä alkeisharjoittelu sisältää."
- "Uusien hissien puolelle mainontaa."
- "Meille oli vaivatonta ja helppoa saada pojalle oppitunti, joten kiitos siitä!"



Kysymys 23.b) Kehittämissuhteita Vuokatin rinnealueiden muille palveluille.

- "Ripa's kuppila saisi olla auki." (x 2)
- "Pulkkamäkeen paremmat valot."
- "Ravintolassa liian vähän asiakaspaikkoja."
- "Ruokatarjonta rinnealueella turhan paljon ranskalaisiin perunoihin painottuva."
- "Musiikkia / radio niin, että kuuluu ulos."
- "Ravintolassa on liian yksinkertainen ruokalista, ranskalaisia ja taas ranskalaisia. Voisi olla erilaisia salaatteja ja monipuolisempia ruoka-annoksia."
- "Kaikki lähellä, mikä on hyvä asia."
- "Ei tule mieleen."
- "Suljetuista rinteistä tiedottaminen puutteellista."
- "Umpikota omien eväiden syötiin, jotta lapset hieman lämpiäisivät tuntien välissä. Tuulisella säällä avokota ei paljon lämmitä!"
- "Pienempien tauon aikana olisi hiihtokoulun puolesta valvonta, mehulla käyttö. Vanhempi ei kerkiä tunnin aikana käydä asioilla tai kotona."
- "Perherinteillä ankkurista irrottautumispaikka voisi olla pitempi. Aloittelijan vaara jäädä jostain kiinni ankkuriin, joka ei irrottautumispaikalla ole tarpeeksi löysällä, on suuri, etenkin, kun irrottautumispaikka on niin lyhyt."
- "Tuolihissit aamuisin huurussa ja istuessa kastuvat vaatteet."
- "Tarjolla voisi olla esim. panniini tai pientä suolasta, sokerittomia vaihtoehtoja."
- "Itärinteillä ei ole lämmittelypaikkaa, pakkasessa auttaisi."
- "Ensimmäisellä kerralla välinevuokraamon työntekijöillä ei ollut mitään tietoa hiihtokoulun alkamisesta ja kuinka välineiden vuokraus / lainaus hiihtokoululaisille tapahtuu."
- "Sesonkikauden ulkopuolella voisi olla eri hinnoittelu hissilipuissa ja miksei hiihtokoulussakin!"
- "Rinteet voisi olla ylhäällä paremmin merkitty ensikertalaisia ajatellen (rinteiden nimet nähtäväksi rinnekartan mukaan). Ripa's kuppila oli tosi viihtyisä mutta olisi ollut mukava, jos siellä olisi ollut lämmin, kunnon wc."
- "Tuolihissin yläasemalla on mahdollisuus poistua suoraan ankkurin eteen, tarvitsee aidan joka ohjaa tunneliin. Perherinteen ja sen hissien välinen huomattava pudotus pitäisi myöskin suojata aidalla."
- "Ilmainen Tenavarinne on tosi hyvä! madaltaa kynnystä tulla kokeilemaan."



- "Hiihtoloma-aika, tietysti paljon ihmisiä liikkeellä, joten jonot välillä aika pitkiä sekä hissiin että ravintolapalveluissa. Tuolihissin luokse henkilökuntaa. Jonotilanteissa useampia yhteen hissiin. Pysäköintitilan ahtaudelle voisi kehitellä jotain."
- "Leikkipaikka pienimmille lapsille ravintolan yhteyteen (TV, DVD, piirustuspaikka)."
- "Ensikertalaisen on hieman vaikea suunnistaa rinteeltä toiselle, koska rinnekarttaa ei ainakaan aktiivisesti tarjota käyttöön."
- "Hissien huoltamisessa on toivomisen varaa, samoin lasten huomioimisessa hissiin mentäessä. Lasten ja aikuistenkin olisi helpompi saada hissistä kiinni, jos hissien puhdistamiseen lumesta ja jäästä nähtäisiin hieman vaivaa. Jäinen ja luminen hiihtotuoli/ankkuri/sompa on inhottava pyllyn alla."
- "Kartat hyvät, maastoon enemmän viittoja."
- "Lisää rinteitä ja opasteita, esim. ensiapu."
- "Rinneopasteet (nimet) paremmin näkyville ylhäällä. Mahdollisuus (paikka) omien eväiden syömiselle sisätiloissa."
- "Aina ei saa selville, mitä koko paikkakunnalla Vuokatti-Sotkamo-Urheiluopisto-Kajaani on tarjolla: tapahtumat, jumpat jne. Esim. Minne mennä-palsta joka päiväksi, liikunta, musiikki, tanssit jne. Kuntien ja yritysten palvelut jne. Keskitetty tapahtumien tiedotus. Älykortti pitäisi olla palautettava eli ns. pantti maksulle."
- "Lautailijoille oma rinne?"

Kysymys 24. Erityistä kiitosta.

- "Mukava ope ja kannustava opetus. Tyttö tuli itseluottamusta puhkuen pois vaikka vasta eka kerta laskettelua"
- "Annille paljon kiitoksia!"
- "Hiihdonopettajien hyvä asenne ja palvelualltius."
- "Opettajille, jotka auttoivat ja opettivat minua lautailemaan."
- "Rinteet pidettiin hyvässä kunnossa."
- "Hyvät ruuat kahvilassa!"
- "Hyvä opettaja, olimme samalla aaltopituudella."
- "Hauskaa ja opettavaista on ollut!"
- "Sukset sai olla kotona lauantaista sunnuntaihin (vuokraamosta?). Harjoiteltiin lauantaina lastenrinteessä, mitä oli tunneilla opittu."
- "Opettajalle Jenni!"



- "Kokemustemme perusteella osaatte hyvin ottaa huomioon eri-ikäiset hiihtokoululaiset. Perheemme nuorin palveluiden käyttäjä oli 3v. ja oppi tunnilla ihan kivasti."
- "Opettajalle."
- "Että opettaja oli n. omanikäinen nuori nainen, synkkasi hyvin!"
- "Kaikille."
- "Sanna: oikein positiivinen ja lasta innostava opettaja. Anssi: hänen kanssa en itse asioinut mutta poika sanoi yhtä kivaksi kuin Sanna."
- "Opettajallemme."
- "Hyvästä, persoonallisesta opetuksesta."
- "Hyvää tsemppausta oli lapsille. Erin halusi uudelleen kouluun Jennin kanssa, joten se kertoo jo paljon."
- "Kiva henkilökunta."
- "Antille 2008 ratalaskuillasta!"
- "Positiivisesta ja kannustavasta asenteesta hiihtokoululaista kohtaan. Itse ainakin koen lapseni tulleen huomioiduksi ryhmässä."
- "Jennille kiitos erittäin ystävällisestä ja kannustavasta opetuksesta!"
- "Että olette taas jaksaa opettaa lastani, joka olisi minulta jäänyt tekemättä."
- "Itärinteet oli auki!"
- "Ilmapiiri oli hyvä kaikissa pisteissä (hissit, taukopaikat, laskettelukoulu, lippuluukku, vuokraamo)."
- "Erittäin miellyttävää ja avuliasta henkilökuntaa."
- "Opeille ja Wernerille!"
- "Kiitokset hyvälle ohjaajille."
- "Erittäin sujuvaa ja ystävällistä toimintaa."
- "Opetus oli niin hyvää, että tyttö innostui tosissaan lautailusta ja pääsee nyt jo isojakin mäkiä alas suht hyvin. Kiitos!"
- "Kiitos hienosta tunnista, palveluasenne ja opetustaidot ovat kohdallaan."
- "Vanhasta laskettelusta löytyi kokonaan uusi laji leikkaavien käännösten opettelu myötä."
- "Hiihdonopettaja Jennille erityiskiitokset Saran opettamisesta. Rinteiden kunto oli myös kiitoksen arvoinen."
- "Heidille vapaa-aikana pidetystä tunnista ja hyvästä opetuksesta."
- "Opettajalle hyvästä opetuksesta."
- "Kiva opettaja."
- "Opettaja oli todella mukava."



- "Kivat opettajat."
- "Opettajien reipasta olemusta lapsia kohtaan ja kuinka saivat lapset mukaan harjoituksiin."
- "Opettajan kärsivällisyydestä."
- "Allu oli luonteva pienen lapsen kanssa (vaikka omia lapsia ei olekaan). Poikamme sanoi vielä seuraavanakin päivänä, että nyt pitää kääntyillä rinteessä samalla tavalla kuin Allun perässä."
- "Ystävällistä palvelua."
- "Kiitos opetuksesta."

Kysymys 25. Muuta kommentoitavaa.

- "Ei muuta kuin kiitos, tack!"
- "Todella mukava paikka!"
- "Kokonaisuudessaan äärimmäisen positiivinen kuva jäi koulusta. Nuorimmainen Eeli oli 3 päivää Lumi Wernerissä ja vanhemmat pojat jatkokurssilla. Kaikki heidän opettajat olivat asiallisia ja iloisia, innokkaita ja osaavia! Jatkokurssin osalta "Jussi?" oli opettaja, jonka kanssa hiukan enemmän puhuin – positiivista palautetta myös hänelle!"
- "Hyvä Hiihtokoulu!"
- "On kiva, että laskettelukoulusta löytyy uusia ystäviä!"
- "Lämmin kiitos Antille ja hiihtokoululle. Hyvää kevättä!"
- "Ollaan kolmatta vuotta peräkkäin viikon reissulla ja tullaan jatkossakin."
- "Vanhemmille kurssin ajaksi alehissiliput."
- "Myös saamamme informaatio Paulilta oli hyvää."

Liite 3. Vastausten frekvenssijakaumat

		Lomakkeen numero	Kyselyyn vastaaja	Hiihtokoululaisen ikä	Hiihtokoululaisen sukupuoli
N	Valid	87	85	77	84
	Missing	0	2	10	3
Mean		44,00	1,81	11,77	1,52
Median		44,00	2,00	8,00	2,00
Mode		1 ^a	2	6	2

		Hiihtokoululaisen asuinlääni	Hiihtokouluopettajan nimi	Päivämäärä, jolloin asiakas oli hiihtokoulussa	Oliko asiakas hiihtokoulussa yksityistunnilla / kurssilla
N	Valid	86	87	85	87
	Missing	1	0	2	0
Mean		1,99	11,44	1,98	1,47
Median		1,00	10,00	2,00	1,00
Mode		1	24	2	1

		Oppilaiden lukumäärä yksityistunnilla	Oppilaiden lukumäärä kurssilla	Kurssin nimi	Tunnin / kurssin kesto
N	Valid	46	39	41	87
	Missing	41	48	46	0
Mean		1,28	6,97	1,98	2,00
Median		1,00	6,00	2,00	2,00
Mode		1	5	2	1 ^a

		Usean päivän kurssin kesto	Oliko asiakas hiihtokoulussa 1,2,3... kertaa	Oliko asiakas hiihtokoulussa ensimmäistä / useammatta kertaa	Oliko asiakas Vuokatin Hiihtokoulussa 1,2,3.. kertaa
N	Valid	40	87	87	87
	Missing	47	0	0	0
Mean		4,90	1,75	1,40	1,55
Median		5,00	1,00	1,00	1,00
Mode		5	1	1	1

		Oliko asiakas Vuokatin Hiihtokoulussa ensimmäistä / useammatta kertaa	Mille tunnille asiakas osallistui	Mistä tietoa: Internet	Mistä tietoa: Lehdet/ mainokset
N	Valid	87	87	55	14
	Missing	0	0	32	73
Mean		1,29	1,92	1,00	1,00
Median		1,00	1,00	1,00	1,00
Mode		1	1	1	1

		Mistä tietoa: Ystävät/tutut	Mistä tietoa: Alueen muut palvelut (esimerkiksi: lipunmyynti, vuokraamo, majoituspaikat)	Mistä tietoa: Muualta	Miten asiakas varasi ajan hiihtokouluun?
N	Valid	6	12	16	85
	Missing	81	75	71	2
Mean		1,00	1,00	1,00	2,25
Median		1,00	1,00	1,00	2,00
Mode		1	1	1	1

		Varaus-tilanteessa asiakkaan saama tieto	Varaus-tilanteessa sopivan ajan löytyminen	Varaus-tilanteessa asiakkaan saama palvelu	Palvelu lipunmyynnissä Vuokatin-rinteille saavuttaessa
N	Valid	86	85	85	74
	Missing	1	2	2	13
Mean		4,49	4,66	4,76	4,39
Median		4,00	5,00	5,00	4,00
Mode		4	5	5	5

		Palvelu vuokraamossa Vuokatinrinteille saavuttaessa	Opasteet Hiihtokoululle Vuokatinrinteille saavuttaessa	Hiihtokoulun sijainti Vuokatinrinteille saavuttaessa	Asiakkaan saama vastaanotto Hiihtokoulun henkilökunnalta
N	Valid	67	80	82	86
	Missing	20	7	5	1
Mean		4,43	3,93	4,61	4,60
Median		5,00	4,00	5,00	5,00
Mode		5	4	5	5

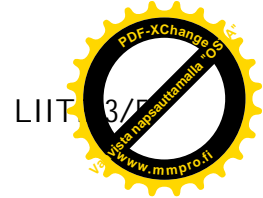
		Hiihtokoulun henkilökunnan ulkoinen olemus	Hiihtokoulun henkilökunnan palvelualltius ja kohteliaisuus	Ensivaikutelma hiihtokoulutunnilla	Opettajan palvelualltius hiihtokoulutunnilla
N	Valid	86	86	87	87
	Missing	1	1	0	0
Mean		4,60	4,71	4,52	4,69
Median		5,00	5,00	5,00	5,00
Mode		5	5	5	5

		Oppilaan aiemman rinnekokemuksen kartoittaminen hiihtokoulutunnilla	Hiihtokoulutunnin etenemisestä kertominen hiihtokoululaiselle ja vanhemmalle	Rinneturvallisuusasioiden huomioiminen ja opettaminen hiihtokoulutunnilla	Välineistä kertominen hiihtokoulutunnilla
N	Valid	85	86	83	82
	Missing	2	1	4	5
Mean		4,47	4,38	4,29	4,38
Median		5,00	4,50	4,00	4,00
Mode		5	5	5	4

		Harjoitteiden monipuolisuus ja mielekkyys hiihtokoulutunnin opetuksessa	Opettajan antaman palautteen määrä hiihtokoulutunnin opetuksen aikana	Opettajan positiivisuus ja oppilaan kannustaminen hiihtokoulutunnin aikana	Puhuiko opettaja tarpeeksi kuuluvasti hiihtokoulutunnin opetuksen aikana
N	Valid	87	87	87	86
	Missing	0	0	0	1
Mean		4,52	4,43	4,62	4,66
Median		5,00	4,00	5,00	5,00
Mode		5	5	5	5

		Ilmapiiri hiihtokoulutunnin opetuksessa	Oppilaan yksilöllinen huomioiminen kurssilla	Opettajan ryhmänhallintakyky kurssilla	Pitkö hiihtokoulutunnin aikataulu
N	Valid	87	40	40	82
	Missing	0	47	47	5
Mean		4,71	4,35	4,58	1,01
Median		5,00	4,00	5,00	1,00
Mode		5	5	5	1

		Saitteko jatko-harjoitteluohjeita	Tarjottiinko jatko-opetustuntia	Aiotteko käyttää Vuokatin Hiihtokoulun palveluja uudelleen	Kuinka valmis asiakas olisi suosittelemaan Vuokatin Hiihtokoulua
N	Valid	71	68	85	86
	Missing	16	19	2	1
Mean		1,27	1,85	2,05	1,07
Median		1,00	2,00	2,00	1,00
Mode		1	2	2	1

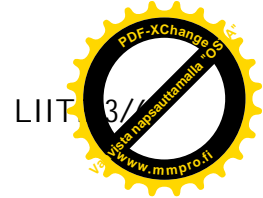


Kyselyyn vastaaja

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hiihtokoululainen itse	16	18,4	18,8	18,8
	Huoltaja yhdessä lapsen kanssa	69	79,3	81,2	100,0
	Total	85	97,7	100,0	
Missing	System	2	2,3		
Total		87	100,0		

Hiihtokoululaisen ikä

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	2,3	2,6	2,6
	4	7	8,0	9,1	11,7
	5	10	11,5	13,0	24,7
	6	14	16,1	18,2	42,9
	7	5	5,7	6,5	49,4
	8	7	8,0	9,1	58,4
	9	5	5,7	6,5	64,9
	10	6	6,9	7,8	72,7
	11	6	6,9	7,8	80,5
	12	3	3,4	3,9	84,4
	14	2	2,3	2,6	87,0
	21	1	1,1	1,3	88,3
	28	1	1,1	1,3	89,6
	30	1	1,1	1,3	90,9
	37	1	1,1	1,3	92,2
	42	1	1,1	1,3	93,5
	44	1	1,1	1,3	94,8
	46	1	1,1	1,3	96,1
	52	1	1,1	1,3	97,4
	54	1	1,1	1,3	98,7
	58	1	1,1	1,3	100,0
	Total	77	88,5	100,0	
Missing	System	10	11,5		
Total		87	100,0		



Hiihtokoululaisen sukupuoli

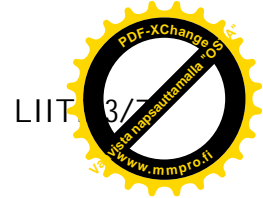
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mies	40	46,0	47,6	47,6
	Nainen	44	50,6	52,4	100,0
	Total	84	96,6	100,0	
Missing	System	3	3,4		
Total		87	100,0		

Hiihtokoululaisen asuinlääni

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Etelä-Suomen lääni	44	50,6	51,2	51,2
	Länsi-Suomen lääni	18	20,7	20,9	72,1
	Itä-Suomen lääni	8	9,2	9,3	81,4
	Oulun lääni	15	17,2	17,4	98,8
	Ulkomaat	1	1,1	1,2	100,0
	Total		86	98,9	100,0
Missing	System	1	1,1		
Total		87	100,0		

Päivämäärä, jolloin asiakas oli hiihtokoulussa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tammikuu	20	23,0	23,5	23,5
	Helmikuu	51	58,6	60,0	83,5
	Maaliskuu	10	11,5	11,8	95,3
	Huhtikuu	4	4,6	4,7	100,0
	Total		85	97,7	100,0
Missing	System	2	2,3		
Total		87	100,0		



Hiihtokouluopettajan nimi

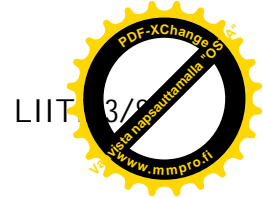
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid En muista	4	4,6	4,6	4,6
Jenni	14	16,1	16,1	20,7
Anni	11	12,6	12,6	33,3
Sanna	3	3,4	3,4	36,8
Kari	7	8,0	8,0	44,8
Antti	3	3,4	3,4	48,3
Pasi	1	1,1	1,1	49,4
Anssi	7	8,0	8,0	57,5
Marko	2	2,3	2,3	59,8
Allu	4	4,6	4,6	64,4
Heidi	2	2,3	2,3	66,7
Pablo	1	1,1	1,1	67,8
Teemu	1	1,1	1,1	69,0
Ville	1	1,1	1,1	70,1
Juha	2	2,3	2,3	72,4
Johanna	2	2,3	2,3	74,7
Junnu	2	2,3	2,3	77,0
Paula	1	1,1	1,1	78,2
A-P	1	1,1	1,1	79,3
Useita opettajia	18	20,7	20,7	100,0
Total	87	100,0	100,0	

Oliko asiakas hiihtokoulussa yksityistunnilla / kurssilla

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Yksityistunnilla	46	52,9	52,9	52,9
Kurssilla	41	47,1	47,1	100,0
Total	87	100,0	100,0	

Yksityistunnilla olleiden oppilaiden lukumäärä

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	35	40,2	76,1	76,1
2	10	11,5	21,7	97,8
4	1	1,1	2,2	100,0
Total	46	52,9	100,0	
Missing System	41	47,1		
Total	87	100,0		



Kurssilla olleiden oppilaiden lukumäärä

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	2	2,3	5,1	5,1
4	4	4,6	10,3	15,4
5	8	9,2	20,5	35,9
6	7	8,0	17,9	53,8
7	4	4,6	10,3	64,1
8	4	4,6	10,3	74,4
9	3	3,4	7,7	82,1
10	3	3,4	7,7	89,7
12	3	3,4	7,7	97,4
15	1	1,1	2,6	100,0
Total	39	44,8	100,0	
Missing System	48	55,2		
Total	87	100,0		

Kurssin nimi

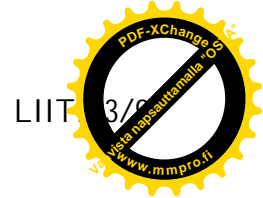
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Alkeiskurssi	1	1,1	2,4	2,4
Werner	40	46,0	97,6	100,0
Total	41	47,1	100,0	
Missing System	46	52,9		
Total	87	100,0		

Tunnin / kurssin kesto

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 50 min	40	46,0	46,0	46,0
100 min	7	8,0	8,0	54,0
Usean päivän	40	46,0	46,0	100,0
Total	87	100,0	100,0	

Usean päivän kurssin kesto

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	3	3,4	7,5	7,5
4	3	3,4	7,5	15,0
5	29	33,3	72,5	87,5
6	5	5,7	12,5	100,0
Total	40	46,0	100,0	
Missing System	47	54,0		
Total	87	100,0		



Oliko asiakas hiihtokoulussa 1,2,3... kertaa

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	52	59,8	59,8	59,8
2	17	19,5	19,5	79,3
3	12	13,8	13,8	93,1
4	3	3,4	3,4	96,6
6	3	3,4	3,4	100,0
Total	87	100,0	100,0	

Oliko asiakas hiihtokoulussa ensimmäistä / useammatta kertaa

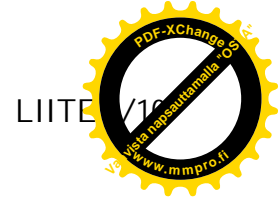
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ensimmäistä kertaa	52	59,8	59,8	59,8
Useammatta kertaa	35	40,2	40,2	100,0
Total	87	100,0	100,0	

Oliko asiakas Vuokatin Hiihtokoulussa 1,2,3.. kertaa

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	62	71,3	71,3	71,3
2	13	14,9	14,9	86,2
3	6	6,9	6,9	93,1
4	3	3,4	3,4	96,6
5	1	1,1	1,1	97,7
6	2	2,3	2,3	100,0
Total	87	100,0	100,0	

Oliko asiakas Vuokatin Hiihtokoulussa ensimmäistä / useammatta kertaa

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ensimmäistä kertaa	62	71,3	71,3	71,3
Useammatta kertaa	25	28,7	28,7	100,0
Total	87	100,0	100,0	



Mille tunnille asiakas osallistui

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laskettelu	59	67,8	67,8	67,8
Telemark-hiihhto	2	2,3	2,3	70,1
Lumilautailu	26	29,9	29,9	100,0
Total	87	100,0	100,0	

Mistä tietoa: Internet

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	55	63,2	100,0	100,0
Missing System	32	36,8		
Total	87	100,0		

Mistä tietoa: Lehdet/mainokset

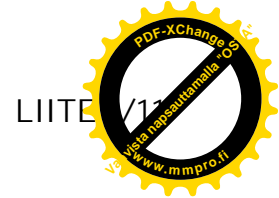
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	14	16,1	100,0	100,0
Missing System	73	83,9		
Total	87	100,0		

Mistä tietoa: Ystävät/tutut

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	6	6,9	100,0	100,0
Missing System	81	93,1		
Total	87	100,0		

Mistä tietoa: Alueen muut palvelut (esimerkiksi: lipunmyynti, vuokraamo, majoituspaikat)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	12	13,8	100,0	100,0
Missing System	75	86,2		
Total	87	100,0		



Mistä tietoa: Muualta

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	16	18,4	100,0	100,0
Missing System	71	81,6		
Total	87	100,0		

Miten asiakas varasi ajan hiihtokouluun?

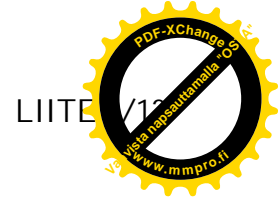
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Puhelimitse	39	44,8	45,9	45,9
Sähköpostitse	12	13,8	14,1	60,0
Hiihtokoulun Internet-varausjärjestelmää käyttäen	8	9,2	9,4	69,4
Hiihtokoulun luvulta	26	29,9	30,6	100,0
Total	85	97,7	100,0	
Missing System	2	2,3		
Total	87	100,0		

Varaustilanteessa asiakkaan saama tieto

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Hyvä	44	50,6	51,2	51,2
Erittäin hyvä	42	48,3	48,8	100,0
Total	86	98,9	100,0	
Missing System	1	1,1		
Total	87	100,0		

Varaustilanteessa sopivan ajan löytyminen

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ei hyvä/Ei huono	3	3,4	3,5	3,5
Hyvä	23	26,4	27,1	30,6
Erittäin hyvä	59	67,8	69,4	100,0
Total	85	97,7	100,0	
Missing System	2	2,3		
Total	87	100,0		



Varaustilanteessa asiakkaan saama palvelu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hyvä	20	23,0	23,5	23,5
	Erittäin hyvä	65	74,7	76,5	100,0
	Total	85	97,7	100,0	
Missing	System	2	2,3		
Total		87	100,0		

Palvelu lipunmyynnissä Vuokatinrinteille saavuttaessa

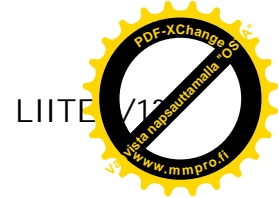
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Huono	1	1,1	1,4	1,4
	Ei hyvä/Ei huono	4	4,6	5,4	6,8
	Hyvä	34	39,1	45,9	52,7
	Erittäin hyvä	35	40,2	47,3	100,0
	Total	74	85,1	100,0	
Missing	System	13	14,9		
Total		87	100,0		

Palvelu vuokraamossa Vuokatinrinteille saavuttaessa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Huono	1	1,1	1,5	1,5
	Ei hyvä/Ei huono	4	4,6	6,0	7,5
	Hyvä	27	31,0	40,3	47,8
	Erittäin hyvä	35	40,2	52,2	100,0
	Total	67	77,0	100,0	
Missing	System	20	23,0		
Total		87	100,0		

Opasteet Hiihtokoululle Vuokatinrinteille saavuttaessa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin huono	1	1,1	1,3	1,3
	Huono	8	9,2	10,0	11,3
	Ei hyvä/Ei huono	13	14,9	16,3	27,5
	Hyvä	32	36,8	40,0	67,5
	Erittäin hyvä	26	29,9	32,5	100,0
	Total	80	92,0	100,0	
Missing	System	7	8,0		
Total		87	100,0		



Hiihtokoulun sijainti Vuokatinrinteille saavuttaessa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ei hyvä/Ei huono	2	2,3	2,4	2,4
	Hyvä	28	32,2	34,1	36,6
	Erittäin hyvä	52	59,8	63,4	100,0
	Total	82	94,3	100,0	
Missing	System	5	5,7		
Total		87	100,0		

Asiakkaan sama vastaanotto Vuokatin Hiihtokoulun henkilökunnalta

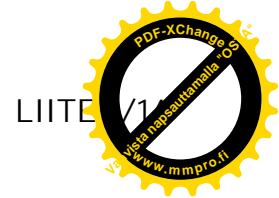
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ei hyvä/Ei huono	1	1,1	1,2	1,2
	Hyvä	32	36,8	37,2	38,4
	Erittäin hyvä	53	60,9	61,6	100,0
	Total	86	98,9	100,0	
Missing	System	1	1,1		
Total		87	100,0		

Hiihtokoulun henkilökunnan ulkoinen olemus

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ei hyvä/Ei huono	1	1,1	1,2	1,2
	Hyvä	32	36,8	37,2	38,4
	Erittäin hyvä	53	60,9	61,6	100,0
	Total	86	98,9	100,0	
Missing	System	1	1,1		
Total		87	100,0		

Hiihtokoulun henkilökunnan palvelualltius ja kohteliaisuus

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ei hyvä/Ei huono	2	2,3	2,3	2,3
	Hyvä	21	24,1	24,4	26,7
	Erittäin hyvä	63	72,4	73,3	100,0
	Total	86	98,9	100,0	
Missing	System	1	1,1		
Total		87	100,0		



Ensivaikutelma hiihtokoulutunnilla

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ei hyvä/Ei huono	2	2,3	2,3	2,3
Hyvä	38	43,7	43,7	46,0
Erittäin hyvä	47	54,0	54,0	100,0
Total	87	100,0	100,0	

Opettajan palveluattius hiihtokoulutunnilla

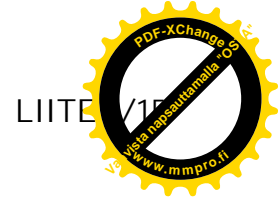
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ei hyvä/Ei huono	1	1,1	1,1	1,1
Hyvä	25	28,7	28,7	29,9
Erittäin hyvä	61	70,1	70,1	100,0
Total	87	100,0	100,0	

Oppilaan aiemman rinnekokemuksen kartoittaminen hiihtokoulutunnilla

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ei hyvä/Ei huono	4	4,6	4,7	4,7
Hyvä	37	42,5	43,5	48,2
Erittäin hyvä	44	50,6	51,8	100,0
Total	85	97,7	100,0	
Missing System	2	2,3		
Total	87	100,0		

Hiihtokoulutunnin etenemisestä kertominen hiihtokoululaiselle ja vanhemmalle

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ei hyvä/Ei huono	10	11,5	11,6	11,6
Hyvä	33	37,9	38,4	50,0
Erittäin hyvä	43	49,4	50,0	100,0
Total	86	98,9	100,0	
Missing System	1	1,1		
Total	87	100,0		



Rinneturvallisuusasioiden huomioiminen ja opettaminen hiihtokoulutunnilla

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Huono	2	2,3	2,4	2,4
	Ei hyvä/Ei huono	9	10,3	10,8	13,3
	Hyvä	35	40,2	42,2	55,4
	Erittäin hyvä	37	42,5	44,6	100,0
	Total	83	95,4	100,0	
Missing	System	4	4,6		
Total		87	100,0		

Välineistä kertominen hiihtokoulutunnilla

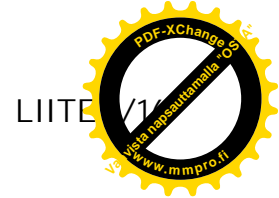
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ei hyvä/Ei huono	6	6,9	7,3	7,3
	Hyvä	39	44,8	47,6	54,9
	Erittäin hyvä	37	42,5	45,1	100,0
	Total	82	94,3	100,0	
Missing	System	5	5,7		
Total		87	100,0		

Harjoitteiden monipuolisuus ja mielekkyys hiihtokoulutunnin opetuksessa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ei hyvä/Ei huono	2	2,3	2,3	2,3
	Hyvä	38	43,7	43,7	46,0
	Erittäin hyvä	47	54,0	54,0	100,0
	Total	87	100,0	100,0	

Opettajan antaman palautteen määrä hiihtokoulutunnin opetuksen aikana

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ei hyvä/Ei huono	6	6,9	6,9	6,9
	Hyvä	38	43,7	43,7	50,6
	Erittäin hyvä	43	49,4	49,4	100,0
	Total	87	100,0	100,0	



Opettajan positiivisuus ja oppilaan kannustaminen hiihtokoulutunnin aikana

	Frequency	Percent	Valid Per- cent	Cumulative Per- cent
Valid Huono	1	1,1	1,1	1,1
Ei hyvä/Ei huono	4	4,6	4,6	5,7
Hyvä	22	25,3	25,3	31,0
Erittäin hyvä	60	69,0	69,0	100,0
Total	87	100,0	100,0	

Puhuiko opettaja tarpeeksi kuuluvasti hiihtokoulutunnin opetuksen aikana

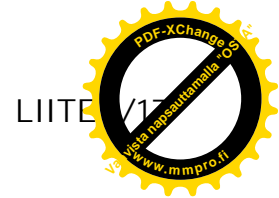
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ei hyvä/Ei huono	3	3,4	3,5	3,5
Hyvä	23	26,4	26,7	30,2
Erittäin hyvä	60	69,0	69,8	100,0
Total	86	98,9	100,0	
Missing System	1	1,1		
Total	87	100,0		

Ilmapiiiri hiihtokoulutunnin opetuksessa

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Hyvä	25	28,7	28,7	28,7
Erittäin hyvä	62	71,3	71,3	100,0
Total	87	100,0	100,0	

Oppilaan yksilöllinen huomioiminen kurssilla

	Frequency	Percent	Valid Per- cent	Cumulative Per- cent
Valid Ei hyvä/Ei huono	5	5,7	12,5	12,5
Hyvä	16	18,4	40,0	52,5
Erittäin hyvä	19	21,8	47,5	100,0
Total	40	46,0	100,0	
Missing System	47	54,0		
Total	87	100,0		



Opettajan ryhmänhallintakyky kurssilla

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ei hyvä/Ei huono	1	1,1	2,5	2,5
	Hyvä	15	17,2	37,5	40,0
	Erittäin hyvä	24	27,6	60,0	100,0
	Total	40	46,0	100,0	
Missing	System	47	54,0		
Total		87	100,0		

Pitkö hiihtokoulutunnin aikataulu

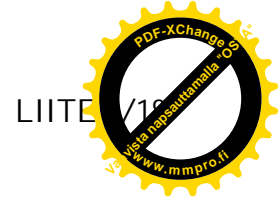
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kyllä	81	93,1	98,8	98,8
	Ei	1	1,1	1,2	100,0
	Total	82	94,3	100,0	
Missing	System	5	5,7		
Total		87	100,0		

Saitteko jatkoharjoitteluohjeita

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kyllä	52	59,8	73,2	73,2
	Ei	19	21,8	26,8	100,0
	Total	71	81,6	100,0	
Missing	System	16	18,4		
Total		87	100,0		

Tarjottiinko jatko-opetustuntia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kyllä	10	11,5	14,7	14,7
	Ei	58	66,7	85,3	100,0
	Total	68	78,2	100,0	
Missing	System	19	21,8		
Total		87	100,0		



Aiotteko käyttää Vuokatin Hiihtokoulun palveluja uudelleen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin todennäköisesti	27	31,0	31,8	31,8
	Todennäköisesti	32	36,8	37,6	69,4
	En osaa sanoa	23	26,4	27,1	96,5
	Epätodennäköisesti	1	1,1	1,2	97,6
	Erittäin epätodennäköisesti	2	2,3	2,4	100,0
	Total	85	97,7	100,0	
Missing	System	2	2,3		
Total		87	100,0		

Kuinka valmis asiakas olisi suosittelemaan Vuokatin Hiihtokoulua

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kyllä	80	92,0	93,0	93,0
	Luultavasti	6	6,9	7,0	100,0
	Total	86	98,9	100,0	
Missing	System	1	1,1		
Total		87	100,0		