

**Miika Märsylä**

**KBT KOKKOLAN PALVELUN LAATU**

**Opinnäytetyö  
CENTRIA AMMATTIKORKEAKOULU  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Joulukuu 2012**

**TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ**

<b>Yksikkö</b> Kokkolan tekniikan ja liiketalouden yksikkö	<b>Aika</b> Joulukuu 2012	<b>Tekijä/tekijät</b> Miika Märsylä
<b>Koulutusohjelma</b> Liiketalous		
<b>Työn nimi</b> KBT Kokkolan palvelun laatu		
<b>Työn ohjaaja</b> KTM Ann-Christine Johnsson		<b>Sivumäärä</b> 37 sivua 1 liite
<b>Työn tarkastaja</b> FM Helvi Pääkkönen		
<p>Opinnäytetyössä kerrotaan lyhyesti palveluista, palvelun laadusta ja asiakastytyväisyydestä lähdemateriaalia hyväksi käyttäen. Näiden termien käsittelyn jälkeen esitellään lyhyesti KBT Kokkolalle tehty asiakastytyväisyyskysely ja analysoidaan sekä esitellään tutkimustuloksia. Opinnäytetyö päättyy pohdintoihin ja johtopäätöksiin. Pohdinta sisältää oman arvion omasta opinnäytetyöstä, sen vahvuuksista ja heikkouksista.</p> <p>KBT Kokkola on Kokkolassa toimiva potkunyrkkeilyseura. Seura aloitti Oulussa toimivan Kickboxing Teamin alaisena, mutta alkoi toimia itsenäisesti alkukesästä 2012.</p> <p>Opinnäytetyön tehtävänä oli selvittää KBT Kokkolan harrastajien asiakastytyväisyyttä asiakastytyväisyyskyselyllä. Asiakastytyväisyyskyselyssä esitettiin kysymyksiä eri osa-alueittain. Työn teoriaosuus koostuu kirjallisuudesta, joka käsittelee palveluita, palvelun laatua sekä asiakastytyväisyyttä.</p> <p>Tutkimusmenetelmänä oli kvantitatiivinen tutkimus. Tutkimus tehtiin jakamalla kyselyt KBT Kokkolan harrastajille marraskuussa 2012. Suurin osa kysymyksistä oli kysymyksiä, joissa annettiin lause ja vastaajat kertoivat olevansa täysin samaa mieltä, jokseenkin samaa mieltä, jokseenkin eri mieltä tai täysin eri mieltä.</p> <p>KBT Kokkolan asiakastytyväisyys on vastausten perusteella hyvällä tasolla. Eniten negatiivista palautetta tuli harjoitustiloihin liittyvissä kysymyksissä. Ilmoille nousi myös ongelma, kuinka saada harrastajat jatkamaan harrastustaan pidempään.</p>		

<b>Asiasanat</b> palvelut, palvelun laatu, asiakastytyväisyys, potkunyrkkeily
--

**ABSTRACT**

<b>Department</b> Technology and Business, Kokkola-Pietarsaari	<b>Date</b> December 2012	<b>Author</b> Miika Märsylä
<b>Degree programme</b> Business Administration		
<b>Name of thesis</b> KBT Kokkola quality of service		
<b>Instructor</b> Ann-Christine Johnsson MSc(Econ)		<b>Pages</b> 37+1
<b>Supervisor</b> Helvi Pääkkönen MA		
<p>This thesis first discusses services, service quality and customer satisfaction by using different kind of source material. After explaining these terms comes a short presentation of KBT Kokkola's customer satisfaction survey and analysing of surveys results. The thesis ends with reflections and conclusions.</p> <p>KBT Kokkola is a kickboxing club that operates in Kokkola. The club started functioning under Kickboxing Team. Kickboxing Team is a bigger club which operates in Oulu, Kemi and Raahe. KBT Kokkola began to function independently in early summer 2012.</p> <p>The goal was to find out KBT Kokkola's customer satisfaction rate with the help of a customer satisfaction survey. The survey questions were presented in three different categories. The theoretical part consists of literature which deals with service, quality of service and customer satisfaction.</p> <p>The research method was a quantitative study. The study was conducted by distributing questionnaires to KBT Kokkola's customers in November 2012. Most of the questions were questions with the following answer alternatives 'I fully agree', 'I agree partially', 'I disagree partially' and 'I fully disagree'.</p> <p>KBT Kokkola's customer satisfaction rate is pretty good. Most negative feedback concerned the training facilities. The survey also raised the question how to get people to continue their hobby longer</p>		

<b>Key words</b> customer satisfaction, quality of service, kickboxing, service
--

**TIIVISTELMÄ  
ABSTRACT  
SISÄLLYS**

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>1</b>
<b>2 PALVELU</b>	<b>2</b>
2.2 Palvelun laatu	3
2.3 Laatu ja imago	4
2.4 Palvelun laadun ulottuvuudet	5
2.5 Palvelun laadun tutkimus	6
<b>3 ASIAKASTYYTYVÄISYYS</b>	<b>8</b>
3.1 Asiakastyytyväisyyden määrittäminen	8
3.2 Mittaustekniikat	9
3.2.1 Määrällinen tutkimus	9
3.2.1 Laadullinen tutkimus	10
2.3 Asiakastyytyväisyys kyselyjen tiheys	11
2.4 Asiakastyytymättömyys	11
<b>4 KBT KOKKOLAN ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELY</b>	<b>15</b>
<b>5 TULOSTEN ANALYSOINTI</b>	<b>17</b>
<b>6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA</b>	<b>33</b>
6.1 Kyselyn tulosten pohdintaa ja johtopäätöksiä	33
6.2 Itsearviointi	34
<b>LÄHTEET</b>	<b>36</b>
<b>LIITTEET</b>	
<b>Liite 1. KBT Kokkolan asiakastyytyväisyyskysely</b>	<b>37</b>

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetyön tavoite oli selvittää mitä, ovat palvelu, palvelun laatu sekä asiakastyytyväisyys. Sen jälkeen, kun nämä käsitteet oli selvitetty, analysoin tuloksia KBT Kokkolan asiakkaille teettämästäni asiakastyytyväisyyskyselystä. Lukijalle kerrottakoon, että KBT Kokkola on potkunyrkkeilyseura joka toimii Kokkolassa. Nimi KBT on lyhene nimestä Kickboxing team. Idea opinnäytetyölle syntyi pitkällisen pohdinnan tuloksena ja rakkaudesta harrastukseeni. Opinnäytetyölläni voin auttaa KBT Kokkolaa parantamaan jo entisestään hienoa toimintaa vielä harrastajaystävällisempään suuntaan. Taustoittaakseni hieman opinnäytetyön aihetta voin paljastaa, että olen harrastanut potkunyrkkeilyä KBT Kokkolan riveissä kutakuinkin kaksi vuotta. Idea harrastukselle lähti siitä, että kaveri houkutteli minut mukaan potkunyrkkeilyyn. Kaverin kiinnostus on jo loppunut, mutta minun jäi. Pitemmän kesätauon jälkeen on taas into ja motivaatio palannut treenailuun.

Ajatus työhön heräsi myös siitä, että KBT Kokkolan päävetäjä Tomi Kinnusen kanssa ihmettelimme yhden kerran harjoituksissa, miksi ihmisiä ei ole käynyt viime aikoina harjoituksissa. Myöhemmin selvisi, että silloin oli ollut nuha-aalto liikkeellä, mutta siitä sain ajatuksen tehdä potkunyrkkeilyseuralle asiakastyytyväisyyskyselyn.

Kehitystyö asiakastyytyväisyyskyselyn pohjalta jää KBT Kokkolan vetäjien vastuulle, mutta minulle se on suuri kunnia, mikäli tekemälläni kyselyllä on ollut kehityspäätökseen jonkinlainen vaikutus.

## 2 PALVELU

Palvelu on monimutkainen ilmiö. Sanaa voidaan käyttää kuvaamaan henkilökohtaista palvelua tai palvelua tuotteena. Miltei mistä tahansa tuotteesta tulee palvelu, jos myyjän lähtökohtana on toteuttaa asiakkaan yksityiskohtaisimmatkin toiveet. Termiä palvelu on yritetty määritellä kirjallisuudessa monesti, mutta määritelmät ovat monesti olleet puutteellisia, koska määritelmät ovat jääneet tavalla tai toisella rajallisiksi. (Grönroos 1998, 49–50.)

Palvelu on monesti jotakin, mitä ei käsin voin koskettaa, tai jokin tekojen sarja, jolla ratkaistaan asiakkaan ongelma niin, että asiakas on kosketuksissa palveluita tuottavan yrityksen henkilökunnan kanssa. Aina asiakas ei välttämättä edes ole kontaktissa palveluntarjoajan kanssa, esimerkiksi kun joku tulee korjaamaan asunnon putkistoa, ei asunnon omistaja eli asiakas välttämättä ole itse paikalla. Usein miten vuorovaikutustilanteita kuitenkin tapahtuu, ja niissä onnistuminen on tärkeää, sillä ne ovat iso osa palvelun tarjoamista ja sitä, kuinka asiakas palvelun kokee. (Grönroos 1998, 50–52.)

Palvelua terminä käsitellessä sitä voidaan pohtia kahdesta eri näkökulmasta. On tuottajan näkökulma ja kuluttajan näkökulma. Tuottajan näkökulmasta palvelu on yleensä immateriaalinen tuotos eli ei mikään käsin kosketeltava tuote, kuten esimerkiksi kenkä. Pääasiallisesti palvelu on kuitenkin kuluttajalle jonkinlaista hyötyä antava toimenpiteiden sarja. Asiakas saattaa osallistua palveluun joissakin tilanteissa enemmän ja joissakin vähemmän sen mukaan millaista palvelua tarjotaan. (Kinnunen 2004, 7.)

Kuluttajan näkökulmasta palveluita ostettaessa kyseessä saattaa olla ainutlaatuinen ikimuistoinen kokemus, täysin jokapäiväinen välttämätön toimenpide tai huomaamaton arjen askare. Kuluttaja keskittyy hyvinkin monesti omiin tavoitteisiinsa ostaessaan palveluita eikä keskity niinkään tuottajan suorittamiin prosesseihin tai toimenpiteisiin. Olennainen osa palvelua muodostuu asiakkaalle siitä, miten helppoa, sujuvaa ja miellyttävää omien tarkoituserien toteuttaminen on. Asiakkaan hyöty on silloin suurin, kun hyödyn saamiseen ei ole tarvinnut tehdä suuria uhrauksia. (Kinnunen 2004, 7.)

## 2.2 Palvelun laatu

Laatukäsite on monipuolinen, ja sille on vaikea löytää yhtä ainutta tulkintaa, koska sitä voidaan tarkastella monelta eri näkökulmalta. Yleisin tulkinta laadusta on, että täytetään asiakkaan tarpeet mahdollisimman tehokkaasti ja kannattavasti. Laatuun kohdistuu jatkuvasti uudistumispaineita, koska yritysmaailmassa asiat muuttuvat. Uudet innovaatiot, kilpailevan yrityksen toiminta, markkinoiden ja yhteiskunnan muutokset pakottavat yrityksiä kehittämään toimintaansa kilpaillessaan markkinoista. Laadun varhaisimmissakin määritelmässä tuodaan esille jo ajatus siitä, että mitään ei tehdä väärin. Yritys tekee oikeita asioita oikeaan aikaan eikä ajattele, että ”tuleehan vielä uusi mahdollisuus”. (Lecklin 2006, 18–19.)

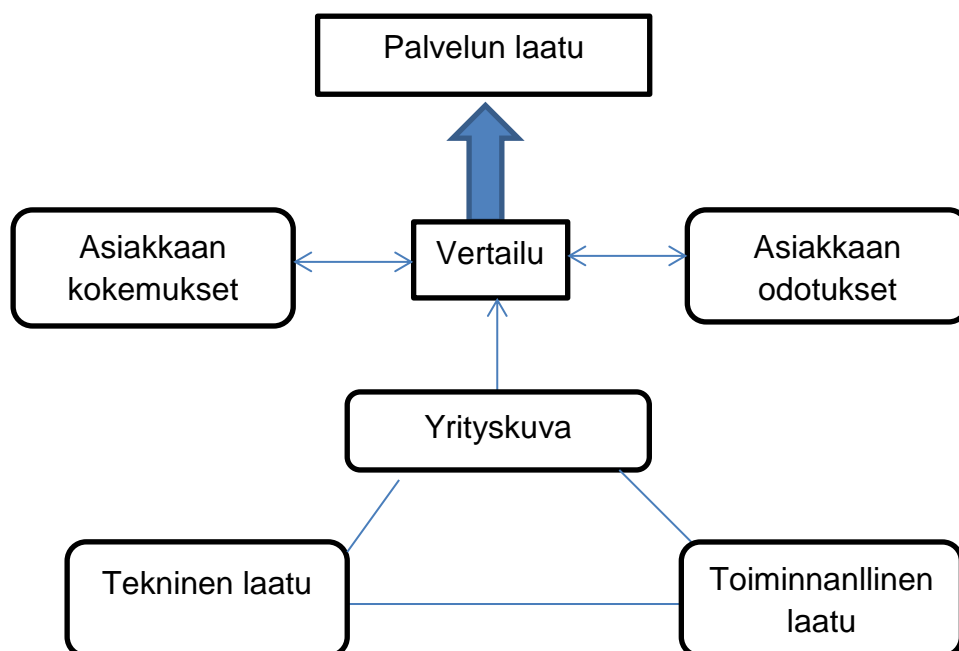
Palvelun laadulle ei ole onnistuttu saamaan vielä lopullista määritelmää tai sen mittauskeinoa, joka tyydyttäisi kaikkia tutkijoita, mutta tapa, jonka suurin osa on hyväksynyt ja tuntee, on odotusten ja kokemusten vertaaminen toisiinsa. (Kinnunen 2004, 16–17.) Palvelun laatua ei ole yhtä helppoa havaita kuin jonkin tuotteen laatua. Palvelun laadun määrittämistä vaikeuttaa se, että palvelut koetaan yleensä aineettomiksi tapahtumasarjoiksi ja tapahtumiksi, joissa asiakaskin osallistuu palvelun tuottamiseen. Lisähaastetta palvelun laadun määrittämiseen tuo se, että palvelua ei ajatella tarpeeksi laajasti vaan se pyritään rinnastamaan johonkin konkreettiseen tuotteeseen. (Grönroos 1998, 59–62.)

Arvioidessaan palvelun laatua asiakkaat pitävät tärkeinä sitä, miten vuorovaikutus yrityksen kanssa on sujunut ja miten siitä on hyödytty. Virheellisesti monesti oletetaan, että vuorovaikutuksen laatu on sama kuin tuotteen laatu. Tämä on kuitenkin vain yksi laadun ulottuvuus. Vuorovaikutuksen laatua kutsutaan palveluiden yhteydessä tuotteen tekniseksi laaduksi. (Grönroos 1998, 62–63.)

Laadun toinen ulottuvuus koskee sitä, miten tuote toimitetaan asiakkaalle. Tätä kutsutaan palvelun toiminnalliseksi laaduksi. Asiakkaan käsitykseen saamansa palvelun laadusta voi vaikuttaa esimerkiksi putkimiehen ulkoinen olemus, siisteys ja tapa, jolla hän puhuu. Tämä vaikuttaa siihen, että laatua ei olekaan enää niin helppo arvioida objektiivisesti, koska asiakkaan omat mielipiteet painavat vaakakupissa enemmän silloin, kun arvioidaan toiminnallista laatua. Tärkeä osa tätä ulottuvuutta on siis yrityksen imago. Hyvällä imagolla yritys hyötyy niin, että pienet virheet on helpompi antaa anteeksi, mutta jos imago on entuudestaan

huono, vaikuttaa pienikin virhe negatiivisesti entisestään heikkoon imagoon. (Grönroos 1998, 65–66.)

Kuvio 1 osoittaa, miten aikaisemmin mainitut palvelun laatuun vaikuttavat tekijät ovat suhteessa toisiinsa. Keskipisteessä on vertailu, eli asiakas vertailee odotuksiaan, kokemuksiaan sekä yrityksestä saamaansa kuvaa. Mikäli vertailun tulos on positiivinen, on saatu palvelu ollut laadukasta, mutta jos taas kokemus on negatiivinen, palvelu on ollut huonoa. Kuviossa tulee esiin se, mistä yrityskuva muodostuu. Yrityskuva muodostuu asiakkaan kokemasta vuorovaikutuksesta yritykseen eli teknisestä laadusta sekä siitä, kuinka hän on saanut palvelunsa eli toiminnallisesta laadusta.



KUVIO 1. Palvelun laatuun vaikuttavat tekijät (Leppänen 2007, 136)

### 2.3 Laatu ja imago

Edellä mainituista laadun perusulottuvuuksista huolimatta on laadun kokeminen monimutkaista. Asiakkaiden kokemukset näiden ulottuvuuksien kanssa eivät pelkästään määritä sitä, kuinka asiakkaat kokevat palvelun laadun. Pelkistetysti voidaan sanoa, että asiakas kokee palvelun laadukkaaksi silloin, kun se vastaa mahdollisimman hyvin ennakko-odotuksia eli odotettua laatua. Perusteettoman

korkeat ennakko-odotukset palvelun laadusta saattavat laskea asiakkaan arvosanan saadun palvelun laadusta. Odotettuun laatuun vaikuttavat seuraavat tekijät: markkinaviestintä, suusanallinen viestintä, yrityksen imago ja asiakkaan tarpeet. (Grönroos 1998, 67.)

Markkinaviestintään sisältyy mainonta, suoramarkkinointi, PR-toiminta ja myyntikampanjointi. Yritys voi vain osittain valvoa imagoaan ja suusanallista viestintää. Syy tähän on se, että molempiin voivat vaikuttaa ulkopuoliset tekijät. Eniten imagoon ja suusanalliseen viestintään on kuitenkin yhteydessä yrityksen aikaisempi menestys. Koettuun palvelun laatuun voi vaikuttaa heikentävästi liioiteltu mainoskampanja jonka lupauksiin ei voida vastata ja näin asiakkaat pettyvät saatuun tuotteeseen. (Grönroos 1998, 68.)

Koettuun palvelun laatuun eivät vaikuta vain tekninen ja toiminnallinen laatu- ulottuvuus. Palvelun laatu määrittyy pikemminkin siitä, vastaako koettu laatu asetettuja odotuksia. Tämän vuoksi laatuohjelmissa pitää ottaa huomioon markkinointi ja markkinaviestintä. Imagoa on johdettava hyvin, koska se on keskeinen vaikuttava tekijä laatua mitattaessa. Imagon kehittyminen ja imago-ongelmat voivat tuottaa yrityksille ongelmia, koska niitä ei ymmärretä kovin hyvin. (Grönroos 1998, 68.)

Asiakkaan odotuksiin vaikuttavat aiemmat kokemukset, yrityksen imago, asiakkaiden tarpeet ja kilpailevat yritykset. Asiakkaan odotukset vaihtelevat ja yleensä odotukset nousevat, mitä enemmän asiakas asioi yrityksessä. Mikäli yritys onnistuu täyttämään asiakkaan odotukset ja ylittämään omat lupauksensa on tuloksena tyytyväinen asiakas. Asiakasta voidaan johdatella luomalla laatumielikuvia. Asiakastytyväisyys kärsii, mikäli yritys luo mielikuvan joka ei vastaa todellisuutta ja sitten epäonnistuu täyttämään asiakkaan odotukset. (Lecklin 2006, 93–94.)

## **2.4 Palvelun laadun ulottuvuudet**

Palvelun laadulla on kymmenen ulottuvuutta, jotka ovat pätevyys ja ammattitaito, luotettavuus, uskottavuus, saavutettavuus, turvallisuus, kohteliaisuus, palvelualttius/palveluaste, viestintä, asiakkaan tarpeiden tunnistaminen ja

ymmärtäminen sekä palveluympäristö. Pätevyys ja ammattitaito -ulottuvuus tarkoittaa sitä, onko palvelun tuottaja ammattitaitoinen tarjoamansa palvelun ydinosamisessa. Luotettavuus on sitä, että palvelun tuottaminen sujuu virheettömästi niin, että asiakkaalla syntyy luottamus palvelun tuottajan kykyyn hoitaa asiansa. (Rissanen 2005, 215.)

Uskottavuus tarkoittaa sitä, että palvelun tuottaja toimii niin, että asiakkaan edut on hoidettu asiakkaan edellyttämällä tavalla. Hyvän saavutettavuuden palvelun tarjoaja varmistaa sillä, että asiakas voi olla yhteydessä yritykseen kohtuullisella vaivalla. Asia varmistetaan hyvällä sijainilla ja vaivattomalla yhteydenotolla. Kaikkien edellä mainittujen laatu-ulottuvuuksien täyttäminen synnyttää asiakkaassa seuraavaa laatu ulottuvuutta eli turvallisuutta. Tärkeä laadun ulottuvuus on myös kohteliaisuus. Palveluntuottajasta täytyy huokua kohteliaisuus ja arvostus asiakasta kohtaan. (Rissanen 2005, 215.)

Palvelualttiudella ja palveluasteella tarkoitetaan sitä, että asiakkaalle kohdistettu viestintä on selkeää ja ymmärrettävää ennen palvelutilannetta, sen aikana ja sen jälkeen. Laadukas viestintä on tärkeä laadun ulottuvuus, koska yrityksen laadukas viestintä auttaa asiakasta ymmärtämään ongelma-asioita. Huonolla viestinnällä yritys voi pyrkiä viranomaismaisesti pönkittämään omaa asemaansa asiakkaan sijaan. Asiakkaan tarpeiden tunnistaminen ja ymmärtäminen on sitä, että ammattitaitoinen palvelun tuottaja kykenee tunnistamaan asiakkaan palvelutarpeet. Palveluympäristöllä tarkoitetaan niitä tiloja, joissa palvelun tuottaja toimii. Tilojen tulee olla viihtyisät, ilmapiiriltään, palvelun mukaan, sopivat sekä visuaaliselta ilmeeltä oikeanlaiset. (Rissanen 2005, 216.)

## **2.5 Palvelun laadun tutkimus**

Palvelun laadun tutkimusta vaikeuttaa se, että palvelut ovat monimutkaisia asiakokonaisuuksia, ja se tekee myös palvelun laadusta monimutkaista. Palvelun moni-mutkaisuus syntyy siitä, että tuotantoa ja kulutusta ei voida täysin erottaa ja asiakas osallistuu monesti aktiivisesti palvelun tuottamiseen. Tärkeää palvelun laadun johtamiselle on niiden odotusten ja asioiden tiedostaminen, joita asiakas pyörittelee mielessään pohtiessaan palvelun laatua. (Grönroos 2009, 98–99.)

Palvelun laadun tutkimuksessa on painopisteenä toiminut koetun palvelun laatu. Sen tarkoituksena oli auttaa johtajia ja tutkijoita ymmärtämään mistä asiakkaan mielestä palvelun laatu muodostuu. Tapaa jolla asiakkaat kokevat palvelun ominaisuuksien laadun, voidaan mitata perinteisillä asiakastyytyväisyyskyselyillä. Palvelun laatua koskevissa tutkimuksissa on kuitenkin päädytty kehittämään asiakastyytyväisyyskyselyjen rinnalle vaihtoehtoisia malleja arvioida palvelun laatua. (Gröönroos 2009, 98–99.)

### **3 ASIAKASTYYTYVÄISYYS**

Asiakastyytyväisyys terminä voidaan jakaa kahteen kenttään, asiakas- ja tyytyväisyyskenttä. Asiakas-sanalla voidaan tarkoittaa yksityistä henkilöä tai organisaatioita, jolla on yrityksen kanssa asiakassuhde. Sanalla tyytyväisyys tässä kohtaa viitataan asiakkaan tyytyväisyysasteeseen tyytyväisyyden ja tyytymättömyyden väliltä. Tyytyväisyyttä tutkittaessa pitää aina muistaa tyytyväisyyden vastinpari eli asiakkaan odotukset. Asiakas peilaa kokemustaan odotuksiinsa, ja mikäli kokemus vastaa hyvin odotuksia, kokee asiakas olevansa tyytyväinen. (Rope 2002, 536–538.)

Asiakastyytyväisyydessä on tärkeää muistaa, että kyseessä ei tarvitse aina olla edes asiakas, vaan riittää, että henkilö on ollut kontaktissa yritykseen. Ne kokemukset synnyttävät tyytyväisyyttä, jotka yrityksen kontaktipinnan kanssa tekemisissä olleelle henkilöllä on syntynyt. Etukäteisodotukset ovat tärkeä osa asiakastyytyväisyyttä. Asiakastyytyväisyys muodostuu siitä, vastaavatko kokemukset positiivisesti vai negatiivisesti ennakko-odotuksia. (Rope 2002.)

Tyytyväinen asiakas on osa jokaisen yrityksen pakollisia tarpeita. Yrityksellä ei ole edellytyksiä jatkaa toimintaansa, jos asiakkaat eivät ole valmiita maksamaan sen tuotteista pyydettyä hintaa. Asiakastyytyväisyyttä voidaan käyttää myynnin kehittämisen arviointiin. Mikäli asiakastyytyväisyyttä halutaan käyttää tehokkaasti varoitusjärjestelmänä, tulee asiakastyytyväisyyden määrittäminen ja mittaus suorittaa ja kohdistaa oikein. Asiakkaan tarpeiden, odotusten ja arvojen muuttuminen asettaa paineita asiakastyytyväisyyden määrittelyyn ja mittareiden arviointiin. (Lecklin 2006, 106.)

#### **3.1 Asiakastyytyväisyyden määrittäminen**

On tärkeää selvittää asiakastyytyväisyys monipuolisesti, jotta voidaan kehittää toimintaa paremmin asiakkaan tarpeita vastaavaksi. Normaali asiakaspalaute antaa yritykselle paljon tietoa, mutta kannattaa erityisesti selvittää ovatko asiakkaat tyytyväisiä yrityksen tuotteeseen sekä asiakaspalveluun, myyntiin, laskutukseen ja niin edelleen. On siis tärkeää toteuttaa erillisiä asiakastyytyväisyystutkimuksia. Tutkimus on syytä laatia huolella. On tärkeää keskittyä olennaisiin asioihin ja malttaa olla tekemättä liian pitkää kyselyä. Pitkät kyselyt saattavat olla luotaantyöntäviä. (Lecklin 2006, 106.)

Yleisin asiakastyytyväisyystutkimusten kohde on itse yrityksen tarjoama tuote, mutta sen lisäksi olisi kannattavaa tarkastella niin kutsutun arvohierarkian ylempiä arvoasteikkoja eli seurauksia, joita tuotteen hankinnasta seuraa asiakkaalle, ja lopputulosta, jonka asiakas saa asioidessaan yrityksessä. Oikein laadituilla kysymyksillä voidaan selvittää asiakkaan halukkuutta asioida yrityksessä uudestaan ja sitä, millaisena asiakas koki vierailun yrityksessä. Asiakkaan arvoja luotaavassa tutkimuksessa on parempi käyttää avoimia kysymyksiä perinteisten rastitus-kysymysten sijaan. (Lecklin 2006, 106.)

## **3.2 Mittaustekniikat**

Asiakastyytyväisyyttä voidaan mitata kvantitatiivisella eli määrällisellä tutkimuksella tai kvalitatiivisella eli laadullisella tutkimuksella. Kvantitatiivisissa tutkimuksissa asiakasta yleensä pyydetään antamaan numeerinen arvo tutkittavasta asiasta. Kvantitatiivisia tutkimusmenetelmiä voivat olla kyselyt, joita ovat kirje- tai puhelinkyselyt, palautelomakkeet tai henkilökohtaisesti suoritettut haastattelut. Kvalitatiivisia tutkimuksia ovat haastattelut sekä ryhmäkeskusteluina toteutettavat asiakaspaneelit. (Lecklin 2006, 107.)

### **3.2.1 Määrällinen tutkimus**

Kvantitatiivisista tutkimusmuodoista kirjekysely on yleisimmin käytetty. Sen tuottamat tiedot ovat melko luotettavia, mutta suurimpana ongelmana on se, että

vastauksia ei välttämättä tule kovin paljoa. Toinen ongelma kirjekyselyssä on se, että se on kohtuullisen hidas keino kerätä tietoa. Sähköpostikysely on hyvä korvike kirjekyselylle, mutta se vaatii sen, että kohderyhmä on tunnettu. (Lecklin 2006, 107.)

Puhelinkysely on nopean palautteen tavoitteluun hyvä keino. Puhelinkyselyä vaikeuttaa kuitenkin se, että haastateltavia voi olla vaikea tavoittaa. Palautelomake on myös hyvä keino kerätä palautetta asiakkaiden tyytyväisyydestä. Palautelomakkeen etuna on edullisuus ja se, että asiakas voi antaa sen välittömästi yrityksessä vierailun jälkeen palautepisteellä. Palautelomakkeita täyttävät yleensä joko pahoin pettyneet asiakkaat tai positiivisesti yllättyneet asiakkaat. (Lecklin 2006, 107–108.)

Haastattelu on kvantitatiivisista tutkimuskeinoista luotettavin edellyttäen kuitenkin sitä, että haastattelija on puolueeton ja koulutettu tehtävää varten. Haastattelun etu on siinä, että haastattelija pystyy varmistamaan, että palautteen antaja ymmärtää varmasti kysymyksen oikein ja pystyy näin ollen korjaamaan virhetulkinnat. Haastattelun etu on myös siinä, että kasvotusten annettu palaute on yleensä rehellistä. Ongelma haastattelussa on se, että se on kallis menetelmä mitata asiakastyytyväisyyttä. (Lecklin 2006, 109.)

### **3.2.2 Laadullinen tutkimus**

Laadullisia tutkimusmenetelmiä ovat asiakaspaneeli, laddering-tekniikka ja Grand Tour. Asiakaspaneeliin on kokoontunut pieni ryhmä asiakkaita keskustelemaan ohjaajan johdolla tuotteesta. Asiakaspaneeli tarjoaa parhaimmassa tapauksessa monipuolista informaatiota, mutta se edellyttää kunnan vuorovaikutustilannetta. Asiakaspaneelista voi saada ideoita toiminnan ja tuotteiden kehittämisen. Tämä keino sopii hyvin nopean palautteen hankkimiseen uudesta tuotteesta tai koemarkkinoinnin suunnitteluun. (Lecklin 2006, 110.)

Laddering-tekniikassa käytetään jäseneltyä haastattelua, jolla mitataan asiakkaan arvostamia ominaisuuksia, hyötyjä ja arvoa, jonka tuote pystyy tarjoamaan. Haastattelun tekijä laatii kysymyksillä ja vastauksilla asiayhteyksiä, joista selviää, millaisessa suhteessa tuotteen ominaisuudet vaikuttavat asiakkaan

haluamien tavoitteiden toteen käymiseen. Vastausten seurauksena syntyneet asiayhteydet osoittavat ne seikat, jotka vaikuttavat yleisimmin toisiinsa, kun verrataan eri haastateltavien tuloksia keskenään. Näihin yhteneväisyyksiin perehtymällä ja niitä koskevia asioita kehittämällä parannetaan asiakastyytyväisyyttä. (Lecklin 2006, 110–111.)

Grand Tour, eli niin sanottu suuri matka, -haastattelussa käytetään hyödyksi asiakkaan kykyä kuvitella tilanne, jossa hän käyttää tuotetta. Lisäkysymyksillä haastattelija selvittää asioiden tärkeysjärjestyksestä ja arvoliitantoja. Grand Tour -tekniikka vaatii haastattelijalta hyvää ammattitaitoa, koska se on vapaamuotoisempi kuin esimerkiksi edellinen esiteltytekniikka. Haastavuus johtuu siitä, että Grand Tour on muodoltaan vapaampi ja perusteellisempi kuin laddering. Grand Tour tarjoaa enemmän ja parempaa tietoa asiakkaan ja tuotteen välisestä suhteesta. (Lecklin 2006, 111.)

### **2.3 Asiakastyytyväisyyskyselyjen tiheys**

Ensimmäinen asiakastyytyväisyyskysely tulisi olla laaja-alainen kertatutkimus. Toinen huomioitava asia on, että asiakastyytyväisyyttä seurataan säännöllisesti. Tämä helpottaa tunnistamaan ne osa-alueet, joita yrityksen kannattaisi parantaa. Tutkimuksissa olisi myös hyvä selvittää ne osa-alueet, joita asiakkaat pitävä arvokkaina. Tärkeää on tehdä asiakastyytyväisyystutkimuksia tarpeeksi tiheään, koska silloin säilyy kontakti asiakkaisiin. Tärkeää on myös, että tutkimukset tukevat toisiaan tai täydentävät toisiaan. (Lecklin 2006, 112.)

### **2.4 Asiakastyytymättömyys**

Asiakastyytymättömyydessä on neljä perusasetelmaa, joiden kautta voidaan alkaa tarkastella asiakastyytymättömyyttä. Ensimmäinen tilanne on sellainen, että molemmat, asiakas ja yritys, kokevat tuotteen ja palvelun hyvälaatuisiksi. Toisessa tilanteessa asiakas on tyytyväinen tuotteeseen, mutta yrityksen mielestä tuotteessa on virhe. Kolmas tilanne on sellainen, että asiakas kokee olevansa pettynyt, mutta yritys näkee tuotteen laadun olevan kohdallaan. Neljännessä ja

viimeisessä tilanteessa asiakas on tyytymätön ja yritys näkee palvelussaan virheitä. (Reinboth 2008, 96–100.)

Ensimmäinen tilanne, jossa molemmat kaupan osapuolet ovat tyytyväisiä tuotteeseen, on ihannetilanne ja tilanne, johon tulee pyrkiä. Haastetta tuo tämän tilan säilyttäminen. Elinehto tälle on se, että yrityksellä on riittävästi maksavia asiakkaita ja että toiminta on kannattavaa. Tässä optimaalisessa tilanteessa yrityksen kannattaa keskittyä seuraaviin kohtiin: Aina kannattaa keskittyä tuotekehittelyyn, mutta muistaa maltillisuus. Toinen asia, johon kannattaa kiinnittää huomiota, on virheiden ennaltaehkäisy. Kolmas tärkeä kohta on kielteisen palautteen nopea hyödyntäminen oman toiminnan kehittämiseksi. Viimeisenä seikkana on henkilökunnan motivaatiosta huolehtiminen, ja siinä auttaa onnistumisten palkinta tai muu kannustaminen. (Reinboth 2008, 96–97.)

Tilanne, jossa asiakas on tyytyväinen mutta yrityksen mielestä tuotteessa on virheitä, johtuu yleensä yrityksen sisäisistä ongelmista oman tuotteen suhteen. Tilanteeseen on yleensä jouduttu siksi, että yrityksen sisällä laaditut laatukriteerit ovat kovemmat kuin yrityksen tarjoama tuote. Liian korkea laatukriteeri yrityksen taholta ei välttämättä ole niin hyvä asia kuin aluksi voisi luulla. Yleensä se osoittaa vain sitä, että asiakkaan tarpeita ei ymmärretä oikein. Laatukriteerien täyttäminen on hintavaa ja laskee näin yrityksen kannattavuutta. Asiakas ei mielellään ole myöskään valmis maksamaan korkeampaa hintaa, jos hän oli tyytyväinen jo aikaisemman tuotteen laatuun. Tilanteessa on kaksi tietä, joita pitkin yritys voi kulkea, ensimmäinen on laadun kohotus, ja toinen on laadun täsmennys. (Reinboth 2008, 96–97.)

Laadun kohotuksessa on kyse siitä, että yritys kehittää tuotteen vastaamaan laatukriteereitään ja hinnoittelee tuotteen vastaamaan laatua. Yrityksen tulee sen jälkeen löytää asiakkaat, jotka ovat valmiita maksamaan tuotteen laatua vastaavan hinnan, ja varmistaa asiakkaan tyytyväisyys. Viimeisenä pitää varmistaa, että yrityksen toiminta on vielä kannattavaa tehtyjen muutosten jälkeenkin. (Reinboth 2008, 97.)

Laadun täsmennyksessä lähdetään siitä, että yritys määrittelee laadun sen perusteella, mikä asiakkaille on tärkeää. Yrityksen on siis selvitettävä asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat odotukset. Tämän jälkeen yrityksen pitää

täsmentää omat laatukriteerinsä. Sen jälkeen pitääkin sitten kehittää toiminta vastaamaan asetettuja laatukriteerejä. Jäljellä on enää asiakastyytyväisyyden varmistaminen ja yrityksen kannattavuuden varmistaminen. (Reinboth 2008, 97.)

Kolmannessa tilanteessa, jossa asiakas oli tyytymätön, mutta yritys tyytyväinen, on tärkeää erottaa yksittäinen pettynyt palaute toistuvista negatiivisista palautteista. Jälleen on tarjolla kaksi keinoa, joita käyttämällä yritys voi parantaa asiakkaiden tyytyväisyyttä. Ensimmäinen keino on vaihtaa asiakaskuntaa, ja toinen keino on nostaa laatua. Asiakaskunnan vaihto kuulostaa radikaalilta, ja se edellyttääkin yleensä koko palvelun tarjonnan uudelleen suunnittelua ja suurta panostusta markkinointiin. (Reinboth 2008, 98–99.)

Yrityksen halutessa vaihtaa asiakkaita on yleensä tilanne se, että nykyisen asiakaskunnan tyytyväiseksi saaminen on liian kallista tai asiakkaista halutaan eroon ammatillisista, imagollisista tai muista syistä. Ensimmäisenä on täsmennettävä yrityksen tarjoaman tuotteen laatu ja tarkistettava, että hinta vastaa kustannusrakennetta. Sen jälkeen ei tarvitse muuta kuin etsiä asiakkaat, jotka ovat tyytyväisiä yrityksen tarjoaman tuotteen laatuun ja hinnoitteluun ja varmistaa, että asiakkaat ovat tyytyväisiä. (Reinboth 2008, 98.)

Toinen yrityksellä oleva mahdollisuus asiakastyytyväisyyden lisäämiseen on nostaa laatua. Asiakastyytymättömyyteen on johtanut se, että yritys ei ole tunnistanut asiakkaiden odotuksia eikä myöskään omia puutteitaan tuotteen laadussa. Ensimmäisenä on selvitettävä asiakkaan odotukset palvelun suhteen ja sen jälkeen määriteltävä jälleen kerran laatukriteerit. Laatukriteerien selvittämisen jälkeen pitää yrityksen sitten kehittää toimintaansa vastaamaan asetettuja laatuvaatimuksia. Seuraavaksi täytyy yrityksen tehostaa toimintaansa kustannusrakenteen mukaisesti ja säätää hinta niin, että yrityksen kannattavuus säilyy tai paranee. Jäljellä on enää asiakastyytyväisyyden varmistaminen ja tarkistaminen, niin että laatukriteerit vastaavat asiakkaiden odotuksia. Yrityksen ei pidä myöskään unohtaa toiminnan jatko kehittämistä. (Reinboth 2008, 99.)

Asiakastyytymättömyyttä voi ilmetä viimeksi mainitussa tilanteessa myös hajanaisesti tai yksittäistapauksissa. Jos yritys kokee toimintansa vastaavan asettamiaan laatukriteerejä, on yrityksellä viisi eri ratkaisumallia ongelmatilanteelleen. Yksittäinen negatiivinen palaute voi johtua siitä, että

negatiivista palautetta antava asiakas ei kuulu yrityksen kohderyhmään. Tällöin asiakas kokee olleensa tyytymätön saamaansa palvelun laatuun vaikka yrityksen taholta mitään virhettä ei ole tapahtunutkaan. Toinen selitys voi olla se, että asiakkaan odotukset ovat olleet kohtuuttoman korkealla. Seuraavassa on esimerkkejä siitä, miten näissä tilanteissa voidaan menetellä. (Reinboth 2008, 99–100.)

Ensimmäisen keinona voidaan käyttää hyvitystä. Asiakas saa yrityksessä käytössä olevan hyvityskäytännön mukaisen hyvityksen. Toinen keino on vastata asiakkaan jokaiseen vaatimukseen. Kolmas keino on olla tekemättä mitään, koska yrityksen taholta virhettä ei ole tehty. Neljäs keino on suositella asiakasta siirtymään kilpailevan yrityksen asiakkaaksi. Viidentenä keinona on asiakkaan hemmottelu korotettua hintaa vastaan. (Reinboth 2008, 99–100.)

Asiakkaan ollessa tyytymätön ja yrityksen mielestä tuotteen ollessa virheellinen on yrityksen syytä panostaa tuotteen kehittelyyn. Tässä tilanteessa monesti ongelmana on se, että tuotekehittely on jo pitkällä ennen kuin asiakkailta saatuun negatiiviseen palautteeseen aletaan paneutua. Seuraavilla keinoilla yritys pääsee eteenpäin laadun kehittämisessä ja asiakastyytyväisyyden tavoittelussa: Aluksi selvitetään asiakkaiden asettaman odotukset yritystä kohtaan. Seuraavaksi määritellään laatuksiteerit asiakkaiden odotusten pohjalta. Sen jälkeen kehitetään palvelu- ja tuotantoketju laatuksiteerejä vastaavaksi. Huolehditaan myös siitä, että henkilökunta on pätevää ja motivoitunutta. Tämän jälkeen selvitetään, onko yrityksen toiminta vielä kannattavaa, ja varmistetaan asiakkaan tyytyväisyys. (Reinboth 2008, 100.)

#### 4 KBT KOKKOLAN ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELY

Liitteestä (LIITE 1) käy ilmi, millaisen asiakastyytyväisyyskyselyn tein KBT Kokkolalle. KBT Kokkola on Kokkolassa toimiva potkunyrkkeilyseura. KBT Kokkola oli vielä viime keväänä Kickboxing teamin alaisena, mutta alkukesästä 2012 KBT Kokkola siirtyi yksityiseen toimintaan, mutta yhteistyö Kickboxing Teamin kanssa jatkuu edelleen. Tekemäni asiakastyytyväisyyskysely on määrällinen tutkimus eli kvantitatiivinen tutkimus. Kyselyn laadin ja suunnittelin pääosin yksin, mutta kehitysehdotuksia sain sekä opinnäytetyöohjaajaltani että KBT Kokkolan päävetäjältä Tomi Kinnuselta.

Microsoft Wordilla toteutettuun ja paperille tulostettuun kyselylomakkeen vastauksiin pääosin vastattiin seuraavilla vaihtoehdoilla:

1. Täysin samaa mieltä
2. Osittain samaa mieltä
3. Osittain eri mieltä
4. Täysin samaa mieltä

Kysely aloitettiin kuitenkin kysymällä palautteenantajan perustietoja, kuten sukupuolta, ikää sekä tietoa siitä, kuinka kauan on potkunyrkkeilyä harrastanut. Alin ikä on 15-vuotta sen takia, että KBT Kokkolan toiminta on kielletty alle 15-vuotiailta. Vastauksen harrastaja on antanut ympyröimällä oikean vastauksen kyselyssä annetuista vaihtoehdoista. Peruskurssilaisella tarkoitetaan vasta harrastuksen aloittanutta, joka käy alkeiskurssia ja jolle opetetaan kaikki potkunyrkkeilyssä käytettävät perustekniikat, jotka täytyy osata. mikäli haluaa jatkaa harrastamista.

Kysymyksiä, joihin vastattiin edellä esitetyillä neljällä vastausvaihtoehdolla oli 19 kappaletta. Sen jälkeen tiedusteltiin harrastajan kiinnostusta käydä osallistumassa potkunyrkkeily otteluun joskus. Vastaus annettiin ympyröimällä vaihtoehdoista

”kyllä” ja ”ei”. Seuraava kysymys suunnattiin peruskurssilaisille ja siinä kysyttiin heidän aikomustaan jatkaa potkunyrkkeilyn harrastamista KBT Kokkolan seurassa. Vastaus annettiin jälleen ympyröimällä joko ”kyllä”- tai ”ei”-vaihtoehto. ”Ei” -vastauksen varalle kehitin muutaman syyn, joista harrastajat voivat valita seuran tiedoksi, miksi harrastaminen seurassa ei kiinnosta. Asiakastyytyväisyyskyselyn loppuun on varattiin tilaa vielä vapaasti kertoa omia kommentteja sekä kehitysehdotuksia siitä, kuinka KBT Kokkola voi kehittää toimintaansa.

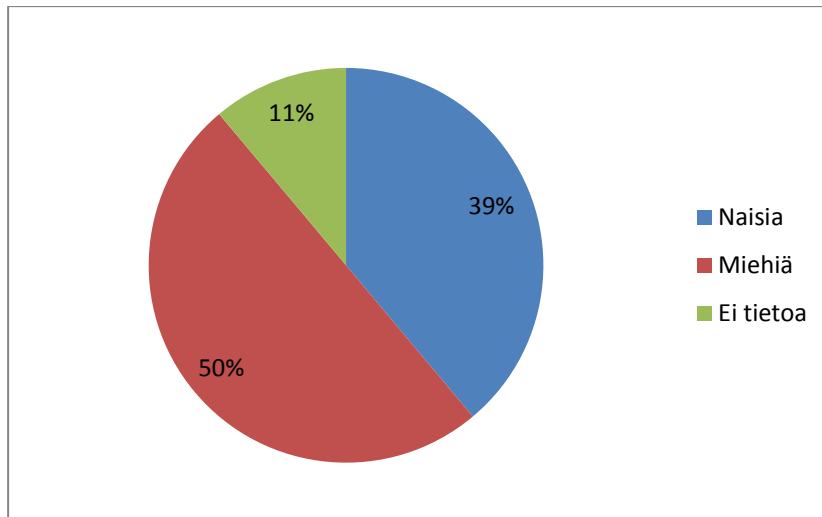
Kysely jaettiin harrastajille harjoitusten päätteeksi yhtenä päivänä. Kerroin, että kysely tehdään KBT Kokkolan toiminnan kehittämiseksi sekä minun opinnäytetyötä varten. Sain takaisin lähes kaikki jakamani 40 kyselylomaketta. Lomakkeiden palautus tapahtui seuran harjoittelutiloihin lomakkeita varten tarkoitettuun laatikkoon. Näin vastaajien anonymiys säilyi täydellisesti eikä vastaajien tarvinnut pelätä vastauksiensa vaikuttavan vetäjien mielipiteisiin harrastajista.

## 5 TULOSTEN ANALYSOINTI

Tässä luvussa analysoin KBT Kokkolalle tekemäni asiakastyytyväisyyskyselyn tuloksia. Ensimmäisessä kysymyssarjassa käydään läpi perustietoja vastaajista. Perustietojen jälkeen aletaan analysoidaan toiminnallista laatua eli valmentajien pätevyyttä. Tekninen laatu todetaan seuraavassa kysymysosiossa, kun kysymykset koskevat enemmän KBT Kokkolan tarjoamaan palvelua eli potkunyrkkeilyharjoituksia. Toiminnalliseen laatuun palataan jälleen viimeisessä kysymyskokonaisuudessa. Silloin käsitellään KBT Kokkolan harjoitustiloja eli Kokkolan kamppailusalia.

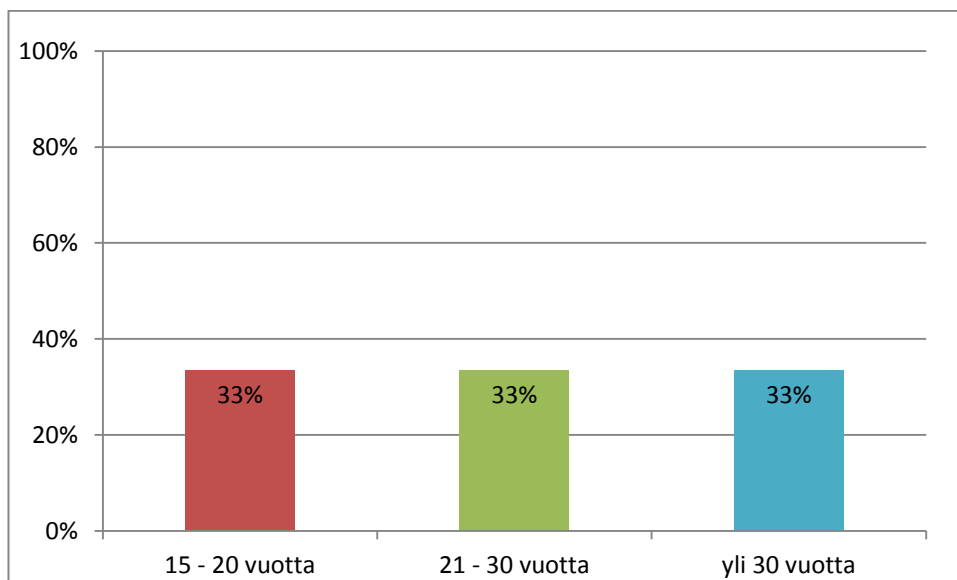
### **KBT Kokkolan harrastajien perustiedot**

Ensimmäisessä kysymyksessä (KUVIO 2) käy ilmi kyselyyn vastanneiden sukupuolijakauma prosenttiosuuksina. Mielenkiintoista on, että 11 % kyselyyn vastanneista ei ilmoittanut sukupuoltaan, kuten kuvio 2 osoittaa. Sukupuolen ilmoittamatta jättäminen vääristää hieman tuloksia, mutta en voinut jättää seikkaa huomaamatta. On myös mielenkiintoista pohtia syytä, miksi joku ei ole ilmoittanut sukupuoltaan. Ehkä joku on ajatellut, että sukupuolen ilmoittaminen helpottaa vastaajan tunnistamista. Kyseessä voi olla myös selkeä inhimillinen virhe.



KUVIO 2. kyselyyn vastanneiden sukupuolijakauma

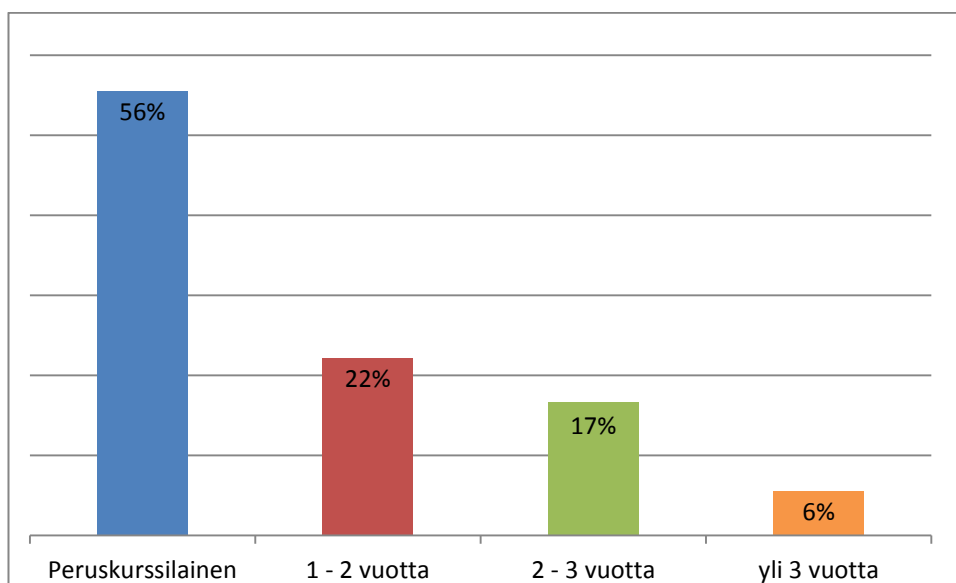
Kuvio 3 tuo esiin vastaajien ikäjakauman. Mielenkiintoista ikäjakaumassa on se, että kaikissa kolmessa ikäryhmässä, jotka laitoin vastausvaihtoehdoiksi, vastaajat jakautuivat tasan kolmeen yhtä suureen ryhmään. Kuten jo aiemmin mainitsin, 15-vuoden ikä on alhaisin siksi, että potkunyrkkeily on seurassamme alle 15-vuotiailta kiellettyä. Mielenkiintoinen seikka, joka ei kuitenkaan käy esille kuviosta, on se, että suurin osa yli 30-vuotiaista harrastajista on miehiä.



KUVIO 3. KBT Kokkolan asiakkaiden ikäjakauma

Kuvio 4 kertoo sen, kuinka kauan kyselyyn vastannut henkilö on harrastanu potkunyrkkeilyä. Kuviosta käy ilmi, että yli puolet kyselyyn vastanneista ja sen palauttaneista oli vasta peruskurssilla. Kuvio osoittaa myös sen, että yli kolme

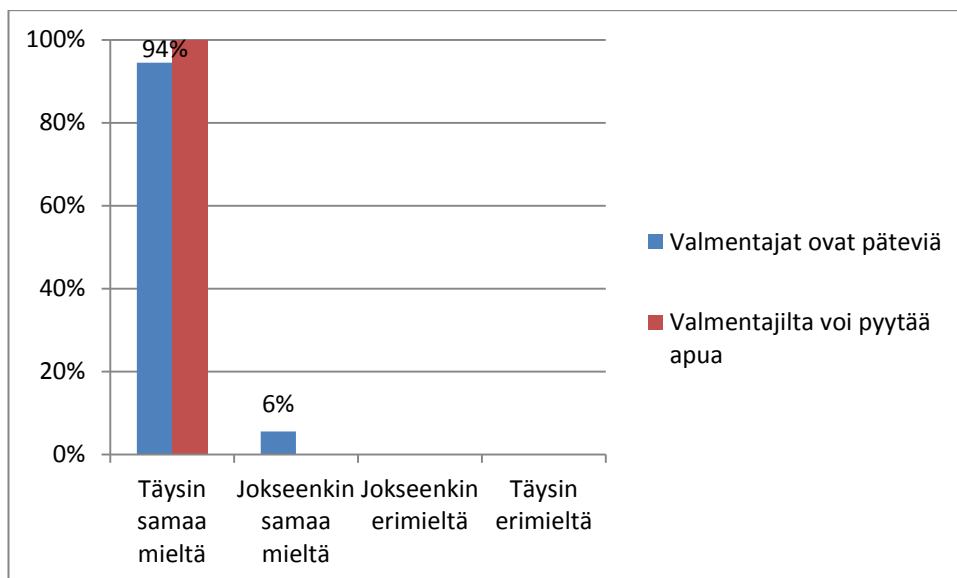
vuotta potkunyrkkeilyä harrastavia on seurassa vähän. Tulokset kertovat mielestäni myös siitä, että harrastajien määrä laskee ajan myötä niin, että lajin pariin jäävät ne, jotka ovat oikeasti kiinnostuneita tai aikovat joskus käydä ottelemassa. Tuloksiin voi vaikuttaa se, että käynnissä ollut peruskurssi oli loppumaisillaan.



KUVIO 4. Vastaajien harrastuksen kesto

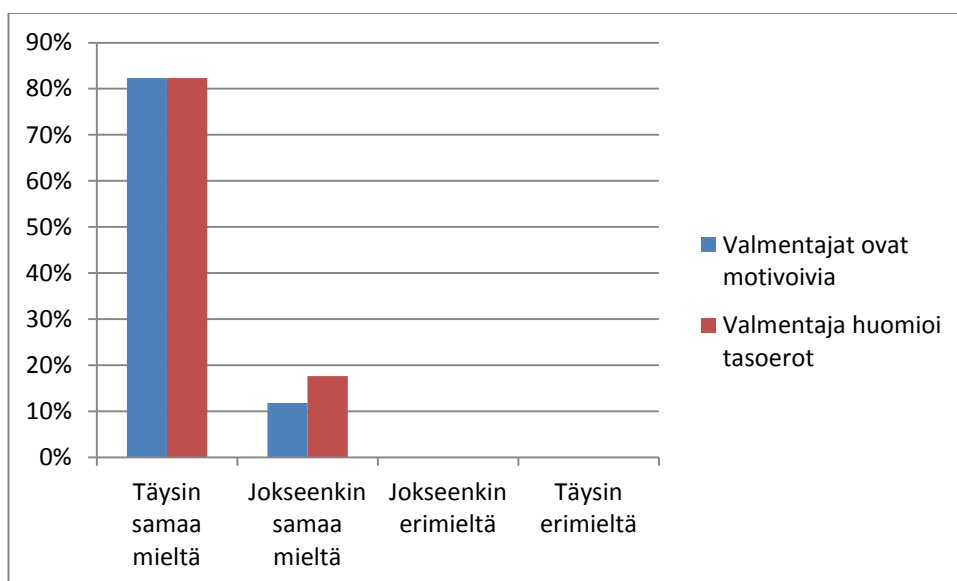
### **KBT Kokkolan valmentajat**

Seuraavassa kuviossa (KUVIO 5) yhdistyvät kaksi ensimmäistä valmentajia koskevaa kysymystä. Lähes kaikki vastaajat olivat sitä mieltä, että KBT Kokkolan valmentajat ovat päteviä työssään. 6 % vastaajista on sitä mieltä, että valmentajat ovat päteviä, mutta kehittämisen varaa on. Toinen kysymys koski sitä, voiko valmentajilta pyytää apua, jos ei osaa jotakin asiaa. Hieman yllättäen kaikki kyselyyn vastanneet olivat täysin sitä mieltä, että valmentajilta voi kysyä apua tarvittaessa. Vastaukset osoittavat, että palvelun laatu tekijöistä ammattitaito ja palvelualltius ovat hyvin niin seuralla kun valmentajillakin hallussa.



KUVIO 5. Valmentajien pätevyys ja palveluallttius

Kuviossa 6 on yhdistetty kaksi jäljelle jäänyttä kysymystä. Kysymykset koskivat valmentajien kykyä motivoida harrastajia, ja toinen kysymys selvitti, ottaako valmentaja huomioon harrastajien tasoerot. Mielenkiintoista on se, että löysin vastausten seasta muutaman lomakkeen joissa motivointia koskevaan kysymykseen ei ollut vastattu lainkaan. Muuten tulokset ovat positiivisia. Negatiivisia vastauksia ei tullut lainkaan valmentajia koskeviin kysymyksiin. Näissä kahdessa kysymyksessä on kuitenkin annettu edellisiin kahteen kysymykseen verrattuna enemmän vastauksia, joista voidaan lukea, että kehittämisen varaa olisi.

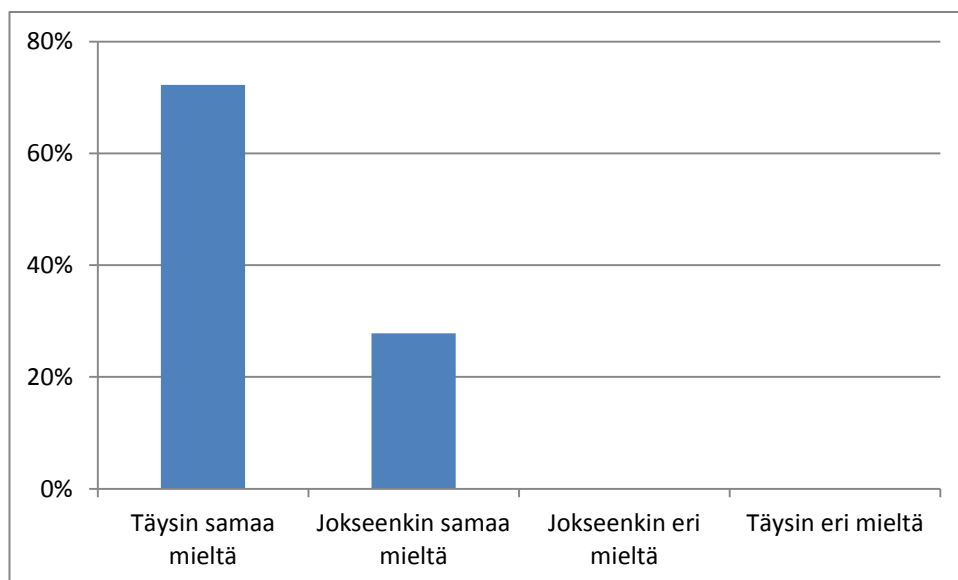


## KUVIO 6. Harrastajien motivointi ja tasoerojen huomiointi

Valmentajia koskevista kysymyksistä käy esille, että asiakkaat ovat tyytyväisiä KBT Kokkolan palvelun toiminnalliseen laatuun. Tämä oli palvelun laadun kahdesta laatutekijästä se vaikeammin arvioitava osa-alue, koska se riippuu paljon vastaajan henkilökohtaisista mielipiteistä ja mieltymyksistä. Palvelun laatutekijät täyttyvät hyvin niiltä osin kuin valmentajien arviointi ne voi täyttää. Seuraavat kuviot esittävät mielipiteiden jakautumista palvelun teknistä laatua tarkastellessa.

### KBT Kokkolan palvelun tekninen laatu

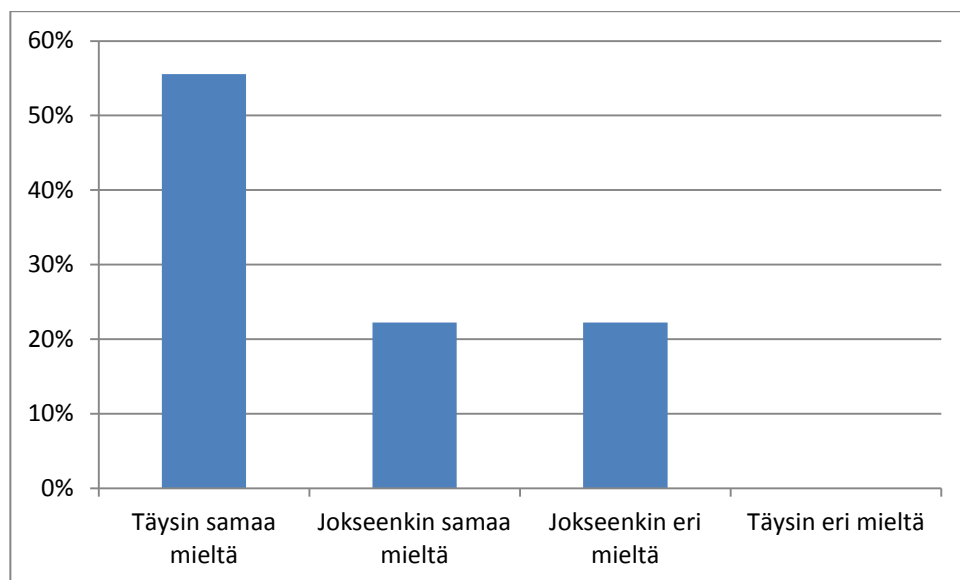
Kysymyksessä 7 (KUVIO 7) kysyttiin harrastajien tyytyväisyyttä harjoitusaikoihin, niiden aikaan, sisältöön ja mielekkyyteen. 70 % tutkimukseen osallistuneista piti harjoitusaikoja juuri sopivina. 28 % taas oli sitä mieltä, että harjoitusaikoja voitaisiin hieman muuttaa. Kukaan tutkimukseen osallistunut harrastaja ei ollut täysin tyytymätön harjoitteluaikoihin. Tarkemmin räätälöidyllä kysymyksellä olisi voitu selvittää, mistä johtuu lievä tyytymättömyys harjoitusaikoihin. Ovatko ne liian aikaisin vai liian myöhään, vai ovatko päivät väriä, vai mikä on vikana?



## KUVIO 7. Harjoitusaikojen sopivuus

Seuraavassa kysymyksessä käsiteltiin harjoituskertojen määriä. Tähän kysymykseen saatiin jo hieman hajontaa vastauksiin (KUVIO 8). Suurin osa

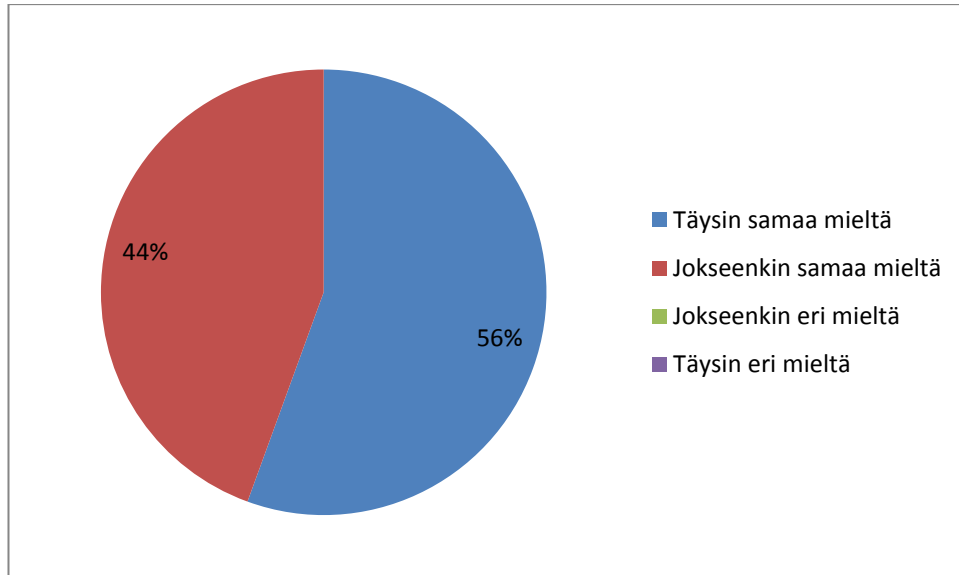
vastaajista oli kuitenkin sitä mieltä, että harjoitusmääriä on juuri sopiva määrä viikossa. Mielenkiintoinen seikka on se, että peruskurssilaisten keskuudessa ilmeni enemmän tyytymättömyyttä harjoitusten määrään viikossa. Tämä asia ei ole näkyvässä kuviossa, mutta tuloksia tarkastelemalla huomasi tämän mielenkiintoisen asian. Tyytymättömyys voi selittyä sillä, että peruskurssilaiset harjoittelevat kaksi kertaa viikossa. Kokeneemmille harjoitukset on mahdollistettu neljänä kertana viikossa. Suurin osa kyselyyn vastanneista oli kuitenkin sitä mieltä, että harjoitusmääriä oli joko juuri sopivasti tai melko sopivasti. Vastaukset antavat aihetta miettiä, pitäisikö peruskurssilaisille järjestää vaikka yksi harjoituskerta lisää viikossa tulevaisuudessa. Vaihtoehtoisesti voisi tarjota jonkinlaista osallistumismahdollisuutta kokeneempien harrastajien harjoituksiin.



KUVIO 8. Harjoituskertojen määrään sopivuus

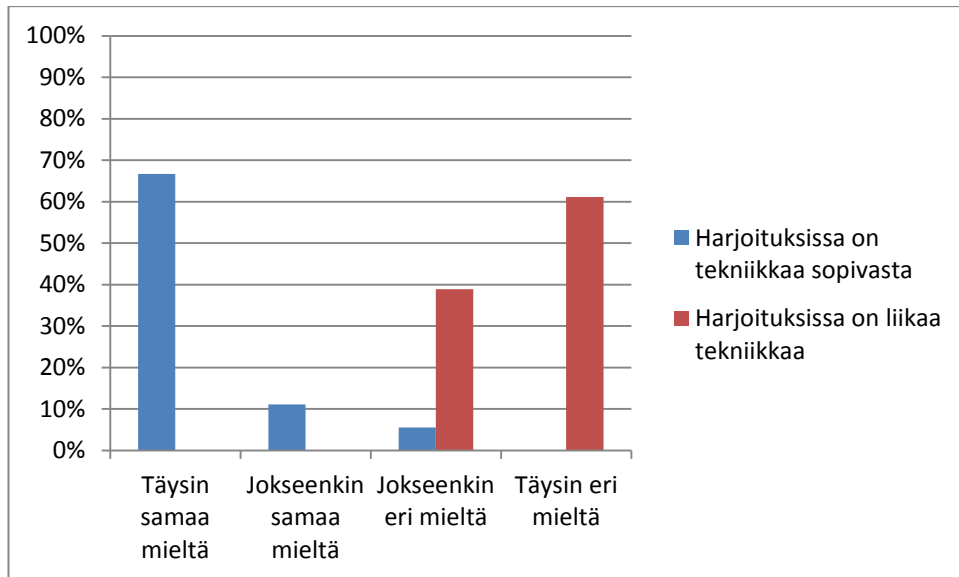
Kuvio 9 kertoo, mitä mieltä kyselyyn vastanneet harrastajat olivat siitä, ovatko harjoitukset fyysisesti sopivan raskaat. Kukaan vastaajista ei ollut sitä mieltä, että harjoitukset olisivat liian raskaat. Vastaukset kertovat selkeästi, että vastaajat olivat jakautuneet melkein puoliksi. 56 % sanoi harjoitusten olevan juuri sopivan raskaita. Jäljelle jäänyt osuus, 44 % sanoi harjoitusten olevan kutakuinkin sopivan raskaita. Tulos on luultavasti selitettävissä yksilöeroilla. Toisilla harrastajilla on hieman parempi kunto kuin toisilla. Toiset ovat voineet vain ajaa itsensä harjoituksissa aivan väsyksiin. Tämä antaa toisen selitysvaihtoehdon sille, miksi

vastaajat ovat tunteneet harjoitukset hieman liian raskaiksi. Toisinaan harjoituksissa riippuu hyvin paljon itsestä se kuinka raskasta on.



KUVIO 9. Harjoitusten raskaus

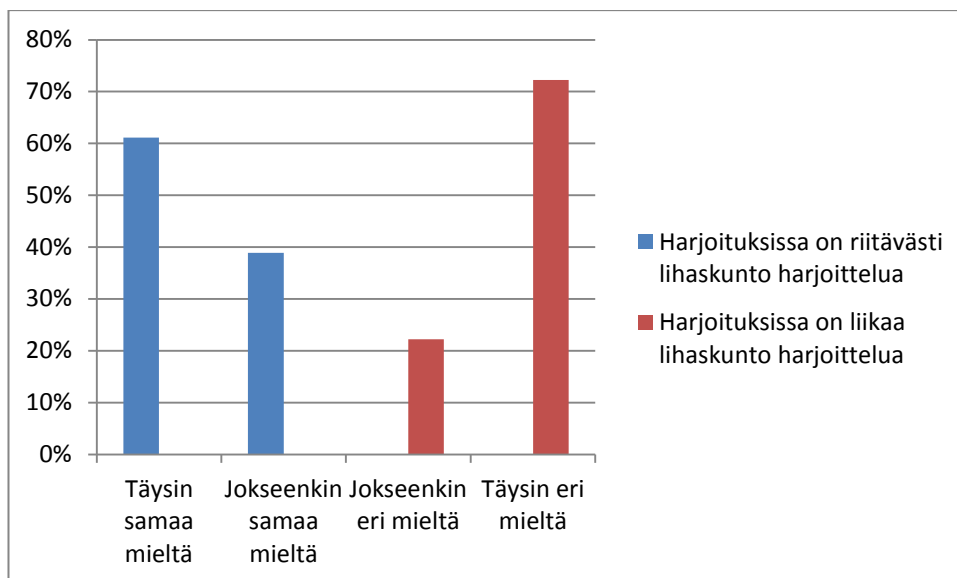
Kuviossa 10 yhdistyy jälleen kaksi kysymystä. Kysymykset ovat melko samanlaiset. Toinen oli ”harjoituksissa tehdään riittävästi tekniikkaa” ja toinen ”harjoituksissa tehdään liian vähän tekniikkaa”. Periaatteessa kysymykset tarkoittavat samaa, mutta tällä tavalla sain hieman tarkennusta harrastajien tyytyväisyyteen tekniikkaharjoitusten määrästä. Samalla sain myös erittäin hyvän keinon tarkistaa, lukevatko kaikki varmasti kyselyn eivätkä vain ympyröi satunnaisesti parasta arvosanaa olettaen sen aina olevan ensimmäinen vastausvaihtoehto. Vastauksista käy ilmi, että suurin osa oli sitä mieltä, että harjoituksissa tehdään riittävästi tekniikkaa. 10 % oli sitä mieltä, että tekniikkaharjoitusten määrässä on jotakin pientä muuttamisen varaa. Kysymykseen tuli myös pari negatiivisempaa vastausta. Kuviosta käy ilmi, että alle kymmenen prosenttia oli sitä mieltä, että tekniikkaharjoitusten määrää voitaisiin vähentää.



KUVIO 10. Tekniikkaharjoittelun määrän sopivuus

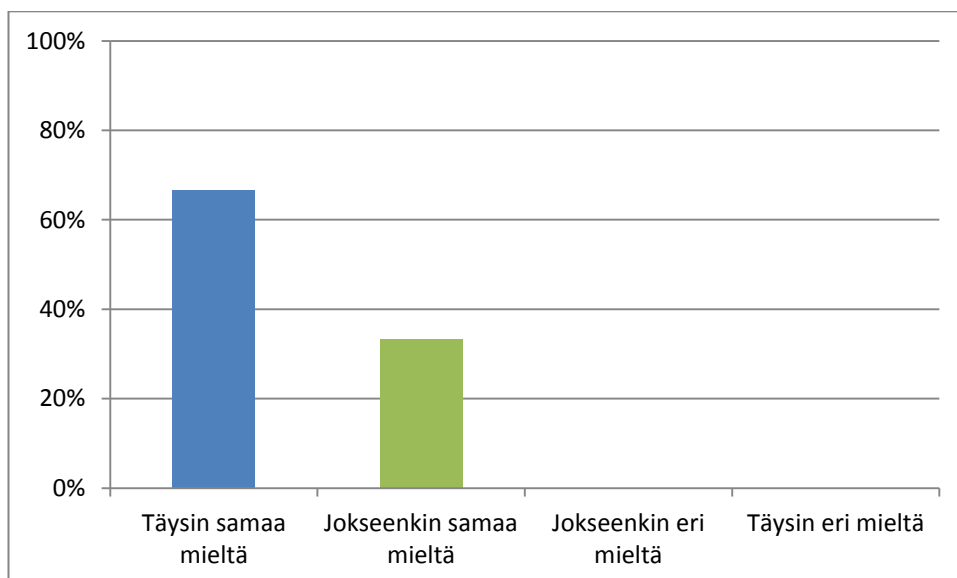
Kysymykseen ”harjoituksissa on liikaa tekniikkaa” vastaukset ovat jakautuneet jokseenkin eri mieltä- ja täysin eri mieltä -vastausten alle. Kuvio antaa syytä miettiä, pitäisikö tekniikkaharjoittelun määrää laskea hieman. Kun yhdistää vastaukset molemmista kysymyksistä, jotka yllä kuviosta 10 näkyvät, voidaan vetää johtopäätös, että tekniikkaharjoittelun määrää voidaan vähentää. Yli 60 % on kuitenkin molemmissa kysymyksissä ollut sitä mieltä, että tekniikkaa tehdään harjoituksissa sopivasti.

Kuvio 11 näyttää jälleen kahteen kysymykseen saatujen vastausten jakauman. Siniset palkit kertova harrastajien tyytyväisyydestä lihaskuntoharjoittelun määrään. Punainen palkki paljastaa vastaajien mielipiteen siitä, että harjoituksissa tehdään liikaa lihaskuntoon keskittyvää harjoittelua. Vastauksista käy ilmi, että 60 % vastaajista on tyytyväisiä lihaskuntoharjoittelun määrään. 40 % on sitä mieltä, että lihaskuntoharjoittelun määrää voitaisiin hieman miettiä uusiksi. Tulokset osoittavat myös sen, että ihmiset eivät ole myöskään sitä mieltä, että harjoituksissa olisi liikaa lihaskuntoharjoittelua. Ainakin 72 % oli sitä mieltä, että harjoituksissa ei ole liikaa lihaskuntoharjoittelua. 28 % vastaajista oli sitä mieltä, että lihaskuntoharjoittelun määrää voitaisiin vähän vähentää. Jälleen kun kysymyksiin saatuja vastauksia peilaa rinnakkain, saadaan vastaus, että suurin osa harrastajista oli lihaskuntoharjoittelun määrän tyytyväisiä, mutta pieni osa harrastajista oli sitä mieltä, että lihaskuntoharjoittelua on hiukan liikaa.



KUVIO 11. Lihaskuntoharjoittelun määrän sopivuus

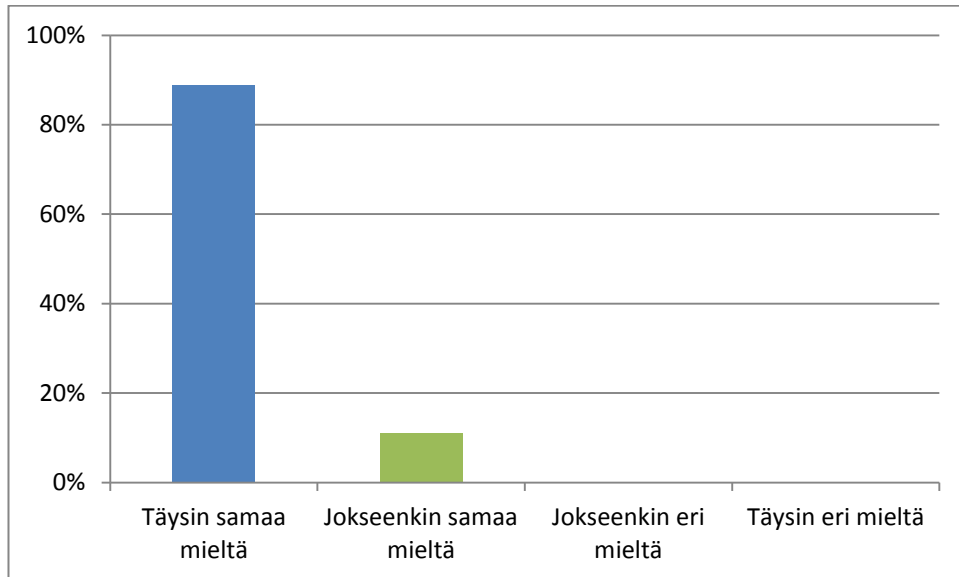
Kuvio 12 antaa vastauksen kysymykseen siitä onko KBT Kokkolan harjoitusten sisältö tarpeeksi monipuolista. Hieman yli 60 % oli sitä mieltä, että harjoitukset ovat riittävän monipuolisia. Jäljelle jäänyt osa oli sitä mieltä, että he ovat melko tyytyväisiä harjoitusten monipuolisuuteen. Kysymyksiä tarkentamalla olisi ollut helpompi selvittää, millä tavalla harrastajat olisivat halunneet monipuolistaa harjoittelua.



KUVIO 12. Harjoitusten monipuolisuus

Viimeinen KBT Kokkolan harjoituksia koskeva kysymys käsitellään Kuviossa 13. Kysymyksessä tiedustellaan harrastajien mielipidettä siitä onko harjoittelu

mukavaa KBT Kokkolan seurassa. Kuvio 13 osoittaa, että 89 % vastaajista oli sitä mieltä, että harjoittelu KBT Kokkolan kanssa on mukavaa. 11 % on osittain samaa mieltä. Heidän mielestään harjoittelun mukavuuden parantamiseksi voitaisiin tehdä jotakin.



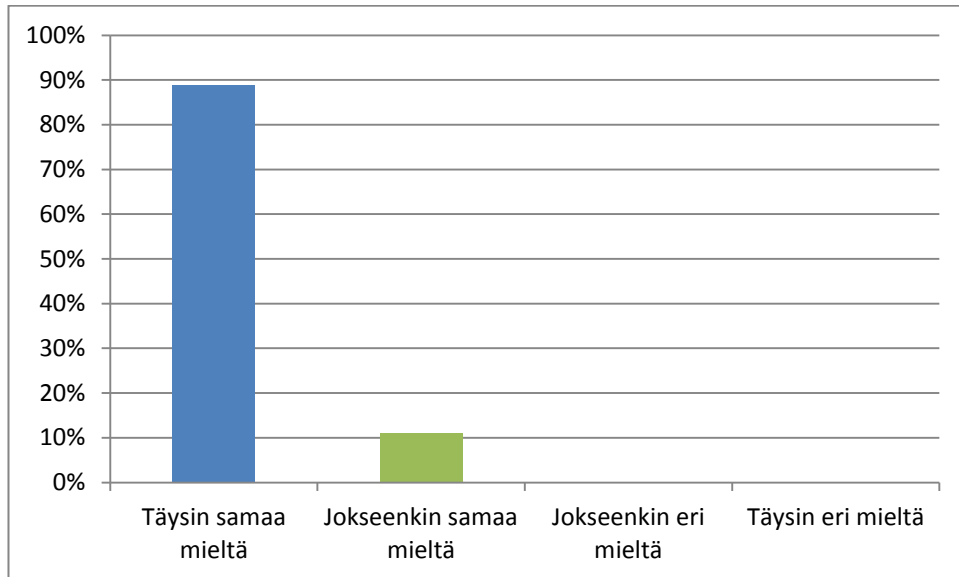
KUVIO 13. Harjoittelun mukavuus

Näiden saatujen vastauksien perusteella voidaan mielestäni sanoa, että harrastajat ovat pääasiallisesti tyytyväisiä KBT Kokkolan harjoitusten ajankohtaan, määrään sekä sisältöön. Harjoittelu on myös suurimmalle osalle harrastajista mukavaa ja riittävän raskasta. Hieman hienosäätämisen varaa harjoittelun sisällössä on, mutta pääasiat ovat kunnossa. Kaikkia ihmisiä ei voi koskaan kuitenkaan miellyttää kerralla. Tärkeintä on, että mahdollisimman moni ihminen on tyytyväinen. KBT Kokkolan tavoitteena on pitää harjoitukset sellaisina, että mahdollisimman moni harrastajat jaksaisi ja haluaisi osallistua. Tarkoitus on myös, että harjoitukset auttavat samanaikaisesti kuntoilun kannalta harjoittelevia ja niitä, jotka aikovat joskus kokeilla onneaan potkunyrkkeilytönnössä.

### **KBT Kokkolan harjoitussalin laatu**

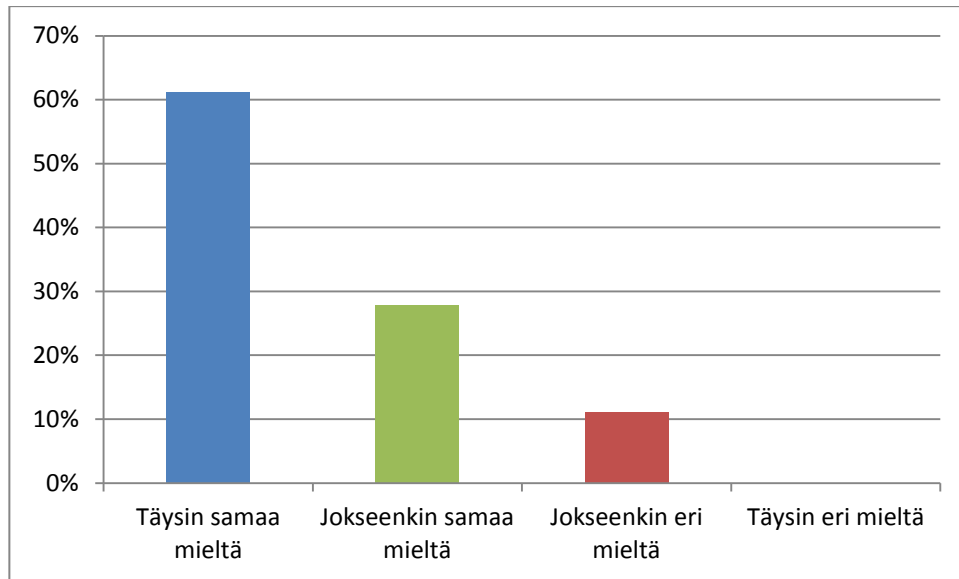
Seuraavassa käsitellään KBT Kokkolan harjoitustiloja koskevia kysymyksiä eli palvelun laadun ulottuvuuksista palveluympäristöä. Kuvio 14 näyttää vastaajien jakauman mielipiteistä, jotka koskivat KBT Kokkolan harjoitustilojen sijaintia.

Vähän vajaat 90 % oli sitä mieltä, että sijainti on hyvä. 11 % kyselyyn vastanneista harrastajista oli sitä mieltä, että harjoittelutilojen sijainti on hyvä, mutta voisi olla hieman parempikin. Ainoat hieman negatiivisemmat vastaukset ovat tulleet peruskurssilaisilta.



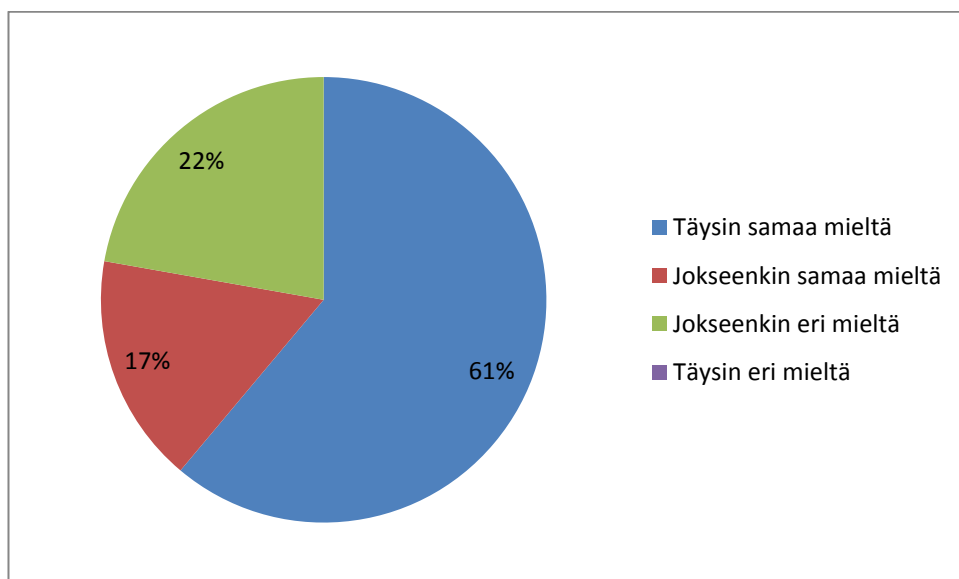
KUVIO 14. Harjoittelutilojen sopiva sijainti

Seuraavaksi käsitellään harjoittelutilojen pukuhuonetilannetta (KUVIO 15). Tulosten osoittamalla tavalla 61 % vastaajista oli sitä mieltä, että pukuhuoneet ovat riittävän tilavat. 28 % vastaajista haluaisi ehkä hieman tilavammat pukuhuoneet. 11 % oli sitä mieltä, että pukuhuoneet ovat hieman liian pienet. Suurin osa negatiivisemmista vastauksista oli miesharrastajilta. Tämä voi selittyä sillä, että miesharrastajia on hieman enemmän kuin naisharrastajia.



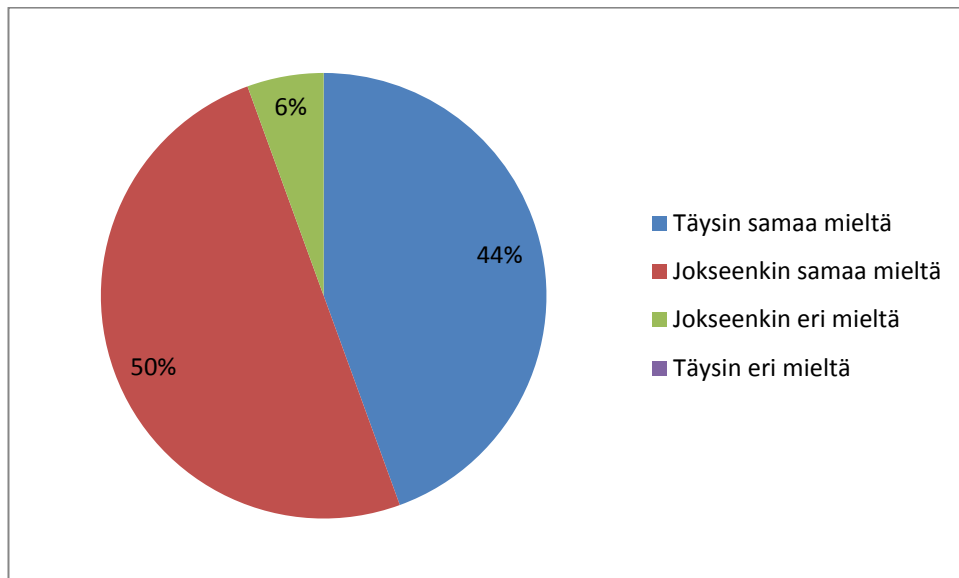
KUVIO 15. Pukuhuoneiden riittävä tilavuus

Kuvio 16 kertoo harrastajien tyytyväisyyden harjoittelutilojen tilavuuteen. 61 % vastaajista piti tiloja riittävän suurina. 17 % oli sitä mieltä, että tilat voisivat olla hieman isommat. 22 % vastaajista oli sitä mieltä, että tilat ovat vähän liian pienet. Positiivista on se, että yksikään vastaajista ei ollut täysin sitä mieltä, että harjoittelutilat ovat liian pienet. Tilat ovat aika uudet, ja olisi harmillista, jos harrastajat olisivat oikein pettyneitä tilojen kokoon. Henkilökohtainen mielipiteeni on, että uudet tilat ovat miellyttävämpi miljöö harrastaa potkunyrkkeilyä kuin vanhat harjoitustilat jäähallilla.



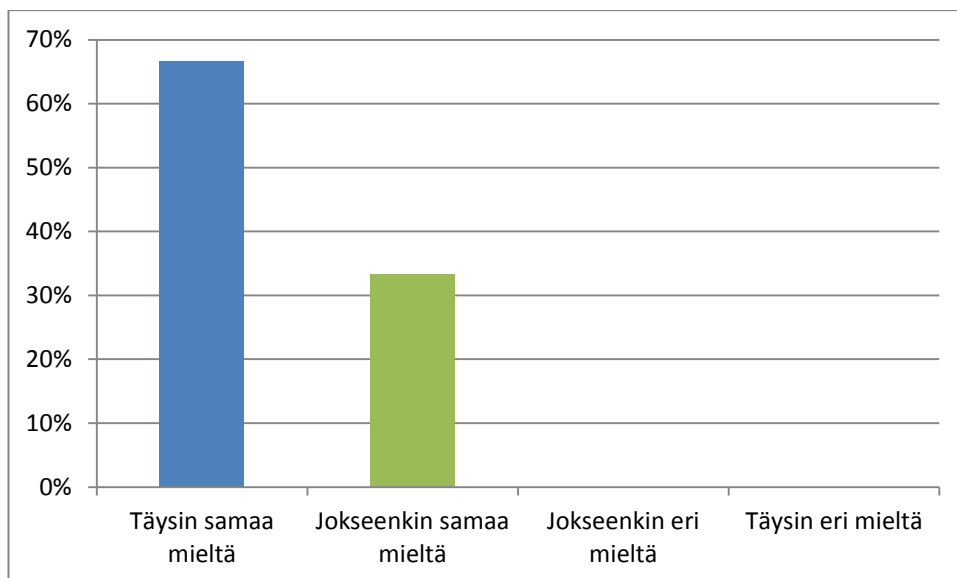
KUVIO 16. Harjoitustilojen riittävä koko

Suurin osa vastaajista (KUVIO 17) oli sitä mieltä, että peseytymismahdollisuudet voisivat olla hieman paremmat. 44 % vastaajista oli täysin tyytyväisiä peseytymismahdollisuuksiin. 6 % oli sitä mieltä, että peseytymismahdollisuudet eivät ole oikein hyvät. Täysin negatiivinen palaute loistaa jälleen poissaolollaan.



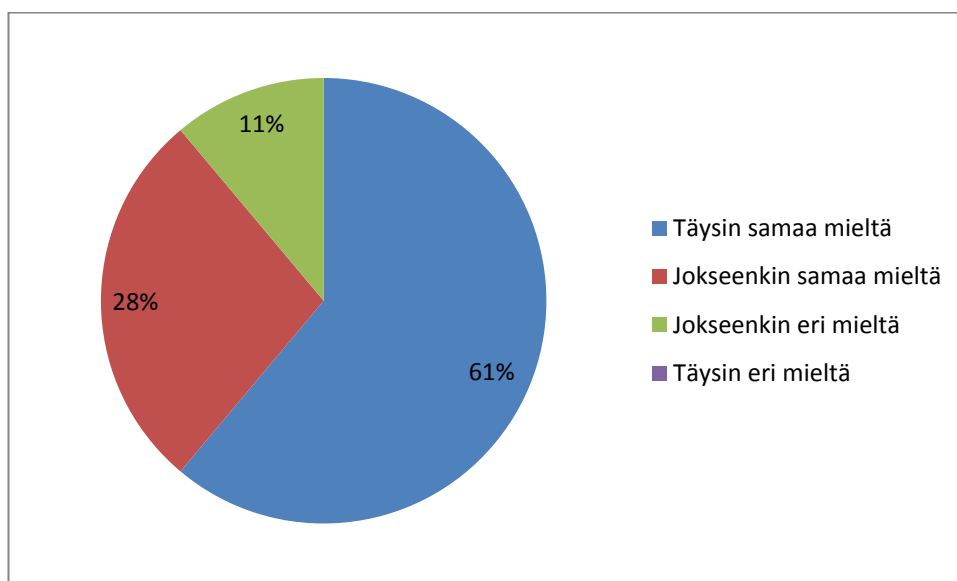
KUVIO 17 Peseytymismahdollisuudet ovat riittävät.

Seuraavassa kysymyksessä mitattiin asiakkaiden tyytyväisyyttä harjoittelutilojen siisteyteen (KUVIO 18). Reilusti suurin osa oli sitä mieltä, että harjoittelutilat ovat siistit. Noin yksi kolmasosaa vastaajista oli sitä mieltä, että tilat voisivat olla hieman siistimmät. Mielenkiintoista on se, että vastauksissa ei ole naisten ja miesten välillä suuria eroja. Alitajuisesti odotin itse naisten olevan kovempia arvioimaan tilojen siisteyttä ja antamaan niistä huonompaa palautetta, mikäli tilat eivät ole puhtaat. Tämä ilmeisesti kertoo siitä, että tilat ovat todellakin puhtaat.



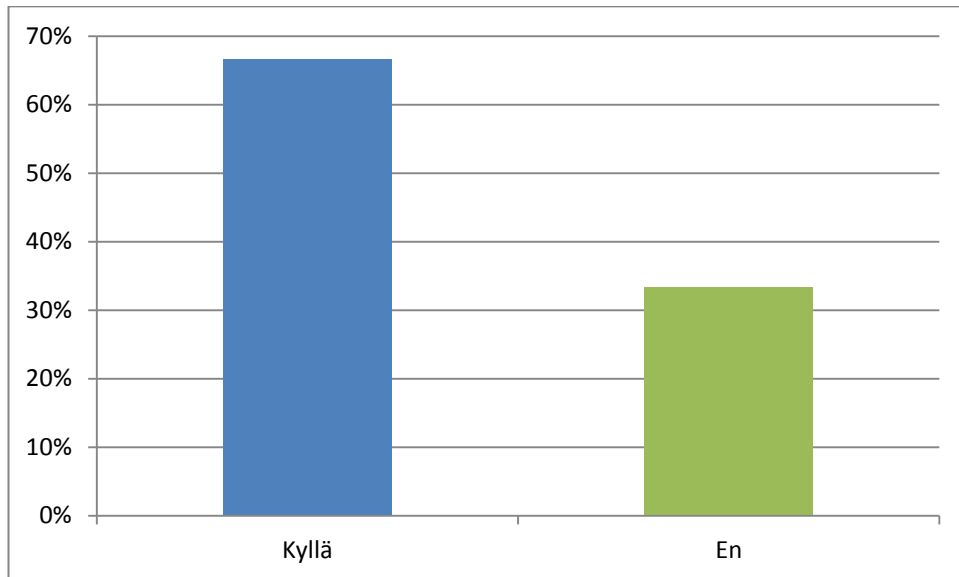
KUVIO 18. Harjoittelutilojen siisteys

Viimeinen kysymys ei liittynyt suoranaisesti edes harjoittelutiloihin vaan harjoittelussa käytettyihin varusteisiin, joita ovat esimerkiksi potkutyynt, pistorit, hyppynarut ja monet muut hyödylliset ja harjoittelua monipuolistavat tavarat (KUVIO 19). Vastajista 61 %:n mielestä harjoitteluvälineitä on riittävä määrä. 28 % oli sitä mieltä, että välineitä on jokseenkin riittävästi. 11 % oli taas tullut palautetta antaessaan siihen tulokseen, että harjoitteluvälineitä on hieman liian vähäsen.



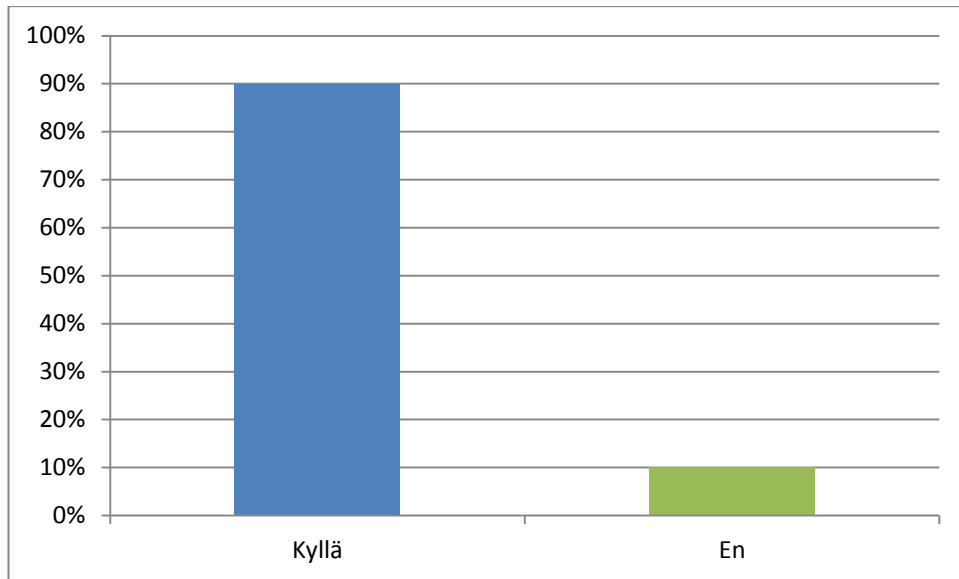
KUVIO 19. Harjoitteluvälineiden riittävä määrä

Seuraavaksi kysyttiin, onko harrastaja harkinnut tulevaisuudessa ottelevansa joskus, ja lisäksi pelkästään peruskurssilaisilta kysyttiin, ovatko he aikoneet jatkaa potkunyrkkeily-harrastustaan KBT Kokkolan riveissä (KUVIO 20 ja KUVIO 21). Ensimmäiseen kysymykseen ottelemisesta harrastajat ovat vastanneet kuvion 20 osoittamalla tavalla. Noin kaksi kolmasosaa vastaajista on harkinnut käyvänsä joskus ottelemassa. Loput vastaajista ovat aikoneet pitää potkunyrkkeilyn vain kuntoilumuotona.



KUVIO 20. Harrastajien otteleminen tulevaisuudessa

Kuviosta 21 näkyy peruskurssilaisten aikomus jatkaa tai lopettaa potkunyrkkeilyn harrastamista tai lopettaa se KBT Kokkolan riveissä. Loistavasti 90 % vastaajista aikoi jatkaa harrastustaan.



KUVIO 21. Peruskurssilaisten harrastuksen jatkaminen

10 % vastaajista taas on päättänyt lopettaa harrastuksensa mm. seuraaviin syihin vedoten: ei ole kiinnostusta jatkaa, harjoitteluajat eivät sovi enää jatkossa, harrastusvarusteet ovat liian kalliit, ja harjoittelu kokeneempien seurassa jännittää.

## **6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA**

Pohdintaosuudessa tarkoituksena on heijastaa kyselyyn saatuja vastauksia lähdemateriaaliin ja näin todeta, mikä on KBT Kokkolan asiakastyytyväisyys ja palvelun laadun tilanne. Palvelun laadun kohdalla on hyvä vertailla palvelun laadun ulottuvuuksia ja asiakastyytyväisyyskyselyn vastauksia.

### **6.1 Kyselyn tuloksien pohdintaa ja johtopäätökset**

Mielestäni edellä käsiteltyjen tulosten jälkeen voidaan turvallisesti sanoa, että KBT Kokkolan asiakastyytyväisyystilanne on vähintäänkin hyvä. Pieniä parannuksia voidaan aina tehdä. Toiset ovat helpommin toteutettavissa kuin toiset. Harrastustilojen siisteyteen tyytymättömiä voidaan rauhoitella siistimällä harrastustilat useammin. Hankalimpia toteuttaa ovat pukuhuone- ja pesutilojen riittävyttä koskevat negatiiviset palautteet. KBT Kokkola on vain vuokralaisena kiinteistössä jossa harjoittelutilat sijaitsevat, joten se ei pysty laajentamaan kylpytiloja tai pukuhuonetiloja. Tilan neliöt on joka tapauksessa hyödynnetty viimeistä neliometriä myöten. Palvelun laadun ulottuvuudet ovat täyttyneet hyvin, kun peilaa niitä saatuun palautteeseen. Harrastajat antoivat lähinnä pelkästään

positiivista palautetta valmentajista, joten palvelun laadun ulottuvuudet pätevyys ja ammattitaito täyttyvät hyvin. Mielestäni se kertoo myös luottamuksesta ulottuvuuden täyttymiseen, kun harrastajat kokevat, että valmentajilta voi tarpeen vaatiessa pyytää apua.

Tekemäni asiakastytyväisyyskyselyn perusteella esille ei nouse ainuttakaan suurta ongelmakohtaa. Eniten negatiivista palautetta kaiken kaikkiaan tuli harjoittelutiloja koskevassa osiossa. Ongelmaksi muodostuu jälleen se, että tilat ovat vuokralla. Näitä tiloja voidaan pitää myös uusina, koska KBT Kokkola siirsi toimintansa vasta viime kesänä tähän uuteen kohteeseen. Omasta mielestäni uudet harjoitustilat ovat paremmat kuin aikaisemmat tilat. Olen kuitenkin kerennyt harrastusaikanani käydä harjoittelemassa KBT Kokkolan seurassa kahdessakin eri kohteessa nykyisen tilojen lisäksi, ja aikaisempiin ratkaisuihin verrattuna nämä uudet tilat ja miljöö ovat miellyttävämmät. Ongelmaksi muodostuvat siis palvelun laatua koskevat toiminnallista laatua edustavat ihmisten henkilökohtaiset näkemykset. Palvelun laadun ulottuvuuksista tämä osa-alue pärjäsi heikkoimmin. Tämä osa-alue on siis ehkä se, johon seuran tulisi pystyä keksimään kipeimmin jonkinlainen ratkaisu.

Kuten kuviossa 4 kävi ilmi, on KBT Kokkolan ongelmana saada harrastajat jatkamaan harrastustaan. Heti peruskurssin jälkeen harjoituksiin on aina kovasti harrastajia tulossa, mutta ajan kuluessa alkaa aktiivisten harrastajien määrä laskea. En pysty kyllä heti sanomaan keinoa jolla harrastajat saataisiin sitoutumaan pitempiaikaisesti tähän harrastukseen. Itse olen viihtynyt harrastuksen parissa noin kaksi vuotta, ehkä hieman pitempäänkin. En pysty antamaan vastausta siihen miksi joku haluaisi lopettaa tämän harrastuksen. Ehkä potkurykkelyyn pitempiaikainen harrastaminen vaatii jonkilaista tiettyä mielenlaatua. Ongelmana on myös se, että tarjolla on niin paljon erilaisia urheilumuotoja nykypäivänä. Toisaalta se asettaa seuralle suuremmat paineet saada säilytettyä harrastajat. Mielestäni tämä taitaa olla suurin ongelma, joka KBT Kokkolan pitäisi pystyä ratkaisemaan. Asiakastytyväisyyden ollessa tällä tasolla sen pitäisi olla helpompaa kuin silloin, asiakkaat olisivat tyytymättömiä.

Lopuksi voidaan sanoa, että mikäli KBT Kokkola pystyy säilyttämään vähintäänkin nykyisen asiakastytyväisyystason, se tapahtuu pitämällä palvelun molemmat

tekijät eli tekninen ja toiminnallinen laatu hyvänä. Edellä mainitsemieni kahden isomman ongelman ratkaisemisen jälkeen seuralla ei pitäisi olla suurempia ongelmia. Koskaan ei voi tyydyttää kaikkien mielihaluja täydellisesti, mutta kun suurin osa asiakkaista pidetään tyytyväisinä ovat yrityksen asiat hyvissä kantimissa.

## 6.2 Itsearviointi

Pitäisin omaa opinnäytetyötäni tyydyttävänä. Se vastaa ehkä KBT Kokkolan tarpeita, mutta toteutukseltaan se on erittäin yksinkertainen. Toinen ongelma on tutkimustulosten rinnastaminen käytettyyn lähdemateriaaliin. Kohtalaisesti onnistuin laatimaan kyselyn, jossa pyrin muutamalla kysymyksellä selvittämään KBT Kokkolan asiakastyytyväisyyttä eri osa-alueilla, en pelkästään mielipiteitä itse tuotteesta eli porkunyrkkeilyharjoituksista, vaan myös toiminnallisesta laadusta eli mielipiteitä valmentajista sekä toimitiloista. Suurin ongelma opinnäytetyössäni oli negatiivinen suhtautuminen koko työhön. Negatiivisuutta vähensi huomasti kuintekin se seikka, että sain tehdä sen yritykselle, josta pidän ja jonka palveluita käytän itsekin. Tämä ainakin lisäsi mielenkiintoa selvittää asiakkaiden mielipiteitä yrityksestä ja vertailla omaan mielipiteeseen, jos ei niinkään tässä opinnäytetyössä, mutta oman pään sisällä.

Toisaalta hyvää työssäni oli se, että minua alkoi kiinnostaa oikeasti pohtia miksi harrastajien into porkunyrkkeilyä kohtaan laantuu yllättävänkin nopeasti. Voin valehtelmatta, mutta ilman todisteita sanoa, että peruskurssin jälkeen salilla on harrastajia, mutta ensimmäisen kahden kuukauden aikana kävijät alkavat vähentyä. Puolen vuoden päästä on hyvä, jos peruskurssilta on säilynyt kolme tai neljä ihmistä. Omalta peruskurssiltani mukana potkunyrkkeilyharjoituksissa aktiivisesti käy juuri se kolme henkilöä. Oman peruskurssini jälkeisestä ryhmästä jäljellä taitaa olla kaksi. Olisi mielenkiintoista alkaa selvittää miksi näin käy ja kuinka tilanne voitaisiin ratkaista.

Ehdottomasti parantamisen varaa työssäni olisi lähdemateriaalin monipuolisemmassa käytössä. Tätä ei voida pitää täysin minun syynäni, koska etsin moniakkin hyviä lähteitä, mutta paikallisesta kirjastosta ei niitä saanut, tai jos

sai, ne olisivat tulleet aivan liian myöhään. Pysin kuitenkin käyttämään mahdollisimman monipuolisesti minulla käytössä ollutta lähdemateriaalia ja onnistuin siinä tyydyttävästi.

## **LÄHTEET**

Grönroos, C. 1998. Nyt kilpaillaan palveluilla. Helsinki: WSOY

Grönroos, C. 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. 4. painos. Helsinki: WSOYpro OY.

Lecklin, O. 2006. Laatu yrityksen menestys tekijänä. 5. uudistettu painos. Hämeenlinna: Karisto

Leppänen, E. 2007. Asiakaslähtöinen myynti. Helsinki: Yrityskirjat

Kinnunen, R. 2004. Palvelujen suunnittelu. Helsinki: WSOY.

Reinboth, C. 2008. Johda ja kehitä asiakaspalvelua. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Rissanen, T. 2005. Hyvä palvelu. Vaasa: Kustannusyhtiö Pohjantähti Polestar Ltd.

Rope, T. 2002. Yrittäjän markkinointikirja. 2. painos. Hämeenlinna: Tietosykli

**KBT Kokkola****Asiakastyytyväisyyskysely**

Miika Märsylä

Tahdomme kehittää toimintaamme, ja siinä meitä auttaa Sinulta saamamme palaute. Kyselyyn vastataan nimettömänä. Kiitämme jo etukäteen palautteesta.

**Tiedot antajasta (ympyröi oikea vaihtoehto)**

Sukupuoli:                      nainen                      mies

Ikä:                                      15–20                      21–30                      yli 30

**Kauanko olet harrastanut potkunyrkkeilyä? (ympyröi oikea vaihtoehto)**

peruskurssilainen      alle 1 vuoden      1–2 vuotta                      2–3 vuotta                      yli 3 vuotta

**Asteikko:**

Täysin samaa mieltä      Osittain samaa mieltä      Osittain erimieltä      Täysin erimieltä

1                                      2                                      3                                      4

**Mitä mieltä olet KBT Kokkolan valmentajista?**

Valmentajat ovat päteviä työssään. ....	1	2	3	4
Valmentajilta voi pyytää apua, jos ei osaa. ....	1	2	3	4
Valmentajat ovat motivoivia. ....	1	2	3	4
Valmentajat ottavat harrastajien tasoerot huomioon. ....	1	2	3	4

**Mitä mieltä olet KBT Kokkolan harjoituksista?**

Harjoitusajat ovat sopivat. ....	1	2	3	4
Harjoituksia on riittävän monesti viikossa. ....	1	2	3	4
Harjoitukset ovat sopivan raskaita. ....	1	2	3	4
Harjoituksissa tehdään tarpeeksi tekniikkaa. ....	1	2	3	4
Harjoituksissa tehdään liikaa tekniikkaa. ....	1	2	3	4
Harjoituksissa harjoitetaan tarpeeksi lihaskuntoa. ....	1	2	3	4
Harjoituksissa harjoitetaan liikaa lihaskuntoa. ....	1	2	3	4
Harjoittelu on riittävän monipuolista. ....	1	2	3	4
Harjoittelu on mukavaa. ....	1	2	3	4

### Mitä mieltä olet KBT Kokkolan harjoittelutiloista?

Harjoitustilojen sijainti on hyvä. ....	1	2	3	4
Pukuhuoneet ovat riittävän tilavat. ....	1	2	3	4
Harjoittelutilat ovat riittävän tilavat. ....	1	2	3	4
Peseytymismahdollisuudet ovat riittävät. ....	1	2	3	4
Harjoittelutilojen siisteys on riittävä. ....	1	2	3	4
Harjoitteluvälineitä on riittävästi. ....	1	2	3	4

### Oletko harkinnut ottelemista tulevaisuudessa?

Kyllä            En

### HUOM! Vain peruskurssilaiset vastaavat seuraaviin

### Oletko ajatellut jatkaa harjoittelua KBT Kokkolan kanssa peruskurssin jälkeen?

Kyllä            En

Miksi et ole ajatellut jatkaa harjoittelua KBT Kokkolan kanssa? (ympyröi mieleisesi vastaus, saa olla useampia)

- |   |  |
|---|--|
| 1. Ei kiinnosta.                              | 2. Ei ole aikaa.                           |
| 3. Harjoitusmaksut ovat liian kalliit.        | 4. Harjoitteluvälineet ovat liian kalliit. |
| 5. Lisenssi on liian kallis.                  | 6. En ole tarpeeksi hyvä.                  |
| 7. Kunto ei riitä.                            | 8. Sparraus jännittää.                     |
| 9. Harjoittelu kokeneempien kanssa jännittää. | 10. Terveydelliset syyt.                   |
| 11. Ei mikään yllä mainituista.               |  |

Jokin muu syy:

---



---



---



---



---

Kehitysideoita/palautetta:

---



---



---



---



---