

## **Passagerarnas upplevelser**

Karleby-Jakobstad flygfält

Amanda

Björkqvist

EXAMENSARBETE	
Arcada	
Utbildningsprogram:	Turism
Identifikationsnummer:	3771
Författare:	Amanda Björkqvist
Arbetets namn:	Passagerarnas upplevelser, Karleby-Jakobstad flygfält
Handledare (Arcada):	Hellevi Aittoniemi
Uppdragsgivare:	Karleby-Jakobstad flygplats
<p>Sammandrag:</p> <p>IATA anser att flygtrafiken kommer att fördubblas till år 2030. Eftersom flygtrafiken ökar och passagerarnas förväntningar stiger är det viktigt att flygfälten kan svara på passagerarnas förväntningar och behov. Detta examensarbete har gjorts för Karleby-Jakobstad flygfält och syftet är att ta reda på hur passagerarna upplever Karleby-Jakobstad flygfält och dess tjänster samt Finavias värden som flygfältet styr sin verksamhet med. Genom att ta reda på passagerarnas upplevelser om flygfältet kan Karleby-Jakobstad flygfält i framtiden förbättra sina tjänster och kvaliteten.</p> <p>Arbetets teori grundar sig på kvalitets- och upplevelseteori. I teoridelen tas också upp passagerarnas förväntningar för flygfälten idag. Som metod valdes den kvantitativa metoden för att den ansågs ge en allmän bild om passagerarnas upplevelser. Som datainsamlingsmetod användes enkätundersökning. Enkätundersökningen planerades på basen av arbetets syfte och uppdragsgivarens önskemål. Enkäterna delades personligen ut åt de avgående passagerarna på Karleby-Jakobstad flygplats under tiden 20.5–11.6.2012. Totalt 100 respondenter svarade på undersökningen.</p> <p>De viktigaste resultaten som kom upp från undersökningen var att respondenterna var relativt nöjda med Karleby-Jakobstad flygfält och dess tjänster. Respondenternas förbättringsförslag gällde mest utrymmens inredning, modernitet och trivsamt. Undersökningen visade att respondenterna använde mest caféet av flygfältets tjänster. Passagerarna var nöjda med servicens smidighet och personalen. Undersökningsresultatet visade att passagerarna önskar sig realtid information om förseningar. Detta är enormt viktigt eftersom största delen av passagerarna är affärsresenärer. Resultaten visade också att affärsresenärerna var mera krävande och kritiska kunder än fritidsresenärerna.</p>	
Nyckelord:	Flygfält, passagerare, tjänster, upplevelser och kvalitet.
Sidantal:	65
Språk:	Svenska
Datum för godkännande:	

DEGREE THESIS	
Arcada	
Degree Programme:	Tourism
Identification number:	3771
Author:	Amanda Björkqvist
Title:	Passanger experiences, Kokkola-Pietarsaari Airport
Supervisor (Arcada):	Hellevi Aittoniemi
Commissioned by:	Kokkola-Pietarsaari Airport
<p>Abstract:</p> <p>IATA believes that air traffic will double by the year 2030. Because the air traffic increases and the passengers' expectations are rising it is important that airports can respond to passengers' expectations and needs. This thesis has been made for Kokkola-Pietarsaari Airport and the purpose of this study is to find out how the passengers' experience Kokkola-Pietarsaari Airport and its services and Finavia's values which they control their activities with. By knowing how the passenger's experienced the Airport is Kokkola-Pietarsaari Airport in the future able to improve their services and quality.</p> <p>The thesis theory is based on quality- and experience theory. Passengers' expectations of airports will also take place in the theory part. Quantitative method was chosen as the method because it considered giving a general look on passengers' experiences. A survey was used for data collection. The survey was planned based on the purpose of the work and constituents wishes. The questionnaires were personally handed out to the departing passengers at Kokkola-Pietarsaari Airport during 20.5–11.6.2012. Totally 100 respondents answered to the survey.</p> <p>The most important result that came up from the survey was that the passengers were relatively satisfied with the Kokkola-Pietarsaari airport and its services. Respondents' improvement suggestions concerned most the airport areas decoration, modernity and pleasantness. The survey results showed that the passengers used the café most of all the airport services. The passengers' were satisfied with the smoothness of the services and the personnel. The survey results showed that the passengers wish real time information about delays. This is very important because the most of the passengers are business travelers. The results also showed that business travelers were more demanding and critical customers than leisure travelers.</p>	
Keywords:	Airport, passengers', service, experiences and quality
Number of pages:	65
Language:	Swedish
Date of acceptance:	

OPINNÄYTE	
Arcada	
Koulutusohjelma:	Matkailu
Tunnistenumero:	3771
Tekijä:	Amanda Björkqvist
Työn nimi:	Matkustajien kokemukset, Kokkola-Pietarsaaren lentoasema
Työn ohjaaja (Arcada):	Hellevi Aittoniemi
Toimeksiantaja:	Kokkola-Pietarsaaren lentoasema
<p>Tiivistelmä:</p> <p>IATA uskoo lentoliikenne kaksinkertaistuvan vuoteen 2030 mennessä. Koska lentoliikenne lisääntyy ja matkustajien odotuksen nousevat on tärkeää, että lentoasemat voivat vastat matkustajien odotuksiin ja tarpeisiin. Tämä opinnäytetyö on tehty Kokkola-Pietarsaaren lentokentälle ja tämän työn tavoite on selvittää matkustajien kokemukset Kokkola-Pietarsaaren lentokentästä ja sen palveluista sekä Finavian arvoista joilla se ohjaa toimintaansa. Tietämällä miten asiakkaat kokevat lentokentän voi Kokkola-Pietarsaaren lentokenttä tulevaisuudessa kehittää palveluitaan sekä laatuaan.</p> <p>Opinnäytetyön teoria perustuu laatuun ja kokemuksiin. Matkustajien odotukset lentokentistä sisältyy myös teoria osuuteen. Kvantitatiivinen menetelmä valittiin työn menetelmäksi sillä sen katsottiin antavan yleisen kuvan matkustajien kokemuksista. Tiedon keruu menetelmäksi valittiin kyselylomakkeet. Lomakkeet suunniteltiin työn tavoitteiden ja toimeksiantajan toiveiden perusteella. Lomakkeet jaettiin henkilökohtaisesti lähteville matkustajille Kokkola-Pietarsaaren lentoasemalla aikavälillä 20.5–11.6.2012. Yhteensä 100 vastaajaa vastasi kyselyyn.</p> <p>Kyselyn tärkeimmät tulokset olivat, että matkustajat olivat suhteellisen tyytyväisiä Kokkola-Pietarsaaren lentoasemaan ja sen palveluihin. Vastaajien parannusehdotukset koskivat eniten lentoaseman tilojen sisustusta, moderniutta ja viihtyvyyttä. Kyselyn tulokset näyttivät, että matkustajat käyttivät kahvilaa eniten lentokentän palveluista. Matkustajat olivat tyytyväisiä palveluiden sujuvuuteen ja henkilökuntaan. Kyselyn tulokset osoittivat, että matkustajat toivovat saavansa reaaliaikaista tietoa viivästyksistä. Tämä on erityisen tärkeää sillä suurin osa matkustajista on liikematkustajia. Tulokset näyttivät myös, että liikematkustajat ovat vaativampia ja kriittisempiä asiakkaita kuin vapaa-ajan matkustajat.</p>	
Avainsanat:	Lentoasema, matkustajat, palvelu, kokemus ja laatu
Sivumäärä:	65
Kieli:	Ruotsi
Hyväksymispäivämäärä:	

## INNEHÅLL

<b>1</b>	<b>INLEDNING</b> .....	<b>9</b>
1.1	Problemställning .....	10
1.2	Syfte och avgränsning .....	10
1.3	Metod- och materialbeskrivning .....	11
1.4	Karleby-Jakobstad flygfält .....	11
<b>2</b>	<b>TJÄNSTEDESIGN</b> .....	<b>13</b>
<b>3</b>	<b>KVALITET</b> .....	<b>15</b>
3.1	Förväntningar .....	17
3.2	Affärsresenärer och fritidsresenärer .....	18
<b>4</b>	<b>UPPLEVELSER</b> .....	<b>18</b>
<b>5</b>	<b>METODBESKRIVNING</b> .....	<b>21</b>
5.1	Metodval .....	21
5.2	Frågeguide .....	22
5.3	Genomförande av enkätundersökningen .....	23
<b>6</b>	<b>RESULTATREDOVISNING</b> .....	<b>24</b>
6.1	Bakgrundsfaktorer .....	24
6.2	Ankomst .....	26
6.3	Incheckning .....	28
6.4	Utrymmen .....	29
6.5	Tjänster .....	30
6.6	Säkerhetskontrollen .....	32
6.7	Kommentarer och förbättringsidéer av respondenterna .....	35
<b>7</b>	<b>DISKUSSION</b> .....	<b>37</b>
7.1	Bakgrundsfaktorer .....	37
7.2	Ankomst och incheckning .....	37
7.3	Flygfältets utrymmen .....	40
7.4	Tjänster .....	42
7.5	Säkerhetskontrollen .....	44

7.6	Konklusioner .....	47
<b>8</b>	<b>AVSLUTNING.....</b>	<b>48</b>
8.1	Reliabilitet och validitet .....	48
8.2	Förslag för vidare undersökningar .....	49
8.3	Slutord.....	50
	<b>KÄLLOR.....</b>	<b>52</b>
	<b>BILAGOR.....</b>	<b>57</b>
	Bilaga 1. Enkäten på svenska.....	57
	Bilaga 2. Enkäten på finska .....	59
	Bilaga 3. Enkäten på engelska .....	61
	Bilaga 4. Incheckningens medelvärden .....	63
	Bilaga 5. Affärsresenärernas och fritidsresenärernas upplevelse om utrymmen .....	64
	Bilaga 6. Män och kvinnors upplevelser om flygfältets utrymmen .....	64
	Bilaga 7. Skillnader i upplevelser .....	65

## Figurer

Figur 1 Bottenritning (Kokkola-Pietarsaari Airport. 2012) .....	12
Figur 2 ”Public lounge” (Kokkola-Pietarsaari Airport. 2012) .....	12
Figur 3 Lekhörna (Kokkola-Pietarsaari Airport. 2012) .....	12
Figur 4 Tjänstestuder för flygpassagerare (Koivisto. 2007:67) Modifierad av studenten .....	14
Figur 5 Helhetsmässig kvalitetsledning (Lecklin. 2002) Modifierad av studenten.....	15
Figur 6 Passagerarnas förväntningar (Fodness &Murray. 2007) .....	17
Figur 7 Upplevelsefälten (Pine &Gilmore. 1999) .....	19
Figur 8 Upplevelserummet (Hanefors &Mossberg. 2007).....	20
Figur 9 Enkätundersökning .....	23
Figur 10 Respondenternas ålders- och könsfördelning.....	25
Figur 11 Respondenternas syfte för resan .....	25
Figur 12 Antal gånger respondenten rest från Karleby-Jakobstad flygfält. ....	26
Figur 13 Passagerarens upplevelse om ankomsten till flygfältet .....	27
Figur 14 Affärsresenärernas och fritidsresenärernas upplevelser om incheckningen ....	28
Figur 15 Medelvärden för flygfältets utrymmen .....	29
Figur 16 T-test .....	31
Figur 17 Upplevelse om flygfältets tjänster enligt åldersgrupper .....	32
Figur 18 Medeltal för säkerhetskontrollen .....	33
Figur 19 Män och kvinnors upplevelser om säkerhetskontrollen.....	33
Figur 20 Affärsresenärernas och fritidsresenärernas upplevelser om säkerhetskontrollen .....	34
Figur 21 Medeltal för de olika delarna som påverkar respondenten upplevelse .....	35
Figur 22 Damernas toalett på Helsingfors-Vanda flygfält .....	41
Figur 23 Eluttag för passagerarna .....	44
Figur 24 Trådlösa laddare .....	44
Figur 25 Förhandsinformation om säkerhetskontrollen (Lentoposti. 2012) .....	46

## Tabeller

Tabell 1 Medeltal för respondenternas upplevelse om ankomsten till flygplatsen .....	27
Tabell 2 Medelvärden för flygfältets tjänster .....	30
Tabell 3 Resans syfte för passageraren * café .....	31



## 1 INLEDNING

Flygtrafiken är ett populärt sätt att resa och på kort tid ta sig från ett ställe till ett annat i världen. Flygtrafikens största fördel jämfört med andra transportsätt är snabbheten. Tidtabellerna, prisen och tiden som går ut till terminalaktiviteterna förbättrar däremot andra transportsätts affärsläge på kortare resor. Flygtrafiken är ändå det enda tänkbara transport alternativet då resan är lång och man har lite tid på sig. Flygtrafiken är speciellt funktionell för resor över 500 km. Eftersom flygtrafiken lämpar sig speciellt för långa avstånd är Mellersta och Norra Finlands rutter viktiga för inrikes och transfer flygtrafiken. (Kalenoja et al. 2006: 32, 36; Cooper et al. 2008:419)

Under den senaste tiden har ju fler och fler nya lågprisflygbolag kommit till marknaden. Lågprisflygbolagen säljer billiga flygbiljetter och har på detta sätt gjort det möjligt för ju fler människor att använda flyg som transportmedel. Flygtrafiken förväntas att fördubblas till år 2030. Motsvarande ökning kommer inte att ske i flygfältens antal. Flygfälten måste i framtiden hantera den ökade passagerarmängden samt svara på passagerarnas stigande förväntningar för flygfältens tjänster. Flygfältens utmaning är också den kontinuerliga förändringen. På grund av att flygindustrin utvecklas och förändras, kan man aldrig säkert veta åt vilket håll flygindustrin förändras. Flygfälten kan inte vänta med förnyandet utan flygfälten måste vara färdiga för framtiden. (ACI. 2010; Hakola. 2007:100–101; Kauppalehti. 2011)

Jag har valt ämnet av eget intresse mot flygindustrin och flygfält. Jag tror att jag kommer också att ha en del nytta av min arbetserfarenhet vid säkerhetskontrollen och incheckningen på Helsingfors-Vanda flygplats i detta arbete. Jag anser att arbetet kommer också att hjälpa mig förstå kundernas upplevelser och förväntningar bättre i mitt eget arbete i framtiden.

## 1.1 Problemställning

Karleby-Jakobstad flygfält finns i Österbotten, 19 km från Karleby och 30 km från Jakobstad. Flygförbindelserna från flygfältet är enormt viktiga speciellt för områdets internationellt aktiva företag och för områdets näringsliv. Flygförbindelserna är också en viktig konkurrensfaktor för områdets framtid. Karleby-Jakobstad flygfält började år 2010 med ett två-årigt utvecklingsprojekt. Projektets målsättningar är bland annat att utveckla samt öka Karleby-Jakobstads rutt- och semestertrafik, förbättra flygfältets service nivå samt öka synligheten. Projektets mål är också att skapa närmare samarbete mellan Karleby-Jakobstad flygfält och Finavia, flygbolagen, researrangörerna samt resebyråerna. Karleby-Jakobstad flygfälts utvecklingsprojekt har redan visat positiv utveckling eftersom flygtrafiken har växt under senaste året och två nya rutter har öppnats till Stockholm och Tallinn i början av år 2012. Dessa nya rutter var väldigt förväntade och kommer att betjäna såväl områdets företag såsom fritidsresenärer. (Concordia. 2012) Arbetets forskningsfråga är hur man kunde på basen av passagerarnas upplevelser förbättra flygfältet samt dess tjänster och erbjuda en ännu mera kvalitativ reseupplevelse i framtiden för passagerarna.

## 1.2 Syfte och avgränsning

Syftet är att ta reda på hur passagerarna upplever Karleby-Jakobstad flygfält och dess tjänster. Målet är också att undersöka hur passagerarna upplever Finavias värden som de styr sin verksamhet med. Finavias värden är pålitlighet, modernitet, glädje, lätthet, speluppfattning och mänsklig kontakt. (Finavia b.2012) Arbetet har avgränsats så att endast avgående passagerare tas i beaktan. Avgränsningen har gjorts för att få ett mera specifikt resultat. Beslutet påverkades också av antalet få tjänster på flygfältet efter ankomsten.

### **1.3 Metod- och materialbeskrivning**

Arbetets teoridel kommer att bestå av tjänstedesign, kvalitet- och upplevelseteori. I den empiriska delen kommer kvantitativa metoden samt egna iakttagelser att användas. Jag har valt att använda mig av den kvantitativa metoden och enkätundersökning för att få en helhetsbild av en stor grupp respondenter.

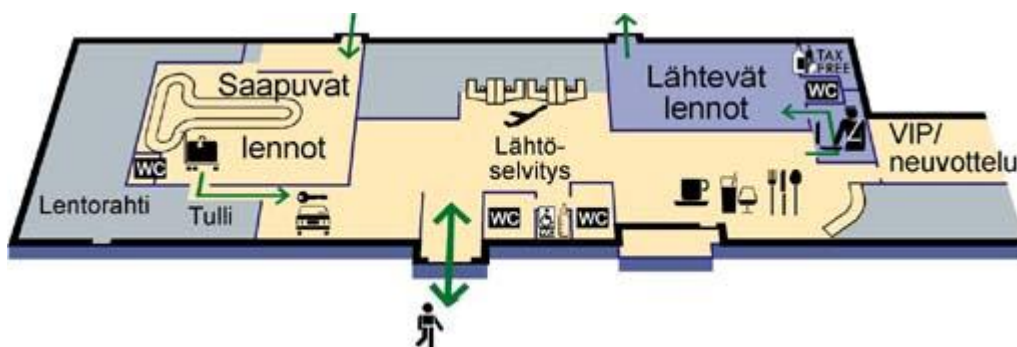
### **1.4 Karleby-Jakobstad flygfält**

Karleby-Jakobstad flygfält grundades år 1960 och upprätthålls idag av Finavia. Finavia är ett tjänsteföretag som ägs av Finlands stat. Finavia tar hand om flygplats- och flygtrafiktjänster på 25 flygfält i Finland. Finavia upprätthåller flygfälten och landningsbanorna, kontrollerar passagerare och bagage, säkrar säkerheten samt sköter om avkomst och avgångar. Finavia upprätthåller sina flygfält som ett nätverk, vilket betyder att flygfälten är funktionsmässigt och ekonomiskt en helhet. Alla enskilda flygfält i nätverket är inte eventuellt lönsamma, men däremot bör helheten vara ekonomiskt och kommersiellt lönsam. Eftersom de små landskapsflygfälten inte nödvändigtvis är lönsamma begränsar detta Finavias investerings möjligheter att förbättra dem. Flygfälten upprätthålls och utvecklas enligt efterfrågan och enligt ekonomiska villkor. Finavia har som målsättning att vara ett konsumentcentrerat, lönsamt växande, förnyande och internationellt riktat tjänsteföretag. Med en kunnig, motiverad och servicecentrerad personal som ger den bästa reseupplevelsen åt passageraren på alla sina flygfält. (Finavia a. 2012; Kalenoja et al. 2006: 25,44-45; Ylisipola. 2010)

År 2011 hade Karleby-Jakobstad cirka 95 000 passagerare vilket var 18 % mera än året innan. Flygförbindelserna från Karleby-Jakobstad flygfält är enormt viktiga för området. Flygfältet når inte endast Karleby- och Jakobstad utan också många andra städer och kommuner i närheten. Inom en timmes bilfärd från flygfältet bor ca 150 000 människor. Flygförbindelserna från Karleby-Jakobstad utnyttjas dock mest av områdets kända och globalt aktiva företag. Detta syns i flygfältets passagerarprofil, där cirka 70 % av passagerarna är affärsresenärer.

Flybe flyger för tillfället från Karleby-Jakobstad till Helsingfors och Scandinavian Airlines (SAS) flyger till Stockholm. Från Karleby-Jakobstad flygfält är det också möjligt att åka på semester. Charterresornas popularitet från Karleby-Jakobstad flygfält har stärkts under den senaste tiden. Speciellt barnfamiljerna använder direkta charterresor eftersom det är bekvämt samt man sparar både tid och pengar. Under hösten 2012 gjordes direkta charterflyg från Karleby-Jakobstad till Estland, Turkiet, Spanien, Portugal och Cypern. (Concordia.2011, Finavia a. 2011, Hakola. 2007:220, KP. 2012; Vähsarja.2012)

Karleby-Jakobstad är ett litet flygfält med de nödvändigaste tjänsterna (Se figur 1). Flygfältet har ett café och en liten Taxfree butik för passagerare som reser till Kanarieöarna eller till länder utanför EU. Passagerarna har tillgång till avgiftsfritt trådlöst nät på flygfältet och för barnen finns det en lekhörna. Flygfältets parkeringsplats finns precis framför terminalen. Det finns också bussförbindelser både till Karleby och Jakobstad från flygfältet. Tidtabeller är planerade enligt flygen. För rörelsehindrade passagerare har flygfältet rullstolar, en skild toalett samt skilda parkeringsrutor. (Finavia b. 2012)



Figur 1 Bottenritning (Kokkola-Pietarsaari Airport. 2012)



Figur 2 "Public lounge" (Kokkola-Pietarsaari Airport. 2012)



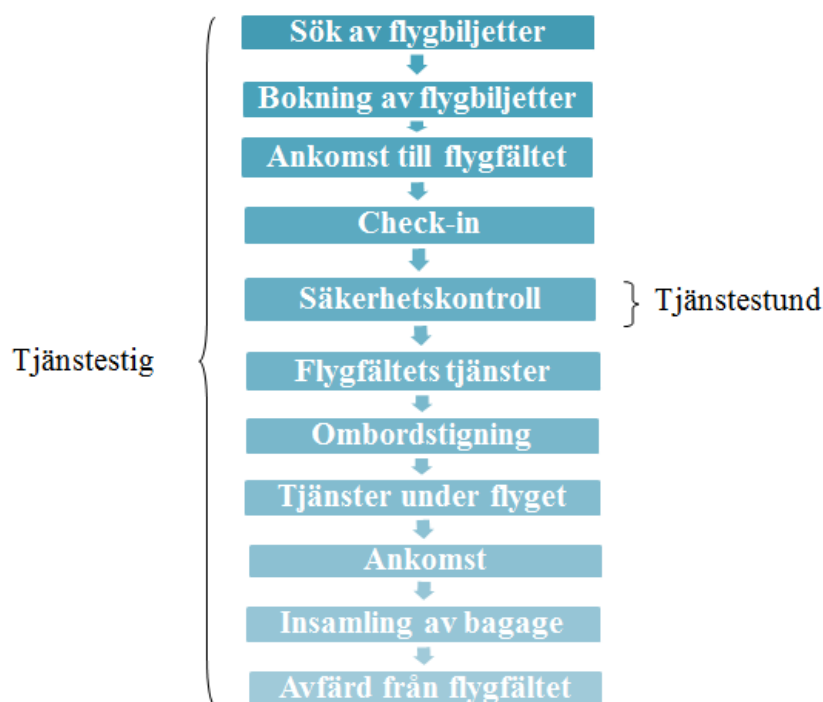
Figur 3 Lekhörna (Kokkola-Pietarsaari Airport. 2012)

## 2 TJÄNSTEDESIGN

Tjänstedesign har fått en allt mera viktigare del i affärsverksamheten, eftersom man har börjat flytta sig från ett teknologi- och produktionsorienterad tänkande mot ett behovs- och kundorienterad värdetänkande. Idén bakom tjänstedesign är att förstå kundens verkliga behov, förväntningar, värden och motiv. Tjänstedesign hjälper organisationen att rikta och koncentrera sig på processer och tjänster som ger mervärde åt kunden. I tjänstedesign planerar man kundens tjänsteupplevelse så att den motsvarar både kundens behov och tjänsteleverantörens affärs mål. Viktigaste delen med tjänstedesign är att man skall kunna tänka framåt i tiden och försöka förutse både kundens verkliga behov samt identifiera kundernas dolda behov. (Hautamaa. 2011:4; Tuulaniemi. 2011:73,95) Tjänsteupplevelserna påverkas av bland annat personens egna värderingar och förväntningar och därför är de alltid personliga. Tjänsteupplevelsen kan alltså inte planeras och definieras i förväg. Genom tjänstedesign kan man dock styra upplevelsen till den önskade riktningen genom att ta i beaktan allt det som kunden kommer att känna och uppleva under tjänsten. (Raulo. 2012)

Enligt Saffer (Se Koivisto.2007:66) finns det tre olika grundstenar i tjänstedesign. Dessa grundstenar är tjänstens kontaktpunkter, tjänstestunder och tjänstestigar. Tjänstens kontaktpunkter är det som kunden kan se och uppleva genom sina sinnen. Kontaktpunkter kan delas in i fyra olika delar: utrymmen, föremål, handlingssätt och människor. Utrymmen där tjänsten utförs berättar för kunden vad som är möjligt att göra och påverkar på detta sätt kundens beteende. I utrymmen borde man ta i beaktan punkter som kunden kan genom sina sinnen uppleva till exempel ljus, ljud och doft. Föremålen som hör till tjänsten är placerade i utrymmet. Föremålen kan vara till exempel självbetjäningautomater för kunden eller bagagebälten för personalen. För att tjänster skall kunna produceras behövs människor. I tjänstedesign delas människorna i två olika grupper, kunder och tjänstepersonal. Tjänsten uppstår av interaktionen mellan kunden och tjänstepersonalen. I tjänstedesign strävar man efter att kontrollera och styra personalens handlingar på ett önskat sätt. I tjänsterna kan alla processer definieras till minsta lilla detalj, som till exempel hur personalen hälsar åt kunden. (Koivisto.2007: 66)

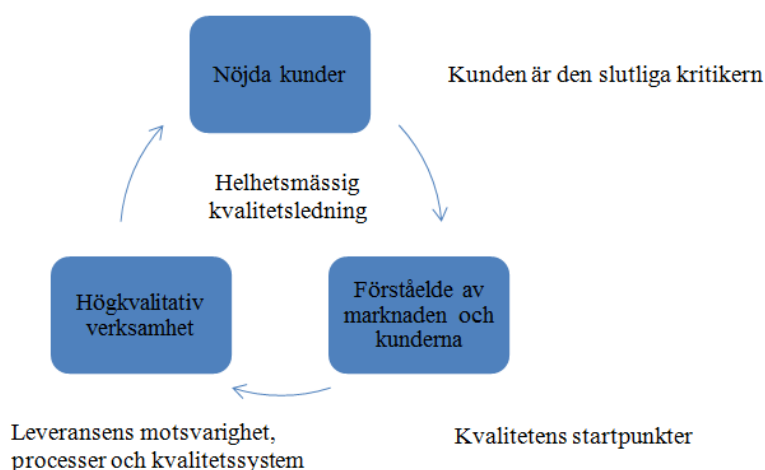
Enligt Saffer (Se Koivisto.2007:66) består tjänsterna av flera olika delar som sedan tillsammans bildar en helhet för kunden. En skild del kallas för tjänstestund. Flygresan består till exempel av flera olika tjänstestunder. (Se figur 4) Den enskilda tjänstestunden består av många olika kontaktpunkter. Genom kontaktpunkterna kan tjänsteföretaget modifiera tjänsten enligt önskan och på detta sätt få den att svara på kundens behov och förväntningar. När man planerar en viss tjänstestund bör man noggrant fundera ut vilka kontaktpunkter är väsentliga för kunden och vilka ger mervärde för kunden till låga kostnader för företaget. Tjänsten en process som uppstår av flera olika tjänstestunder och tjänstepunkter. Dessa tjänstestunder och tjänstepunkter bildar tillsammans en helhet för kunden, tjänstestigen (se figur 4). Även om tjänstestigen är planerad att utföras på ett visst sätt bildar kunden genom sina egna val sin egen individuella rutt. På flygfältet kan passageraren till exempel göra check-in via en självbetjäningsautomat eller av personalen vid check-in disken. Beroende på kundens egna handlingar och val bildar han eller hon en individuell tjänstestig. I tjänstedesign strävar man efter att förutse de vanligaste tjänstestigarna. (Koivisto. 2007:67–68)



Figur 4 Tjänstestuder för flygpassagerare (Koivisto. 2007:67) Modifierad av studenten

### 3 KVALITET

Kvalitet kan förklaras som ett sätt att tillfredsställa kundernas behov. Kvalitet är företagets viktigaste framgångsfaktor. Kvaliteten kan inte anses bra endast ifall produkterna eller tjänsterna är högklassiga utan det är alltid slutligen kunden som avgör kvaliteten. Bra kvalitet uppstår dock inte endast om kunderna är nöjda utan man måste kunna uppfylla kundernas krav och förväntningar på ett lönsamt och effektivt sätt för företaget. I nedanstående figur (Se figur 5) ser vi hur bra kvalitet uppnås. För att nå bra kvalitet bör organisationen förstå marknaden och kunderna så att de kan svara på de behov som finns. Med hjälp av processer och kvalitetssystem kan man styra handlingarna så att de tillfredsställer kunden. För att nå bra kvalitet bör alla dessa delar fungera. (Lecklin. 2002: 11, 18-19) Enligt Tuulaniemi (2011:72) ger följande egenskaper värde för kundens kvalitetuppfattning: förväntningar, behov, värden, vanor, traditioner, andra människors åsikter, tjänstens pris, tjänstens egenskaper och andra liknande tjänsters pris. Kvalitativa turismtjänster grundar sig på bra kundservice och professionalitet. Eftersom kunden är den som i sista skedet avgör tjänstens kvalitet och finansierar verksamheten.



Figur 5 Helhetsmässig kvalitetsledning (Lecklin. 2002) Modifierad av studenten

Enligt Grönroos (2002) kan kvaliteten delas i teknisk- och funktionell kvalitet. Den tekniska kvaliteten är det vad kunden får. Teknikens utveckling ger massor med möjligheter åt företagen att förbättra sina tjänster. I flygindustrin kan passageraren till

exempel själv göra sin incheckning via internet. De flesta flygfält använder sig också av incheckningsautomater där kunden kan själv göra sin incheckning. Genom att ta i bruk dessa tekniska möjligheter kan företaget påskynda köandet på flygfälten samt bättre svara på kundernas behov och förväntningar. Funktionell kvalitet är däremot hur tjänsten ges åt kunden. När kunden anländer till exempel till flygfältet lägger kunden märke till hur länge man bör köa för check-in, personalens vänlighet och attityd. Hur kunderna upplever den funktionella kvaliteten är annorlunda eftersom det handlar om personliga åsikter. Oftast anser man att den tekniska kvaliteten är viktigare. Så är det dock inte utan i vissa fall kan det hända att kunden har flera mycket viktiga tjänstekontakter med personalen som avgör kundens uppfattning av kvaliteten. (Grönroos. 2002:75–76, Albanese & Boedeker. 2002:57)

Enligt Albanese & Boedeker (2002:160–161) är det viktigt för kunden att tjänsten är lätt enkelt beläget till exempel att det är lätt att nå och hitta till och att det finns enkla trafikförbindelser och tillräckligt med parkeringsplatser. Ifall företaget är beläget på ett avlägset plats som till exempel Karleby-Jakobstad flygfält är det speciellt viktigt att lägga märke till skyltningen. Det är också viktigt att fasaden ser bra ut eftersom den tillsammans med ingången och aulan ger passageraren första intrycket. Positiv förstaintryck har en stor betydelse. Första intrycket kan aldrig ändras och den ger kunden första bild om hela tjänsten och företaget. Därför är det viktigt att lägga märke till inkomsten, aulan, trivsamma väntningsområden, ren omgivning, och tydlig skyltning. Med bra och tydlig skyltning hjälper man kunden att röra sig i området. Skyltningen hjälper kunden också att använda produkter och tjänster rätt. Skyltningen har också säkerhetsaspekter. Upplevelserummets inredning har en stor betydelse. Genom inredningen kan man nämligen påverka kundens upplevelse om kvaliteten samt öka på trivsamtalen och påverka kundens köps beteende.



### 3.1 Förväntningar

Det är viktigt att företagen känner till sina kunders förväntningar eftersom förväntningarna påverkar kundernas upplevelser. Den stigande globala ekonomin och högre levnadsstandarderna har höjt på människornas förväntningar. Passagerarnas förväntningar beror till exempel på människotyp, resans syfte samt egna omständigheter. Enligt Fodness och Murray (2007) kan passagerarnas förväntningar på flygfältet delas in i tre olika delar: tjänster, personal och omgivningen (eng. servicescape). Dessa tre delar kan ännu delas in i underrubriker (Se figur 6).



Figur 6 Passagerarnas förväntningar (Fodness & Murray, 2007)

Passagerarna förväntar sig att flygfältets omgivning och utrymmen är rymliga och rena samt att det finns mycket natur ljus. Eftersom flygfälten ofta är okända för passagerarna förväntar de sig att hitta med hjälp av skyltar och informationstavlor information och rätt port. Passagerarna förväntar sig att flygfältets inredning är modern, innehåller konst och reflekterar den lokala kulturen. Passagerarna förväntar sig att flygfälts personal är kunnig, pålitlig, förståelig och villig att hjälpa till. Säkerheten spelar en viktig roll inom flygtrafiken och därför bör personalen genom kunskap och handlingsätt sprida säkerhetskänslan åt passagerarna. Eftersom passagerarna spenderar tid på flygfälten före flygen och ibland också längre tider på grund av förseningar förväntas det finnas tjänster för passagerarna. Viktigaste tjänsterna för passagerarna är restauranger och caféer samt platser där man kan vila. Utöver dessa förväntas detta också finnas tjänster

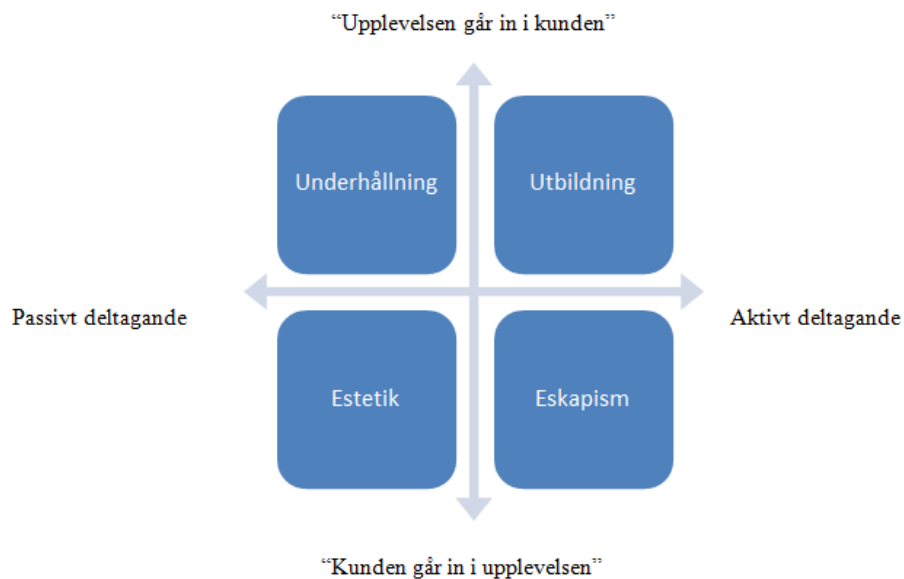
för underhållning och shopping möjligheter på flygfälten. (ACI. 2010; Hanefors & Mossberg. 2007; 222-227, 230; Fodness & Murray. 2007: 492-506) Passagerarna som reser från landskapsflygfältet är vana med smidiga tjänster på flygfälten. (Ylisipola. 2010). Passagerarna förväntar sig också idag själv service möjligheter samt bättre och billigare tjänster. De vill också ha realtid information om förseningar, utgångsportens ändringar samt personliga service. (Fattah et al. 2009)

### **3.2 Affärsresenärer och fritidsresenärer**

Affärsresenärerna och fritidsresenärerna har olika slags förväntningar. Affärsresenärerna är ofta mera krävande kunder vilket beror på resans karaktär. Affärsresenärerna vet vad som de bör få och vilka tjänster som fattas. Affärsresenärerna reser för arbetets skull och resandet är vanligtvis inte frivilligt. Därför bör arrangemangen gå smidigt och felfritt. Arbetsresenärerna är speciella kunder för att ett misstag i arbetsresenärens researrangemang påverkar inte endast resenären som blir på dåligt humör och missnöjd, utan den kan också ha stora negativa effekter för affärsresenärens affärer. Affärsresenärerna reser under veckorna och året runt, då däremot fritidsresenärerna reser under veckosluten och semesterperioderna. Fritidsresornas syfte är att ta semester från vardagen och njuta av resan. Eftersom flygresan ofta för fritidsresenärerna är en del av paketresan, börjar reseupplevelsen redan vid flygfältet. Fritidsresenärerna är ofta också mera prisedvetna än affärsresenärerna eftersom de betalar resan själv. (Verhelä. 2000:14,15)

## **4 UPPLEVELSER**

Idag gäller det att utveckla tjänster som skapar unika reseupplevelse för kunden. Enligt Fast Future Researchs VD Rohit Tawlar (2012) vill dagens flygpassagerare att hela resan skall vara en njutbar upplevelse. I dagens samhälle har kunderna mycket makt och de kräver hög standard på tjänsterna. Eftersom passagerarna upplever flygfältets alla tjänster som en helhet bör alla enskilda tjänster fungera för att passageraren skall få en positiv reseupplevelse. (Tawlar. 2012) Enligt Pine och Gilmore (Se Mossberg.2003:50–53) kan upplevelsen beskrivas enligt två olika dimensioner (Se figur 7).

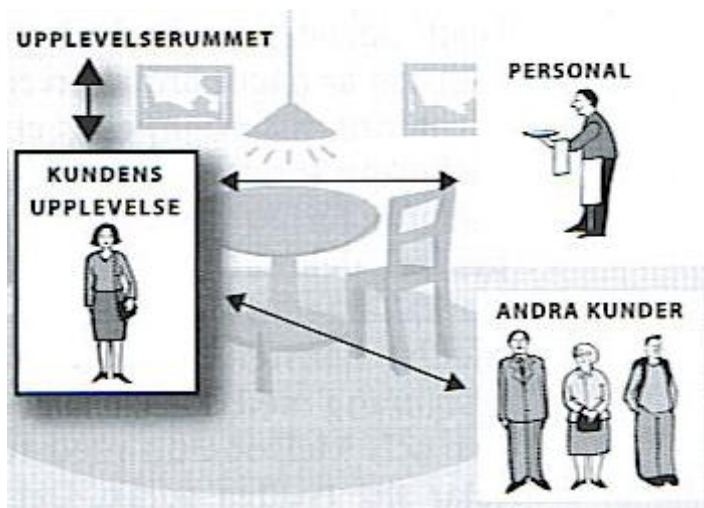


Figur 7 Upplevelsefälten (Pine & Gilmore. 1999)

I den första dimensionen ”går upplevelsen in i kunden”, i denna fas är kunden passiv och absorberar omgivningen. I den andra dimensionen är kunden aktiv och ”kunden går in i upplevelsen”. När dessa två dimensioner sätts ihop bildas fyra olika så kallade upplevelsetyper. Dessa upplevelsetyper är underhållning, utbildning, estetik och eskapism. Underhållning uppstår då kunden är passiv och genom sina sinnen upptar upplevelsen och blir underhållen. I utbildningen är kunden aktivt med i upplevelsen eftersom den själv deltar och lär sig något nytt. Det tredje upplevelsefältet kallas för estetik. I detta fält fördjupar sig kunden i upplevelsen till exempel under ett museum besök. Fjärde upplevelsefältet är eskapism. I eskapism deltar kunden aktivt och fördjupar sig mest i upplevelsen som till exempel under en vandringsresa. (Mossberg. 2003:50–53)

Enligt Albanese och Boedeker (2002) kan man genom utrymmens inredning skapa image och stämning. Genom utrymmens inredning kan man påverka kundens upplevelse av kvalitén samt köp beteende. (Albanese, Boedeker. 2002:161) Enligt Hanefors & Mossberg (2007) upplever vi genom våra sinnen det vill säga genom syn, smak, känsel, hörsel och lukt. Genom våra sinnen får vi en uppfattning om vår omgivning. Genom synen uppstår det färger, symboler, ljus. De olika färgerna påverkar människorna på olika sätt. Färgerna kan bland annat skapa uppmärksamhet, påverka vår

koncentrationsförmåga samt väcka starka känslor som påverkar vår upplevelse. Kulturen påverkar stort hur vi tolkar olika färger. Till exempel står grön färg för hälsa i Asiatiska länder då den däremot kombineras till sjukdomar i Afrika. Färgerna används symboliskt och aktivitet som sker i omgivningen styr valet av färgen. Genom hörseln kan vi kommunicera och uppleva olika saker. Vi kan uppleva bland annat högt ljud och oväsen som störande vilket kan göra oss oroliga. Via vår känsel kan vi uppleva temperatur, luftkvalitet och olika dofter. Dofter är effektiva hjälpmedel för att stöda varumärken. Doften måste dock användas rätt eftersom felaktig användning kan leda till väldigt negativa upplevelser. Singapore Airlines har skapat en specifik doft för att förstärka deras varumärke. Flygvärdinnorna använder parfymen och doften finns också även på handdukarna som delas ut åt passagerarna i flygplanet. (Hanefors & Mossberg.2007:121–127)



Figur 8 Upplevelserummet (Hanefors & Mossberg. 2007)

Kundernas upplevelse påverkas som sagt av känslor och sinnen som de får från omgivningen. Enligt Hanefors och Mossberg påverkas upplevelsen också av upplevelserummet, personalen och andra kunder (se figur 8). Upplevelserummet är den omgivning där tjänsten bjuds. Upplevelserummet har en central del i turistens upplevelse eftersom turisten befinner sig i en okänd miljö. I upplevelserummet påverkas kundernas upplevelse av bland annat design, information, utrymmens funktionalitet och till och med personalens klädning. Upplevelserummets färger, ljud och dofter påverkar också människornas upplevelse. Kundens möte med personalen påverkar hur kunden upplever tjänsten. Inom turismen har personalen en viktig del eftersom de är oftast en

del av tjänsten. Personalen är också oftast den första kontakt som kunden har när han eller hon har frågor eller problem och befinner sig i en okänd omgivning. Turistens och personalens möte påverkas av situationen det vill säga turistens eget beteende och personalens svar. Andra passagerare påverkar stämningen i upplevelserummet och på detta sätt också andra passagerare. En arg och besviken kund sprider till exempel negativ attityd till omgivningen. (Hanefors & Mossberg. 2007:176–17)

## **5 METODBESKRIVNING**

Det finns många olika sätt att samla in data. När man väljer metoden bör man tänka på vad man vill nå med undersökningen och med hjälp av vilket forskningssystem når man bäst målet. Olika metoder passar för olika undersökningar. Kvalitativa och kvantitativa metoden är de två mest allmänna metoderna. Den kvalitativa metoden är en mera ostrukturerad metod som strävar till att fördjupa sig i innehållet med hjälp av intervjuer, text och handlingar. Den kvantitativa metoden däremot är ett strukturerat sätt att nå en bild av helheten genom en stor mängd respondenter. I den kvantitativa metoden når man resultatet med hjälp av bland annat frågeformulär. (Altinay, Paraskevas. 2008: 131; Christensen et al. 2010: 69-71)

### **5.1 Metodval**

Jag valde att använda mig av kvantitativa metoden och enkätundersökning som insamlingsmetod. Jag valde kvantitativa metoden eftersom jag visste exakt vad jag ville få reda på och ville få en helhetsbild och nå många respondenter. Enkätundersökningen är en vanlig metod inom turism branschen samt då man vill undersöka kundernas tillfredsställelse. Enkätundersökning är också ett effektivt sätt att samla in information av en större grupp respondenter. (Altinay, Paraskevas.2008: 81)

Jag hade först planerat att använda mig av både den kvantitativa och kvalitativa metoden. På detta sätt hade jag tänkt få både en heltäckande samt fördjupad bild om passagerarnas upplevelser. Jag slopade dock senare idén, eftersom jag ansåg efter

enkätundersökningen att jag fått en bra bild av helheten och att inte mycket ny information nödvändigtvis skulle ha kommit upp från djupintervjuerna.

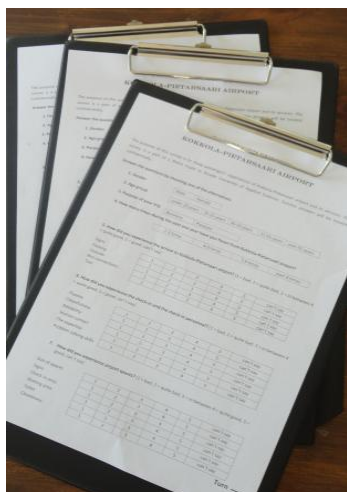
## 5.2 Frågeguide

Frågeformulärets planering börjades i april 2012. Enkätens innehåll, uppbyggnad och mål planerades noggrant i början för att få det bästa möjliga resultatet och heltäckande svar. Efter att jag börjat planering av innehållet, presenterade jag den första versionen åt min handledare och uppdragsgivare. Min uppdragsgivare gav mig även Finavias kundservice chefs, Petra Merikantos kontaktuppgifter så att jag kunde fråga också hennes åsikt om frågeformulärets innehåll och uppbyggnad. Frågeformuläret förbättrades många gånger innan den fick sin slutliga form. Jag gjorde också en pilot undersökning för fem personer. Pilot undersökningen gjordes för att se hur enkäten fungerade och om respondenterna förstod frågorna. Frågeformuläret godkändes ännu en sista gång av min uppdragsgivare innan undersökningen börjades.

Jag bestämde mig för att göra ett strukturerat frågeformulär som består av totalt tio frågor. De fyra första frågorna är bakgrundsfrågor, där jag får information om respondenten. Frågorna 5-10 är slutna frågor om flygfältet och dess tjänster, där respondenten kan välja det alternativ man anser motsvara sina upplevelser bäst. Sista frågan är en öppen fråga där passagerarna kan med egna ord fylla i kommentarer och förbättringsidéer för flygfältet. Frågorna uppställdes enligt passagerarstigen, det vill säga i den ordning passagerarna upplever de olika tjänsterna på flygfältet. Detta för att få en logisk ordning på frågorna och för att respondenterna kunde lättare reflektera på passagerarstigen de nyss upplevt. Frågeformulären gjordes i pappersform eftersom de delades personligen ut åt avgående passagerarna på Karleby-Jakobstad flygfält. Frågeformuläret gjordes på finska, svenska och engelska. Frågeformulären finns som bilaga. (Se bilagorna 1, 2 och 3)

### 5.3 Genomförande av enkätundersökningen

Undersökningen gjordes på Karleby-Jakobstad flygplats från den 20 maj till den 11 juni 2012. Före enkätundersökningen informerades jag flygfältets anställda genom brev vem jag är och vad min undersökning kommer att handla om. Jag delade ut enkäterna för de avgående passagerarna efter säkerhetskontrollen på den internationella sidan. Detta var en utmaning, eftersom flygfältet är litet och säkerhetskontrollen öppnas endast 30 minuter före planets avgångstid. Att göra enkätundersökningen efter säkerhetskontrollen var dock ett medvetet beslut, eftersom jag fick viktig information om hur passagerarna upplevde säkerhetskontrollen. För att göra enkätundersökningen professionell och så lätt som möjligt för respondenterna att fylla i skaffade jag bladdertavlor och pennor. (Se figur 9)



*Figur 9* Enkätundersökning

Enkätundersökningen börjades söndagen den 20 maj 2012 på Karleby-Jakobstad flygplats. Jag fick 10 svar från Flybes kvällsflyg flyg till Helsingfors och 12 svar från SAS flyg till Stockholm Arlanda. Undersökningen fortsattes följande dag med morgonflygen till Helsingfors och Stockholm Arlanda. Som förväntat var passagerarna trötta och ganska få ville svara på undersökningen. Totalt svarade 12 passagerare på undersökningen. Jag fortsatte undersökningen senare och fick 9 svar från Flybes dagsflyg till Helsingfors som var 40 minuter försenat. Från kvällsflyget till Helsingfors samma dag fick jag 12 svar och från flyget till Stockholm Arlanda 11 svar. Nästa dag fortsattes undersökningen och 13 respondenter svarade på undersökningen från

dagsflyget till Helsingfors. För att nå min målsättning, besökte jag Karleby-Jakobstad flygfält ännu den 11 juni. Från kvällsflyget till Helsingfors fick jag 11 svar och från flyget till Stockholm Arlanda fick jag 10 svar.

Bokningarna för flygen var för det mesta mellan 20-40 passagerare. Med tanke på bokningarna var cirka 10 stycken svar per flyg bra. Jag anser också att urvalet var bra, eftersom jag fick svar både från morgon- och kvällsflyg, samt från två flyg under veckoslutet. Totalt svarade 100 respondenter på undersökningen, vilket var målsättningen.

## **6 RESULTATREDOVISNING**

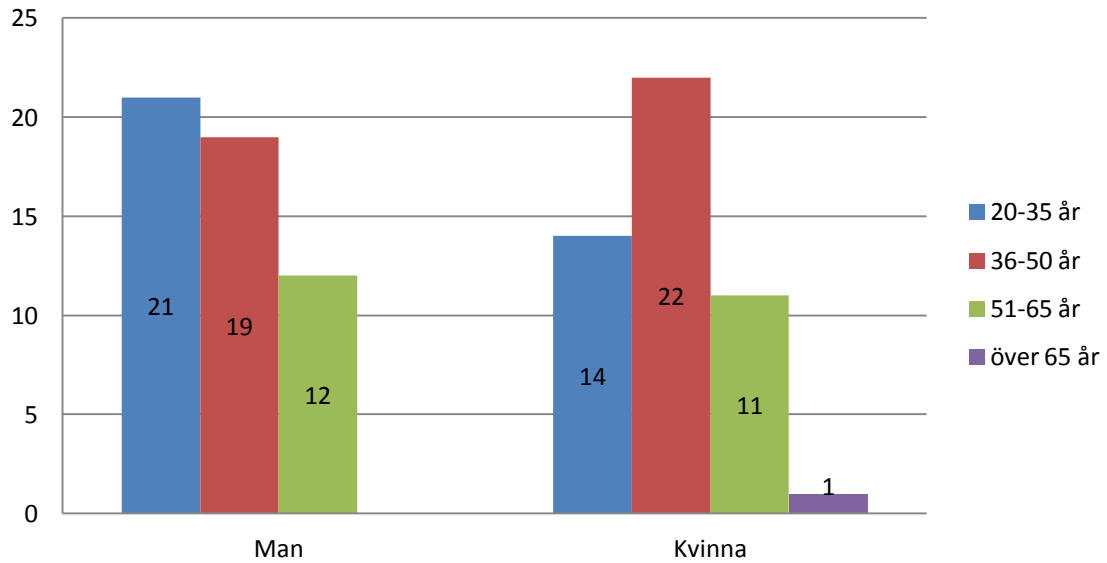
Enkätundersökningens resultat analyserades med SPSS Statistic-programmet. Undersökningens resultat kommer att presenteras i följande kapitel med hjälp av tabeller och figurer.

### **6.1 Bakgrundsfaktorer**

De fyra första frågorna i enkätundersökningen innehöll frågor gällande respondentens bakgrundsfaktorer såsom kön, åldersgrupp, resans syfte och hur många gånger respondenten rest från Karleby-Jakobstad flygfält under det senaste året. Jag fick totalt 100 svar. Av respondenterna var 52 stycken män och 48 stycken kvinnor. Av respondenterna var 35 stycken 20-35 åriga, 41 stycken 36-50 åriga, 23 stycken 51-65 åriga och en respondent var över 65 år. Ingen av respondenterna var under 20 år. Från figur 10 ser man närmare hur många män och kvinnor i de olika åldersgrupperna svarade på enkäten.



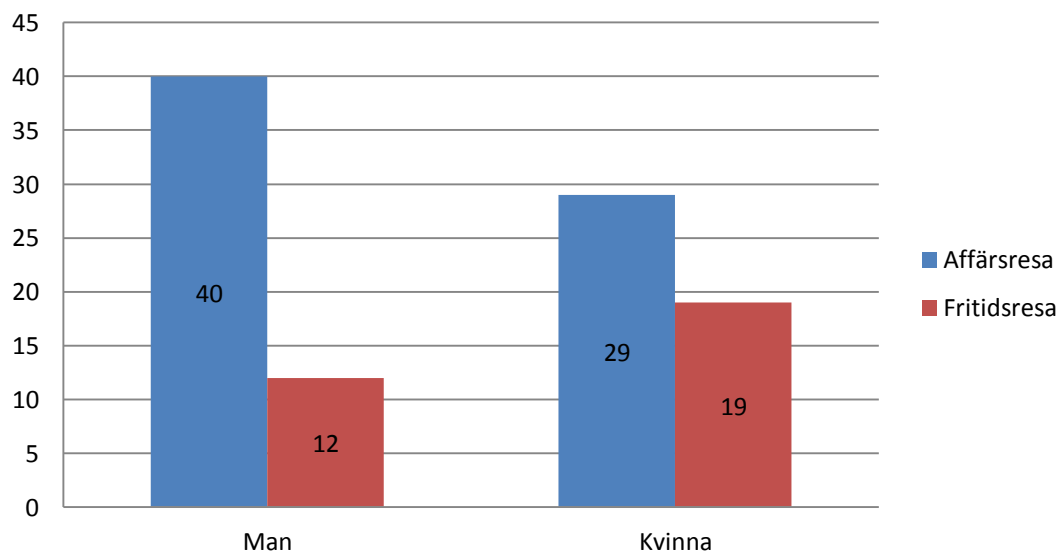
### Respondenternas ålders- och könsfördelning



Figur 10 Respondenternas ålders- och könsfördelning

Av respondenterna var 69 % affärsresenärer och 31 % fritidsresenärer. Från figur 11 ser man att bland affärsresenärerna fanns det 40 stycken män och 29 stycken kvinnor. Bland fritidsresenärerna fanns det 12 stycken män och 19 stycken kvinnor.

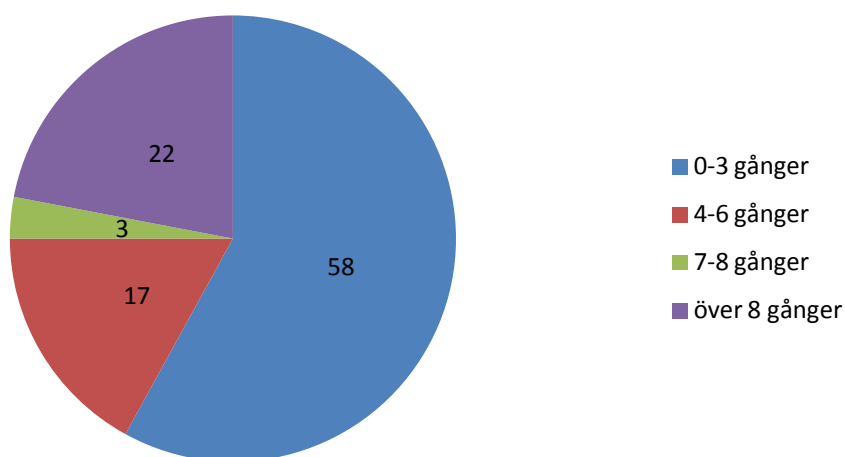
### Resans syfte för passageraren



Figur 11 Respondenternas syfte för resan

Från figur 12 nedan ser man att majoriteten, det vill säga 58 stycken av respondenterna hade under det senaste året rest 0-3 gånger från Karleby-Jakobstad flygfält. Av respondenterna hade 17 stycken rest 4-6 gånger, 3 stycken hade rest 7-8 gånger och 22 stycken hade rest över åtta gånger från Karleby-Jakobstad flygfält under det senaste året.

### Antal gånger passageraren rest från Karleby-Jakobstad flygfält under det senaste året



Figur 12 Antal gånger respondenten rest från Karleby-Jakobstad flygfält.

## 6.2 Ankomst

Fråga 5 i enkätundersökningen var en sluten fråga om hur respondenten upplevde ankomsten till flygfältet. Respondenten kunde välja av svarsalternativen det alternativ han/hon ansåg motsvara sina upplevelser bäst.

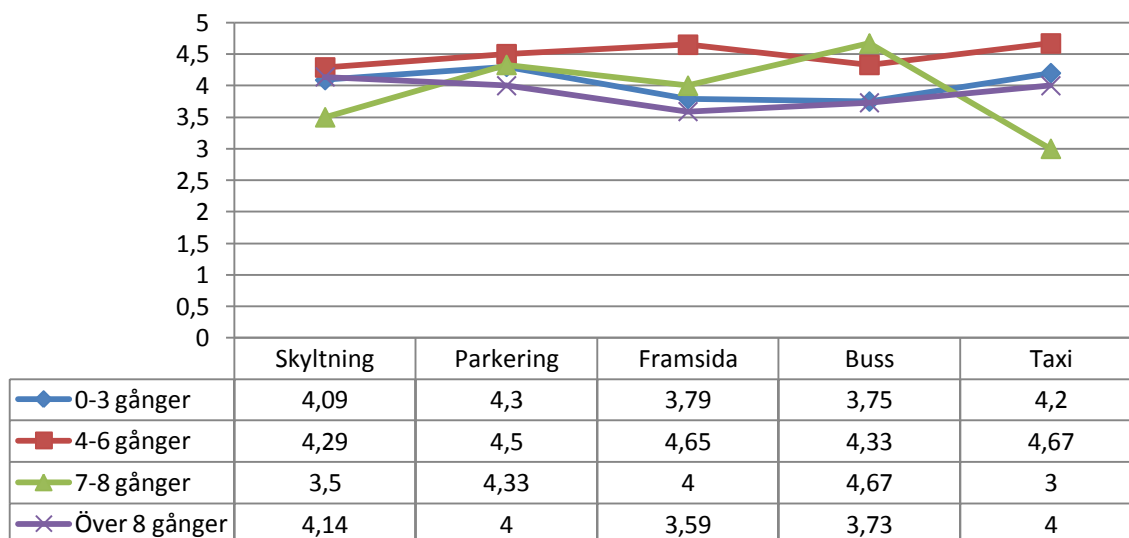
Tabell 1 visar hur passagerarna upplevde ankomsten till Karleby-Jakobstad flygfält. Från tabellen ser man hur många respondenter svarade på frågorna och vilket är svarens medelvärden. Medelvärdet för skyltningen, flygplatsens parkering och taxi fick medelvärdet 4 vilket motsvarar ganska bra. Flygplatsens framsida och bussförbindelserna fick medeltalet 3,90 vilket motsvara nästan ganska bra. Från tabellen ser man också att endast 47 stycken av respondenterna svarade på frågan gällande bussförbindelserna och 50 stycken svarade på frågan gällande taxi.

	Antal svar	Medeltal
<b>Skyltning</b>	93	4,13
<b>Parkering</b>	90	4,27
<b>Framsida</b>	98	3,90
<b>Bussförbindelser</b>	47	3,91
<b>Taxi</b>	50	4,22

Tabell 1 Medeltal för respondenternas upplevelse om ankomsten till flygplatsen

Figur 13 visar hur passagerarna som rest 0-3 gånger, 4-6 gånger, 7-8 gånger och över 8 gånger under det senaste året från Karleby-Jakobstad flygfält upplevde ankomsten till flygfältet. Största skillnader som märktes var att respondenterna som hade rest fler gånger under det senaste året från flygfältet var mera kritiska och gav sämre svar än de som rest mindre från Karleby-Jakobstad flygfält under det senaste året.

### Upplevelse om ankomsten till flygfältet

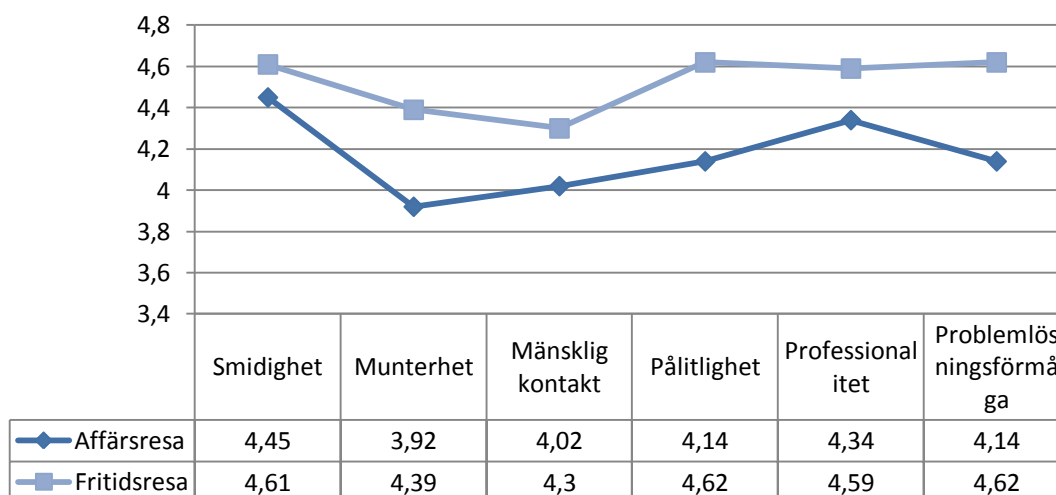


Figur 13 Passagerarens upplevelse om ankomsten till flygfältet

## 6.3 Incheckning

Fråga 6 i enkätundersökningen var en sluten fråga om hur respondenten upplevde incheckningen. Respondenterna ansåg att alla incheckningens delar fick medelvärdet ganska bra (Se bilaga 4). Bästa resultatet fick dock incheckningens smidighet och personalens professionalitet. Lägsta medelvärdet av dessa fick personalens munterhet och mänskliga kontakt. Endast 42 stycken av respondenter svarade på frågan gällande incheckningspersonalens problemlösningsförmåga. Detta kan tolkas som att de andra respondenterna som svarade kan inte säga hade inga problem i incheckningen. Personalens pålitlighet visade också vara en svår fråga för passagerarna, eftersom endast 42 stycken gav ett betyg, de andra respondenterna svarade kan inte säga. Från figur 14 ser man hur olika affärsresenärerna och fritidsresenärerna upplevde incheckningen. Skillnaderna var inte stora men på basen av resultaten kan man konstatera att affärsresenärerna var mera kritiska än fritidsresenärerna eftersom de gav sämre svar åt incheckningens alla delar.

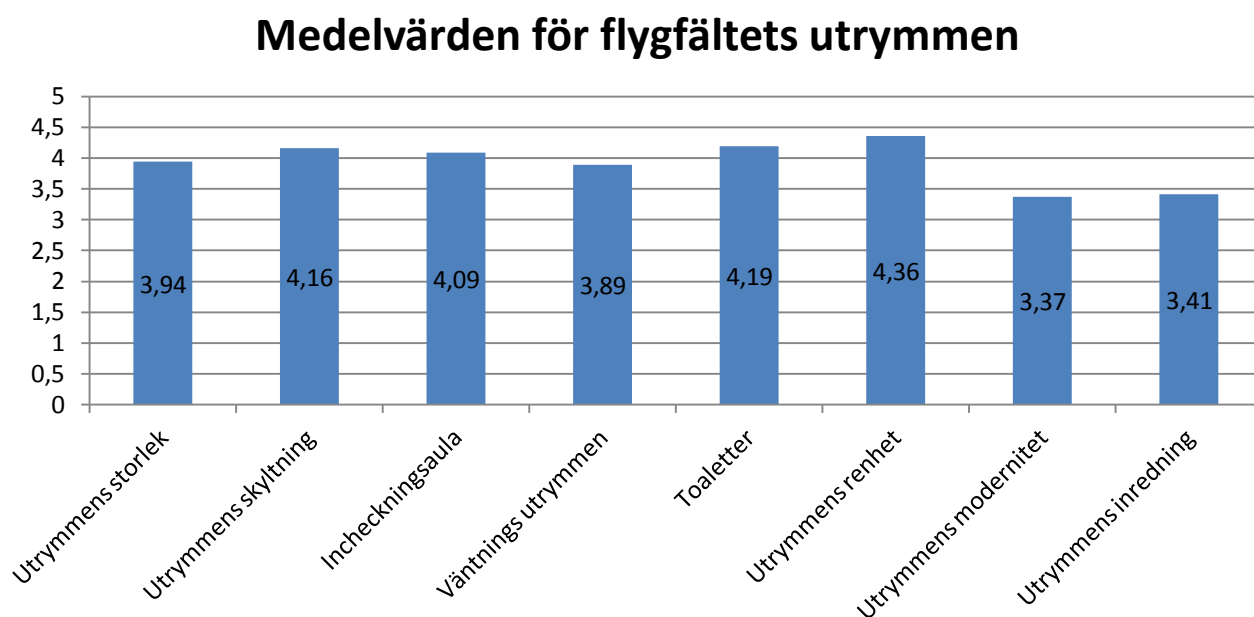
### Affärsresenärernas och fritidsresenärernas upplevelser om incheckningen



Figur 14 Affärsresenärernas och fritidsresenärernas upplevelser om incheckningen

## 6.4 Utrymmen

Fråga 7 i enkätundersökningen var en sluten fråga om hur respondenten upplevde flygfältets utrymmen. Figur 15 visar att respondenterna var relativt nöjda med flygfältets utrymmen. Utrummens storlek, skyltning, incheckningsterminalen, väntningsutrymmen, toaletterna och utrymmens renhet fick medelvärdet ganska bra. Utrymmens modernitet och inredning fick medeltalet 3 vilket motsvarar på svarsckalan mitt emellan bra och dåligt.



Figur 15 Medelvärden för flygfältets utrymmen

Det uppkom inga märkbara skillnader i affärsresenärernas och fritidsresenärernas upplevelser om flygfältets utrymmen (Se bilaga 5). Däremot uppkom det små skillnader mellan männen och kvinnornas upplevelser (Se bilaga 6). Största skillnaderna uppkom gällande utrymmens storlek. Männen var allmänt mera kritiska än kvinnorna. Det enda undantaget var att männen gav bättre medeltal för toaletterna än kvinnorna.

## 6.5 Tjänster

Fråga 7 i enkätundersökningen var en sluten fråga om hur respondenten upplevde flygfältets tjänster. Från tabell 2 ser man vilket medelvärde de olika tjänsterna på flygfältet fick av respondenterna samt hur många respondenter gav ett värde åt tjänsterna. Av respondenterna svarade 82 stycken på frågan gällande flygfältets café. Caféet fick medeltalet 3,51 vilket är mellan svarsalternativen mittemellan och ganska bra. Minst svar av respondenterna fick biluthyrning, varuautomater och barnens lekhörna. Endast 33 respondenter svarade på frågan gällande flygplatsens varuautomater. Flygfältets kostnadsfria internet fick det bästa resultatet av tjänsterna vilket var god. Flygplatsens lekhörna fick endast 24 svar med medeltalet 3. Minst svar fick biluthyrnings tjänsten, där endast 21 stycken av respondenterna gav ett värde åt tjänsten.

Tabell 2 Medelvärden för flygfältets tjänster

	Antal svar	Medelvärde
<b>Café</b>	<b>82</b>	<b>3,51</b>
<b>Varuautomater</b>	<b>33</b>	<b>3,42</b>
<b>Internet</b>	<b>39</b>	<b>4,18</b>
<b>Lekhörna</b>	<b>24</b>	<b>3,13</b>
<b>Biluthyrning</b>	<b>21</b>	<b>3,71</b>

Med hjälp av chi-kvadrat kan man få reda på om två olika frågor har något samband med varandra. (Altinay, Paraskevas. 2008:210) Jag har undersökt ifall det finns något samband med resans syfte för passageraren och hur respondenten upplevde flygfältets café. Som man ser från tabell 3 nedan är Pearson Chi-Square över 0,05. Detta betyder att det inte finns något samband mellan resans syfte för passageraren och upplevelsen om flygfältets café.

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7,680 <sup>a</sup>	4	,104
Likelihood Ratio	9,585	4	,048
Linear-by-Linear Association	7,233	1	,007
N of Valid Cases	82		

a. 5 cells (50, 0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is, 30.

Tabell 3 Resans syfte för passageraren \* café

Med hjälp av t-test undersöktes ifall undersökningens svar är densamma med ett större antal respondenter. Eftersom ”Sig. 2-tailed” värdet (Se figur 16 ) gällande flygplatsens café och varuautomater är under ,050 kan det anses att också med ett större antal respondenter skulle svaren ha varit samma.

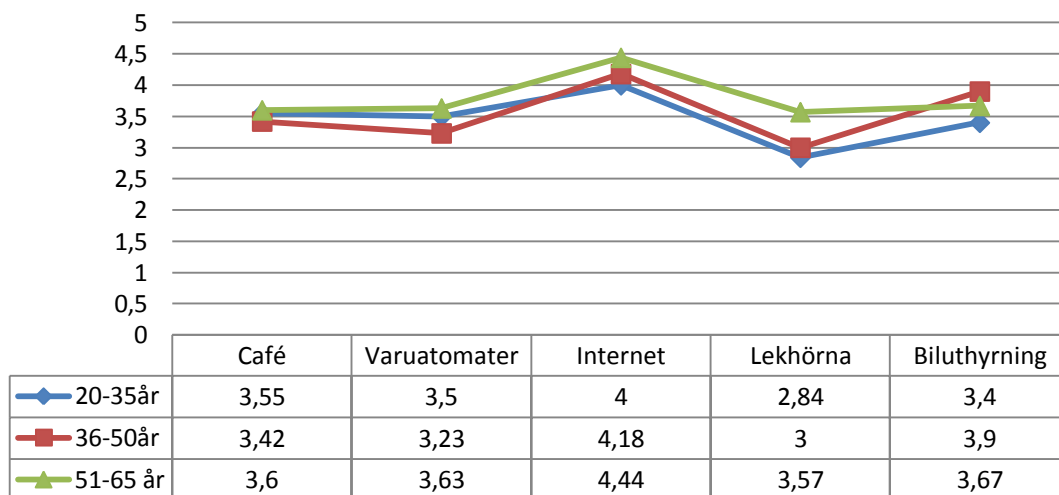
### Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances				
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
Flygplatsens café	Equal variances assumed	3,148	,080	-2,801	80	,006
	Equal variances not assumed			-3,058	56,878	,003
Flygplatsens varuautomater	Equal variances assumed	,127	,724	-2,560	31	,016
	Equal variances not assumed			-2,501	11,418	,029
Flygplatsens kostnadsfria internet	Equal variances assumed	1,271	,267	-1,022	37	,313
	Equal variances not assumed			-1,630	21,497	,118
Flygplatsens lekhörna för barn	Equal variances assumed	,182	,674	-1,326	22	,199
	Equal variances not assumed			-1,550	16,348	,140
Biluthyrning	Equal variances assumed	1,057	,317	,554	19	,586
	Equal variances not assumed			,730	7,016	,489

Figur 16 T-test

Från figur 17 ser man de olika åldersgruppernas åsikter om flygplatsens tjänster. Från figuren ser man att 20-35 åriga var den mest kritiska åldersgruppen och att den äldsta åldersgruppen gav de bästa medelvärdena för tjänsterna.

### Upplevelse om flygfältets tjänster enligt åldersgrupper



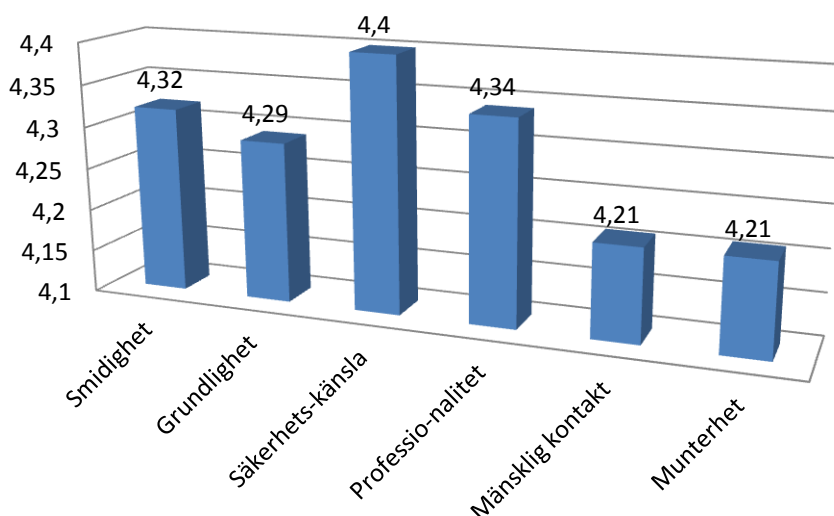
Figur 17 Upplevelse om flygfältets tjänster enligt åldersgrupper

## 6.6 Säkerhetskontrollen

Fråga 9 i enkätundersökningen var en sluten fråga om hur respondenten upplevde säkerhetskontrollen. Från figur 18 kan läsas medelvärden som respondenterna gav för säkerhetskontrollen. På basen av resultaten kan man konstatera att respondenterna var nöjda med säkerhetskontrollen eftersom alla delarna fick medelvärdet ganska bra.



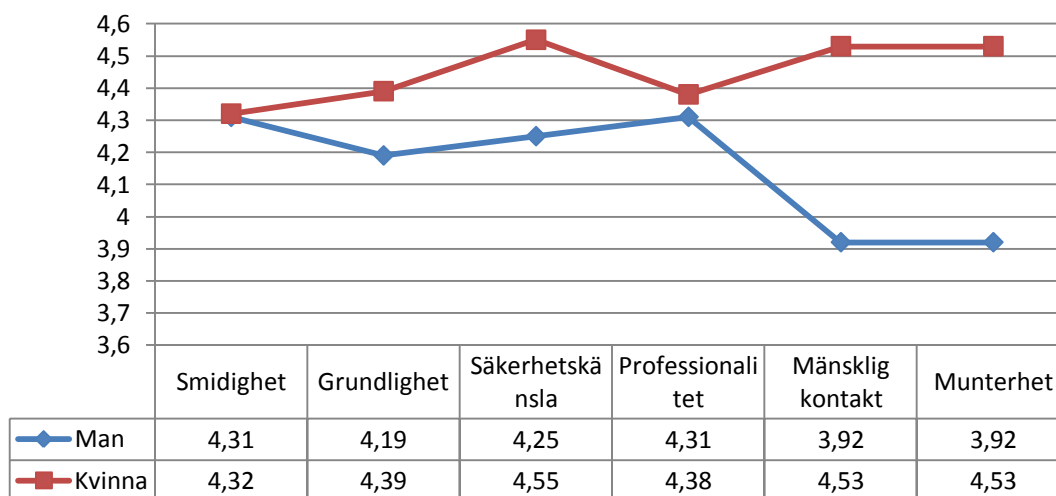
## Medeltal för säkerhetskontrollen



Figur 18 Medeltal för säkerhetskontrollen

Från figur 19 ser man hur män och kvinnors upplevelser om säkerhetskontrollen skiljde sig från varandra. Medeltalen för alla delarna var ganska bra, men små skillnader uppkom eftersom männen var mera kritiska än kvinnorna.

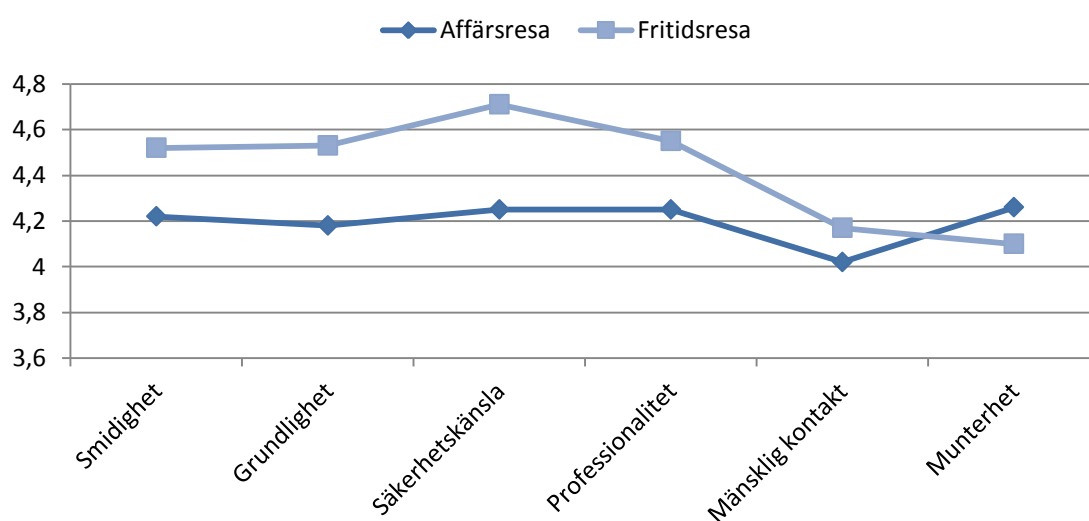
## Män och kvinnors upplevelser om säkerhetskontrollen



Figur 19 Män och kvinnors upplevelser om säkerhetskontrollen

Figur 20 visar affärsresenärernas och fritidsresenärernas upplevelser om säkerhetskontrollen. Från figuren ser man att affärsresenärerna var mera kritiska än fritidsresenärerna. Enda som affärsresenärerna ansåg vara bättre än fritidsresenärerna var personalens munterhet.

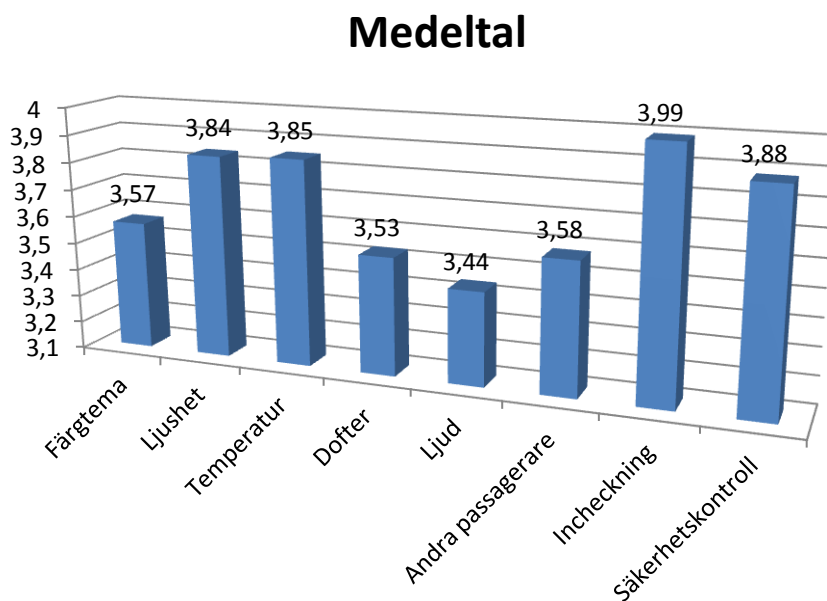
## Affärsresenärernas och fritidsresenärernas upplevelser om säkerhetskontrollen



Figur 20 Affärsresenärernas och fritidsresenärernas upplevelser om säkerhetskontrollen

Fråga 10 i enkätundersökningen var en sluten fråga om hur de olika tjänsterna på flygfältet påverkar passageraren. Respondenten kunde välja det alternativ han/hon ansåg motsvara sina upplevelser bäst. Svarsskalan i frågan var från 1-5. I svarsskalan motsvarade 1 stressande, 2 motsvarade ganska stressande, 3 motsvarade mittemellan, 4 motsvarade ganska lugnande och 5 motsvarade lugnande. Respondenten hade också möjlighet att svara kan inte säga på frågan.

Figur 21 visar medelvärden som respondenterna gav för flygfältets olika delar. Skillnaderna mellan de olika delarna var inte stora, men på basen av resultaten kan man konstatera att incheckningen, säkerhetskontrollen, ljusheten samt temperaturen var mera lugnande faktorer än ljud, andra passagerare, dofter och färger.



Figur 21 Medeltal för de olika delarna som påverkar respondenten upplevelse

Det uppkom små skillnader i upplevelsorna mellan de som rest flera gånger från Karleby-Jakobstad flygfält än de som hade rest mindre (Se bilaga 7). De som hade rest mest från Karleby-Jakobstad flygfält under det senaste året var allmänt mera kritiska än de som hade rest mindre.

## 6.7 Kommentarer och förbättringsidéer av respondenterna

Enkätundersökningen sista punkt var en öppen fråga, där respondenterna kunde fritt med egna ord skriva kommentarer och förbättringsidéer för flygfältet. Av hundra respondenter svarade 17 stycken på den öppna frågan. Kommentarer som kom upp var att flera av respondenterna önskade att väntningsutrymmens och caféets trivsamtet samt modernitet förbättrades. En av respondenterna kommenterade att för tillfället råder det enligt honom fabrik- och barackkänsla på flygfältet. En affärsresenär i åldern 20-35 konstaterade att enligt hans åsikt kunde ett litet flygfält som Karleby-Jakobstad enkelt hitta ett nytt och fräscht koncept. Eftersom förändringen är enklare att genomföra för ett litet flygfält än för ett större. Förbättringsförslag av respondenterna för flygfältets

trivsamt var mera grönt samt växter, nya bord och stolar samt större lek hörna för barnen.

En fritidsresenär tyckte att incheckningsautomater och bagagedisk kunde utnyttjas på Karleby-Jakobstad flygfält, för att minska på köerna. Två respondenter som för första gången reste från Karleby-Jakobstad flygfält var nöjda med sin första vistelse på flygfältet och kommenterade att personalen var trevligt och servicen smidigt. En utländsk affärsresenär som reste första gången från Karleby-Jakobstad flygfält kommenterade även att inte bjuda in Ryanair till Karleby-Jakobstad flygfält. Bland svaren kom det också fram att en kvinnlig affärsresenär var missnöjd med att det inte gjordes upprop på flygfältet. Detta fick respondenten att känna sig osäker, eftersom det är vanligt att höra upprop på flygfälten. Bland svaren kom det också upp att en fritidsresenär önskade att flygfältet var öppet dygnet runt. En annan fritidsresenär i åldern 20-35 önskade mera flygbolag till Karleby-Jakobstad flygfält. En affärsresenär i åldern 51-65 tycker att det bör definitivt finnas busstransport och taxi möjlighet till Karleby. Respondenten ansåg att beställningen av taxi i förväg är svårt och besvärligt.

Två affärsresenärer var missnöjda då deras flyg var 40 minuter försenat och ingen information kom upp på tavlorna förrän den verkliga avgångstiden hade gått. Den andra respondenten undrade dessutom varför man inte kunde lägga information på tavlan om förseningen tidigare, även om man inte exakt visste planets nya avgångstid. En manlig affärsresenär tyckte att caféet var smutsigt. En kvinnlig fritidsresenär var missnöjd med kvinnornas toaletter eftersom dörrarna var svåra att låsa. En kvinnlig fritidsresenär tyckte att säkerhetspersonalen kunde vara gladare och en kvinnlig affärsresenär var missnöjd eftersom det inte fanns kvinnlig personal vid säkerhetskontrollen och därför kroppsvisiterades hon av en man.

## **7 DISKUSSION**

I detta kapitel diskuteras undersökningens resultat och resultaten kopplas till teorin. I kapitlet kommer också mina egna förbättringsförslag och kommentaren att presenteras. På basen av undersökningens resultat kan man konstatera att passagerarna är relativt nöjda med flygfältet och dess tjänster.

### **7.1 Bakgrundsfaktorer**

Karleby-Jakobstads flygfälts passagerarprofil består av cirka 70 % affärsresenärer. Min enkätundersökning stöder detta eftersom 69 % av respondenterna var affärsresenärer och 31 % fritidsresenärer. Orsaken till att det är så pass mera affärsresenärer än fritidsresenärer kan förklaras med att det finns mycket globalt aktiva företag i området och att det inte under enkätundersökningens insamlings tid gjordes några charterflyg från Karleby-Jakobstad flygfält. Av respondenterna var 52 stycken män och 48 stycken kvinnor. Största delen av respondenterna var i medelårsålders vilket beror troligen på att största delen av passagerarna var affärsresenärer. Detta märks också eftersom 22 % av respondenterna hade rest över 8 gånger under det senaste året från Karleby-Jakobstad flygfält.

### **7.2 Ankomst och incheckning**

Enligt Albanese och Boedeker (2002) är det viktigt att lägga märke till skyltningen speciellt för tjänster som är avlägset beläget eftersom passagerarna förväntar sig att hitta fram med hjälp av skyltning. Eftersom Karleby-Jakobstad flygfält är avlägset beläget och befinner sig i Kronoby kommun, 19 km från Karleby och 30 km från Jakobstad är det viktigt att skyltningen är tydlig och synlig. Respondenterna ansåg att skyltningen var ganska bra till flygfältet. Därför anser jag att inga åtgärder behöver göras åt skyltningen. Enligt Albanese och Boedeker (2002) är också viktigt att lägga märke till

trafikförbindelserna, parkeringen och flygfältets framsida eftersom dessa påverkar också passagerarens upplevelser om flygfältet. Respondenterna ansåg att parkeringen och flygfältets fasad var ganska bra. Även om passagerarna var relativt nöjda med flygfältets fasad anser jag att framsidans trivsamt kunde förbättras till exempel med växter framför ingången.

Av respondenterna svarade 47 stycken på frågan gällande bussförbindelserna. Respondenterna gav bussförbindelserna medelvärdet ganska bra och därför anser jag att inga förbättringsåtgärder bör göras. Även om bussförbindelserna enligt undersökningen inte används så mycket av passagerarna anser jag att de bör finnas till och från flygfältet för passagerarnas användning. På flygfältet finns det nämligen inte färdigt taxi för kommande passagerarna. Detta beror på att det inte är lönsamt för taxin att köra långa vägar till flygfältet och ta den risken att inga passagerare behöver transport. Passagerarna är alltså tvungna att själv vid behov beställa taxi i förväg till flygfältet. Undersökningen visade att en passagerare ansåg att beställningen av taxi till flygfältet i förväg är svårt och besvärligt. Jag ser tyvärr ingen annan lösning till detta än att flygfältet informerar sina kunder om att det inte finns färdigt taxi på flygfältet, så att passagerarna är medvetna om det och beställer taxi i förväg.

Enligt Grönroos (2002) lägger passageraren vid ankomst märke till incheckningens köar och eftersom passagerarna förväntar sig smidig service är det viktigt att sträva efter. Teknikens utveckling ger naturligtvis massor med möjligheter att förbättra sina tjänster. Med hjälp av t.ex. inchecknings automater och bagagedisk kunde man minska på köerna precis som en respondent föreslog. Jag anser dock att inchecknings automater inte är för tillfället nödvändiga för Karleby-Jakobstad flygfält, eftersom flygfältet är litet och passagerarmängden vanligen inte är så stora. Passagerarna har dessutom möjlighet att göra incheckning via internet före resan och till och gå till utgångsporten utan incheckning på inrikesflyg med handbagage. Ifall passagerarmängden och flygens antal dock skulle öka enormt vore inchecknings automater och bagagedisk en potentiell möjlighet för flygfältet att minska på köerna.

Eftersom största delen av respondenterna svarade på frågorna gällande incheckningen, visar detta att de flesta gjorde incheckningen vid flygfältet. Detta visar att även om det är möjligt att göra incheckningen via internet är passagerarna ändå villiga att få personlig service vid flygfältet. Ett av Finavias värden är glädje och mänsklig kontakt vilket är därför viktigt att lägga märke till i kundservice. Eftersom passagerarmängden är relativt små anser jag att personalen har god tid att ge passagerarna personlig och bra service. Från undersökningens resultat ser man att kunderna var nöjda med personalens service och smidighet.

Enligt Hanefors och Mossberg (2007) påverkar kundens möte med personalen kundens upplevelse om tjänsten. Eftersom passagerarna förväntar sig att personalen är kunnig, pålitlig och villig att hjälpa till är det viktigt för bra kvalitet att personalen uppfyller kundernas förväntningar. Undersökningen visade att respondenterna var nöjda med incheckningen eftersom medelvärdet för alla incheckningens delar var ganska bra. Kundens och personalens möte påverkas inte endast av personalens serviceförmåga utan också av kundens eget beteende. Affärsresenärerna var till exempel mera kritiska gällande incheckningen än fritidsresenärerna. Detta beror enligt Verhelä (2000) på affärsresans karaktär. Affärsresenärerna är också erfarna resenärer som vet hurdan servicen kan vara som bäst. Fritidsresenärernas syfte är däremot att ta det lugnt och njuta av resan. Alla kunder bör naturligtvis betjäna på samma sätt, men personalen borde vara speciellt noggrann med affärsresenärerna eftersom största delen av passagerarna är affärsresenärer och dålig service påverkar inte endast resenären utan i värsta fall hela företaget.

Undersökningen visade att 42 stycken av respondenterna svarade på frågan gällande personalens problemlösningsförmåga. Detta kan tolkas som att resten av respondenterna inte hade några problem, vilket är bra. Det är enormt viktigt att lösa eventuella problemsituationer bra, eftersom en missnöjd kund kan sprida negativ känsla till omgivningen. Personalens problemlösningsförmåga fick medeltalet ganska bra av respondenterna. För att hålla den bra också i framtiden, bör personalen vara noggrann samt servicevillig och lösa passagerarnas problemsituationer med mänskligt kontakt.

Enligt Fattah et al. (2009) förväntar sig passagerarna att få realtid information om förseningar och ändringar i utgångsporten. Ifall passagerarna inte informeras i tid om förseningar kan det orsaka dåliga upplevelser och negativ stämning bland resenärerna. Som undersökningen visade. På basen av egen erfarenhet av arbetet vid utgångsporten vid Helsingfors-Vanda flygfält anser jag att det viktigaste är att så snabbt som möjligt meddela passagerarna via högtalare och informationstavlor om förseningar och nya avgångstider. Det är också viktigt att ge passagerarna en förklaring varför flyget är försenat. Undersökningen visade också att passagerarna var missnöjda eftersom det inte gjordes upprop på flygfältet. Passagerarna är vana med att höra upprop på flygfält och kan det också orsaka negativa och osäkra reaktioner hos passagerarna om inga upprop görs. Speciellt viktigt är det ifall det bland passagerarna finns blinda passagerare som inte kan se informationstavlorna. Uppropen ger dessutom också stämning och på detta sätt bättre upplevelser. Karleby-Jakobstad flygfält borde se till att personalen gör upprop för flygen så att alla passagerarna får informationen om att gå t.ex. utgångsporten. Genom skolning och påminnelser kunde man fräscha upp personalens arbetssätt. Även om personalen är professionell kan det hända att man blir för van med arbetsuppgifterna och därför inte lägger märke till eventuella brister.

### **7.3 Flygfältets utrymmen**

Enligt Albanese och Boedeker kan man genom utrymmens inredning skapa image och stämning. Eftersom utrymmen påverkar kundens upplevelse och köps beteende anser jag att Karleby-Jakobstad borde satsa på utrymmenas inredning och modernitet. Undersökningens resultat stöder detta eftersom respondenterna gav utrymmens inredning och modernitet värdet 3. Enligt Fodness & Murray (2007) förväntar sig passagerarna att flygfältens utrymmen är rymliga, moderna, ljusa och rena. Flygfältets utrymmen kunde moderniseras genom att skapa en ljusare helhet. Detta skulle också ge en mera öppen känsla precis som passagerarna förväntar sig. Trivsamt kunde förbättras med nya stolar och bord samt växter. Undersökningen visade att respondenterna var väldigt nöjda med utrymmens renhet. Detta är inte konstigt eftersom Karleby-Jakobstad ansågs vara den renaste flygplatsen i Finland på basen av en passagerarundersökning. Helsingfors-Vanda flygfält var inte med i undersökningen. (Vähäsarja. 2012)



Respondenterna gav toaletterna medelvärde 4 vilket är ganska bra. Eftersom toaletterna också fick negativa kommentarer anser jag att toaletterna kunde moderniseras och funktionaliteten förbättras. Man kunde fräscha upp helheten med ljusare färger och belysning. Helsingfors-Vanda flygfält har förnyat sina toaletter på ett unikt sätt. Helheten är ljus och harmonisk, rummet har en effektvägg med skogsbild. Enligt Hanefors & Mossberg (2007) upplever vi också genom hörseln. Vi kan uppleva till exempel högt ljud som oväsen och störande som kan göra oss oroliga. Enkätundersökningens resultat visade att respondenterna tyckte att ljuden på flygfältet var något mitt emellan stressande och lugnande. Helsingfors-Vanda flygfält har bildat en lugnande stämning till toaletterna genom att spela fågelsång. Fågelsången har en väldigt lugnande effekt vilket är positivt eftersom flygfälten kan vara hektiska och stressande för passagerarna. Karleby-Jakobstad flygfält kunde ta modell och inspireras av dessa idéer. Istället för skogsbild som effektvägg kunde man fundera ut något som är specifikt för Karleby-Jakobstad regionen t.ex. havsmiljö. Att kombinera något som är specifikt för flygfältets region är önskvärt eftersom enligt Fodness & Murray (2007) förväntar sig passagerarna att flygfältet på något sätt reflekterar den lokala omgivningen i sin inredning (Se figur 22).



*Figur 22 Damernas toalett på Helsingfors-Vanda flygfält*

Enligt Hanefors & Mossberg (2007) upplever vi genom våra sinnen. Genom våra sinnen får vi också en bild av omgivningen. Karleby-Jakobstad flygfälts dominerande färger i utrymmena är grå och orange. Jag anser att färgerna gör utrymmena mörka vilket gör att utrymmen känns små. Respondenterna upplevde färgerna som något mitt emellan lugnande och stressande. Eftersom resultatet inte var märkbart bra kunde flygfältets

färgtema i framtiden vara ljusare. Genom att göra färgteman ljusare känns utrymmen fräschare, modernare och rymligare. Genom vår känsel kan vi uppleva bland annat temperatur. Det är intressant att veta vad passagerarna tycker om temperaturen på flygfältet eftersom den påverkar vårt humör och våra upplevelser. För hög temperatur och varm luft kan få oss att känna stressande. Temperaturen ansågs inte orsaka stress utan den ansågs vara mera lugnande. Jag antar att undersökningens resultat kunde ha varit olikt ifall undersökningen hade gjorts under sommaren och väldigt varma dagar. För att kontrollera temperaturen bör flygfältet ha bra luftkonditionering.

Andra kunder påverkar också stämningen i upplevelserummet enligt Hanefors och Mossberg (2007). En arg och besviken kund sprider till exempel negativ attityd till omgivningen. Respondenterna gav frågan gällande andra passagerarna medelvärde 3. De andra passagerarna ansågs inte orsaka stress, vilket kan bero på att största delen av passagerarna var affärsresenärer som är vana att resa. Bästa sättet att se till att passagerarna inte stör varandra eller orsakar negativ stämning är att hålla passagerarna nöjda. Ifall det dock uppkommer situationer där kunden betar sig hotande eller opassligt bör kunden avlägsnas från platsen.

## **7.4 Tjänster**

Enligt Fodness och Murray (2007) är viktigaste tjänsterna på flygfält restauranger, caféer, tjänster för underhållning samt platser där passagerarna kan vila. Undersökningen visade att respondenterna hade använt sig mest av flygfältets tjänster caféet. Respondenterna gav caféet medelvärde 3. Eftersom caféet är den populäraste tjänsten på flygfältet anser jag att det är viktigt att satsa på den. På basen av undersökningens resultat borde man förbättra caféets trivsamt och renhet. Trivsamt kunde förbättras genom att skaffa nya modernare bord och stolar. På flygfältet finns det också två varu-automater. Undersökningens resultat visar att väldigt få av passagerarna använder sig av dessa automater. Jag anser att varuautomaterna ändå är ett måste för flygfältet eftersom caféet inte är öppet för tidiga morgonflygen och passagerarna måste ha chansen att köpa något före flyget. För att nå bättre kvalitet vore det bättre att ha caféet öppet också för morgonflygen så att passagerarna har möjlighet att köpa något smått att äta före flyget.

Barnens underhållning och trivsamt har tagits i beaktning på flygfältet vilket jag anser är viktigt eftersom charterflyg görs från Karleby-Jakobstad flygfält flera gånger om året. Endast 24 stycken respondenter gav dock sin åsikt om lekhörnan. Detta beror troligen på att största delen av passagerarna var affärsresenärer som reste utan barn. Även om barnens lekhörna fick medeltalet 3 av respondenterna samt den ansågs vara liten, anser jag att lekhörnan är bra och storleken passlig för Karleby-Jakobstad flygfält. Eftersom lekhörnans storlek inte kan förstoras kunde flygfältet höja de små passagerarnas trivsamt genom att skaffa nya leksaker samt se till att lekhörnan är alltid ren och det finns tillräckligt med papper och pennor för barnens användning.

Enligt Fodness och Murray (2007) är underhållet också en viktig faktor för flygfält eftersom passagerarna kan hamna och spendera långa tider på flygfältet. Eftersom Karleby-Jakobstad är ett litet flygfält och passagerarna behöver vanligtvis inte spendera långa tider på flygfältet anser jag att underhållningsmöjligheterna på flygfältet är bra. Flygfältet har kostnadsfritt internet för passagerarnas användning som fungerar bra och passagerarna är nöjda med. Dessutom har flygfältet också tidningar samt spelautomater för passagerarna. När jag själv spenderade tid på Karleby-Jakobstad flygfält märkte jag dock att det fanns väldigt lite eluttag för passagerarnas användning där man kunde ladda sin telefon eller dator. Eftersom största delen av resenärerna är affärsresenärer som har med sig datorer och smarttelefoner för arbetets skull anser jag att det är viktigt att passagerarna har möjlighet att ladda dem under resan. Karleby-Jakobstad flygfält kunde ta exempel från Helsingfors-Vanda flygfält som har byggt upp små väggar med eluttag för passagerarna (Se figur 23).



Figur 23 Eluttag för passagerarna

Ifall förslaget är för svårt att förverkliga kunde flygfältet skaffa ett par trådlösa laddare för passagerarnas användning till exempel till flygfältets ”public lounge” (Se figur 24). Undersökningen visade att de yngre åldersgrupperna var allmänt mera kritiska gällande tjänsterna än den äldste åldersgruppen. Detta beror troligen på att de yngre åldersgrupperna är mera medvetna om de nyaste tjänsterna och möjligheterna som finns och därför är de mera krävande.



Figur 24 Trådlösa laddare

## 7.5 Säkerhetskontrollen

Enligt Tuulaniemi (2011) påverkar förväntningar och vanor kundens upplevelse om kvaliteten. Passagerarna som reser från landskapsflygfälten är vana med smidigt service på flygfälten enligt Ylisipola (2010) och därför är det viktigt att uppfylla förväntningarna. Undersökningen visade att respondenterna var nöjda med säkerhetskontrollen smidighet. När man strävar efter smidig service måste man lägga märke till att arbetets kvalitet inte lider. Enligt respondenterna är detta inte ett problem

på Karleby-Jakobstad flygfält eftersom de upplevde att personalens professionalitet och säkerhetskänslan de fick var ganska bra.

Eftersom kvalitativa turisttjänster grundar sig bland annat på bra kundservice är det viktigt att passagerarna är nöjda med personalens service. Finavias värden är glädje och mänsklig kontakt undersöktes dessa i undersökningen. Respondenterna var allmänt nöjda med personalens munterhet men också missnöjdhet uppstod bland respondenterna. Männen och affärsresenärerna var bland annat mera missnöjda med personalens mänskliga kontakt och munterhet än kvinnorna och fritidsresenärerna. Jag anser att dessa brister som en del respondenter upplevde i personalens munterhet kunde tas upp i skolning samt påminnas med jämna mellanrum. Enligt Saffer (Se Koivisto, 2007) kan företaget genom tjänstestundernas kontaktpunkter satsa på sådana punkter som är viktiga för kvaliteten och ger mervärde åt kunden till låga kostnader för företaget. Jag tycker att personalens munterhet och mänskliga kontakt är sådana saker. Dessa kostar ingenting för företagen och ger mycket åt passageraren.

Jag har själv arbetat i säkerhetskontrollen på Helsingfors-Vanda flygplats och på basen av min erfarenhet anser jag att passagerarna ofta upplever säkerhetskontrollen som stressande. Enligt undersökningen ansåg respondenterna på Karleby-Jakobstad flygfält att säkerhetskontrollen inte var stressande eftersom de gav säkerhetskontrollen medelvärdet 3. Detta kan bero på att majoriteten är affärsresenärer som är vana med säkerhetskontroller eftersom de reser mycket. Resultatet kunde dock ha varit olikt ifall undersökningen hade gjorts under charterflygen då flera fritidsresenärer reser från flygfältet.

För att göra säkerhetsupplevelsen positiv och mindre stressande är det viktigt att personalen är professionell och glad. Trevlig personal kan minska på stress som säkerhetskontrollen kan orsaka för passagerare. Speciellt viktigt är det den person som tar emot passageraren till säkerhetskontrollen är glad och service villig. Detta påverkar kundens första intryck om säkerhetskontrollen och ifall det senare uppstår situationer där säkerhetspersonalen måste till exempel undersöka passagerarens handbagage är passageraren i detta skede mera positiv och gör troligen gärna samarbete med personalen. För att göra upplevelsen av säkerhetskontrollen mera positiv kunde man satsa på säkerhetskontrollens förhandsinformation samt se till att passageraren har

tillräckligt rum att placera sina säker i lådorna. Man kunde ta exempel från Helsingfors-Vanda flygfält som har under design året 2012 byggt upp en ny design linje vid säkerhetskontrollen i Terminal 1 (Se figur 25). Idén bakom design linjen är att förbättra den obligatoriska kontrollen och lämna ett bra humör åt passageraren. (MTV3. 2012)



Figur 25 Förhandsinformation om säkerhetskontrollen (Lentoposti. 2012)

I säkerhetskontrollen finns det både manlig och kvinnlig säkerhetspersonal som gör kroppsvisiteringar för passagerarna vid behov. Det bör alltid finnas en man och en kvinna vid säkerhetskontrollen så att inte en manlig säkerhets officer kroppsvisiterar en kvinna. Under undersökningstiden hände dock detta och passageraren var väldigt missnöjd. För undvika detta i fortsättningen kunde flygfältet utbilda ett par personer från incheckningen så att de kan vikariera vid säkerhetskontrollen vid behov. Att utbilda personal till många olika arbetsuppgifter är vanligt för små flygfält eftersom de inte har möjlighet att anställa mycket personal.

## 7.6 Konklusioner

Arbetets syfte var att ta reda på hur passagerarna upplever Karleby-Jakobstad flygfält och dess tjänster. Målet var också att undersöka hur passagerarna upplever Finavias värde som flygfältet styr sin verksamhet med. Som datainsamlingsmetod användes enkätundersökning. Enkäterna delades personligen ut åt de avgående passagerarna efter säkerhetskontrollen på Karleby-Jakobstad flygfält. Undersökningens resultat visade att passagerarna var relativt nöjda med flygfältet och dess tjänster. Incheckningens alla delar fick ett ganska bra resultat och passagerarna var nöjda med tjänsternas smidighet. Ifall passagerarmängden skulle öka på flygfältet kunde man fundera på att ta i bruk incheckningsautomater för att det inte skall bli för långa köer. På grund av att flygfältet är litet och passagerarmängden relativt små för tillfället anser jag att automaterna inte för tillfället är nödvändiga. Passagerarna har ju dessutom möjlighet att också själv göra incheckningen via internet samt gå till utgångsporten utan incheckning på inrikesflyg med endast handbagage.

Undersökningen visade att utrymmens modernitet och inredning borde förbättras. Utrymmen kunde moderniseras och trivsamheten förbättras genom att göra en ljusare och klarare helhet. Trivsamheten kunde förbättras genom att skaffa nya bord samt stolar. I möblerna kunde användas ljusa, naturliga och finländska materialer såsom till exempel trä som lyfter fram den lokala omgivningen. Respondenterna ansåg också att prydliga växter kunde höja på trivsamheten. Undersökningens resultat visade att flygfältets café användes mest av flygfältets tjänster. Caféet fick medelvärdet 3 och på basen av undersökningens resultat kunde caféets renhet samt trivsamhet förbättras. Flygfältets varuautomater används inte av många passagerare men eftersom caféet inte är öppet för tidiga morgonflyg anser jag att de är ett måste. För att dock bjuda passagerarna på bättre upplevelser borde caféet också vara öppet för morgonflyg.

Karleby-Jakobstad flygfält har kostnadsfritt internet för sina passagerare för underhållning på flygfältet. Respondenterna ansåg att det kostnadsfria internetet är bra. Men när jag spenderade tid på flygfältet märkte jag att det inte fanns eluttag för passagerarnas användning. Men med tanke att största delen av passagerarna är affärsresenärer anser jag att flygfältet borde definitivt ha eluttag eller trådlösa laddare

för passagerarnas användning. Minst av flygfältets tjänster använde respondenterna barnens lekhörna och biluthyrningen. Barnens lekhörna ansågs vara liten, men eftersom flygfältet är också litet och största delen av passagerarna är affärsresenärer anser jag att lekhörnans storlek är passligt. Barnens trivsamt kunde dock förbättras genom att skaffa nya leksaker och se till att lekhörnan alltid är ren och i bra skick.

Respondenterna var relativt nöjda också med säkerhetskontrollen. Personalens munterhet fick dock negativ feedback av respondenterna och därför borde man satsa på den. Glad personal höjer på kvaliteten och påverkar kundens upplevelse om hela flygfältet. Dessutom ger personalens munterhet mycket åt passageraren och den kostar ingenting för flygfältet. Personalens munterhet kunde tas upp i skolningen samt påminnas med jämna mellanrum för att hålla tjänstekvalitet hög.

## **8 AVSLUTNING**

I detta kapitel presenteras arbetets reliabilitet och validitet. I kapitlet tas också upp förbättringsförslag för fortsatta undersökningar gällande passagerarnas upplevelser om flygfältet och dess tjänster. I slutet av kapitlet ges också slutord för arbetet.

### **8.1 Reliabilitet och validitet**

Reliabilitet och validitet används i datainsamling för att ta reda på hur bra datainsamlingen fungerade. Validiteten visar hur bra undersökningen mätte det som man hade planerat att mäta. Eftersom det är svårt att nå 100 % validitet händer det ofta att undersökningarna mäter antingen för mycket, för lite eller fel saker. Validiteten påverkas också av respondenterna. Validiteten kan anses vara dålig ifall respondenterna inte t.ex. har vågat säga sanningen eller har ljugit i undersökningen. God reliabilitet nås genom att undersökningen inte påverkas av den som gör undersökningen eller omständigheterna runtomkring. Undersökningens reliabilitet kan påverkas negativt ifall respondenten inte förstår frågorna eller ifall respondenten är trött och inte orkar koncentrera sig på undersökningen. (Lundahl, Skärvad: 1999:150–152; Mirrorgate. 2012)



Jag anser att arbetets validitet är bra eftersom arbetets syfte nåddes med enkätundersökningen. Validiteten var också bra eftersom 69 % av respondenterna var affärsresenärer precis som flygfältets passagerarprofil. Datainsamlingen gjordes både under veckan och veckoslutet och på olika tidpunkter under dagen. Detta stärker validiteten eftersom respondenterna var från olika flyg. Respondenterna var också villiga att svara på enkäten. För att få bra validitet gav jag respondenterna utrymme för att privat fylla i svaren. Med detta hoppades jag på att de också vågar skriva negativa åsikter än om jag hade intervjuat dem. Detta var bra, eftersom det uppkom både kritik och förbättringsförslag i svaren.

Undersökningens reliabilitet anser jag att vara ganska bra. För att stärka reliabiliteten gjorde jag frågeformuläret på finska, svenska och engelska. På detta sätt kunde respondenterna fylla i enkäten på det språk de ville och jag säkrade att alla respondenter kunde förstå frågorna. Innan enkätundersökningen gjorde jag också en pilotundersökning för fem personer. Med pilotundersökningen testade jag att respondenterna säkert förstår frågorna. Jag delade också själv ut enkäterna åt respondenterna på flygfältet och då hade respondenterna också möjlighet att fråga mig ifall det skulle ha uppkommit oklarheter. Sådana uppkom dock inte. Arbetets reliabilitet påverkades aningen negativt, eftersom passagerarna som reste med det tidigaste morgonflyget var trötta och detta kunde påverka svaren negativt.

## **8.2 Förslag för vidare undersökningar**

För kommande undersökningar kunde man tänka sig göra en mera omfattande undersökning där man skulle få fram information om vilka tjänster passagerarna tycker att det fattas från flygfältet. Man kunde också ha mera bakgrundsfaktorer med i undersökningen. På detta sätt kunde man få fram mera information om vad t.ex. passagerare som reser med barn tycker eller undersöka ifall det finns skillnader i passagerarnas upplevelser beroende på nationalitet. I fortsatta undersökningar kunde man ha ett pris som man lottar ut bland respondenterna som deltar i undersökningen. På detta sätt kunde man locka mera passagerare att svara på undersökningen. I fortsatta

undersökningar borde flera en person samla in data. En person hinner nämligen inte samla in tillräckligt med svar från flygen, eftersom tiden passagerarna spenderar på den internationella sidan är kort.

För att göra grundligare och mera omfattande undersökningar borde man till exempel använda sig av djupintervjuer. Med hjälp av djupintervjuer kunde man få en grundligare bild av passagerarnas upplevelser och förbättringsförslag som inte kan nås med korta enkätundersökningar. Jag anser att undersökningens resultat inte hade ändrats mycket även om man hade haft mera respondenter. Om man dock hade gjort undersökningen under charterflyg anser jag att man kunde ha fått fram information om hur passagerare som reser med barn upplever flygfältet och dess tjänster.

### **8.3 Slutord**

Arbetets tema valdes av mitt eget intresse för flygtrafiken och flygfält. Arbetet börjades med att fundera ut tillsammans med min uppdragsgivare ett relevant syfte för flygfältet. Arbetets syfte var att ta reda på hur passagerarna upplever flygfältet, dess tjänster och Finavias värden som styr verksamheten. Arbetets teoridel valdes på basen av arbetets syfte. Teorin består av kvalitets- och upplevelseteori samt teori om passagerarnas förväntningar.

Jag valde att använda mig av den kvantitativa metoden i undersökningen eftersom med den når man en större mängd respondenter och får en helhetsbild av passagerarnas upplevelser. Jag hade klart för mig vad jag ville få reda på med undersökningen och därför var det enkelt att välja en strukturerad enkätundersökning som datainsamlingsmetod. Frågeformuläret planerades i god tid innan undersökningen. Frågeformuläret presenterades också åt min uppdragsgivare och handledare för undersökningen börjades. Jag är nöjd med undersökningens innehåll eftersom det var väldigt svårt att planera ett kort och koncist frågeformulär som man får mycket viktig information som möjligt ut från. Därför anser jag att en av de svåraste uppgifterna under arbetets gång var frågeformulärets planering. Enkätundersökningen gjordes för de

avgående passagerarna under tiden 22.3–11.6. Undersökningens mål nåddes eftersom 100 respondenter svarade på enkäten. Jag är nöjd med antalet respondenter eftersom bokningarna för flygen var mellan 20 och 40 stycken passagerare och jag samlade ensam in svaren.

Enkätundersökningens svar kodades till SPSS statistic- programmet och svaren presenterades med hjälp av figurer och tabeller i detta arbete. Det centralaste som kom fram från undersökningen var att passagerarna var relativt nöjda med flygfältet och dess tjänster. Förbättringsförslagen gällde mest förbättringar gällande utrymmens trivsamhet och modernisering. Respondenterna tyckte att servicen var allmänt bra och smidigt på flygfältet. Undersökningen visade att affärsresenärerna var mera krävande än fritidsresenärerna och att passagerarna kräver realtid information om förseningar. Respondenterna ansåg att säkerhetskontrollen fungerade allmänt bra. Förbättringsförslagen gällde personalens munterhet och att det inte fanns kvinnlig personal vid säkerhetskontrollen.

Arbetets teori och empiri kopplades ihop och undersökningens svar diskuterades i arbetet. Jag tycker att teorin och empirins kopplande ihop var utmanande. Att komma underfund med vilka förbättringsåtgärder flygfältet kunde göra för att nå bättre kvalitet var ganska svårt. Förbättringsidéerna måste nämligen vara realistiska och möjliga att utföra med liten budget. Jag anser att flygfältet har nytta av undersökningen. Resultaten visar bland annat vilka saker respondenterna är nöjda med och vilka saker borde förbättras. Dessutom kommer flygfältet säkert att ha nytta av att höra respondenternas egna förbättringsförslag för flygfältet.

Jag tycker att arbetet har varit krävande och därför anser jag att den också gett mig mycket. Det viktigaste som jag lärde mig var kunskapen att göra projekt och samarbeta med företag. Jag lärde mig mycket också av att göra och genomföra enkätundersökningar. Jag anser att arbetet har också hjälpt mig personligen, eftersom man nu förstår bättre hur passagerarna upplever flygfältets tjänster och vilka egenskaper de uppskattar hos personalen. Jag vill tacka min uppdragsgivare Karleby-Jakobstad flygfälts chef Ari Nääppä samt Karleby-Jakobstad flygfälts personal för samarbetet och möjligheten att göra mitt examensarbete för dem.

## KÄLLOR

ACI. 2010. *Customer service* Tillgänglig:

[http://www.airports.org/aci/aci/file/Position%20Briefs/2010/position%20brief\\_CUSTOMERSERVICE%202010.pdf](http://www.airports.org/aci/aci/file/Position%20Briefs/2010/position%20brief_CUSTOMERSERVICE%202010.pdf) Hämtad: 13.2.2012

Albanese, Pietro; Boedeker, Mika. 2002, *Matkailumarkkinointi*. Helsingfors: Edita Prima Oy, s. 57, 160-161.

Altinay, Levent; Paraskevas, Alexandros. 2008, *Planning research in hospitality and tourism*. 1 uppl., Hungary: Elsevier Ltd, s. 81,210,131

Christensen, Lars; Engdahl, Nina; Gräås, Carin; Haglund Lars. 2010, *Marknadsundersökning. En handbok*. 3 uppl., Lund: Studentlitteratur, s. 69-71 .

Cooper, Cris; Fletcher, John; Fyall, Alan; Gilbert, David & Wanhill, Stephen. 2008, *Tourism. Principles and practice*. 4 uppl., Milan: Rotolito Lombarda, s. 419

Concordia. 2012 , *Kokkola-Pietarsaaren lentoaseman kehittämishanke*. Tillgänglig:  
<http://www.concordia.jakobstad.fi/index.php?use=publisher&id=1335&lang=4> Hämtad:  
14.2.2012

Fattah, Amir; Lock, Howard; Buller, William; Kirby, Shaun. 2009, *Smart Airports: Transforming passenger experience to thrive in the new economy*. Tillgänglig:  
[http://www.cisco.com/web/about/ac79/docs/pov/Passenger\\_Exp\\_POV\\_0720aFINAL.pdf](http://www.cisco.com/web/about/ac79/docs/pov/Passenger_Exp_POV_0720aFINAL.pdf)  
Hämtad: 11.10.2012

Finavia a. 2011 *Finavian lentoliikennetilasto*. Finavia, Tillgänglig:  
[http://www.finavia.fi/files/finavia2/lentoliikennetilastot%202011/finavia\\_tilasto\\_2011.pdf](http://www.finavia.fi/files/finavia2/lentoliikennetilastot%202011/finavia_tilasto_2011.pdf)  
Hämtad: 12.2.2012

Finavia b. 2011 *Finavian toiminnan ohjurit asiakkaan polulla*. Finavia. Konfidentiell

Finavia a. 2012, *Finavia i korthet*. Finavia, Tillgänglig:  
<http://www.finavia.fi/omfinavia/finavia-i-korthet> Hämtad: 14.2.2012

Finavia b. 2012 *Palvelut lentoasemalla* Tillgänglig:  
[http://www.finavia.fi/lentoasemat/lentoasema\\_kokkola-pietarsaari?pg=1091681](http://www.finavia.fi/lentoasemat/lentoasema_kokkola-pietarsaari?pg=1091681)  
Hämtad: 12.2.2012

Fodness, Dale; Murray, Brian. 2007, *Expectations of airport service quality*. Journal of service marketing. nr 7, s. 492-506 Emerald Group Publishing Limited  
Tillgänglig: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?issn=0887-6045&volume=21&issue=7&articleid=1634419> Hämtad: 16.2.2012

Grönroos, Christian. 2002, *Service management och marknadsföring: en CRM ansats*, Malmö: Liber Ekonomi, s. 75–76

Hakola, Marja. 2007, *Aika matka kiitotiellä. The Finavia story*. 1 uppl., Hämeenlinna: Karisto Oy:n Kirjapaino, s. 100–101, 220

Hanefors, Monica; Mossberg, Lena. 2007, *Turisten i upplevelseindustrin*. 1 uppl., Lund: Studentlitteratur, s. 23, 121-127, 176-179, 230

Hautamaa, Leena. 2011, Via Helsinki. The Finavia magazine for Helsinki Airport travellers. *Your life is designed travelers*, nr 4, s.4

Kalenoja, Hanna; Mäkelä, Tommi; Mäntynen, Jorma & Rauhamäki, Harri. 2006, *Lentoliikenne ja lentoasemat*. 2 uppl., Tampere: Opetusmoniste, s. 25, 32, 36,44–45

Kauppalehti. 2011. *Ennuste: lentoliikenne kaksinkertaistuu vuoteen 2030 mennessä*.  
Tillgänglig:  
<http://www.kauppalehti.fi/etusivu/ennuste+lentoliikenne+kaksinkertaistuu+vuoteen+2030+mennessa/20110992971> Hämtad: 11.10.2012

Koivisto, Mikko. 2007, *Mitä on palvelumuotoilu? Muotoilujen hyödyntäminen palveluiden suunnittelussa*, Taiteen maisterin lopputyö, s. 66–68. Taideteollinen korkeakoulu. Tillgänglig: [http://www.muova.fi/documents/key20120316082346/Raportit%20ja%20julkaisut/Lopputyo\\_TaM\\_MikkoKoivisto\\_2007.pdf](http://www.muova.fi/documents/key20120316082346/Raportit%20ja%20julkaisut/Lopputyo_TaM_MikkoKoivisto_2007.pdf) Hämtad: 27.2.2012

Kokkola-Pietarsaari Airport. 2012 Tillgänglig:

[http://www.facebook.com/KokkolaPietarsaariAirport/photos\\_stream](http://www.facebook.com/KokkolaPietarsaariAirport/photos_stream) Hämtad.

11.10.2012

KP. 2012, *Lomalentojen asema ei horju – maakuntakentät suosittuja*, Tillgänglig:

<http://www.kp24.fi/uutiset/lehti/298166/3/Lomalentojen-asema-ei-horju->

[maakuntakent%C3%A4t-suosittuja](http://www.kp24.fi/uutiset/lehti/298166/3/Lomalentojen-asema-ei-horju-) Hämtad: 11.10.2012

Lecklin, Olli. 2002, *Laatu yrityksen menestystekijänä*, 4. painos, Jyväskylä: Talentum

Media Oy, s. 18–19

Lentoposti. 2012, *Matkustajat mukaan kehittämää Helsinki-Vantaan design-*

*turvataarkastusta*, Tillgänglig:

[http://www.lentoposti.fi/uutiset/matkustajat\\_mukaan\\_kehittamaan\\_helsinki\\_vantaan\\_de](http://www.lentoposti.fi/uutiset/matkustajat_mukaan_kehittamaan_helsinki_vantaan_de)

[sign\\_turvataarkastusta\\_katso\\_kuvat](http://www.lentoposti.fi/uutiset/matkustajat_mukaan_kehittamaan_helsinki_vantaan_de) Hämtad: 11.10.2012

Lundahl, Ulf; Skärvad, Per-Hugo. 1999, *Utredningsmetodik för samhällsvetare och*

*ekonomer*. 3. Uppl., Lund: Studentlitteratur, s.150-152

Mirrorgate. 2012 Tillgänglig: [www.mirrorgate.se/test.oaw.psykm.pdf](http://www.mirrorgate.se/test.oaw.psykm.pdf) Hämtad:

26.10.2012

Mossberg, Lena. 2003, *Att skapa upplevelser- från OK till WOW*, Lund:

Studentlitteratur, s. 50-53

MTV3. 2012, *Matkailijoita rasittavaan ongelmaan haetaan ratkaisua Helsinki-*

*Vantaalla – sinäkin voit vaikuttaa,*

Tillgänglig:<http://www.mtv3.fi/matkailu/kotimaa/artikkeli.shtml/1533550/matkailijoita-rasittavaan-ongelmaan-haetaan-ratkaisua-helsinki-vantaalla---sinakin-voit-vaikuttaa>

Hämtad: 10.7.2012

Raulo, Miikka. 2012 , *Palvelujakin voi muotoilla*. Tillgänglig:

<http://www.experiencebusiness.fi/osaamisklusteri/painopisteet/palvelumuotoilu.html>

Hämtad: 1.3.2012

Tawlar, Rohit. 2011, *Airport 2025- Rethinking the customer experience*, Future travel experience. Tillgänglig: <http://www.futuretravelexperience.com/2011/11/airport-2025-rethinking-the-customer-experience/> Hämtad: 24.2.2012

Tuulaniemi, Juha. 2011, *Palvelumuotoilu*, Hämeenlinna: Talentum, s. 72-73,95

Ylisipola, Heini. 2010, *Maakuntakentillä ruuhkaa turvatarkastuksissa*. Tillgänglig:

<http://www.ts.fi/uutiset/kotimaa/122903/Maakuntakentilla+ruuhkaa+turvatarkastuksissa>

Hämtad: 11.10.2012

Verhelä, Pauli. 2000, *Liikematkailu*. Helsinki: Oy Edita Ab, 14-15s.

Vähäsarja, Ismo. 2012, *Suomen siistein lentoasema*, Tillgänglig:

[http://yle.fi/uutiset/suomen\\_siistein\\_lentoasema/6190637](http://yle.fi/uutiset/suomen_siistein_lentoasema/6190637) Hämtad: 24.10.2012



# BILAGOR

## Bilaga 1. Enkäten på svenska

### PASSAGERARUNDERSÖKNING KARLEBY-JAKOBSTAD FLYGPLATS

Syftet med denna undersökning är att ta reda på passagerarnas upplevelser av Karleby-Jakobstad flygplats och dess tjänster. Undersökningen är en del av ett examensarbete som görs för yrkeshögskolan Arcada. Undersökningens svar behandlas konfidentiellt.

Besvara frågorna genom att välja ett av alternativen.

1. Kön 

Man	Kvinna
-----	--------

2. Åldersgrupp 

under 20 år	20-35 år	36-50 år	51-65 år	över 65 år
-------------	----------	----------	----------	------------

3. Resans syfte 

Affärsresa	Fritidsresa
------------	-------------

4. Hur många gånger har ni flygit från Karleby-Jakobstad flygplats under det senaste året?

1-3 gånger	4-6 gånger	7-8 gånger	över 8 gånger
------------	------------	------------	---------------

5. Hur upplevde ni ankomsten till Karleby-Jakobstad flygplats? (1 = dåligt, 2 = ganska dåligt, 3 = mittemellan, 4 = ganska bra, 5 = bra, kan inte säga)

Skytning	1	2	3	4	5	Kan inte säga
Parkering	1	2	3	4	5	Kan inte säga
Framsida	1	2	3	4	5	Kan inte säga
Bussförbindelser	1	2	3	4	5	Kan inte säga
Taxi	1	2	3	4	5	Kan inte säga

6. Hur upplevde ni incheckningen och incheckningspersonalen? (1 = dåligt, 2 = ganska dåligt, 3 = mittemellan, 4 = ganska bra, 5 = bra, kan inte säga)

Smidighet	1	2	3	4	5	Kan inte säga
Munterhet	1	2	3	4	5	Kan inte säga
Pålitlighet	1	2	3	4	5	Kan inte säga
Mänsklig kontakt	1	2	3	4	5	Kan inte säga
Professionalitet	1	2	3	4	5	Kan inte säga
Problemlösningsförmåga	1	2	3	4	5	Kan inte säga

7. Hur upplevde ni flygplatsens utrymmen? (1 = dåligt, 2 = ganska dåligt, 3 = mittemellan, 4 = ganska bra, 5 = bra, kan inte säga)

Utrymmens storlek	1	2	3	4	5	Kan inte säga
Skytning	1	2	3	4	5	Kan inte säga
Incheckings aula	1	2	3	4	5	Kan inte säga
Väntnings utrymmen	1	2	3	4	5	Kan inte säga
Toaletter	1	2	3	4	5	Kan inte säga
Renhet	1	2	3	4	5	Kan inte säga

Vänd →

Modernitet	1	2	3	4	5	Kan inte säga
Inredning	1	2	3	4	5	Kan inte säga

**8. Vad tycker ni om flygplatsens tjänster?** (1 = dåligt, 2 = ganska dåligt, 3 = mittemellan 4 = ganska bra, 5 = bra, kan inte säga)

Café	1	2	3	4	5	Kan inte säga
Varuautomat	1	2	3	4	5	Kan inte säga
Kostnadsfri Internet	1	2	3	4	5	Kan inte säga
Barnens lekhörna	1	2	3	4	5	Kan inte säga
Biluthyrning	1	2	3	4	5	Kan inte säga

**9. Hur upplevde ni säkerhetskontrollen och säkerhetskontrollens personal?** (1 = dåligt, 2 = ganska dåligt, 3 = mittemellan 4 = ganska bra, 5 = bra, kan inte säga)

Smidighet	1	2	3	4	5	Kan inte säga
Kontrollens grundlighet	1	2	3	4	5	Kan inte säga
Säkerhetskänsla	1	2	3	4	5	Kan inte säga
Professionalitet	1	2	3	4	5	Kan inte säga
Mänsklig kontakt	1	2	3	4	5	Kan inte säga
Munterhet	1	2	3	4	5	Kan inte säga

**10. Hur påverkade flygplatsens följande faktorer din upplevelse?** (1=stressande, 2 = ganska stressande, 3 = mittemellan, 4 = ganska lugnande, 5= lugnande, kan inte säga)

Färgtema	1	2	3	4	5	Kan inte säga
Ljushet	1	2	3	4	5	Kan inte säga
Temperatur	1	2	3	4	5	Kan inte säga
Dofter	1	2	3	4	5	Kan inte säga
Ljud	1	2	3	4	5	Kan inte säga
Andra passagerare	1	2	3	4	5	Kan inte säga
Check-in	1	2	3	4	5	Kan inte säga
Säkerhetskontroll	1	2	3	4	5	Kan inte säga

Tankar, förbättrings idéer: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**TACK FÖR SVARET,  
TREVLIIG RESA!**

## Bilaga 2. Enkäten på finska

### MATKUSTAJAKYSELY KOKKOLA-PIETARSAAREN LENTOASEMA

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on selvittää matkustajien kokemuksia Kokkola-Pietarsaaren lentoasemasta ja sen palveluista. Tutkimus on osa ammattikorkeakoulu Arcadassa tehtävää opinnäytetyötä. Kyselyn vastaukset käsitellään luottamuksellisesti.

Vastaa kysymyksiin valitsemalla yksi vaihtoehdoista.

1. Sukupuoli

Mies	Nainen
------	--------

2. Ikäryhmä

alle 20 v.	20-35 v.	36-50 v.	51-65 v.	yli 65 v.
------------	----------	----------	----------	-----------

3. Matkan tarkoitus

Liikematka	Vapaa-ajan matka
------------	------------------

4. Kuinka monta kertaa olet lentänyt Kokkola-Pietarsaaren lentoasemalta viimeisen vuoden aikana?

1-3 kertaa	4-6 kertaa	7-8 kertaa	yli 8 kertaa
------------	------------	------------	--------------

5. Miten koit saapumisen lentokentälle? (1 = huono, 2 = melko huono, 3 = siltä väliiltä, 4 = melko hyvä, 5 = hyvä, en osaa sanoa)

Opasteet	1	2	3	4	5	en osaa sanoa
Pysäköinti	1	2	3	4	5	en osaa sanoa
Julkisivu	1	2	3	4	5	en osaa sanoa
Linja-auto yhteys	1	2	3	4	5	en osaa sanoa
Taxi	1	2	3	4	5	en osaa sanoa

6. Miten koit lähtöselvityksen ja lähtöselvityshenkilökunnan palvelun? (1 = huono, 2 = melko huono, 3 = siltä väliiltä, 4 = melko hyvä, 5 = hyvä, en osaa sanoa)

Sujuvuus	1	2	3	4	5	en osaa sanoa
Iloisuus	1	2	3	4	5	en osaa sanoa
Luotettavuus	1	2	3	4	5	en osaa sanoa
Ihmisläheisyys	1	2	3	4	5	en osaa sanoa
Ammattitaitoisuus	1	2	3	4	5	en osaa sanoa
Ongelmanratkaisukyky	1	2	3	4	5	en osaa sanoa

7. Miten koit lentokentän tilat? (1 = huono, 2 = melko huono, 3 = siltä väliiltä, 4 = melko hyvä, 5 = hyvä, en osaa sanoa)

Tilojen koko	1	2	3	4	5	en osaa sanoa
Opasteet	1	2	3	4	5	en osaa sanoa
Lähtöselvitys aula	1	2	3	4	5	en osaa sanoa
Odotustilat	1	2	3	4	5	en osaa sanoa
Wc	1	2	3	4	5	en osaa sanoa
Siisteys	1	2	3	4	5	en osaa sanoa

Käännä →

Nykyaikaisuus	1	2	3	4	5	en osaa sanoa
Sisustus	1	2	3	4	5	en osaa sanoa

8. Mitä mieltä olet lentokentän palveluista? (1 =huono, 2 = melko huono, 3 = siltä väliltä, 4 = melko hyvä, 5 =hyvä, en osaa sanoa)

Kahvila	1	2	3	4	5	en osaa sanoa
Myyntiautomaatti	1	2	3	4	5	en osaa sanoa
Ilmainen internet	1	2	3	4	5	en osaa sanoa
Lasten leikkitila	1	2	3	4	5	en osaa sanoa
Autonvuokraus	1	2	3	4	5	en osaa sanoa

9. Miten koit turvatarkastuksen ja turvatarkastushenkilökunnan palvelun? (1 = huono, 2 = melko huono, 3 = siltä väliltä, 4 = melko hyvä, 5 =hyvä, en osaa sanoa)

Sujuvuus	1	2	3	4	5	en osaa sanoa
Tarkastuksen perusteellisuus	1	2	3	4	5	en osaa sanoa
Turvallisuuden tunne	1	2	3	4	5	en osaa sanoa
Ammattitaitoisuus	1	2	3	4	5	en osaa sanoa
Ihmisläheisyys	1	2	3	4	5	en osaa sanoa
Iloisuus	1	2	3	4	5	en osaa sanoa

10. Miten lentokentän seuraavat tekijät vaikuttivat kokemukseesi? (1=stressaava vaikutus, 2 = melko stressaava vaikutus, 3 = siltä väliltä, 4 = melko rauhoittava vaikutus, 5= rauhoittava vaikutus, en osaa sanoa)



Värimaailma	1	2	3	4	5	en osaa sanoa
Valoisuus	1	2	3	4	5	en osaa sanoa
Lämpötila	1	2	3	4	5	en osaa sanoa
Tuoksut	1	2	3	4	5	en osaa sanoa
Äänet	1	2	3	4	5	en osaa sanoa
Muut matkustajat	1	2	3	4	5	en osaa sanoa
Lähtöselvitys	1	2	3	4	5	en osaa sanoa
Turvatarkastus	1	2	3	4	5	en osaa sanoa

Ajatuksia,parannusehdotuksia: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**KIITOS VASTAUKSESTANNE,  
HYVÄÄ MATKAA!**

## Bilaga 3. Enkäten på engelska

### **PASSENGER SURVEY KOKKOLA-PIETARSAARI AIRPORT**

The purpose of this survey is to study passengers' experiences of Kokkola-Pietarsaari airport and its services. The survey is a part of a thesis made in Arcada University of Applied Sciences. Surveys answers will be treated confidentially.

Answer the questions by choosing one of the alternatives.

1. Gender 

Male	Female
------	--------

2. Age group 

under 20 years	20-35 years	36-50 years	51-65 years	over 65 years
----------------	-------------	-------------	-------------	---------------

3. Purpose of your trip 

Business	Pleasure
----------	----------

4. How many times during the past one year have you flown from Kokkola-Pietarsaari airport?

1-3 times	4-6 times	7-8 times	over 8 times
-----------	-----------	-----------	--------------

5. How did you experience the arrival to Kokkola-Pietarsaari airport? (1 = bad, 2 = quite bad, 3 = in between, 4 = quite good, 5 = good, can't say)

Signs	1	2	3	4	5	can't say
Parking	1	2	3	4	5	can't say
Outside	1	2	3	4	5	can't say
Bus connections	1	2	3	4	5	can't say
Taxi	1	2	3	4	5	can't say

6. How did you experience the check-in and the check-in personnel? (1 = bad, 2 = quite bad, 3 = in between, 4 = quite good, 5 = good, can't say)

Fluency	1	2	3	4	5	can't say
Cheerfulness	1	2	3	4	5	can't say
Reliability	1	2	3	4	5	can't say
Human contact	1	2	3	4	5	can't say
The expertise	1	2	3	4	5	can't say
Problem solving skills	1	2	3	4	5	can't say

7. How did you experience airport spaces? (1 = bad, 2 = quite bad, 3 = in between, 4 = quite good, 5 = good, can't say)

Size of spaces	1	2	3	4	5	can't say
Signs	1	2	3	4	5	can't say
Check-in area	1	2	3	4	5	can't say
Waiting area	1	2	3	4	5	can't say
Toilet	1	2	3	4	5	can't say
Cleanliness	1	2	3	4	5	can't say

**Turn →**

Modern	1	2	3	4	5	can't say
Decoration	1	2	3	4	5	can't say

8. What do you think about the airport services? (1 = bad, 2 = quite bad, 3 = in between, 4 = quite good, 5 = good, can't say)

Cafeteria	1	2	3	4	5	can't say
Vending machine	1	2	3	4	5	can't say
Free internet	1	2	3	4	5	can't say
Kids corner	1	2	3	4	5	can't say
Car rental	1	2	3	4	5	can't say

9. How did you experience the security control and the security control personnel? (1 = bad, 2 = quite bad, 3 = in between, 4 = quite good, 5 = good, can't say)

Fluency	1	2	3	4	5	can't say
Thoroughness of inspections	1	2	3	4	5	can't say
Feeling of security	1	2	3	4	5	can't say
The expertise	1	2	3	4	5	can't say
Human contact	1	2	3	4	5	can't say
Cheerfulness	1	2	3	4	5	can't say

10. How did the following airport factors influence your experience? 1 = stressful, 2 = quite stressful, 3 = in between, 4 = quite calming, 5 = calming, can't say)



Color theme	1	2	3	4	5	can't say
Lightning	1	2	3	4	5	can't say
Temperature	1	2	3	4	5	can't say
Smell	1	2	3	4	5	can't say
Sounds	1	2	3	4	5	can't say
Other passengers	1	2	3	4	5	can't say
Check-in	1	2	3	4	5	can't say
Security control	1	2	3	4	5	can't say

Thoughts, improvement suggestions: \_\_\_\_\_

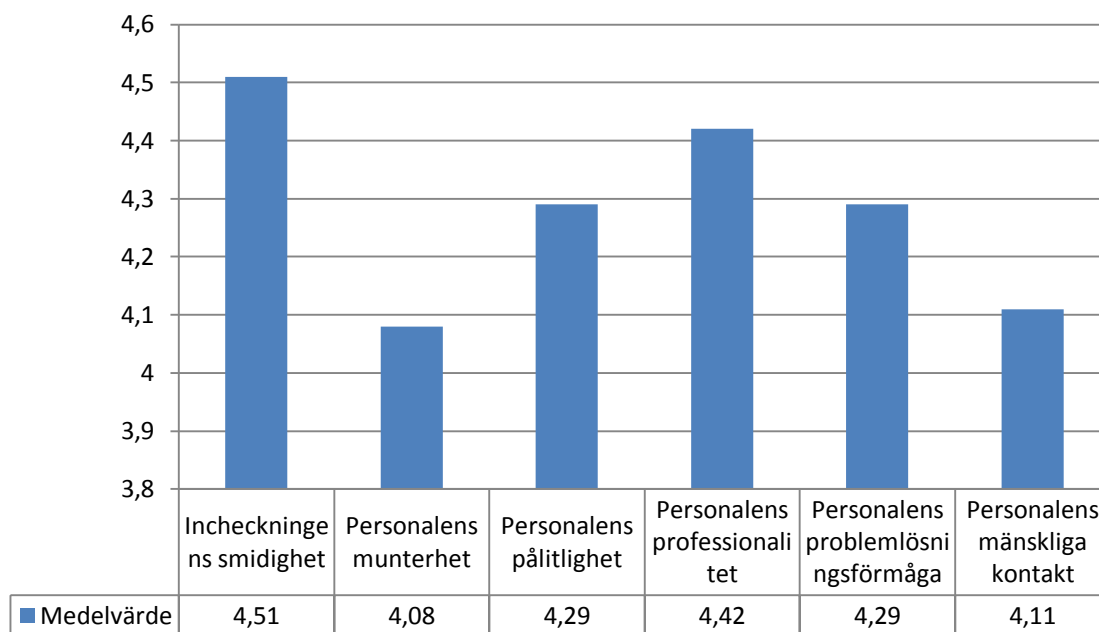
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

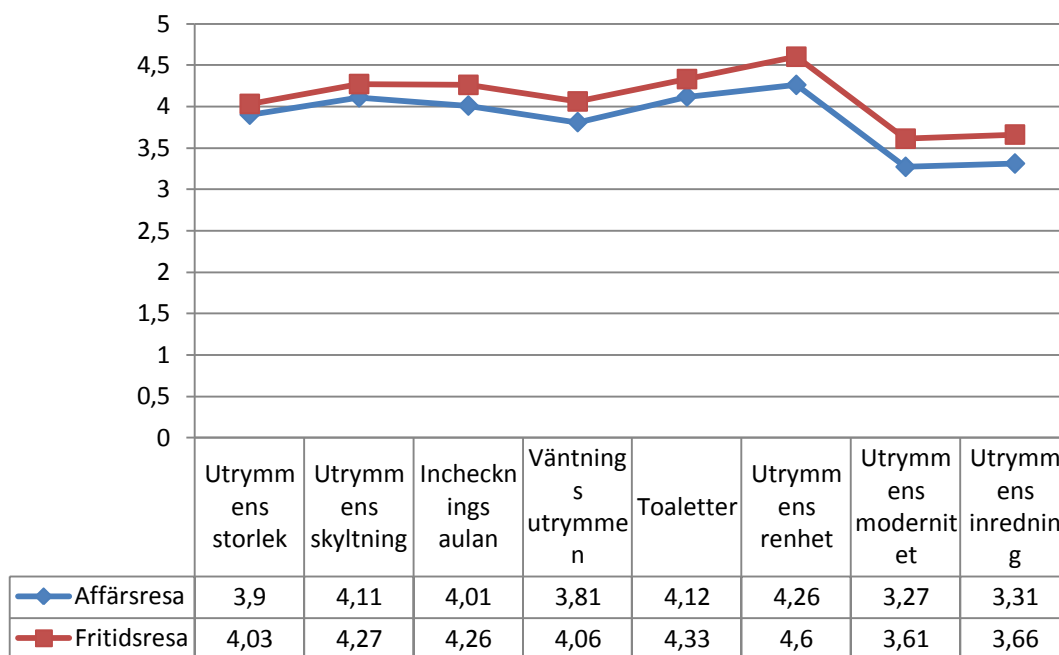
\_\_\_\_\_

**THANK YOU FOR YOUR ANSWER,  
HAVE A GOOD FLIGHT!**

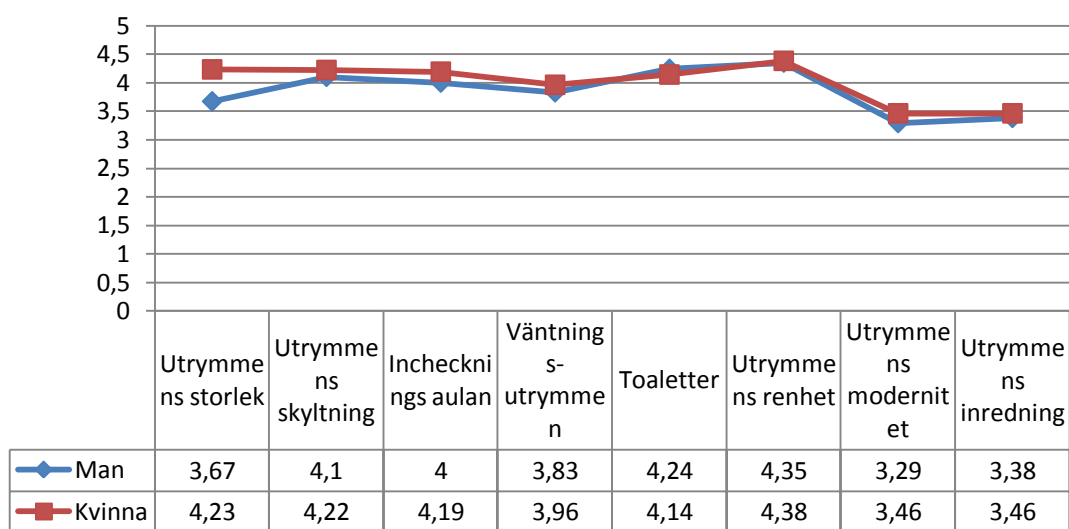
## Bilaga 4. Incheckningens medelvärden



## Bilaga 5. Affärsresenärernas och fritidsresenärernas upplevelse om utrymmen



## Bilaga 6. Män och kvinnors upplevelser om flygfältets utrymmen





## Bilaga 7. Skillnader i upplevelser

