

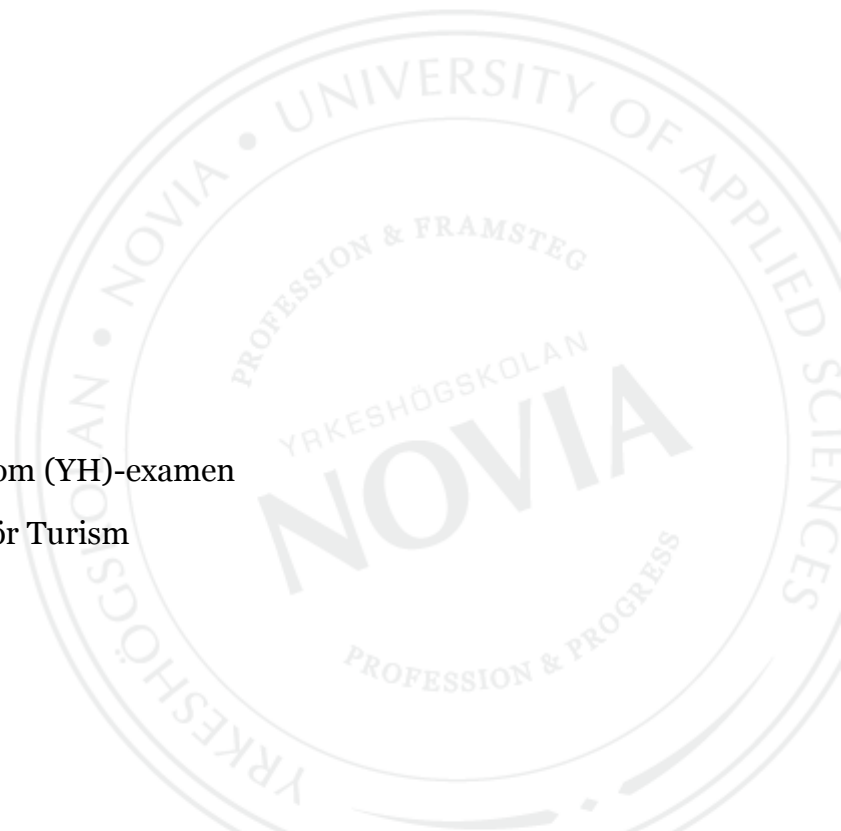
Tutkimus palvelun laadusta Lapland Safaris North Oy:ssä

Tanja Friis

Examensarbete för restonom (YH)-examen

Utbildningsprogrammet för Turism

Åbo 2013



OPINNÄYTETYÖ

Tekijä: Tanja Friis

Koulutusohjelma ja paikkakunta: Restonomi, Turku

Suuntautumisvaihtoehto: Matkailu

Ohjaaja: Agneta Nyberg

Nimike: Tutkimus palvelun laadusta Lapland Safaris North Oy:ssä

Päivämäärä 18.4.2013

Sivumäärä 36

Liitteet 9

Tiivistelmä

Matkailun ohjelmapalveluyritykset ovat niin kotimaisesti kuin kansainvälisestikin kasvava ilmiö. Asiakaspalvelu ja palvelun laatu ovat tärkeitä asioita yrityksessä ja sekä asiakaspalvelutaitoja että palvelun laatua voi kehittää. Turvallisuusasiat ovat myös keskeinen osa ohjelmapalveluyrityksen toimintaa, ja ne tulee huomioida ohjelmapalveluja suunniteltaessa.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää miten asiakkaat kokevat asiakaspalvelun ja palvelun laadun Lapland Safaris North Oy- yrityksessä. Tätä varten tehtiin kvantitatiivinen tutkielma, jossa käytettiin kyselylomaketta vastauksien saamiseksi. Teoreettisen viitekehyksen pohjalta kehitettyä kyselylomaketta jaettiin asiakkaille Lapland Safaris North Oy:n Safari clubilla, joka toimii safarien aloituspaikkana. Täytettyjä kyselylomakkeita kertyi yhteensä 212 kappaletta.

Tuloksista voidaan todeta, että Lapland Safaris North Oy on palveluntarjoajana kiitettävän ja erinomaisen välimaastossa. Asiakkaat olivat suurimmaksi osaksi tyytyväisiä yrityksen palvelun laatuun ja melkein jokainen suosittelisi yritystä muille. Parannettavaa löytyy aina, ja pienellä hienosäädöllä Lapland Safaris North Oy:stä voidaan tehdä vieläkin parempi ohjelmapalveluyritys.

Opinnäytetyön odotetaan antavan lukijalle kattava kuva Lapland Safaris North Oy-yrityksestä, asiakaspalvelusta ja palvelun laadusta ja turvallisuuteen liittyvistä tekijöistä ohjelmapalveluyrityksessä.

Kieli: Suomi

Avainsanat: Lapland Safaris, asiakaspalvelu, palvelu, laatu, Lappi, asiakastyytyväisyys, ohjelmapalvelu, turvallisuus

EXAMENSARBETE

Författare: Tanja Friis

Utbildningsprogram och ort: Restonom, Åbo

Inriktning/alternativ/Fördjupning: Turism

Handledare: Agneta Nyberg

Titel: En undersökning om hur kvalitet på service upplevs på Lapland Safaris North Oy

Datum 18.4.2013

Sidantal 36

Bilagor 9

Abstrakt

Programtjänsteföretag är ett växande fenomen både nationellt och internationellt. Kundenservice och kvalitet på tjänster är viktiga områden i ett tjänsteföretags verksamhet och båda kan oftast förbättras. Säkerhetsaspekter är en väsentlig del av programtjänsteföretag och dessa bör beaktas vid planering av tjänster.

Syftet med detta examensarbete är att undersöka hur kunderna upplever kundservicen och kvaliteten på tjänsterna i företaget Lapland Safaris North Oy. Detta uppnås genom en kvantitativ undersökning med enkäter. Enkäterna formades med hjälp av den teoretiska referensramen i detta examensarbete. Undersökningen utfördes på kunder vid Safari Club som fungerar som safarins startplats. Totalt besvarade 212 respondenter enkäten. Utifrån undersökningens resultat kan slutsatsen dras att Lapland Safaris North Oy är en utmärkt eller berömlig tjänsteleverantör. Kunderna är till största delen nöjda med kvaliteten på tjänsterna och största delen skulle kunna rekommendera företaget för andra. Det finns alltid något som kan förbättras, och med fokus på småsakerna kan Lapland Safaris North Oy bli en utmärkt tjänsteleverantör i framtiden.

Detta examensarbete förväntas ge läsaren information om Lapland Safaris som företag, insikt i kundservice och tjänstekvalitet samt information om olika säkerhetsaspekter i programtjänsteföretag.

Språk: Finska

Nyckelord: Lapland Safaris, kundservice, tjänstekvalité, Lapland, kundnöjsamhet, programtjänst, säkerhet

BACHELOR'S THESIS

Author: Tanja Friis

Degree Programme: Bachelor's degree in tourism, Turku

Specialization: Tourism

Supervisor: Agneta Nyberg

Title: A study on how quality of service is experienced in Lapland Safaris North Oy

Date 18.4.2013 Number of pages 36 Appendices 9

Summary

Providing program services within the tourism field is a growing phenomenon both domestically and internationally. Customer service and the quality of services are important things in a company, and you can always improve both customer service skills and the quality of services provided in the company. Safety aspects are an important part of this business and it is important to take them in notice when planning services.

The goal with this thesis is to research how customers experience customer service and the quality of service at Lapland Safaris North Oy. A quantitative research was made with a questionnaire. The questionnaire was based on the theoretical background of this thesis. The questionnaire was handed out at Safari club which is the starting point for the safaris at Lapland Safaris North Oy. The total amount of returned questionnaires is 212.

According to the results of the questionnaire Lapland Safaris North Oy is something between a great and an excellent service provider. The customers were mostly satisfied with the quality in the company and almost all would recommend the company for others. There is always something to improve and with a focus on the small things, you can make Lapland Safaris North Oy even a better service provider.

This thesis is expected to give the reader information about the company Lapland Safaris North Oy, customer service and the quality of services, and safety aspects in a program service company.

Language: Finnish

Key words: Lapland Safaris, customer service, quality of services, Lapland, customer satisfaction, program service, safety

Sisällysluettelo

1	Johdanto.....	1
1.1	Opinnäytetyön tavoite.....	1
1.2	Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys ja rakenne	1
2	Lapland Safaris Group	2
3	Asiakaspalvelu ja asiakastyytyväisyys.....	4
3.1	Asiakkaan määritelmä.....	4
3.2	Asiakaspalvelun määritelmä.....	5
3.3	Asiakastyytyväisyys ja sen mittaus.....	7
4	Palvelu ja sen laatu	8
4.1	Palvelun määritelmä	8
4.2	Palvelun laadun määritelmä	9
4.3	Asiakkaan odotukset laadusta.....	10
5	Matkailualan ohjelmapalveluyritys ja turvallisuusasiat	12
5.1	Ohjelmapalveluyrityksen määritelmä.....	12
5.2	Laatu ohjelmapalveluyrityksessä.....	14
5.3	Turvallisuus ja siihen vaikuttavat tekijät ohjelmapalveluyrityksessä	15
5.4	Riskitilanteet.....	16
5.4.1	Riskien tunnistaminen.....	16
5.4.2	Riskien arviointi.....	16
5.4.3	Riskien hallintakeinot.....	17
6	Tutkimusmenetelmät ja aineisto	17
6.1	Tutkimusmenetelmä	18
6.2	Kyselylomake	18
7	Tulokset	20
7.1	Perustiedot.....	20
7.2	Kaluston laatu.....	25
7.3	Palvelun laatu ja asiakaspalvelu.....	25
8	Tuloksien analysointi ja johtopäätökset	30
8.1	Perustiedot.....	31
8.2	Palvelun laatu ja asiakaspalvelu.....	33
8.3	Johtopäätökset.....	35
9	Pohdinta.....	36
	Lähdeluettelo.....	37

Liitteet

- Liite 1 Lapland Safaris weekly program Saariselkä
- Liite 2 Lapland Safarisin toimipisteet Suomessa
- Liite 3 Kyselylomake

1 Johdanto

Asiakaspalvelu on lähellä sydäntäni ja siksi haluankin tehdä tutkimuksen siitä, miten matkailijat kokevat palvelun laadun ja asiakaspalvelun tämän tyyppisessä matkailun ohjelmapalveluyrityksessä. Lappi on matkailukohteena erittäin eksoottinen ulkomaalaisille matkailijoille ja se kiehtoo matkailukohteena myös minua.

Yritys, jolle teen opinnäytetyöni on nimeltään Lapland Safaris North Oy. Se on osa Lapland Safaris- konsernia. Opinnäytetyössäni käytän yrityksestä sen suomenkielistä nimeä, Lapin Safarit. Kun viittaa Lapland Safaris North Oy - yritykseen, käytän siitä Lapin Safarit Saariselkä nimeä. Tämä siksi, koska koen sen olevan lukijalle helpompi tapa lukea työtä. Yritys voi tästä tutkimuksesta saatuja tuloksia käyttää suunnitellessaan tuotteita ja parantaessaan laatua yrityksessä.

1.1 Opinnäytetyön tavoite

Tämä opinnäytetyö käsittelee palvelun laadun kokemista. Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, miten asiakkaat kokevat palvelun laadun Lapin Safarit Saariselällä. Palvelun laatuun olen laskenut mukaan asiakaspalvelun, turvallisuusasiat, oppaan ominaisuudet hänen palvellessaan asiakasta ja kaluston laadun.

Yrityksen tuotteista olen yhdessä kohdepäällikön kanssa valinnut tutkittavaksi yrityksen niin kutsutut ydintuotteet. Ydintuotteisiin kuuluu kaikki ne palvelut, joita Lapland Safaris North Oy itse järjestää ja joihin ei alihankkijat, tässä tapauksessa koiravaljakko- ja porofarmit, kuulu. Näihin ydintuotteisiin kuuluu viikko-ohjelmanmukaiset (katso liite 1) moottorikelkkasafarit, hiihto-, ja lumikenkäsafarit ja yksi erillinen kolmen tunnin iltamoottorikelkkasafari. Tämän 3h iltamoottorikelkkasafarin haluan mukaan tutkimukseen, koska suuri osa matkailijoista haluaa nähdä revontulia, ja tämä safari on melkein joka ilta kello 20:00–23:00 järjestettävä moottorikelkkasafari. Tausta-ajatuksena on, että saan kattavamman kuvan myös illan aikana tehtävistä safareista, koska suurin osa näistä ydintuotteista järjestetään päiväsaikaan.

1.2 Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys ja rakenne

Tämän opinnäytetyön teoreettisessa viitekehyksessä esitellään Lapland Safaris yrityksenä, käsitellään asiakaspalvelua ja asiakastyytyvääisyyttä, palvelun laatua käsitteenä ja miten se

koetaan, matkailualan ohjelmalveluyritystä käsitteenä ja turvallisuusasioita. Tätä teoriaa olen myös käyttänyt opinnäytetyön empiirisessä osassa, asiakastyytyväisyyskyselylomakkeen teossa ja tuloksien analysoinnissa. Opinnäytetyön empiirisessä osassa käsitelen tutkimusta ja sen rakennetta. Tässä osassa kerron myös tarkemmin kyselylomakkeesta ja sen eri osa-alueista. Tämän jälkeen esitän kyselylomakkeista saadut tulokset. Tämän työn viimeisessä osassa, analysointi-osiossa, keskityn analysoimaan vastauksia omien mielipiteideni kautta ja empiirisen osan teoriaosuutta avuksi käyttäen ja sovellan näitä myös teoreettiseen viitekehykseen.

2 Lapland Safaris Group

Lapin Safarit on ohjelmalveluyritys, joka tarjoaa asiakkaille aktiviteetteja ja elämyksiä kaikkina vuodenaikoina. Se on myös tällä hetkellä yksi Euroopan suurimpia tämän tyyppisiä yrityksiä ja yritys on yksityisomistuksessa. Lapin Safarit Oy perustettiin helmikuussa vuonna 1982 Rovaniemellä ja yritys on laajentanut toimintaansa usealle paikkakunnalle Lapissa. Yrityksellä on toimintaa Rovaniemellä, Saariselällä, Levillä, Ylläksellä, Oloksella. Luostolla, Hetassa, Pallaksella ja Kilpisjärvellä. Liitteessä 2 on kartta, jossa esitellään Lapin Safareiden toimipisteet. Kokonaisuudessaan Lapin Safarit työllistää 45 päätoimista työntekijää sekä n. 450 sesonkityöntekijää. Lapin Safareiden läpi kulkee vuosittain n. 120 000 vierasta ja yhden päivän aikana voidaan ottaa 8000 vierasta vastaan. (Lapland Safaris, 2013).

Tärkeitä vuosilukuja Lapin Safarit Oy:n historiassa:

1982 – Lapin Safarit Oy perustettiin.

1988 - Tytäryhtiö perustettiin Saariselälle, Inariin.

1992 - Rovaniemen toimisto siirtyi Jyrki Nivan ja Rauno Posion alaisuuteen.

1993 – Henkilökunnan ja oppaiden koulutus aloitettiin.

2000 – Tytäryhtiö perustettiin Leville.

2000 – ISO-9001 laatusertifointi (ensimmäisenä matkailun ohjelmalveluyrityksenä maailmassa).

2004 – AFTA:n jäsenyys.

2005 – Tytäryhtiö perustettiin Olokselle.

2005 – Toiminnan laajentaminen Lapland Hotelsien kohteisiin Ylläkselle, Pallakselle, Olokselle, Hettaan ja Kilpisjärvelle.

2008 – Lapin Safarit osti kilpailijansa Arctic Safariksen (kaupan myötä Lapin Safarit on nyt Pohjoismaiden suurin ohjelmapalveluyritys).

2008 – Oma tuotekehitysyksikkö perustettiin (ensimmäisenä suomalaisena alansa edustajana).

2012 – Lapin safarit osti Wild North- yrityksen (Suom. Eräsetti Ltd).

(Lapland Safaris, 2009, PowerPoint- esitys)

Ominaista Lapin Safareille on aina ollut sen innovatiivinen ajattelutapa ja halu palvella asiakasta kuuntelemalla asiakkaan toiveita. Tiivis yhteistyö sekä työntekijöiden, että omistajien sitoutuminen työhön on yksi tärkeimmistä asioista Lapin Safareiden toiminnassa. Myös rauhallinen tahti riskien ottamisessa ja edelläkävijäisyys sekä tuotteiden ja palveluiden suunnittelussa, että niiden toteutuksessa on suuri osa menestyksen salaisuudesta. (Harri, haastattelu 15.3.2013).

Arctic Incentives on myös osa Lapin Safarit Oy konsernia. Se perustettiin kun Lapin Safarit osti Arctic Safariksen. Se on tällä hetkellä yksi Pohjoismaiden johtavia MICE-palveluihin keskittyneitä yrityksiä (MICE = Meetings, Incentives, Conferences and Events). Arctic Incentiven päätoimipisteet ovat Rovaniemellä ja Saariselällä, mutta toimistoja löytyy Lapin suurimmista lomakohteista, kuten Leviltä, Rukalta ja Ylläkseltä. Arctic Incentives tarjoaa asiakkaille aktiviteettiohjelmia, majoitus- ja ruokailupalveluita. Yritys räätälöi asiakkaan toiveet ryhmälle sopivaksi Lapin luonnon ja kulttuurin avulla. (Arctic Incentives, 2013).

Lapin Safareiden Saariselällä toimivan toimipisteen virallinen nimi on Lapland Safaris North Oy. Se on Lapin Safareiden tytäryhtiö ja perustettiin vuonna 1988. Se on myös toiseksi suurin ja vilkkain Lapin Safareiden toimipiste heti Rovaniemen jälkeen. Sen toimisto sijaitsee hotelli Riekonlinnan rakennuksessa Saariselän keskustassa. Lapland Safaris North Oy:llä on talvisesonkina 2012/2013 ollut kolme eri safarishop- myymälää Saariselällä: Feel Good myymälä hotelli Riekonlinnassa, Gielas Safarishop Santa's hotel Tunturin Gielas rakennuksessa ja Holiday club Safari shop Holiday club hotellin rakennuksessa. Näissä myymälöissä myydään safareita ja matkamuistoja.

Lapin Safarit Saariselän palveluksessa on ympäri vuoden kaksi kokoaikaista työntekijää. Koko sesongin, marraskuu-maaliskuu, aikana yritys työllistää n. 30 kausityöntekijää. Tästä määrästä suurin osa on oppaita, osa front-desk työntekijöitä (safarihop-työntekijöitä), osa hallinnollisissa tehtävissä työskenteleviä työntekijöitä ja osa kaluston (sekä kovan-, että pehmeän kaluston) ylläpidon kanssa työskenteleviä työntekijöitä. Joulukuun ajaksi

henkilöstömäärä kasvaa, koska joulukuu on vilkkain ja kiireisin kuukausi koko sesongin aikana. Silloin henkilöstömäärä nousee noin 60 työntekijään.

Lapland Safaris North oy tarjoaa asiakkaille monenlaista ohjelmaa ja safaria. Sekä ryhmät, että yksittäiset matkailijat voivat varata safareita ja erilaisia ohjelmia. Lapin Safarit Saariselällä on päivittäin lähteviä safareita, jotka esitellään yrityksen viikko-ohjelmaesitteessä (katso liite 1 viikko-ohjelmaesite). Viikko-ohjelma esitteessä on erilaisia moottorikelkkasafareita, hiihtosafareita, lumikenkäsafareita, koiravaljakkosafareita ja porosafareita. Lapin safarit Saariselän toimipisteen läpi kulkee monia eri kansalaisuuksia. Matkailijoita tulee ympäri maailman ja se tekeekin Saariselästä erittäin kansainvälisen kylän talvisesongin ajaksi. Joulukuun ajan yksi suurimpia ryhmiä on Iso-Britanniasta tulevat matkustajat. Myös muista Euroopan maista, kuten Alankomaista, Espanjasta, Saksasta ja Ranskasta tulee matkustajia paljon ympäri sesongin. Aasian maista Kiina, Singapore ja eritoten Japani ovat vahvasti edustettuina. (Harri, haastattelu 15.3.2013)

3 Asiakaspalvelu ja asiakastyytyväisyys

Asiakaspalvelutyössä on osoitettava intohimoa tehtävää työtä kohtaan. Hyvä asiakaspalvelutyö on sidoksissa myös yrityksen strategiaan ja niihin toimintamalleihin, joita yritys edellyttää. Tämän lisäksi asiakaspalvelijan persoonalla on tärkeä osa asiakaspalvelutilanteen onnistumisessa. Onnistunut asiakaspalvelutilanne voi myös joissain tapauksissa tarkoittaa henkilökohtaista asennemuutosta tehtävää työtä kohtaan. (Mattila, P & Ollikainen A, 2008)

3.1 Asiakkaan määritelmä

Asiakkaat ovat yrityksen toiminnan kulmakivi. He mahdollistavat yrityksen toiminnan. Asiakkaat haluavat, että heitä kohdellaan yksilöinä, niin, että heidän ideoitaan, tunteitaan, tarpeitaan ja persoonaansa kunnioitetaan palvelutilanteessa.

Asiakkaat vertailevat saamansa palvelua. Sana leviää helposti, jos palvelu on ollut kehoa tai erityisen hyvää. Jos palvelu on ollut kehoa, lievittävät asiakkaat pettymyksen tunnetta kertomalla siitä muille tai hyvän tahdon eleenä varoittavat hyviä ystäviään. Syynä voi myös olla koettu nöyryytys tietyssä paikassa. Kuviossa 1 esitetään Lahtisen & Isoviitan kirjassaan *Asiakaspalvelun ja markkinoinnin perusteet* julkaiseman taulukon siitä, mitä ihmiset haluavat ja eivät halua olla.

IHMISET EIVÄT HALUA OLLA	IHMISET HALUAVAT OLLA
Hyväksikäytettyjä	Arvostettuja
Arvosteltuja, loukattuja	Hyväksytyjä
Naurunalaisia	Kunnioitettuja
Ylipuhuttuja	Kuunneltuja
Nöyristeltyjä	Palveltuja
Kohteita	Osallisia

Kuvio 1. Mitä ihmiset haluavat ja eivät halua olla. (Lahtinen & Isoviita, 2001, s. 42)

Tämän kuvion olen valinnut mukaan siksi, koska se kuvaa mielestäni erittäin hyvin asiakkaan toiveita asiakaspalvelutilanteessa. Ihmiset ovat yksilöitä ja haluavat, että heitä palvellaan oikeudenmukaisesti.

3.2 Asiakaspalvelun määritelmä

Asiakaspalvelutilanne on aina kahden tai useamman ihmisen kohtaamista. Mieleenpainuva ja hyvä asiakaspalvelu ei synny pakottaen. Se, että asiakaspalvelija uskaltaa laittaa itsensä peliin ja etsii ratkaisuja riskejä ottaen ja tilannetajua käyttäen, voi jättää asiakkaaseen mieleenpainuvan vaikutuksen.

Asiakaspalvelutilanteita on erilaisia, mutta yksi tärkeimmistä asioista sen saralla on hyvät vuorovaikutustaidot. Asiakkaita on monenlaisia, ja se mikä sopii yhdelle, ei välttämättä sovi toiselle. Hyvä asiakaspalvelija osaa mukautua asiakkaan tarpeisiin ja myös yllättää hänet positiivisesti. Asiakaspalvelutilanteessa tulee myös kuunnella asiakasta ja antaa hänelle aikaa. Jos onnistuu yllättämään asiakkaan positiivisesti, jää yritys hänelle mieleen ja parhaimmassa tapauksessa hän palaa takaisin käyttämään yrityksen palveluita. (Asiakaspalvelu.org)

Hyvä asiakaspalvelu on taito, jonka kaikki voivat oppia. Kun asiakkaasta näkee ja huomaa kuinka hän haluaa itseään kohdeltavan, on asiakaspalvelu antoisaa työtä. Jos asiakaspalvelija ei osaa lukea asiakasta ollenkaan, voivat asiakaspalvelutilanteet olla

rankkaa työtä, mikä ei palkitse millään tavalla. Tällöin voi olla, että muu ala sopisi tämännäköiselle ihmiselle paremmin.

Yritykset voivat myös rohkaista asiakkaitaan antamaan palautetta yrityksen toiminnasta ja asiakaspalvelusta. Jos yritykset vielä ottavat palautteen tosissaan ja alkavat palautteen kautta kehittää toimintaansa, yllättyy asiakas myönteisesti ja yritys voi saada hyvän maineen. (Lahtinen J, Isoviita A, 2001, s. 42)

Kun maailma muuttuu yhä kansainvälisemmäksi, tulee asiakaspalvelijan kielitaidon muuttua tämän muutoksen mukana. Moni matkailija tulee ulkomailta ja puhuu äidinkielenään jotain muuta kieltä kuin suomea. Yhteinen kommunikointikieli on tärkeä osa palvelutilanteen onnistumista. Tämä ei tarkoita sitä, että vieraan kielen hallitsee täydellisesti, vaan sitä, että pystyy hallitsemaan oman alansa terminologian. Tämä voi käytännössä tarkoittaa sitä, että asiakaspalvelija tai esimerkiksi ohjelmapalveluyrityksen opas pystyy neuvomaan asiakasta jonkin laitteen tai välineen käytössä ja antaa asiakkaalle tarpeelliset turvallisuusohjeet. (Lackman, P & Verhelä, P 2003a, s. 242)

Lapin Safareilla kannustetaan työntekijöitä olemaan palveluaittiita ja aktiivisia asiakaspalvelun suhteen. Asiakkaan tarpeet tulee huomioida ja yrittää löytää asiakkaalle sopiva ratkaisu tuotteen tai palvelun muodossa. (Harri, haastattelu 15.3.2013)

Asiakaspalvelusta on esitetty monta teoriaa ja sääntöä. Olen valinnut tähän opinnäytetyöhön alla olevan ” Hyvän asiakaspalvelun kymmenen käskyä” listan, koska se kuvaa mielestäni asiakaspalvelun periaatteita erinomaisesti.

1. Tiedä kuka on pomo. Olet asiakaspalvelija asiakaspalvelutilanteessa ja tavoitteesi on täyttää asiakkaan toiveet. Asiakas on se, joka maksaa palkkasi ja tekee työsi mahdolliseksi.
2. Kuuntele asiakasta. Kysy ja ole aktiivinen kuunnellessasi hänen toiveitaan jostakin asiasta. Kuuntelemalla asiakkaan eri äänensävyjä ja sanoja, ja tarkkailemalla ruumiinkieltä voi saada tietää mitä he todella haluavat.
3. Tunnista asiakkaan tarpeet. Mitä paremmin tunnet asiakkaasi, sitä paremmin osaat täyttää heidän tarpeensa.
4. Anna asiakkaan tuntea olevansa tärkeä. Kohtelemalla heitä yksilöinä ja antamalla heille yksillöistä palvelua luot luottamusta välillenne.
5. Auta asiakasta ymmärtämään yrityksen toimintatapoja.

6. Yritä aina etsiä keinoja asiakkaan auttamiseen, mutta älä lupaa mitään mitä et pysty pitämään.
7. Jos jokin ei mene niin kuin on suunniteltu, opi pyytämään anteeksi ja myöntämään virheesi.
8. Anna asiakkaalle enemmän mitä hän osaavat pyytää. Mieti mitä voit antaa asiakkaalle mitä muualta ei saa. Yllätä hänet.
9. Pyydä palautetta. Palautteen ansiosta voit kehittyä ja myös yritys voi saada tästä uusia ideoita toimintatavoillensa.
10. Kohtele työtovereitasi hyvin. Asiakkaiden ja työtovereiden hyvin kohtelevminen on yhtä tärkeää.

(Friedmann, S, 2013)

3.3 Asiakastyytyväisyys ja sen mittaus

Kun laatua haluaa kehittää yrityksessä, on asiakastyytyväisyys keskeisin osa sitä. Kun asiakas on tyytyväinen, hyötyy yritys siitä myös. Asiakkaat, ja erityisesti tyytyväiset asiakkaat, ovat yrityksen kulmakivi. Mitä asiakastyytyväisyys sitten ilmaisee? Se ilmaisee sitä suhdetta, joka asiakkaalla on palvelua kohtaan omien odotuksien ja kokemusten perusteella. Hyvin usein asiakkaat ostavat tuotteen tai palvelun ensimmäisen kerran juuri odotuksiensa perusteella. Jos haluaa asiakassuhteen jatkuvan, tulee asiakasta aina palvella samalla hyvällä tavalla, palvelipa häntä yrityksessä kuka tahansa. (Lahtinen&Isoviita, 2001b, s. 44)

Asiakastyytyväisyyttä voi mitata eri tavoilla. Asiakkaalta selvitetään mitä mieltä hän oli palvelusta tai tuotteesta, mutta myös mitä mieltä hän oli yrityksen toiminnasta. Tähän voi lukeutua asiakaspalvelu ja henkilökunnan ammattitaito. Kun kysymyksiä tehdään asiakastyytyväisyyttä ajatellen, selvitetään se, minkälaisia tunteita palvelu asiakkaassa herätti. Näihin lukeutuu esimerkiksi se olisiko hän valmis ostamaan palvelun uudestaan ja suosittelisiko hän sitä muille. (Lecklin, O, 1997a, s. 114).

Yrityksen imago, eli maine, on se kuva, joka asiakkaalla on yrityksestä. Yrityksen hyvä imago tukee asiakastyytyväisyyttä. Imagon voi jakaa kahteen osaan, rationaaliseen osaan ja emotionaaliseen osaan. Rationaalinen osa liittyy palvelun hintaan, laatuun, yrityksen toimintaan, osaamiseen ja ammattitaitoon. Emotionaalinen osa puolestaan muodostuu yrityksen heikkoudesta tai vahvuudesta, kovuudesta tai inhimillisyydestä, värikkyyydestä tai

värittömyydestä. Sekä emotionaalisen että rationaalisen osan tulee yrityksessä olla kunnossa. (Lotti, 2001, s. 75-76)

Asiakastyytyväisyysmittaus voidaan jakaa kahteen eri mittaustekniikkaan: kvalitatiiviseen ja kvantitatiiviseen menetelmään. Kvalitatiivisessa, eli laadullisessa, tutkimusmenetelmässä voidaan haastatteluita käyttää yhtenä tiedonkeruumuotona. Tällaisessa tutkimuksessa haastatellaan valittuja henkilöitä ja tämä haastattelu pitää sisällään avoimia kysymyksiä tai teeman. Kvalitatiivisen menetelmän avulla halutaan pureutua asian ytimeen kunnolla ja tämä menetelmä vastaakin kysymyksiin miksi ja miten. Kvantitatiivisessa, eli määrään pohjautuvassa tutkimusmenetelmässä, perustuu tutkimus strukturoituihin kysymyksiin ja kyselylomaketta voidaan käyttää yhtenä sen tutkimusmenetelmänä. Kvantitatiivinen menetelmä vastaa kysymyksiin miten moni, miten paljon, miten usein. Kvantitatiivinen ja kvalitatiivinen menetelmä täydentävät toisiaan tutkimusta tehtäessä. (Saukkonen, P.)

4 Palvelu ja sen laatu

Itse palvelun määrittäminen voi olla ongelmallista, vaikka elämmekin palveluyhteiskunnassa. Palvelutilanteessa on aina vähintään kaksi osapuolta mukana: palveluntuottaja ja palvelun käyttäjä. Kun puhutaan kaupallisista palveluista, maksaa käyttäjä hänen käyttämistään palveluista. Rissanen määrittelee kirjassaan *Hyvän palvelun kehittäminen* palvelun seuraavanlaisesti: ”*Palvelu on vuorovaikutus, teko, tapahtuma, toiminta, suoritus tai valmius, jossa asiakkaalle tuotetaan tai annetaan mahdollisuus lisäarvon saamiseen ongelman ratkaisuna, helppoutena, vaivattomuutena, elämyksenä, nautintona, kokemuksena, mielihyvänä, ajan tai materiaalin säästönä jne.*” (Rissanen, T. 2006a, s.20)

4.1 Palvelun määritelmä

Palvelut ovat prosesseja ja ne koostuvat erilaisista toiminnoista. Asiakkaan ei aina tarvitse olla fyysisesti läsnä palvelutilanteessa. Näin on, jos esimerkiksi korjaustöitä tilataan kotiinsa silloin kun itse ei ole paikalla tai asioidaan verkkopankissa. (Grönroos, C. 2009a s. 100)

Palvelutuotteella ja sen tapahtumalla on tiettyjä erityispiirteitä. Keskeisin osa palvelusta on usein aineeton. Tämä tarkoittaa sitä, että palvelu sekä tuotetaan että kulutetaan yhtä aikaa. Palvelun kesto voi vaihdella muutamista sekunneista vuosikymmeneen ja sen vaikutukset voivat kestää pitkään. Palvelua ei suurimmaksi osaksi voi palauttaa, koska se koetaan aina yksilöllisesti ja eri tavoin. Palvelutilanteessa voi myös olla mukana eräänlainen luova elementti, joka tarkoittaa mahdollisuutta luovuudelle sekä palveluntarjoajalle että palvelua käyttävälle.

Kun asiakas lähtee etsimään itselleen sopivaa palvelua, on hän menossa etsimään ratkaisua pulmaansa. Asiakas hakee tilanteeseensa sellaista tuotetta, palvelua tai mahdollisesti näiden kahden yhdistelmää, joka edesauttaisi hänen ongelmatilanteensa hoitamista tai ratkaisemista. Tätä tilannetta kutsutaan myös palvelutuotteen ydinhyödyksi. Palvelutuotteen näkyvään tai käytettävään osaan kuuluu esimerkiksi laatu, hinta, ominaisuudet, kuinka palvelu asiakkaille tarjotaan, imago ja palveluympäristö. (Rissanen, T. 2006b s.17–23)

4.2 Palvelun laadun määritelmä

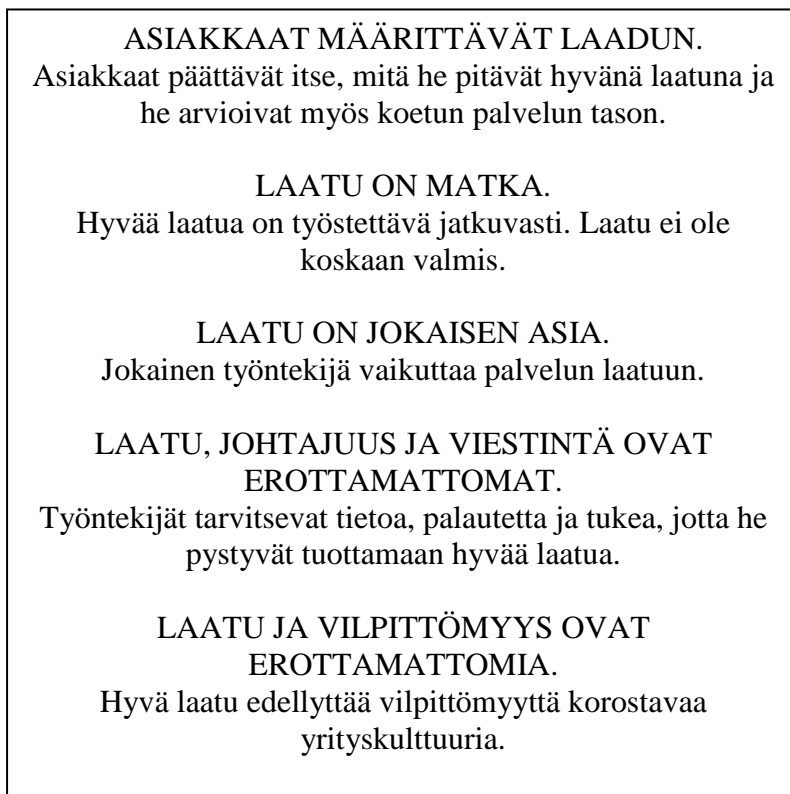
Palvelu luodaan aina yhdessä asiakkaan kanssa palvelutilanteessa. Palvelu suunnitellaan aina asiakas keskipisteessä ja kuten Rissanen kirjassaan palvelua vertaa, pyritään palvelu tekemään asiakasta varten kuin ”mittojen mukaan tehty mittatilauspuku.” Palvelua ei voi tehdä varastoon, koska asiakas kokee sen aina yksilöllisesti. Se, onko palvelu ollut hyvää tai huonoa, on aina asiakkaan oma henkilökohtainen kokemus. Asiakas voi kokea palvelun tuhansilla eri tavoilla, ja se voikin poiketa paljonkin siitä, miten palveluntuottaja on sen ajatellut. Tästä hyvä esimerkki voi olla, että palvelua käytetään palveluntuottajan hyvän asiakaspalvelun takia, eikä välttämättä itse yrityksen palvelu tai tuote ole keskipisteessä. Yrityksen sijainti voi myös olla ratkaisevana asiana kun asiakas valitsee palveluntuottajaa. (Rissanen,T 2006c, s. 17-18)

Lapin Safarit antaa lupauksen laadusta. He aloittivat safariopaskoulutuksen vuonna 1993, ja tämä jatkuu edelleen. Tämä koulutus on myös koko alan ensimmäisiä tämäntyyppisiä opaskoulutuksia. Kun laatua mitattiin keväällä 2000, sai Lapin Safarit parhaan arvosanan ohjelmapalveluyritysten keskuudessa. Kokonaisarvosanaksi tuli 4,9 arvosanataulukolla 1-5. Lapin Safarit on myös saanut korkeimman AAA luottokelpoisuussertifikaatin, myöntäjänä toimi Dun & Bradstreet. Lapin Safarit on myös ensimmäisenä matkailun

ohjelmapalveluyrityksenä maailmassa saanut ISO-9001-laatustandardiin pohjautuvan laatusertifikaatin. (Lapland Safaris, 2009, PowerPoint-esitys)

Palveluntuottajalla ja asiakkaalla on usein eri näkemys palvelun onnistumisesta. Asiakkaan arviointi palvelutilanteesta perustuu usein tunteisiin, jotka ovat syntyneet palvelutilanteen aikana. Näihin kuuluvat myös odotukset ja käytännön havainnot. Suurimmaksi osaksi palveluntuottaja arvioi palvelutilanteeseen käytettyä voimavaraa ja panostusta. Joskus voi asiakkaan kokemus palvelutilanteen mittapuuna unohtua täysin. (Rissanen, T. 2006c 17–18)

Miten palvelun laatua voidaan sitten parantaa? Lahtinen & Isoviita esittävät kirjassaan Grönroosin määritelmän palvelun laadun parantavista periaatteista. Alla olevassa kuvio kahdessa havainnollisesta tämä määritelmä. Mielestäni kuvio kaksi kiteyttää erinomaisesti ne asiat, joita tulee tarkastella kun haluaa kehittää laatua.



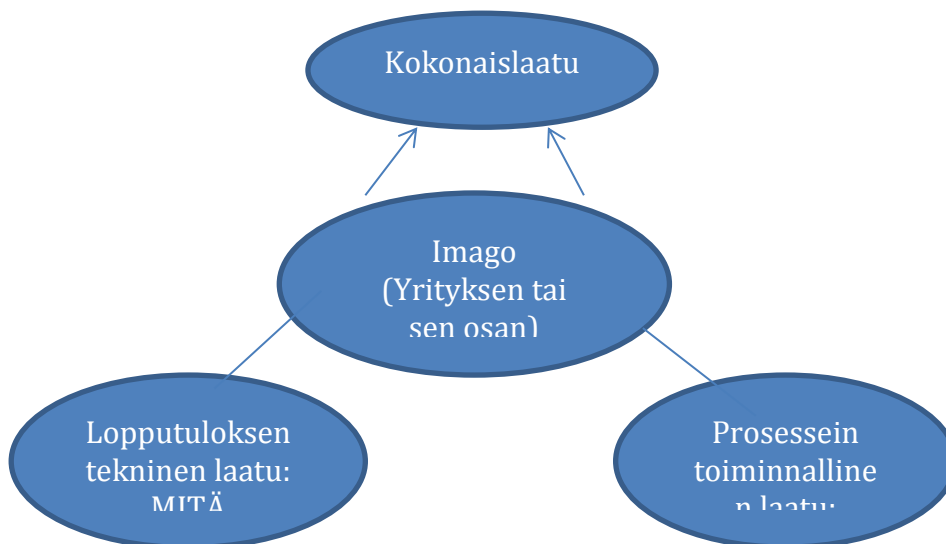
Kuvio 2. Laatua parantavat periaatteet (Lahtinen & Isoviita)

4.3 Asiakkaan odotukset laadusta

”Laatu on mitä tahansa, mitä asiakkaat kokevat sen olevan”, kirjoittaa Grönroos kirjassaan *Palvelun johtaminen ja markkinointi*. Tämä on totta, ja siksi onkin hyvä määritellä laatu niin, että voi ymmärtää asiakkaan näkökulmia laadusta ja sen kehittämisestä. (Grönroos, C. 2009b s.100)

Asiakas kokee palvelun laadun kahden eri ulottuvuuden kautta; lopputulosulottuvuuden ja prosessiulottuvuuden. Lopputulosulottuvuudessa on kyse siitä, mitä asiakas on saanut palvelutilanteen päätyttyä. Tätä osaa kutsutaan myös tekniseksi ulottuvuudeksi. Toinen ulottuvuus on prosessiulottuvuus. Tässä ulottuvuudessa asiakas tarkastelee sitä, miten hän on saanut palvelun tai miten palvelun lopputulos on toimitettu hänelle. (Grönroos, C. 2009c, s. 100–102)

Esimerkkinä näistä ulottuvuuksista voidaan käyttää asiakasta, joka on osallistumassa Lapin Safareiden moottorikelkkasafarille. Hän tarkastelee laatua vaatteissa, jotka hänelle annetaan sekä itse välineen, tässä tapauksessa moottorikelkan, laatua. Asiakas myös arvioi itse kokemusta yhtenä laadun osista. Tämä voidaan mieltää palvelun lopputulosulottuvuudeksi. Asiakas kuitenkin arvioi laadun myös siitä, miten edellä mainitut asiat hänelle annettiin. Oliko opas auttavainen ja ohjeisti pukeutumisessa ja moottorikelkan käytössä, miten hän kommunikoi ja osoitti mielenkiintoa asiakasta kohtaan, miten hyvin hän osasi asiansa safarilla jne. Tätä osuutta voidaan kutsua laadun prosessiulottuvuudeksi. Asiakas muodostaa kokonaislaadun kuvan näitä kahta ulottuvuutta yhdistämällä. Alla oleva kuvio kolme havainnollistaa hyvin laatu-ulottuvuuden kokemisen ja mitkä asiat siihen vaikuttaa.



Kuvio 3. *Palveluiden laatu-ulottuvuudet (Grönroos, C. 2009, s.101).*

Asiakkaat ovat avainasemassa yrityksen toiminnassa. Asiakkailta on tietyt odotukset palveluntarjoajan tuotteista ja sen laadusta. Näihin odotuksiin vaikuttavat asiakkaan aiemmat kokemukset, kilpailevat yritykset, kyseisen yrityksen imago ja tärkein kaikista,

asiakkaan tarpeet. Asiakkaan odotukset ovat paljolti kiinni yrityksen osaamisessa, ammattimaisuudessa ja uskottavuudessa sekä tuotteiden laadussa.

Joskus voi asiakkaan ja palvelutuottajan välille syntyä laatuaukko. Tämä tarkoittaa sitä, etteivät asiakkaan odotukset täytyneet halutulla tavalla ja näin ollen syntyä kuilu asiakkaan odotusten ja koetun välille. Tämän takia yrityksen tulisi aina pyrkiä asiakastyytyvyyteen ja pyrkimään sekä toteuttamaan, että myös ylittämään asiakkaan odotukset. Tässä voi käyttää laatumielikuvia hyväkseen. Laatumielikuvat voivat asiakkailla olla erittäin korkeita, ja tällöin yritykselle voi kertyä lisäpaineita onnistumisesta. Onnistuttuaan täyttämään asiakkaan odotukset, ovat laatumielikuvat täytyneet. Jos yritys ei panosta hyvän laatumielikuvan antamiseen asiakkaalle, voi olla, että asiakkaan odotukset täyttyvät mutta kiinnostus yritystä kohtaan on vähäinen. (Lecklin, O 1997b, s. 99-103)

5 Matkailualan ohjelmanpalveluyritys ja turvallisuusasiat

Ohjelmanpalvelut ovat niin kotimaisesti kuin kansainvälisestikin kasvava ilmiö. Tämä johtuu siitä, että nykyajan matkailija vaatii matkaltaan enemmän kuin ennen vanhaan; hän haluaa saada elämyksiä, oppia uusia asioita ja nauttia ympäristöstään. Ohjelmanpalveluyritykset yrittävätkin vastata asiakkaan tarpeisiin, koska tämän tyyppiset yritykset ovat olennainen ja tärkeä väline matkailijan tarpeiden tyydyttämiseen.

Verhelä kuvailee turvallisuutta kirjassaan näin: ”*Sana turvallisuus on johdettu adjektiivista turvallinen, joka Nykysuomen sanakirjan mukaan tarkoittaa turvallisuuden tunteen aiheuttavaa ja luottamusta herättävää*”. Turvallisuuden voi myös mieltää riskin vastakohtaksi. Tämä tarkoittaa tilaa, jossa ollaan vapaita vaarallisista tekijöistä liittyen ihmisiin, omaisuuteen tai ympäristöön. Turvallisuus käsitetään myös osaksi palvelun laatua ja on yksi sen tekijöistä. Tämä tarkoittaa sitä, että palvelun riskit on kartoitettu, analysoitu kunnolla ja pyritty minimoimaan. Asiakkaan ei pidä potea pelkoa tai tuntea itsensä turvattomaksi käyttäessään palveluita. (Verhelä, P 2007a, s. 48–50)

5.1 Ohjelmanpalveluyrityksen määritelmä

Ohjelma- ja opastuspalvelut kulkevat käsi kädessä. Tämä johtuu siitä, ettei niiden välille pystytä kunnolla määrittelemään rajaa. Kun puhutaan ohjelmanpalvelualan rakenteesta, on se samanlainen eri puolilla maailmaa. Eroavaisuuksia voi olla ympäristössä, jossa palvelu

toteutetaan tai maan lainsäädännössä, mutta se, miten asiakas kohdataan, on kaikkialla sama. (Lackman, P & Verhelä, P 2003b, s.5-7)

Mitkä asiat sitten vaikuttavat ohjelmapalvelun toteuttamiseen? Alla olevassa kuvio neljässä voidaan nähdä mitkä tekijät vaikuttavat ohjelma-, ja opastuspalveluihin.



Kuvio 4. Ohjelma, ja opastuspalveluihin vaikuttavat tekijät. (Lackman & Verhelä, 2003c, s.8)

Ohjelmapalvelut voidaan jakaa eri ryhmiin: harrastus- ja virkistyspalveluihin sekä kulttuuri-, ja taidepalveluihin. Ensimmäiseen ryhmään kuuluvat esimerkiksi erilaiset luontoaktiviteetit, varta vasten rakennetut aktiviteetit ja kilpailutapahtumat. Luontoaktiviteetteihin voi nimetä erityyppiset safarit luonnossa, vaellukset, metsästys-, ja kalastusretket sekä marjojen ja sienien kerääminen. Huvipuistot ja kylpylät, golfradat ja eläinpuistot ovat varta vasten rakennettuja aktiviteetteja. Näille ominaista ovat suuret kävijämäärät.

Kulttuuri-, ja taidepalvelut ovat usein ”passiivisia ohjelmapalveluita”. Tämä tarkoittaa sitä, että matkustaja ei välttämättä itse ole suorittamassa palvelua, vaan nauttii siitä seuraajan tuolilta.

Matkailun ohjelmapalveluista voidaankin todeta se, että se on muuta matkailua täydentävää toimintaa. Matkailun ohjelmapalvelut voidaan jakaa kolmeen eri toimintatyyppiin: omatoimiseen toimintaan, tapahtumaluontoiseen toimintaan tai ohjattuun

toimintaa. Omatoiminen ohjelmapalvelutoiminta järjestää asiakkaalle sanansa mukaisesti omatoimisen palvelun. Tämä voi käsittää esimerkiksi mökinvuokrauspalvelun, asiakkaan perehdyttämisen luontoon tai kalastukseen ja tämän jälkeen asiakkaille tarjotaan välineet tai materiaali omatoimiseen suorittamiseen. Lapin Safareilla tämä ilmenee esimerkiksi silloin, kun asiakas vuokraa suksipaketin tai ostaa itselleen latukartan myymälästä.

Tapahtumaluontoisen ohjelmapalvelutoiminnan pääsääntöisinä toteuttajina ovat yritykset ja erilaiset järjestöt. Näihin lukeutuu tapahtumat, kuten häät, messut, yritystilaisuudet ja vuosijuhlat. Tapahtumaluontoiselle ohjelmapalvelutoiminnalle on ominaista se, että palvelu tuotetaan asiakasjoukolle soveltuvana tuotekokonaisuutena.

Ohjattuja ohjelmapalvelutoimintoja tuottavat esimerkiksi ohjelmapalveluyritykset ja oppaat. Nämä toiminnat suoritetaan oppaan valvonnan alla ja hänen johdolla. Tyypillisiä ohjattuja ohjelmapalvelutoimintoja ovat erityyppiset safarit ja retket. Tämä ohjelmapalvelutyyppejä on Lapin Safareilla tavallisin, koska kaikki safari-nimikkeeseen alla olevat retket kulkevat oppaan johdolla. (Matkailualan vuosikirja, Edita 2005)

5.2 Laatu ohjelmapalveluyrityksessä

Palvelun määrittäminen on aina vaikeaa, koska palvelut ovat usein aineettomia ja palvelun laadun kokeminen määrittyy aina subjektiivisen kokemuksen pohjalta. Ohjelmapalvelut perustuvat suurimmaksi osaksi elämyksen tuottamiseen, jolloin laadun määrittelemisen tämän tyyppisessä yrityksessä on vaikeaa. Elämyksiä ei aina ole mahdollista tuottaa, mutta niiden syntymiselle on aina mahdollista luoda puitteet. Asiakas kokee palvelun suurella todennäköisyydellä hyväksi, mikäli ohjelmapalvelun avulla onnistutaan tuottamaan asiakkaalle elämys.

Kun puhutaan ohjelmapalvelutuotteista, voidaan ne jakaa kolmeen eri laatu-ulottuvuuteen: tekniseen laatuun, toiminnalliseen laatuun ja vuorovaikutuslaatuun. Tekninen laatu on se laatu, joka koetaan palvelutarjoajan käyttämistä laitteista ja välineistä, sekä myös siitä, miten ja missä palvelu on toteutettu. Toiminnallinen laatu koostuu siitä, miten asiakasta kohdellaan palvelutilanteen aikana, mitä asioita korostetaan ja millä lailla asiakas on vuorovaikutuksessa muiden kanssa palvelun aikana. Tärkein osa-alue laatu-ulottuvuuksista on vuorovaikutuslaatu. Tämä ulottuvuus muodostuu siitä, minkälainen vuorovaikutus asiakkaan ja henkilöstön välille syntyy. Vuorovaikutuslaatuun vaikuttavat monet tekijät, kuten esimerkiksi henkilöstön käyttäytyminen, kommunikointitaidot, kielenkäyttö, palvelualttius, ammattitaito ja ystävällisyys. Laadukkaan ohjelmapalvelun takia tulisi

näiden kolmen ulottuvuuden olla kunnossa ja tasapainossa toistensa kanssa. (Lackman, P & Verhelä P, 2003d, 40 - 42.)

5.3 Turvallisuus ja siihen vaikuttavat tekijät ohjelmapalveluyrityksessä

Kun erityyppisiä matkailun ohjelmapalveluita suunnittelee ja toteuttaa, ovat turvallisuusasiat merkityksellinen osa prosessia. Matkailu on hyvin nopeaan tahtiin kasvava elinkeino ja matkailupalveluiden kuluttamiseen voi liittyä riskejä ja uhkakuvia. (Verhelä, P, 2007b s. 7)

Asiakkaat haluavat tuntea olevansa turvallisissa käsissä käyttäessään erilaisia tuotteita ja palveluita. Tästä poiketen on myös suuri joukko matkailijoita, jotka hakeutuvat sellaisten palveluiden seuraan, joista saa jännitystä ja joissa saa ottaa riskejä. Tämä on myös hyvä ottaa huomioon, kun tutkii eri palveluiden turvallisuutta ja siihen vaikuttavia tekijöitä.

Turvallisuuteen vaikuttavia tekijöitä on useita. Perusedellytyksenä on oikeanlainen turvallisuusmyönteinen asenne. Kun tämä asenne on kohdillaan kaikilla niillä, jotka osallistuvat palvelun tekemiseen jollakin tasolla, eivät turvallisuuskysymykset ole rasitteita vaan itsestään selviä asioita. Kaikki, jotka osallistuvat palvelun toteuttamiseen vaikuttavat toiminnallaan myös kaikkien turvallisuuteen. Turvallisuuteen vaikuttaa myös se, kuinka hyvin osapuolet on perehdytetty välineiden, kaluston ja laitteiden käyttöön. Niiden kunto on myös merkittävä osa turvallisuutta. Näiden lisäksi yleiseen turvallisuuteen vaikuttavat myös se toimintaympäristö, jossa palvelu suoritetaan. Toimintaympäristöön voi kuulua esimerkiksi sää ja mihin aikaan vuorokaudesta palvelu suoritetaan.

Verhelä listaa kirjassaan riskitekijöitä, jotka liittyvät asiakkaaseen sekä varusteisiin ja välineisiin. Asiakkaaseen liittyvät riskitekijät voi jakaa kolmeen alalajiin; ongelmat kommunikoinnissa, turvaton toiminta palvelun suorittamisessa ja asiakkaan henkilökohtaiset ominaisuudet. Kommunikointiin liittyvät riskitekijät voivat olla ettei asiakas välttämättä ymmärrä hänelle annettuja ohjeita, hän ei kuuntele tai huomioi annettuja turvallisuusohjeita tai ettei osaamisvaatimuksia tuoda tarpeeksi hyvin esille asiakkaalle. Turvattomiin toimintoihin palvelun suorittamisessa voi lukeutua näyttämisen halu tai leikkiminen, se ettei asiakas käytä suositeltua suojavaarustetta tai ettei hän yksinkertaisesti pysty noudattamaan annettuja ohjeita. Henkilökohtaiset ominaisuudet riskitekijöinä pitävät sisällään asiakkaan asenteen, fyysisen kunnon, aikaisemmat tapaturmat, kokemattomuus tai että on liikaa itseluottamusta.

Varusteisiin ja välineisiin liittyviä riskitekijöitä on monenlaista. Näihin lukeutuvat välineiden kunto ja niiden huoltotoimet, asiakkaalle sopimattomat tai hänen kykyihinsä sopimattomat varusteet (liian isot vaatteet ja/tai suojavarusteet, liian tehokas moottorikelkka). (Verhelä, P, 2007c, s. 50–54)

5.4 Riskitilanteet

Ohjelmopalvelut voivat vaihdella hyvinkin paljon vaativuustasoltaan. Näitä voidaan myös kutsua termillä seikkailumatkat. Seikkailumatkat voidaan myös jakaa kolmeen alaryhmään: *tutkimusmatkat, vaativat seikkailumatkat ja virkistysseikkailut*. Suurin osa palveluista, joita eri ohjelmopalveluyritykset tarjoavat, ovat virkistysseikkailuja. Nämä ovat sekä fyysiseltä että henkiseltä vaativuustasoltaan helppoja. Näihin voi laskea erilaiset moottorikelkkasafarit, vaellukset ja koiravaljakkoajelut. Kansainvälisillä markkinoilla näistä käytetään myös Soft Adventure -termiä. Näissä virkistysseikkailuissa ei vaadita asiakkaalta aikaisempaa kokemusta, ja ne toteutetaan ohjatusti ja merkityillä reiteillä. Eri vaativuustasoiset ohjelmopalvelut pitävät sisällään erityyppisiä riskitilanteita. (Verhelä, P, 2007d, s. 9-18.) Alla olevissa alaluvuissa käsitellään riskien tunnistamista, riskien arviointia ja riskienhallintaa.

5.4.1 Riskien tunnistaminen

Kun aletaan tarkastella palveluiden riskejä, on suotavaa ”purkaa palvelu pieniin osiin”. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että palvelu käydään läpi vaihe vaiheelta, ja mahdolliset uhkatekijät kartoitetaan ja mietitään miten mahdollisen uhkatilanteen voisi estää. Itse palvelun lisäksi tulee myös huomioida mahdolliset siirtymiset palvelun suorituspaikoille. Riskien tunnistamisessa on myös hyvä huomioida toisten samankaltaisten yritysten riskitilanteet, eikä vain omien kokemusten kautta hankitut kokemukset. Hyvän ja vahvan tietoperustan riskienhallinnalle saadaan kun yhdistetään eri tiedot, joita esimerkiksi tilastotiedoista saadaan. (Verhelä, P, 2007e, s. 38–41)

5.4.2 Riskien arviointi

Jokainen yritys on omanlaisensa ja jokaisen yrityksen toimintatavat poikkeavat hiukan toisistaan. Riskien arvioinnista puhuttaessa, tarkoitetaan sitä vaihetta, jossa pyritään määrittelemään riskin todennäköisyys ja se, mitä riski voi aiheuttaa ja kuinka vakavat

seuraukset sillä voi olla. Turvallisuusanalyysijä ja mittauksia työympäristön tasossa voidaan käyttää riskien arvioinneissa.

Riskin arviointi tulee tehdä totuudenmukaisesti. Riskitilanne tulee arvioida juuri sellaisena kuin se on, jotta saa totuudenmukaisen kuvan tapahtuneesta. Tämä on myös välttämätöntä kehitykselle. Kun vaihe vaiheelta käy läpi mitä on tapahtunut, huomaa myös ketkä kaikki ovat tapahtuneessa osallisina: toiminnan osallistujia, sivulliset, toimintaa toteuttava ja ohjaava henkilökunta. Verhelä esittää kirjassaan kysymyksiä, joita voi riskien arvioinnissa esittää: Mitä kaikkea voi sattua? Miksi näin voi sattua? Mitä siitä voi seurata? Miten suuri on riski? Mitkä riskit ovat suurimmat? (Verhelä, P, 2007f, s.41–44).

5.4.3 Riskien hallintakeinot

Riskianalyysiä tehdessä, voidaan selvittää miten riskitilanteita tulee käsitellä. Verhelä listaa kirjassaan kolme riskin hallintakeinoa, jotka vaikuttavat riskin suuruuteen. Näitä ovat riskin välttäminen, riskin pienentäminen ja riskin siirtäminen.

Kun riskejä välttää, tarkoittaa se sellaista tilannetta, jolloin palvelu muutetaan siten, että tunnistettavaksi havaittu riski vältetään kokonaan. Jos tätä ei ole mahdollista tehdä kokonaan, voi riskiä yrittää pienentää tai siirtää. Riskin pienentämiseen liittyviä seikkoja voi olla yrityksen eri välineiden käytön ohjeistaminen asiakkaille ja henkilökunnan perehdytys välineiden käyttöön. Riskin siirtämisessä on kyse siitä, että palvelun suurin riskialtis osa teetetään erikoisosajalla. Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että riski siirretään henkilölle tai yritykselle, joka on erikoistunut riskienhallintaan. Riskin voi myös tietoisesti pitää voimassa. Tämä tarkoittaa sitä, että hyväksytään se tosiasia, että palveluun liittyy riski. Tästä huolimatta palvelu pyritään toteuttamaan siten, ettei riski toteudu ja ettei kukaan joudu vaaraan. (Verhelä,P, 2007g, s.44-47).

6 Tutkimusmenetelmät ja aineisto

Tämän opinnäytetyön yhteydessä on tehty kyselylomake, jossa selvitetään asiakkaan mielipiteitä Lapin Safarit Saariselän asiakaspalvelusta ja palvelun laadusta. Kyselylomakkeen laadin teoriaa hyväksi käyttäen ja yritin tehdä siitä sellaisen, josta saisi selviä vastauksia ja joita olisi helppo tulkita. Tavoitteenani yhdessä kohdepäällikkö Mika Harrin kanssa oli saada toistasataa täytettyä lomaketta ja niitä kertyikin yhteensä 212 kappaletta. Ajanjakso, jolloin kyselylomakkeet jaettiin, oli helmikuun puolestavälistä maaliskuun loppuun asti vuonna 2013.

Kyselylomakkeiden jakaminen tapahtui suurimmaksi osaksi Lapin Safareiden Safari Clubilla, joka on monen safarin sekä aloitus-, että lopetuspaikka. Sieltä asiakkaat saavat varustuksen (talvivaatesetin, suksipaketin tai lumikengät) safareille lähtiessä. Koin Safari Clubin olevan paras paikka saada lomakkeita kerättyä, koska sinne asiakkaat tulevat safarin jälkeen ja heillä on safari tuoreessa muistissa. Moni opas ja monet Safari Clubin työntekijät ovat auttaneet kyselylomakkeiden jakamisessa, ja siitä on ollut suuri apu tämän opinnäytetyön tekemisessä.

6.1 Tutkimusmenetelmä

Miettiessäni mitä tutkimusmenetelmää opinnäytetyössäni käyttäisin, oli kvantitatiivinen, eli määrään pohjautuva, tutkimusmenetelmä se, jota päätin käyttää. Syynä tähän oli, että koin sen olevan paras tapa toteuttaa kysely asiakaspalvelun ja palvelun laadusta, koska asiakkaita oli suuri ryhmä. Kvantitatiivisessa tutkimusmenetelmässä yleisimmin käytetty materiaalin keräystapa on kyselylomake. Kyselylomake voi olla sekä fyysinen, eli paperimuodossa oleva, tai sähköisesti täytettävä lomake. Vastaja sekä lukee että vastaa kyselylomakkeeseen kirjallisesti. Tämän tyyppinen aineiston keruu on hyvä silloin, kun vastaajajoukko on suuri ja hajanainen. (Vilkkä, H, 2007, s.73–74).

Tällaisessa kvantitatiivisessa tutkimuksessa sekä reliabiliteetti, että validiteetti, ovat tärkeitä osia mittauksessa. Reliabiliteetilla tarkoitetaan sitä, missä määrin mittari mittaa tutkittavaa ominaisuutta, kuinka luotettava ja pysyvä mittari on sekä mittaustulosten pysyvyyttä ja johdonmukaisuutta. Validiteetilla puolestaan tarkoitetaan sitä, onko mittari pätevä eli mittaako se tarkoitettua asiaa. (Christensen, L & muut, 1998, s. 227–228).

6.2 Kyselylomake

Suunnitellessani kyselylomaketta, olimme kohdepäällikön kanssa yhtä mieltä siitä, että sen tulee olla englanninkielinen. Tämä sen takia, koska suurin osa safareilla kävijöistä on ulkomaalaisia. Samoin päätimme myös, että teen aivan uuden kyselylomakkeen, koska tässä asiakastyytyväisyyskyselyssä oli tarkoituksena kartoittaa Lapin Safareiden niin kutsutut ydintuotteet ja niiden palvelu laatu. Yhdistin kysymyksiä myös jo valmiiksi tehdyistä kyselylomakkeista, jota Lapin Safarit on käyttänyt, ja lisäsin siihen vielä lisää kysymyksiä opinnäytetyön teoreettista viitekehystä avuksi käyttäen. Yrityksen aiemmin käyttämässä kyselylomakkeessa oli kysymyksiä myös alihankkijoiden toiminnasta, ja sen

osan olimme päättäneet jättää pois tästä tutkimuksesta ja keskittyä pelkästään ydintuotteisiin.

Kyselylomake koostuu 14 kysymyksestä ja on kahden sivun mittainen. Katso kyselylomake liitteestä 3. Suurin osa kyselylomakkeen kysymyksistä on vaihtoehtokysymyksiä, joten se on nopea ja helppo täyttää. Kyselylomakkeen lopussa on myös tilaa avoimille kommentteille ja palautteelle.

Kyselylomakkeessa olevat kysymykset on jaoteltu asiakkaan perustietojen, kaluston laadun ja viimeisimpänä palvelun laadun ja asiakaspalvelun välille. Yleiset kysymykset asiakkaan perustiedoista koskevat asiakkaan ikää, kansallisuutta, matkustavatko jonkin matkatoimiston mukana, mistä olivat kuulleet Lapin Safareista ja mitkä asiat vaikuttivat juuri Lapin Safareiden valintaan. Tähän kuuluu myös kysymykset, jotka kartoittavat sen, mille safarille asiakas on osallistunut ja täytyivätkö hänen odotuksena safarin suhteen.

Kysymykset 9-11 olivat kysymyksiä, joissa skaalana oli asteikko 1:stä 5:een (1= erittäin huono, 5= erittäin hyvä). Näissä oli myös kysymysmerkki yhtenä vastausvaihtoehtona, jonka pystyi ympyröimään jos ei osannut vastata kysymykseen. Näissä kysymyksissä kysyttiin sitä, miten asiakkaat kokivat kaluston laadun yrityksessä. Kysymyksissä 9 ja 10 arvioitiin kaluston laatua. Ensimmäisessä arvioitiin kovan kaluston laatua ja seuraavassa pehmeän kaluston, tässä tapauksessa safareille ojennettavien talvivaatteiden laatua.

Kysymykset laadusta ja asiakaspalvelusta määrittävät laajimman osan kyselylomakkeesta. Kysymys 11 koski asiakaspalvelua ja sen laatua. Siinä arvioitiin oppaan auttavaisuutta, asiakaspalvelutaitoja, ammattimaisuutta, kielitaitoa, turvallisuusohjeita ja sitä, kuinka hyvin opas opasti laitteen käytössä. Nämä kaikki vaikuttavat myös onnistuneeseen palvelukokemukseen, ja näiden asioiden tulisi olla kunnossa.

Turvallisuus on erittäin tärkeää tämäntyyppisessä ohjelmapalveluyrityksessä. Sen vuoksi koin myös tarpeen esittää kyselylomakkeessa kysymyksen, jossa tiedusteltiin kokiko asiakas turvallisuuden tunnetta ollessaan safarilla.

Kysymyksessä 12 kysyttiin, josko asiakkaat suosittelisivat Lapin safareita muille. Vastausvaihtoehtoina oli vastata ”Kyllä”, ”Ei”, ”Ehkä” ja ”En osaa sanoa”. Viimeisessä kysymyksessä saa antaa Lapin Safareille palveluntarjoajana yleisarvosanan asteikolla 4-10 (4= huono, 10= loistava). Tämä antaa osviittaa myös siitä, miten asiakkaat kokivat yrityksen toiminnan kokonaisuudessaan.

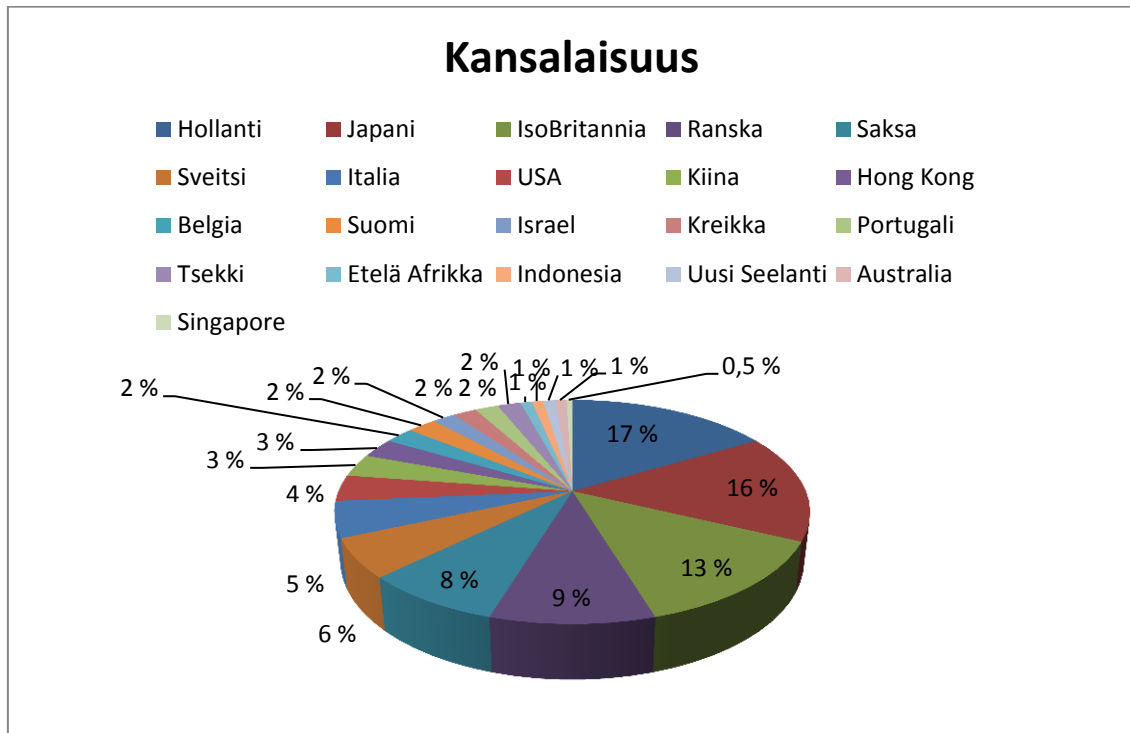
7 Tulokset

Tässä luvussa esitellään kyselylomakkeen tulokset. Kyselylomakkeita kertyi kaiken kaikkiaan 212 kappaletta ja osasta tuloksista olen tehnyt kuviot Excel- ohjelmalla ja osan olen esittänyt tekstinä. Kyselylomakkeita jaettiin tarpeen mukaan ja kaikki vastaajat olivat vastanneet kaikkiin kyselylomakkeen kysymyksiin ohjeiden mukaisesti. Tutkimuksen alkuvaiheessa oli tarkoitus etsiä eroavaisuuksia eri kansalaisuuksien välillä. Kansalaisuuksien välillä ei ollut suurempia eroavaisuuksia, joten olen kohdellut kaikkia vastaajia samanarvoisina, enkä ole eritellyt kansalaisuuksia kuin ensimmäisessä taulukossa.

Tuloksien esittämisen olen jakanut kolmeen alaryhmään: vastaajan perustietoihin, kaluston laatuun ja palvelun laatuun & asiakaspalveluun. Tämän olen tehnyt sen takia, että lukija saisi selkeämmän kuvan tuloksista.

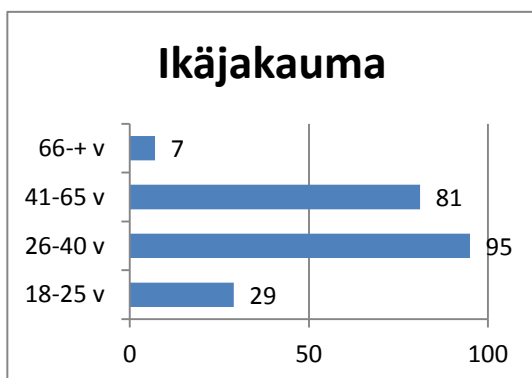
7.1 Perustiedot

Ensimmäisessä kysymyksessä kysyttiin vastaajan kansallisuutta. Vastauksia kertyi yhteensä 21 maasta. Suurin osa kyselylomakkeen vastaajista, 17 %, oli hollannista kotoisin. Toista ja kolmatta sijaa pitivät japanilaiset ja isobritannialaiset. Pienin osa vastaajista oli Singaporesta kotoisin. Kuvio viidessä näkyy prosenttijakauma eri maista tulleista asiakkaista.



Kuvio 5. Vastaajien kotimaa.

Kyselylomakkeen toisessa kysymyksessä kysyttiin vastaajien ikää. Suurin osa vastaajista, 95 henkilöä, oli iältään 26–40 -vuotiaita. Pienin osa vastaajista, 7 henkilöä, oli iältään 66 vuotta tai sitä vanhempi. Kuviossa 6 käy ilmi vastaajien ikäjakauma.



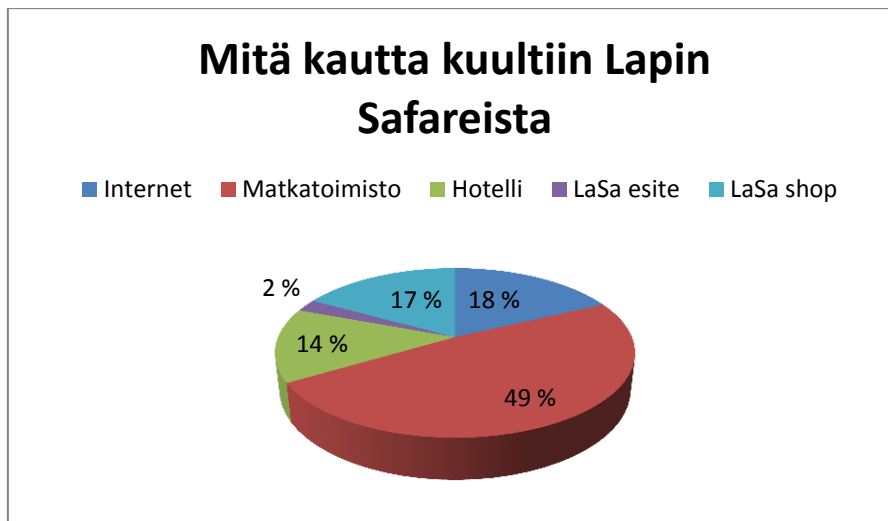
Kuvio 6. Vastaajien ikäjakauma.

Kolmannessa kysymyksessä haluttiin selvittää, kuinka suuri osa vastaajista on varannut safarinsa matkatoimiston kautta ja kuinka moni on varannut sen omatoimisesti. 57 % vastaajista oli varannut matkansa matkatoimiston kautta, kun taas 43 % oli varannut matkansa jonkin muun tahon kautta. Tähän kysymykseen olivat vastaajat saaneet itse

kirjoittaa mitä kautta olivat varanneet matkansa, ja suurimmaksi osaksi he olivat varanneet safarinsa internetin tai hotellin kautta. Myös Lapin Safarit Saariselän myymälät olivat edustettuna vastauksissa.

Kysymyksessä neljä kysyttiin vastaajalta, minkä tyyppisellä matkalla hän on. Vaihtoehtoina olivat työmatka, vapaa-ajanmatka vai muun tyyppinen matka. 100 % vastaajista kertoi olleensa vapaa-ajanmatkalla.

Kysymyksessä viisi selvitettiin, mitä kautta vastaajat olivat kuulleet Lapin Safareista. Suurin osa, melkein puolet vastaajista, oli kuullut Lapin Safareista matkatoimiston kautta. Kuvion seitsemän LaSa-esityksellä viitataan Lapin Safareiden viikko-ohjelma esitteeseen ja LaSa shopilla viitataan Lapin Safareiden kolmeen Saariselällä sijaitsevaan myymälään. 18 % vastaajista oli kuullut Lapin Safareista internetin kautta. Lapin Safarien safareita voi myös varata heidän internet-sivujen kautta olevasta verkkokaupasta. Kolmanneksi suurin osa, 17 %, oli kuullut Lapin Safareista heidän Saariselällä sijaitsevista myymälöistä. 14 % oli kuullut yrityksen toiminnasta hotellinsa kautta ja 2 % vastaajista oli kuullut yrityksestä LaSa- esitteiden kautta. Kuviossa seitsemän käy prosenttijakauma ilmi, kun vastaajilta kysyttiin mitä kautta he ovat kuulleet Lapin Safareista.



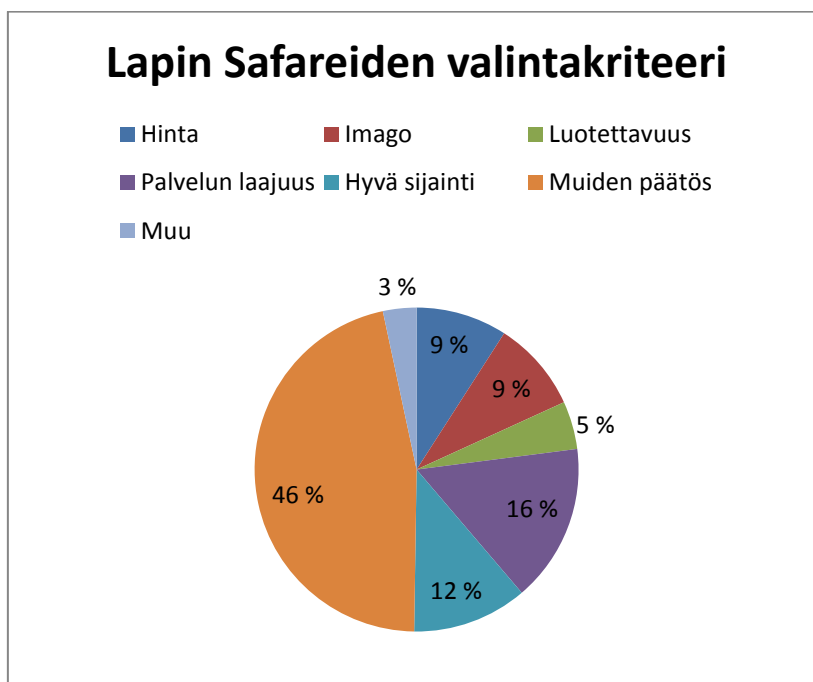
Kuvio 7. Mitä kautta vastaajat olivat kuulleet Lapin Safareista.

Kyselylomakkeen kuudennessa kysymyksessä haluttiin saada selville, mitkä asiat vaikuttivat Lapin Safareiden valintaan. Muiden päätös -vastausvaihtoehdolla tarkoitettiin lähinnä matkatoimiston päätöstä valita Lapin Safarit palveluntarjoajaksi. ”Muu” -vastausvaihtoehtoon saivat vastaajat itse kommentoida, mikä oli ollut valintakriteerinä

palveluntarjoajaa valittaessa. Tämän vaihtoehdon valitsi 3 % kaikista vastanneista, ja siihen oli kommentoitu seuraavanlaisesti:

”The only choice we had at the hotel”. “Hotel made the booking instead of us”. “Combination of a huskysafari and snowmobilesafari was unique.” “VPK:n juhlassa olleen arvonnan voitto 2h kelkkailusta piti tulla lunastamaan” ”Our friends made a recommendation”. ”First serviceprovider that we saw in Saariselkä, everywhere it was Lapland Safaris, we wanted to test :)” “Heard that it is the best”.

Vastaajat saivat halutessaan valita useamman kriteerin, ja kuvio kahdeksan osoittaaakin kaikkien yhteenlaskettujen vastausten tuloksia.



Kuvio 8. Valintakriteerit Lapin Safareiden valitsemiseen palveluntarjoajana.

Kysymys seitsemän selvitti, mille safarille vastaajat ovat osallistuneet. Tässä haettiin takaa sitä safaria, jolle vastaajat olivat juuri ennen kyselylomakkeen täyttämistä osallistuneet. Vaihtoehtoina olivat Lapin safareiden ydintuotteet ja näiden lisäksi myös kolmen tunnin iltamoottorikelkkasafari. Taulukossa 1 esitetään osallistujamäärät eri safareilla.

Taulukko 1. Henkilömäärät eri safareilla

✚ 2h moottorikelkkasafari	35 henkilöä
✚ Arctic speed (moottorikelkoilla huskyfarmille)	23 henkilöä
✚ Pilkkisafari moottorikelkoilla	17 henkilöä
✚ Porotilavierailu moottorikelkoilla	25 henkilöä
✚ 4h Revontulia etsimässä- moottorikelkkasafari (vierailu igluille)	16 henkilöä
✚ 3h Revontulia etsimässä – moottorikelkkasafari	21 henkilöä
✚ In the heart of nature- safari	16 henkilöä
✚ Hiihto-safari	30 henkilöä
✚ Lumikenkäsafari	28 henkilöä

Kysymys numero kahdeksan käsitteli vastaajien odotusten täyttymistä. Vaihtoehtoina kysymykseen ”Täyttikö safari odotuksesi?” olivat ”Kyllä, miten?” ja ”Ei, miksi?”. 93 % vastaajista vastasi safarin vastanneen odotuksiaan. Loput 7 % oli sitä mieltä, ettei retki vastannut odotuksia. Tässä kysymyksessä oli myös mahdollisuus vastata, millä tavalla odotukset täytyivät tai miksi odotukset eivät täytyneet. Harva kommentoi tätä kysymystä, suurin osa vain ympyröi mieleisensä vaihtoehdon.

Kommentteja siitä, miten safari vastasi odotuksia:

“Experience, typical north.” “Great crew!” “Lovely guide.” “Fun experience.” “It was real fun.” “I will recommend this for others!” “Fun & exciting scenery.” “Fun&cold.” “Excellent guide!” “Timmo was just a great guide!” “Great northern scenery.”

Kommentteja siitä, miksi safari ei vastannut odotuksia:

“Two rounds of husky ride, so that everybody have the possibility to drive.” “But husky ride was really short.” “Both should have the right to make this small Husky-tour, great guide!” “Did not see auroa”. “Where was the northern lights, when promised?” “Very cold clothes and air”.

7.2 Kaluston laatu

Kysymyksillä yhdeksän-kymmenen haluttiin selvittää, miten vastaajat kokevat kaluston laadun. Kalustolla tarkoitetaan tässä yhteydessä sekä yrityksen kovaa kalustoa, eli moottorikelkkaa, lumikenkiä, suksipakettia (sis. sukset, monot ja sauvat) että pehmeää kalustoa (talvivaatesettiä).

Moottorikelkan laadusta kysyttäessä 95 % oli sitä mieltä, että laatu oli erinomainen. 5 % vastaajista piti laatua kiitettävänä. Lumikenkien laadusta kysyttäessä 93 % vastaajista piti laatua erinomaisena ja 7 % piti laatua kiitettävänä. Suksipakettia käyttäneistä 84 % piti sitä erinomaisena, ja 16 % puolestaan kiitettävänä. Kukaan ei ympyröinyt kysymysmerkki – vastausvaihtoehtoa.

Talvivaatesetti pitää sisällään lämpimän haalarin, talvikengät, villasukat, lapaset, tarvittaessa pipon ja kaulahuivin, sekä moottorikelkkailusafarille mentäessä myös kypärälakin ja kypärän. Kyselylomakkeeseen vastanneista 71 % piti talvivaatesetin laatua erinomaisena. 27 % vastaajista piti laatua kiitettävänä ja 2 % piti sitä hyvänä. Kukaan ei antanut talvivaatesetille kolmea huonompaa arvosanaa.

7.3 Palvelun laatu ja asiakaspalvelu

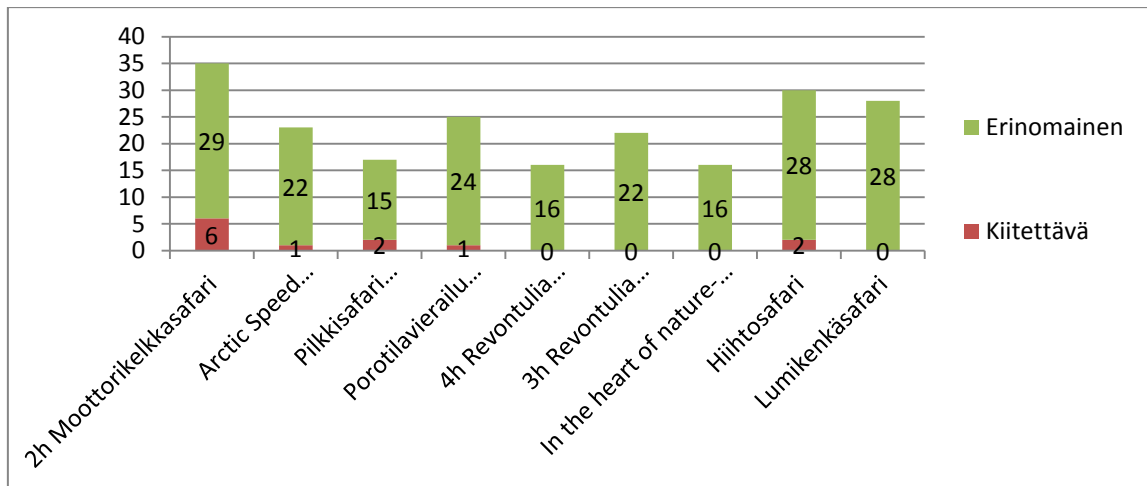
Kysymyksessä yksitoista kysyttiin oppaan ominaisuuksista. Tässä haluttiin selvittää, miten asiakkaat kokevat oppaan avuliaisuuden, ammattitaidon, kielitaidon, asiakaspalvelutaidon, turvallisuusohjeet ja ohjeistuksen laitteiden käyttöön. Tässä kysymyksessä sai ympyröidä arvosanan, joka vastasi vastaajien mielikuvaa palvelusta. Arvosanaskaala oli yhden=huonon, ja viiden=erinomaisen välillä.

Paras arvosana tuloksissa kaikista näistä oppaan ominaisuuksista kysyttävistä kysymyksistä oli viisi, eli erinomainen, ja huonoin oli kolme, eli hyvä. Kukaan ei ympyröinyt numeroita 1 ja 2 missään näissä kysymyksissä. Kukaan vastaajista ei ympyröinyt kysymysmerkki – vastausvaihtoehtoa.

Kuvioissa 8, 9, 10, 11, 12 & 13 näkyy x-akselin kohdalla eri safarit ja y-akselin kohdalla osallistujamäärä safarilla. Safarit ovat kuvioissa samassa järjestyksessä kuin taulukossa 1 sivulla 23. Syy siihen, miksi olen valinnut esittää tulokset näin, on se, että tulokset ovat helpommin luettavissa. Jos kaikista oppaan ominaisuuksista olisi otettu keskiarvo, olisi se väärentänyt tuloksia. Syy tähän on se, että nämä safarit ovat kaikki erilaisia, ja esimerkiksi turvallisuusohjeet ovat toisenlaisia moottorikelkkasafareilla, mitä ne ovat hiihto-, ja

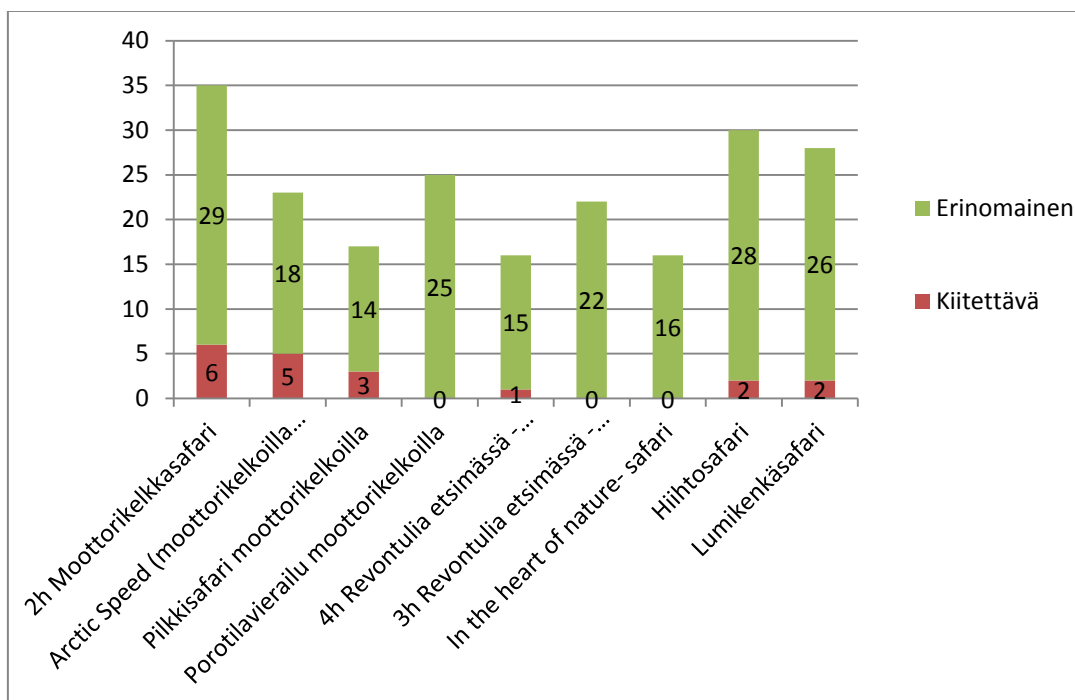
lumikenkäsafarilla. Palkit taulukossa kertovat eri värein kuinka moni vastaajista on valinnut erinomaisen, kiitettävän ja hyvän vastausvaihtoehtoikseen.

Olen valinnut käyttää vastaajien lukumäärää taulukoissa prosenttien sijaan. Uskon tämän tavan olevan lukijalle helpompi tapa hahmottaa nämä tulokset. Seuraavilla sivuilla esitän kuvioita vastaajien kokemuksista oppaan ominaisuuksista kysyttäessä jokaista safaria ajatellen.



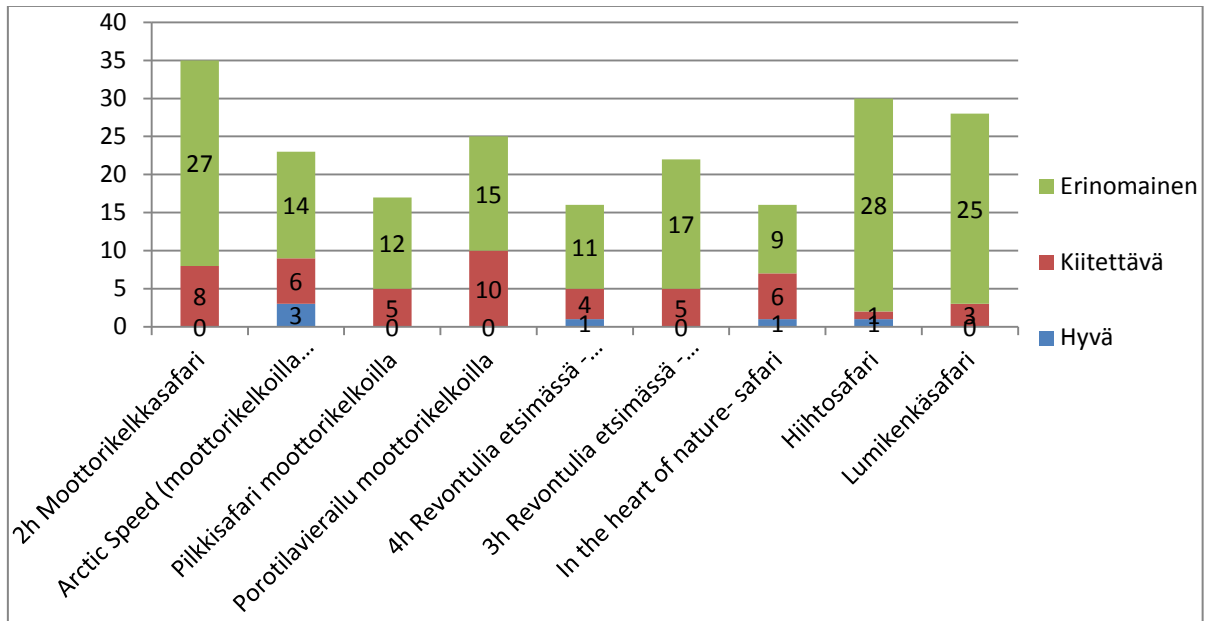
Kuvio 8. Oppaan avuliaisuus

Kuvio kahdeksassa kysyttiin oppaan avuliaisuutta. Kukaan ei tätä kysyttäessä antanut neljää huonompaa arvosanaa. Tämä kysymys oppaan ominaisuuksista sai parhaimmat arvosanat.



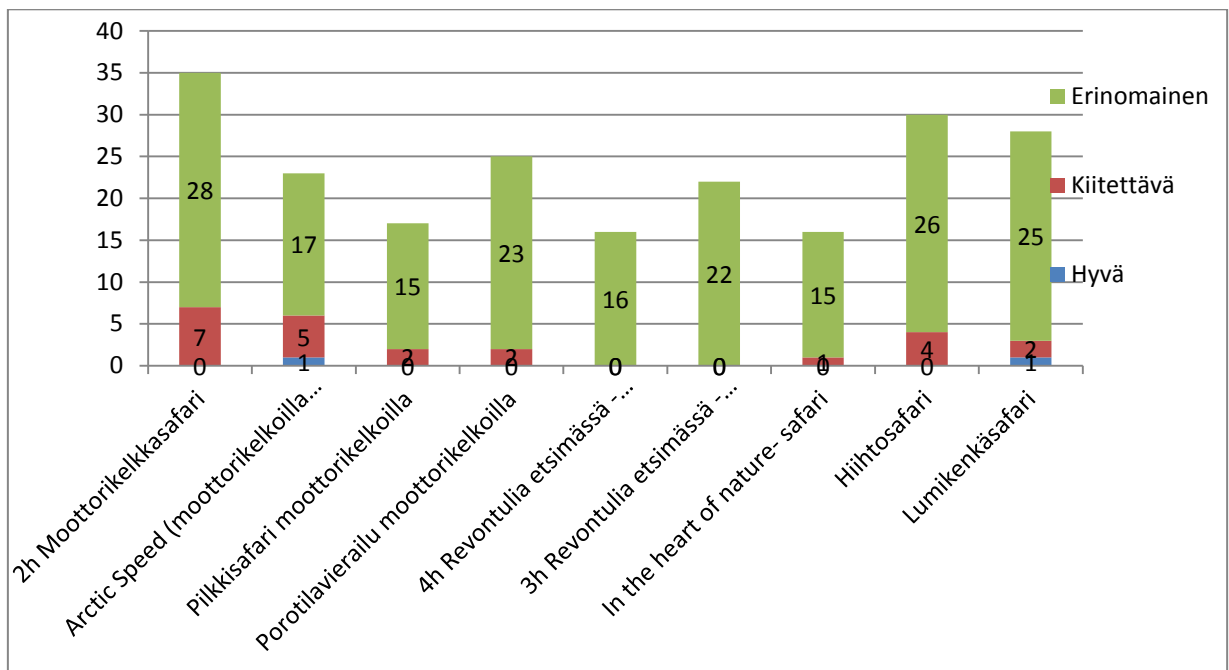
Kuvio 9. Oppaan ammattitaito

Edellisellä sivulla oleva kuvio yhdeksässä kysyttiin oppaan ammattitaidosta. Kukaan ei tässäkin kysymyksessä antanut neljää huonompaa arvosanaa, ja tämä ominaisuus sai vastaajilta toiseksi parhaan arvosanan.



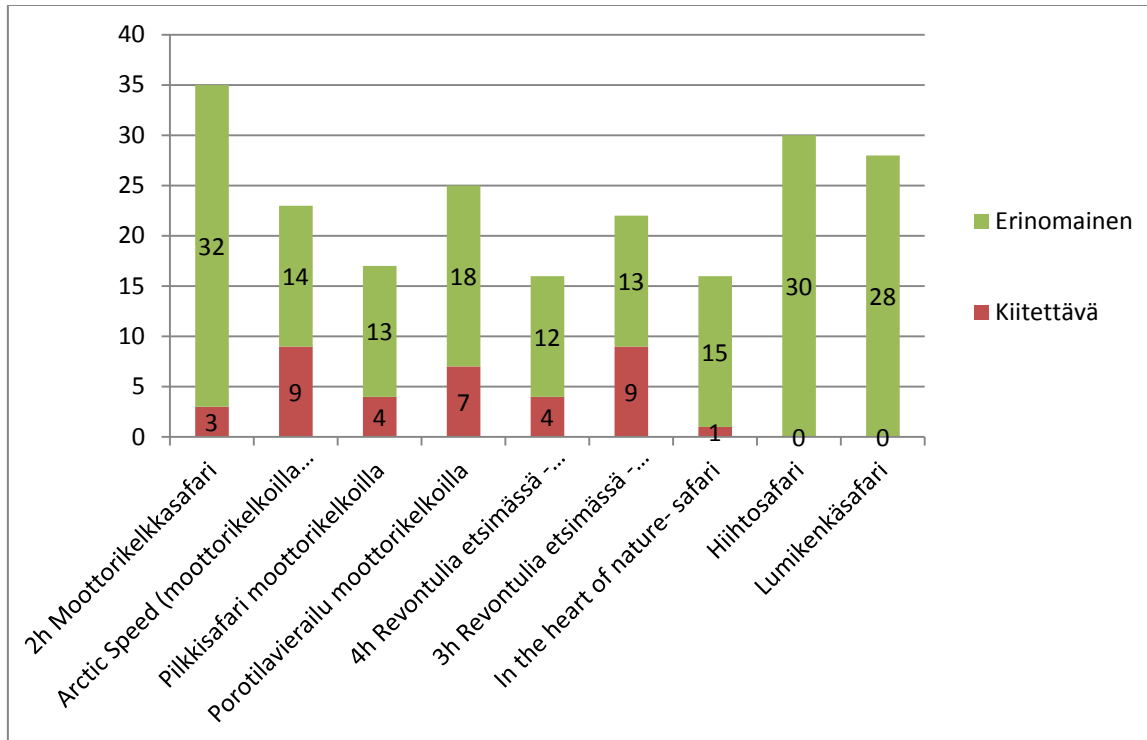
Kuvio 10. Oppaan kielitaito

Oppaan kielitaitoa kysyttäessä vastasi seitsemän ihmisen sen olleen hyvä, kun taas loput vastaukset jakautuivat erinomaisen ja kiitettävän välille. Tämä ominaisuus sai kysyttäessä oppaan ominaisuuksia heikoimman arvosanan. Katso edellisellä sivulla oleva kuvio kymmenen miten arvosanat jakautuivat.



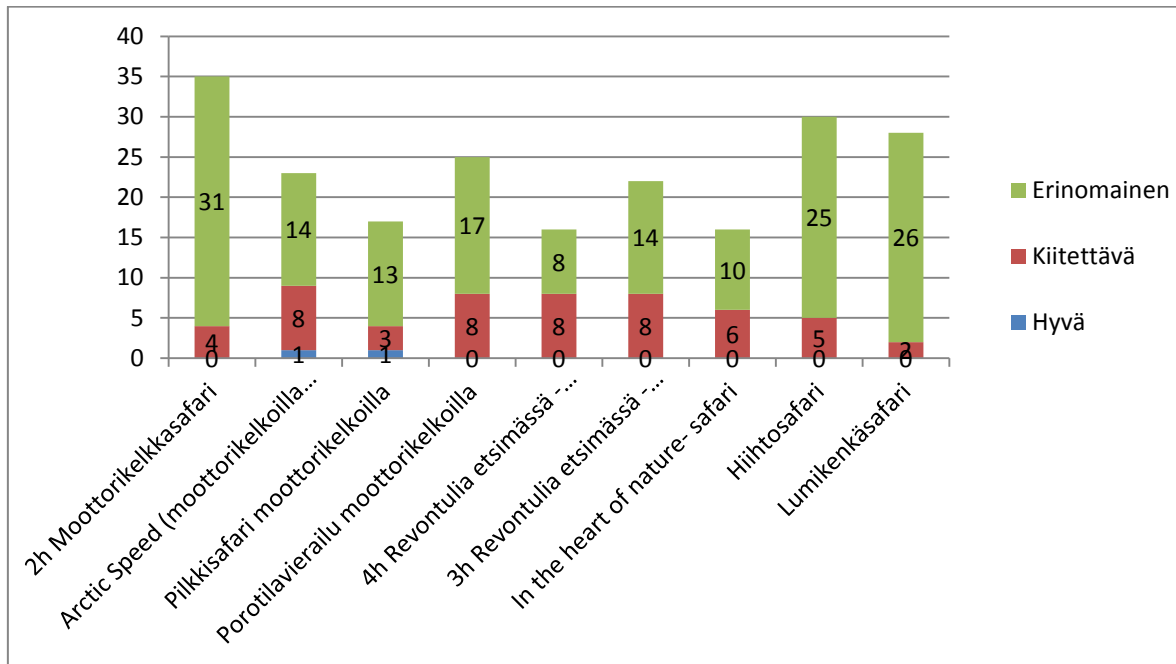
Kuvio 11. Oppaan asiakaspalvelutaidot

Kuviossa yksitoista havainnollistetaan oppaan asiakaspalvelutaidot. Tämän ominaisuuden arvostamat liikkuvat arvostajien kolme ja viisi välillä. Suurin osa, 187 henkilöä, oli antanut arvostuksen viisi oppaan asiakaspalvelutaidoille. Vain kaksi henkilöä oli antanut arvostuksen kolme ja 23 henkilöä oli antanut arvostuksen neljä.



Kuvio 12. Oppaan turvallisuusohjeet.

Kuviossa kaksitoista esitetään oppaan antamat turvallisuusohjeet oppaan ominaisuuksista kysyttäessä. Kukaan vastaajista ei antanut tässä kysymyksessä kolmea huonompaa arvostusta. Hiihto- ja lumikenkäsafareiden oppaat saivat parhaimman mahdollisen arvostuksen turvallisuusohjeita kysyttäessä. Suurin osa vastaajista oli antanut muille safareille erinomaisen arvostuksen.



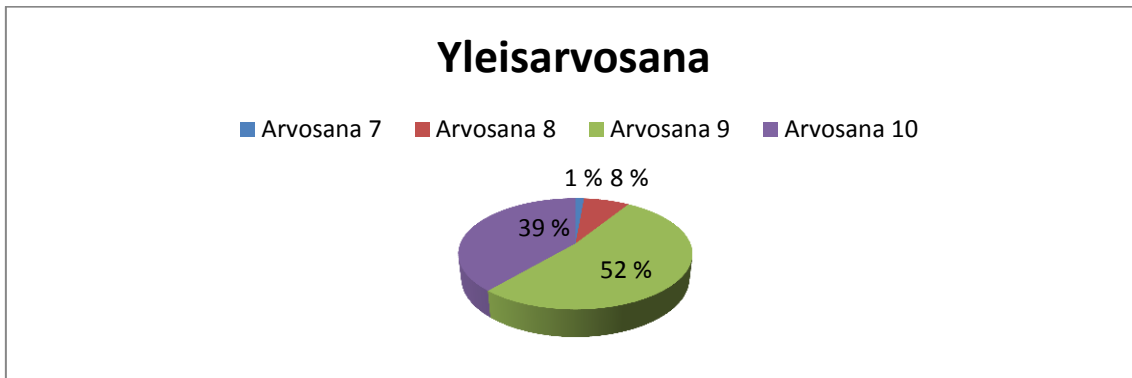
Kuvio 13. Oppaan ohjeistus välineiden käyttöön.

Yllä olevassa kuvio kolmessatoista näkyy vastaajien mielipiteet oppaan ohjeistuksesta välineiden käyttöön. Tässäkään kysymyksessä kukaan vastaajista ei antanut kolmea huonompaa arvosanaa. Suurin osa vastaajista, 158 henkilöä, antoi parhaan mahdollisen arvosanan. Toiseksi suurin osa, 52 henkilöä, antoi arvosanan neljä. Kaksi henkilöä antoi arvosanan kolme.

Yksi kyselylomakkeen kysymyksistä oli, kokivatko vastaajat olonsa turvalliseksi safarilla. Vastausvaihtoehtoina oli ”Kyllä” ja ”Ei, miksi ei”. Tulosten mukaan kaikki 212 vastaajaa koki olonsa turvalliseksi.

Kysymyksessä kolmetoista haluttiin saada selville, suosittelisivatko vastaajat Lapin Safareita muille. Vastausvaihtoehtoina olivat ”Kyllä”, ”Ei”, ”Ehkä” ja ”En osaa sanoa”. Lähes kaikki, 98 %, suosittelisi Lapin Safareita muille. Vastaajista 1 % vastasi ”Ehkä”, ja toinen 1 % vastasi ettei osaa sanoa.

Kysymys 14:n avulla haluttiin saada tietää yleisarvosana, jonka vastaajat antoivat Lapin Safareille palveluntarjoajana. Kysymyksessä käytettiin kouluarvosana-asteikkoa 4 - 10 (4=välttävä, 10=erinomainen). Kuvio neljässätoista käy ilmi vastaajien mielipiteet yrityksestä.



Kuvio 14. Yleisarvosana Lapin Safareista palveluntarjoajana.

Arvosanojen keskiarvoksi tuli 9,3. Vastaaajat olivat kyselylomakkeessa vastanneet arvosanojen seitsemän ja kymmenen välillä. Kukaan vastaajista ei ollut valinnut seitsemää huonompaa arvosanaa.

Kyselylomakkeen viimeisessä kohdassa vastaajat saivat antaa palautetta ja kommentoida vapaasti kokemuksiaan. Alla kommentteja kyselylomakkeen avoimesta kohdasta:

"Was just good!", "Greetings to our guide Tomi", "More driving on the 2h snowmobiletour, not so long coffee break", "Good japanese language", "Fun!", "Husky-riding possible for both drivers", "No fish caught, but it was fun anyway", "Will come next year again!", "Wonderful & helping guide", "Annette was great & professional", "Fun, exciting and marvelous trip!", "Good team Lapland Safaris!"

8 Tuloksien analysointi ja johtopäätökset

Tässä osiossa analysoin kyselylomakkeen antamia tuloksia. Olen jakanut analysoinnin kahteen eri alaryhmään, perustietoihin sekä palvelun laatuun ja asiakaspalveluun, selventääkseni analysointia lukijalle. Kaluston laatua en ole erillisessä kappaleessa analysoinut, koska vastauksien perusteella niiden laatu on ollut hyvän ja erinomaisen välillä. Kaluston laatua tarkasteltaessa sai suksipaketti heikoimmat arvosanat. Uskon tämän johtuvan siitä, että hiihtosafarille mentäessä saadaan useimmiten aloittelijalle sopivat sukset, ja jos vastaaja on hiihtänyt aikaisemmin, voi aloittelijalle suunnatut sukset tuntua alkeellisilta. Suksipaketin laatua voisi parantaa sillä, että kartoittaa safarille osallistujan tason hiihtäjänä ennen safarille lähtöä, ja antaa hänelle tasoaan vastaavat välineet. Tämän kappaleen viimeisessä osiossa käsitelen tuloksista vedettäviä johtopäätöksiä.

8.1 Perustiedot

Vastauksia kyselylomakkeisiin kertyi yhteensä 212 kpl. Suurin osa asiakkaista oli Hollannista, Japanista, Iso-Britanniasta ja Ranskasta kotoisin ja suurin osa oli varannut safarin matkatoimiston kautta. Tämä voi hyvinkin selittyä sillä, että moni matkanjärjestäjä näistä ko. maista järjestää matkoja Saariselälle ja käyttää Lapin Safareita palveluntarjoajana. Saariselälle on helppo matkustaa eri kulkuneuvoilla. Ivalon lentokenttä sijaitsee 30 km päässä Saariselän keskustasta ja lentoyhteydet ovat hyvät. Sesongin ajan päivittäin lentää useita lentoja Helsingistä. Tämä mahdollistaa Saariselän hyvän saavutettavuuden matkailijoiden kesken.

Melkein puolet vastaajista oli kuullut Lapin Safareista matkatoimiston kautta. Tämä voi selittyä sillä, että suuri osa matkailijoista tulee eri matkatoimistojen kautta lomalle. He, jotka eivät olleet tulleet matkatoimiston kautta, olivat suurimmaksi osaksi kuulleet Lapin Safareista Internetin kautta tai Lapin Safareiden myymälöistä. Internet on kasvava ilmiö, ja moni olikin varmaan tutustunut Lapin safareiden internet-sivuihin joko ennen matkaansa tai matkansa aikana. Tämä osoittaa myös sen, että Lapin Safareiden tulee jatkossakin käyttää eri kanavia, joiden kautta asiakkaat voivat tutustua yrityksen toimintaan. Lapin safareilla on kolme myymälää Saariselällä. Nämä kaikki ovat kylän pääkadun varrella, joten näkyvyys on erittäin hyvä ja tätä kautta niihin on helppo löytää. Melkein jokaisessa Saariselän hotellissa on myös Lapin Safareiden esitteitä näkyvillä. Tämä voi selittää sen, miksi osa vastaajista oli kuullut Lapin Safareiden toiminnasta hotellin kautta.

Kysyttäessä vastaajien valintakriteerejä Lapin Safarien valitsemisessa palveluntarjoajana, oli suurin osa (46 %) vastannut valinnan olleen muiden päätös. Tällä viitattiin suurimmaksi osaksi matkatoimiston valintaan tehdä päätös palveluntarjoajasta. Koska suurin osa safarin varauksista oli tämän kyselylomakkeen mukaan tehty matkatoimiston kautta, ei tämän vastauksen suuri prosenttimäärä yllätä. Eri matkatoimistojen ja matkanjärjestäjien kautta tulevat ryhmät ovat suuri osa Lapin Safareiden asiakaskuntaa.

Toiseksi suurin osa vastaajista oli valinnut Lapin Safarit niiden palvelun laajuuden vuoksi. Lapin Safarit tarjoaa monenlaista Suomen Lapille tyypillistä aktiviteettia, joka vetää matkailijoita puoleensa. Kuten Lapin Safarien viikko-ohjelmasta voi huomata, on safareita joka lähtöön ja moneen eri aikaan päivästä. Uskon, että palveluiden monimuotoisuus on iso osa Lapin Safarien suosiota. Palvelut ovat kokonaisuuksia, joihin kuuluu asiakkaan haku hotellilta tai mökiltä Saariselän alueelta, talvivaatesetti, safaripalvelut ja englanninkielinen opastus ja suurimmaksi osaksi kahvi tai tee pienen purttavan kera.

Kolmanneksi suurin osa vastaajista oli valinnut valintakriteeriksi Lapin Safareiden hyvän sijainnin Saariselällä. Kuten yritysesittelyssä luvussa kaksi käy ilmi, ovat Lapin Safarit Saariselällä näkyvä osa kylää kolmine myymälöineen. Tämä voi hyvinkin olla syy, miksi osa vastaajista on valinnut hyvän sijainnin kriteeriksi. Viitaten lukuun 4.2 voi sijainti myös joissain tapauksissa olla ratkaisevana tekijänä kun palveluntuottajaa valitaan.

Hinta ja imago muodostivat kummatkin 9 % vastauksista kysyttäessä vastaajien valintakriteerejä valita Lapin safarit palveluntarjoajakseen. Kummatkin ovat tärkeitä asioita, kun ajatellaan yrityksen kilpailukykyä markkinoilla. Viitaten lukuun 4.3, on asiakkailta tietyt odotukset laadusta ja näihin odotuksiin voi esimerkiksi yrityksen imago vaikuttaa. Myös tämän opinnäytetyön kuvio 3 korostaa imagon osaa kokonaislaadun kokemisessa. Lapin Safarien toimipisteitä löytyy eripuolilta Lappia ja yritys on yksi Euroopan suurimpia tämäntyyppisiä ohjelmapalveluyrityksiä (katso luku 2). Uskon tämän olevan osa imagon valitsemista yhdeksi valintakriteeriksi.

Luotettavuus- vastausvaihtoehdon valitsi 5 % vastaajista. Tämä luku on mielestäni harmillisen alhainen, ottaen huomioon sen, kuinka pitkät perinteet Lapin Safareilla on ohjelmapalveluyrityksenä. Luotettavuus on myös asia, jonka jokainen henkilö kokee eri tavoin. Tässä kysymyksessä ei ollut eritelty luotettavuutta muuten kuin tällä luotettavuus, englanniksi reliability -sanalla. Tämän voi käsittää haluamallaan tavalla. Joillekin luotettavuus voi tarkoittaa turvallisuuskysymyksiä, kuin että miten kalusto toimii, onko laite tai väline tarpeeksi turvallinen ensikertalaiselle käytettäväksi ja onko turvallisuusohjeet riittävät safarin tekoon. Viitaten kuvio 2:een, voi luotettavuus myös osalle tarkoittaa yrityksen toimintaa, ja sitä, luottavatko vastaajat yrityksen toimintaan lupauksien pitämisessä. Jollei lupauksia pidetä, syntyy asiakastyytymättömyyttä.

Muu -vastausvaihtoehdon valitsi 3 % vastanneista ja tähän kysymykseen saivat vastaajat itse kirjoittaa, mikä oli ollut valintakriteerinä palveluntarjoajaa valittaessa. Muutama oli vastannut tähän, että hotellilla oli ollut vaikutus valintaan. Tämä osoittaa mielestäni sen, että Lapin Safarit ovat näkyvällä paikalla Saariselällä ja myös tunnettu ohjelmapalveluntarjoaja. Lapin Safarien viikko-ohjelma-lehtisiä löytyy myös eri hotelleista ympäri Saariselkää, ja voikin olla, että joissain hotelleissa Lapin Safarit on ainoa palveluntarjoaja, jolla on esitteitä ja näkyvyyttä ko. hotellissa. Yksi vastaajista vastasi ystävän suositelleen Lapin Safareita hänelle. Se, että Lapin Safareita on suositeltu toisille ja että yrityksen on kuultu olevan paras, kertoo yrityksen hyvästä maineesta. Kuten kappaleessa 3.3 todetaan, on maine se kuva, joka asiakkaalla on yrityksestä ja hyvä maine tukee asiakastytyväisyyttä. (Lotti, L, 2001)

Kysymyksessä yhdeksän selvitettiin täyttyivätkö vastaajien odotukset safarista. Suurin osa vastaajista vastasi safarin täyttäneen odotukset ja 7 % oli sitä mieltä, etteivät odotukset täyttyneet. Asiakkailla on aina ennako-odotuksia palvelusta ja sen laadusta. Yrityksen tulisi aina pyrkiä toteuttamaan asiakkaan odotukset. Se, että suurin osa oli sitä mieltä, että odotukset täyttyivät, on merkki yrityksen hyvästä toiminnasta. Joskus voi kuitenkin asiakkaan ja palveluntarjoajan välille syntyä laatuaukko, ja tämä onkin syy miksi yrityksen tulisi pyrkiä aina sekä toteuttamaan, että myös ylittämään asiakkaan odotuksia (Lecklin, O 1997, s. 99-103)(kappale 4.3). Ne, joiden odotukset eivät olleet täyttyneet, viittasivat muutamassa kyselylomakkeessa Arctic Speed- moottorikelkoilla huskyfarmille – safariin. Katso safarin kuvaus liitteestä 1. Moni oli pettynyt koiravaljakko-ajon pituuteen; sen odotettiin olevan pidempi ja suurempi osa safarin kokonaisuutta. Ajon pituutta ei ole ilmoitettu esitteessä, ja tämä voi johtaa asiakkaita vähän harhaan. Huskyfarmilla suoritetaan 800 m pituinen matka ja kuljettajaa ei vaihdeta välissä, vaan yksi asiakas ajaa ja toinen istuu reen kyydissä. Tätä tuotetta voisi kehittää tulevalle kaudelle siten, että kuljettajaa vaihdettaisiin välissä ja jokaisella olisi mahdollisuus ajaa koiravaljakkoa. Safari olisi näin ollen tasavertainen kaikille safarille osallistuville.

Myös se, ettei revontulia nähty safarilla, aiheutti joillakin sen, etteivät odotukset täyttyneet. Yhdessä kyselylomakkeessa kirjoitettiin näin: *"Where was the northern lights, when promised?"* Moni tulee Lappiin katsomaan revontulia, ja voi pettyä jos niitä ei näy kyseisenä ajankohtana. Revontulia etsimässä safareiden tuotekuvauksessa painotetaan *etsiä*-sanaa, koska revontulet ovat luonnonilmiö, joiden näkyminen riippuu auringon aktiivisuudesta. Safarilla koetetaan etsiä parhaita paikkoja, joissa olisi mahdollisuus nähdä revontulet ja 100 % varmuudella ei voi luvata, että niitä onnistuisi näkemään. Tämä voi aiheuttaa pettymyksen tunteen asiakkaassa ja luoda laatuaukon asiakkaan ja palveluntarjoajan välille.

8.2 Palvelun laatu ja asiakaspalvelu

Oppaan ominaisuuksista kysyttäessä oli vastausvaihtoehtoina oppaan avuliaisuus, ammattitaito, kielitaito, asiakaspalvelutaidot, turvallisuusohjeet ja oppaan opastus välineen/kaluston käyttöön. Näistä parhaat arvosanat saivat oppaan avuliaisuus ja ammattitaito. Tämä osoittaa sen, että oppaat ottavat asiakkaan huomioon safarin ajan ja osoittavat ammattimaista käytöstä. Tämä luku ei saisikaan olla alhainen, koska Lapin Safarit pyrkii ammattimaisuuteen ja asiakkaan huomioimiseen ja näin suuressa yrityksessä mitä Lapin Safarit on, tulisi näiden asioiden olla kunnossa.

Kysyttäessä oppaan kielitaidon laadusta, jakautuivat luvut arvosanojen 3:en ja 5:en välille. Tämän kysymyksen keskiarvo on korkea, mutta parannettavaa löytyy, koska suurin osa Lapin Safareiden asiakkaista on ulkomaalaisia. Tarkastellessani kyselylomakkeen vastauksia, huomasin, että ne vastaajat, jotka olivat ympäröineet arvosanan 3 oppaan kielitaitoa kysyttäessä, tulivat maista, jossa englannin kieltä puhutaan äidinkielenä. Englannin kieli on myös Lapin Safarien pääsääntöinen opastuskieli (Liite 1, viikko-ohjelma). Uskon tämän olevan syy siihen, miksi vastaajat olivat kriittisempiä oppaan kielitaitoa kysyttäessä. Viitaten lukuun 3.1, ei oppaan tarvitse hallita vierasta kieltä täydellisesti, mutta alan terminologia tulee olla hallussa. Kielitaito voi myös olla osa koettua laatua, koska yhteinen kommunikointikieli on tärkeä osa palvelutilanteen onnistumista. (Lackman & Verhelä, 2003, s. 242)(luku 3.1).

Oppaan asiakaspalvelutaitoja kysyttäessä oli yleisin arvosana erinomainen. Vastaajista 23 henkilöä oli vastannut asiakaspalvelutaitojen olleen kiitettäviä ja kaksi vastaajaa vastasi niiden olevan hyvää. Lapin Safarien toiminta perustuu asiakaslähtöisyyteen. Huolestuttavaa olisi, jos joku vastaajista olisi valinnut huonoimmat arvosanat tälle kysymykselle. Kuten aikaisemmin luvussa 3.2 mainitsin, kannustetaan Lapin Safarin työntekijöitä olemaan palvelualttiita ja aktiivisia asiakaspalvelun suhteen.

Taulukoita tarkasteltaessa voi myös huomata, että oppaan turvallisuusohjeet ja ohjeistus välineiden käyttöön ovat keskiarvoltaan vähän alhaisempia kuin esimerkiksi oppaan ammattitaito ja avuliaisuus. Uskon tässä syyn olevan pääasiassa kulttuurierot ja kielimuuri. Tämä sen takia, koska Lapin Safarit priorisoivat turvallisuutta hyvinkin korkeasti ja turvallisuus safareilla on äärimmäisen tärkeä osa toimintaa. Oppaat ovat myös hyvin erilaisia, ja eri safareilla on myös eri oppaat käytössä. Jotkut oppaat voivat priorisoida turvallisuusohjeita ja palvelua erilailla kuin muut, mutta kaikkien pitäisi pyrkiä samaan laatuun turvallisuusohjeita annettaessa. Mielestäni jokaisen oppaan tulisi parhaansa mukaan yrittää selittää turvallisuusohjeet asiakkaalle ymmärrettävällä tavalla. Jos turvallisuusohjeita ei tuoda tarpeeksi selvästi esiin, voi niistä koitua riskitilanteita. Kuten luvussa 5.3 mainitaan, voi kommunikointi olla osasyynä näihin riskitilanteisiin. Tässä se voi ilmetä siten, ettei asiakas ymmärrä hänelle annettuja ohjeita, hän ei kuuntele tai huomioi niitä, tai ettei välineen käytön osaamisvaatimuksia tuoda tarpeeksi hyvin esiin asiakkaalle. Turvallisuusasioita ei pitäisi ajatella rasitteena, vaan itsestään selvinä asioina. (Verhelä, P, 2007, s.50–54)(luku 5.3)

Kiinnostavaa oli myös oppaan turvallisuusohjeita tarkasteltaessa, että sekä hiihto-, että lumikenkäsafarilla olleet vastaajat olivat kaikki antaneet korkeimman mahdollisen

arvosanan turvallisuusohjeita ajatellen. Tämä uskon selittyvän sillä, että hiihtäminen ja lumikenkäily koetaan helpompana kuin safarit, joissa käytetään moottorilla kulkevia välineitä.

Oppaan tapa opastaa välineiden käyttöön on osa palvelua. Tämän kysymyksen vastauksien keskiarvo oli erinomaisen ja kiitettävän välillä, kahta vastaaja lukuun ottamatta, jotka olivat valinneet arvosanaksi 3, eli hyvän. Turvallisuus ja opastus välineiden käyttöön kulkevat käsi kädessä, koska turvallisuuteen vaikuttaa myös se, kuinka hyvin asiakas on perehdytetty välineiden käyttöön. (Verhelä, P, 2007, s.50–54)(luvussa 5.3). Tämän kysymyksen arvosana voisi mielestäni olla korkeampi, koska riittävä opastus välineiden käyttöön takaa myös asiakkaalle paremman palvelukokemuksen. Osaamalla käyttää laitetta oikeaoppisesti, minimoi asiakas turvallisuusriskit ja nauttii kokemuksesta enemmän.

8.3 Johtopäätökset

Tämä kyselylomakkeen perusteella vastaajat ovat olleet tyytyväisiä Lapin Safarit Saariselän toimipisteen tuotteisiin, asiakaspalveluun ja laatuun. Tästä kertoo myös se, että 98 % vastaajista suosittelisi yritystä palveluntarjoajana muille. Tämä on erittäin positiivinen asia yritykselle. Kun aloin suunnitella opinnäytetyötä toimeksiantajan kanssa, keskustelimme kyselylomakkeen tuloksista ja miltä uskoimme niiden näyttävän. Selvää oli alusta asti, että arvosanat tulevat liikkumaan kiitettävän ja erinomaisen, 4-5, välillä ja, että keskiarvo yleisarvosanaa kysyttäessä olisi korkea, arvosanojen 9-10 välillä. Tämä sen takia, että sekä aiemmissa kyselyissä, että sosiaalisessa mediassa, on Lapin Safarit saanut palveluntarjoajana hyviä arvosanoja. Tämän kyselytuloksen perusteella Lapin Safarit Saariselän keskiarvo on 9,3, joka vastaa arviota.

Näitä tuloksia tarkasteltaessa voidaan todeta, että on Lapin Safarit palveluntarjoajana erinomainen. Pientä hienosäätöä löytyy suurimmasta osasta kysymyksistä, mutta nämä ovat asioita, joihin on helppo vaikuttaa. Oppaita voi vieläkin tarkemmin ohjeistaa painottamaan asiakkaille turvallisuusohjeiden antamista ja opastusta välineiden käyttöön. Asiakaspalvelu on kaikkien opittavissa oleva taito. (Lahtinen & Isoviita, s. 42) (luku 3.2). Kielitaitoa voi aina parantaa ja laajentaa, ja ideaalista olisi, jos esimerkiksi opastus välineiden / kaluston käyttöön olisi suurimpien asiakasryhmienkielitaidon mukaan järjestetty niin, että esimerkiksi japanin kieltä taitava opas olisi antamassa ohjeet.

9 Pohdinta

Mielestäni on tärkeää, että yritys seuraa asiakaspalautetta ja tekee kaikkensa parantaakseen toimintaa. Tällaisen tutkimuksen kautta voi yritys saada lisää tietoa parannettavista osa-alueista ja nostaa kilpailukykyään markkinoilla. Olisi kiinnostavaa nähdä, miten vastaukset poikkeaisivat toisistaan vuodesta toiseen jos tästä kyselylomakkeesta tulisi yksi tapa lisää kerätä palautteita yrityksen toiminnasta. Lapin Safarit seuraa jatkuvasti palautteitaan myös sosiaalisessa mediassa. Sosiaalisen median palautekanaviin lukeutuu esimerkiksi Tripadvisor ja Facebook.

Kyselylomakkeita jakaessa olin joko itse läsnä, tai sitten joku Safari clubin työntekijöistä tai Lapin Safarien oppaista oli läsnä. Tämä on voinut vaikuttaa kyselylomakkeen tuloksiin, koska vastaajat kysyivät joskus apua täyttämässä ja täyttämistä ”valvottiin”, eli odotettiin, että vastaajat saivat täytettyä kyselylomakkeen. Tietämättä on kyselylomakkeen vastaajaa avustettaessa saatettu vaikuttaa vastauksien tuloksiin, ja tämä on kokonaisuudessaan voinut vaikuttaa tutkimuksen validiteettiin. Tutkimuksen validiteettia on vaikea tässä tapauksessa arvioida, koska se, että joku Lapin Safareilta oli paikalla kyselylomaketta täyttäessä, on voinut myös nostaa validiteetin arvoa. Tämä syystä, että vastaajat ovat voineet pyytää apua ja näin ollen ymmärtäneet kysymyksen samalla tavalla, kuin kyselylomake oli tarkoitettu ymmärrettäväksi. Myös se, että vastaajilla on ollut safari tuoreessa muistissa kyselylomaketta täyttäessä, on voinut vaikuttaa tutkimustulokseen positiivisella tavalla.

Opinnäyteyöprosessi on mielestäni ollut haastava ja mielenkiintoinen. Mielestäni tutkimus on onnistunut hyvin ja antanut toivottuja tuloksia. Vastaukset olivat kaikenpuolin positiivisia ja tukivat ennakkoon arvattuja tuloksia. Tämän työn ansiosta olen oppinut paljon matkailu-alasta, saanut lisää tietoa matkailun eri osa-alueista ja kehittynyt kirjoittajana. On ollut myös mielenkiintoista saada tehdä opinnäytetyö suurelle ja kansainvälisestikin tunnetulle yritykselle.

Lähdeluettelo

Arctic Incentives (2013) *Arctic Incentives*.

<http://www.arcticincentives.fi/pages/arctic-incentives.php> (haettu 20.3.2013)

Asiakaspalvelu.org. *Asiakaspalvelu ja vuorovaikutus*.

http://www.asiakaspalvelu.org/Asiakaspalvelu_ja_vuorovaikutus__d4106.html (haettu 15.2.2013)

Christensen, L, Andersson, N, Carlsson, C, Haglund, L. (1998). *Marknadsundersökningen handbok*. Lund: Studentlitteratur.

Edita Publishing Oy. (2005). *Matkailualan vuosikirja 2005*. Helsinki: Edita Prima Oy.

Friedmann, S. (2013). *The Ten Commandments of Great Customer Service*. About.com.

<http://marketing.about.com/od/relationshipmarketing/a/crmtopten.htm> (haettu 3.3.2013)

Grönroos, C. (2009) *Palvelujen johtaminen ja markkinointi*. Juva: WS Bookwell Oy

Harri, Mika, Lapland Safaris North Oy:n kohdepäällikkö. Haastattelu Saariselällä 15.3.2013

Lackman, P & Verhelä, P. (2003). *Matkailun ohjelmapalvelut*. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Lapland Safaris. (2013) *About Lapland Safaris*.

<http://laplandsafaris.com/en/about-us> (haettu 11.2.2013)

Lapland Safaris. (2009) Yritysesittely PowerPoint-esitys.

Lahtinen, J. & Isoviita A. (2001). *Asiakaspalvelun ja markkinoinnin perusteet*. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy

Lecklin, O. (1997). *Laatu yrityksen menestystekijänä*. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Lotti, L. (2001). *Tehokas markkina-analyysi*. Juva: WS Bookwell Oy

Mattila P., Ollikainen A. (2008) *Asiakaslähtöisyys on sydämen asia*.

<http://www.talouselama.fi/minavaitan/asiakaslahtoisuus+on+sydämen+asia/a2086363> (haettu 12.2.2013)

Rissanen, T. (2006). *Hyvän palvelun kehittäminen*. Vaasa: Pohjantähti Polestar Ltd

Saukkonen, P. *Tutkielmanteon tukisivut, tutkimusasetelma- taso 1*.

<http://www.mv.helsinki.fi/home/psaukkon/tutkielma/Tutkimusasetelma.html> (haettu 19.3.2013)

Verhelä, P. (2007). *Turvallisuus ohjelmapalveluyrityksessä*. Helsinki: Edita.

Vilka, H. 2007. *Tutki ja kehitä*. Helsinki: Tammi.

Liite 1



SAARISELKÄ – WINTER SAFARIS 2012 - 2013

Just come as you are, we'll take care of the rest!



1. SNOWMOBILE SAFARI TO THE FELS

(14:00-16:00)

Every day, (except Sunday)

During this brisk safari, you will drive around the area of Saariselkä to see all the beautiful fell scenery. You will also enjoy a coffee break by the open fire in the nature.

DURATION: 2 hours

PRICE: € 93 / person

2. ARCTIC SPEED

(12:00-15:00)

Wednesday, Friday

If you like huskies and snowmobiles, this safari is for you! This snowmobile safari will take you to the husky farm. At the farm, you will meet the husky dogs and have a short husky ride on sledges pulled by huskies. After the ride, you'll have a coffee break in a *kota* and hear more about the life at the farm. Then you will drive back to Saariselkä.

DURATION: 3 hours

PRICE: € 132 /person

3. CROSS COUNTRY SKIING

(13:00-15:00)

Tuesday, Thursday, Saturday

There is no better way to get acquainted with winter in Lapland than using the ancient method of the first settlers in Lapland. Fasten the skis to your skiing shoes, lean on the sticks and glide along the tracks through the pure whiteness. A stop is made to have a cup of hot berry juice. The price includes equipment rental until 17:00, so you can go skiing on your own afterwards.

DURATION: 2 hours

PRICE: € 58 /person

4. ICE FISHING AND SNOWMOBILING

(9:00-13:00)

Tuesday, Friday

The trail on this snowmobile safari takes you north of Saariselkä to a remote lake. Bore a hole through the ice and try fishing skills on ice! The catch may even include the jewel of Lapland's crystal waters, the Arctic char. You will enjoy a snack by a campfire and have the opportunity to fry the fish you just caught.

DURATION: 4 hours

PRICE: € 129 /person

Feel the Spirit of Nature



5. VISIT TO THE REINDEER FARM BY SNOWMOBILE

(13:00-16:00)

Thursday

Visit a local reindeer farm by snowmobile. At the farm, the Sámi host will welcome you and introduce you to the indigenous culture and reindeer economy of Lapland. During the visit, you will learn how to throw the Lappish lasso and drive the reindeer. Before returning, you will have a coffee break and learn more about Lappish culture and reindeer.

DURATION: 3 hours

PRICE: € 133 /person

6. SNOWSHOE TRIP TO THE NATURE

(10:00-12:00)

Monday, Wednesday, Friday

Go wandering in the fells. On the way, you will walk both on marked tracks and in the deep snow. You might find some tracks of rabbits, foxes, snow grouses and squirrels if you are lucky! We'll take a break for photos and hot berry juice on the way.

DURATION: 2 hours

PRICE: € 58 /person

7. SEARCH OF THE NORTHERN LIGHTS

(18:00-22:00) Visit on Igloo site

Monday, Thursday, Saturday

Come and experience an exotic Arctic evening by driving through snow-covered forests and over treeless fells. With a little luck, if the sky is clear, the moon, stars and even the Northern Lights may show you the way. Safari is heading to the Igloo site, where you have possibility to roam around the forest nearby the igloos, and watch the Northern Lights -show inside the igloo. During the trip your guide will build an open fire and you can enjoy a snack by the flames.

DURATION: 4 hours

PRICE: € 139 /person

Feel the Spirit of Nature



8. IN THE HEART OF NATURE (9:00-15:00/16:00)

Wednesday

Enjoy the great outdoors on this wilderness snowmobile safari to the heart of nature. The trail traverses rugged fells and narrow valleys before coming to the first stop, where you have the chance to try ice fishing and snowshoe walking. You'll then continue onwards through the forest – perhaps coming across a herd of reindeer searching for their favourite food, moss and lichen, buried under as much as one metre of snow. Keep your eyes out for other forest animals searching for food! The weather in Lapland can change quickly – ranging from cold, blizzard conditions to sunshine over crisp and clean snow – the snowmobile trail we will follow may change accordingly. A delicious Lappish style lunch will be served during the day. (we recommend this safari only for adults)

DURATION: 5 - 6 hours

PRICE: € 177 /person

9. REINDEER SAFARI

(10:00-12:00)

Monday

In olden times, the only means of winter transportation for the people of Lapland was on sleighs pulled by reindeer. Often, there could be as many as 25 - 30 reindeer in a long *raito* caravan. You will experience this traditional, peaceful way of moving through snowscapes where the only sound you'll hear is the light ringing of reindeer bells. Coffee will be served. Transfer back from and to the hotel by minibus.

DURATION: 2 hours

PRICE: € 105/ person

10. HUSKY SAFARI

The barking of enthusiastic dogs will welcome you to the safari at the departure point. Before departing on your journey, you will be given instruction on how to control the sleds, which you will ride in pairs. Passengers may swap places at the halfway point. The head musher will talk about the life and training of these Arctic animals and you'll also have the chance to take some great photos. The departure point may change according to weather conditions. Coffee will be served by a campfire.

Tuesday, Thursday, Friday, Sunday 11:00-13:00

DURATION: 2 hours

PRICE: € 146 / adult

€ 109,50 / child

Monday, Wednesday, Saturday 11:00-15:00

DURATION: 4 hours

PRICE: € 178 / adult

€ 133,50 / child

Feel the Spirit of Nature



11. NORTHERN LIGHTS SEARCH ON REINDEER SLEIGHS

Dec-Jan 19:00 – 21:00

Monday, Wednesday, Friday & Saturday

Feb-Mar 20:00 – 22:00

Monday, Wednesday, Friday & Saturday

Sitting in sleighs pulled by the reindeer we make our way into the quiet night forest. With some luck we might see the Northern Lights dancing in the sky above us! To keep ourselves warm we will enjoy a cup of traditional Finnish coffee by the campfire.

DURATION: 2 hours

PRICE: € 108 / person

Daily equipment rental

Cross-country skiing package

Snowshoes

Winter clothes package

Backpack

Kicksled

FOR OTHER EXPERIENCES ASK FOR OUR SEASONAL SPECIALITIES

Christmas and New Year celebration

Sunny spring

Colourful autumn

NEW! Aurora Borealis Sauna!!

UPGRADE YOUR SAFARI!

Exclusive departures

Outfit delivery directly to hotel

Gift as a souvenir

Feel the Spirit of Nature

**VALID:**

These safaris are operated in Saariselkä on 1 Dec 2012 – 15 Apr 2013
Guaranteed departures. All safaris require the participation of at least 2 adults

RESERVATION AND INQUIRIES:

Lapland Safaris North LTD Saariselkä

Saariseläntie 13

99830 Saariselkä

FINLAND

Tel: +358 (0) 16 33 11280

Fax: +358 (0) 16 668 923

Email: saariselka@laplandsafaris.fi

www.laplandsafaris.fi

By phone daily until 10:00 PM (+358 16 33 11280)

At your hotel reception

In Lapland Safaris office

CHILDREN:

Children (4-14-year-olds) receive a 25% discount during the period 1 December 2012 – 6 January 2013 and a 50% discount at other times. This discount entitles children to a seat in a sled pulled by a snowmobile driven by the guide. Children over 140 cm in height are allowed to sit on the snowmobile when paying the adult price. Please note that different terms and prices apply to husky safaris.

SAFARI PRICES INCLUDE:

All snowmobile safaris include thermal outfit, guide services in English, each snowmobile shared by two guests taking turns in driving, fuel, traffic insurance (maximum personal liability €980), maintenance and VAT. The driver of a snowmobile has to be at least 18 years of age with a valid driver's licence. Solo driving possibility (cost varies depending on the safari, between

1-4 h € 39 / person

4- h € 78 / person

MEETING POINTS FOR SAFARIS:

The meeting point will be confirmed upon reservation

GENERAL TERMS:

Snowmobile safaris are subject to change due to weather conditions. As a responsible safari organiser, Lapland Safaris North Ltd reserves the right to change the routing, pricing and the duration of the excursions without prior notice.

Lapland Safaris North Ltd reserves the right to interrupt a safari if a participant is seen as a potential danger to him/herself or to others or is in poor health. Prepaid safaris will not be refunded.

The driver of the snowmobile is held liable for damages caused to the vehicle.

Maximum personal liability € 980 per person/snowmobile/accident case.

Pregnant women should not use snowmobiles or sledges pulled by snowmobiles as the vibrations and exhaust fumes may be harmful

If the programme requires special arrangements (e.g. additional transport), the extra costs will not be covered by Lapland Safaris North Ltd.

Feel the Spirit of Nature




PROGRAMMES	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	SUN
Equipment Rental	●	●	●	●	●	●	●
Snowmobile safari to the fells 2 h EUR 93,- person	●	●	●	●	●	●	
Arctic Speed 3 h EUR 132,- person			●		●		
Cross country skiing 2 h EUR 58,- person		●		●		●	
Ice Fishing and snowmobiling 4h EUR 129,- person		●			●		
Visit to reindeer farm by snowmobiles 3 h EUR 133,- person				●			
Snowshoe trip to the nature 2 h EUR 58,- person	●		●		●		
Search for the northern lights 3 h EUR 139,- person	●			●		●	
In the Heart of the nature 5-6h EUR 177,- person			●				
Reindeer safari 2h EUR 105,- person	●						
Husky safari 2h EUR 146,- person 4h EUR 178,- person	●	●		●	●	●	●
Northern Lights search on reindeer sleighs 2h EUR 108,- person	●		●		●	●	

Feel the Spirit of Nature

Liite 2



Liite 3



Questionnaire of quality and customer service at Lapland Safaris

Background facts

1. Nationality _____
2. Age
 - a) 18-25
 - b) 26-40
 - c) 41-65
 - d) 66 +
3. I booked my trip through a travel agency?
 - a) Yes
 - b) No, from where? _____
4. Form of Travelling
 - a) Business
 - b) Pleasure
 - c) Other
5. Where did you hear about Lapland Safaris?
 - a) Internet
 - b) Travel Agency
 - c) Hotel
 - d) Lapland Safaris weekly program brochure
 - e) From Lapland Safaris Safari Shop (Feel Good, Gielas, Holiday club)
6. What contributed to choice of Lapland Safaris? (You can choose more than one alternative)
 - a) Price
 - b) Image
 - c) Reliability
 - d) The range of services
 - e) Good location
 - f) I did not make the decision
 - g) Other, what? _____

Quality and customer service at Lapland Safaris North

7. In which safari did you participate?
 - a) 2h Snowmobile safari to the fells
 - b) Arctic Speed (with snowmobiles to the husky farm)
 - c) Ice fishing and snowmobiling
 - d) Visit to the reindeer farm with snowmobile
 - e) Search of the northern lights by snowmobile & visit to the igloo site
 - f) Search of the northern lights by snowmobile 3h
 - g) In the heart of nature 5-6h
 - h) Cross country skiing safari
 - i) Snowshoe trip to the nature
8. Did the safari meet your expectations?
 1. Yes, how? _____
 2. No, why? _____

Feel the Spirit of Nature



On a scale of 1-5 (1 = bad, 5 = excellent, ? = no experience) how did you experience the alternatives below? Please mark the right option.

9. How did you experience the quality of;

The Snowmobile	1	2	3	4	5	?
The Cross country skis	1	2	3	4	5	?
The Snowshoes	1	2	3	4	5	?

10. How did you experience the quality of the winter thermal clothing set (incl. overall, shoes, socks, hat, mittens)

1 2 3 4 5 ?

11. How did you experience the guide's

Helpfulness	1	2	3	4	5	?
Expertise	1	2	3	4	5	?
Language skills	1	2	3	4	5	?
Customer service skills	1	2	3	4	5	?
Safety instructions	1	2	3	4	5	?
Guidance of the use of equipment	1	2	3	4	5	?

12. Did you feel safe on the safari?

a) Yes

b) No, why? _____

13. Would you recommend Lapland Safaris to others

a) Yes

b) No

c) Maybe

d) I don't know

14. On a scale of 4-10 (4 = bad, 10=excellent) what grade would you give Lapland Safaris as a service provider?

If you have further comments, please write it/them below:

Thank for your time! We appreciate your feedback!

Feel the Spirit of Nature