

**Mirka Lindell**

**MATKAILIJAN APUNA MAAILMALLA**

**Asiakastyytyväisyyskysely Lontoon suomalaisessa kirkossa**

**Opinnäytetyö**

**KESKI-POHJANMAAN AMMATTIKORKEAKOULU**

**Matkailun koulutusohjelma**

**Joulukuu 2009**

## TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ

<b>Yksikkö</b> Pietarsaaren yksikkö	<b>Aika</b> Joulukuu 2009	<b>Tekijä/tekijät</b> Mirka Lindell
<b>Koulutusohjelma</b> Matkailun koulutusohjelma		
<b>Työn nimi</b> MATKAILIJAN APUNA MAAILMALLA – Asiakastyytyväisyyskysely Lontoon suomalaisessa kirkossa		
<b>Työn ohjaaja</b> Sara Åhman		<b>Sivumäärä</b> 59+4
<b>Työelämäohjaaja</b> Juha Rintamäki		
<p>Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana oli Lontoon suomalainen kirkko. Työn tarkoituksena oli selvittää kirkolla käyvien asiakkaiden tyytyväisyyttä kirkolla tarjottaviin palveluihin. Saatujen tulosten avulla kirkolle annettiin kehittämisehdotuksia. Lisäksi Suomen Merimieskirkko ry sai ehdotuksia jatkuvan asiakaspalvelun mittaamiseen. Työllä haluttiin myös antaa lukijalle selkeä kuva niin Suomen Merimieskirkko ry:stä kuin Lontoon suomalaisesta kirkosta.</p> <p>Työn tietoperusta koostuu asiakastyytyväisyydestä, palvelun laadusta sekä asiakastyytyväisyyden mittaamisesta. Empiirisessä osassa käsitellään asiakastyytyväisyystutkimuksen suunnittelua ja toteutusta sekä tutkimustuloksia. Viimeisenä löytyvät kehittämisehdotukset, ehdotukset asiakaspalautteen keräämiseen sekä pohdinta.</p> <p>Asiakastyytyväisyystutkimus toteutettiin kvantitatiivisena kyselytutkimuksena touko-elokuussa 2009. Tutkimuslomakkeita oli jaossa Lontoon suomalaisen kirkon tiloissa ja kaikki halukkaat saivat osallistua tutkimukseen. Hyväksytyjä lomakkeita saatiin 69 kappaletta.</p> <p>Tutkimus osoitti, että Lontoon suomalaisen kirkon asiakkaat olivat pääosin tyytyväisiä kirkon palveluihin. Kirkko sai kiitosta kaikista tarjoamistaan palveluista ja tutkimus osoitti, että kirkko on tärkeä suomalaisuuden piste Iso-Britanniassa. Eniten negatiivista palautetta ja kehittämisehdotuksia annettiin majoituksesta ja tuotteiden hinnoista.</p>		
<b>Asiasanat</b> Asiakaspalvelu, kvantitatiivinen kyselytutkimus, Lontoon suomalainen kirkko, palvelun laatu, Suomen Merimieskirkko ry		

## ABSTRACT

<b>CENTRAL OSTROBOTHNIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES</b> Pietarsaari	<b>Date</b> December 2009	<b>Author</b> Mirka Lindell
<b>Degree programme</b> Tourism		
<b>Name of thesis</b> As a traveller's help in the world – Customer satisfaction survey in the Finnish Church in London		
<b>Instructor</b> Katarina Broman		<b>Pages</b> 59+4
<b>Supervisor</b> Juha Rintamäki		
<p>The supervisor of the thesis was the Finnish Church in London. The aim of the thesis was to find out about the customers' satisfaction with services offered by Finnish Church in London. Based on the results of the customer satisfaction survey, the development suggestions were given to the church. Besides for the Finnish Seamen's Mission were given suggestions how to measure customer satisfaction. The meaning of the thesis was also to give to readers a clear picture of the Finnish Seamen's Mission and the Finnish Church in London.</p> <p>The theory of the thesis deals with customer satisfaction, the quality of the service and how to measure customer satisfaction. The empiric part of this thesis contains the planning and carrying out of the customer satisfaction survey and its results. The development suggestions, ideas for measuring customer satisfaction and the contemplation are presented at the end of the thesis.</p> <p>The method used in the research was a quantitative research. The customer satisfaction enquiry was carried out during the time from May to August in 2009, when the blank forms were given to the customers of the Finnish Church in London. There were 69 acceptable blank forms received from the customers.</p> <p>Based on the research, the respondents were mostly satisfied with the services of the church. The church got credit for every service and on the basis of the results it can also be interpreted that the Finnish Church in London is an important Finnish place for the respondents. Mostly negative feedback and improvement suggestions were given for accommodation and the prices of the products.</p>		
<b>Key words</b> Customer service, quality of service, the Finnish Church in London, the Finnish Seamen's Mission, quantitative research		

**TIIVISTELMÄ  
ABSTRACT  
SISÄLLYS**

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>1</b>
<b>2 SUOMEN MERIMIESKIRKKO RY</b>	<b>3</b>
2.1 Historia	3
2.2 Nykypäivä	5
2.3 Toimipaikat ja kohderyhmät	7
2.4 Lontoon suomalainen kirkko	9
<b>3 ASIAKASTYYTYVÄISYYS JA PALVELUN LAATU</b>	<b>13</b>
3.1 Asiakastyytyväisyys	13
3.2 Palvelun laatu	14
3.3 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen	16
<b>4 TUTKIMUSSUUNNITELMA</b>	<b>18</b>
4.1 Kvantitatiivinen tutkimus tutkimusmenetelmänä	18
4.2 Tutkimuksen suunnittelu	19
4.3 Tutkimuksen toteutus	21
<b>5 TUTKIMUSTULOKSET JA NIIDEN ANALYSOINTI</b>	<b>22</b>
5.1 Taustamuuttajat	22
5.2 Tutkimustulokset	26
5.2.1 Vierailu kirkolla	26
5.2.2 Informaatio ja tyytyväisyys aukioloaikoihin	29
5.2.3 Kirkollinen toiminta	32
5.2.4 Kahvilatoiminta	34
5.2.5 Kauppa	40
5.2.6 Sauna	43
5.2.7 Majoitus	46
<b>6 KEHITTÄMISEHDOTUKSIA</b>	<b>51</b>
6.1 Kehittämisehdotuksia	51
6.2 Ideoita asiakaspalautteen keräämiseen	53
<b>7 POHDINTA</b>	<b>55</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>57</b>
<b>LIITTEET</b>	

## 1 JOHDANTO

Lontoon suomalainen kirkko tarjoaa suomalaisille matkailijoille apua ja erilaisia palveluja Iso-Britanniassa sekä Irlannissa. Palvelut koostuvat muun muassa majoitus-, ruokailu- ja seurakuntapalveluista. Opinnäytetyöni tarkoituksena on selvittää kirkon kävijöiden asiakastyytyväisyyttä näihin palveluihin, ja laatia kehittämissuunnitelma saatujen tulosten pohjalta. Lisäksi tulen antamaan kehittämisohjeita Suomen Merimieskirkolle jatkuvan asiakaspalvelun mittaamista varten.

Työn tavoitteena on kehittää Lontoon suomalaisen kirkon toimintaa asiakastyytyväisyystutkimuksen avulla sekä antaa uusia ideoita kaikkien Suomen Merimieskirkkojen asiakastyytyväisyyden mittaamiseen. Tavoitteena on lisäksi antaa lukijalle selkeä kuva niin Suomen Merimieskirkko ry:stä kuin Lontoon suomalaisesta kirkostakin.

Opinnäytetyössä tutkimusmenetelmänä käytetään kvantitatiivista kyselytutkimusta. Työhön kuuluu asiakastyytyväisyystutkimuslomakkeen luominen sekä sen testaaminen käytännössä ennen varsinaista tutkimuksen suorittamista. Asiakastyytyväisyystutkimus suoritetaan aikavälillä toukokuu–elokuu 2009. Asiakastyytyväisyystutkimuslomakkeet analysoidaan SPSS-ohjelman avulla. Saatuja tutkimustuloksia verrataan Leeni Lindroosin ja Merja Paa-volan vuonna 2002 tekemään opinnäytetyöhön Pala Suomea ulkomailla – Lontoon suomalaisen kirkon asiakastyytyväisyyskysely. Näin saadaan tietoa esimerkiksi siitä, miten kirkolla vuonna 2006 tehty suuri remontti on vaikuttanut ihmisten mielipiteisiin kirkon palveluista.

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Suomen Merimieskirkko ry ja työelämäohjaajana Lontoon suomalaisen kirkon johtaja ja pastori Juha Rintamäki. Suomen Merimieskirkko ry:llä on toimipisteitä niin kotimaassa kuin ulkomaillakin. Toimintaideana on kauaksi kotimaasta lähteneiden merenkulkijoiden ja siirtolaisten tukeminen sekä vaikeuksiin joutuneiden suomalaisten auttaminen. Nykyään suurin merimieskirkkojen käyttäjäryhmä on matkailijat.

Työn tietoperusta koostuu asiakastyytyväisyydestä, palvelun laadusta sekä asiakastyytyväisyyden mittaamisesta. Empiirisessä osassa käsitellään asiakastyytyväisyystutkimuksen

suunnittelua ja toteutusta sekä tutkimustuloksia. Viimeisenä esitellään kehittämissuunnitelmat, ehdotukset asiakaspalautteen keräämiseen sekä pohdinta.

Tutkimuksessa käytettyjä asiakastyytyväisyyslomakkeita oli esillä Lontoon suomalaisen kirkon tiloissa ja lisäksi kirkon henkilökunta jakoi niitä asiakkaille. Näin kaikki halukkaat saivat osallistua tutkimukseen tutkimuksen tekoaikana. Hyväksytyjä lomakkeita saatiin 69 kappaletta.

Toivon, että asiakastyytyväisyystutkimuksesta tulee olemaan hyötyä Lontoon suomalaiselle kirkolle. Tutkimuksesta saatujen tulosten perusteella kirkko voi kehittää mahdollisia asiakastyytyväisyyteen negatiivisesti vaikuttavia asioita ja sitä kautta parantaa asiakkaiden tyytyväisyyttä kirkon tarjoamiin palveluihin.

## 2 SUOMEN MERIMIESKIRKKO RY

Suomen Merimieskirkko ry perustettiin ulkomailla vaikeuksiin joutuneiden suomalaisten avuksi vuonna 1875. Tällöin se palveli pääasiassa merenkulkijoita ja siirtolaisia. Nykyään merimieskirkkojen asiakaskunta on laajentunut liikemiehiin, virkamiehiin, työkomennuksella oleviin henkilöihin, rekkamiehiin, turisteihin, au pareihin ja muihin ulkomailla asuviin, työskenteleviin ja matkaaviin suomalaisiin. Lisäksi myös kotimaan satamissa toteutetaan kansainvälistä kristillistä työtä. (Suomen evankelis-luterilainen kirkko 2008.)

### 2.1 Historia

Suomalainen merimieskirkkolähetystyö on saanut ratkaisevat virikkeet muista pohjoismaista. Skandinaaviset merimiespapit kohtasivat Englannin satamissa pulaan joutuneita suomalaisia merimiehiä, mutta eivät kielen takia osanneet auttaa heitä. Vuonna 1875 Suomen Lähetysseuran sen hetkinen johtaja K. J. G Sirelius sai kerättyä tarpeeksi varoja perustaa seuran, jonka nimeksi annettiin Suomalaisten merimiesten ulkomaan satamissa sielunhoitoyhtiö. Seuran edellytettiin työskentelevän erityisesti ulkomailla olevien 11 000 suomalaisen merimiehen parissa, mutta kaksikielisyyden vuoksi myös muiden skandinaavisten merenkulkijoiden palveleminen oli mahdollista. Seuran kielellisesti huono nimi – Suomalaisten merimiesten ulkomaan satamissa sielunhoitoyhtiö - lyhennettiin vuonna 1888 Suomen Merimieslähetysseuraksi. (Lempiäinen 2000, 12–13.)

Suomen Merimieslähetysseuran perustavassa kokouksessa päätettyjen sääntöjen mukaan pappien tuli saarnata Jumalan sanaa ja hoitaa sakramenteja, eli kastetta ja ehtoollista, levittää raamatun sanaa ja hengellistä kirjallisuutta sekä huolehtia yksityisestä sielunhoidosta ja merimiesten kaikinpuolisesta auttamisesta. Kaikessa toiminnassa oli noudatettava kirkon lakia, tunnuskirjoja ja johtokunnan antamaa ohjesääntöä. Seuran tunnetuksi tekemiseksi ja varojen keräämiseksi koottiin asiamiesverkosto, johon kutsuttiin merenkulusta ja merimieslähetyksestä kiinnostuneita henkilöitä. (Lempiäinen 2000, 14.)

Vuonna 1880 ensimmäinen suomalainen merimiespappi Elis Bergroth aloitti tehtävänsä Grimsbyssä Iso-Britanniassa. Hän piti jumalanpalveluksia ja hartauksia, teki laivavierailu-

ja, keskusteli merimiesten kanssa ja jakoi kirjallisuutta. Merimieskirkon lukusali oli merimiesten keskuudessa suosittu. Vuonna 1882 hän asettui Lontooseen, sillä siellä todettiin pappia tarvittavan kaikkein eniten. Työ laajeni 1883, kun Iso-Britanniaan lähetettiin toinen merimiespappi Hulliin ja Grimsbyyn. Merimieslähetys alkoi hoitaa merimiesten kirjeenvaihtoa, raha-asioita, kuolemantapausten ilmoittamisia omaisille ja vainajien saattamista hautaan sekä suomalaisten luona käyntejä sairaaloissa ja vankiloissa. Merimiesten lisäksi näitä palveluita käyttivät siirtolaiset ja muut matkustajat. Vuonna 1894 Lontoo sai ensimmäisen suomalaisen merimieskirkon. Siihen asti toimintaa oli ylläpidetty muiden kirkkojen tiloissa. (Lempiäinen 2000, 15–19.)

Merimieslähetysseuran toiminta laajeni myöhemmin ulkomailla Ranskaan, Amerikkaan, Saksaan, Belgiaan, Hollantiin, Australiaan, Tanskaan, Puolaan, Italiaan, Luxemburgiin ja Kaukoitään. Vuonna 1898 kirkon sääntöihin lisättiin pykälä, joka teki siirtolaislähetyksestä virallisen osan Suomen Merimieslähetysseuran toimintaa. Esimerkiksi New Yorkin aseman tarpeellisuutta perusteltiin juuri siirtolaisten palvelemisella, joita oli asettunut Amerikkaan 1860-luvun nälkävuosista lähtien. (Kansanaho 1983, 95, 116–117, 212–220, 239–272, 385; Lempiäinen 2000, 19–24.)

Kotimaassa Merimieslähetysseuran toiminta alkoi vuonna 1908, kun seuran sääntöihin lisättiin kohta, joka mahdollisti työntekijöiden palkkaamisen työhön myös Suomen satamissa. Kotimaan työtä ei kuitenkaan koettu keskeiseksi. Sitä sai tehdä vain ulkomaita käsittävän työn ohessa ja mikäli varoja erityisesti sitä varten kertyi. Varsinaisen työn kotimaan satamissa voidaan katsoa alkaneen vuosina 1906–1908, kun Sailors Home -säätiö avasi ensimmäisen merimieskodin Katajanokalla. Merimieslähetysseuralla oli toimintaa 1900-luvun alussa Helsingissä, Turussa, Oulussa ja Hangossa. Toiminta laajeni 1920–1931-luvuilla Vaasaan, Viipuriin, Kotkaan, Vaasaan, Poriin, Pietarsaareen, Kokkolaan sekä Raumalle. (Lempiäinen 2000, 24–25; Kansanaho 1983, 104–106, 196–203.)

Merimieslähetysseuran toiminta kotimaan satamissa kääntyi 1950-luvulla laskuun, koska laivaliikenteen luonne muuttui ja kulkuyhteydet Suomessa paranivat. Aikaisemmin lukusaleja käyttäneiden suomalaisten merimiesten käynnit Merimieslähetysseuran lukusaleissa vähenivät ja ulkomaisia merenkulkijoita ei nähty ensisijaisena kohderyhmänä, vaikka he olivat alusta lähtien lukusaleihin tervetulleita. Useissa paikoissa ulkomaisista merenkulkijoista ei pystytty huolehtimaan, koska lukusaleissa työskenteli usein iäkäs naishenkilö, jonka



kielitaito oli heikko. Merimieslähetykseura oli haluton panostamaan kotimaan toimipaikoihin ja monia lukusaleja suljettiin. (Lempiäinen 2000, 99–100.)

Merenkulun muuttuessa 1980-luvulla suuri osa tavarankuljetuksista siirtyi ulkomaisille laivoille ja miehistö niillä monikansallistui. Miehistöä tuli niin sanotusta kolmannesta maailmasta ja 1990-luvun alussa entisistä kommunistimaista. Miehistön palkat olivat usein alhaiset ja merimiesten taloudellisten ja sosiaalisten oikeuksien toteutumisesta jouduttiin huolehtimaan. Pohjoismaiset merimieskirkot joutuivat pohtimaan oliko työkohdistaminen vain hyvinvointimaiden merenkulkijoille oikein. Merimieslähetykseuran piirissä kasvoi myös idea kansainvälisen työn aloittamisesta kotimaan satamissa. Uusi työalue kirjattiin vuonna 1994 seuran sääntöihin ja niin Merimieskirkko muuttui ulospäin suuntautuvaksi ja kansalliset rajat ylittäväksi kirkoksi. Ulkomailla tapahtuvan toiminnan lisäksi oli siis tehtävänä toteuttaa kansainvälistä kristillistä työtä myös Suomen satamissa. Uudistuksen myötä luovuttiin vanhasta lukusali-nimityksestä, työntekijöiden koulutustasoa nostettiin ja heille järjestettiin jatkokoulutusta. (Lempiäinen 2000, 110–114.)

Merimieslähetykseuran nimi muutettiin vuonna 1994 Suomen Merimieskirkko ry:ksi, sillä se kuvasti paremmin nykyistä tilannetta. Merimies-sanan säilyttäminen seuran nimessä katsottiin perinteen takia olevan tärkeä, koska sillä oli positiivinen lataus ja arvo. (Lempiäinen 2000, 146.)

## **2.2 Nykypäivä**

Suomen Merimieskirkko ry:n toimintaideana on ollut alusta asti kauaksi kotimaasta lähteneiden merenkulkijoiden ja siirtolaisten tukeminen. Lisäksi vaikeuksiin joutuneiden suomalaisten auttaminen on ollut aina tärkeää. Merimieskirkon perusarvoja ovat vieraanvaraisuus, kohtaaminen, läsnäolo, kristillinen identiteetti, merellinen henki ja avoimuus uudelle. Suomen Merimieskirkko ry toimii yhteistyössä Suomen evankelis-luterilaisen kirkon kanssa. Merimieskirkko toteuttaa myös kansainvälistä kristillistä työtä Suomen satamissa. (Suomen Merimieskirkko ry 2008a.)

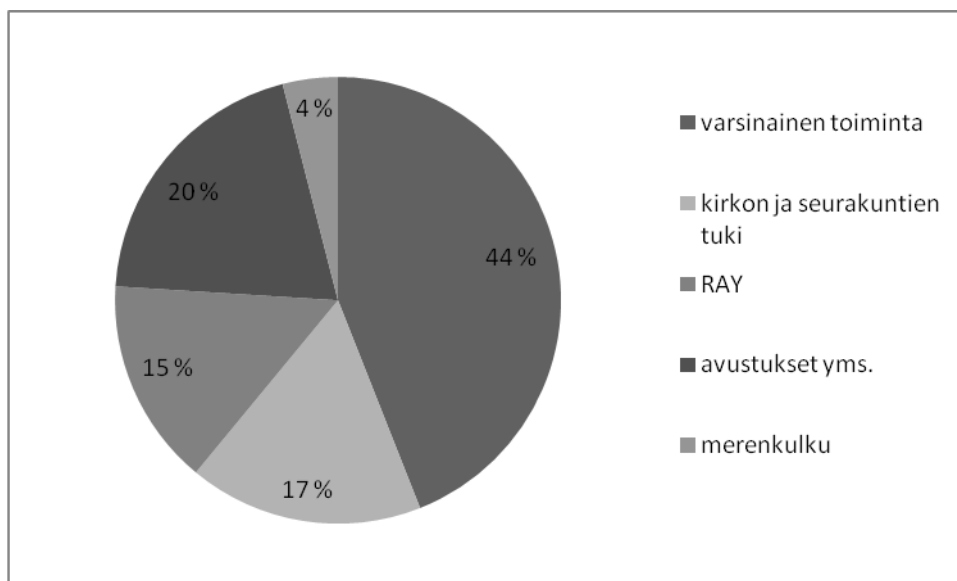
Suomen Merimieskirkko ry palvelee kävijöitään monipuolisesti niin kotimaassa kuin ulkomaillakin. Nykyään suomalaiset matkailijat saavat ulkomailla sijaitsevilla merimieskirkoil-

la palvelua omalla äidinkielellään. Suomalaisen merimieskirkon palveluihin kuuluvat ulkomailla kahvila-ravintola, kirjasto, sauna, Suomi-kauppa, Internet, puhelin, posti ja Suomi-televisio sekä pyykinpesumahdollisuus. Useat merimieskirkot tarjoavat kotoisaa ja edullista majoitusta niin ryhmille kuin yksittäisille henkilöillekin. Merimieskirkoilla on tarjolla suomenkielisiä sanomalehtiä, siellä voi nauttia hyvästä ruuasta ja perinteisistä suomalaisista juhlista sekä keskustella muiden suomalaisten kanssa. Merimieskirkot tarjoavat vaihtelevasti myös erilaisia kerhoja ja ryhmiä, konsertteja ja taidenäyttelyjä sekä myyjäisiä. Hädän tullen merimieskirkoilla on tarjolla aina hätämajoitusta tai turvakotitilaa. Lisäksi merimieskirkot järjestävät säännöllisesti suomenkielisiä jumalanpalveluksia sekä kastetilaisuuksia, häitä ja hautajaisia. (Suomen Merimieskirkko ry 2008a.)

Kotimaassa merimieskirkkojen palvelut on puolestaan kohdistettu pääasiassa Suomessa vierailevien alusten miehistöille ja raskaan liikenteen kuljettajille. Merimieskirkoilla on kävijöiden käytettävissä muun muassa puhelinpalvelut, lukusali, kahvio ja kanttiini, myymälä ja satelliitti-TV. Merimieskirkot järjestävät lisäksi opastus- ja kuljetuspalveluita sekä retki-toimintaa sopimuksen mukaan. (Suomen Merimieskirkko ry 2008b, 2009.) Itäisen Suomenlahden ja Perämeren satamissa kiertävistä kahdesta asuntoautosta, Navicar-kirkoautoista, löytyvät myös kaikki merimieskirkon peruspalvelut. (Suomen Merimieskirkko ry 2008c.)

Kotimaan ja ulkomaiden merimieskirkoilla on vuosittain käyttäjiä yhteensä neljännesmiljoona ja määrä kasvaa koko ajan. Kaksi kolmasosaa merimieskirkkojen työstä tehdään etäsuomalaisten parissa. Merenkulkijoita käyttäjistä on 16 prosenttia ja rekkamiehiä yksi prosentti. Muu osa merimieskirkkojen työstä tehdään maailmalla liikkuvien ja asuvien suomalaisten parissa. Kaikista käyttäjistä noin 10 prosenttia tavattiin joko liikkeellä tai satamassa olevassa laivassa, loput kirkoilla. (Suomen Merimieskirkko ry 2008a, 2008f; Lehmuskallio 2007.)

Vuonna 2007 Suomen Merimieskirkko ry:llä oli päätoimisia työntekijöitä 40, joista 12 työskenteli keskustoimistolla, 12 kotimaan merimieskirkoilla ja 16 ulkomaan merimieskirkoilla. Henkilökuntaa oli yhteensä 173 henkilöä. Vapaaehtoisia avustajia oli 810 ja tukiryhmien jäseniä Suomessa ja ulkomailla noin 1 500 henkilöä. (Suomen Merimieskirkko 2008, 3 & 77.)



KUVIO 1. Suomen Merimieskirkko ry:n rahoituslähteet vuonna 2007

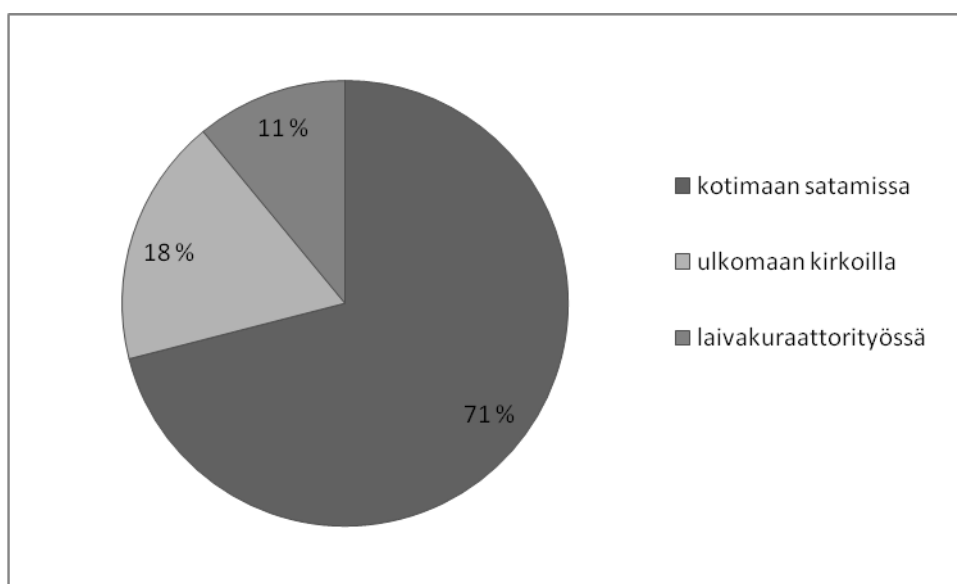
Suomen Merimieskirkon budjetti vuodelle 2007 oli noin 4,9 miljoonaa euroa. Merimieskirkko ei saa toimintaansa verovaroja, koska se on yhdistysmuotoinen. Kaikki toiminta rahoitetaan kussakin maassa pääasiassa oman varainhankinnan keinoin. Kuviosta 1 nähdään käytetyt rahoituslähteet vuonna 2007, joita olivat: varsinainen toiminta 44 %, kirkon ja seurakuntien tuki 17 %, valtio ja RAY (Raha-automaattiyhdistys) 15 %, avustukset, keräykset ja muu varainhankinta 20 % sekä tuki merenkulun taholta 4 %. (Suomen Merimieskirkko ry 2008e, 2008f; Suomen Merimieskirkko 2008, 3.)

### 2.3 Toimipaikat ja kohderyhmät

Suomessa merimieskirkot ovat paikkakuntiansa kansainvälisiä keskuksia. Niitä toimii tällä hetkellä yhdeksällä paikkakunnalla: Haminassa, Helsingissä, Kemissä, Kokkolassa, Oulussa, Porissa, Raahessa, Raumalla ja Turussa. Haminan merimieskirkon henkilökunnan hoitama Navicar-kirkkoauto on liikkeellä kotisatamastaan kolmena päivänä viikossa. Se vierailee niissä itäisen Suomenlahden satamissa, Kotkassa, Loviisassa ja Porvoossa, joissa ei ole omaa merimieskirkkoa ja joista matkaa kaupunkien keskustoihin on paljon. Myös Perämeren pohjukassa liikkuu oma Navicar 2 -kirkkoauto. (Suomen Merimieskirkko ry 2008c, 2008d; Lehmuskallio 2007.) Helsingin Vuosaaren satamaan on valmistunut vuoden 2009 tammikuussa Merimieskeskus, jossa toimii Suomen Merimieskirkko sekä Merimiespalvelutoimisto. (Suomen Merimies-Unioni SMU ry 2009.)

Kotimaan satamissa ulkomaalaisia palvelevilla suomalaisilla merimieskirkoilla taataan, että myös suomalaiset voivat käyttää ulkomaan satamissa olevia vastaavia palveluja. Suomen Merimieskirkot kuuluvat International Christian Maritime Association (ICMA) palveluverkoston, joka palvelee 126 maassa ja noin 685 maailman satamassa vastavuoroisesti myös suomalaisia. (Suomen Merimieskirkko 2008, 5.)

Ulkomailla toimipisteet ovat maassa asuvien ja liikkuvien suomalaisten kristillisiä, sosiaalisia ja kulttuurisia kohtaamispaikkoja. Suomen Merimieskirkolla on toimintaa 12 maassa Suomen lisäksi. Suomalaisia merimieskirkkoja toimii Belgiassa Antwerpenissa ja Brysselissä, Saksassa Hampurissa ja Lyypekissä, Iso-Britanniassa Lontoossa ja Alankomaissa Rotterdamissa. Kreikan Pireuksessa merimieskirkolla ei ole suomalaista työntekijää, mutta kuitenkin toimintaa Skandinaavisen kirkon tiloissa. Puolan Varsovassa merimieskirkko järjestää säännöllisesti jumalanpalveluksia ja siellä on paikalla suomalainen pappi. Varsovassakaan ei ole omaa toimipistettä, vaan merimieskirkko toimii Puolan luterilaisen seurakunnan tiloissa. Merimieskirkolla on toimintaa lisäksi Luxemburgissa ja Irlannissa. Joulukirkkoja järjestetään vaihtuvissa kohteissa Kaukoidän alueella. (Suomen Merimieskirkko ry 2008a, 2008e.)



KUVIO 2. Merenkulkijoiden kohtaamispaikat

Suomen satamissa käyvät merenkulkijat edustavat noin 50 eri kansallisuutta ja useita eri uskontoja. Merenkulkijoiden kohtaamisista 71 % tapahtuu kotimaan satamissa, 18 % ulkomaan kirkoilla ja 11 % laivakuraattorityössä (KUVIO 2). Kotimaan merimieskirkkojen toi-

minta on arjessa tapahtuvaa diakoniaa, eli kristillistä palvelutyötä, ja ekumeniaa, eli kristillisten yhteisöjen ja kirkkokuntien välistä yhteistyötä. (Suomen Merimieskirkko ry 2008g; Suomen Merimieskirkko 2008, 31.)

Ulkomailla Merimieskirkon kohderyhmä on laajempi. Sinne ovat tervetulleita kaikki suomalaiset riippumatta ulkomailla olon syystä tai kestosta. Merimieskirkko palvelee niin merenkulkijoita, rekkakuskeja, ulkosuomalaisia, kaikkia työmatkalaisia, interreilaajia, au-paireja kuin lomamatkalaisiakin. Suomen Merimieskirkon ulkomaan toiminta-alueella oleskelevat seurakkaat eli Merimieskirkkojen käyttäjät, Merimieskirkko kohtasi keskimäärin lähes yhdeksän kertaa vuoden 2007 aikana. Kohtaamisia kirjattiin miltei 140 000 kappaletta. (Suomen Merimieskirkko 2008, 6.)

Suomen Merimieskirkko ry on ollut siis useiden suomalaisten ja ulkomaistenkin ihmisten elämässä mukana vuosien saatossa. Se on pystynyt mukautumaan asiakasryhmien muutoksissa oikeanlaisia palveluja tarjoavaksi organisaatioksi. Seuraavassa alaluvussa keskitytään yhteen Suomen Merimieskirkko ry:n toimipisteistä, Lontoon suomalaiseen kirkkoon.

#### **2.4 Lontoon suomalainen kirkko**

Lontoon suomalainen kirkko toimii Iso-Britanniassa ja Irlannissa olevia suomalaisia ja suomiystäviä varten. Se on yksi Suomen Merimieskirkko ry:n toimipaikoista. Kirkon nimessä ei esiinny enää merimieskirkko-sanaa, sillä merimiehet eivät ole enää kirkon suurimpia asiakasryhmiä. Toiminta Lontoon suomalaisella kirkolla on alkanut jo vuonna 1882. Nykyinen kirkkorakennus on valmistunut vuonna 1958 ja on järjestyksessään kolmas suomalainen kirkko Lontoossa. (Lontoon suomalainen kirkko 2008a.)

Lontoon suomalainen kirkko tekee työtä vakituisesti maassa asuvien, merimiesten, au-pairien, opiskelijoiden, matkailijoiden ja eri asioilla alueella liikkuvien suomalaisten kanssa. Toiminta-alue ulottuu Lontoosta Skotlantiin ja Irlantiin saakka. Vuonna 2007 Lontoon suomalainen kirkko tapasi Lontoon kirkolla 23 463 ja kirkon ulkopuolella 4 289 seurakasta. Myyjäisvieraita oli lisäksi 5 700 henkilöä. (Lontoon suomalainen kirkko 2008a; Suomen Merimieskirkko 2008, 27.)

Lontoon suomalaisen kirkon tapaamis- ja kohtaamispaikkana sekä suomalaistoiminnan infopisteenä toimii kirkon kahvila. Kahvilasta voi ostaa niin pientä purtavaa kuin kotiruokaa-kin. Kahvilan yhteydestä löytyvät sanoma- ja aikakauslehdet, ilmainen Internet-yhteys, suomalaiset TV-ohjelmat satelliittikanavalta, suomalaista kirjallisuutta kaiken ikäisille sekä leikkinurkkaus. Kirkon yhteydessä toimivasta kaupasta löytyy Lontoon laajin valikoima suomalaisia elintarvikkeita. Myynnissä on myös muita suomalaisia suosikkituotteita ja lahjaesineitä. (Lontoon suomalainen kirkko 2008b, 2008c.)

Majoitusta Lontoon suomalaisella kirkolla järjestetään vasta uusituissa tiloissa. Tarjolla on kaksi vierashuonetta sekä yhteismajoitusta. Vierashuoneet sisältävät oman kylpyhuoneen, ja yhteismajoituksessa huoneiden yhteydessä on omat kylpyhuoneet, wc:t sekä keittokomero. Majoitushintaan, joka vierashuoneessa on noin 42 € ja yhteismajoituksessa noin 30 € henkilöltä, sisältyy lakanat, aamiainen sekä mahdollisuus saunomiseen yleisinä saunavuoroina. Myös yleiset tilat ovat majoittujien käytössä. (Lontoon suomalainen kirkko 2008d.)

Kirkko tarjoaa saunomismahdollisuutta kuutena päivänä viikossa, tiistaista sunnuntaihin. Saunominen on mahdollista naisten ja miesten yleisillä vuoroilla tai varaamalla yksityisvuoron. Yleinen saunavuoro maksaa hieman yli kuusi euroa ja yksityissaunavuoro noin 23 € kahdelta henkilöltä. Opiskelijat, au pairit, työttömät ja eläkeläiset ovat oikeutettuja alennukseen, jolloin yleisen saunavuoron hinnaksi tulee noin 3 €. (Lontoon suomalainen kirkko 2008e.)

Lontoon suomalainen kirkko järjestää ainoana kirkkona Lontoossa jokaisen kuukauden ensimmäisenä sunnuntaina sekä kirkollisina juhlapyhinä täysin suomenkielisen jumalanpalveluksen. Sen yhteydessä toimii lapsille suunnattu pyhäkoulu. Jokaisena sunnuntaina kirkolla hiljennytään iltahartauteen. Vuoden aikana järjestetään lisäksi noin 20 aluejumalanpalvelusta ympäri Iso-Britanniaa ja Irlantia. Lontoon suomalaisen kirkon papit toimittavat kastetilaisuuksia, avioliittoon vihkimisiä sekä hautajaisia. Vuonna 2007 toimitettiin 47 kastetta, 18 avioliittoon vihkimistä ja viisi hautaan siunaamista. (Lontoon suomalainen kirkko 2008f; Suomen Merimieskirkko 2008, 41.)

Lontoon suomalaisen kirkon sosiaalityön tarkoituksena on auttaa kirkon toiminta-alueella asuvien ja vierailevien suomalaisten hyvinvointia tarjoamalla tukea, neuvontaa ja palveluja

omalla äidinkielellä. Sosiaalityö muodostuu tapaamisista ja keskusteluista kirkolla, ryhmätoiminnasta, kotikäynneistä sekä vierailuista sairaaloissa ja muissa laitoksissa. Kriisitilanteissa kirkon työntekijät kuuntelevat ja auttavat vuorokauden ympäri. Lontoon suomalainen kirkko tekee moniammatillista yhteistyötä suurlähetystön, konsulaatin, eri suomalaisten tahojen sekä paikallisten ja suomalaisten viranomaisien kanssa. (Lontoon suomalainen kirkko 2008g.)

Vuonna 2007 kirkon diakonisen ja sosiaalisen työn tarve oli jatkuvaa ja avun tarvitsijoiden määrä oli voimakkaassa kasvussa. Keskusteluapua, neuvontaa ja majoitusta tarvitsivat niin vanhukset, opiskelijat, työnhakijat, työttömät kuin esimerkiksi perheongelmiin joutuneet. Kirkolla on tehtykin kasvavassa määrin kriisi- ja mielenterveystyötä. Merimieskirkon ja Finn Guild -kansalaisjärjestön ylläpitämä noin 120 hengen ystäväverkosto on ollut merkittävä tuen muoto ja kanava. Ystäväverkosto koostuu vapaaehtoisista suomalaisista, jotka ovat keskustelukumppaneina ja kuuntelijoina sekä informaation välittäjinä sitä tarvitseville. (Suomen Merimieskirkko 2008, 42; Lontoon suomalainen kirkko 2008g.)

Laivavierailut kuuluvat vahvasti Lontoon suomalaisen kirkon elämään. Kirkon henkilökunta tapaa suomalaiset merenkulkijat pääsääntöisesti laivoilla, koska aikaa merimieskirkolla vierailuun ei nykyään useastikaan ole. Laivavierailujen yhteydessä laivoille viedään yleensä uusimpia suomalaisia lehtiä, vaihdetaan kuulumisia ja keskustellaan monista elämään liittyvistä asioista. Vierailuja pyritään tekemään kaikkiin Lontoon lähisatamiin saapuviin suomalaislaivoihin sekä niihin laivoihin, joissa seilaa suomalaista miehistöä. Satunnaisesti vierailevien laivojen miehistöä päästään tapamaan lyhyen varoitusaajan takia harvoin. (Suomen Merimieskirkko 2008, 42; Lontoon suomalainen kirkko 2008g.)

Erilaiset juhlat, urheilutapahtumat, konsertit ja näyttelyt kokoavat Lontoon suomalaiselle kirkolle paljon väkeä. Vuoden 2007 merkittävimmät tapahtumat olivat senioripäivät, juhannus, kirkon päivä, joulumyyjäiset, itsenäisyyspäivävastaanotto, kauneimmat joululaulut, jouluaaton puurojuhla sekä uuden vuoden juhlat. Muun muassa kauneimmat joululaulut -tilaisuuksia järjestettiin myös eri puolilla maata ja joulumyyjäisiä oli viidellä eri paikkakunnalla. (Suomen Merimieskirkko 2008, 41.)

Vuonna 2007 säännöllisesti kokoontuneita ryhmiä Lontoon suomalaisella kirkolla olivat pallerokerho, päiväpiiri, raamattupiiri, taideryhmä, jalkapalloilijat, pesäpalloilijat, au pairit,

iltapäiväkerho, sekä nuortenillat ja teatterikerho. Pallerokerhossa kokoontuvat vauvat ja leikki-ikäiset vanhempineen laulamaan ja leikkimään. Päiväpiirin kohderyhmänä ovat seniorit, joille on tarjolla keskustelua eri teemoista, yhteistä tekemistä sekä kahvittelua. Raamattupiiri on avoin kaikille, jotka haluavat kokoontua raamatun äärelle pohdiskelemaan ja keskustelemaan, ja taideryhmään voivat osallistua kaikki taiteesta pitävät. LOPS eli Lontoon palloseura on koonnut yhteen suomalaisia ja Suomesta kiinnostuneita jalkapallon ystäviä jo toistakymmentä vuotta. Pesäpalloa pelataan kesällä kerran viikossa. Au pair -tapaamisissa välitetään tietoa au pairin työstä ja oikeuksista, siellä tapaa uusia tuttavuuksia, on mahdollisuus osallistua erilaisiin retkiin ja muuhun ajanvietteeseen. Iltapäiväkerho on tarkoitettu kouluikäisille lapsille. Kerhossa lauletaan ja leikitään suomeksi, askarrellaan ja ollaan yhdessä. (Suomen Merimieskirkko 2008, 42; Lontoon suomalainen kirkko 2008h.)



### 3 ASIAKASTYYTYVÄISYYS JA PALVELUN LAATU

Tässä luvussa määritellään asiakastyytyväisyyden ja palvelun käsitteet sekä kerrotaan asiakastyytyväisyyden ja palvelun laadun kokemisesta. Luvussa käsitellään lisäksi sitä, miksi asiakaspalautteen kerääminen on eri organisaatioille tärkeää.

#### 3.1 Asiakastyytyväisyys

Asiakastyytyväisyys on asiakkaan arvio tuotteesta tai palvelusta sillä aikavälillä, jolloin tuote tai palvelu on kohdannut asiakkaan tarpeet ja odotukset. Epäonnistuminen tarpeiden ja odotusten täyttämässä puolestaan muuttuu tyytymättömyydeksi tuotetta tai palvelua kohtaan. Asiakastyytyväisyys syntyy tietystä tuotteesta tai palvelun ominaisuudesta, käsituksesta tuotteen tai palvelun laadusta ja hinnasta. Lisäksi asiakkaan mieliala ja tunnetila sekä paikalliset tekijät, kuten perheenjäsenten mielipiteet voivat vaikuttaa tyytyväisyyteen. (Zeithaml, Bitner & Gremler 2006, 110).

Halutessa vaikuttaa asiakastyytyväisyyteen, etsitään sellaisia palvelun konkreettisia ja abstrakteja ominaisuuksia, jotka tuottavat asiakkaille tyytyväisyyden kokemuksia. Palveluorganisaation on pyrittävä vaikuttamaan palvelun laatutekijöihin, koska ne tuottavat asiakastyytyväisyyttä. Näitä palvelun laatutekijöitä ovat luotettavuus, reagointialttius, palveluvarmuus, empatia ja palveluympäristö. (Ylikoski 1999, 152).

Ihmiset voivat kokea yksittäiset palvelutapahtumat joko myönteisiksi, neutraaleiksi tai epätydyttäväiksi. Nämä yksittäiset palvelutapahtumat muodostavat asiakassuhteita. Pitkäaikaiset ja kannattavat asiakassuhteet ovat palveluorganisaation toiminnan kantava voima. Kun asiakas on tyytyväinen organisaation palveluihin ja kokee näin palvelutapahtuman myönteisesti, syntyy kiintymys kyseistä palveluorganisaatiota kohtaan. Tämän kiintymyksen voi havaita lojaalisuutena sekä ostouskollisuutena, ja parhaimmassa tapauksessa tyytyväiset asiakkaat toimivat suosittelijoina. (Grönroos & Järvinen 2001, 96).

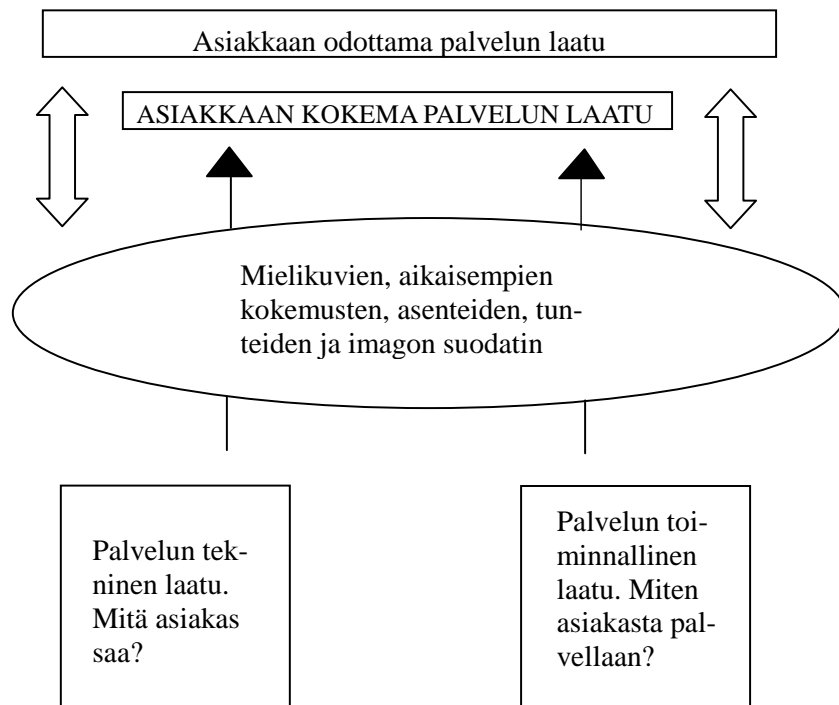
Palvelutapahtumaan neutraalisti suhtautuvat asiakkaat ovat suurin ryhmä. Heissä palvelutapahtuma ei herätä ihastusta muttei myöskään vihastusta. Kieltäytyviksi ja luopuviksi asiak-

kaiksi lasketaan ne asiakkaat, jotka ovat tyytymättömiä palveluorganisaation toimintaan. Näiden asiakkaiden osto- tai asiointiuskollisuus vähenee ja pahimmassa tapauksessa erittäin tyytymättömät asiakkaat voivat alkaa mustamaalata organisaatiota. Negatiiviset kokemukset jäävät asiakkaiden mieliin helpommin ja vaikuttavat asenteisiin enemmän kuin positiiviset kokemukset. Näin ollen jokaisen organisaation täytyisi pitää hyvää huolta asiakastytyväisyydestään, sillä se on yksi palvelun laatuunkin vaikuttavista tekijöistä. (Grönroos & Järvinen 2001, 96; Ylikoski 1999, 149).

### **3.2 Palvelun laatu**

Palvelu on toiminta tai hyöty, jonka toinen osapuoli voi tarjota toiselle, se on pohjimmiltaan aineeton ja sen seurauksena saaja ei omista mitään. (Amstrong & Kotler 2005, 223). Tämä määritelmä palveluista kiteyttää yhden näkökulman – palvelut ovat aineettomia. Hyvä palvelu luodaankin yhdessä asiakkaan kanssa palvelutilanteessa. Palveluihin kuitenkin liittyy usein jotain aineellista, kuten esimerkiksi ruoka ja juoma ovat osa ravintolapalvelua. Kaikilla palveluilla on erityispiirteitä, jotka vaikuttavat markkinointiin ja joiden huomiominen on välttämätöntä, jotta asiakkaat olisivat tyytyväisiä. (Ylikoski 1999, 17; Rissanen 2006, 17).

Palvelun laatua voidaan tarkastella kahdella tavalla. Se voidaan jakaa palveluprosessin laatuun ja lopputuloksen laatuun. Tällöin asiakkaan odotusten ja kokemusten suhdetta tarkastellaan erikseen niin palveluprosessin kuin lopputuloksenkin osalta. Molemmat asiat ovat tärkeitä asiakastytyväisyyttä ajatellessa. (Leppänen 2007, 138). Esimerkki tilanteesta, jossa toinen näistä asioista, palveluprosessi tai lopputulos ei ole kunnossa, voidaan antaa esimerkiksi majoituspalveluista. Lopputuloksen epäonnistuessa vastaanottohenkilökunta voi olla ystävällistä ja sisään kirjautuminen onnistuu nopeasti, mutta huoneen laatu ei täytä asiakkaan odotuksia. Palveluprosessin epäonnistuessa asiakas puolestaan saa huonoa palvelua vastaanotossa ja jonot ovat pitkiä. Asiakkaan saama huone voi kuitenkin täyttää kaikki asiakkaan toivomukset ja vaatimukset. Asiakkaan tyytyväisyyden takaaminen edellyttää siis palveluorganisaatiolta panostamista niin palveluprosessiin kuin lopputuloksen laadusta huolehtimiseen.



KUVIO 3. Asiakkaan kokeman palvelun laadun muodostuminen palvelutilanteessa (muokailen Rissanen 2006, 214.)

Toinen tapa palvelun laadun tarkastelemiseen esitetään kuviossa 3. Palvelun laatu muodostuu myös siitä, miten hyvin palvelu vastaa asiakkaan odotuksia ja vaatimuksia eli miten hyvin asiakkaan tarpeet ja toiveet tyydyttyvät. Palvelun laadun hyvyyden tai paremmuuden, sen kuinka palvelu on onnistuttu tuottamaan, jokainen yksilö tiedostaa oman kokemisen kautta. Asiakkaan kokemus laadusta muodostuu palveluprosessista sekä siitä, mitä asiakas palvelun lopputuloksena saa. Tapa, jolla palvelu suoritetaan voi olla asiakkaalle jopa itse lopputulosta tärkeämpää. Siksi palveluorganisaation henkilöstön ja asiakkaan välinen vuorovaikutus on ratkaiseva tekijä hyvän palvelukokemuksen muodostumisessa. (Grönroos & Järvinen 2001, 82; Ylikoski 1999, 118).

Asiakkaan mielikuva organisaatiosta, imago, on kolmas laadun osatekijöistä. Imago toimii laatukokemuksen suodattimena, jonka läpi asiakas näkee niin teknisen kuin toiminnallisenkin laadun. Hyvä imago auttaa suodattamaan joitakin pieniä ja joskus hieman isompiakin virheitä niin, että virheistä huolimatta asiakas kokee palvelun laadun tyydyttäväksi. Huono imago puolestaan vahvistaa asiakkaan huonoja kokemuksia entisestään. (Ylikoski 1999, 118).

Palvelujen tuottajilla ja niitä kuluttavilla asiakkailla on usein erilaiset perustat arvioida palvelun laatua. Niinpä palvelun tuottajalla on useasti erilainen näkemys palvelun onnistumisesta, sillä hän arvioi palvelua omien kriteeriensä mukaisesti. Näitä kriteereitä ovat muun muassa käytetty panostus ja voimavarat. (Rissanen 2006, 17).

### **3.3 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen**

Kuluttajan kannattaa antaa yritykselle palautetta sekä hyvästä että huonosta asiakaspalvelusta. Vastuullinen yritys kuuntelee asiakkaitaan ja voi palautteen avulla tehokkaasti parantaa omia toimintatapojaan asiakaslähtöisesti. (Kuluttajavirasto 2009). Erityisesti isojen yritysten kannattaa kerätä asiakaspalautetta monikanavaisesti ja toteuttaa asiakastyytyväisyystutkimuksia säännöllisin väliajoin. (Aarnikoivu 2005, 67).

Asiakastyytyväisyystutkimusten tarkoituksena on kerätä tietoa muun muassa tekijöistä, jotka asiakas kokee positiiviseksi palvelutilanteessa sekä asiakkaan kokemuksia asiakaspalvelun asiantuntevuudesta ja ystävällisyydestä, tilojen viihtyisyydestä, tuote- ja palveluvalikoimasta sekä asiakkaan tarpeista. Näiden tietojen avulla saadaan selville miten hyvin organisaatio on onnistunut asiakastyytyväisyyden aikaansaamisessa. Asiakastyytyväisyystutkimusten avulla voidaan selvittää halutessa myös oma tilanne eli omat heikkoudet ja vahvuudet suhteessa kilpailijoihin. (Aarnikoivu 2005, 67; Ylikoski 1999, 149).

Asiakaskeskeisessä organisaatiossa pyritään tavoitteiden toteutumiseen asiakastyytyväisyyden avulla. Jotta tyytyväisyyteen voidaan vaikuttaa, tarvitaan tarkkaa tietoa siitä, mitkä asiat tekevät asiakkaat tyytyväisiksi. Tämä edellyttää sitä, että tietoa hankitaan suoraan asiakkaalta ja saadaan näin asiakkaan ääni kuuluville. Erilaisia tutkimuksia hyödynnetään usein järjestelmällisesti ja niiden pohjalta tehdään toimenpiteitä. Asiakastyytyväisyyttä parantavat toimenpiteet ovat tärkeitä, sillä organisaation kiinnostus asiakkaiden mielipiteistä lisää usein asiakkaiden odotuksia. Näin ollen ilman parannuksia asiakkaat eivät tule tyytyväisemmiksi, vaikka heiltä pyydetäisiin jatkuvasti palautetta tyytyväisyyden tasosta. Asiakkaat odottavat, että erilaisilla tutkimuksilla ja selvityksillä saadaan aikaan toimenpiteitä, jotka vaikuttavat näkyvästi palveluun. (Aarnikoivu 2005, 37; Ylikoski 1999, 149–150).

Asiakastyytyväisyystutkimuksilla on neljä päätavoitetta. Ensiksi halutaan selvittää asiakastyytyväisyyteen vaikuttavien keskeiset tekijät eli ne asiat organisaation toiminnassa, jotka tuottavat asiakkaille tyytyväisyyttä. Toisena mitataan asiakastyytyväisyyden tasoa eli miten organisaatio onnistuu asiakastyytyväisyyden tuottamisessa. Kolmantena tuotetaan toimenpide-ehdotuksia asiakastyytyväisyyskyselyn pohjalta. Tuloksista voidaan nähdä millaisia toimenpiteitä tarvitaan tyytyväisyyden kehittämiseen ja mikä on näiden toimenpiteiden suositeltava tärkeysjärjestys. Neljäntenä päätavoitteena on asiakastyytyväisyyden kehittämisen seuranta. Mittauksia tulisi suorittaa säännöllisin väliajoin, jotta voidaan nähdä, miten asiakastyytyväisyys kehittyy ja miten korjaavat toimenpiteet ovat vaikuttaneet. (Ylikoski 1999, 156).

Asiakastyytyväisyystutkimus on avain asiakkaiden odotusten ymmärtämiseen ja palveluihin liittyvien mielipiteiden esille saamiseen. Organisaatio, joka ei tee lainkaan asiakastyytyväisyystutkimusta, ei välttämättä ymmärrä asiakkaitaan. Myös organisaatio, joka tekee asiakastyytyväisyystutkimuksia, muttei oikealla lailla, voi epäonnistua saamaan tietoa asiakkaidensa vaihtuvista tarpeista. Asiakastyytyväisyystutkimuksen on keskityttävä palvelua koskeviin kysymyksiin, kuten mitkä ominaisuudet ovat tärkeimpiä asiakkaille, mitä tasoa asiakkaat näiltä ominaisuuksilta odottavat sekä mitä asiakkaat ajattelevat yrityksen voivan tehdä tai mitä yrityksen pitäisi tehdä, kun palvelujen tarjoamisessa tulee ongelmia. (Zeit-haml, Bitner & Gremler 2006, 141).

Asiakastyytyväisyyden tarkastelussa auttaa myös päivittäisissä asiakaskohtaamisissa syntyvä informaatio, suora palaute, jota organisaation on helppo saada halutessaan. Erilaiset asiakastyytyväisyystutkimukset ja suora palaute tukevat toisiaan ja niitä yhdistelemällä saadaan asiakastyytyväisyydestä monipuolinen kokonaiskuva. (Ylikoski 1999, 155–156).

Asiakastyytyväisyystutkimuksellani pyrin selvittämään juuri edellä mainittuja asioita asiakastyytyväisyydestä ja palvelun laadusta. On mielenkiintoista saada tietää miten Lontoon suomalaisen kirkon asiakkaat kokevat eri palveluiden laadun ja ovatko he tyytyväisiä palveluihin. Asiakastyytyväisyystutkimukseen vastaamalla kirkon asiakkaat saavat mahdollisuuden sanoa oman mielipiteensä kirkon tarjoamista palveluista.

## 4 TUTKIMUSSUUNNITELMA

Olen käyttänyt asiakastyytyväisyyskyselyä tehdessäni kvantitatiivista tutkimusmenetelmää, josta kerrotaan enemmän ensimmäisessä alaluvussa. Toisessa luvussa käsitellään tutkimuksen suunnittelua, eli pääasiassa tutkimuslomakkeen luomista ja sen rakennetta. Kolmas alaluku käsittelee tutkimuksen toteutusta.

### 4.1 Kvantitatiivinen tutkimus tutkimusmenetelmänä

Kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimuksen avulla selvitetään lukumääriä ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä. Tutkimus edellyttää riittävän suurta ja edustavaa otosta ja aineiston keruussa käytetään yleensä standardoituja tutkimuslomakkeita valmiine vastausvaihtoehtoineen. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa asioita kuvataan numeeristen suureiden avulla ja tuloksia havainnollistetaan usein taulukoin ja kuvioin. Myös asioiden välisiä riippuvuuksia ja tutkittavassa ilmiössä tapahtuneita muutoksia selvitetään tällä tutkimusmenetelmällä. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa aineistosta saatuja tuloksia pyritään yleistämään tutkittuja havaintoyksiköitä laajempaan joukkoon tilastollisen päättelyn keinoin. Tutkimuksen avulla saadaan yleensä kartoitettua olemassa oleva tilanne, mutta asioiden syitä ei pystytä riittävästi selvittämään. (Heikkilä 2008, 16.)

Valitsin tutkimusmenetelmäksi kvantitatiivisen tutkimuksen, koska uskon saavani sen avulla tutkimusongelmiin parhaiten vastauksia. Tarkoitukseni on selvittää lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä sekä asioiden välisiä riippuvuuksia. Tutkimusongelmia tutkimuksessani ovat:

- Millaisiksi kirkon asiakkaat mieltävät kirkon eri palvelut?
- Miten asiakastyytyväisyys on muuttunut vuodesta 2002?

Kvantitatiivisen tutkimuksen tutkimusaineiston keruumenetelmäksi valitsin kyselytutkimuksen eli surveyn. Sen avulla voin hankkia tutkimusaineistoa, joka kuvaa muun muassa laajan kohderyhmän käsityksiä, mielipiteitä ja asenteita. Yleensä kyselytutkimuksella saadaan tietoa siitä, millä tavalla eri taustatekijöiden mukaan jakautuneet ryhmät suhtautuvat

kulloinkin kyseessä olevaan asiaan tai mikä on kunkin muuttujan saamien vastausten määrä. (Mäntyneva, Heinonen & Wrangé 2008, 48.)

Tutkimuksessa on pyrittävä välttämään virheiden syntymistä, mutta siitä huolimatta tulosten luotettavuus ja pätevyys vaihtelevat. Tutkimuksessa luotettavuus eli reliabelius tarkoittaa mittaustulosten toistettavuutta. Esimerkiksi jos kaksi arvioijaa päätyy samanlaiseen tulokseen, voidaan tulosta pitää reliabelina. Pätevyys eli validius tarkoittaa puolestaan mittarin tai tutkimusmenetelmän kykyä mitata juuri sitä, mitä on tarkoituskin mitata. Esimerkiksi vastaajien ja tutkijan erilaisilla käsittämät kysymykset vaikuttavat tutkimuksen pätevyteen. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2005, 216.)

## 4.2 Tutkimuksen suunnittelu

Tutkimuslomaketta laatiessa tulee kiinnittää huomiota sen selkeyteen ja ulkoasuun. On myös tärkeää muistaa, ettei vastaaminen saa viedä kohtuuttomasti aikaa. Tällöin vastaaja tuntee vastaamisen miellyttäväksi ja tutkija saa mahdollisimman paljon vastauksia ja totuudenmukaisia tutkimustuloksia. (Valli 2001, 29.) Lontoon suomalaiselle kirkolle tekemässäni tutkimuslomakkeessa käytän apuna Suomen Merimieskirkko ry:n yleistä asiakaspalautelomaketta, Lontoon suomalaisen kirkon perhe- ja sosiaalityön kyselyä sekä aiemmin samasta aiheesta tehtyä opinnäytetyötä. Tekemässäni tutkimuslomakkeessa on kolme sivua sekä saatekirje. Lomakkeesta olen yrittänyt saada mahdollisimman selkeän asettamalla esimerkiksi kaikki kysymykset allekkain ja aihealueittain, jolloin lomake ei näytä liian täydeltä ja vaikeasti luettavalta.

Tutkimuksen onnistumisen perusedellytyksiä ovat hyvät kysymykset sekä oikea kohderyhmä. Lomakkeen alkuun on hyvä sijoittaa helppoja kysymyksiä, jotka motivoivat kohderyhmään kuuluvaa henkilöä vastaamaan kyselyyn. Niitä ovat esimerkiksi tosiasioita mittaavat kysymykset vastausvaihtoehtoineen. (Heikkilä 2008, 48.) Kysymysten loogiseen etenemiseen ja vastausvaihtoehtojen tarpeellisuuteen tulee kiinnittää paljon huomiota. Toisistaan riippuvat kysymyssarjat on hyvä pyrkiä sijoittamaan allekkain. (Valli 2001, 30.)

Laatimassani tutkimuslomakkeessa (LIITE 1) alkuun on sijoitettu neljä taustamuuttujaa koskevaa kysymystä. Niistä kolme on strukturoituja eli suljettuja, joihin vastataan rastimal-

la itseä koskeva vaihtoehto. Nämä suljetut kysymykset selvittävät vastaajan sukupuolta, Iso-Britanniassa oleskelun syytä ja kestoja. Vastaajan ikää kysytään avoimella kysymyksellä, johon kirjoitetaan syntymävuosi.

Seuraavaksi vastaajilta tiedustellaan kirkolla käyntitiheyttä, käynnin syytä sekä mainontaan liittyviä asioita viidellä monivalintakysymyksellä. Tämän jälkeen tulevat vastaajien mielipiteitä koskevat monivalintakysymykset, jotka on jaoteltu ryhmiin eri palveluiden osalta. Niissä vastaukset annetaan joko rastimalla tai ympyröimällä vastaajan mielipidettä vastaava numero. Jokaisen eri palvelua koskevan kysymysryhmän jälkeen on tilaa kommentoinnille. Lisäksi kyselylomakkeen lopussa on avoin kysymys, johon vastaaja voi kirjoittaa muita mielipiteitään, tarkentaa vastauksiaan ja antaa kehittämisideoita.

Perusjoukolla eli populaatiolla tarkoitetaan tutkimuksen kohderyhmää, jonka mielipiteitä ja näkemyksiä tutkimuksen avulla halutaan selvittää. Tästä perusjoukosta otettavan otoksen tarkoituksena on pyrkiä kuvaamaan ja edustamaan perusjoukkoa niin tarkasti ja luotettavasti, ettei koko perusjoukkoa tarvitse tutkia. (Mäntyneva ym. 2008, 37). Tutkimuksessani perusjoukkona on kaikki tutkimuksen tekoaikana Lontoon suomalaisella kirkolla käyvät ja kyselyyn vastaavat asiakkaat riippumatta siitä, mitä palvelua he kirkolla käyttävät. Kyselylomakkeet ovat kaikkien kirkolla vierailevien saatavissa ja lisäksi niitä jaetaan sattuman mukaan. Näin kaikilla asiakkailla on yhtä suuri mahdollisuus tulla valituksi.

Tutkimuslomaketta on hyvä testata ennen varsinaisen tutkimuksen tekoa 5–10 kohdejoukon edustajalla. Näin saadaan selville ovatko kysymykset ja ohjeet selkeitä ja yksiselitteisiä sekä ovatko vastausvaihtoehdot toimivia. Myös vastaamisen raskaus ja vastaamiseen käytetty aika tulevat esille tätä kautta. Koevastaajien on hyvä miettiä, onko jotain olennaista jäänyt kysymättä ja onko mukana turhia kysymyksiä. Testaamisen jälkeen lomakkeeseen voidaan tehdä tarvittavat muutokset niin rakenteeseen, kysymysten järjestykseen, muotoiluun sekä vastausvaihtoehtoihinkin. (Heikkilä 2008, 61.) Kaksi kirkon työntekijää, kirkon johtaja Juha Rintamäki ja palveluvastaava Asko Meriläinen, lukivat kyselylomakkeen läpi ja antoivat joitakin parannusehdotuksia ennen lomakkeen jakamista.



### 4.3 Tutkimuksen toteutus

Tutkimus toteutettiin Lontoon suomalaisella kirkolla aikaväleillä 4.5–26.6.2009 sekä 20.7–10.8.2009. Tutkimusta päätettiin jatkaa vielä myöhäisemmässä ajankohdassa, jotta täytettyjä kyselylomakkeita saatiin enemmän ja samalla tutkimusaika piteni. Tutkimuslomakkeita oli asiakkaiden saatavissa heti ulko-oven jälkeen sijaitsevalla pöydällä. Lisäksi etenkin aikavälillä 20.7–10.8.2009 kirkon henkilökunta jakoi kyselylomakkeita asiakkaille. Täytetyt vastauslomakkeet palautettiin suljettuun pahvilaatikkoon tiputtamalla.

Asiakkaiden huomiota kyselyyn pyrittiin kiinnittämään lomakkeiden sijainnilla (ilmoitus- taulun alla) sekä pienellä mainoksella pöydällä. Myös henkilökunta kertoi tutkimuksesta. Asiakkaita houkuteltiin vastaamaan kyselyyn kupongeilla, joilla sai ilmaisen grillimakkaran kirkon kesän grillijuhlissa. Kuponki oli noudettavissa vastaanotosta kyselyn täyttämisen jälkeen. Tutkimuksen päätyttyä kirkon henkilökunta lähetti täytetyt lomakkeet minulle postitse Suomeen.

Asiakastyytyväisyyslomakkeita tehtiin kahdenlaisia. Majoittujien kyselylomakkeisiin lisättiin majoitusta koskevat kysymykset, muilta asiakkailta ne jätettiin pois. Tässä kahden erilaisen lomakkeen jakamisessa kirkon henkilökunnalla oli suuri rooli, jotta majoittujat osasivat ottaa tai saivat oikean kyselylomakkeen täytettäväksi.

Tutkimuslomakkeita palautettiin yhteensä 72 kappaletta. Niistä kolme täytyi hylätä puuttuvien tietojen tai epäselvien vastausten takia, joten tutkimuksessa käytettyjen lomakkeiden määräksi jäi 69 kappaletta. Olisin itse odottanut hieman suurempaa vastausten määrää, sillä vuonna 2002 tehdyssä asiakastyytyväisyystutkimuksessa palautuneita tutkimuslomakkeita oli yhteensä 123 kappaletta. Saamieni vastausten avulla pystyin kuitenkin tutkimaan hyvin vastaajien taustamuuttujia, sekä mielipiteitä Lontoon suomalaisen kirkon palveluista.

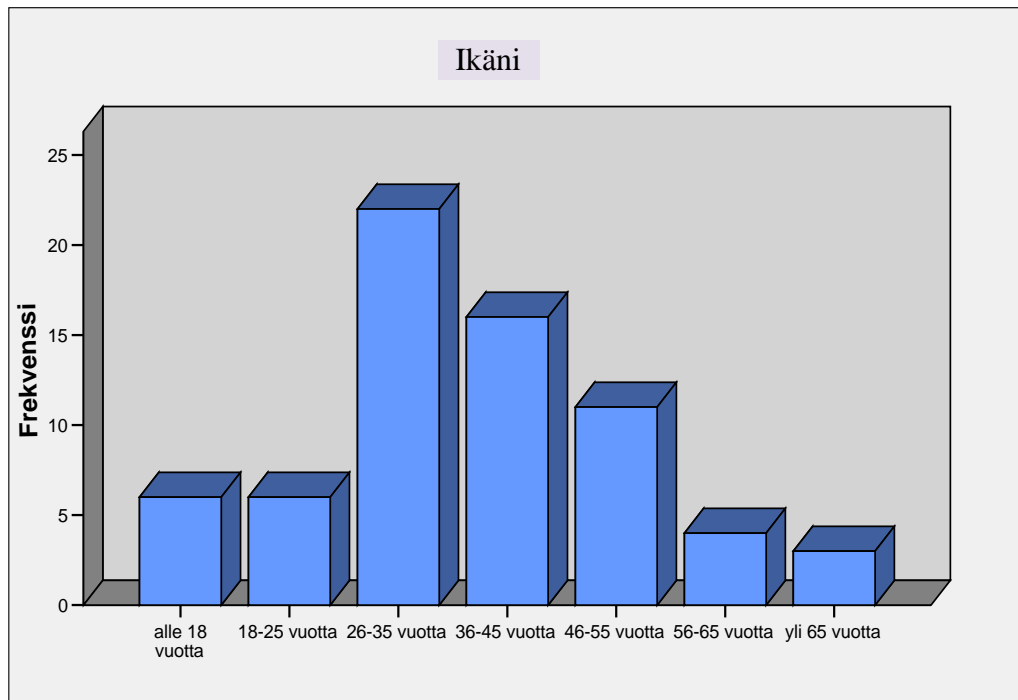
## 5 TUTKIMUSTULOKSET JA NIIDEN ANALYSOINTI

Saatuja tutkimustuloksia tullaan vertaamaan osittain vuonna 2002 Pirkanmaan ammattikorkeakoulussa samasta aiheesta tehtyyn opinnäytetyöhön. Näin saadaan selvitettyä asiakastyytyväisyyden yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia kahtena eri tutkimusvuonna. Osa tutkimustuloksista ei kuitenkaan voi verrata keskenään täysin esimerkiksi erilaisten kysymyasettelujen takia. Tutkimuksesta saatuja tietoja ei voi yleistää tutkimuksen perusjoukkoon, sillä vastauksia saatiin liian vähän. Tuloksista voidaan kuitenkin nähdä tutkimukseen osallistuneiden asiakkaiden taustamuuttajat sekä mielipiteet.

### 5.1 Taustamuuttajat

Taustamuuttujina tutkimuksessa käytettiin sukupuolta, ikää, Iso-Britanniassa oleskelun syytä sekä Iso-Britanniassa vietettyä aikaa. Tutkimuksen vastaajista 57 henkilöä eli 83 prosenttia oli naisia, 11 vastaajaa eli 16 prosenttia oli miehiä ja yksi ei ilmoittanut sukupuoltaan. Vuonna 2002 tehtyyn asiakastyytyväisyyskyselyyn vastasi 123 henkilöä, joista 82 % oli naisia ja 18 % miehiä. Näin ollen asiakastyytyväisyyskyselyjen sukupuolijakaumat ovat hyvin lähellä toisiaan.

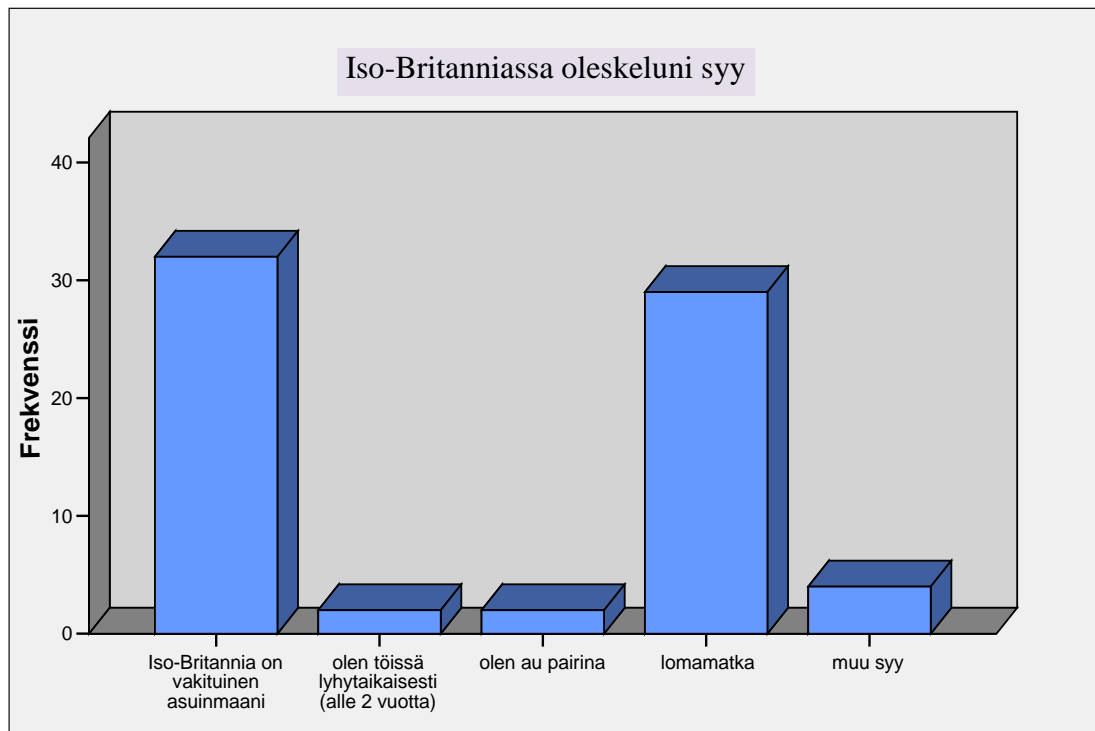
Suuri naisten osuus tutkimuksessa johtuu suurelta osin siitä, että naiset osallistuvat miehiä enemmän kirkon toimintaan. Esimerkiksi Pallerokerhoihin tulevat useammin äidit lapsineen ja au-paireista suuri osa on nuoria naisia. Naiset voivat olla lisäksi miehiä aktiivisempia vastaamaan tämän kaltaisiin tutkimuksiin.



KUVIO 4. Vastaajien ikäjakauma

Kuviosta 4 voidaan nähdä, että suurin osa vastaajista sijoittuu ikävälille 26–55 vuotta. Suurin vastaajaryhmä olivat 26–35-vuotiaat, joita oli 22 henkilöä eli 32,4 % vastaajista. Tämä voi johtua siitä, että tämän ikäiset henkilöt matkustavat paljon vapaa-aikanaan sekä tekevät myös työmatkoja ulkomaille. Lisäksi heillä voi olla pieniä lapsia kotona, joiden kanssa on mukava käydä kirkolla tutustumassa suomalaiseen kulttuuriin ja osallistua erilaisiin toimintaryhmiin.

Aiemmin tehdyssä tutkimuksessa suurimmaksi vastaajaryhmäksi osoittautui myös 26–35-vuotiaat. Kuitenkin vastaajien ikärakenne muuttui siten, että vuonna 2002 jopa 45 prosenttia vastaajista oli alle 26-vuotiaita, kun taas vuonna 2009 vastaajista vain noin 17 prosenttia alitti tämän iän. Tämä voi johtua näiden kahden tutkimuksen eri toteutusajankohdista, jolloin asiakasryhmätkin voivat olla erilaisia. Esimerkiksi vuonna 2002 tutkimukseen osallistui enemmän nuoria pareja, jotka ovat yleensä alle 26-vuotiaita. Seuraavana esitellään näitä Iso-Britanniassa oleskelun syitä ja eroavaisuuksia kahden eri vuoden aikana.



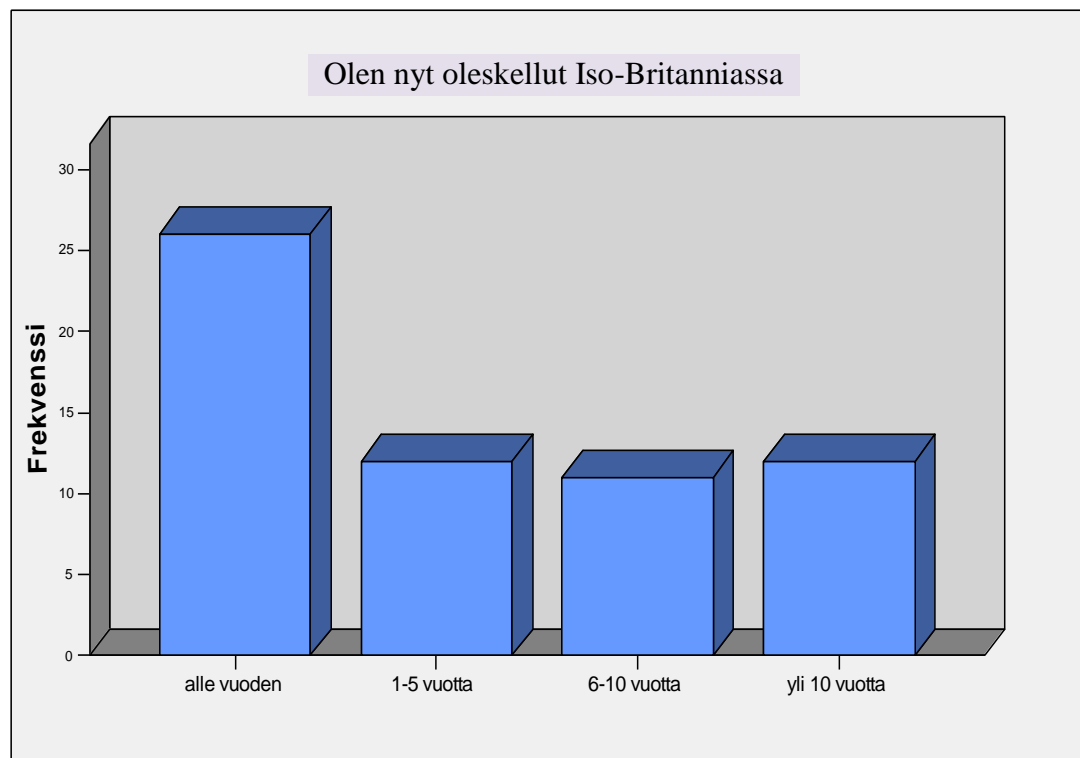
KUVIO 5. Vastaajien Iso-Britanniassa oleskelun syy

Suurin osa vastaajista ilmoitti Iso-Britanniassa oleskelun syyksi lomamatkan tai vakituisen asumisen kyseisessä maassa, kuten kuviosta 5 voidaan huomata. Tästä voidaan päätellä, että kirkolla käy runsaasti hyvin eri tilanteessa olevia asiakkaita. Vakituisesti maassa asuvat käyttävät kirkon palveluita useasti, kun taas lomamatkalaiset voivat olla vierailulla kirkolla ensimmäistä kertaa. Tämä asettaakin omia haasteitaan kirkon toiminnan suunnitteluun ja toteutukseen.

Vastaajat olivat tarkentaneet muu syy -kohtaa seuraavilla vastauksilla: tyttären perheen auttaminen, puolison työ ja loma. Yhtäkään vastausta ei saatu henkilöiltä, jotka olisivat opiskelleet tai olleet työmatkalla Iso-Britanniassa. Tämä johtuu varmasti osittain tutkimuksen tekoajankohdasta, sillä opiskelut ja työmatkat sijoittuvat yleensä syksyille ja keväälle.

Vuonna 2002 tehdyssä tutkimuksessa suurin syy Iso-Britanniassa oleskeluun on ollut toimiminen au pairina (36 %). Tässä ryhmässä on tapahtunut huomattava ero vuoteen 2009 mennessä, sillä nyt au pairia vastaajista oli vain kaksi. Tähän voi kuitenkin osaltaan vaikuttaa se, että vuoden 2002 tutkimus on tehty ajanjaksolla tammikuu-elokuu, jolloin au pairia on ollut mahdollista tavoittaa myös talvisaikaan. Vakituisesti maassa asuvat olivat

vuonna 2002 toiseksi suurin vastaajaryhmä, kolmantena tulivat lyhytkestoisessa työssä olevat ja neljäntenä vasta lomamatkailijat.



KUVIO 6. Vastaajien oleskelun pituus Iso-Britanniassa

Kuviosta 6 nähdään, että suurin osa kirkolla käyneistä asiakkaista on oleskellut Iso-Britanniassa alle vuoden. Tämä selittyy sillä, että lähes puolet vastaajista, 29 henkilöä eli 42 %, ilmoitti Iso-Britanniassa olon syyksi lomamatkan. Tällöin oleskelu vieraassa maassa jää alle vuoden mittaiseksi. Myös kaikki muut vastausvaihtoehdot olivat saaneet paljon vastaajia. Tämä johtuu suureksi osaksi siitä, että kirkon kävijöistä moni on Iso-Britanniassa vakituisesti asumassa ja näin ollen oleskelu maassa on saattanut kestää jo hyvinkin pitkään.

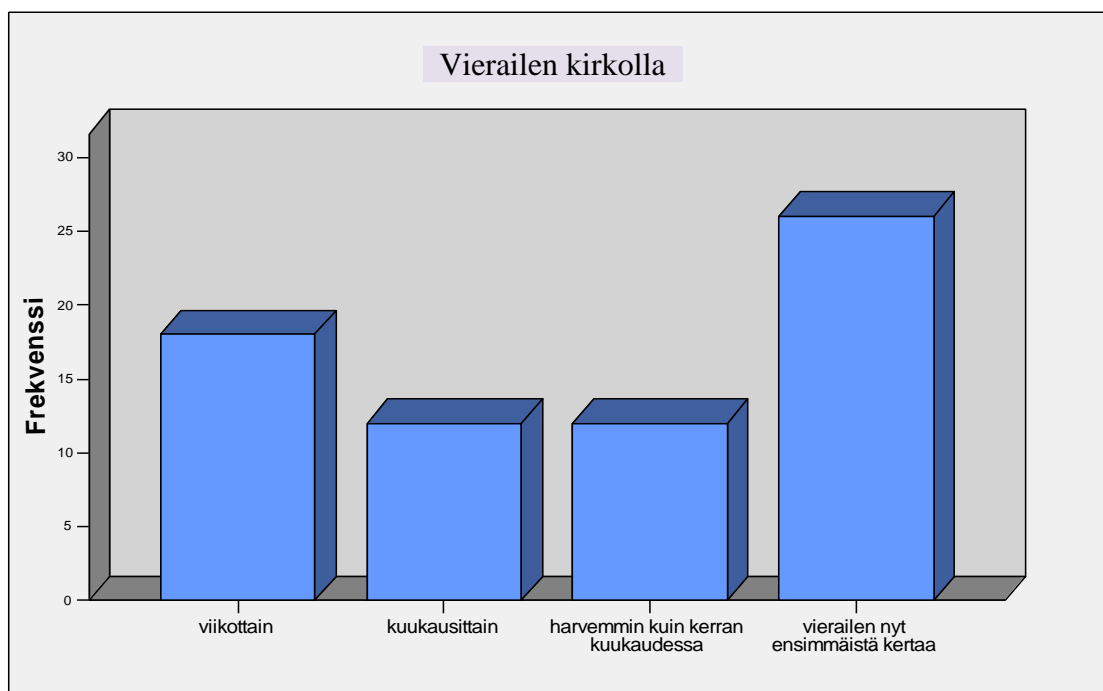
Myös vuoden 2002 tutkimuksessa oli alle vuoden Iso-Britanniassa oleskelleet suurin ryhmä. Tuolloin se selittyi suurella au-pairien määrällä, kun taas vuonna 2009 lomamatkat olivat suurin syy alle vuoden oleskeluun. Verrattuna vuoteen 2002 yli vuoden maassa oleskelleiden määrät ovat tasoittuneet, sillä vuonna 2002 yhdestä viiteen vuotta asuneiden määrä oli huomattavasti korkeampi kuin sitä useamman vuoden asuneiden.

## 5.2 Tutkimustulokset

Tässä luvussa tullaan käsittelemään tutkimukseen vastanneiden Lontoon suomalaisen kirkon asiakkaiden vierailutiheyttä kirkolla, vierailun syytä sekä sitä mistä he ovat saaneet tietoa kirkosta ja onko sitä tarpeeksi. Luvussa käsitellään myös vastaajien mielipiteitä kirkon eri palveluista. Vuoden 2002 tutkimuksessa ei ollut tutkittu kirkollista toimintaa, joten vertailukohta tässä osassa jää pois. Lisäksi vastaajien mielipiteiden mittaamisessa on käytetty eri mitta-asteikkoja, joten tulosten tarkkaa vertailemista ei työssä tulla tekemään.

### 5.2.1 Vierailu kirkolla

Tutkimuksessa kävi ilmi mielenkiintoisia asioita vastaajien vierailutiheydestä kirkolla sekä vierailun syystä. Eniten vastaajia löytyi viikoittain ja ensimmäistä kertaa vierailevien joukosta, ja majoittuminen listattiin tärkeimmäksi syyksi vierailla kirkolla.

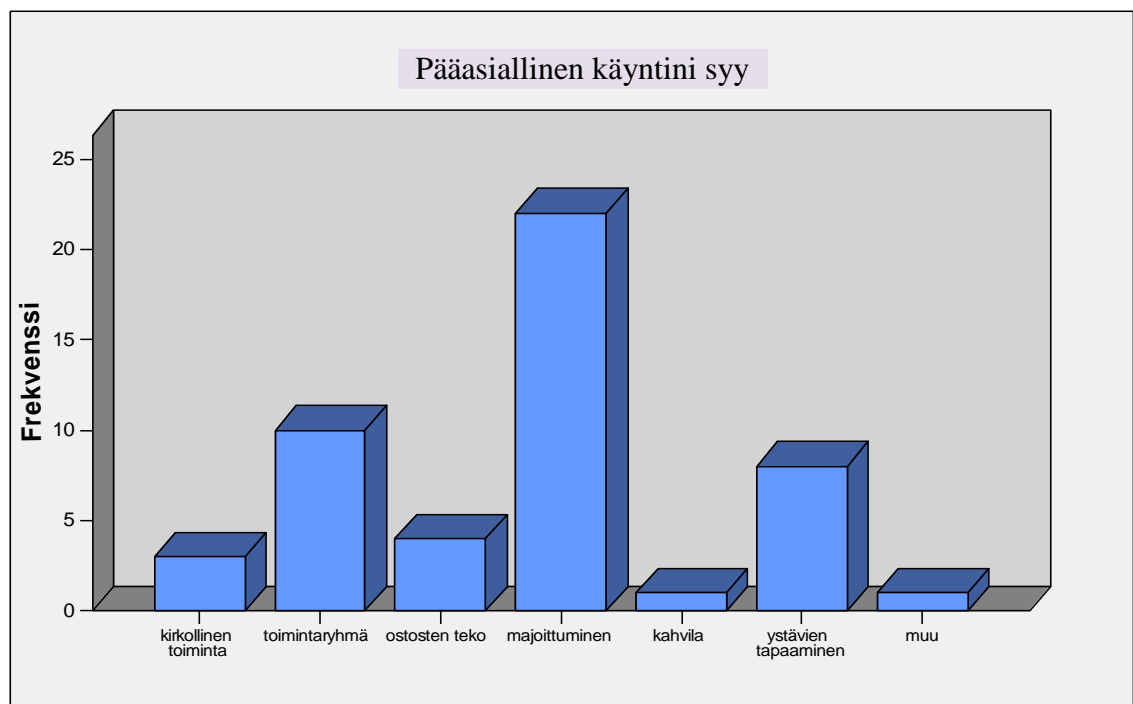


KUVIO 7. Vastaajien vierailutiheys kirkolla

Suurin osa kyselyyn vastanneista, 26 vastaajaa 68:stä eli 38,2 %, oli vierailemassa kirkolla ensimmäistä kertaa. Toiseksi suurin ryhmä, 18 vastaajaa (26,1 %), vieraili kirkolla sään-

nöllisesti viikoittain. (KUVIO 7). Tähän syynä on kirkon asiakaskunta, joka koostui suurelta osin vakituisesti maassa asuvista sekä lomamatkalaisista. Vakituisesti maassa asuvat käyvät kirkolla useasti esimerkiksi erilaisissa aktiviteeteissa, ystäviä tapaamassa sekä maistelemassa suomalaista ruokaa. Ensimmäistä kertaa vierailevista iso osa on varmasti lomamatkalaisia, jotka eivät ole aiemmin tutustuneet kirkkoon.

Vuoden 2002 tutkimustulokset eroavat tämän tutkimuksen tuloksista paljon, sillä vuonna 2002 pienin vastaajaryhmä on ollut ensimmäistä kertaa kirkolla vierailleet. Osasyynä tähän voi olla Internetin suosion kasvaminen, jolloin yhä useampi Iso-Britanniaan matkustava on löytänyt tietoa Lontoon suomalaisesta kirkosta jo ennen matkan alkua. Ennen Internetin käytön yleistymistä, tietoa kirkosta ja sen sijainnista on ollut vaikea löytää Suomesta käsin.



KUVIO 8. Vastaajien pääasiallinen vierailun syy kirkolla

Kysyttäessä mikä on vastaajien pääasiallinen vierailusyy kirkolla (KUVIO 8), nousi suurimmaksi ryhmäksi majoittuminen 22 vastaajalla (44,9 %). Myös erilaiset toimintaryhmät sekä ystävien tapaaminen olivat tärkeitä syitä vierailla kirkolla. Muu-vastausvaihtoehtoon oli vastattu kirkon henkilökunnan jäsenen tapaaminen. Vastauksia tähän kysymykseen saatiin yhteensä 49 kappaletta.

Majoittuminen kirkolla vierailun pääsyynä selittyy suurella lomamatkailijoiden määrällä. Kirkolle on helppo tulla suomenkieliseen ympäristöön majoittumaan ja samalla saa myös muita palveluja saman katon alta. Kirkolla järjestetään myös useita toimintaryhmiä, joihin esimerkiksi vakituisesti maassa asuvien on helppo tulla viikoittain. Monille ystävien tapaa- minen on tärkein syy käydä kirkolla ja tätä kautta he samalla käyttävät myös muita palve- luja.

Vaikka kyseessä on kirkko, kirkollinen toiminta ei ole kovinkaan monen vastaajan pää- asiallinen käynnin syy (kolme vastaajaa 49:stä). Tähän syynä on varmasti se, että Lontoon suomalainen kirkko ei ole perinteinen kirkko vaan se tarjoaa asiakkailleen myös hyvin mo- nia muita palveluja kirkollisen toiminnan ohessa. Vastausten hajaantumisesta moneen eri vastausvaihtoehtoon voi päätellä, että Lontoon suomalainen kirkko toimii tärkeänä kohta- mispaikkana ja suomalaisuuden pisteenä Lontoossa. Tätä kysymystä ei voi verrata vuonna 2002 tehdyn tutkimuksen vastauksiin liian erilaisten vastausvaihtoehtojen vuoksi.

TAULUKKO 1. Iso-Britanniassa oleskelun syyn ja pääasiallisen käynnin syyn ristiintaulu- kointi

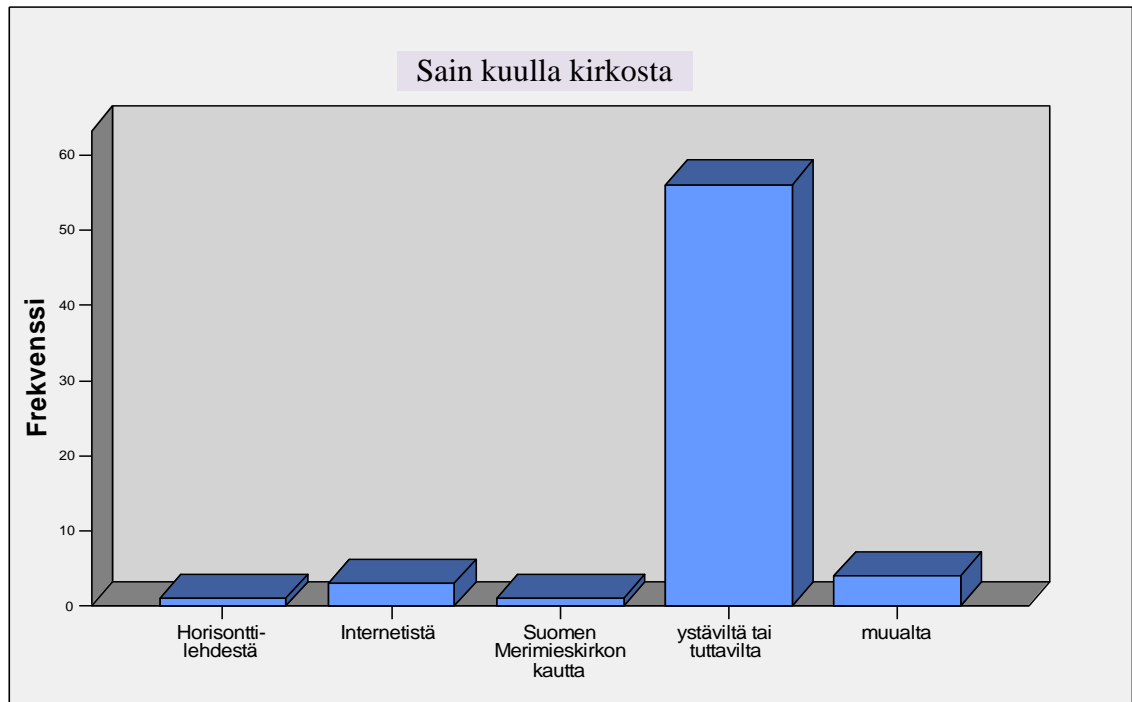
Iso- Britanniassa oleskeluni syy	Pääasiallinen käyntini syy							Yh- teen sä
	kirkollinen toiminta	toi- minta- ryhmä	ostos- ten teko	majoit- tuminen	kahvi- la	ystävien tapaa- minen	muu	
vakituinen asuinmaani töissä lyhyt- aikaisesti	2	7	1	0	0	3	1	14
au pairina	0	0	1	0	0	1	0	2
lomamatka	1	1	0	0	0	0	0	2
muu syy	0	0	2	21	1	4	0	28
Yhteensä	0	2	0	1	0	0	0	3
	3	10	4	22	1	8	1	49

Taulukosta 1 voidaan nähdä miten Iso-Britanniassa oleskelun syy vaikuttaa vastaajan pää- asialliseen käynnin syyhyn. Pitempiä aikoja maassa asuvat kokevat toimintaryhmät ja kir- kollisen toiminnan tärkeimpinä syinä käynteihin kirkolla, kun taas lomamatkalaisille ma- joittuminen on tärkein syy vierailta kirkolla.



## 5.2.2 Informaatio ja tyytyväisyys aukioloaikoihin

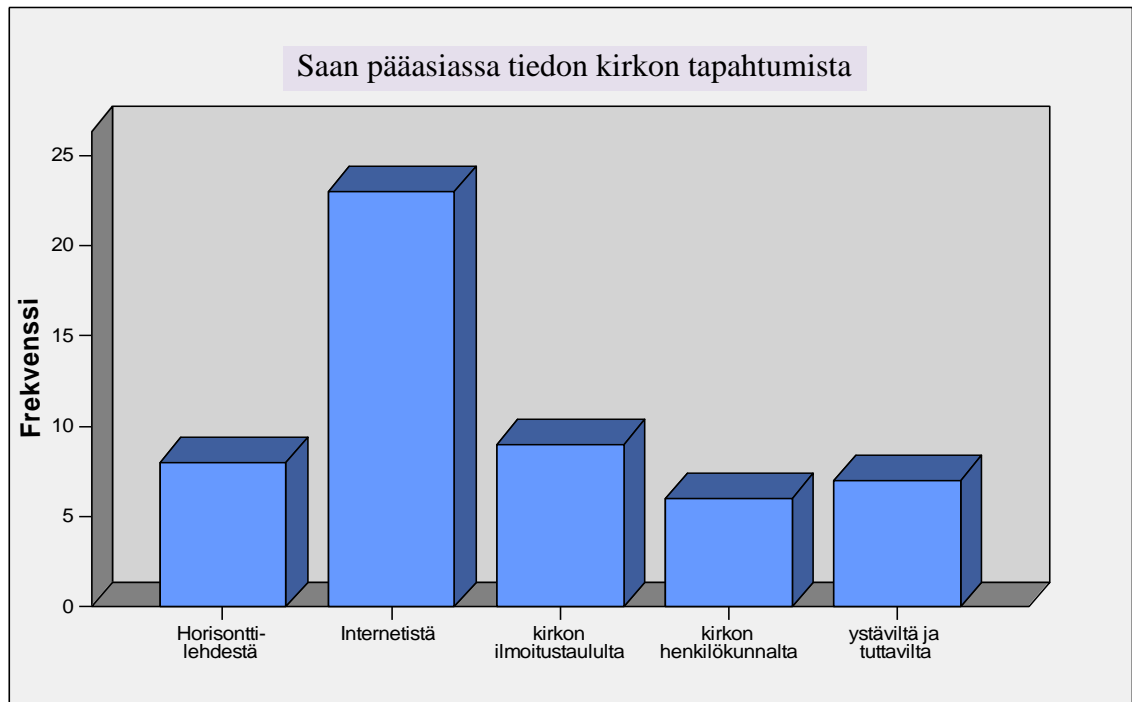
Tässä aluvussa kerrotaan mistä vastaajat ovat kuulleet kirkosta, mistä he saavat tiedon kirkon tapahtumista ja saavatko he tarpeeksi informaatiota kirkosta ja sen tapahtumista. Internetin yleistymisen näkyi selkeästi tutkittaessa vastaajien informaation saantia. Lisäksi esitetään asiakkaiden tyytyväisyys kirkon aukioloaikoihin.



KUVIO 9. Lähteet, joista vastaajat ovat kuulleet kirkosta ensimmäisen kerran

Kuviosta 9 voidaan nähdä, että suurin osa vastaajista on tullut tietoiseksi Lontoon suomalaisesta kirkosta ystävien tai tuttavien kautta (56 vastaajaa 65:stä). Muuvastausvaihtoehtoon vastaajat olivat listanneet kirkon vapaaehtoistyöntekijän, tyttären sekä Suomen suurlähetystön. Osa ei muistanut mistä olivat tiedon kirkosta saaneet. Tilanne on ollut samanlainen jo vuonna 2002 tehdyn tutkimuksen aikana, joten Internetin yleistymisen ei ole vaikuttanut siihen, mistä vastaajat ovat kuulleet kirkosta ensimmäisen kerran

Lontoon suomalaisen kirkon henkilökunnan on hyvä tiedostaa jatkossakin se, että vastaajat ovat useimmiten kuulleet ensimmäisen kerran Lontoon suomalaisesta kirkosta ystäviltä tai tuttavilta. Asiakastyytyväisyys on siis ollut kohdillaan ja vanhat asiakkaat ovat suositelleet kirkkoa eteenpäin. Jos vanhat asiakkaat olisivat tyytymättömiä, se tieto leviäisi mahdollisesti vielä paremmin kuin tyytyväisten asiakkaiden keuhut.



KUVIO 10. Lähteet, joista vastaajat saavat tiedon kirkon tapahtumista

Tärkeimmäksi tiedonlähteeksi kirkon tapahtumista osoittautui vastausten perusteella Internet, jota 23 henkilöä 53:stä kysymykseen vastaajasta (43,4 %) piti pääasiallisena tiedon hakupaikkana. Myös muita lähteitä, lukuun ottamatta Merimieskirkko-lehteä, käytettiin usein etsittäessä tietoa kirkon tapahtumista. (KUVIO 10.) Suuri vastaajamäärä Internet-vastausvaihtoehdon kohdalla selittyy sillä, että nykyään Internet on nopea tiedonhaku-kanava ja sinne pystytään päivittämään tietoa hyvin nopeasti. Lisäksi usealla vastaajalla on luultavasti Internet-yhteys kotona, jota voidaan käyttää silloin kun itselle sopii, kun taas esimerkiksi kirkon ilmoitustaulua voi lukea ainoastaan kirkolla käydessään. Lontoon suomalaisen kirkon onkin tärkeää pitää Internet-sivunsa ajan tasalla, koska se on tärkein tiedonvälityskanava asiakkaille.

Vuoteen 2002 verrattuna tiedonhaku-kanavissa on tapahtunut suuri muutos. Internetin sijaan tärkeimpänä lähteenä kirkon tapahtumista on pidetty ystäviä ja tuttavuuksia. Myös Horisontti-lehti, kirkon henkilökunta ja ilmoitustaulu ovat olleet tärkeässä roolissa. Tämä ero voidaan selittää sillä, että vielä vuonna 2002 Internetin käyttö ei ole ollut yhtä suosittua ja kaikilla ei ole ollut sitä mahdollisuutta käyttää. Varsinkin vanhempi ikäpolvi on ollut tämän kehityksen ulkopuolella ja siksi muut tiedotuskanavat ovat olleet tärkeämmässä roolissa.

TAULUKKO 2. Pääasiallisen tiedon saannin kanavan ja vastaajan iän ristiintaulukointi

	Saan pääasiassa tiedon kirkon tapahtumista					Yhteensä
	Horisontti-lehdestä	Internetistä	kirkon ilmoitustaululta	kirkon henkilökunnalta	ystäviltä ja tuttavilta	
Ikäni alle 18	0	2	2	0	2	6
18–25	0	1	1	2	1	5
26–35	2	7	3	2	1	15
36–45	0	5	3	2	1	11
46–55	2	6	0	0	1	9
56–65	1	1	0	0	1	3
yli 65 vuotta	3	0	0	0	0	3
Yhteensä	8	22	9	6	7	52

Taulukko 2 kertoo miten vastaajan ikä vaikuttaa siihen, mistä hän saa pääasiassa tiedon kirkon tapahtumista. Voidaan nähdä, että lähes kaikissa ikäryhmissä Internet on saanut eniten vastauksia. Tämän suurena syynä on Internetin käytön helppous. Kuitenkin yli 65-vuotiaat vastaajat ovat valinneet pääasialliseksi tiedon lähteeksi Horisontti-lehden. Tähän vaikuttaa varmasti se, että he eivät ole välttämättä aktiivisia Internetin käyttäjiä. Lisäksi Horisontti-lehti on voinut tulla heille jo pitempiä aikoja, jolloin kirkon tapahtumien seuraaminen sitä kautta on heille helppoa.

Kysyttäessä vastaajilta saavatko he tarpeeksi informaatiota kirkolla järjestettävistä tapahtumista 49 henkilöä vastasi kyllä, viisi ei ja kolme ei osannut sanoa mielipidettään. Näin ollen voidaan päätellä, että vastaajat ovat löytäneet ja saaneet tarpeeksi tietoa itse kirkosta sekä sen tapahtumista. Myös aiemmin tehdyssä tutkimuksessa suurin osa vastaajista oli tyytyväisiä saamansa informaation määrään. Lontoon suomalainen kirkko on siis osannut siirtää tiedottamistaan oikeille kanaville tiedonhakumenetelmien muuttuessa. Kiitosta kirkko sai vastaajilta myös hyvistä tulo-ohjeista kirkolle.

Tiedusteltaessa vastaajilta mielipidettä kirkon aukioloajoista, 66:stä vastaajasta 42 oli täysin samaa mieltä väittämän ”Olen tyytyväinen kirkon aukioloaikoihin” kanssa. Vastaajista 17 oli jokseenkin samaa mieltä, yksi jokseenkin eri mieltä ja kuusi ei osannut sanoa mielipidettään. Tämä tulos osoittaa, että vastaajat pitävät kirkon aukioloaikoja sopivina. Tieten-

kään aina aukioloajat eivät voi olla täydellisiä jokaiselle esimerkiksi töiden takia, mutta kirkko on kuitenkin löytänyt enemmistölle sopivat ajat.

### 5.2.3 Kirkollinen toiminta

Vaikka kirkollinen toiminta ei ollut pääsyynä kirkolla vierailuissa, koettiin se silti tärkeänä vastaajien keskuudessa. Suuri osa vastaajista koki jumalanpalvelukset tärkeimmäksi työmuodoksi, ja suomalaisuutta korostettiin tutkimukseen osallistujien vastauksissa.

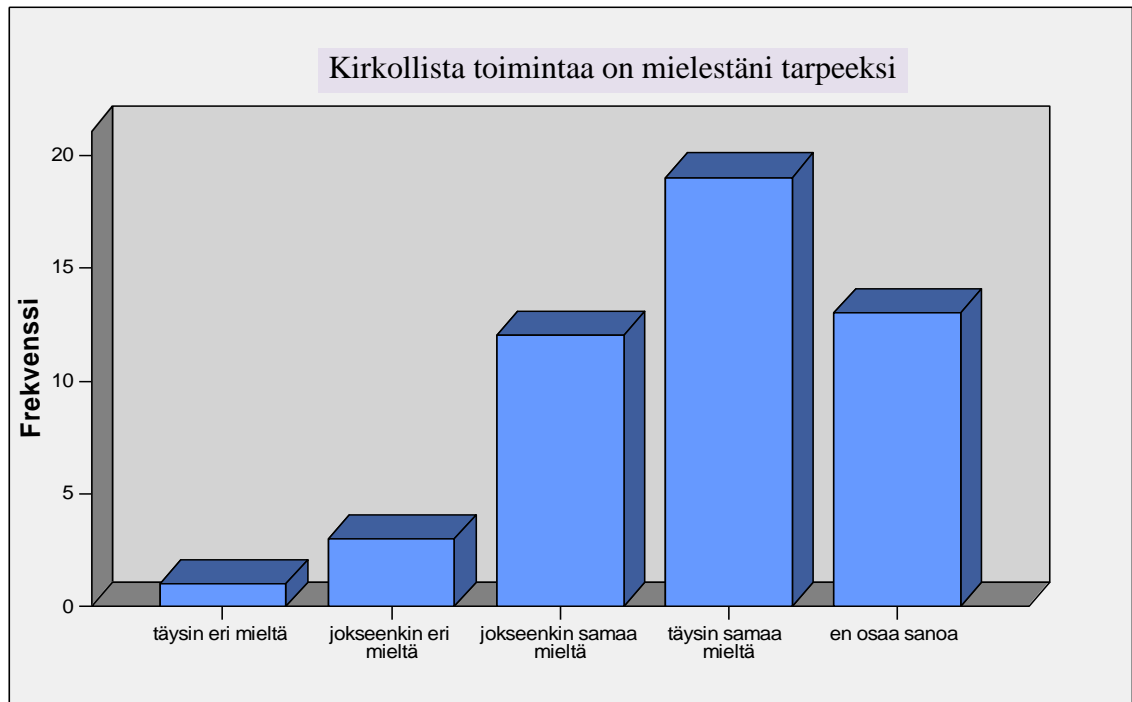
TAULUKKO 3. Osallistumisen kirkolliseen toimintaan ja Iso-Britanniassa oleskelun syyriintiintaulukointi

		Osallistun kirkolliseen toimintaan			Yhteensä
		viikoittain	kuukausittain	harvemmin	
Iso-Britanniassa oleskeluni syy	vakituinen asuinmaani olen au pairina lomamatka muu syy	5 0 0 0	10 1 0 0	13 0 23 1	28 1 23 1
Yhteensä		5	11	37	53

Tutkimuksesta käy ilmi, että suuri osa vastaajista osallistuu kirkolliseen toimintaan harvemmin kuin kerran kuukaudessa. Tähän tulokseen vaikuttaa suuresti se, että iso osa vastaajista oli vierailemassa kirkolla ensimmäistä kertaa kyselyyn vastaamishetkellä. Kirkon asiakkaista useat olivat lisäksi lomamatkalla, jolloin kirkollinen toiminta ei välttämättä mahdu mukaan aikatauluun ajallisestikaan. Toisaalta kirkolla on kuitenkin paljon viikoittain käyviä asiakkaita, jolloin potentiaalisia osallistujia viikoittaiseen kirkolliseen toimintaan löytyisi. Kuten taulukosta 3 nähdään, vain viisi vakituisesti maassa asuvaa vastaajaa osallistuu kirkolliseen toimintaan viikoittain ja kuukausittain osallistuvia on kymmenen. Kirkolla on siis käyttäjiä, jotka osallistuvat kirkolliseen toimintaan, mutta heitä voisi saada aktiivisemmiksi. Kuukausittain osallistuvat vastaajat saattavat osallistua ainoastaan kuukausittaisiin jumalanpalveluksiin.

Kysymykseen minkä vastaajat kokevat tärkeimpänä kirkollisessa toiminnassa, saatiin yhteensä 45 vastausta. Tärkeimpänä koettiin ystävien tapaaminen (16 vastausta) ja hengellinen sisältö (12 vastausta). Muu-vastausvaihtoehtoon saatiin viisi vastausta ja tarkennuk-

sena oli muun muassa suomalainen kieli ja kulttuuri, kuten kauneimmat joululaulut sekä taideryhmä. Tärkeimmäksi hengelliseksi työmuodoksi valittiin jumalanpalvelukset. Tärkeäksi koettiin lisäksi erityisesti lestadiolaisseurat, mutta myös pyhäkoulu, avustustoiminta, perhetoiminta, diakonia ja erilaiset ryhmät olivat vastaajille tärkeitä. Koska Lontoon suomalaisen kirkon asiakkaiden vaihtuvuus on suurta, on kirkollisen toiminnan oltava sellaista, että ensikertalaisenkin on halutessaan helppo osallistua johonkin toimintaan.



KUVIO 11. Kirkollisen toiminnan riittävyys vastaajien näkökulmasta

Kuvio 11 osoittaa, että kirkollisen toiminnan riittävyyteen tyytyväisten asiakkaiden määrä on kaikista vastaajista suurin. Kuitenkin vastaajista löytyy myös yksi täysin eri mieltä sekä kolme jokseenkin eri mieltä väitteen kanssa olevaa vastaajaa. Nämä tyytymättömät asiakkaat voivat olla maassa vakituisesti asuvia henkilöitä, joilla olisi mahdollisuus osallistua kirkolliseen toimintaan useamminkin kuin mitä sitä on tarjolla. Näin he kokevat sen määrän riittämättömäksi. Suuri vastaajien määrä en osaa sanoa -vastausvaihtoehdossa selittyy sillä, että esimerkiksi lomamatkailijat eivät olleet välttämättä ehtineet tutustua kirkollisen toiminnan laajuuteen vastaamishetkellä.

Kirkollinen toiminta vastaa tarpeitani -väittämän 49 vastaajasta 19 eli 38,8 % oli väittämän kanssa täysin samaa mieltä, 11 vastaajaa eli 22,4 % jokseenkin samaa mieltä ja neljä (8,2 %) jokseenkin eri mieltä. Vastaajista 15 ei osannut sanoa mielipidettään. Kirkollinen toiminta vastaa siis hyvin sen käyttäjien tarpeisiin. Kuitenkin osa vastaajista kokee toisin.

Tähän yhden näkökulman antaa avoimen kysymyksen vastaus: ”Kirkon toiminnassa kaipaa syvällisyyttä sielun asioissa.”

#### 5.2.4 Kahvilatoiminta

Tutkimuksessa 57 eli 83,8 % vastaajaa 68:stä vastasi väittämään ”Tunnen itseni tervetulleeksi kirkolle” olevansa täysin samaa mieltä. Yhdeksän vastaajaa (13,2 %) oli jokseenkin samaa mieltä ja ainoastaan kaksi vastaajaa (2,9 %) jokseenkin eri mieltä. Tervetulleeksi tuntemisen elementit tulevat hyvin esille kahden vastaajan kommentteista: ”Kirkolle on aina mukava tulla, mukavia ihmisiä ja mukava henkilökunta!” ja ”Aivan huippuja ootte! Kotoisa paikka! Kiitoksia joka hetkestä, tänne on aina mukava tulla.”

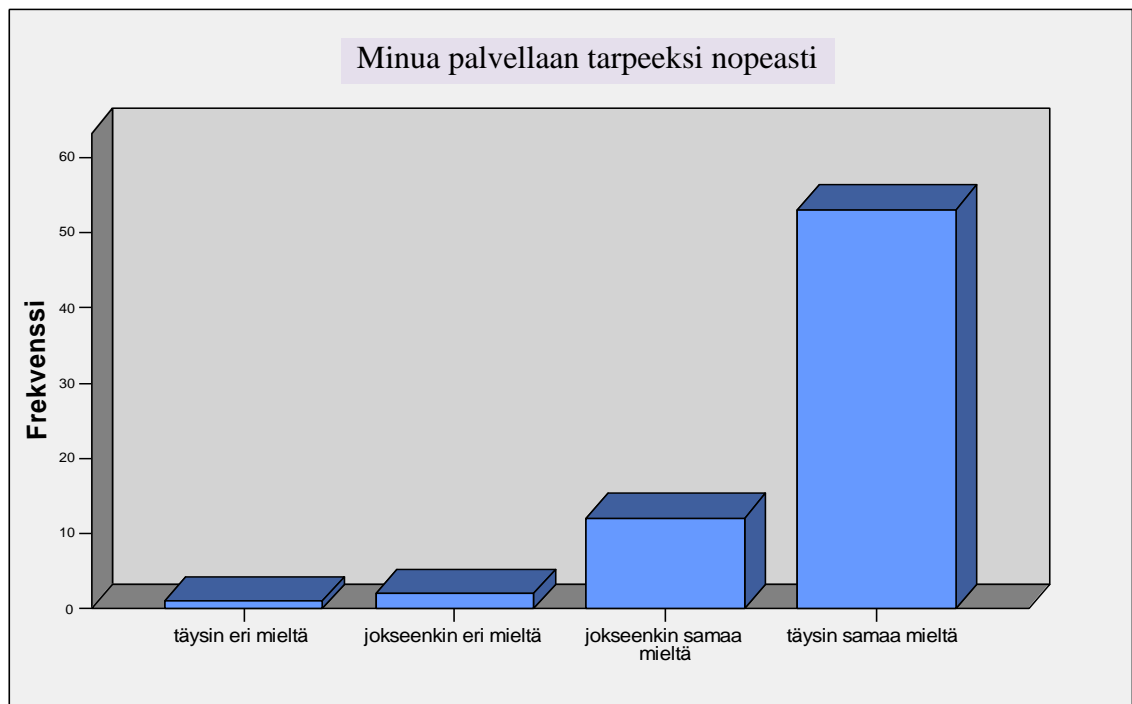
TAULUKKO 4. Tervetulleeksi tuntemisen ja Iso-Britanniassa oleskelun syyn ristiintaulukointi

		Tunnen itseni tervetulleeksi kirkolle			Yhteensä
		jokseenkin eri mieltä	jokseenkin samaa mieltä	täysin samaa mieltä	
Iso-	vakituinen asuinmaani	2	4	26	32
Britanni-	töissä lyhytaikaisesti	0	0	2	2
assa oles-	olen au pairina	0	0	2	2
keluni syy	lomamatka	0	4	24	28
	muu syy	0	1	3	4
Yhteensä		2	9	57	68

Taulukosta 4 nähdään, että kumpikin jokseenkin eri mieltä oleva vastaaja väittämän ”Tunnen itseni tervetulleeksi kirkolle” kanssa, on Iso-Britanniassa vakituisesti asuvia henkilöitä. Mielestäni näiden vakituisten asiakkaiden syitä tähän tyytymättömyyteen olisi tärkeää selvittää, sillä he ovat niitä ihmisiä, jotka käyttävät kirkon palveluita jatkuvasti. He voivat esimerkiksi tuntea, että heitä ei tervehdittä tarpeeksi tai henkilökuntaa ei ole saatavilla aina tarvittaessa.

Kysyttäessä vastaajien mielipidettä siihen, onko palvelu kirkolla ystävällistä, kaikki vastaajat olivat siihen täysin tai jokseenkin tyytyväisiä. Kirkon henkilökunta on siis onnistunut

hyvin asiakaspalvelussa, sillä asiakaspalvelutilanne on harvoin onnistunut, jos asiakaspalvelija on epäystävällinen.



KUVIO 12. Palvelun nopeus vastaajien mielestä

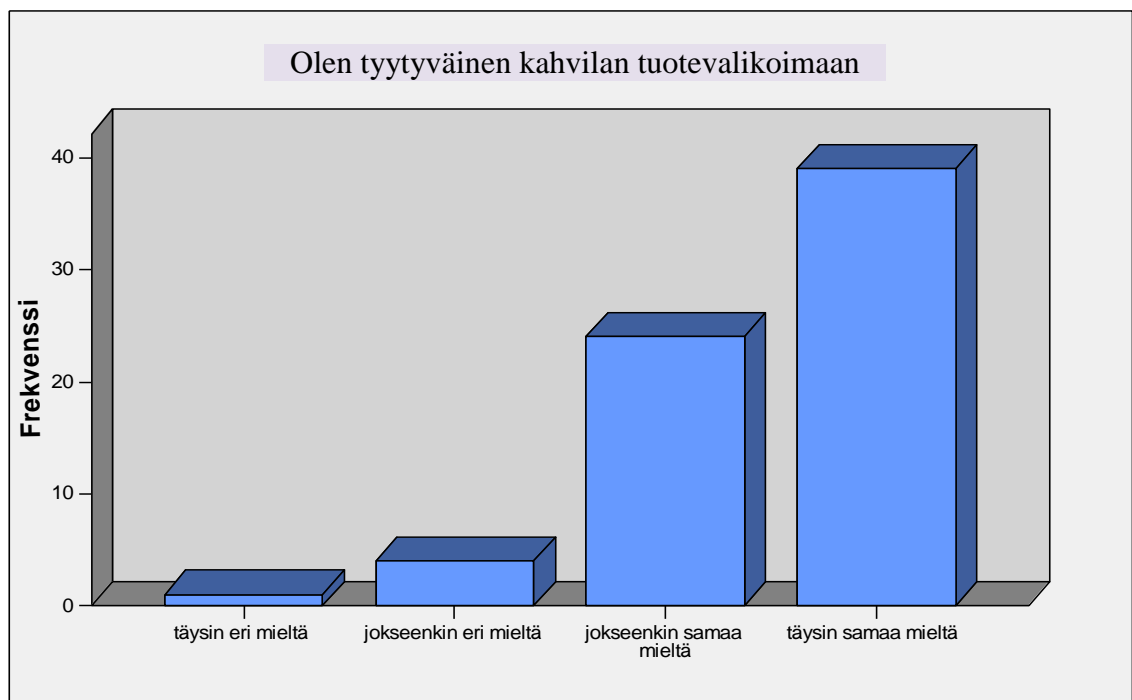
Minua palvellaan tarpeeksi nopeasti -väittämään (KUVIO 12) vastanneista 68:stä henkilöstä 65 oli täysin tai jokseenkin samaa mieltä väittämän kanssa. Vain kolme vastaajaa oli väittämän kanssa eri mieltä. Yksi vastaajista oli tarkentanut väittämään, että joskus palvelua saa odottaa käsittämättömän kauan. Joskus palvelun nopeuteen kirkolla voi vaikuttaa muun muassa erilaiset tapahtumat ja majoittujien sisäänkirjaus ja tällöin asiakas saattaa joutua odottamaan tavallista pitempään.

Vastaajista 57 oli täysin samaa mieltä ja 12 jokseenkin samaa mieltä väittämän ”Kahvila on mielestäni siisti” kohdalla. Tähän vaikuttaa suuresti se, että kahvilassakin on tehty suuri remontti. Eräs vastaajista toteaaakin, että kahvila on mahtava parannus entiseen. Tyytyväisyyden nousun kahvilan siisteyteen huomaa myös vertaamalla tuloksia vuoden 2002 tutkimukseen. Tällöin noin puolet vastaajista on arvioinut siisteyden hyväksi ja joitakin tyytymättömiäkin vastauksia oli joukossa.

Lähes kaikki vastaajista olivat tyytyväisiä kahvilan ilmapiiriin ja tunsivat sen viihtyisäksi. Kohdan 68:stä vastaajasta 49 eli 72,1 % oli väittämän ”Kahvilan ilmapiiri on viihtyisä” kanssa täysin samaa mieltä, 17 vastaajaa eli 25 % oli jokseenkin samaa mieltä ja kaksi hen-

kilöä (2,9 %) vastasi olevansa jokseenkin eri mieltä. Useat vastaajat olivat halunneet täydentää vastauksiaan tätä väittämää koskien avoimiin kohtiin. Vastaajat olivat kirjoittaneet muun muassa seuraavanlaisia kommentteja: ”Ilmapiiri todella välitön ja ystävällinen. Kotona!”, ”Kirkko on ”pikkusuomi”, on kuin olisi kotona.”, ”Hieno suomalainen keidas Lontoossa – tärkeä kokoontumispaikka”

Vuonna 2002 tehdyssä tutkimuksessa vastaajilta oli kysytty mielipidettä kahvilan viihtyvyydestä ja suurin osa vastaajista oli pitänyt sitä hyvänä. Myös kaikki muut vastausvaihtoehdot olivat saaneet kannatusta. Tästä voidaan päätellä, että kahvilan viihtyvyys ja siitä johtuen myös ilmapiiri ovat parantuneet vuosien aikana. Tähänkin on vaikuttanut varmasti suuresti kahvilan remonti.



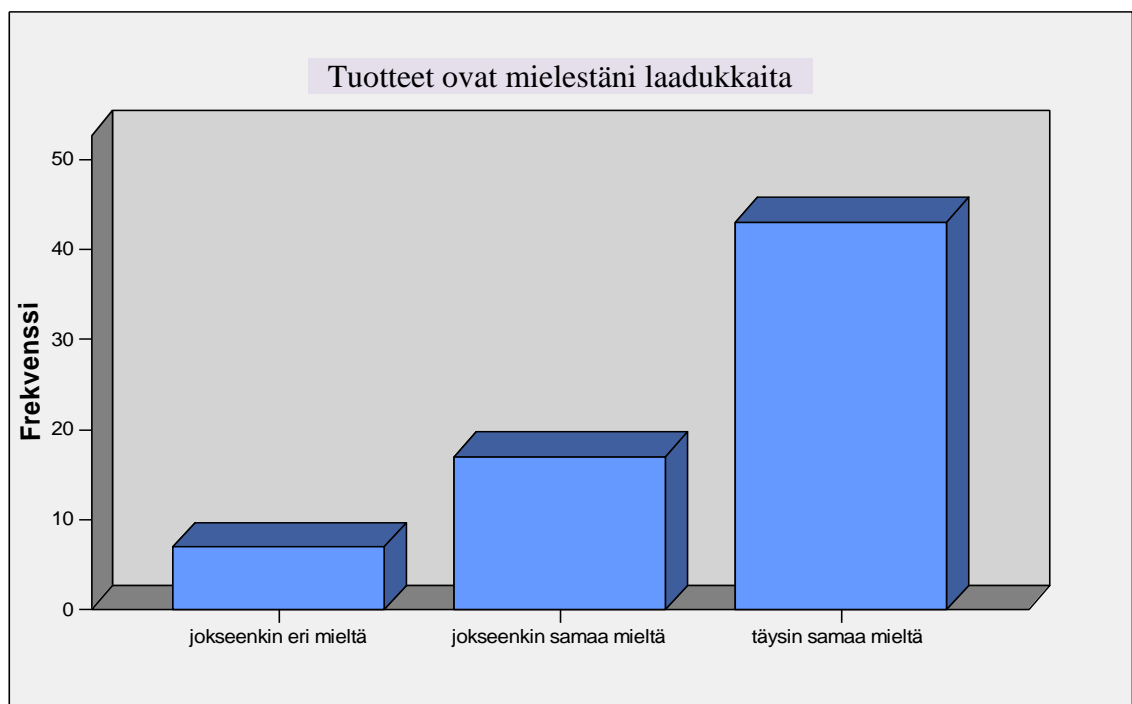
KUVIO 13. Vastaajien tyytyväisyys kahvilan tuotevalikoimaan

Tutkimukseen vastanneista suurin osa oli täysin tai jokseenkin samaa mieltä, siitä että kahvilan tuotevalikoima on hyvä (KUVIO 13). Tähän tyytyväisyyteen vaikuttaa osaltaan jo se, että ihmiset saavat kirkon kahvilassa suomalaisia tuotteita, joita ei muualla Iso-Britanniassa helposti ole saatavilla. Eräs vastaaja kiitti kahvilaa siitä, että Pallero-kerholaisille on tarjolla lounasta. Joitakin parannusehdotuksiakin annettiin tuotevalikoimaa koskien. Asiakkaat toivoivat esimerkiksi hedelmiä aamiaiselle ja myyntiin, gluteenittomia leivoksia



sekä monipuolisempaa ruokaa, sillä makkararuokia on erään vastaajan mielestä usein tarjolla.

Vuoden 2002 tutkimuksen vastaajat olivat antaneet kahvilan valikoiman laajuutta koskevaan kysymykseen eniten vastauksia kohtaan hyvä ja toiseksi eniten kohtaan tyydyttävä. Tästä voidaan päätellä, että tyytyväisyys kahvilan tuotevalikoimaan on kasvanut vuodesta 2002 reilusti, sillä nyt lähes kaikki vastaajat olivat tyytyväisiä. Tämä voi olla seurausta kahvilan remontista, jonka johdosta myös tuotevalikoimaa on pystytty kasvattamaan ja monipuolistamaan.



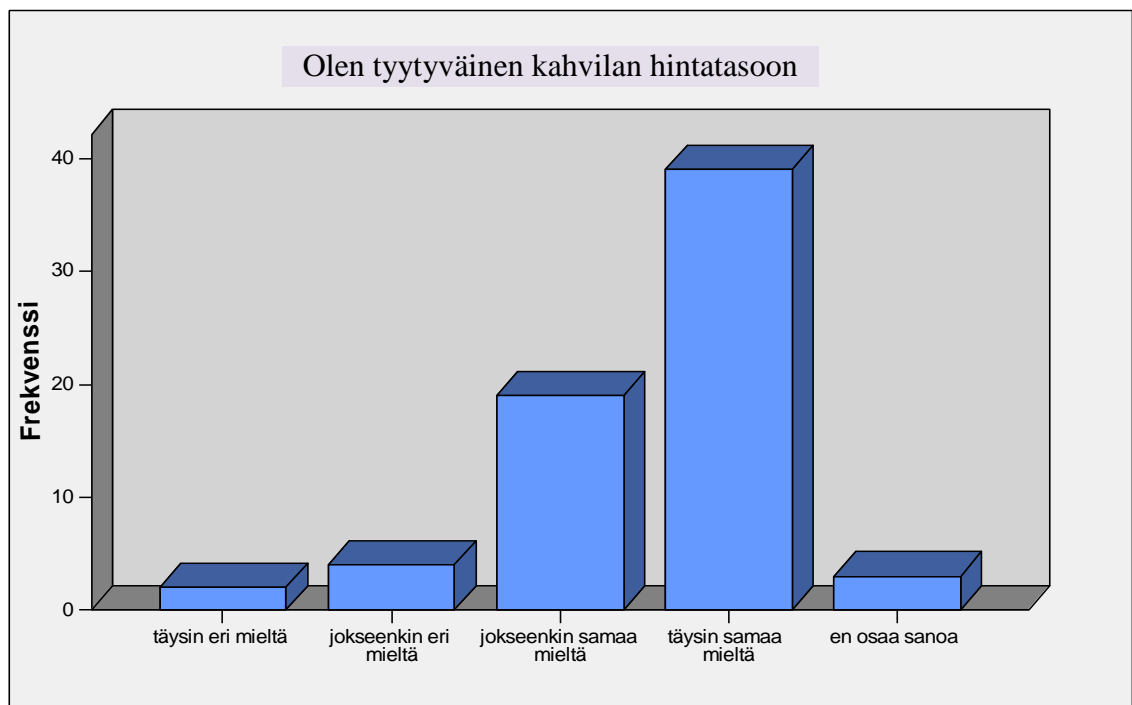
KUVIO 14. Vastaajien mielipide kahvilatuotteiden laadusta

Kuviosta 14 nähdään, että 67 vastaajasta 43 eli 64,2 % on ollut täysin samaa mieltä väittämän ”Tuotteet ovat mielestäni laadukkaita” kanssa. Jokseenkin samaa mieltä olevia vastaajia on 17 eli 25,4 % ja jokseenkin eri mieltä puolestaan seitsemän (10,4 %). Kahvila palvelee siis asiakkaitaan laadukkailla tuotteilla. Pullien ja leivonnaisten kerrotaan olevan hyviä ja varsinkin erikoistilaisuuksissa ruoka on yleensä hyvää.

Uskon, että joidenkin vastaajien tyytymättömyyteen löytyy syy vastausten tarkennuksista. Asiakkaat kertovat muun muassa kahvilatuotteiden olevan ajoittain kuivia ja kahvin seisontaa, ruoka-annosten pienentyneen ja liian usein käytettävän pussimuusia ja muita tehdas-

eineitä. Eräs vastaaja toivookin, että lämmin ruoka voisi olla enemmän tuoreisiin vihanneksiin ja juureksiin perustuvaa.

Vastaajilta kysyttiin myös 2002 vuoden tutkimuksessa mielipidettä tuotteiden tasosta. Tässäkin kohdassa suurimman osan vastaus osui hyvä-kohtaan. Seuraavaksi eniten vastauksia sai erittäin hyvä -vastausvaihtoehto. Tämänkin väittämän kohdalla voidaan todeta, että tuotteiden laatu on noussut vuodesta 2002, kun vertaillaan näitä kahta tutkimusta keskenään.



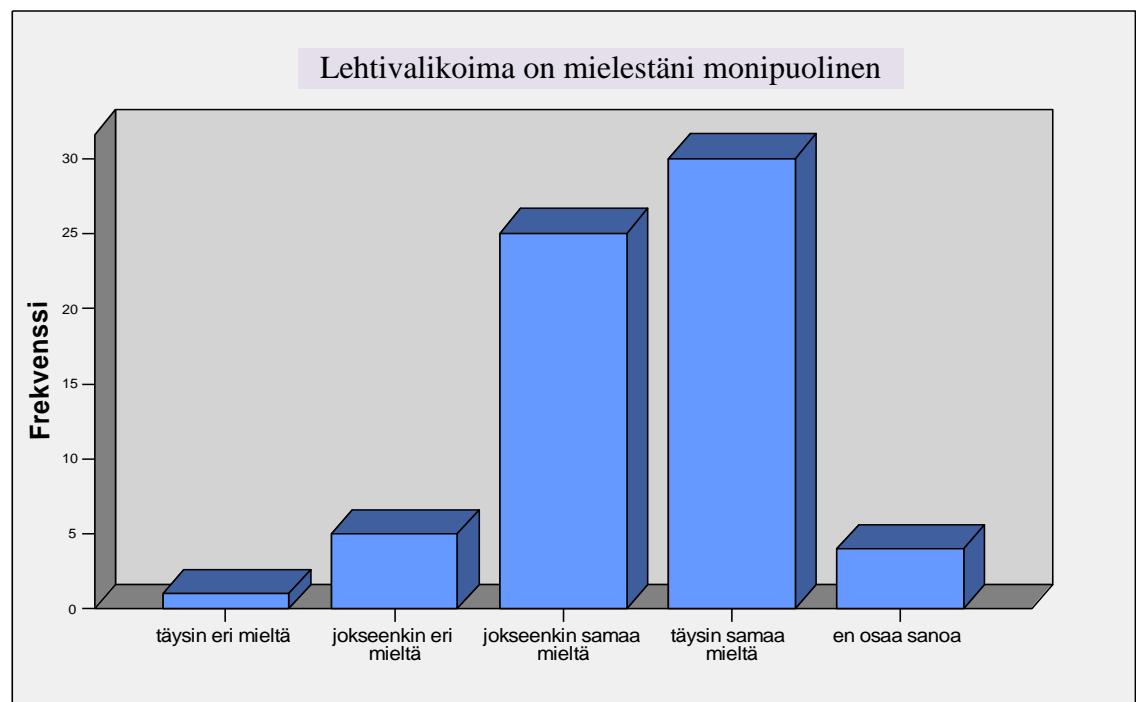
KUVIO 15. Vastaajien tyytyväisyys kahvilan hintatasoon

Kahvilan hintatasoon oltiin pääasiassa tyytyväisiä (KUVIO 15). Tämä johtuu ainakin osaksi siitä, että vastaajat ovat valmiita maksamaan suomalaisista kahvilatuotteista sekä ruuasta, ja samalla he voivat myös tukea kirkon toimintaa. Toisaalta taas joillekin asiakasryhmille, kuten opiskelijat ja au pairit, kaikkien kahviloiden ja ravintoloiden tuotteet voivat tuntua kalliilta, sillä heillä ei välttämättä ole paljoa rahaa käytettävissään. Eräs vastaajista arveli, että sunnuntairuuan hinta (7 £ / n. 8 €) saattaa vähentää asiakkaiden halukkuutta ostaa sitä. Tätä tutkimuksen väittämää ei voi verrata vuoden 2002 tutkimuksen tuloksiin, sillä tässä aiemman tutkimuksen kohdassa voi tutkijoiden mukaan olla sattunut väärinymmärryksiä.

TAULUKKO 5. Kahvilan hintatasoon tyytyväisyyden ja Iso-Britanniassa oleskelun syyn ristiintaulukointi

		Olen tyytyväinen kahvilan hintatasoon					Yhteensä
		täysin eri mieltä	jokseenkin eri mieltä	jokseenkin samaa mieltä	täysin samaa mieltä	en osaa sanoa	
Iso-Britanniasa oleskeluni syy	vakituinen asuinmaani töissä lyhytaikaisesti olen au pairina lomamatka muu syy	2	3	11	15	0	31
		0	1	1	0	0	2
		0	0	2	0	0	2
		0	0	4	21	3	28
		0	0	1	3	0	4
Yhteensä		2	4	19	39	3	67

Taulukosta 5 nähdään, että tyytymättömmimpiä kahvilan hintatasoon olivat vakituisesti maassa asuvat vastaajat, kun taas esimerkiksi lomamatkalaiset olivat hyvin tyytyväisiä hintatasoon. Ne vastaajat, joiden vakituinen asuinmaa Iso-Britannia on, voivat kokea hintatasoon korkeaksi, koska he käyttävät kahvilapalveluja usein viikoittain. Lomamatkalaiset puolestaan ostavat kahvilasta muutaman kerran jotain, jolloin se ei välttämättä tunnu niin suurelta summalta, vaikka hinnat olisivatkin hieman normaalia korkeammat.



KUVIO 16. Vastaajien tyytyväisyys lehtivalikoiman monipuolisuuteen

Kuviosta 16 nähdään, että suurin osa vastaajista oli tyytyväisiä kahvilan lehtivalikoiman monipuolisuuteen. Joitakin väittämän kanssa eri mieltä olevia vastaajiakin löytyi ja tarkennukset antavat vihjeitä tyytymättömyyteen. Eräs vastaaja toivoi lastenlehtiä valikoimaan, yksi totesi, että Helsingin Sanomien kanssa on ongelmia ja yhden vastaajan mielestä painetut lehdet ovat jääneet jälkeen käyttäjäkunnasta. Kirkon vakituinen käyttäjäkunta huomaa varmasti helpoiten puutteet lehtivalikoimassa, sillä he käyvät useasti kirkolla.

Vuoden 2002 tutkimuksessa vastaajilta on kysytty ainoastaan mielipidettä lehtivalikoimasta, joten tulokset eivät ole täysin vertailukelpoisia. Kuitenkin aiemmassa tutkimuksessa tyytyväisyys ei ole ollut niin korkealla kuin vuonna 2009. Tähän voi osaltaan vaikuttaa se, että nykyään Internet-lehdet ovat todella helposti saatavilla, ja niistä voidaan lukea uusin tieto nopeasti ja helposti toisin kuin vuonna 2002. Nykyään ihmiset kaipaavat ehkäpä enemmän aikakauslehtiä paperiversioina, joissa tiedonkaan ei tarvitse olla uusinta.

### **5.2.5 Kauppa**

Tutkimukseen osallistuneet vastaajat kokivat kaupan palvelut pääosin hyvinä. Ainoastaan tuotteiden hintatasosta kysyttäessä tuli enemmän vaihtelua vastauksissa. Vastaajat kertoivat avoimissa kohdissa paljon mielipiteitään ja toivomuksiaan.

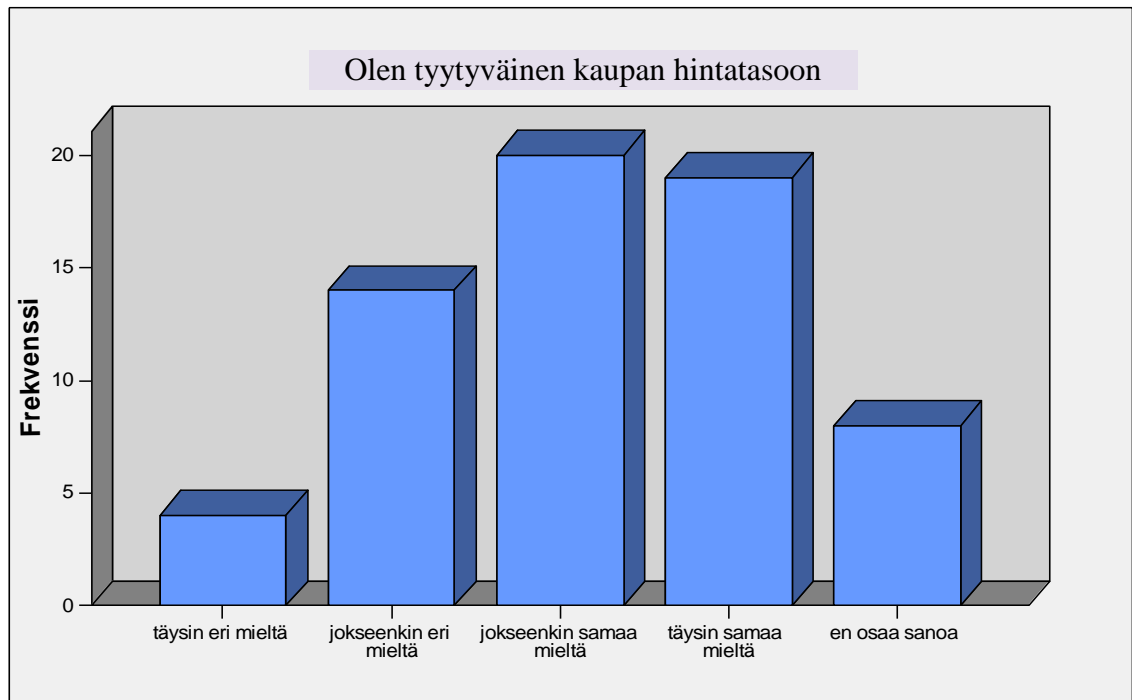
Lontoon suomalaisen kirkon kaupan siisteydestä kysyttäessä kaikki vastaajista olivat siihen tyytyväisiä. Väittämän ”Kauppa on mielestäni siisti” 66:stä vastaajasta 53 oli täysin samaa mieltä ja kahdeksan jokseenkin samaa mieltä väittämän kanssa. Viisi ei osannut sanoa mielipidettään. Tähän vastaajien tyytyväisyyteen vaikuttaa varmasti se, että vaikka kauppa ei olekaan kovin iso, siellä on onnistuttu sijoittamaan hyllyt ja kylmältaat niin, että siellä kulkeminen on helppoa. Lisäksi kauppaakin on uusittu kirkon remontin yhteydessä, joten se vaikuttaa uudelta.

Kaupan siisteyteen on oltu tyytyväisiä myös vuonna 2002, mutta tyytyväisyys on kuitenkin kasvanut vuoden 2009 vastaajien keskuudessa. Vuonna 2002 yli puolet vastaajista oli arvioinut siisteyden tasolle hyvä, kun taas vuonna 2009 suurin osa vastaajista oli täysin tyytyväisiä siisteyteen. Tähän vaikuttaa osin jo aiemmin todettu kaupan remontointi.

Kaupan tuotevalikoimaan oltiin tyytyväisiä, sillä 65:stä ”Olen tyytyväinen kaupan tuotevalikoimaan” -väittämään vastanneesta henkilöstä 55 oli täysin tai jokseenkin samaa mieltä väittämän kanssa. Kolme vastaajaa oli jokseenkin eri mieltä ja seitsemän ei osannut sanoa mielipidettään. Avoimissa kysymyksissä asiakkaat totesivat kaupan olevan hyödyllinen ja olivat tyytyväisiä kotoisiin suomalaisiin tuotteisiin. Kaupan tuotevalikoiman todettiin kulkevan omaa kiertokulkuaan eri basaarien mukaan. Vakituiset asiakkaat tuntuivat tietävän jo, mitä kannattaa milloinkin ostaa. Useat asiakkaat toivoivat valikoimiin enemmän suomalaisia lastenruokia ja joitakin muita kotimaisia tuotteita.

Tyytyväisyys kaupan tuotevalikoimaan oli kasvanut vuoden 2002 vastauksiin verrattuna. Tuolloin yleisin mielipide valikoiman laajuudesta oli hyvä ja toisena tuli tyydyttävä. Näin ollen kauppa on parantanut valikoimiaan näiden vastaajien mielipiteiden perusteella paljonkin.

Vastaajat olivat pääosin tyytyväisiä kaupan tuotteiden laatuun. Kaikista 65 vastaajasta 40 eli 61,5 % oli asiasta täysin samaa mieltä, 17 vastaajaa eli 26,2 % oli jokseenkin samaa mieltä, kaksi (3,1 %) jokseenkin eri mieltä ja kuusi ei osannut sanoa mielipidettään. Mielestäni on erittäin hyvä asia, että lähes kaikki asiakkaat olivat tyytyväisiä tuotteiden laatuun. Lähes kaikki tuotteet kun kuljetetaan myytäväksi Suomesta ja osa niistä on esimerkiksi pakasteita. Lisäksi kaupan myyntivaihtelut tuovat varmasti oman haasteensa tuotteiden myynnissä. Pientä tyytymättömyyttä tuotteiden laatuun voi tuoda se, että jotkut asiakkaat olivat huomanneet, että parasta ennen päiväyksiä oli kaupassa ohitettu eli myynnissä oli vanhoja tuotteita. Lisäksi eräs vastaaja oli huomannut suklaiden olevan joskus sulaneita. Tuotteiden laatu oli kohonnut vuoden 2002 tehdystä tutkimuksesta.



KUVIO 17. Vastaajien tyytyväisyys kaupan hintatasoon

Kaupan hintatasosta kysyttäessä (KUVIO 17) löytyi vastaajien mielipiteissä suuria vaihteluita. Vaikka 65 vastaajasta suurin osa oli tyytyväisiä kaupan hintoihin, löytyi joukosta myös 14 eli 21,5 % jokseenkin eri mieltä olevaa ja neljä (6,2 %) täysin eri mieltä olevaa. Tähän vaikuttaa kirkon vaihteleva käyttäjäkunta. Työssäkäyvät aikuiset ajattelevat usein erilaisilla kuin opiskelijat ja au pairit tuotteiden hinnoista. Yksi vastaajista oli perustellut vastaustaan hyvin: ”Tuotteet ovat aika hintavia, mutta ymmärrän että niiden tuonti Suomesta vaikuttaa siihen.” Tyytyväisyyttä kaupan hintatasoon ei voida verrata 2002 tehtyyn tutkimukseen jo aiemmin esitetyn syyn perusteella.

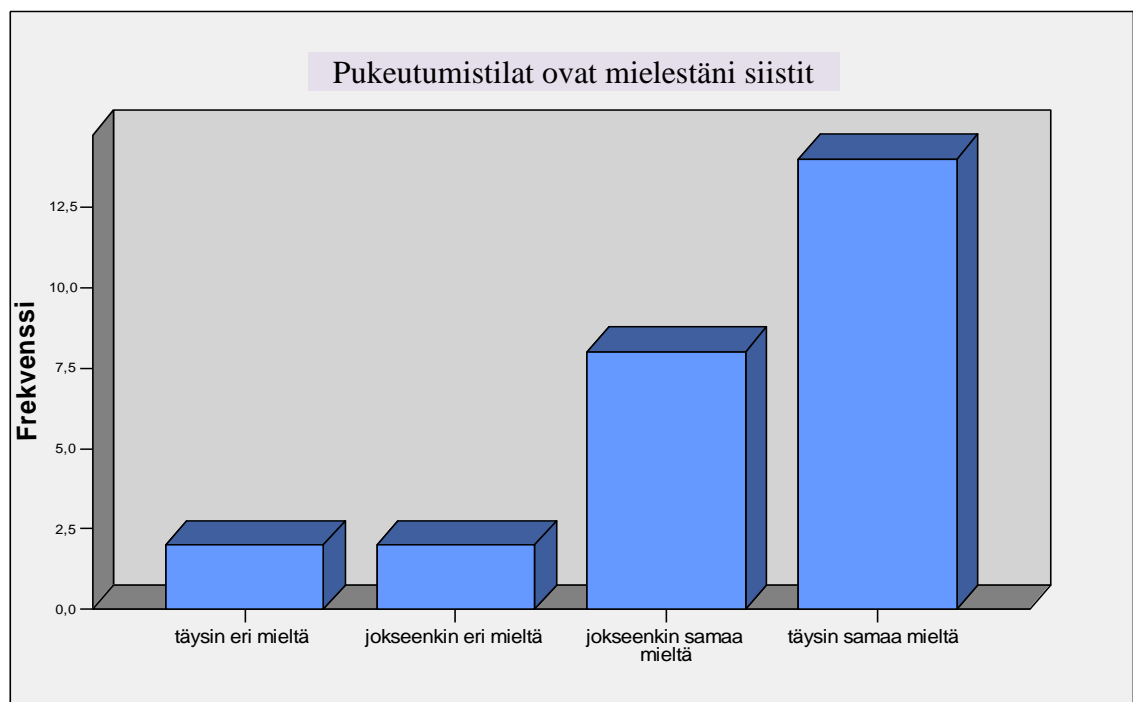
TAULUKKO 6. Kaupan hintatasoon tyytyväisyyden ja Iso-Britanniassa oleskelun syyn ristiintaulukointi

Iso-Britanniassa oleskelun syy	Olen tyytyväinen kaupan hintatasoon					Yhteensä
	täysin eri mieltä	jokseenkin eri mieltä	jokseenkin samaa mieltä	täysin samaa mieltä	en osaa sanoa	
vakituinen asuinmaani olen töissä lyhytaikaisesti	4	10	9	8	0	31
olen au pairina lomamatka	0	2	0	0	0	2
muu syy	0	1	1	0	0	2
	0	0	8	11	7	26
	0	1	2	0	1	4
<b>Yhteensä</b>	<b>4</b>	<b>14</b>	<b>20</b>	<b>19</b>	<b>8</b>	<b>65</b>

Taulukko 6 osoittaa, että Iso-Britanniassa vakituisesti asuvat vastaajat ovat tyytymättömmimpiä kaupan hintatasoon, kuten he olivat myös kahvilan hintatasoon. Myös lyhytaikaisesti töissä olevat ja toinen au pareista tunti hinnat korkeina. Ainoastaan kaikki lomamatkalaiset ja jonkin muun syyn takia maassa oleskelevat olivat jokseenkin tai täysin tyytyväisiä kaupan hintatasoon. Tähän hintatason kalliiksi kokemiseen vakituisesti maassa asuvien, lyhytaikaisesti töissä olevien ja au parien keskuudessa voi vaikuttaa paljon jo aiemmin todettu palvelujen tiheämpi käyttö, jolloin palvelujen hintoihin kiinnitetään enemmän huomiota.

### 5.2.6 Sauna

”Ihana päästä kotoiseen suomalaiseen saunaan” kirjoittaa yksi tutkimukseen vastanneista. Lontoon suomalaisen kirkon sauna saakin yleisesti ottaen hyvän arvosanan. Ainostaan saunavuorojen hinta saa vastaajien mielipiteet jakautumaan selvästi.



KUVIO 18. Vastaajien tyytyväisyys pukeutumistilojen siisteyteen

Kysyttäessä vastaajien mielipidettä pukeutumistilojen siisteydestä, yli puolet 26:stä vastaajasta oli täysin tyytyväisiä siisteyteen. Kuitenkin vastaajista löytyi myös täysin tyytymättö-

miäkin. (KUVIO 18). Eräät vastaajat valittelivat pukeutumistilojen pienuutta ja ilmanvaihdon huonoutta. Nämä seikat voivat vaikuttaa siihen, millaisena pukeutumistilojen siisteys mielletään. Tilanne on pysynyt samankaltaisena kuin vuonna 2002 tehdyssä tutkimuksessa.

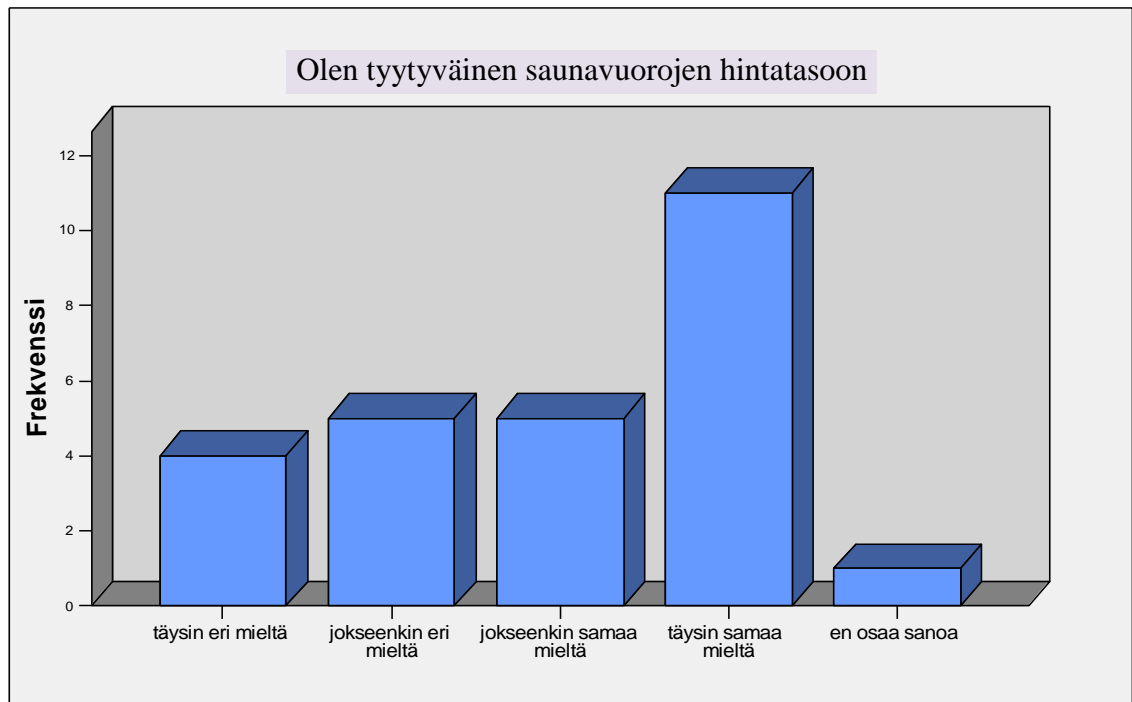
Pesutilojen siisteyteen oli täysin tyytyväisiä tasan puolet 26:stä vastaajasta. Seitsemän vastaajista oli jokseenkin tyytyväisiä, neljä jokseenkin tyytymättömiä ja kaksi ei osannut sanoa mielipidettään. Pesutilojenkin siisteydestä pidetään siis vastaajien mukaan hyvää huolta. Negatiivisesti siisteyteen voi vaikuttaa kuitenkin esimerkiksi isojen peliporukoiden saunominen, jolloin saunatilat voivat likaantua tavallista nopeammin suuren ihmismäärän vuoksi. Pesutilojen siisteyteen olivat tyytyväisiä myös 2002 tutkimukseen vastanneet asiakkaat.

Saunan siisteyteen lähes kaikki vastaajat olivat tyytyväisiä, sillä 13 vastaajaa 25:stä oli täysin samaa mieltä (52 %) ja kuusi (24 %) jokseenkin samaa mieltä väittämän ”Sauna on mielestäni siisti” kanssa. Ainoastaan kolme vastaajaa (12 %) oli jokseenkin eri mieltä ja kolme ei osannut sanoa mielipidettään. Uskon, että saunan siistiksi kokemiseen vaikuttaa suuresti uusitut saunatilat konkreettisen siisteyden lisäksi. Vuoden 2002 tutkimuksessa vastaajilta on kysytty ainoastaan mielipidettä saunasta yleisesti, mutta tuolloinkin palaute on ollut positiivista.

Saunavuorojen pituudet olivat riittäviä vastaajille, sillä yli puolet vastaajista oli täysin samaa mieltä väittämän ”Saunavuorojen pituus on riittävä” kanssa. Jokseenkin samaa mieltä olevia oli kuusi, yksi oli jokseenkin eri mieltä ja neljä ei osannut sanoa mielipidettään. Tästä voidaan todeta, että saunavuorojen pituuteen ei tarvitse puuttua, ainakaan tämän tutkimuksen vastaajien mielestä. Myös aiemmin tehdyssä tutkimuksessa on nähtävillä tyytyväisyys vuorojen pituuteen.

Kyselyyn vastanneet kirkon asiakkaat olivat tyytyväisiä saunavuorojen aikoihin. Täysin tyytyväisiä vastaajia oli 13 eli 52 prosenttia ja jokseenkin tyytyväisiä yhdeksän 36 prosenttia 25 vastaajasta. Kolme vastaajaa ei osannut sanoa mielipidettään. Näin ollen kirkko on osannut jakaa saunavuorot hyvin ja niiden muuttamiseen ei ole tarvetta vastaajien mielipiteiden perusteella. Vuonna 2002 osa vastaajista on ollut tyytymättömiä saunavuorojen aikoihin toisin kuin tässä tutkimuksessa.





KUVIO 19. Vastaajien tyytyväisyys saunavuorojen hintatasoon

Saunavuorojen hintataso aiheutti suurta eroavaisuutta vastauksissa. Väittämään ”Olen tyytyväinen saunavuorojen hintatasoon” vastanneesta 26:stä vastaajasta neljä (15,4 %) oli täysin eri mieltä ja viisi (19,2 %) jokseenkin eri mieltä väittämän kanssa. (KUVIO 19). Osa syynä saunavuorojen kalliiksi mieltämiseen voi olla se, että aikuisten noin kuuden euron saunamaksu voi tuntua osasta vastaajia suurelta. Sillä rahalla kun esimerkiksi Suomessa pääsisi jo uimahalliin. Toisaalta monillakaan Iso-Britanniassa asuvilla ei ole mahdollisuutta käydä saunassa, joten tällaisesta perinteisestä suomalaisesta traditiosta ollaan myös valmiita maksamaan.

Vuoden 2002 tutkimukseen vastaajat olivat arvioineet saunavuorojen hintatason negatiivisemmin. Tuolloin vastaajista löytyi vähemmän tyytyväisiä asiakkaita kuin vuonna 2009. Tähänkin vaikuttaa varmasti saunan remontointi, jonka jälkeen vastaajat ovat voineet tuntea saavansa enemmän vastinetta rahoilleen.

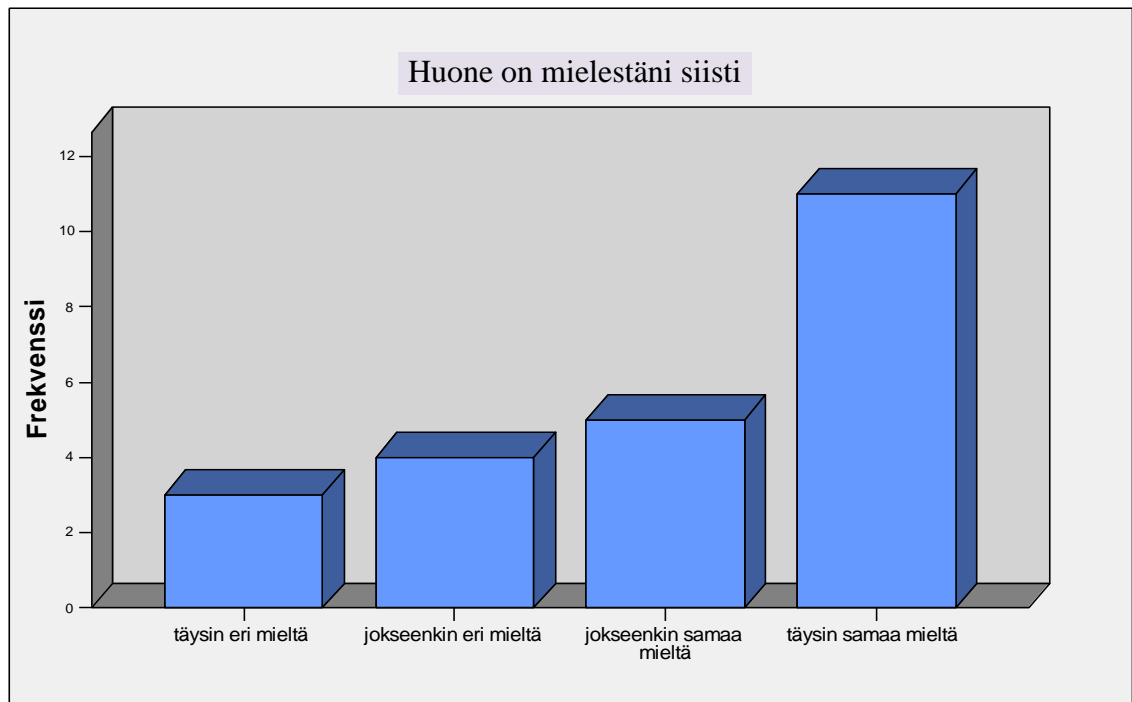
### 5.2.7 Majoitus

Kirkolla majoittuvista vastaajista 18 yöpyi yhteismajoituksessa, kolme vierashuoneessa ja yksi oli majoittunut kummassakin. Majoitus keräsi eri palvelukokonaisuuksista eniten eriäviä mielipiteitä vastaajilta.

TAULUKKO 7. Huoneen siisteyden ja majoittumishuoneen ristiintaulukointi

Majoituin	Huone on mielestäni siisti				Yhteensä
	täysin eri mieltä	jokseenkin eri mieltä	jokseenkin samaa mieltä	täysin samaa mieltä	
yhteismajoituksessa	3	2	4	9	18
vierashuoneessa	0	0	1	2	3
kummassakin	0	1	0	0	1
Yhteensä	3	3	5	11	22

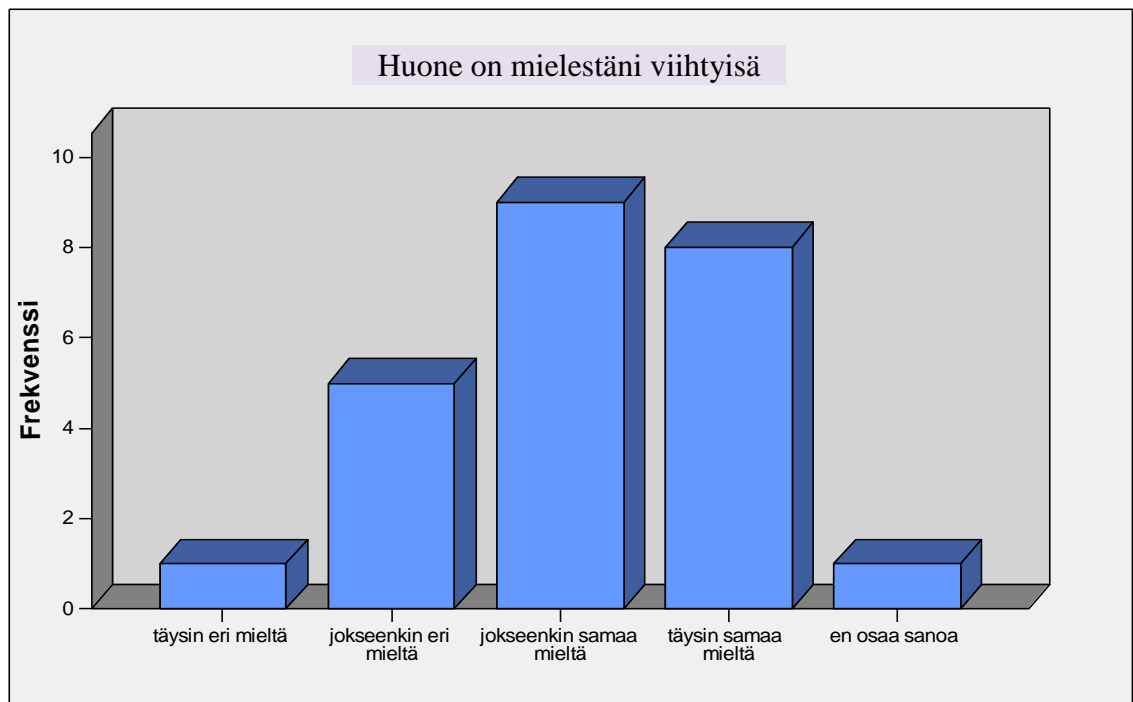
Taulukko 7 kertoo, miten Lontoon suomalaisella kirkolla majoittuneet vastaajat ovat kokeneet huoneen siisteyden. Vierashuoneessa yöpyneet kolme vastaajaa ovat olleet jokseenkin tai täysin tyytyväisiä siisteyteen, kun taas yhteismajoituksessa yöpyneistä vastaajista usea on eri mieltä väittämän “Huone on mielestäni siisti kanssa”.



KUVIO 20. Vastaajien mielipide huoneen siisteydestä

Kuviosta 20 voidaan huomata, että vastaajat eivät ole olleet täysin tyytyväisiä huoneiden siisteyteen. Vaikka enemmistö vastaajista on samaa mieltä väittämän ”Huone on mielestäni siisti” kanssa, löytyy joukosta myös useita eri mieltä olleita vastaajia. Tähän syynä voi olla monen vastaajan ilmoittama pölyisyys huoneissa. Useat vastaajat olivat kuitenkin halunneet myös sanoa kiitoksensa mukavasta yöpymismahdollisuudesta.

Vuoden 2002 vastauksiin verrattuna tutkimus osoittaa, että vuonna 2009 suurempi osa vastaajista oli täysin tyytyväisiä huoneen siisteyteen. Kummankin tutkimuksen vastaajista pieni osa on ollut tyytymättömiä siisteyden tasoon. Jokainen majoittuja kun kokee siisteyden eri tavalla ja toiset odottavat korkeampaa tasoa kuin toiset. Hälyttävää mielestäni on kuitenkin se, että vastaajista löytyi henkilöitä, jotka ovat täysin tyytymättömiä siisteyteen.



KUVIO 21. Vastaajien mielipide huoneen viihtyisyydestä

Huoneen viihtyisyydestä kysyttäessä saatiin taas useita eri mielipiteitä (KUVIO 21). Väittämään vastanneista 24 henkilöstä viisi (20,8 %) oli jokseenkin tyytymätön ja yksi (4,2 %) täysin tyytymätön huoneen viihtyvyyteen. Vastaajat kaipasivat huoneisiin lisää laskutilaa ja lukulamppuja. Eräs vastaajista totesi, että huoneet ovat pieniä kuudelle hengelle, kun toinen taas halusi sanoa, että kuuden hengen majoittuminen kerrossängyissään ei ollut mi-

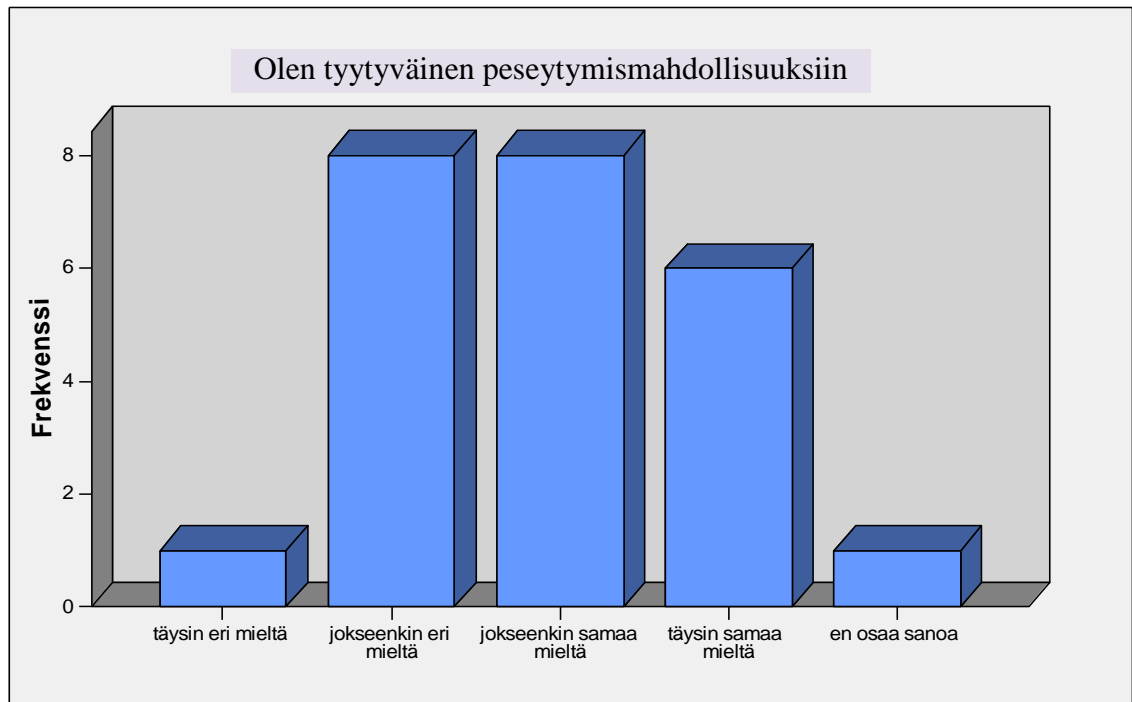
kään ongelma. Viihtyvyyteenkin vaikuttaa suuresti se, miten ihmiset kokevat pienehköt huoneet, joissa saattaa olla monia itselle tuntemattomia ihmisiä.

Vuonna 2002 tehdyn kyselyn vastaajat ovat kokeneet majoitustilojen viihtyvyyden huonompana kuin vuonna 2009 kyselyyn vastanneet. Tämä selittyy sillä, että majoitustilat on uusittu perusteellisesti vuoden 2006 lopulla. Näin huoneet vaikuttavat uudemmilta ja siistimmiltä kuin aikaisemman kyselyn aikoihin, ja vastaajat ovat olleet viihtyvyyteen tyytyväisempiä vuonna 2009. Seuraavana esitetään ristiintaulukoinnin avulla vastaajan iän vaikutusta huoneen viihtyvyyden kokemiseen.

TAULUKKO 8. Huoneen viihtyvyyden ja vastaajan iän ristiintaulukointi

	Huone on mielestäni viihtyisä				Yhteensä
	täysin eri mieltä	jokseenkin eri mieltä	jokseenkin samaa mieltä	täysin samaa mieltä	
Ikäni alle 18	0	0	2	4	6
18–25	0	0	1	0	1
26–35	0	0	0	1	1
36–45	1	3	3	0	7
46–55	0	2	3	2	7
56–65	0	0	0	1	1
vuotta					
Yhteensä	1	5	9	8	23

Taulukosta 8 voidaan nähdä, että nuoremmat vastaajat kokevat huoneet useammin viihtyisiksi kuin vanhemmat. Tähän vaikuttaa se, nuoret matkailijat ovat tottuneet usein nukkumaan esimerkiksi hostelleissa, joissa majoituksen taso ei ole kovinkaan korkea. Lontoon suomalaisen kirkon tarjoama majoitus on varmasti monen nuoren mielestä tasokkaampaa kuin näiden hostelleiden. Toisaalta taas vanhemmat vastaajat ovat tottuneet mahdollisesti hotelleihin, jolloin pienehköt yhteismajoitushuoneet voivat tuntua heistä esimerkiksi ahtailta.



KUVIO 22. Vastaajien mielipide peseytymismahdollisuuksista

Koko asiakastyytyväisyyskyselyn tyytymättömimmät mielipiteet löytyivät kysyttäessä tyytyväisyyttä peseytymismahdollisuuksiin (KUVIO 22). Väittämän ”Olen tyytyväinen peseytymismahdollisuuksiin” kanssa kahdeksan vastaajaa eli 33,3 prosenttia 24:stä oli jokseenkin eri mieltä ja yksi (4,2 %) täysin eri mieltä. Tähän vaikutti ainakin se, että jossakin kohdassa kyselyn tekohetkellä yksi suihku oli ollut rikki. Mutta vastaajat olivat huomanneet monia muitakin puutteita, kuten käteen otettavan suihkun ja suihkuverhon puuttumisen. Yhteisiä suihkuja ja vessoja on majoitustiloissa käytössä kumpaakin kaksi, joten se voi tuottaa ongelmia varsinkin huoneiden ollessa täynnä majoittujia.

Tilanne on ollut samankaltainen vuonna 2002 kyselyyn vastanneiden mielipiteisiin verrattuna. Voidaan siis todeta, että vaikka majoitustiloja on uusittu, niin peseytymistiloissa olisi vielä paljon parantamisen varaa. Vastaajat antoivat monia pieniä vinkkejä, joilla peseytymistiloista saataisiin toimivammat ja viihtyisämmät. Niistä lisää pohdinnassa.

Asiakastyytyväisyyskyselyn vastaajat olivat tyytyväisiä majoituksen hintatasoon. Ainoastaan kolme vastaajaa eli 12,5 prosenttia 24:stä oli jokseenkin tyytymätön hintatasoon, kun taas tasan puolet vastaajista (50 %) oli täysin tyytyväisiä. Tyytyväisyyteen vaikuttavat varmasti monet seikat, mutta uskon, että suomalainen majoittumisympäristö, joka tarjoaa turvallisuuden tunnetta vieraassa maassa, monipuolinen aamiainen sekä uusitut huoneet anta-

vat vastinetta rahoille. Tämän kysymyksen vastauksia ei ole mahdollista verrata aiemmin tehtyyn tutkimukseen.

## 6 KEHITTÄMISEHDOTUKSIA

Tässä luvussa annetaan Lontoon suomalaiselle kirkolle kehittämisehdotuksia asiakastytyväisyyden parantamiseksi. Useat parannusehdotukset perustuvatkin vastaajien omiin ehdotuksiin ja toivomuksiin. Lisäksi luku antaa Suomen Merimieskirkko ry:lle ideoita jatkuvaan asiakaspalautteen keräämiseen.

### 6.2 Kehittämisehdotuksia

Tutkimuksen tuloksia tarkastellessa voi huomata, että Lontoon suomalaisen kirkon palvelut ovat kohdillaan. Joitakin kehittämisehdotuksia kuitenkin löytyy niin itseltäni kuin asiakastytyväisyyskyselyn vastaajiltakin.

Kirkon olisi syytä panostaa lapsiystävällisyyteen kahvilan puolella, sillä osa sen asiakkaisista on vanhempia pienine lapsineen. Usea kyselyyn vastannut ehdotti, että sohvien eteen laitettaisiin matto tai pehmuste. Näin pienet lapset eivät leikkiessään löisi päätään kovaan lattiaan ja nuorimmatkin lapset uskaltaisi laittaa mukaan leikkeihin. Lisäksi toivottiin porttia niin kahvilan portaisiin kuin kaupankin ovelle.

Kahvilassa olisi syytä tarkistaa useaan otteeseen päivässä, että kahvi on tuoretta, eikä ole seissyt pannussa liian pitkään. Myös muiden kahvilatuotteiden tuoretta kannattaa seurata tarkasti. Kyselyyn vastannut henkilö ehdotti lisäksi tuoreiden vihannesten ja juuresten käyttöä ruuanlaitossa. Se ei välttämättä tulisi kalliimmaksi, mutta toisi ruokaan tuoreuden tuntua.

Kirkon lehtivalikoiman päivitys voisi olla myös paikallaan. Asiakkaille voisi tehdä esimerkiksi pienen kyselyn, jossa he voisivat ehdottaa heitä kiinnostavia lehtiä. Näin lehtivalikoima saataisiin vastaamaan paremmin kirkon asiakaskunnan mielenkiinnon kohteita. Lehtiä tilatessa lapset voitaisiin ottaa paremmin huomioon.

Saunatiloihin vastaajat olivat pääosin tyytyväisiä, mutta muutama parannusehdotuskin löytyi. Saunojat toivoivat saunan portaisiin ”jarruja”, sillä portaat muuttuvat kastuessaan liukkaiksi. Tällä pienellä panostuksella saunasta saataisiin paljon turvallisempi ja välttyttäisiin

näin mahdollisilta turhilta tapaturmilta. Pukeutumistilojen ilmanvaihto oli erään vastaajan mielestä huono. Se kannattaakin tarkastaa ja ryhtyä toimenpiteisiin, jos niihin nähdään ai-  
hetta.

Kaupan puolella olisi tärkeää seurata parasta ennen -päiväyksiä, jotta asiakkaille ei synny mielikuvaa siitä, että siellä myydään vanhentuneita tuotteita. Useat vastaajat haluaisivat kauppaan enemmän suomalaisia lastenruokia. Kirkon kaupasta vastaava henkilö voisi miettiä, voiko tuotteiden tilaamista hoitaa paremmin niin, etteivät tuotteet pääsisi loppu-  
maan hyllystä, mutta ei syntyisi kuitenkaan suurta hävikkiä. Etenkin Vaasan Maukas -  
näkkileipä oli kaivattu tuote, joka on ajoittain loppu hyllystä.

Kirkon majoituspalvelut saivat monen vastaajan kirjoittamaan mielipiteensä vielä sille erikseen varattuun paikkaan. Useat majoittajat olivat huomanneet huoneiden olleen pölyi-  
siä. Tähän asiaan siivouksessa kannattaisi kiinnittää huomiota, sillä pölyisyys luo negatiivista kuvaa siisteydestä. Huoneet ovat lisäksi pienehköjä, jolloin pölyisyys voi aiheuttaa joillekin majoittujille, kuten pölyallergikoille, haittaa. Kyselyyn vastanneet majoittajat toivoivat huoneisiin roska-astioita, laskutilaa, lukulamppuja ja peilejä. Näistä pienistä mukavuutta edistävästä asioista ei koituisi kirkolle suuria kustannuksia, mutta majoittajat saattaisivat olla tyytyväisempiä.

Majoitustiloissa sijaitsevia pesutiloja ja vessoja koskien vastaajat antoivat myös palautetta. Useat majoittajat olivat huomanneet toisen suihkun olevan rikki, mikä aiheutti ruuhkaa yhteen toimivaan suihkuun. Eräs vastaaja toivoi suihkua, joka on mahdollista ottaa myös käteen, jottei hiuksia tarvitsisi joka kerta kastella. Lisäksi käsisuihkua toivottiin vessoihin. Vessojen käsienpesualtaat saivat hieman kritiikkiä pienuudestaan, joka aiheutti hankaluuksia esimerkiksi kasvoja pestessä. Nämä parannusehdotukset ovat jo kustannuksiltaan isompia, mutta niitä voi miettiä viimeistään erilaisten korjauksien ja remonttien yhteyksissä. Rikkinäiset suihkut ja muut majoittumiseen oleellisesti liittyvät palvelun osat kannattaa jatkossa korjata nopealla aikataululla.



## 6.2 Ideoita asiakaspalautteen keräämiseen

Suomen Merimieskirkko ry:n Käsikirjassa (4.12.2007) sanotaan asiakaspalautteen keräämisestä seuraavasti: ”Merimieskirkoilta ja merimieskirkon verkkosivuilta kerätyn asiakaspalautteen tehtävänä on kehittää asiakaspalvelua ja vahvistaa vuorovaikutusta merimieskirkon asiakkaisiin.” Suomen Merimieskirkko ry:n niin kotimaan kuin ulkomaan toimipisteissä käy paljon ihmisiä, jotka käyttävät eri palveluja. Mielestäni siksi olisikin tärkeää luoda jokaiseen toimipisteeseen suoran asiakaspalautteen keräyssysteemi, jonka avulla voitaisiin taltioida kirkoilla kävijöiden paikanpäällä antamia kiitoksia, kehitysehdotuksia ja muita kommentteja toiminnasta. Keräyspaikkana voisi toimia esimerkiksi jokin kansio, joka olisi kaikkien työntekijöiden helposti saatavilla.

Työntekijät voisivat kirjoittaa kansioon kuulemiaan ja kyselemiään palautteita ja sitä kautta voitaisiin huomata esimerkiksi toistuvat kommentit jostakin asiasta. Tätä systeemiä käyttämällä asiakkaiden palautteet eivät jäisi vain yksittäisille työntekijöille. Toinen tärkeä asiakaspalautteen taltioimisväline voisi olla palautekaavakkeet, joita olisi tarjolla ympäri vuoden eikä vain erilaisten tutkimusten yhteydessä. Tällöin asiakkaat voisivat täyttää palautekaavakkeen heti kun heistä tuntuu tarpeelliselta antaa palautetta. Tätä varten toimipaikkoihin täytyisi asentaa esimerkiksi ”postilaatikko”, joka toimisi nimettömän palautteen keräämispaikkana. Palautekansio ja palautekaavakkeet olisi hyvä ottaa tarkasteluun tietyin väliajoin esimerkiksi palaverissa, joissa koko henkilöstö olisi paikalla.

Suomen Merimieskirkko ry kerää asiakaspalautetta Internet-sivuillaan Ota yhteyttä -osion alla. Sieltä jokainen vastaaja voi valita palautettaan koskevan toimipaikan ja antaa palautetta kätevästi nimettömänä. Jotta merimieskirkoilla vierailevat ihmiset osaisivat mennä antamaan palautetta Internetin kautta, kannattaisi esimerkiksi jokaisen toimipaikan ilmoitustaululle laittaa www-osoite, josta palautekaavake löytyy. Tämä palautteenanto-osoite toimisi myös muistutuksena asiakkaille. Samalla toimipaikat voisivat osoittaa, että ovat kiinnostuneita kävijöidensä mielipiteistä.

Eri tyyppisenä palautteen keräyskeinona toimipaikoissa voitaisiin käyttää sitä, että esimerkiksi merimieskirkkojen johtajat hankkisivat palautetta asiakkaiden kanssa keskustelemalla. Näin he voisivat tarkastella palvelua asiakkaan näkökulmasta. Tätä keinoa kylläkin varmasti käytetään jo paljon merimieskirkkojen johtajien ja asiakkaiden välisessä kanssakäymisessä.

Näillä palautteen keräyskeinoilla Suomen Merimieskirkko ry:n toimipaikat, joissa tällaisia ei vielä ole, voisivat saada paremmin selville asiakkaidensa mielipiteitä toiminnasta ja asiakaspalvelusta. Näillä keinoilla esimerkiksi mahdollisia palvelun epäkohtia saataisiin esille ja niiden korjaamisella voitaisiin vaikuttaa toimipaikkojen asiakastyytyväisyyteen. Toimipaikkojen olisi syytä miettiä miten asiakaspalautteen antaminen voitaisiin tehdä mahdollisimman helpoksi asiakkaalle.

Asiakaspalautteesta on suurta hyötyä jokaiselle erilliselle merimieskirkolle, mutta toimipaikkojen itsensä keräämää tietoa asiakkaiden tyytyväisyydestä voisi olla hyvä tiedottaa myös keskustoimistolle. Näin saatu palaute voisi täydentää muun muassa Internetistä saatuja palautekaavakkeen tuloksia. Jokaisen toimipaikan olisi lisäksi hyvä valita keskuudestaan asiakaspalautteista vastaava työntekijä, joka huolehtisi esimerkiksi palautekansion siisteydestä, palautelaatikon tyhjentämisestä sekä saatujen asiakaspalautteiden jäsentämisestä.

## 7 POHDINTA

Työn tarkoituksena oli selvittää asiakkaiden tyytyväisyyttä Lontoon suomalaisen kirkon eri palveluihin kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän avulla. Tavoitteena oli verrata tutkimuksesta saatuja tuloksia vuonna 2002 tehdyn samankaltaisen asiakastytyväisyystutkimuksen tuloksiin. Lisäksi haluttiin antaa Lontoon suomalaiselle kirkolle kehittämissä ehdotuksia, joita voitaisiin hyödyntää kirkon toiminnassa.

Mielestäni opinnäytetyöprosessi sujui kaiken kaikkiaan hyvin, vaikkakin työn valmiiksi saaminen myöhästyi hieman alun perin suunnitellusta aikataulusta. Tähän vaikutti se, että alkuraportin jälkeen jäin odottamaan asiakastytyväisyystutkimuksen valmistumista ja kirjallisen osan tekeminen jäi sen jälkeen vähemmälle.

Sain tutkimusta tehdessäni vastaukset kahteen tutkimusongelmaani, joita olivat: Millaisiksi kirkon asiakkaat mieltävät kirkon eri palvelut ja miten asiakastytyväisyys on muuttunut vuodesta 2002. Tutkimukseen vastanneet asiakkaat olivat Lontoon suomalaisen kirkon palveluihin tyytyväisiä. Tähän voidaan todeta vuonna 2006 tehdyn kirkon remontin vaikuttaneen suuresti. Tutkimustuloksista tuli silti esille joitakin tyytymättömyyteen johtaneita asioita. Esimerkiksi tuotteiden hintataso ja majoitus saivat negatiivisempaa palautetta. Vuonna 2002 tehtyyn tutkimukseen verrattuna voidaan yleisesti sanoa, että tutkimuksiin osallistuneiden vastaajien mielipiteiden perusteella palveluiden taso on noussut vuoteen 2009 mennessä.

Tutkimusta tehdessäni huomasin, että tutkimukseni luotettavuuteen vaikuttavat monet seikat. Verratessani omaa tutkimustani Leeni Lindroosin ja Merja Paavolan tutkimukseen ongelmia syntyi, kun kysymysasettelumme eivät olleet täysin samanlaisia. Tästä johtuen vertasin tuloksia useissa kohtaa ainoastaan hyvin yleisellä tasolla. Lisäksi tutkimuksia ei tehty samana ajankohtana vuodesta, jolloin esimerkiksi tiettyjen asiakasryhmien erot ovat voineet johtua tästä.

Tutkimuslomakkeita tehdessäni tiesin jo, että Lontoon suomalaisen kirkon asiakkaat eivät välttämättä käytä kaikkia palveluja käyntinsä aikana. Tästä johtuen vastausten määrä eri palveluja koskevilla väittämillä vaihteli suuresti, ja esimerkiksi kirkon saunaan liittyviin väittämiin saatiin vastauksia vain noin 25 vastaajalta.

Ennen lomakkeiden jakamista Lontoon suomalaiselta kirkolta pyydettiin, että majoittujille jaettaisiin ainoastaan kysymyslomakkeet, joissa käsiteltäisiin majoituspalveluja. Täytetyt vastauslomakkeet saatuani huomasin, että lomakkeiden jakaminen ei ollut täysin onnistunut majoittujien ja muiden kävijöiden kesken. Useat majoittajat kun eivät olleet saaneet lomaketta majoituskysymyksineen, ja olivat kirjoittaneet mielipiteitään majoituksesta ainoastaan vapaa sana -kohtaan. Tässä hukattiin usean majoittujan mielipiteet.

Toinen asia, jonka huomasin saatuani lomakkeet takaisin, että monet vastaajista olivat valinneet useita vaihtoehtoja kysymyksissä, joissa oli tarkoitus valita vain yksi. Tästä johtuen minun täytyi hylätä yksittäisiä vastauksia. Tämän ongelman syntymisen olisin voinut estää tarkemmilla ohjeilla ja rajauksella jo lomaketta tehdessä.

Kaikesta huolimatta olen erittäin tyytyväinen valitsemaani opinnäytetyön aiheeseen sekä saamaani toimeksiantoon. Lontoon suomalaiseen kirkkoon oli mukava tutustua, sillä minulla ei ollut siitä aiemmin paljoakaan tietoa. Olen mielestäni saavuttanut itselleni asettamat tavoitteet hyvin ja toivon opinnäytetyöstäni olevan hyötyä toimeksiantajalleni.

## LÄHTEET

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

Amstrong, G & Kotler, P. 2005. Marketing: An introduction. 7. uudistettu painos. Upper Sadle River: Prentice Hall.

Grönroos, C & Järvinen, R. 2001. Palvelut ja asiakassuhteet. Helsinki: Kauppakaari Oyj.

Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. 7. uudistettu painos. Helsinki: Edita.

Hirsjärvi, S; Remes, P & Sajavaara, P. 2005. Tutki ja Kirjoita. 11. painos. Helsinki: Tammi.

Kansanaho, E. 1983. Kirkko ja merenkulkijat. Saarijärvi: Printari Oy.

Kuluttajavirasto. 2009. Asiakaspalvelu on osa tavaraa ja palvelua. Www-dokumentti. Saatavilla: <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/asiakaspalaute/>. Luettu: 9.11.2009.

Lindroos, L & Paavola M. 2002. Pala Suomea ulkomailla – Lontoon suomalaisen kirkon asiakastytyväisyyskysely. Opinnäytetyö. Pirkanmaan ammattikorkeakoulu. Matkailualan koulutusohjelma.

Lehmuskallio, S. 2007. Merimieskirkko on liikkuvien ihmisten kirkko. Www-dokumentti. Saatavilla: [http://www.sana.fi/etusivu/puheenvuorot/sakari\\_lehmuskallio\\_merimieskirkko\\_on\\_liikkuvien\\_ihmisten\\_kirkko/](http://www.sana.fi/etusivu/puheenvuorot/sakari_lehmuskallio_merimieskirkko_on_liikkuvien_ihmisten_kirkko/). Luettu: 19.10.2008.

Lempiäinen, P. 2000. Nuortuu vanhetessaan. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.

Leppänen, E. 2007. Asiakaslähtöinen myynti. Jyväskylä: Gummeruksen kirjapaino Oy.

Lontoon suomalainen kirkko. 2008a. Suomalaisten parissa myrskyssä ja myötätuulessa. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.finnishchurch.org.uk/>. Luettu: 23.10.2008.

Lontoon suomalainen kirkko. 2008b. Kahvila. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.finnishchurch.org.uk/>. Luettu: 23.10.2008.

Lontoon suomalainen kirkko. 2008c. Kauppa. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.finnishchurch.org.uk/>. Luettu: 23.10.2008.

Lontoon suomalainen kirkko. 2008d. Tervetuloa majoittumaan uudistettuihin tiloihin! Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.finnishchurch.org.uk/>. Luettu: 23.10.2008.

Lontoon suomalainen kirkko. 2008e. Sauna lämpää kuutena päivänä viikossa. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.finnishchurch.org.uk/>. Luettu: 23.10.2008.

Lontoon suomalainen kirkko. 2008f. Jumalanpalvelukset Lontoon suomalaisella kirkolla. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.finnishchurch.org.uk/>. Luettu: 23.10.2008.

Lontoon suomalainen kirkko. 2008g. Sosiaalityö. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.finnishchurch.org.uk/>. Luettu: 25.10.2008.

Lontoon suomalainen kirkko. 2008h. Ryhmät. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.finnishchurch.org.uk/>. Luettu: 20.10.2008.

Mäntyneva, M; Heinonen, J & Wrangle, K. 2008. Markkinointitutkimus. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy.

Rissanen, T. 2006. Hyvän palvelun kehittäminen. Vaasa: Kustannusosakeyhtiö Pohjantähti.

Suomen evankelis-luterilainen kirkko. 2008. Apua ulkomailla. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://evl.fi/EVLfi.nsf/Documents/684AC13FCC3180ACC225725A003FD569?OpenDocument&lang=FI>. Luettu 19.10.2008.

Suomen Merimieskirkko. 2008. Toimintakertomus 2007. Pdf-tiedosto. Saatavissa: [http://www.merimieskirkko.fi/esittely/esittely\\_tiedostot/vk\\_2007.pdf](http://www.merimieskirkko.fi/esittely/esittely_tiedostot/vk_2007.pdf). Luettu: 22.10.2008.

Suomen Merimieskirkko ry. 2008a. Perustietoa. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.merimieskirkko.fi/esittely/esittely.asp>. Luettu 19.10.2008.

Suomen Merimieskirkko ry. 2008b. Merimieskirkko palvelee. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.merimieskirkko.fi/palvelut/palvelut.asp>. Luettu 20.10.2008.

Suomen Merimieskirkko ry. 2008c. Navicar – Merimieskirkko liikkeellä. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.merimieskirkko.fi/toimipisteet/kotimaa/navicar.asp>. Luettu 20.10.2008.

Suomen Merimieskirkko ry. 2008d. Kotimaan toimipaikat. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.merimieskirkko.fi/toimipaikat/kotimaa.asp>. Luettu 20.10.2008.

Suomen Merimieskirkko ry. 2008e. Ulkomaan toimipaikat. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.merimieskirkko.fi/toimipaikat/ulkomaa.asp>. Luettu 20.10.2008.

Suomen Merimieskirkko ry. 2008f. Toimintakertomus. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.merimieskirkko.fi/esittely/toimintakertomus.asp>. Luettu 20.10.2008.

Suomen Merimieskirkko ry. 2008g. Seurakuntapalvelut. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.merimieskirkko.fi/palvelut/seurakuntapalvelut.asp>. Luettu 22.10.2008.

Suomen Merimieskirkko ry. 2009. Kokkola. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.merimieskirkko.fi/toimipisteet/kotimaa/kokkola.asp>. Luettu 12.3.2009.

Suomen Merimies-Unioni SMU ry. 2009. Vuosaaren Merimieskeskus. Www-dokumentti. Saatavissa: [http://www.smu.fi/viestinta/nettijutut/vuosaaren\\_merimieskeskus/](http://www.smu.fi/viestinta/nettijutut/vuosaaren_merimieskeskus/). Luettu: 12.3.2009.

Valli, R. 2001. Johdatus tilastolliseen tutkimukseen. Jyväskylä: PS-kustannus.

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

Zeithaml, V; Bitner, M & Gremler, D. 2006. Services Marketing – Integrating Customer Focus Across the Firm. 4. uudistettu painos. New York: McGraw-Hill.

Hyvä vastaaja,

Tämän markkinointitutkimuksen tarkoituksena on saada tietoa Lontoon suomalaisen kirkon asiakastyytyväisyydestä. Vastaamalla lomakkeen kysymyksiin huolellisesti, autat keräämään tärkeää tietoa asiakkaiden tyytyväisyydestä eri palveluihin ja sitä kautta kirkkoa palvelemaan asiakkaitaan entistä paremmin. Tutkimuksessa kerättyä tietoa käsitellään luottamuksellisesti ja yksittäisten vastaajien henkilöllisyys ei tule esille missään tutkimuksen vaiheessa. Tutkimus on osa Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoululle tehtävää opinnäytetyötä.

Kaikki kyselyyn vastaajat saavat kiitokseksi vastaamisesta kupongin, jolla saa kirkon kesän grillijuhlissa ilmaisen grillimakkaran!

Kiitos jo etukäteen vastaamisesta!

Asko Meriläinen  
palveluvastaava  
Lontoon suomalainen kirkko

Mirka Lindell  
restonomiopiskelija  
Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulu



**Rastita itseäsi parhaiten kuvaava vaihtoehto.**

1. Sukupuoleni  nainen  mies
2. Olen syntynyt vuonna \_\_\_\_\_
3. Iso-Britanniassa oleskeluni syy
- Iso-Britannia on vakituinen asuinmaani
  - olen töissä lyhytaikaisesti (alle 2 vuotta)
  - opiskelen
  - olen au pairina
  - lomamatka
  - työmatka
  - muu syy, mikä? \_\_\_\_\_
4. Olen nyt oleskellut Iso-Britanniassa
- alle vuoden
  - 1-5 vuotta
  - 6-10 vuotta
  - yli 10 vuotta
5. Vierailen kirkolla
- viikoittain
  - kuukausittain
  - harvemmin kuin kerran kuukaudessa
  - vierailen nyt ensimmäistä kertaa
6. Pääasiallinen käyntini syy
- kirkollinen toiminta
  - toimintaryhmä (esim. au pair -tapaaminen, pallerot, päiväpiiri)
  - sauna
  - ostosten teko
  - kirjasto/lehdet/Internet
  - majoittuminen
  - kahvila
  - ystävien tapaaminen
  - muu, mikä? \_\_\_\_\_
7. Sain kuulla kirkosta
- Horisontti-lehdestä
  - Merimieskirkko-lehdestä
  - Internetistä
  - Suomen Merimieskirkon kautta
  - ystäviltä tai tuttavilta
  - muualta, mistä? \_\_\_\_\_
8. Saan pääasiassa tiedon kirkon tapahtumista
- Horisontti-lehdestä
  - Merimieskirkko-lehdestä
  - Internetistä
  - kirkon ilmoitustaululta
  - kirkon henkilökunnalta
  - ystäviltä tai tuttavilta
9. Saan mielestäni tarpeeksi informaatiota kirkolla järjestettävistä tilaisuuksista
- kyllä
  - en
  - en osaa sanoa

Rastita tai ympyröi mielipidettäsi vastaava väittämä. Sinun ei tarvitse vastata, kuin niitä palveluja koskeviin väittämiin, joita olet käyttänyt kirkolla. Eri palveluita koskevien kysymysten jälkeen on varattu tilaa vapaalle sanalle.

1 = Täysin eri mieltä  
3 = Jokseenkin samaa mieltä

2 = Jokseenkin eri mieltä  
4 = Täysin samaa mieltä

9 = En osaa sanoa

#### KIRKOLLINEN TOIMINTA

10. Osallistun kirkolliseen toimintaan
- viikoittain  
 kuukausittain  
 harvemmin
11. Tärkeimpänä kirkollisessa toiminnassa koen
- hengellisen sisällön  
 ystävien tapaamisen  
 muun, mikä? \_\_\_\_\_  
 en osaa sanoa
12. Rastita mielestäsi tärkein työmuoto
- jumalanpalvelukset  
 raamattupiiri  
 pyhäkoulu  
 iltahartaus  
 muu, mikä? \_\_\_\_\_  
 en osaa sanoa
13. Kirkollista toimintaa on mielestäni tarpeeksi
14. Kirkollinen toiminta vastaa tarpeitani
- |  |   |   |   |   |   |
|--|---|---|---|---|---|
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 9 |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 9 |

Mitä muuta haluan sanoa: \_\_\_\_\_

#### KAHVILATOIMINTA

15. Tunnen itseni tervetulleeksi kirkolle
16. Palvelu on mielestäni ystävällistä
17. Minua palvellaan tarpeeksi nopeasti
18. Kahvila on mielestäni siisti
19. Kahvilan ilmapiiri on viihtyisä
20. Olen tyytyväinen kahvilan tuotevalikoimaan
21. Tuotteet ovat mielestäni laadukkaita
22. Olen tyytyväinen kahvilan hintatasoon
23. Lehtivalikoima on mielestäni monipuolinen
- |  |   |   |   |   |   |
|--|---|---|---|---|---|
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 9 |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 9 |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 9 |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 9 |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 9 |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 9 |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 9 |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 9 |

Mitä muuta haluan sanoa: \_\_\_\_\_

#### KAUPPA

24. Kauppa on mielestäni siisti
25. Olen tyytyväinen kaupan tuotevalikoimaan
26. Tuotteet ovat mielestäni laadukkaita
27. Olen tyytyväinen kaupan hintatasoon
- |  |   |   |   |   |   |
|--|---|---|---|---|---|
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 9 |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 9 |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 9 |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 9 |

Mitä muuta haluan sanoa: \_\_\_\_\_

*SAUNA*

28. Pukeutumistilat ovat mielestäni siistit	1	2	3	4	9
29. Pesutilat ovat mielestäni siistit	1	2	3	4	9
30. Sauna on mielestäni siisti	1	2	3	4	9
31. Saunavuorojen pituus on riittävä	1	2	3	4	9
32. Saunavuorojen ajat ovat sopivat	1	2	3	4	9
33. Olen tyytyväinen saunavuorojen hintatasoon	1	2	3	4	9

Mitä muuta haluan sanoa: \_\_\_\_\_

*MAJOITUS*

34. Huone on mielestäni siisti	1	2	3	4	9
35. Huone on mielestäni viihtyisä	1	2	3	4	9
36. Olen tyytyväinen peseytymismahdollisuuksiin	1	2	3	4	9
37. Olen tyytyväinen majoituksen hintatasoon	1	2	3	4	9

Majoituin  yhteismajoituksessa  vierashuoneessa

Mitä muuta haluan sanoa: \_\_\_\_\_

38. Olen tyytyväinen kirkon aukioloaikoihin	1	2	3	4	9
---	---	---	---	---	---

**Tähän voit kirjoittaa muita mielipiteitäsi ja tarkentaa vastauksiasi. Myös uusia ideoita ja parannusehdotuksia otetaan vastaan!**

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

*Kiitos vastauksistasi!*