

Milla Lindgren

Asiakastyytyväisyyskysely Scandic Kajanukselle



Restonomi

Matkailu

Kevät 2021



KAMK • University
of Applied Sciences

Tiivistelmä

Tekijä(t): Lindgren Milla

Työn nimi: Asiakastyytyväisyyskysely Scandic Kajanukselle

Tutkintonimike: Restonomi (AMK), Aktiviteettimatkailu

Asiasanat: Asiakastyytyväisyys, kyselytutkimus, palvelu, laatu, hotelli

Opinnäytetyön aiheena oli asiakastyytyväisyyskysely Scandic Kajanukselle. Toimeksiantajana toimi Scandic Kajanus. Opinnäytetyön tavoitteena oli tarkastella asiakkaiden tyytyväisyyttä hotellin sisustukseen, varustukseen ja yleisilmeeseen. Toimeksiantaja saa ajankohtaista tietoa sekä kehitysideoita, mitkä pohjautuvat asiakkaiden kokemuksista.

Asiakastyytyväisyystutkimus toteutettiin paperilomakkeella, mitä jaettiin sisäänkirjautumisen yhteydessä. Kyselylomaketta jaettiin helmikuu-toukokuu 2021 aikana. Palautuneita asiakastyytyväisyyskyselyitä oli 98 kappaletta. Kyselyn tuloksien mukaan, asiakkaat olivat eniten tyytyväisiä saamaansa asiakaspalveluun sekä hotellin siisteyteen. Tuloksien mukaan, eniten kehitettävää hotelilla on sisustuksessa ja varustuksessa.

Toimeksiantaja on saanut kattavan listan kehitysideoita, mitkä pohjautuvat asiakkaiden kokemuksiin vierailun aikana. Teoriaa tässä opinnäytetyössä on laadusta ja asiakastyytyväisyydestä, mitkä toimivat koko työn perustana. Asiakastyytyväisyyskyselyn tuloksia ja kehitysideoita on tutkittu suhteessa opinnäytetyön teoriaan. Tutkimuksessa tarkastellaan myös aikaisemman asiakastyytyväisyyskyselyn tuloksia ja verrataan mahdollisia muutoksia uudempaan tutkimukseen.

Abstract

Author(s): Lindgren Milla

Title of the Publication: Customer satisfaction survey for Scandic Kajanus

Degree Title: Tourism, Bachelor of Hospitality Management

Keywords: Customer satisfaction, survey, service, quality, hotel

The topic of this thesis was a customer satisfaction survey for Scandic Kajanus. The client was Scandic Kajanus. The purpose of the thesis was to examine the customers' satisfaction with the hotel's interior, equipment, and general appearance. The client would receive up-to-date information and development ideas based on the customers' experiences.

The customer satisfaction survey was conducted using a paper form, which was distributed at check-in, during February-May 2021. 98 completed questionnaires were obtained. According to the results of the survey, customers were most satisfied with the customer service they received and the cleanliness of the hotel. In addition, they considered that the interior design and equipment of the hotel required the most development.

The client received a comprehensive list of development ideas based on the customers' experiences during the visit. The theory in this thesis is about quality and customer satisfaction, which serve as the basis of the whole work. The results and development ideas of the customer satisfaction survey were investigated in relation to the theory of the thesis. The study also looks at the results of a previous customer satisfaction survey and compares possible changes in the responses to a more recent survey.

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Opinnäytetyön lähtökohdat	2
2.1	Tarkoitus ja tavoitteet	2
2.2	Toimeksiantajan esittely	2
3	Asiakastyytyväisyys.....	4
3.1	Laatujärjestelmä.....	4
3.2	Asiakastyytyväisyyspalaute- ja kysely	5
4	Palvelu	6
4.1	Hotellien palveluympäristö	6
4.2	Palvelun laatu	7
4.3	Joutsenmerkki	8
5	Tutkimuksen toteutus.....	9
5.1	Tutkimusongelma.....	9
5.2	Tutkimusmenetelmä	9
5.3	Kyselylomakkeen laadinta.....	10
5.4	Kyselyn toteutus.....	11
5.5	Luotettavuus.....	11
6	Tulokset	13
6.1	Taustamuuttujat.....	13
6.2	Varustus, sisustus ja yleisilme	18
6.3	Asiakaspalvelu	22
6.4	Kehitysehdotukset ja palautteet	23
6.5	Reliabiliteetti ja validiteetti	24
7	Johtopäätökset ja kehittämisehdotukset	25
7.1	Asiakastyytyväisyyden vertailu vuosina 2015 ja 2021	25
7.2	Johtopäätökset.....	26
7.3	Kehittämisehdotukset	26
8	Pohdinta	28

Lähteet29

Litteet

1 Johdanto

Valitsin opinnäytetyöni aiheeksi asiakastyytyväisyyskyselyn hotelli Scandic Kajanukselle. Valitsin aiheen, koska olen itse ollut Scandic Kajanuksessa harjoitellussa ja tunnen paikan ja sen henkilökuntaa. Asiakastyytyväisyyskysely on annettu hotellille helmikuussa 2021 ja se oli jaossa toukokuuhun 2021 asti. Tavoitteena oli saada 50 asiakaspalautekyselyä asiakkailta. Tavoite oli realistinen, sillä koronatilanne oli hyvin isossa roolissa matkailun ympärillä, ja se rajoitti hyvin paljon matkustelua, joten asiakkaita ei kovin paljoa ole ollut vierailmassa Scandic Kajanuksessa.

Opinnäytetyön tarkoituksena on tarkastella asiakkaan näkökulmasta, ovatko he tyytyväisiä hotellin tarjontaan ja palveluihin sekä sisustukseen ja ylipäätään hotellin ensivaikutelmaan. Toimeksiantajalle kyselyn vastaukset antavat lisää tietoa, siitä mitä mieltä asiakkaat ovat hotellista ja sen palveluista. Tavoitteena oli saada 50 palautunutta asiakaspalautekyselyä, jotta voi antaa mahdollisimman selkeän ja kattavan tutkimustuloksen toimeksiantajalle. Tutkimusta ohjaavat kysymykset ovat:

1. Ovatko asiakkaat tyytyväisiä hotellin laatuun ja palveluun?
2. Ovatko asiakkaiden mielipiteet ja kokemukset muuttuneet hotellista edelliseen kyselyyn verrattuna?

Vuonna 2015 Elina Väisänen on tehnyt samankaltaisen opinnäytetyön, missä hän kyselyn avulla on tarkastellut asiakkaiden mielipiteitä Scandic Kajanuksesta. Hänen kyselynsä keskittyi hyvin paljon Kaukavesi-kylpylään, kun tämä opinnäytetyö keskittyy enemmän palveluihin ja yleiseen ilmeeseen. Tässä opinnäytetyössä tullaan myös vertailemaan vuoden 2015 kyselyn tuloksia vuoden 2021 tuloksiin, jotta nähdään, ovatko asiakkaiden mielipiteet hotellista muuttuneet kuuden vuoden aikana.

2 Opinnäytetyön lähtökohdat

2.1 Tarkoitus ja tavoitteet

Scandic Kajanuksen asiakkaille on tehty kysely, koskien heidän vierailuaan hotellissa ja siitä, että mitä mieltä he ovat hotellista. Opinnäytetyön tavoitteena on tarkastella asiakkaan näkökulmasta, ovatko he tyytyväisiä hotellin tarjontaan ja palveluihin sekä sisustukseen ja ylipäätään hotellin ensivaikutelmaan. Kyselyn avulla selviää, mihin asiakkaat ovat tyytyväisiä ja mitä hotellin tulisi vielä parantaa. Toimeksiantajalle kyselyn vastaukset antavat lisää tietoa, siitä mitä mieltä asiakkaat ovat hotellista, sen ensivaikutelmasta, sisustuksesta, varustuksesta ja hotellin tarjoamista palveluista. Tavoite on saada 50 asiakaskysely vastausta ja tarkoitus on saada mahdollisimman paljon mielipiteitä ja kehitysideoita kyselyn avoimiin kohtiin.

Omia tavoitteitani on oppia arvioimaan ja kehittämään omia oppimistapoja sekä osaamistani. Tavoitteenani on myös oppia ottamaan vastuuta omasta toiminnasta ja sen seurauksista sekä oppia etsimään tietoa ja käsitellä sitä kriittisesti.

2.2 Toimeksiantajan esittely

Scandicin historia on saanut alkunsa vuonna 1963, kun Laxåssa, Ruotsissa perustettiin Esso Motor Hotel- hotelli. Ajatuksena on ollut perustaa tiehotelleja, mitkä tarjoaisivat asiakkailleen televisioita huoneissa sekä uima-altaan hotellissa. Tämä oli 60-luvun Ruotsissa uutta ja vain harva oli päässyt kokemaan sellaista hotellielämää. Vuonna 1972 hotellit laajentuivat Ruotsin ulkopuolelta Norjaan ja Tanskaan. Vuonna 1984 Esso Motor Hotels myytiin Scandicille ja kaikki hotellit vaihtoivat nimensä Scandiciksi. Scandic käynnisti kestävä kehityksen ohjelman vuonna 1993, ja osti monia eri hotelliosakkeita. Scandic siirtyi Pohjoismaiden suurimmaksi hotellioperaattoriksi vuonna 2000. Scandic osti Reso Hotelsin ja Provobisin Ruotsissa ja Suomessa se osti Arctian vuonna 1998. Tällä hetkellä Scandic Hotels AB:n omistaa EQT. Se on Pohjois-Euroopan johtava sijoitusyhtiö. Scandicin ajatuksena on tarjota kaikille mahdollisuus matkustaa mukavasti kohtuulliseen hintaan. Scandic Hotels yritystä pidetäänkin Pohjoismaiden vihreimpänä yrityksenä ja se on vahvistanut asemaansa ottamalla vastuuta ympäristöstä ja ympäröivästä yhteiskunnasta. Scandic keskittyy ympäristöasioiden ohella myös omaan sosiaaliseen vastuuseen sekä esteettömyyteen. Vuonna

1999 ensimmäinen Scandic hotelli sai pohjoismaisen ympäristömerkin eli joutsenmerkin. (Scandic Hotels Group 2021 a.)

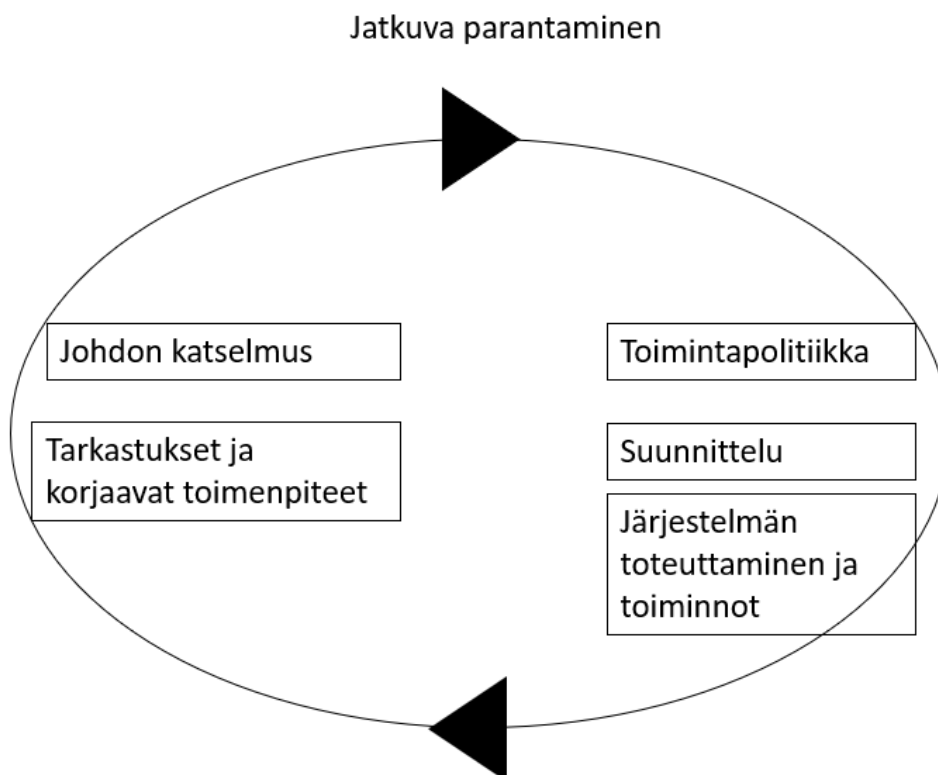
Scandicin visiona on olla maailmanluokan pohjoismainen hotellyritys. He käyttävät pohjoismaista henkeä ja kulttuuria. He haluavat esiintyä niin asiakkaille kuin työntekijöilleenkin moitteettomasti, eivätkä perusta toimintaansa hienouksiin. Scandicin tavoitteena on luoda upeita hotellikokemuksia kaikille heidän asiakkailleen. Heille ei ole väliä, kuka asiakas on, vaan kaikkia kohdellaan samanarvoisesti. He uskovat, että hotellikokemukseen liittyy myös hymy, iloinen asenne ja ilmapiiiri ja aito palvelu. (Scandic Hotels Group 2021 b.)

Scandic Kajanus sijaitsee Kajaanissa, lähellä keskustan palveluita. Kajanus on rakennettu vuonna 1986. Hotellin neljässä kerroksessa on yhteensä 181 huonetta, joista kolme on esteettömiä ja 60 lemmikkihuoneita. Hotellissa on viisi eri kokoustilaa, joista suurimman kapasiteetti on 150. Hotelli on saanut Joutsenmerkin. Hotellin palveluihin kuuluu saunat, kuntosali, ravintola, baari, kokous- ja konferenssitilat ja Scandic Shop-myymäla, mikä on auki ympäri vuorokauden. Hotellin pysäköintipaikat ovat maksuttomia ja heiltä voi lainata polkupyöriä vierailun aikana. (Scandic Hotels 2022.)

3 Asiakastyytyväisyys

3.1 Laatujärjestelmä

Asiakastyytyväisyys on mittari, millä mitataan asiakkaan tyytyväisyyttä palveluun ja palvelun laatuun. Laatujärjestelmissä tarkoitus on parantaa asiakastyytyväisyyttä koko ajan paremmaksi. Jotta asiakastyytyväisyyttä voidaan parantaa ja tarkastella, tulee sitä mitata lomakkeilla ja kyselyillä. Kun tiedetään asiakastyytyväisyyden sen hetkinen laatu, voidaan sen parantamiseksi alkaa kehittää uusia keinoja ja konsteja. Asiakastyytyväisyyttä tulisi tarkastella tietyin väliajoin, jotta asiakastyytyväisyyden laatu pysyy korkealla ja asiakkaille mieluisana. Kuviossa 1. näkyy laatujärjestelmämalli, mikä on tunnetuin laatujohtamisjärjestelmä. Se on kansainvälinen ISO 9000-standardisarja ja se auttaa organisaatiota laadun hallinnassa. (Pesonen, Lehtinen & Toskala 2002, 49–51.)



Kuvio 1. Laatujärjestelmämalli (Pesonen, Lehtinen & Toskala 2002, 50).

3.2 Asiakastyytyväisyyspalautte- ja kysely

Asiakaspalautetta voi kerätä monilla eri keinoilla. Yksi hyvä keino on asiakaskysely. Kyselyllä voi mitata tyytyväisyyttä ja siitä selviää mitä tietty asiakasryhmä kaipaa palvelultaan, jotta se olisi täydellinen. Asiakkailta voi saada palautetta myös asiakaspalvelutilanteissa. Esimerkiksi asiakkaan ulos kirjautuessa hotellista, asiakaspalvelijan hyviin tapoihin kuuluu hieman kysellä asiakkaalta, kuinka vierailu on sujunut. Yleensä jos asiakkaalla on jotain palautetta annettavana, hän ilmaisee sen viimeistään siinä kohtaa. Suomalainen asiakas on siitä mielenkiintoinen, että hän ei välttämättä kerro negatiivista palautetta suoraan asiakaspalvelijalle, vaan käyttää anonymiteettiään hyödyksi ja kertoo palautteen mahdollisessa sähköisessä asiakaspalautte järjestelmässä. Sähköinen asiakaspalautte tulee yleensä siinä vaiheessa, kun asiakas on kirjautunut ulos hotellista. Sähköinen asiakaspalauttekysely tulee automaattisesti sen asiakkaan sähköpostiin, joka on varauksen tehnyt. Sähköinen asiakaspalautte järjestelmä on hotelliketjun oma ja se on samanlainen jokaisessa hotelliketjun hotellissa. (Brännare 2005, 171.)

Järjestelmällinen kysely vaatii paljon aikaa ja rahaa. Kysymyksiä täytyy miettiä ja pohtia tarkasti, sillä asiakkaita on monenlaisia. Kysymyksiä tulee olla sellaisia, että niistä voi helposti analysoida mitä asiakas oli mieltä saadusta palvelusta, mitä asiakas haluaisi, että olisi toisin tai mihin asiakas oli tyytyväinen. Nykypäivänä asiakaspalautteita on joka paikassa, joten jos haluaa saada paljon vastauksia omaan asiakaskyselyynsä, tulee siinä olla jokin houkutin asiakkaalle. Esimerkiksi arvonnat, joissa on jokin palkinto jaettavissa, on hyvä houkutin asiakkaalle. Jatkuva palautteen kerääminen on tärkeää yritykselle ja henkilökunnalle. Näin hotelli ja sen työntekijät voivat parantaa asiakkaan kokemusta ja parantaa palvelun laatua. Kyselyn myötä, myös asiakkaalle jää tunne, että hänen mielipidettä saamastaan kokemuksesta arvostetaan ja asiakkaan mielipiteet otetaan tosisaan. (Brännare 2005, 171.)

4 Palvelu

Palvelu on lähes aina aineetonta. Se on luotu asiakkaalle ja sitä ei voi myydä tai tuottaa samanlaisena seuraavalle asiakkaalle. Siihen osallistuu aina palvelun tekijä ja asiakas yhdessä. Palvelua kulutetaan samaan aikaan, kun sitä tuotetaan ja se on yksi iso tapahtuma. Esimerkiksi kun asiakas varaa hotelli huoneen, palvelu alkaa jo huoneen varauksesta ja päättyy siihen, kun asiakas lähtee hotellista. Palvelu on myös vuorovaikutusta muihin ihmisiin ja asiakkaisiin. Esimerkiksi hotellissa sisään- ja uloskirjautuminen on asiakkaan ja asiakaspalvelijan välinen vuorovaikutus tapahtuma. Asiakaspalvelijan tärkein rooli on palvelu tilanteissa luoda asiakkaalle lämmin ja vastaanottava tilanne. Asiakas myös itse osallistuu palvelun tuottamiseen käyttämällä hotellin tarjoamia palveluita ja hotellin päätuotetta eli itse huonetta. Kun asiakas vierailee hotellissa ja nukkuu yönsä varatussa huoneessaan, käyttää hän maksamaansa palvelua. (Eräsalo 2011, 12.)

4.1 Hotellien palveluympäristö

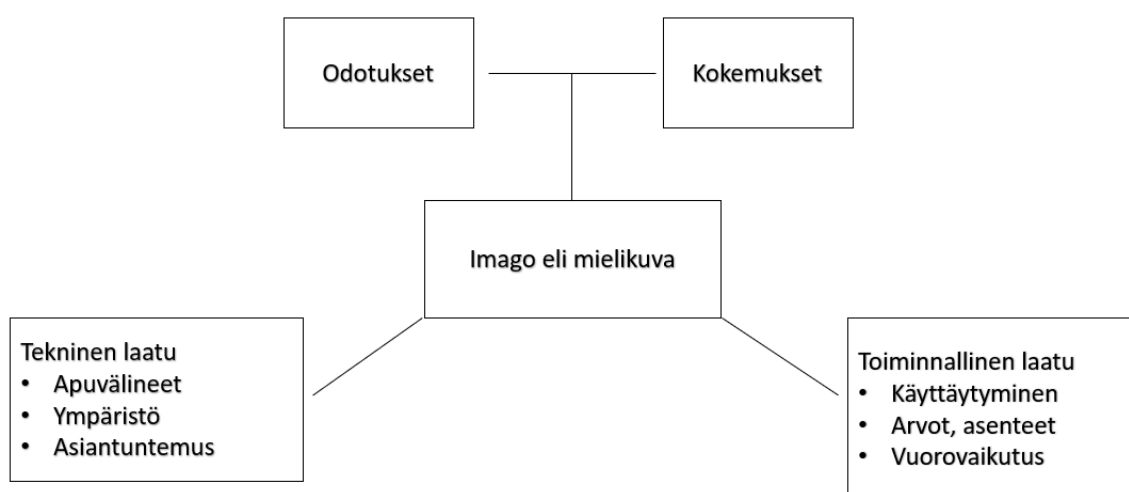
Hotellien palveluympäristö voidaan jakaa kahteen eri osa-alueeseen, sisäiseen palveluympäristöön ja fyysisiin tiloihin. Fyysiset tilat tarkoittavat hotellin siisteyttä ja esillä ja näkyvillä olevia asioita, esineitä ja laitteita. Ohjeistukset ja koristelut ja yleisilme kertoo asiakkaalle paljon. Tärkeimpiä fyysisiä tiloja hotellissa ovat aula- ja vastaanottotilat. Vastaanottotilat ovat hotellin keskeisin toimintakeskus, sillä vastaanotto on ensimmäinen ja viimeinen paikka, missä asiakas käy vierailunsa aikana. Vastaanoton tulisi olla viihtyisä, turvallinen ja siisti. Vastaanotto antaa ensivaikutelman asiakkaalle ja kertoo hyvin paljon, millainen hotelli on kyseessä. Myös aulatilat ja asiakkaiden oleskelutilat tulisi olla siistit ja houkuttelevat asiakkaille. Myös kokous- ja kongressitilat ja ravintolat ja baarit ovat sellaisia fyysisiä tiloja, joihin asiakas kiinnittää huomionsa vierailunsa aikana. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 83.)

Sisäinen palveluympäristö koostuu henkilökunnasta ja henkilökunnan ammattitaidosta. Tärkein ominaisuuksista on palveluvarmuus, mikä koostuu teknisestä osaamisesta, kohteliaisuudesta, uskottavuudesta sekä turvallisuudesta. Tekninen osaaminen tarkoittaa työntekijän ammattitaitoa ja pätevyyttä. Tekninen osaaminen kertoo, osaako asiakaspalvelija käyttää tarvittavia välineitä ja koneita, osaako hän suoriutua päivittäisistä asioista, kuten huonevarauksista ja asiakaspalvelusta ylipäänsä. Kohteliaisuus tarkoittaa taas vastaanottovirkailijan ulkoista olemusta, kuten siisteyttä ja pukeutumista sekä yleistä kohteliaisuutta ja vuorovaikutustaitoja. Uskottavuus kertoo

yrittäjien imagosta. Hotellin imago koostuu sen maineesta, mutta myös ulkoisesta olemuksesta. Asiakas odottaa saavansa tietynlaista ja tasoista palvelua eri hotelleissa. Esimerkiksi hyväntasoisessa liikemieshotellissa asiakas odottaa saavansa tasokasta ja hyvälaatuista palvelua, kun taas esimerkiksi Omenahotels-ketjun hotelleissa asiakas tietää, että hän saa välttämättömät palvelut ja henkilökuntaa ei ole, vaan kaikki on automatisoitu. Palveluvarmuudessa turvallisuus koostuu hotellin henkilökunnasta ja erilaisista toimintaohjeista, esimerkiksi hätäpoistumisreitit ja ohjeet onnettomuustilanteita varten. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 83.)

4.2 Palvelun laatu

Palvelun laatu on asiakkaan näkemys ja kokemus palvelun laadusta. Asiakkaalla on omia mielikuvia ja ennakkokäsityksiä palveluyrityksestä. Mielikuvat ja käsitykset muodostuvat yrityksen mainonnasta, muiden asiakkaiden puheista ja omien tarpeiden ja kokemusten kautta. Kun asiakas vierailee hotellissa, hän arvioi palvelun laatua vertaamalla sitä odotuksiinsa. Tästä prosessista muodostuu asiakkaan kokema laatu. Kuviossa 2 on esitetty asiakkaan kokeman palvelun laadun muodostuminen. Laatuun vaikuttaa fyysiset tekijät ja vuorovaikutustekijät. Asiakas arvioi palvelun laadun jokaisella asiointi kerralla uudestaan ja vertaa sitä edelliseen kertaan. Tästä syystä, jokainen palvelutapahtuma on erilainen ja ainutkertainen. Tämän vuoksi myös palvelun laadun mittaaminen on hankalaa. Asiakkaiden odotuksia ei voi standardoida, vaikka toiminnallisille tekijöille voidaan kehittää erilaisia mittareita, millä sitä voisi mitata. (Lepola 1998, 28.)



Kuvio 2. Asiakkaan kokeman palvelun laadun muodostuminen (Lepola 1998, 24).

Palvelun laatua voidaan mitata kahdesta eri osa-alueesta: toiminnallisesta ja teknisestä laadusta. Tekninen laatu tarkoittaa sitä, mitä asiakaspalvelija osaa. Osaako asiakaspalvelija kertoa tarpeeksi kattavasti tuotteista, onko hän perehtynyt yrityksen mahdollisiin kampanjoihin ja osaako hän kertoa hinnoista ja tuotteiden saatavuudesta. Toiminnallinen laatu taas kertoo siitä, kuinka hyvin asiakaspalvelija suoriutuu tehtävästään asiakkaan kanssa. Osaako hän ilmaista asiakkaan tarvitsemat tiedot oikein, kuunteleeko hän asiakasta tarpeeksi hyvin ja kuinka hyvä tilannetaju asiakaspalvelijalla on. Nämä tekijät yhdessä määrittävät hyvin pitkälti sen, tuleeko asiakas takaisin asioimaan vai jäikö asiakkaalle tunne, että hän ei koe saavansa tarvitsemaansa palvelua juuri siitä kyseisestä yrityksestä. (Flink 2016, 67.)

4.3 Joutsenmerkki

Hotellit voivat valvoa laatua tekemällä vastuullista liiketoimintaa ketjukohtaisilla ympäristöohjelmilla, jotka ovat osa jokapäiväistä liiketoimintaa. Nykypäivänä kiinnitetään entistä enemmän huomiota ympäristöön ja kestävään kehitykseen. Ympäristövastuullinen liiketoiminta tarkoittaa, että hotellin palveluiden tuottaminen on kestävää ja ympäristön sekä yhteiskunnan huomioivaa. Ympäristövastuullisuus tuottaa kilpailuetua ja on keino erilaistaa palvelua. Hotellit ovat voineet hakea ympäristömerkkiä jo vuodesta 1999. Se on osoitus hotellin korkeasta ympäristötyön tasosta. Joutsenmerkki on yksi ympäristömerkki, mikä on saanut paljon tunnettavuutta ja luotettavuutta pohjoismaissa. Joutsenmerkin kriteerit on laadittu viiden eri Pohjoismaan käyttöön. Suomessa on monia eri hotelleja, joilla on joutsenmerkki ja yksi niistä Scandic Kajanus. Toinen käytössä oleva ympäristömerkki on niin sanottu "EU-kukka". Se on Euroopan ympäristömerkki ja se on käytössä EU-alueella, missä on paljon erilaista kulttuuria, kulutusta ja tuotteita. Kummallakin merkillä on omat edellytyksensä. Yhteisenä edellytyksenä on se, että hotelli sitoutuu pienentämään toiminnassaan ympäristökuormitusta. Joutsenmerkki myös edellyttää erilaisia vaatimuksia pesukemikaaleissa, jätteiden määrässä, energian kulutuksessa sekä vedenkulutuksessa. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 113.)

5 Tutkimuksen toteutus

5.1 Tutkimusongelma

Jokaisessa tieteellisessä tutkimuksessa tulee olla tutkimusongelma. Tutkimusongelman määrää sen mitä tutkitaan. Tutkimusongelma ohjaa tutkimusta alusta loppuun. Jos tutkimusongelma on asetettu väärin ja tutkimuksen tekijä kerää päin vastaista tietoa ja materiaalia kuin ongelma, menee tutkimus pilalle. Tutkimusongelmalle ja tutkimuskysymyksille tulisi antaa paljon aikaa ja miettiä niitä rauhassa ja pitkään, jotta tutkimus olisi onnistunut ja laadukas. Tutkimus ongelmaa ei pitäisi rajata liian aikaisessa vaiheessa tutkimusta, jotta tutkimus ei olisi heti liian pieni. Tutkimuksen rajaamisella halutaan saada tutkimus hallittavaan muotoon. (Kananen 2017, 56–57.)

Tutkimusongelma voi aluksi olla laaja ja täsmentämätön. Jotta tutkimusongelmasta saadaan selkeä ja täsmennetty, tulee tutkimuksen teoriatausta, viitekehys ja lähtökohdat olla selkeät. Tutkimuksen aihe, teoria, lähtökohdat, tutkimuskysymykset- ja ongelmat kulkevat lähes käsi kädessä, joten ne tulisi miettiä tarkkaan ja huolellisesti. Myös hypoteesit eli väitteet tai oletukset liittyvät tutkimusongelman täsmentämiseen. (Pihlaja 2001, 32–34.)

Tässä opinnäytetyössä tutkimusongelmana on asiakkaiden mielipiteet ja kokemukset Scandic Kajanuksen ensivaikutelmasta, siisteydestä, palvelusta ja yleisesti hotellin sisätiloista. Tutkimuskysymykset auttavat selvittämään asiakkaiden mielipiteet laadusta ja palvelusta sekä ovatko asiakkaiden mielipiteet ja kokemukset muuttuneet edelliseen kyselyyn verrattuna.

5.2 Tutkimusmenetelmä

Tutkimusmenetelmä tarkoittaa, kuinka tutkimusta tutkitaan ja millä tavoin aineistoa kerätään. Määrällisessä eli kvantitatiivisessa tutkimuksessa käytetään usein kyselyitä ja tilastoja tutkimusmenetelmänä, kun taas laadullisessa eli kvalitatiivisessa tutkimuksessa käytetään usein dokumentteja ja erilaisia teema haastatteluita. Tutkimuskysymykset, tutkimuksen tavoite ja aineisto määrittelevät tutkimusmenetelmän. (Kananen 2017, 67.)

Yksi kvantitatiivisen tutkimuksen yleisimpiä menetelmiä ovat kyselyt. Tässä opinnäytetyössä on käytetty menetelmänä kyselylomaketta. Kysely tunnetaan survey-tutkimuksen keskeisempänä menetelmänä. Survey termi tulee englannin kielestä ja tarkoittaa tietynlaisien kyselyn,

haastattelun ja havainnoin muotoja, missä aineistoa kerätään standardoidusti ja missä on kohdehenkilöitä, jotka muodostavat yhdessä otoksen tai näytteen perusjoukosta. Kaikilta kohdehenkilöiltä tulee kysyä sama kysymys samalla tavalla, jotta kysely olisi standardinen ja tulokset luotettavia. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 188–189.)

Tämä opinnäytetyö on määrällinen eli kvantitatiivinen tutkimus. Tutkimustapana on käytetty kyselylomaketta. Kaikki kyselyn 16 kysymystä ovat kohdehenkilöille, eli Scandic Kajanuksen asiakkaille samanlaisia. Tutkimusta ohjaavat kysymykset liittyvät asiakkaiden kokemuksiin ja mielipiteisiin hotellista.

5.3 Kyselylomakkeen laadinta

Kaksi päätapaa kerätä kyselyitä on posti- tai verkkokyselyt ja kontrolloidut kyselyt. Tässä opinnäytetyössä on käytetty kontrolloitua kyselyä. Kontrolloiduissa kyselyissä on kaksi tapaa: informoitu kysely sekä henkilökohtaisesti tarkistettu kysely. Informoitu kysely tarkoittaa sellaista kyselyä, missä tutkija itse on jakamassa kyselyä sellaisessa paikassa, missä kohdehenkilöt ovat. Samalla tutkija voi kertoa tarkemmin kyselyn taustoista kohdehenkilöille. Henkilökohtaisesti tarkistetussa kyselyssä tutkija antaa kyselyn toiselle taholle, joka jakaa kyselyä kohdehenkilöille tietyn ajan aikana. Tutkija hakee määräajan jälkeen täytetyt kyselylomakkeet. (Hirsjärvi ym. 2007, 191–192.)

Kyselyt voi muotoilla monilla eri tavoilla, mutta yleensä kyselyissä käytetään kolmea erilaista vaihtoehtoa: Avoimet kysymykset, monivalintakysymykset ja asteikot. Avoimet kysymykset ovat sellaisia, missä on kysymys ja tyhjä tila mihin kohdehenkilö voi vastata. Monivalintakysymykset ovat sellaisia, mihin tutkija on valmiiksi laittanut erilaisia vaihtoehtoja ja kohdehenkilö valitsee niistä omaa kokemustaan parhaiden kuvaavan vaihtoehdon. Asteikot eli skaaloihin perustavat kysymykset ovat erilaisia väittämiä ja kysymyksiä, joihin kohdehenkilö vastaa kuinka voimakkaasti hän on samaa tai eri mieltä väittämän tai kysymyksen kanssa. (Hirsjärvi ym. 2007, 193–195.) Kyselylomakkeen tulisi näyttää helposti täydennettävältä ja ulkoasultaan moitteettomalta. Kyselyn alussa lähete tekstissä tulisi kertoa, mikä kyselyn tarkoitus on, mihin sitä käytetään ja kuinka tärkeä kysely on tutkimuksen kannalta. Kohdehenkilöitä voi motivoida vastaamaan kyselyyn erilaisilla arvonnoilla ja palkinnoilla. Jos kyselyssä tarvitaan kohdehenkilön henkilötietoja tai muuta arkaluontoista tietoa vastaajalta, tulee vastaajan tietää, että henkilötiedot eivät leviä ja tutkija pitää huolen henkilötietojen tuhoamisesta tutkimuksen jälkeen. (Hirsjärvi ym. 2007, 193–195, 199.)

Tässä opinnäytetyössä kyselyssä on kaikkia yllä mainittuja kysymysten muotoja. Kysymykset 2, 6, 15 ja 16 ovat avoimia kysymyksiä. Kysymykset 1, 3, 4, 5, 7, 8 ja 14 ovat monivalintakysymyksiä. Kysymykset 9–13 ovat asteikkokysymyksiä. Kysymyksissä 9–13 on käytetty Likert-asteikkoa. Kysymyksissä on viisi eri vaihtoehtoa, joista 5 on kiitettävä, 4 on hyvä, 3 on tyydyttävä, 2 on heikko, 1 on huono ja 0 tarkoitti ”ei kokemusta”. Jos asiakas on vastannut 3 tai siitä alemman arvion, hän saa kirjoittaa avoimesti mielipiteensä. Kyselyssä on yhteensä 16 kysymystä. Kysymykset on harkittu tarkkaan ja huolellisesti siten, että kysymyksistä saadaan vastaukset tutkimusta ohjaaviin kysymyksiin. Kysymykset ovat myös tarkistettu toimeksiantajalla. Kysymykset on laadittu siten, että vastaajan olisi helppoa vastata ja kysymykset on pidetty mahdollisimman lyhyenä ja selkeinä.

5.4 Kyselyn toteutus

Tämän opinnäytetyön kysely toteutettiin Kajaanissa Scandic Kajanus hotellissa. Kysely oli jaossa 12.02.-31.05.2021 välisenä aikana. Kohdehenkilöinä on toiminut Scandic Kajanuksen asiakkaat. Vastauksia saatiin yhteensä 98 kappaletta. Kyselyä jaettiin Scandic Kajanuksen vastaanotossa sisäänkirjautumisen yhteydessä. Kysely oli paperinen versio, minkä asiakas vei huoneeseensa ja palautti uloskirjautumisen yhteydessä. Jokainen kysymys on käyty yksitellen läpi ja niiden tulokset on kirjattu Exceliin. Excelissä on luotu pylväsdiagrammit kuvaamaan tuloksia. Avoimet vastaukset on lajiteltu erilaisiin luokkiin, kuten huoneet, ravintola, yleistilat ja muut palautteet. Tämän avulla, on pystytty kirjaamaan palautteet ylös. Prosenttilaskut on laskettu prosenttilaskimella.

5.5 Luotettavuus

Tutkimuksissa tulosten luotettavuus on tärkeää ja sitä voidaan arvioida erilaisilla mittaus- ja tutkimustavoilla. Tutkimuksissa halutaan välttää virheitä, mutta se ei aina onnistu, sillä tulosten luotettavuus ja pätevyys voi vaihdella (Hirsjärvi ym. 2007, 226.)

Reliaabelius eli mittatulosten toistettavuus tarkoittaa tutkimuksen tai mittauksen kykyä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. Jos yhden tutkimuksen aikana kaksi tutkijaa päätyvät samaan lopputulokseen, on tulokset reliaabeleita (Hirsjärvi ym. 2007, 226.)

Validius tarkoittaa tutkimuksen pätevyyttä. Sen avulla voidaan tarkastella, onko esimerkiksi kyselylomakkeen vastaukset päteviä. Kyselylomaketta tehdessä tutkija ajattelee kysymyksen ja sen

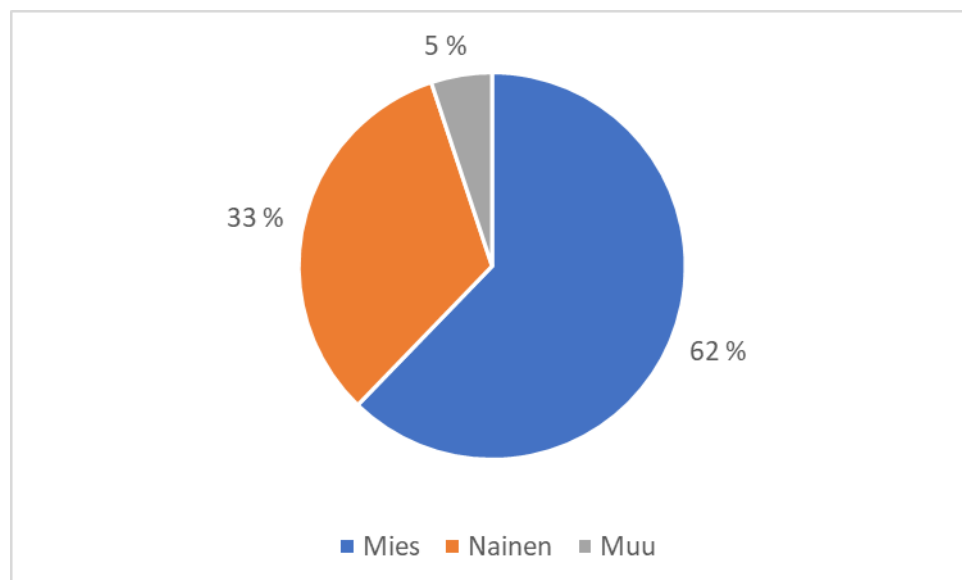
tarkoituksen tietyllä tavalla, kun taas vastaaja voi ajatella sen toisella tavalla. Jos tutkija tarkastelee ja tulkitsee saamiaan vastauksia samalla tavalla kuin niitä tehdessään, ei tutkimus tällöin ole pätevä. (Hirsjärvi ym. 2007, 226–227.)

6 Tulokset

Tulokset osiossa käydään läpi kyselyn tulokset. Tulokset on jaettu eri ryhmiin: taustamuuttajat (kysymykset 1–8), varustus, sisustus ja yleisilme (kysymykset 9–12), asiakaspalvelu (kysymykset 13–15) sekä kehitysehdotukset ja palaute (kysymys 16).

6.1 Taustamuuttajat

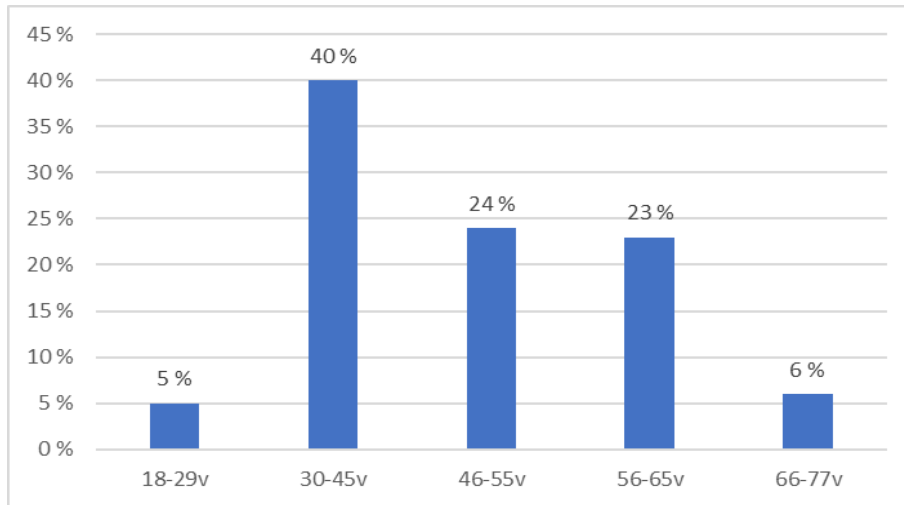
Kysymyksessä 1 kysyttiin vastaajien sukupuolta. (kuvio 3).



Kuvio 3. Vastaajien sukupuolijakauma (n=98).

Kyselyyn vastasi 98 vastaajaa. Miehiä oli 62 %, naisia 33 % ja muuta sukupuolta 5 %.

Kysymyksessä 2 kysyttiin vastaajien ikää. (kuvio 4).

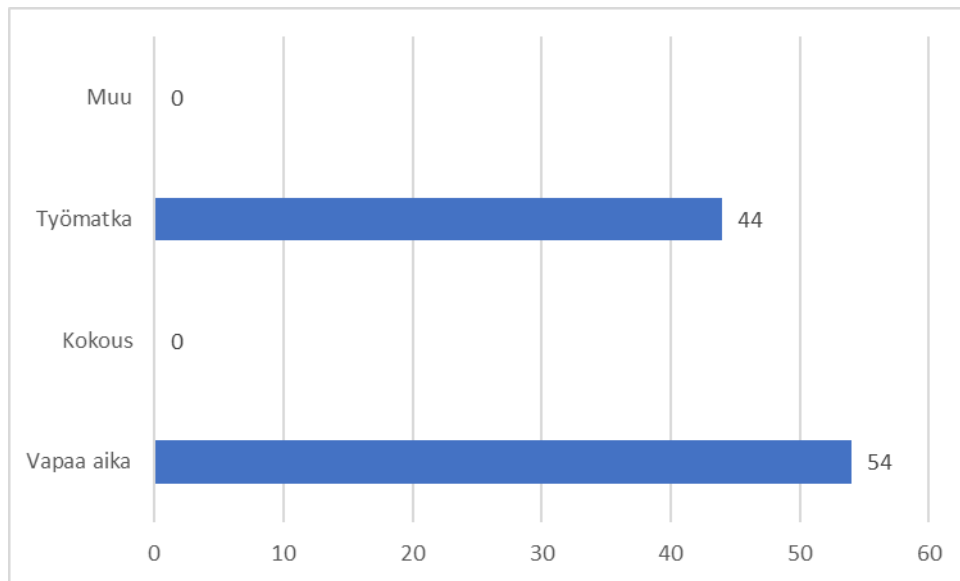


Kuvio 4. Vastaajien ikäjakauma (n=98).

Vastaajien keski-ikä oli 48-vuotta. Nuorin vastaajista oli 18-vuotias ja vanhin 77-vuotias. Suurin vastaajien ikäluokka oli 30–45-vuotiaat. Toiseksi suurin ikäluokka oli 46–55-vuotiaat (24 %) ja vähiten vastaajia oli 18–29-vuotiaiden ikäluokassa (5 %).

Kysymys 3 käsitteli, olivatko vastaajat vierailleet aikaisemmin Scandic Kajanuksessa ja kuinka monta yötä viimeisen vuoden aikana. Vastaajia oli yhteensä 96, joista 58 % oli käynyt aikaisemmin. Heistä 72 % oli yöpynyt viimeisen vuoden aikana ainakin kerran hotellissa. Vastaajista 42 % ei ollut käynyt aikaisemmin Scandic Kajanuksessa. Suurin yöpymisten lukumäärä oli 17 kertaa viimeisen vuoden aikana ja pienin luku oli 1. Näiden keskiarvo on 4 yötä viimeisen vuoden aikana.

Kysymyksessä 4 kysyttiin vastaajien matkan syytä. (kuvio 5).

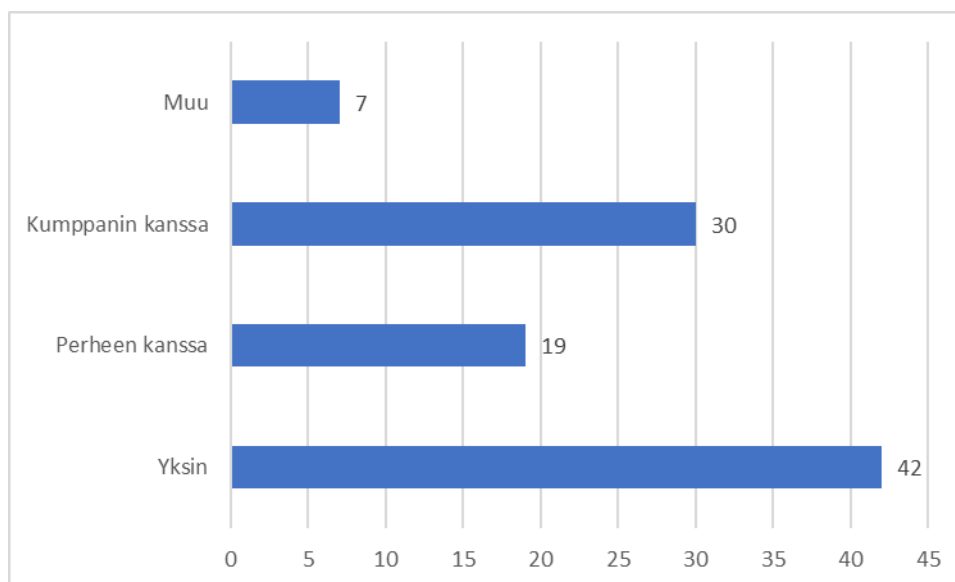


Kuvio 5. Vastaajien matkan syyt (n=98).

Yleisin matkan syy oli vapaa aika, mihin vastaajia oli 54 henkilöä. Toiseksi eniten käydään työmatkoilla, mihin vastaajia oli 44 henkilöä.

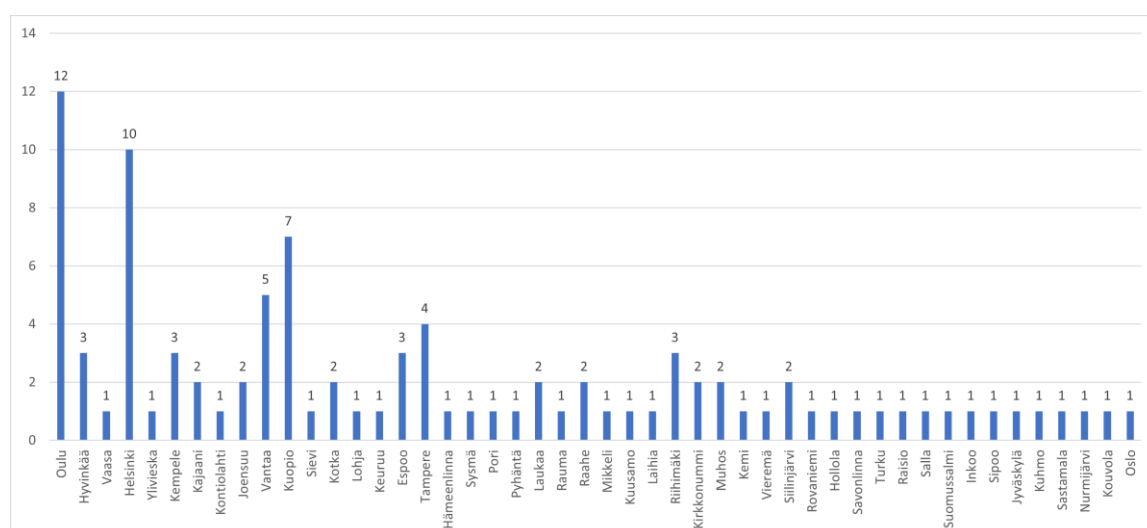
Kysymyksessä 5 kysyttiin vastaajien matkakumppaneita. (kuvio 6).

Vastaajista 42 matkustivat yksin, 30 vastaajista matkustivat kumppanin kanssa, perheen kanssa matkustivat 19 henkilö. Vähiten vastattiin matkakumppaniksi vaihtoehto muu (7 henkilöä). Muita matkakumppaneita oli työkaveri (3 vastausta) ja lemmikki (2 vastausta).



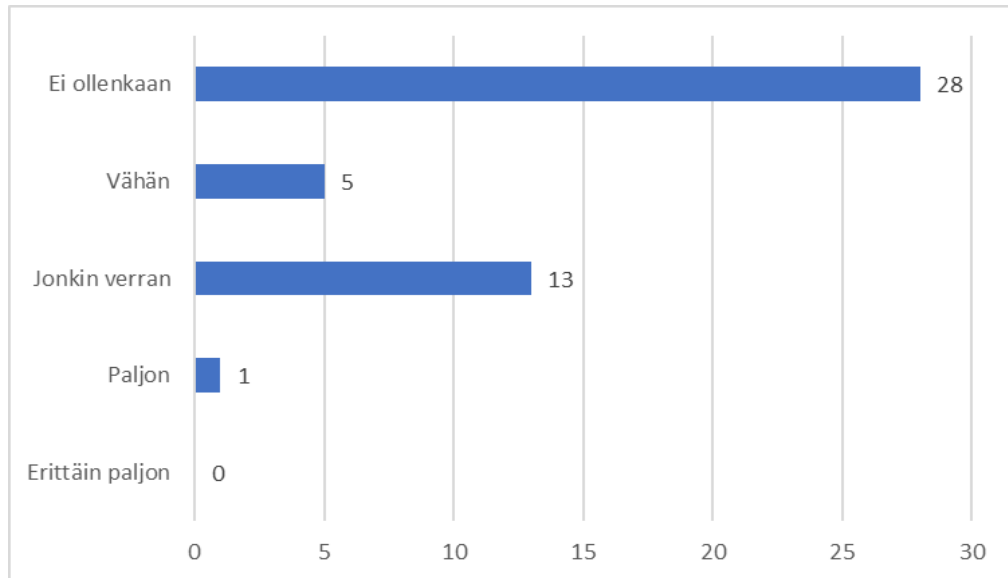
Kuvio 6. Vastaajien matkakumppanit (n=98).

Kysymys 6 käsitteli vastaajien kotikaupunkia/kotimaata. (kuvio 7).



Kuviossa 7 on kuvattu vastaajien kotikaupungit/kotimaat. Eniten vastaajia oli Oulusta (n=12) toiseksi ja kolmanneksi eniten oli Helsingistä (n=10) ja Kuopiosta (n=7). Yksi vastaajista oli Norjasta, Oslosta. Vastaajia oli 97.

Kysymykset 7 ja 8 koskivat Joutsenmerkkiä. Kysymyksessä 7 kysyttiin, tiesikö vastaajat, oliko Scandic Kajanus Joutsenmerkitty hotelli. Vastaajista 31 % tiesi ja 65 % ei tiennyt. Kysymyksessä 8 kysyttiin, vaikuttiko Joutsenmerkki vastaajien hotellin valintaan. (kuvio 8).

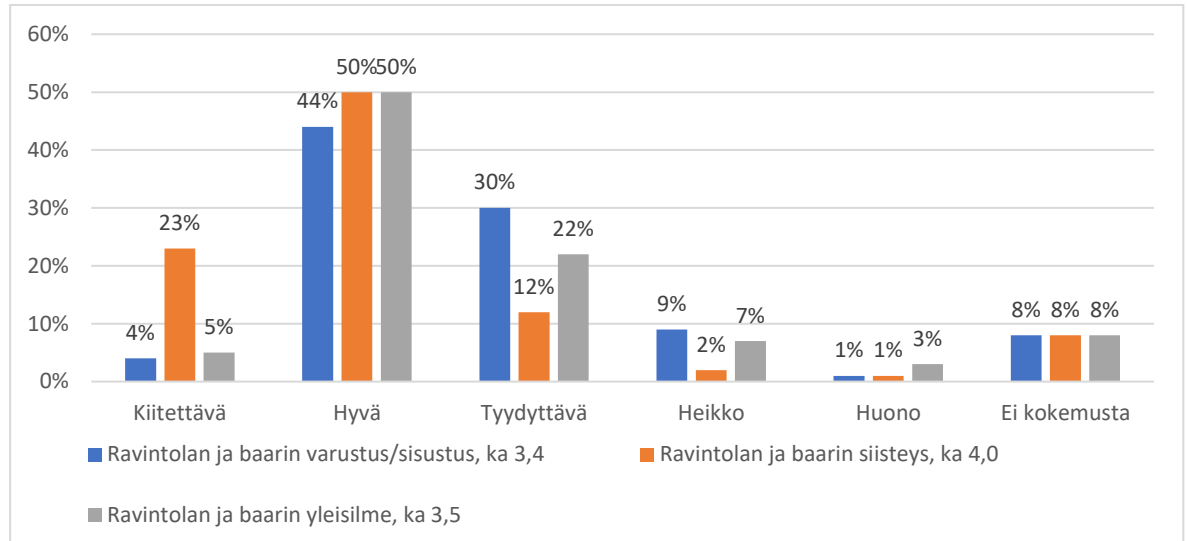


Kuvio 8. Joutsenmerkin vaikutus hotellin valinnassa (n=47).

Vastaajista 60 % vastasi, että vaikutusta ei ollut, 28 % vastasi, että vaikutusta oli jonkin verran ja 11 % vastaajista vastasi, että vaikutusta oli vähän.

6.2 Varustus, sisustus ja yleisilme

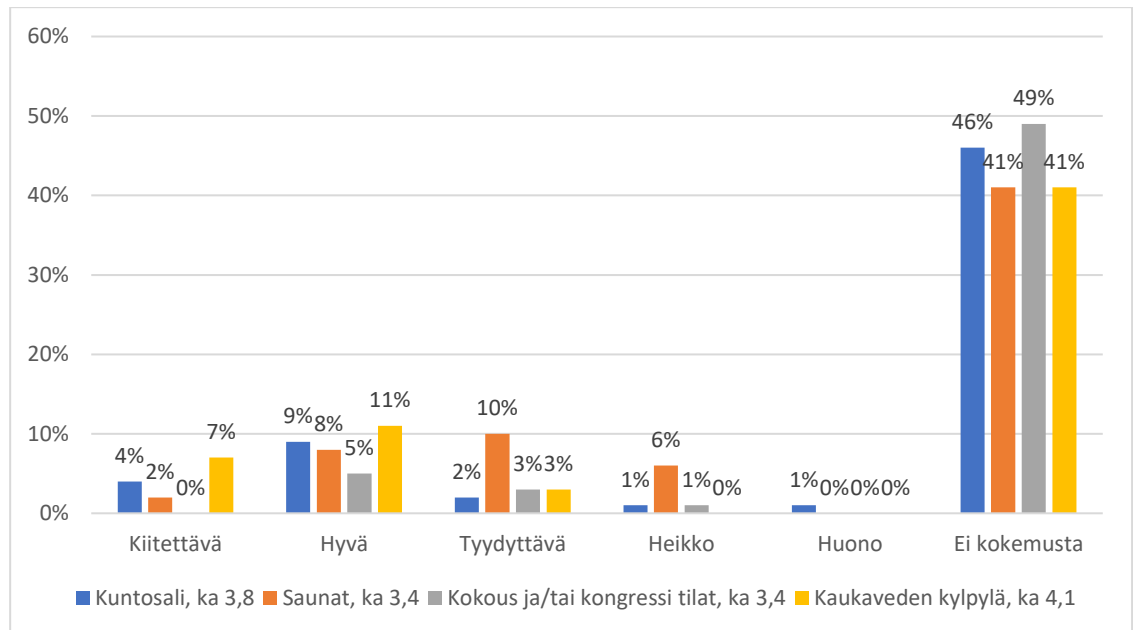
Kysymyksessä 9 kysyttiin vastaajien mielipiteitä hotellin ravintolasta ja baarista. (kuvio 9).



Kuvio 9. Vastaajien mielipiteet hotellin ravintolaa koskevista asioista (n=95–96).

Tyytyväisimpiä vastaajat olivat ravintolan ja baarin siisteyteen (ka 4,0). Kiitettävän arvosanan oli antanut 23 %, hyvän arvosanan 50 %, tyydyttävän 12 %, heikon 2 % ja huonon 1 %. 8 % vastaajista ei ollut kokemusta tässä kysymyksessä. Vastaajien mielestä aamiaispöytiä pitäisi siivota useammin, puhtaita astioita ei ollut tarpeeksi ja niitä saapui hitaasti. Eniten avoimiin vastauksiin kerrottiin epäkohtia ravintolan ja baarin varustuksesta/sisustuksesta (ka 3,4) ja ravintolan ja baarin yleisilmeestä (ka 3,5). Vastaajat olivat lähes poikkeuksetta samaa mieltä ravintolan ja baarin vanhasta ilmeestä ja sisustuksesta. Asiakkaat kaipaavat remonttia ja ehostusta ravintolan ja baarin puolelle.

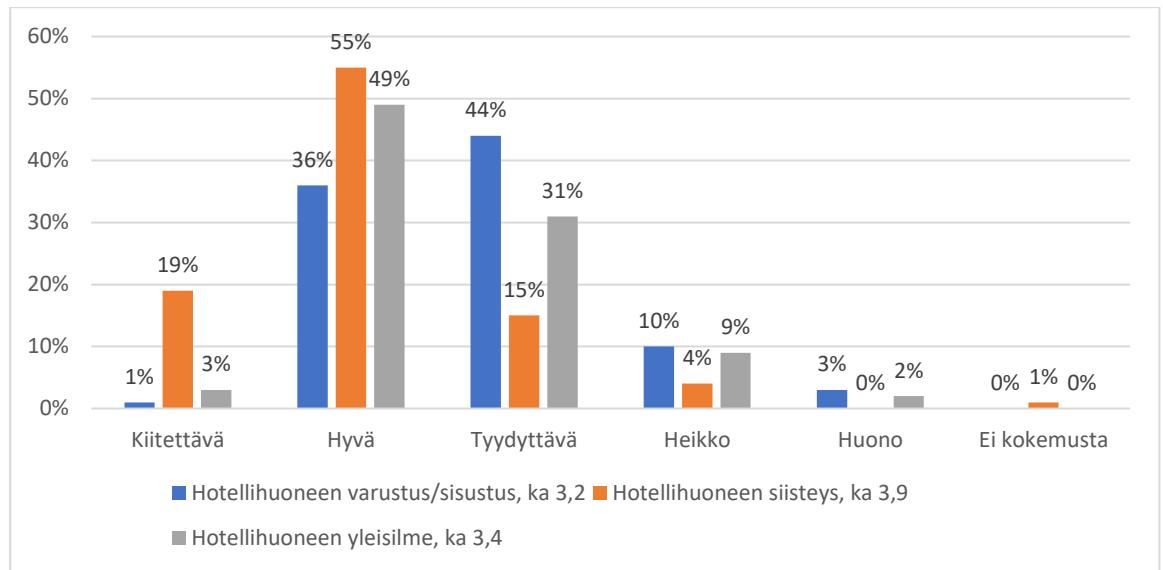
Kysymyksessä 10 kysyttiin vastaajien mielipiteitä hotellin eri palveluista. (kuvio 10).



Kuvio 10. Vastaajien mielipiteet koskien hotellin kuntosalia, saunoja, kokous- ja kongressi tiloja ja Kaukaveden kylpylää (n=58–67).

Tyytyväisimpiä vastaajat olivat Kaukaveden kylpylään (ka 4,1). Kiitettävän arvosanan oli antanut 7 %, hyvän arvosanan 11 %, tyydyttävän arvosanan 3 %. Heikon ja huonon arvosanan oli antanut 0 %. 41 % ei ollut kokemusta tähän kysymykseen. Eniten vastaajat antoivat palautetta kuntosalista (ka 3,8) sekä saunoista (ka 3,4). Vastaajien mielestä saunaosasto kaipaisi uudistusta. Remontti oli jäänyt kesken ja sauna oli liian kuuma. Kuntosali on ollut muuten hyvä, mutta koska ei ole hotellin oma, niin siellä on liikaa ihmisiä.

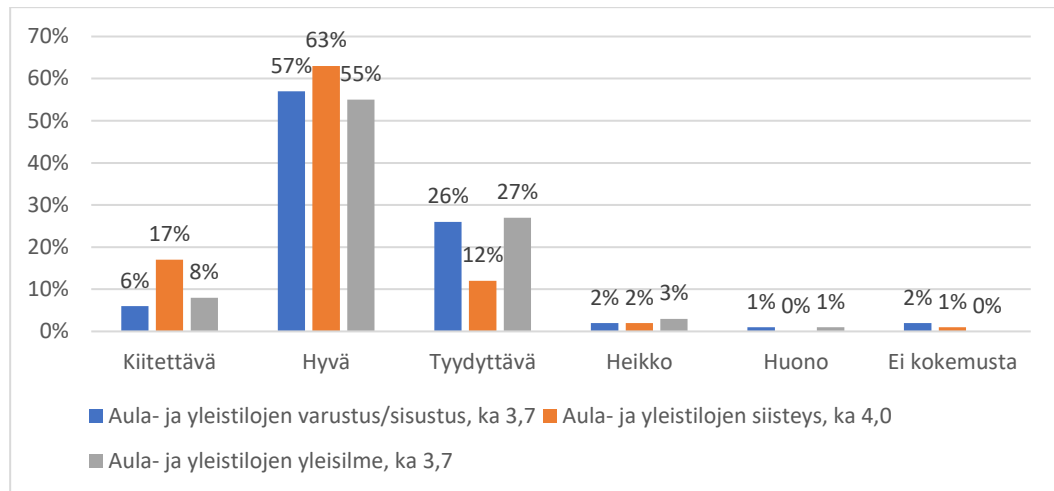
Kysymyksessä 11 kysyttiin vastaajien mielipidettä hotellihuoneista. (kuvio 11).



Kuvio 11. Vastaajien mielipiteet koskien hotellihuoneiden varustusta/sisustusta, siisteyttä ja yleisilmettä (n=94).

Tyytyväisimpiä vastaajat olivat hotellihuoneiden siisteyteen (ka 3,9). Kiitettävän arvosanan antoi 19 % vastaajista, hyvän antoi 55 %, tyydyttävän 15 %, heikon 4 % ja huonon 0 %. 1 % ei ollut kokemusta tähän kysymykseen. Avoimissa vastauksissa vastaajat kertoivat puutteita lähinnä huoneen varustuksesta/sisustuksesta (ka 3,2) sekä huoneen yleisilmeestä (ka 3,4). Huoneet ja yleisilme on jäänyt 80–90-luvulle ja kaipasi remonttia ja päivitystä. Sänkyjen patjat ja tyynyt olivat huonoja, huoneiden sisustus kaipasi piristystä, pesuhuoneessa oli pinttynyttä likaa. Huoneen saunaa ei ollut pesty ja edellisen asukkaan tavaroita oli jäänyt huoneeseen. Asiakkaat toivoivat huoneisiin erilaisia sesonkituotteita, jääkaappeihin uusia juomia sekä paikallisia tuotteita ja näytteitä.

Kysymyksessä 12 kysyttiin vastaajien mielipidettä aula- ja yleistiloista. (kuvio 12).

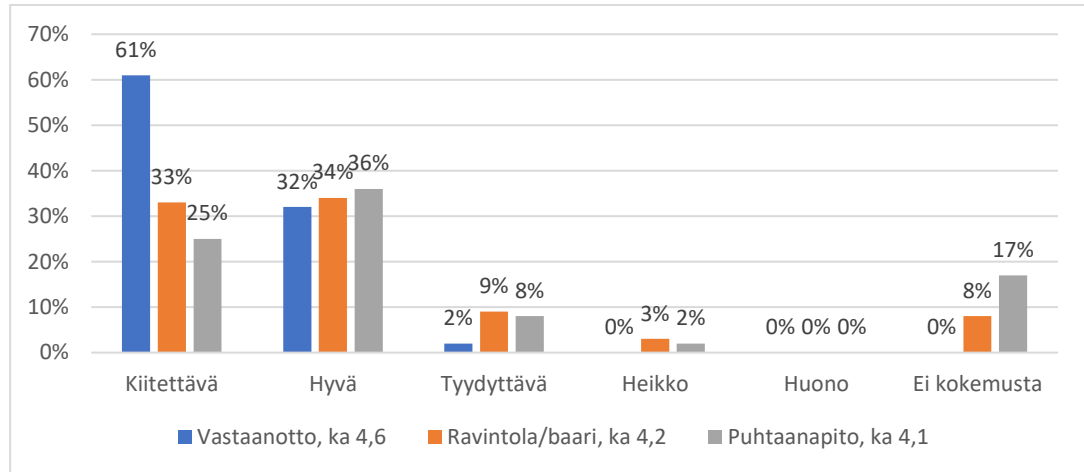


Kuvio 12. Vastaajien mielipiteet aula- ja yleistilojen varustuksesta/sisustuksesta, siisteydestä ja yleisilmeestä (n=94–95).

Tyytyväisimpiä vastaajat olivat aula- ja yleistilojen siisteyteen (ka 4,0). Kiitettävän arvosanan antoi 17 %, hyvän arvosanan antoi 63 %, tyydyttävän 12 %, heikon 2 % ja huonon 0 %. 1 % ei ollut kokemusta tähän kysymykseen. Avoimessa kysymyksessä vastaajat kirjoittivat eniten varustukseen/sisustukseen (ka 3,7) sekä yleisilmeeseen (ka 3,7) vastauksia. Yleisilme on kulahtanut sekä kaipaa pirstystä, kasveja ja enemmän värejä. Lapsille ja nuorille jotain tekemistä, kuten biljardi-pöytä tai ilmakiekko pöytä. Käytävien matot olivat nuhjuiset ja nukkaantuneet.

6.3 Asiakaspalvelu

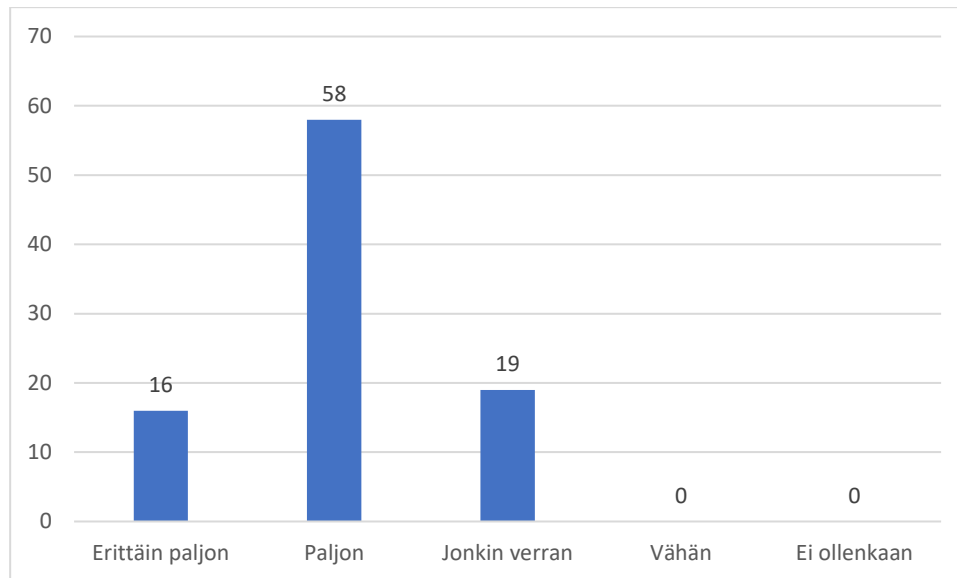
Kysymyksessä 13 kysyttiin vastaajien mielipidettä asiakaspalvelusta. (kuvio 13.)



Kuvio 13. Vastaajien mielipiteet asiakaspalvelusta vastaanotossa, ravintolassa/baarissa ja puhtaanapidolta (n=87–95).

Tyytyväisimpiä vastaajat olivat vastaanoton asiakaspalveluun (ka 4,6). Kiitettävän arvosanan oli antanut 61 %, hyvän arvosanan 32 %, tyydyttävän 2 % ja heikon ja huonon arvosanan 0 %. Avaimessa vastaus kohdassa vastaajat kertoivat, että olivat tyytyväisiä vastaanoton palveluun ja tunsivat itsensä tervetulleiksi, puhtaanapidon asiakaspalvelu (ka 4,1) oli ystävällistä ja siivoojien hymyt mukavia. Ravintolan/baarin asiakaspalvelu (ka 4,2) oli ystävällistä suurimman osan mielestä. Ruokien ja juomien tuonti kesti yli tunnin, vaikka ei ollut ruuhkaa, tarjoilijat eivät tervehtineet tai hymyilleet.

Kysymys 14 käsitteli asiakkaiden mielipiteitä kokemuksesta ja saamastaan palvelusta. (kuvio 14).



Kuvio 14. Vastaajien mielipiteet kokemuksista ja saamastaan palvelusta (n=93).

Kuviossa 14 käsitellään vastaajien mielipidettä siitä, että vastasiko asiakkaiden kokemukset ja hotellissa saatu palvelu heidän odotuksiaan. 62 % vastaajista vastasi, että kokemukset ja saatu palvelu vastasi odotuksia paljon, 20 % vastasi jonkin verran ja 17 % vastasi erittäin paljon.

Kysymys 15 käsitteli vastaajien yleisarvosanaa Scandic Kajanukselle asteikolla 4–10. Vastaajia oli 91. Parhain arvosana oli 10 ja huonoin 6. Keskiarvo arvosanoista on 8.

6.4 Kehitysehdotukset ja palautteet

Kysymyksessä 16 vastaajat saivat antaa palautetta hotellille sekä omia kehitysehdotuksiaan. Vastaajista 39 ei vastannut kysymykseen ja 59 vastasi. Kehitysehdotuksia hotelli sai sisustukseen, huoneisiin ja aulaan liittyen. Aulaan kaivataan lapsille ja nuorille tekemistä, kuten ilmakeikkaa ja biljardipöytä. Huoneiden jääkaappeihin kaivataan uusia juomia ja paikallisia tuotteita. Aulaan ja ravintolan puolelle saisi estetiikkaa ja näyttävyyttä valoilla ja lampuilla. Palautetta hotelli sai asiakaspalvelusta ja yleisilmeestä. Asiakkaat kaipaavat remonttia ja yleisilmeen kohottamista väreillä ja kasveilla. Asiakaspalvelu oli moitteetonta ja ystävällistä ja asiakkaat tunsivat itsensä tervetulleiksi. Ravintolan henkilökuntaa oli liian vähän ja asiakaspalvelu oli ravintolan puolella hidasta. Ruoka oli hyvää ja aamupala oli monipuolinen. Erityisruokavaliot oli otettu hyvin huomioon. Asiakkaat toivoivat ruokalistan uudistamista ja enemmän vaihtoehtoja listalle.

6.5 Reliabiliteetti ja validiteetti

Reliabiliteetti eli pysyvyys mittaa tutkimuksen tarkkuutta sekä pysyvyyttä sekä sitä, kuinka paljon satunnaisvirheet määräävät tutkimusta ja sen lopputulosta. Mitä enemmän sattumanvaraisia virheitä tutkimuksesta löytyy, sitä heikompi on tutkimuksen reliabiliteetti. Tässä tutkimuksessa saatiin palautuneita asiakaskyselyitä 98 kappaletta, mikä ylitti odotukset, sillä tavoite oli saada 50 kappaletta.

Ajankohta saattoi vaikuttaa hyvin paljon tuloksiin. Kysely toteutettiin keväällä 2021. Maailmanlaajuinen pandemia vaikutti siihen, että monen paikat olivat kiinni tai toiminta oli rajoittunut. Tämä vaikutti siihen, että asiakkaat eivät välttämättä käyttäneet kaikkia hotellin palveluita eivätkä vastanneet kaikkiin kysymyksiin kyselyssä. Jos tämä kysely ja tutkimus toteutettaisiin eri ajankohdalla, voisi tulokset olla erilaiset. Asiakkaat saattaisivat käyttää enemmän hotellin palveluita, kuten kuntosalia ja saunoja. Tämä vaikuttaa negatiivisesti tutkimuksen reliabiliteettiin.

Validiteetti eli pätevyys tarkoittaa sitä, kuinka tarkkoja tutkimuksen tulokset ovat. Lähes jokaisessa täytetyssä lomakkeessa oli avointen kysymysten kohdalla vastaus ja asiakkaan oma mielipide. Joidenkin kysymysten kannalta pätevyys oli heikko, sillä ajankohtana kysely oli huono pandemian takia. Suurimalla osalla asiakkaista ei ollut kokemusta, kun kysyttiin mielipidettä hotellin saunoista, kuntosalista, Kaukaveden kylpylästä ja kokous- ja kongressitiloista.

7 Johtopäätökset ja kehittämisehdotukset

7.1 Asiakastytyväisyyden vertailu vuosina 2015 ja 2021

Elina Väisänen teki samankaltaisen tutkimuksen vuonna 2015 samalla hotellilla. Alla käsittelen keskeisimmät muutokset ja vertailen tutkimuksien tuloksia toisiinsa.

Vuoden 2015 tutkimuksessa otos oli 89 ja vuoden 2021 tutkimuksessa otanta oli 98. Vuoden 2015 tutkimuksen kyselyssä kysyttiin henkilökunnan ammattitaidosta, ystävällisyydestä ja palvelutasosta, kun taas vuoden 2021 kyselyssä kysyttiin asiakkaiden mielipidettä yleisesti vastaanoton, puhtaanapidon sekä ravintolan/baarin asiakaspalvelusta. Vuonna 2015 henkilökunnan palvelutaso oli 93 % mielestä kiitettävää ja hyvää. Vuonna 2021 vastaanoton asiakaspalvelu oli 93 % mielestä kiitettävää ja hyvää. Henkilökunnan palvelutaso on pysynyt samana näiden tutkimusten mukaan.

Hotellihuoneiden varustetasolle vuonna 2015 antoi hyvän arvosanan 51 %, tyydyttävän 29 % ja kiitettävän 15 %. Vuonna 2021 hotellihuoneen varustuksesta ja sisustuksesta tyydyttävän arvosanan antoi 44 %, hyvän arvosanan 36 % ja kiitettävän 1 %. Hotellin varustetasolle arvion ”hyvä” antaneiden vastaajien osuus on laskenut 15 prosenttiyksikköä vuoden 2015 tutkimuksesta. Avointen kysymysten vastaukset kuitenkin ovat samanlaisia ja asiakkaat toivovat hotellin päivitystä ja remonttia kummassakin tutkimuksessa.

Vuoden 2015 tutkimuksessa hotellin siisteydelle hyvän arvosanan antoi 57 %. Kiitettävän arvosanan antoi 32 %. Vuonna 2021 huoneiden siisteys oli hyvää 55 % mielestä ja kiitettävää 19 % mielestä. Tämän mukaan siisteys on pysynyt lähes samanlaisena.

Vuoden 2015 kyselyssä kysyttiin, vastasiko hotelli asiakkaan odotuksia. Kiitettävän ja hyvän arvosanan vuonna 2015 antoi 93 % vastaajista. Vuoden 2021 kyselyssä kysyttiin, vastasiko kokemukset ja saatu palvelu odotuksia. Vuonna 2021 kysymykseen antoi 74 % arvion ”erittäin paljon” ja ”paljon”. Asiakkaiden kokemukset ja saatu palvelu odotuksiin nähden on laskenut 19 prosenttiyksikköä.

7.2 Johtopäätökset

Tutkimuksen tarkoitus oli tarkastella, ovatko asiakkaat tyytyväisiä hotellin laatuun ja palveluun ja kuinka ne näkyvät asiakastyytyväisyydessä. Tutkimuksen tuloksista käy ilmi, että hotellin asiakkaat ovat tyytyväisiä saamaansa palveluun ja siisteystasoon. Asiakas on saanut hyvää palvelua ja hotellin sisäinen palveluympäristö eli henkilökunta on ottanut asiakkaat vastaan avoimesti ja antanut asiakkaalle tervetulleen olon. Hotellin fyysiset tilat, eli asiakkaan näkemät paikat, kuten vastaanotto ja hotellihuone, ovat tuloksien perusteella olleet siistejä ja hyvin hoidettuja. Johtopäätöksenä voidaan todeta, että Scandic Kajanuksessa toimii osaava henkilökunta ja siisteys on tasokasta.

Tuloksien mukaan, asiakkaat ovat olleet tyytyväisiä hotellihuoneiden varustukseen ja sisustukseen. Myös asiakkaan kokemukset ovat vastanneet odotuksia hotellihuoneista. Avointen kysymysten vastauksista, sekä kysymyksen 16 palautteista käy ilmi, että asiakkaat eivät kuitenkaan olleet täysin tyytyväisiä huoneiden varustukseen ja sisustukseen, vaan toivovat parempia tyynyjä ja sänkyjä huoneisiin. Myös huoneiden kylpyhuoneet saivat palautetta, kuten vessan hanojen vaihtoa sekä peruskorjausta kylpyhuoneisiin. Asiakkaalla on ollut tietynlainen mielikuva saapuaan hotelliin. Jos mielikuvat ja kokemukset eivät vastaa odotuksia, palvelun laatu heikkenee. (Leppola 1998, 28). Johtopäätöksenä palvelun laatuun voidaan todeta, että hotellihuoneet kaipaavat uutta ilmettä, jotta palvelun laatu parantuisi entisestään.

Hotelli on hyvin perinteinen hotelli, missä peruspalvelut toimivat ja asiakaspalvelu on erinomaista. Hotelli kaipaa remonttia ja pintojen uudistusta. Taustamuuttujien perusteella tämän kyselyn yleisin vastaaja on 30–45-vuotias mies, joka on kotoisin Oulusta. Hän on vapaa-ajan matkustaja, joka matkustaa yksin. Hän on käynyt aikaisemmin Scandic Kajanuksessa ja yöpynyt siellä ainakin kerran viimeisen vuoden aikana. Hän ei tiennyt Joutsenmerkistä, eikä Joutsenmerkillä ollut vaikutusta hotellin valinnassa.

7.3 Kehittämisehdotukset

Tutkimuksesta saadut tulokset toimivat kehittämisideoina. Moni asiakas toivoo hotellille remonttia ja päivitystä. Osa vastaajista ei ole tyytyväisiä ravintolan asiakaspalveluun, siisteyteen, yleisilmeeseen sekä sisustukseen. Ravintolaa voisi parantaa uusi ruokalista, mikä sisältäisi uusia ruokalajeja ja enemmän juomia. Ravintolaan voisi tuoda uutta ilmettä raikkaalla sisustuksella. Baarin

puolelle voisi kehittää myös uutta sisustusta sekä uudempaa ja laajempaa juomavalikoimaa. Kehittämisehdotuksia hotelille tulee myös yleisilmeeseen ja remonttiin. Hotellia tulisi remontoida ja päivittää nykyaikaisemmaksi. Huoneiden värimaailmaa, sisustusta ja kylpyhuoneet tulisi remontoida sekä huoneiden varustetasoa parantaa. Huoneisiin voisi laittaa asiakkaalle perinteisten shampoo ja hoitoaine purkkien lisäksi esimerkiksi kasvonaamioita tai muita ihonhoito tuotteita. Huoneiden jääkaappeihin voisi tuoda uusia juomia ja erilaisia sesonkituotteita. Huoneissa voisi olla paikallisia tuotteita ja näytteitä.

8 Pohdinta

Tutkimuksen otanta oli 98 ja se oli suurempi mitä odotin. Odotin 50 vastattua kyselylomaketta. Koska otanta oli odotettua suurempi, sain paremmin tuloksia tutkimukseeni. Ajankohta tutkimukselle oli hieman huono maailmanlaajuisen pandemian vuoksi. Jos pandemiaa ei olisi ollut, olisin varmasti saanut enemmän vastauksia koskien Kaukaveden kylpylää, yleisiä saunoja ja kuntosalia. Tämän vuoksi en voi arvioida asiakkaiden kokemuksia hotellin palveluista.

Opinnäytetyön tavoitteena oli tarkastella asiakkaan näkökulmasta, ovatko he tyytyväisiä hotellin tarjontaan ja palveluihin sekä sisustukseen ja ylipäättään hotellin ensivaikutelmaan. Tulosten perusteella asiakkaat olivat hyvin tyytyväisiä asiakaspalveluun ja hotellin tarjontaan, vaikka korona pandemia latisti tunnelmaa. Viimeiseen kysymykseen moni oli vastannut, että he ovat iloisia mukavasta palvelusta ja erittäin hyvästä kokemuksesta pitkään aikaan. Itselle ei tullut yllätyksenä hotelliin kohdistuva remontin tarve. Harjoittelussa ollessani moni sanoi samaa, mitä olivat kirjoittaneet avoimiin vastauksiin koskien remonttia ja päivitystä.

Omat tavoitteeni oli oppia arvioimaan ja kehittämään omia oppimistapoja sekä osaamistani. Tavoitteenani oli myös oppia ottamaan vastuuta omasta toiminnasta ja sen seurauksista sekä oppia etsimään tietoa ja käsitellä sitä kriittisesti. Onnistuin arvioimaan ja kehittämään omia oppimistapojani sekä etsimään tietoa eri lähteistä ja käsitellä oppimaani kriittisesti. Parannettavaa on vastuun ottamisessa ja siinä, että saan asiat hoidettua aikataulun mukaisesti. Opinnäytetyöni ei valmistunut aikataulun mukaisesti. Kuitenkin tutkimus tuli valmiiksi ja olen siihen tyytyväinen. Opinnäytetyöprosessista oli itselleni paljon hyötyä, varsinkin teoria osuuden kirjoittamisesta ja teorian sisällön oppimisesta. Uskon, että olen tämän prosessin jälkeen varmempi ja kehittyneempi asiakaspalvelutyöhön.

Tutkimus ja sen tekeminen ja analysointi osoittautui haastavammaksi kuin luulin. Vastauksia tuli yhteensä 98 kappaletta, mikä oli hyvin paljon siihen verrattuna mitä sen luulin aluksi olevan. Kyselylomakkeen teko oli mielenkiintoista ja mielestäni se oli toimiva ja kysymykset olivat selkeitä. Perinteisellä tavalla tehty kysely antoi siihen omat haasteensa, mutta selvisin siitä onnistuneesti. Tulokset ovat mielestäni kattavat. Vastausten analysointi osoittautui välillä hieman hankalaksi. Avoimien vastausten lukeminen oli myös mielenkiintoista, että jopa hauskaa. Vastauksista ei aina saanut selvää ja jouduin päättämään osan vastauksista. Kaikkia avoimien vastausten kommentteja en pystynyt selvittämään, joten niitä ei otettu mukaan tutkimukseen. Tutkimus osoittautui loppujen lopuksi onnistuneeksi. Uskon näistä tutkimustuloksista olevan hyötyä toimeksiantajalle.

Lähteet

- Brännare, R. & Asunta, T. (2005). Majoitus ja matkailupalvelu. Sanoma Pro Oy.
- Eräsalo, U. (2011). Palvelu ammattina. Hansaprint Direct Oy, Vantaa.
- Flink, K-M., Kerttula, T., Nordling, A-M. & Rautio, V. (2016). Asiakaspalvelun ammattilaiseksi. Otava, Keuruu.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. (2007). Tutki ja kirjoita. Otava, Keuruu.
- Kananen, J. (2017). Laadullinen tutkimus pro graduna ja opinnäytetyönä. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Laurent, B. (2006). Päivittäisjohtaminen matkailu- ja ravintola-alalla. WSOY oppimateriaalit Oy.
- Lepola, R. & Pohja B. (1998). Asiakaspalvelu. WSOY, Porvoo.
- Pesonen, H., Lehtinen, J. & Toskala, A. (2002). Asiakaspalvelu vuorovaikutuksena: Markkinointia, viestintää, psykologiaa. PS-kustannus.
- Pihlaja, J. (2001). Tutkielmaa tekemään. Soceda.
- Rautiainen, M. & Siiskonen M. (2015). Majoitustoiminta ja palveluosaaminen. Hansaprint Oy, Vantaa.
- Reinboth, C. (2008). Johda ja kehitä asiakaspalvelua. Gummerus Kirjapaino Oy.
- Rissanen, T. (2006). Hyvän palvelun kehittäminen. Kustannusyhtiö Pohjantähti PoleStar Ltd, Vaasa.
- Scandic Hotels.fi. (N.d.a). Scandic Kajanus. Saatavilla 6.5.2022 <https://www.scandichotels.fi/hotellit/suomi/kajaani/scandic-kajanus>
- Scandic Hotelsgroup.com. (N.d.b). About us. Saatavilla 13.01.2021. <https://www.scandichotelsgroup.com/about-us/>
- Scandic Hotelsgroup.com. (N.d.). Vision & mission. Saatavilla 22.1.2021. <https://www.scandichotelsgroup.com/about-us/vision-mission/>

Tähtinen, J., Laakkonen, E. & Broberg, M. (2020). Tilastollisen aineiston käsittelyn ja tulkinnan perusteita. Turun yliopiston kasvatustieteiden laitos.

Väisänen, E. (2015). Asiakastytyvyyden merkitys palveluyritykselle case: Scandic Kajanus. AMK-opinnäytetyö. Kajaanin ammattikorkeakoulu. <https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2015120419501>

Asiakastytyväisyyskysely



Hei, olen Kajaanin ammattikorkeakoulusta kolmannen vuoden restonomiopiskelija ja olen tekemässä opinnäytetyötä. Opinnäytetyöni on asiakastytyväisyyskysely Scandic Kajanukselle. Olisin kiitollinen, jos voisitte täyttää tämän kyselyn vierailusi aikana ja palauttaa sen vastaanottoon. Tulokset käsitellään siten, ettei niistä pysty tunnistamaan vastaajaa. Kiitos!

Milla Lindgren, restonomi opiskelija KAMK

1. Sukupuoli _____ 2. Ikä: _____
 a) Mies
 b) Nainen
 c) Muu
3. Olen aikaisemmin vierailut Scandic Kajanuksessa?
 a) Kyllä, kuinka monta kertaa viimeisen vuoden aikana? _____
 b) En
4. Matkan syy?
 a) Vapaa aika b) Kokous c) Työmatka d) Muu, mikä? _____
5. Matkustan
 a) Yksin b) Perheen kanssa c) Kumppanin kanssa d) Muu, mikä? _____
6. Kotikaupunki/Kotimaa: _____
7. Tiesittekö, että Scandic Kajanus on ympäristösertifikaatilla joutsenmerkitty hotelli?
 a) Kyllä b) En
8. Jos vastasit kyllä, vaikuttiko joutsenmerkki hotelliin valinnassa
 a) Erittäin paljon b) Paljon c) Jonkin verran d) Vähän e) Ei ollenkaan

Seuraavat kysymykset ovat ns. monivalintakysymyksiä. Niissä vastausvaihtoehdot ovat seuraavat: 5= Kiitettävä, 4= Hyvä, 3= Tyydyttävä, 2= Heikko, 1= Huono, 0=Ei kokemusta

9. Millaisena piditte hotellin
- | | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|---|
| • Ravintolan ja baarin varustusta/sisustusta | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| • Ravintolan ja baarin siisteyttä | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| • Ravintolan ja baarin yleisilmettä | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
- Mikäli annoitte arvion 3 tai vähemmän, kerrottehan tarkemmin, jotta osaamme kehittää sitä: _____
10. Millaisena piditte hotellin
- | | | | | | | |
|--------------|---|---|---|---|---|---|
| • Kuntosalia | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| • Saunoja | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |

- Kokous ja/tai kongressi tiloja 5 4 3 2 1 0
- Kaukaveden kylpylä 5 4 3 2 1 0

Mikäli annoitte arvion 3 tai vähemmän, kerrottehan tarkemmin, jotta osaamme kehittää sitä: _____

11. Millaisena piditte

- Hotellihuoneen varustusta/sisustusta 5 4 3 2 1 0
- Hotellihuoneen siisteyttä 5 4 3 2 1 0
- Hotellihuoneen yleisilmettä 5 4 3 2 1 0

Mikäli annoitte arvion 3 tai vähemmän, kerrottehan tarkemmin, jotta osaamme kehittää sitä: _____

12. Millaisena piditte

- Aula- ja yleistilojen varustusta/sisustusta 5 4 3 2 1 0
- Aula- ja yleistilojen siisteyttä 5 4 3 2 1 0
- Aula- ja yleistilojen yleisilmettä 5 4 3 2 1 0

Mikäli annoitte arvion 3 tai vähemmän, kerrottehan tarkemmin, jotta osaamme kehittää sitä: _____

13. Millaisena piditte Scandic Kajanuksen asiakaspalvelua

- Vastaanotossa 5 4 3 2 1 0
- Ravintolassa / baarissa 5 4 3 2 1 0
- Puhtaanapidossa 5 4 3 2 1 0

Mikäli annoitte arvion 3 tai vähemmän, kerrottehan tarkemmin, jotta osaamme kehittää sitä: _____

14. Vastasiko odotuksenne kokemuksiinne ja saamaanne palvelua?

- a) Erittäin paljon b) Paljon c) Jonkin verran d) Vähän e) Ei ollenkaan

15. Yleisarvosana Hotelli Scandic Kajanukselle (asteikko 4-10): _____

16. Kehitysehdotuksia ja palautetta hotellille: _____

Kiitos vastauksista ja tervetuloa uudelleen Scandic Kajanukseen! 😊

Kysymys 16: kehitysehdotuksia ja palautetta hotellille

Huoneet kaipaavat pintaremonttia ja kalusteiden uudistamista. Saniteettitilat kaipaavat remonttia.

- Kaipaa peruskorjausta
- Mahdollisesti lattialämmitys kylpyhuoneisiin
- Huono äänieristys
- Huoneen koko hyvä
- Hyvät tyynyt
- Hyvä kylpyamme
- Hyvä sänky

Ravintolan toiminta on hidasta ja ravintolan puoli kaipaa pintaremonttia. Ruokalista kaipaa myös uudistusta.

- Erityskiitos vegaani vaihtoehtoista aamupalalla
- Monipuolinen ja hyvä aamiainen
- panostusta ruokalistaan
- Luomutuotteet plussaa
- Keittiön toiminta hidasta
- Ruokalista uudemaksi
- Remontin tarpeessa

Yleistilat kaipaavat remonttia ja uudistusta niin ulkoa kuin sisältä.

- Pintaremontin tarpeessa
- Pinnoilta hieman vanhentunut
- Ulkopuoli kaipaa ehostusta
- Sisäpinnoilla ikä näkyy
- valaistuksella näyttävyyttä ja estetiikkaa
- Saniteettitilojen remontti
- Yleisilmeen ja tilojen ehostus
- Vesikalusteiden ja varusteiden korjaus/päivitys

Muut palautteet

- Hotelli, jota suosittelen myös muille
- Hyvä siivoustaso
- Ilmainen pysäköinti on hyvä
- Ilmanvaihtoa paremmaksi
- Hinta ja laatu on balanssissa
- Positiivinen kokemus
- Palvelu on hyvää
- Ihmiset ovat ystävällisiä
- Hyvä sijainti
- Hyvät parkkipaikat