



Karelia-ammattikorkeakoulu
Restonomi (AMK)

Elämys luonnosta keskellä kau- punkia: perheiden kokemuksia Sinkkolan kotieläinpihasta

Kati Hyle

Opinnäytetyö, marraskuu 2023

www.karelia.fi



OPINNÄYTETYÖ
Marraskuu 2023
Matkailu- ja palveluliiketoiminta

Tikkarinne 9
80200 JOENSUU
+358 13 260 600 (vaihde)

Tekijä
Kati Hyle

Nimeke
Elämys luonnosta keskellä kaupunkia: perheiden kokemuksia Sinkkolan kotieläinpihasta
Toimeksiantaja
Sinkkolan nuoriso- ja asukastalo

Tiivistelmä

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää lapsiperheiltä, minkälaisia kokemuksia heillä Sinkkolan kotieläinpihasta sekä saada kehitysehdotuksia. Lisäksi opinnäytetyössä haluttiin selvittää, mistä perheet ovat saaneet tiedon Sinkkolasta ja mistä he ovat kotoisin. Sinkkola on tunnettu sekä maksuttomana kotieläinpihana lähellä Joensuun keskustaa että erilaisista tapahtumista, kuten kesäteatterista. Opinnäytetyön tietoperustassa käsiteltiin tapahtumamatkailua, palvelukokemusten muodostumista, palvelumuotoilua ja asiakastytyväisyyttä.

Aineistonkeruumenetelmänä käytettiin paperista kyselylomaketta Sinkkolassa ja sähköistä lomaketta Webropolissa. Vastaajat valittiin satunnaisotolla. Paperinen kysely toteutettiin Sinkkolassa kolmen päivän aikana kesällä 2023 ja vastauksia siihen tuli 50 kappaletta. Sähköinen kysely oli auki kahden viikon ajan ja vastauksia siihen tuli 34 kappaletta. Kyselyiden jälkeen aineisto ryhmiteltiin teemoittain ja analysoitiin laadullisesti. Opinnäytetyö oli luonteeltaan toiminnallinen ja aineiston tulosten perusteella tehtiin toimenpideehdotuksia ja asiakkaan päivää kuvaava palvelukertomus.

Tuloksista kävi ilmi, että suurin osa kävijöistä on Pohjois-Karjalasta. Sinkkolan kotieläinpihan vetovoimatekijöitä ovat eläimet, miljöö, rauhallisuus sekä edullinen hintataso. Perheet toivoivat lapsille suunnatuilta tapahtumilta osallistavaa tekemistä, kulttuurisia tapahtumia sekä eläinten katselua. Opinnäytetyötä voidaan hyödyntää Sinkkolan nykyisessä toiminnassa sekä jatkotutkimuksissa.

Kieli
suomi

Sivuja 49
Liitteet 2
Liitesivumäärä 11

Asiasanat
asiakaskokemus, asiakastytyväisyys, palvelumuotoilu



THESIS
November 2023
Degree Programme in Tourism and Hospitality
management
Tikkarinne 9
80200 JOENSUU
FINLAND
+ 358 13 260 600 (switchboard)

Author
Kati Hyle

Title
A Rural Milieu in the Middle of a Town: Families' Experiences of Sinkkola Domestic Animal Farm
Commissioned by
Sinkkolan nuoriso- ja asukastalo

Abstract

The aim of the thesis was to find out families' experiences of Sinkkola. Sinkkola is a domestic animal farm located in Joensuu. There are also events and an open-air theatre in Sinkkola in the summer. The theoretical background of the study is based on event tourism, customer experience, service design and customer satisfaction.

This study was conducted in July 2023. The data was gathered by an inquiry distributed in Sinkkola and through an on-line inquiry. The subjects were randomly selected. In total, there were 84 responses to both inquiries. After that, the material was thematically categorized and analysed qualitatively. The study was practise-based, and the study included proposals for action and a customer journey map based on the survey results.

The project proved that the most important pull factors of Sinkkola are the domestic animal farm, the milieu and tranquillity, and affordable prices. It was found out that the visitors hoped for the events being activating, including cultural elements as well as the opportunity to see animals. In the future, the results of this thesis can be used in the daily activities of Sinkkola and in forthcoming events.

Language
Finnish

Pages 49
Appendices 2
Pages of Appendices 11

Keywords
customer experience, customer satisfaction, service design

Sisältö

1	Johdanto.....	5
2	Sinkkolan kotieläinpiha	6
2.1	Historia	6
2.2	Nykytilanne	7
3	Tapahtumamatkailu	8
3.1	Elämykset ja tapahtumat.....	8
3.2	Tapahtumamatkailu Sinkkolassa	10
4	Palvelukokemus	11
5	Palvelumuotoilu	13
5.1	Asiakaslähtöinen palvelumuotoilu	13
5.2	Asiakaspolku, ostajapersoona ja palveluketjuanalyysi	14
6	Asiakastyytyväisyyden selvittäminen	15
7	Opinnäytetyön keskeiset käsitteet.....	17
8	Tutkimusmenetelmät	18
8.1	Toiminnallinen opinnäytetyö	18
8.2	Luotettavuus ja eettisyys.....	19
9	Opinnäytetyön toteutus	20
9.1	Opinnäytetyön aikataulu	20
9.2	Kyselyn toteutus	20
10	Sinkkolan asiakastyytyväisyyskysely	22
10.1	Kyselyyn vastanneiden taustatiedot.....	22
10.2	Tiedonsaanti	25
10.3	Käyntikerrat ja vierailukohteet.....	26
10.4	Asiakastyytyväisyys	28
10.5	Kiinnostavimmat syyt ja tapahtumat käydä Sinkkolassa	30
10.6	Suosittelut.....	33
10.7	Asiakaspalaute	35
10.8	Aineiston analysointi	38
11	Kehitysehdotukset	40
12	Palvelukertomus	42
13	Pohdinta	44
	Lähteet	47

Liitteet

- Liite 1 Paperinen kyselylomake
- Liite 2 Sähköinen kyselylomake

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön aiheena on lapsiperheiden kokemukset Sinkkolan kotieläinpihasta. Sinkkolan vanha maatila toimii Joensuun kaupungin nuorisotilana ja Sinkkolassa on toimintaa ympäri vuoden. Kesäisin Sinkkolassa on kotieläinpiha, joka tarjoaa asiakkailleen erilaisia elämyksiä, kulttuuria ja maaseutumaisen ympäristön lähellä Joensuun keskustaa. Sinkkola on tunnettu sekä maksuttomana kotieläinpihana että erilaisista tapahtumista, kuten Teatteri-Traktorin kesäteatterista.

Valitsin opinnäytetyön näkökulmaksi lapsiperheet, sillä Sinkkolan kotieläinpiha on lapsiperheiden suosiossa ja siellä järjestetään paljon koko perheelle sopivia tapahtumia (Sinkkola 2023). Minulla itselläni on pieniä lapsia ja minua kiinnostaa erityisesti leikki-ikäisille lapsille suunnatut matkakohteet – paikat, joihin on helppo mennä ja joissa lapsille on ikätasoon sopivaa tekemistä. Sinkkolan tila itse on tärkeä osa joensuulaista historiaa: Sinkkolan tila oli ensimmäisiä asutuksia Noljakassa, ja paikalla on ollut rakennuksia yli sadan vuoden ajan (Partanen 2004, 113, 128–129). Opinnäytetyössä halusin selvittää, mitä Sinkkolan kotieläinpihassa on kiehtonut kävijöitä jo 20 vuoden ajan.

Opinnäytetyön tiedonkeruumenetelmänä oli kirjallisuus sekä asiakastyytyväisyyskysely, jolla kartoitettiin lapsiperheiden motiiveja, käyntikokemuksia sekä toiveita Sinkkolasta. Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, mitä Sinkkolan kotieläinpihan kävijät ajattelevat Sinkkolasta ja millaisia tapahtumia lapsiperheet toivoisivat Sinkkolaan. Työn tavoitteena oli saada toiminnan kehittämistä varten toimeksiantajalle eli Sinkkolan nuoriso- ja asukastalolle lisätietoa kävijöistä.

Opinnäytetyö on toiminnallinen ja sen tuotoksena tehtiin kehittämissuhteita Sinkkolan kotieläinpihalle sekä palvelukertomus asiakastyytyväisyyskyselyn vastausten perusteella. Opinnäytetyön tuloksista on hyötyä Sinkkolan nuoriso- ja asukastalon nykyiselle ja tulevalle toiminnalle, sillä vastaavaa asiakastyytyväisyyskyselyä ei ole toteutettu Sinkkolassa viime vuosien aikana.

Opinnäytetyön jatkotutkimuksen voi laajentaa koskemaan vain kesäteatteriesityksiä tai asiakaspalautetta voidaan kerätä tapahtumien yhteydessä.

2 Sinkkolan kotieläinpiha

2.1 Historia

Sinkkola on Joensuun kaupungin omistama ja Joensuun nuorisopalvelut ovat päärakennuksessa vuokralaisina (kuva 1). Alun perin Sinkkolan tila oli yksi ensimmäisistä Noljakan alueen taloista, joka sijaitsi entisen Postitien varressa vuonna 1788. Sinkkolan tila pysyi sukutilana aina 1980-luvulle saakka, jolloin Tuulikki Kähkönen myi kiinteistön kaupungille (Partanen 2004, 113, 128–129). Vuonna 1997 Siilaisen-Noljakan asukasyhdistys, Joensuun kaupungin nuorisotoimi, Joensuun 4H-yhdistys sekä Joensuun evankelisluterilainen seurakunta halusivat hyödyntää tyhjillään ollutta, kaupungin omistamaa Sinkkolan tilaa. Tavoitteena oli kehittää asukkaiden yhteistyötä sekä samalla lisätä alueen viihtyisyyttä. (Joensuun 4H-yhdistys 2023.)

Sinkkolan kotieläinpiha on perustettu vuonna 1998 ja se sijaitsee Joensuun Noljakassa osoitteessa Pesolantie 2. Pohjois-Karjalan Ympäristökeskus myönsi Sinkkolan kotieläinpihalle rahoitusta hankkeeseen, jonka tarkoituksena oli ehkäistä lasten ja nuorten syrjäytymistä sekä järjestää ohjattua toimintaa. Varsinainen kotieläinpihatoiminta aloitettiin 1.7.2000 ja kävijöitä oli ensimmäisenä vuotena noin 3 000, kun kotieläinpiha oli auki 35 päivää. (Joensuun 4H-yhdistys 2023.) Sinkkolan kotieläinpihalla on ollut vuosien aikana 4H-yhdistyksen eläintenhoitokerho, loma-aikoina on ollut päiväleirejä sekä siellä on järjestetty kädentaidon kursseja ja työnäytöksiä, joissa on esitelty perinteisiä maatalon askareita (Kaija & Reuter 2004, 341–344).



Kuva 1. Sinkkolan päärakennus ja navetta ovat Sinkkolan nuoriso- ja asukastalon käytössä (kuva Kati Hyle).

2.2 Nykytilanne

Sinkkola on joensuulainen nuorisotalo, jossa nuoret voivat pelata, tavata ystäviään tai viettää muuten aikaa nuoriso-ohjaajien ohjauksessa (Nuorten Joensuu 2023). Sinkkola on maksuton ja kaikille avoin paikka lähellä kaupunkia, kerrostalojen ympäröimänä. Kesäisin Sinkkolan toiminta muuttuu Sinkkolan kotieläinpihaksi ja ilmainen kotieläinpiha on monelle kävijälle Sinkkolassa käynnin tarkoitus. Sinkkolan eläimet tulevat yksityisiltä kotitarvetiloilta ja niistä tehdään ylläpitösopimukset kesän ajaksi. Eläimiä hoitavat ja ruokkivat Sinkkolan eläinhoitajat, ja eläimiä voi ihastella päiväaikaan, mutta yöksi ne menevät navettaan. Vuonna 2023 Sinkkolassa oli hiehoja, lampaita, vuohia, kaneja, sikoja, kanoja ja kukko. (Joensuu 2023a.)

Sinkkolan kotieläinpiha oli avoinna 23.5.–26.8.2023. Sinkkolan kahvio oli avoinna tiistaista lauantaihin kello 9–17 ja askartelupajassa ohjaaja oli paikalla tiistaista lauantaihin kello 10–14. (Kuva 2.) Alueella oli myös vanhojen esineiden museo. Kesän aikana Sinkkolassa oli erilaisia tapahtumia sekä Teatteri-

Traktorin kesäteatteriesitykset Röllä ja metsänhenki -näytelmästä 28.6.-20.8.2023 (Teatteri-Traktori 2023a).



Kuva 2. Sinkkolan aukioloajat (kuva Kati Hyle).

Sinkkolan nuoriso-ohjaaja Tiina Karttusen (2023) mukaan Sinkkolan kotieläinpihassa kävi kesän 2023 aikana hieman alle 40 000 kävijää. Sinkkola työllisti kaksi vakituista nuoriso-ohjaajaa. Heidän lisäksi oli kausityöntekijöitä: kahviöntyöntekijä, neljä navettatyöntekijää, tilahuoltaja ja tiedottaja. Kausityöläiset olivat töissä Sinkkolassa kuudesta kahdeksaan kuukautta. Heidän lisäksi Sinkkolassa työskenteli vastaava eläintenhoitaja, kahviovastaava sekä pajaohjaaja. Joensuun kaupungin palkkaamia kesätyöntekijöitä oli 12 henkilöä eläinhoitajana, 7 pajaohjaajana sekä 9 kahviöntyöntekijöinä. Kesän 2023 aikana Sinkkolassa oli töissä yhteensä 40 henkilöä ja sen lisäksi neljä eläintenhoitajaopiskelijaa ja yksi työkokeilussa ollut henkilö.

3 Tapahtumamatkailu

3.1 Elämykset ja tapahtumat

Matkailuelämys on henkilökohtainen ja ainutlaatuinen kokemus, joka syntyy joko ennen matkaa, matkan aikana tai matkan jälkeen ja se tuottaa positiivista

arvoa kokijalle. Elämykset syntyvät tarjoajan ja kokijan välisestä vuorovaikutuksesta. Yrityksen onkin hyvä tietää, mitkä asiat tuovat asiakkaalle lisäarvoa. Elämyksiä tuottavia asioita ovat muun muassa mielihyvä, sosiaaliset kohtaamiset toisten ihmisten kanssa, rentoutuminen, uutuuden kokeminen ja tietämyksen lisääntyminen. Ihmiset kaipaavat matkailusta yhä enemmän elämyksiä ja he haluavat maksaa jostakin sellaisesta ajanvietteestä, jota eivät itse pysty tuottamaan. (Lüthje & Tarssanen 2013, 61–62, 69.)

Tapahtumat ovat tiettyyn aikaan, tietyssä paikassa tapahtuvia, aisteja stimuloivia elämyksiä, kokonaisvaltaisia kokemuksia, jotka jaetaan muiden ihmisten kesken: tapahtumateollisuus luo asiakkaille paon todellisuudesta. Tapahtuman teema voi olla kulttuurinen juhla, taide- tai kulttuuritapahtuma, viihde, urheilu, työpaikan virkistäytyminen, liiketoiminta ja kaupankäynti, politiikka, uskonto, opetuksellinen tai tieteellinen. Usein osallistujalla on jokin motiivi osallistua tapahtumaan, esimerkiksi harrastuneisuus, ajanviete tai työ. Tapahtuma voi olla yksityisen, yhdistyksen tai yrityksen järjestämä ja tyypillisesti tapahtuman järjestämisessä on mukana niin vapaaehtoisia kuin ammattilaisiakin. Lisäksi tapahtuma voi olla järjestäytymätön eli esimerkiksi mielenosoitus tai kulkue. (Wirén, Westerholm & Liikamaa 2020.)

Tapahtumamatkailussa tärkeitä ovat ammattitaitoinen henkilökunta, asiakasymmärrys, mediallyisyys, turvallisuus, kestävyys ja vastuullisuus, muutoskyky, kansainvälisyys ja yhteisöllisyys (Kuusisto & Sahlstedt 2021). Tapahtumien järjestäminen vaatii osaamista kokonaisuuksien hallinnasta, taloushallinnasta sekä digitaalista osaamista, ja kykyä luoda uusia innovaatioita ja toimintamalleja. Tapahtumaturismi on merkittävä elinkeino niin esiintyjille, järjestäjille kuin osallistujillekin. (Wirén ym. 2020.) Vaikka virtuaali- ja hybriditapahtumat lisääntyivät koronapandemian myötä, monet tapahtumat ovat edelleen riippuvaisia ihmisten välisistä lähikohtaamisista. Tällaisia tapahtumia ovat esimerkiksi messut, festivaalit tai teatterissa käynti. Tulevaisuudessa todennäköisesti menestyvät parhaiten hybriditapahtumat, joissa hyödynnetään digitaalista osaamista sekä fyysisistä läheisyyttä. Ihmiset kaipaavat yhteisöllisyyttä, yhteisiä elämyksiä ja tunteiden jakamista. (Wirén ym. 2020.)

3.2 Tapahtumamatkailu Sinkkolassa

Sinkkolassa järjestetään eri ikäisille lapsille toimintaa ja tapahtumia ympäri vuoden – kesällä on kotieläinpiha eläimiseen sekä kesäteatteri ja muun muassa koulujen loma-aikoina Sinkkolassa on ollut erilaisia tapahtumia perheille. Tapahtumia järjestää Joensuun kaupungin nuorisopalvelut (Joensuu 2023b). Aiempia tapahtumia ovat olleet Maakuntapäivä 26.8.2022, syyslomaviikolla vuonna 2022 Sinkkolassa oli koko perheen Ihan pihalla -ulkoilupäivä, jossa oli fatbike-pyöräilyä ja aarteenetsintää lapsille. Sinkkolan joulu oli marraskuussa 2022, tapahtumassa vieraili joulupukki ja siellä oli myös muuta jouluaiheista ohjelmaa. Talvilomaviikolla maaliskuussa 2023 oli toistamiseen Ihan pihalla -ulkoilupäivä, jossa ohjelmassa oli muun muassa lumenveistoa, lumikenkäilyä sekä makkaranpaistoa. (Sinkkola 2023.) Kesällä 2023 Sinkkolassa oli muun muassa saturetkiä, pihakirpputoreja, maatilaviikko ja kesäkauden lopettajaiset (kuva 3). Sinkkolan kesäkauden päätös oli 26.8.2023 ja tapahtumassa oli hevosajelua, jousiammuntaa piha-aktiviteetteja sekä Sinkkolan pellehyppykisat (Sinkkola 2023).



Kuva 3. Pellehyppelykisat Sinkkolan kesäkauden päätöstapahtumassa (kuva Kati Hyle).

Yksi tärkeä osa tapahtumamatkailua Sinkkolassa on ollut Teatteri-Traktorin kesäteatteriesitykset, joita on esitetty vuodesta 2004 lähtien. Näyttämöllä on nähty lasten suosikkiesityksiä, muun muassa Peppi Pitkätossu, Viiru ja Pesonen ja Peter Pan. Kesällä 2023 Sinkkolassa esitettiin Rölli ja metsänhenki ja sen kävi

katsomassa noin 8 000 kävijää. (Teatteri Traktori 2023b.) Teatteri-Traktori on ammattiteatteri, joka tarjoaa esityksiä ja kulttuurista toimintaa lapsille ja perheille. Ohjelmistossa Teatteri-Traktorilla on ollut vuosittain 1–3 isompaa näytelmää sekä kaksi lyhyempää näytelmää. Katsojamäärät ovat olleet viime vuosina noin 20 000. Teatteri-Traktorin alaisuudessa toimii lasten kulttuurikeskus Pikku-Traktori, joka järjestää lapsille muun muassa taidekasvatusta, leirejä ja muita tapahtumia. (Teatteri-Traktori 2023c.)

4 Palvelukokemus

Palvelukokemus muodostuu asiakkaan ja asiakaspalvelijan välisestä vuorovaikutuksesta samalla hetkellä, kun palvelu tuotetaan ja kulutetaan. Koska jokainen palvelutilanne on ainutlaatuinen kokemus eikä palvelua voi kopioida, on asiakasrajapinnassa olevalla työntekijällä suuri vaikutus palvelukokemuksen onnistumiseen (Tuulaniemi 2011, 53–55, 59, 71.) Asiakaskokemus voi olla satunnainen, ennalta odotettu tai johdettu kokemus (Kaariainen 2014). Palvelukokemus voidaan jakaa kolmeen eri tasoon: Ensimmäinen eli toiminnan taso mahdollistaa asiakaspalvelutilanteen. Toinen taso eli tunnetaso kertoo vastaako palvelu asiakkaan toiveita ja ajatuksia. Kolmas taso eli merkitysten taso kuvaa sitä, vastaako palvelu asiakkaan henkilökohtaisia unelmia ja tavoitteita. (Tuulaniemi 2011, 74–75.)

Asiakkaan toimintaan kuluttajana vaikuttavat muun muassa asiakkaan omat tarpeet, fysiologiset tekijät, muistot, arvot, sosiaaliset ja kulttuuriset tekijät, ikä ja puhdas sattuma (Pöyhönen, Santavuori & Mustonen 2023, luku 2). Asiakas kokee asiakaspalvelutilanteet subjektiivisesti ja palvelun taso ylittyy, jos kokemus ylittää asiakkaan ennako-odotukset (Drucker 2014). Yrityksen ja käyttäjän palvelukokemukset saattavat poiketa toisistaan. Yritys voi kuvitella palvelevansa asiakasta hyvin vaikka todellisuudessa asiakas ei koe saavansa hyvää palvelua. (Palvelumuotoilu 2022.) Jos asiakas on ennen palvelutilannetta väsynyt tai ärtynyt, hän kokee helpommin palvelun huonommaksi ja kiinnittää enemmän huomiota virheisiin. Sen sijaan, jos asiakas on itse mukana palvelutilanteessa ja

positiivinen, hän todennäköisesti kokee palvelutilanteen myönteisemmin. Nämä asiakkaan ja myyjän väliset laatu yhteydet joko heikentävät tai vahvistavat asiakas kohtaamisia yrityksessä. (Drucker 2014.) Asiakkaalle saadaan positiivinen asiakaskokemus ja hän palaa helpommin uudelleen asiakkaaksi, kun asiakasta kuunnellaan ja huomioidaan, hänelle vastataan nopeasti, ymmärretään asiakkaan tilanne ja sovituista asioista pidetään kiinni (Fischer & Vainio 2014, 9).

Arvot ohjaavat ihmisten käyttäytymistä kuluttajina. Schwartzin (2012) mukaan on olemassa kymmenen perusarvoa: itseohjautuvuus, vaihtelunhaluisuus, mielihyvä, virikkeisyys, valta, turvallisuus, yhdenmukaisuus, perinteet, hyväntahtoisuus ja universalismi. Nämä perusarvot ovat havaittavissa kaikissa kulttuureissa samankaltaisina. Vaikka arvojen luonne ja rakenne ovat samankaltaisia maailmanlaajuisesti, yksilöt ja ryhmät määrittävät arvojen tärkeyden. Arvoja on käytetty luonnehtimaan kulttuurisia ryhmiä, yhteiskuntia sekä yksilöitä sekä selittämään asenteiden ja käyttäytymisen motivaatioperusteita. Schwartzin (2012) mukaan arvot liittyvät niin tunteisiin, tavoitteiden saavuttamiseen, motivaatioon, käyttäytymiseen kuin standardeihin. Arvojen hierarkia voi vaihdella ja usein useat eri arvot ohjaavat päätöksiä. Arvot näkyvät harvoin tietoisina valintoina, mutta ristiriitaisissa tilanteissa arvot tulevat näkyviksi. Helkama (2015, 8) kirjoittaa, että arvot voivat muuttua iän tai kokemuksen myötä eivätkä ne ole yhtä pysyviä kuin esimerkiksi ihmisen luonteenpiirteet.

Ruckensteinin, Suikkasen ja Tammisen (2011) mukaan arvot luovat merkityksiä ihmisten, esineiden ja asioiden välille. Sosiaalinen eli ihmisten välinen merkitys on tapa arvottaa asioita tietyssä ihmisryhmässä ja moraalisesti oikea tapa toimia. Esineiden tai tuotteiden kohdalla arvot näkyvät käyttötarkoituksessa – mitä ne merkitsevät ihmisille tai mitä niillä tavoitellaan, esimerkiksi tuotteiden brändäys ja erottuvaisuus. Kolmanneksi arvoa voidaan tarkastella taloudellisesta merkityksestä, kuinka paljosta tai mistä ollaan valmiita luopumaan esineiden tai asioiden takia. Yritys koetaan arvokkaaksi, kun sen tuote- tai palveluvalinnat erottuvat vastaavista yrityksistä. (Ruckenstein ym. 2011, 40–42.)

Asiakkaan tarpeiden tunnistaminen, tunteminen ja kuunteleminen ovat olennainen osa yrityksen tuloksellista liiketoimintaa. Mattisen (2006, 181–186) mukaan

asiakkaiden kuunteleminen tarkoittaa asiakkaan tarpeiden ymmärtämistä sekä asiakkuusosaamisen soveltamista. Asiakkuusosaaminen koostuu asiakkaan tuntemisesta, oman yrityksen tuntemisesta, johdon kyvystä saada työntekijät tekemään parhaansa, tuloshakuisuudesta ja myyjän persoonasta. Hyvä myyjä on asiakaspalvelija, joka osaa soveltaa näitä viittä edellä mainittua asiakkuusosaamisen osa-alueita. Asiakkaita kuuntelemalla yritys voi saada uusia ideoita ja kehitysideoita, uudistaa toimintaansa, sitouttaa asiakasta ja lisäksi yritys voi myös erottua kilpailijoista. (Mattinen 2006, 186, 233–234.) Tuulaniemi (2011, 72–73) kirjoittaa, että kysymällä asiakkaan tarpeista voidaan parantaa asiakasymmärrystä. Ongelmana tässä voi olla, että suoraan kysymällä ei välttämättä saada asiakkaalta vastausta – on vaikeaa kuvitella asiaa, jota ei ole olemassa. Sen sijaan asiakasta havainnoimalla saadaan paremmin tietoa kehitystarpeista ja tuotteen tai palvelun toimivuudesta.

5 Palvelumuotoilu

5.1 Asiakslähtöinen palvelumuotoilu

Palvelut ovat aineettomia hyödykkeitä ja palvelun tuottaja tekee aineettomasta tuotteesta asiakasta hyödyttävän palvelutuotteen. Fyysisten tuotteiden ympärille luodaan palveluita ja palveluita tarjoamalla voidaan esimerkiksi vuokrata tavaroita. Tuotekylläisessä yhteiskunnassa palvelut ovat keino erottua kilpailijoista. (Tuulaniemi 2011, 17–19, 90–91.) Palvelumuotoilu haastaa palvelun tuottajan arvioimaan toimintatapojaan uudelleen ja lisäämään käyttäjäystävällisyyttä kysymällä parannuskohteista suoraan asiakkailta tai muilta ulkopuolisilta. Tarinat, omalaatuiset ideat, ammattimaisuus ja intohimo työhön auttavat palveluyritystä erottumaan kilpailijoista. (Palvelumuotoilu 2022.) Tuulaniemen (2011, 45) mukaan juuri kertomukselliset, koskettavat tarinat jättävät kuluttajalle muistijäljen ja näin tuote-esittely muuttuu tarinaksi.

Palvelumuotoilu tulee englanninkielisestä termistä service design. Palvelumuotoilu on ennen kaikkea asiakslähtöistä ja palvelumuotoiluprosessi on lyhyesti

asiakkaan ja yrityksen välinen vuorovaikutustapahtuma, jossa asiakas ei ole vain kohde vaan myös aktiivinen osallistuja. Tarkoituksena on luoda palvelukokemus, joka vastaa käyttäjän ja palveluntarjoajan tarpeisiin ja luo asiakkaalle johdonmukaisen palvelukokemuksen. (Palvelumuotoilu 2022.) Ensisijaisesti palvelumuotoilulla pyritään tekemään toiminta asiakaskeskeiseksi. Palvelumuotoilun avulla voidaan kehittää jo olemassa olevia tai uusia palveluita, ja auttaa niin olemassa olevaa kuin aloittelevaa yritystä liikeidean ja toiminta-ajatuksen kehittämisessä. Lisäksi palvelumuotoilulla voidaan ohjailla asiakkaan ostokäyttäytymistä, syventää asiakassuhdetta, sitouttaa asiakasta yritykseen sekä muodostaa yritykselle kilpailuetua. (Tuulaniemi 2011, 26–29, 95–100.)

Palvelumuotoilu voi olla käyttäjäkeskeistä, käyttäjälähtöistä, sekvensoivaa, käsitteellistä tai holistista (Interaction Design Foundation 2023). Käyttäjäkeskeisessä palvelumuotoilussa asiakas on tutkimuksen kohde, mutta käyttäjälähtöisessä palvelumuotoilussa asiakas osallistuu suunnitteluun (Palvelumuotoilu 2022). Sekvensoivassa muotoilussa palvelu pilkotaan osiin erillisiksi prosesseiksi ja käsitteellisessä palvelumuotoilussa luodaan todentuntuisia palvelukokemuksia. Holistinen palvelumuotoilu tarkoittaa kaikkien kosketuspisteiden kattavaa tarkastelua. (Interaction Design Foundation 2023.) Palveluntarjoajan kannattaa miettiä, mikä on tietyille käyttäjäryhmälle tyypillistä, mikä on arvonmuodostuksen ydin tai asiakkaan tapa toimia. Esimerkkikysymyksiä voivat olla: Mistä palveluista asiakkaalle on eniten hyötyä ja miksi? Kuinka asiakas tavoittaa palvelun? Mitkä palvelut tehostavat asiakkaan toimintaa ja lisäävät arvoa asiakkaalle? Mistä tätä tietoa saa ja kuinka hyödyntää sitä? (Palvelumuotoilu 2022.)

5.2 Asiakaspolku, ostajapersoona ja palveluketjuanalyysi

Palvelumuotoilun alussa määritellään toimijat, palveluympäristö sekä palvelu prosessina. Tämä prosessi voidaan kuvailla joko polkuna tai teatterinäyttämönä, jossa osa tapahtumista on piilossa asiakkaalta. Palvelumuotoilussa voi käyttää apuna asiakaspolkua (customer journey map), luoda ostajapersoonia tai

hyödyntää palveluketjuanalyysia eli palvelumallia (service blueprint). (Interaction Design Foundation 2023.)

Tuulaniemen (2011, 78–79) mukaan asiakaspolussa voidaan selvittää esimerkiksi, miksi asiakas tarvitsi kyseistä palvelua ja minkälaisia odotuksia hänellä oli, mitä tapahtui ennen palvelutilannetta (esipalvelu), sen aikana (ydinpalvelu) ja palvelukokemuksen jälkeen (jälkipalvelu). Asiakaspolku jakaantuu palvelutuokioihin. Palvelutuokioissa on useita kontaktipisteitä, joita ovat asiakas ja asiakaspalvelija, ympäristö, palvelutilanteeseen liittyvät esineet sekä toimintatavat.

Palvelumuotoilussa voidaan myös luoda kuvitteellinen asiakas, ostajapersoonaa, joka vastaa yrityksen ihanneasiakasta. Ostajapersoonan tarpeet ja ostokäyttäytyminen mietitään mahdollisimman tarkasti yrityksen oikeiden asiakkaiden perusteella. (Nieminen 2022.) Palvelukokemus voidaan esitellä myös palveluketjuanalyysin avulla, jossa kuvaillaan asiakkaan koko toiminta palvelun aikana. Palveluanalyysissa on mukana näkyvä ja näkymätön palveluprosessi, tukitoiminnot sekä fyysinen ympäristö (Jokela 2013).

6 Asiakastyytyväisyyden selvittäminen

Tuotteet ovat käsinkosketeltavia ja niiden laatua pystytään arvioimaan aistinvaraisesti. Sen sijaan palvelun laadun määrittäminen on hankalampaa. Palvelut ovat subjektiivisia kokemuksia, jotka tuotetaan ja käytetään samanaikaisesti vuorovaikutteisesti (Grönroos & Tillman 2015, luku 4). Asiakkaat määrittävät sen, mikä koetaan laaduksi. Kokonaislaatuun vaikuttavat niin mielikuvien perusteella luotu odotettu laatu, yrityksen imago kuin koettu laatu. Asiakkaan tarpeet ja arvot vaikuttavat odotettuun laatuun: Koettu, tekninen laatu muodostuu siitä, mitä asiakas saa palvelusta. Toiminallinen laatu kuvaa, miten asiakas on saanut palvelua. Koettu laatu voi vaihdella myös asiakkaan tunteiden ja mielialojen mukaan. (Grönroos & Tillman 2015, luku 4.)

Tuulaniemi (2011, 101-103) kirjoittaa, että laadukas palvelu on asiakasta hyödyttävää, helposti käytettävää, yksilöllistä, luotettavaa, mieleenpainuvaa ja se toteuttaa jotakin, mitä asiakas ei saa itse aikaan. Yrityksen näkökulmasta laadukas palvelu muodostuu myyjän ammattimaisuudesta, asenteesta, lähestytävyydestä ja luotettavuudesta sekä siitä, että virheen sattuessa myyjä pystyy normalisoimaan tilanteen mahdollisimman nopeasti, yrityksen imago on uskottava ja palveluympäristö vastaa asiakkaan mielikuvia. (Grönroos & Tillman 2015, luku 4.)

Palvelun laatua voidaan tarkastella attribuuttipohjaisilla mittauksilla, jossa asiakas antaa arvosanan palvelun ominaisuudesta ja tunnetuin näistä on Leonard Berryn SERVQUAL-menetelmä, jossa palvelun laadun määrittämiseen vaikuttavat ympäristö, luotettavuus, reagointialttius, vakuuttavuus sekä empatia. Myös kvalitatiivisilla eli laadullisilla menetelmillä voidaan mitata palvelun laatua. Tällöin asiakkaat voivat kuvailla omin sanoin käsitystään palvelun laadusta. Kriittisen tavan menetelmä tuo yritykselle lisätietoa ongelmista, vahvuuksista sekä kehitysideoista. Menetelmässä asiakkailta kerätään tietoa tilanteista, joissa palvelu on poikennut joko negatiivisesti tai positiivisesti ja selvitetään, mistä poikkeama on johtunut. (Grönroos & Tillman 2015, luku 4.)

Asiakastutkimus tutkii nykyisten ja mahdollisesti tulevien asiakkaiden toiminnan vaikutusta yrityksen liiketoimintaan. Erilaisia asiakastutkimuksia ovat Pöyhösen ym. (2023, luku 2) mukaan markkinatutkimus, markkinointitutkimus, kuluttajatutkimus, käyttäjätutkimus ja palvelumuotoilun asiakastutkimus. Asiakastutkimuksen tai asiakastytyväisyyskyselyn teettäminen parantaa yrityksen liiketoimintaa, koska yritys voi paremmin toteuttaa asiakkaiden tarpeita kyselyn tulosten perusteella. Asiakastutkimuksen tarkoituksena on tuottaa yritykselle luotettavaa, ja uutta tietoa yrityksen tarpeisiin.

Ennen asiakastytyväisyyskyselyn teettämistä kannattaa miettiä, mitkä ovat tutkimuksen kannalta oleellisia kysymyksiä ja mitä tutkimuksella halutaan selvittää. Kyselyssä voi olla osia sekä laadullisesta että määrällisestä tutkimuksesta. Lisäksi tutkimusmenetelmä, esimerkiksi kysely tai havainnointi, tulee miettiä ennen kyselyn tekemistä. (Pöyhönen ym. 2023, luku 5.) Muita huomioonotettavia

kysymyksiä ovat: Liittyikö tutkimukseen olettamuksia? Miten tulokset suhteutuvat aiempiin tutkimuksiin? Ilmenikö tutkimuksessa ongelmia? Mikä onnistui tai mitä tutkija tekisi eri tavalla? Ovatko tulokset luotettavia? Subjektiivinen tarkastelu on haastavaa, sillä asiakaskokemukset vaihtelevat ja numeroarvosanan määrittäminen palvelun laadusta voi olla vaikeaa. (Pöyhönen ym. 2023, luku 2.) Vääränlaiset tai puuttuvat kysymykset ovat kyselytutkimuksen heikkouksia. Muita kyselytutkimuksen kompastuskiviä ovat sen kankeus ja kyky ratkaista ongelmia uudella tavalla. Myös kyselyn otoksen laatuun kannattaa kiinnittää huomiota tuloksia tarkasteltaessa: määrä ei korvaa laatua ja ovatko kyselyyn vastanneet jaksaneet keskittyä vastaamiseen. (Pöyhönen ym. 2023, luku 5.)

7 Opinnäytetyön keskeiset käsitteet

Lapsiperhe: Tilastokeskuksen (2023a) mukaan lapsiperheitä ovat perheet, joissa on vähintään yksi alle 18-vuotias lapsi. Tällaisia perheitä oli Suomessa vuoden 2021 lopussa 553 613 (Tilastokeskus 2023b). Myös sellaiset lapselliset avo- tai avioparit, joilla ei ole yhteisiä lapsia, muodostavat perheen eli nämä ovat niin sanottuja uusperheitä (Tilastokeskus 2023a). Tilastokeskuksen (2023b) mukaan vuonna 2021 yhden lapsen perheitä oli 43 %, kahden lapsen perheitä oli 39 % ja vähintään kolmen lapsen perheitä oli 18 %. Uusperheiden määrä oli yhdeksän prosenttia perheistä (Tilastokeskus 2023b). Tilastokeskuksen (2023c) tietokannasta selviää, että yhteenlaskettuna lapsiperheitä (avio- ja avoliitot, rekisteröidyt parisuhteet sekä yhden vanhemman perheet) oli Pohjois-Karjalassa vuonna 2021 yhteensä 17 960 kappaletta.

Päiväkävijä: Päiväkävijä on Tilastokeskuksen (2023a) määritelmän mukaan matkailija, joka ei yövy maksullisessa tai ilmaisessa majoituksessa matkan aikana. Sinkkolassa vierailevat ovat päiväkävijöitä.

Luontomatkailu: Luontomatkailun ensisijainen vetovoimatekijä on luonto (Tyrväinen, Tolvanen & Tuulentie 2013, 146–147). Luontomatkailu voi olla eläinten katseluun liittyvää tai liikkumista luonnossa muun muassa pyöräillen, kävellen

tai ratsastaen (Visit Finland 2023). Metsien Suomen (2023) mukaan suomalaisista aikuisista 96 % liikkuu luonnossa ja noin 60 % suomalaisista marjastaa. Matkailijan tutustuttaessa kauniisiin luontokohteisiin voidaan luontomatkoilla lisätä ihmisten tietoisuutta ympäristövastuullisuudesta ja kehittää luontokohteita esimerkiksi kunnostamalla niitä (Tyrväinen ym. 2013, 147).

8 Tutkimusmenetelmät

8.1 Toiminnallinen opinnäytetyö

Opinnäytetyö on luonteeltaan toiminnallinen. Karelia-ammattikorkeakoulun (Karelia 2023) opinnäytetyön ohjeen mukaan toiminnallinen opinnäytetyö on työelämäpohjainen ja sen lopputuloksena syntyy jokin tuotos, tässä opinnäytetyössä tehtiin kyselyn vastausten perusteella kehitysehdotuksia sekä palvelukertomus. Opinnäytetyön aineiston hankinta toteutettiin asiakastytyväisyyskyselyllä, jossa hyödynnettiin kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta. Laadullisessa kyselyssä avointen kysymyksien avulla kerättiin syvällistä tietoa, joka vastasi kysymyksiin mitä ja miksi. Koska tieto koostui yksittäistapauksista, tiedon analysointia tapahtui koko tutkimuksen ajan. (Kananen 2008, 24–25.)

Opinnäytetyössä halusin selvittää lapsiperheiltä näkökulmia muun muassa seuraaviin kysymyksiin: Mistä asiakas on saanut tiedon Sinkkolan kotieläinpihasta? Onko hän käynyt Sinkkolassa aiemmin? Mitkä asiat tai tapahtumat saavat asiakkaat tulemaan paikalle? Mitkä ovat mielenkiintoisimmat syyt käydä Sinkkolassa? Kuinka paljon asiakkaat ovat valmiita maksamaan tapahtumista? Mikä Sinkkolassa oli hyvää ja mikä jätti parantamisen varaa?

Vallin ja Perkkilän (2018, 117–127) mukaan sähköiseen kyselyyn vastaavat parhaiten nuoret aikuiset, 15–25-vuotiaat. Iän lisäksi vastaamisprosenttiin vaikuttaa ammattiryhmä ja sukupuoli. Sähköisen kyselylomakkeen etuja ovat visuaalisuus, nopeus ja taloudellisuus. Lisäksi kysely sekä vastaukset ovat valmiiksi sähköisessä muodossa ja tarkasti rajatut kysymykset helpottavat tulkintaa.

Toisaalta sähköisen kyselyn haittapuoli on, kuka täyttää kyselyn ja kuinka monta kertaa. Kyselyn laatijan kannattaa miettiä myös kyselyn johdonmukaisuutta, esimerkiksi näkyykö kysely kerralla vai siirrytäänkö seuraavaan kysymykseen vasta edelliseen vastattua. (Valli & Perkkilä 2018, 117–127.)

8.2 Luotettavuus ja eettisyys

Ennen kyselyyn ryhtymistä tulee selvittää, mihin tutkimusongelmaan halutaan saada vastauksia ja mitä pyritään löytämään kyselyllä. Tilastollinen tiede on yksinkertaistettuna numeroiden tulkitsemista ja tulosten selvittelyä, kun taas empiirinen tutkimus pyrkii löytämään säännönmukaisuuksia yksittäistapauksia tutkimalla (Valli 2015, 15–16, 42). Tieteellisesti tehty asiakastyytyväisyyskysely on johdonmukaista uuden tiedon hankintaa, jossa tehdään oletuksia tai ennustuksia ja testataan niitä. Tärkeitä kysymyksiä kyselyn tekijälle ovat mitä halutaan tietää, miksi halutaan tietää ja mistä tutkittavassa aiheessa on kysymys. (Pöyhönen ym. 2023, luku 3.)

Työssä on noudatettu Karelia-ammattikorkeakoulun kirjallisia opinnäytetyön ohjeita lähdeluettelossa sekä lähteisiin viittaamisessa (Karelia 2023). Tutkimus on tehty Tutkimuseettisen neuvottelukunnan (2023) ohjeiden mukaan ja kyselyitä varten hankittiin tutkimuslupa, vaikka henkilötietoja ei käsitelty kyselyssä. Kyselyä koski vaitiolo- ja salassapitovelvollisuus. Kyselyyn vastanneiden anonymiteetti pystyttiin varmistamaan hyvin eikä vastauksista voinut päätellä kyselyyn vastannutta henkilöä. Kyselyyn osallistuminen oli vapaaehtoista. Kuvaustekstissä oli mainittu kyselyn ajankohta, kyselyn tarkoitus ja mitä varten tietoja kerätään, kohderyhmä sekä ohjaavan opettajan ja toimeksiantajan yhteystiedot. Kyselyyn vastanneita informoitiin kyselyn tarkoituksesta pelkästään opinnäytetyötä varten. Kyselylomakkeet tuhottiin paperisilppurissa vastausten ylös kirjaamisen jälkeen heti kyselyn päätyttyä.

9 Opinnäytetyön toteutus

9.1 Opinnäytetyön aikataulu

Opinnäytetyö aloitettiin helmikuussa 2023 yhteydenotolla Sinkkolassa työskentelevään nuorisohjaaja Tiina Karttuseen. Kirjallisuuskatsaus on kirjoitettu helmi-toukokuussa 2023 ja se palautettiin 31.5.2023. Opinnäytetyöhön liittyvä asiakastyytyväisyyskysely toteutettiin 26.6.–9.7.2023 välisenä aikana ja sen jälkeen molempien kyselyjen tulokset kirjattiin ylös Webropoliin. Opinnäytetyön suunnitelmaseminaari oli 26.9.2023. Tulosseminaari oli 13.11.2023.

Toimeksiantajalta kysyttiin etukäteen, mitä he haluaisivat tietää Sinkkolan kotieläinpihan kävijöistä. Kun tutkimusongelma oli selvillä, tutustuin lisää sekä Sinkkolaan että asiakastyytyväisyyteen liittyvään kirjallisuuteen. Opinnäytetyöhön liittyvä asiakastyytyväisyyskysely laadittiin huolellisesti ja kysymykset käytiin läpi yhdessä toimeksiantajan kanssa. Opinnäytetyön aineisto kerättiin puolistrukturoiduilla teemakyselyillä, joissa on sekä valmiita että avoimia kysymyksiä (Kananen 2008, 73–74). Opinnäytetyötä varten tehtiin kaksi hyvin samankaltaista kyselyä. Toinen kyselyistä toteutettiin sähköisenä, jonka Sinkkolan kotieläinpihan tiedottaja Riitta Karttunen julkaisi Sinkkolan Facebook-sivulla ja Instagram-tilillä. Paperinen kysely toteutettiin Sinkkolassa kolmena ennakkoon sovittuna päivänä, 5.7.2023 ja 7.–8.7.2023. Kyselyyn oli mahdollista vastata myös Sinkkolaan askartelupajaan jätetyillä paperisilla lomakkeilla, jotka palautettiin omaan laatikkoon ajalla 26.6.–8.7.2023. Sähköinen kysely oli auki 26.6.–9.7.2023. Asiakastyytyväisyyskysely on poikkeuksellisesti toteutettu ennen suunnitelmaseminaaria, jotta asiakastyytyväisyyskysely saatiin tehtyä kesäkauden 2023 aikana.

9.2 Kyselyn toteutus

Sinkkolassa kysely toteutettiin Sinkkolan aukioloaikana valitsemalla mukaan erityisesti sellaisia kävijöitä, joilla oli lapsi tai lapsia mukana. Sinkkolan

askartelupajaan jätettiin myös paperisia lomakkeita, jotta kävijät pystyivät vastaamaan kyselyyn muina kuin ennalta sovittuina kyselykertoina. Molemmissa kyselyissä mukana olleita informoitiin siitä, että tuloksia käytetään Sinkkolan palveluiden parantamiseen ja opinnäytetyötä varten. Vastaajien anonymiteetista huolehdittiin niin, ettei vastaajia pystynyt tunnistamaan kyselystä. Sinkkolassa kyselyyn osallistuneille tarjottiin palkkioksi kahvilippu Sinkkolan kahvioon.

Kyselyn tarkoituksena oli saada tietoa ensisijaisesti lapsiperheiden kokemuksista ja siitä syystä kyselyssä oli useampi kysymys nimenomaan lasten kanssa Sinkkolassa vieraileville. Kyselyn alussa kysyttiin vastaajan kotipaikkakuntaa, ikää, sukupuolta sekä oliko hän käymässä Sinkkolassa lasten kanssa. Seuraavaksi kysyttiin mistä asiakkaat ovat saaneet tiedon Sinkkolasta ja onko Sinkkola kävijälle tuttu ennestään. Kyselyssä selvitettiin lisäksi asiakkaiden motiiveja käydä Sinkkolassa ja millainen tapahtuma kiinnostaisi asiakkaita. Sen jälkeen asiakkailta kysyttiin arvosanaa ja suosituksia sekä viimeiseksi asiakkaiden toiveita, kehitysehdotuksia ja kesäterveisiä.

Sinkkolassa tehdyssä paperisessa kyselyssä (Liite 1) oli taustatietojen lisäksi 13 kysymystä. Vastauksia paikalla olleilta saatiin mielestäni hyvin, vaikka kyselyt toteutettiin arkiamuina ja yhtenä lauantaina. Sateisina päivinä oli selvästi havaittavissa, että ihmisiä liikkui vähemmän alueella ja kyselyyn osallistuvia oli näin hankalampaa tavoitella. Paperiseen kyselyyn vastanneiden määrä yllätti positiivisesti: lähes kaikki tavoitellut asiakkaat vastasivat kyselyyn.

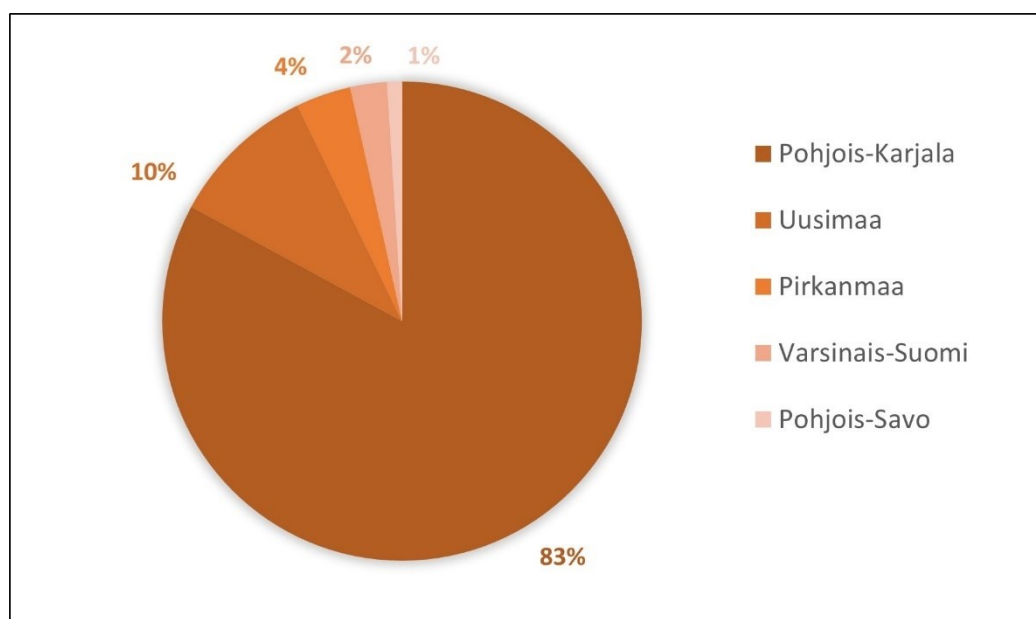
Sähköinen kysely toteutettiin Webropolissa (Liite 2) ja se oli rakenteeltaan hyvin samankaltainen kysely kuin paperinenkin. Sähköisessä kyselyssä oli tutkimuksen todenmukaisuuden vuoksi laitettu pakollisia lisäkysymyksiä joihinkin kohtiin tai poissulkevia kysymyksiä, jos asiakas ei ollut käyttänyt palveluita. Kyselyissä käytettiin monivalintakysymyksiä sekä avoimia kysymyksiä. Monivalintakysymyksissä osassa oli valmiit vastausvaihtoehdot ja osassa vastaaja pystyi lisäämään puuttuvan vaihtoehdon. Kyselyissä oli monivalintakysymysten lisäksi avoimia kysymyksiä, joihin vastaaja sai vapaasti kertoa ajatuksistaan. Nämä vastaukset litteroitiin, jonka jälkeen molempien kyselyiden vastaukset tallennettiin Webropol-sivustolle. Aineiston vastauksista koottiin Excel-taulukoita sekä

ryhmiteltiin vastaukset aihepiireittäin tulosten analysoinnin helpottamiseksi. Kyselyyn tuli yhteensä 84 vastausta. Sähköiseen kyselyyn vastasi 30 henkilöä ja Sinkkolassa olleeseen paperiseen kyselyyn vastasi 54 henkilöä.

10 Sinkkolan asiakastytyväisyyskysely

10.1 Kyselyyn vastanneiden taustatiedot

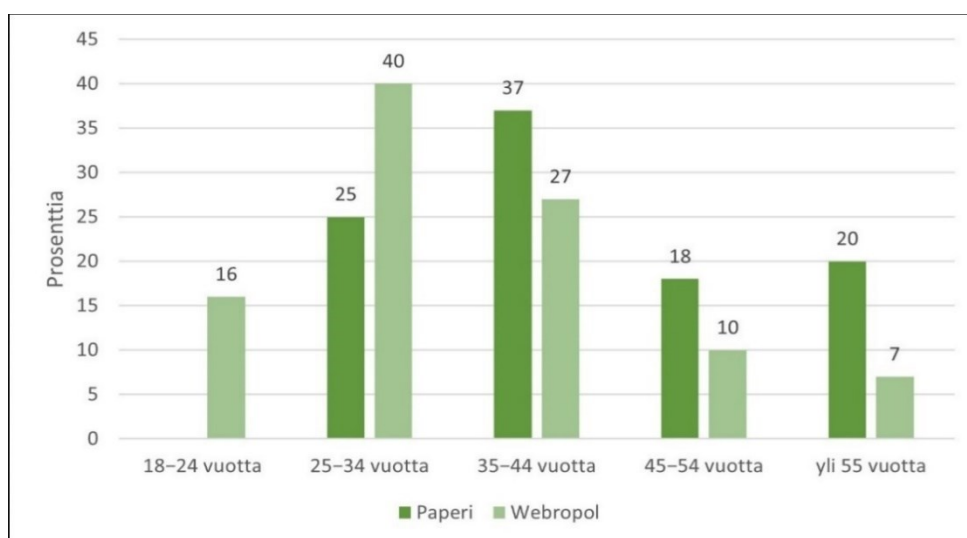
Opinnäytetyössä selvitettiin, mistä kävijät olivat kotoisin. Vastausvaihtoehdot olivat maakunnittain Pohjois-Karjala, Pohjois-Savo, Etelä-Karjala sekä muu vaihtoehto. Sähköiseen kyselyyn vastanneista 100 % oli pohjoiskarjalaisia, sen sijaan Sinkkolassa vastanneista 73 % oli Pohjois-Karjalasta. Kun molempien kyselyiden vastaukset yhdistettiin ja paikkakunnat lajiteltiin maakunnittain, niin 83 % kävijöistä oli Pohjois-Karjalasta, 10 % Uudeltamaalta, 4 % Pirkanmaalta, 2 % Varsinais-Suomesta ja 1 % Pohjois-Savosta (Kuvio 1).



Kuvio 1. Vastaajien kotipaikkakunnat maakunnittain (n=84).

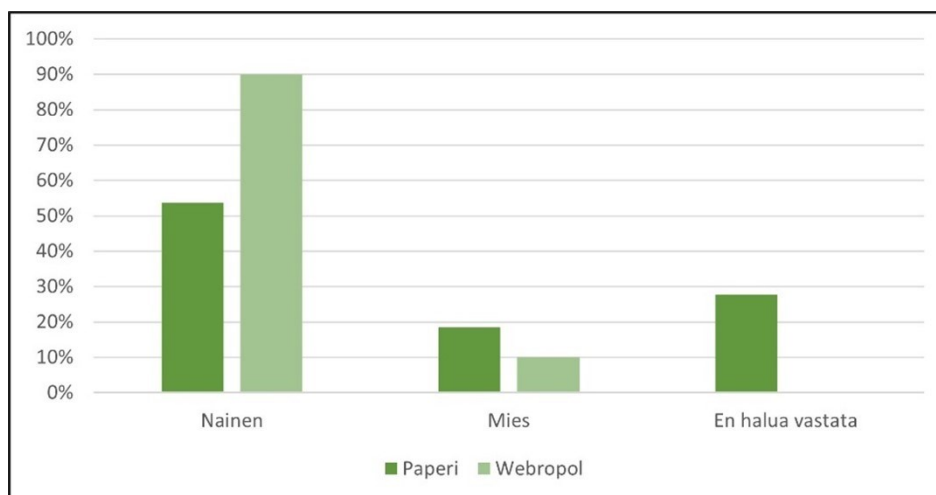
Taustatiedoissa kysyttiin vastanneiden ikähaarukkaa. Sinkkolassa paperiseen kyselyyn vastanneista enemmistö eli 37 % oli iältään 35–44-vuotiaita, toiseksi

eniten eli 24 % vastanneista oli 25–34-vuotiaita. Sähköiseen kyselyyn vastanneista suurin osa eli 40 % oli iältään 25–34-vuotiaita ja 27 % oli 35–44-vuotiaita. Paperisella kyselyllä tavoitettiin paremmin yli 55 vuotta täyttäneitä vastaajia kuin sähköisellä kyselyllä. Paperiseen kyselyyn vastanneista 20 % oli yli 55-vuotiaita, kun sähköiseen kyselyyn vastanneista yli 55-vuotiaita oli vain 7 %. Sen sijaan ikähaarukassa 18–24-vuotiaat ei ollut yhtään vastaajaa paperisessa kyselyssä, kun sähköisessä kyselyssä 18–24-vuotiaita oli 16 prosenttia vastaajista. (Kuvio 2.)



Kuvio 2. Vastaajien ikäjakauma (n=79).

Molemmissa kyselyissä suurin osa vastanneista oli naisia. Sinkkolassa paperiseen kyselyyn vastanneista 54 % oli naisia, miehiä oli 19 % ja 28 % kyselyyn vastanneista ei ollut vastannut mitään (n=54). Webropol-kyselyssä vastanneista 90 % oli naisia ja 10 % miehiä (n=30). (Kuvio 3.) Yhteensä vastaajista naisia oli 67 % ja miehiä oli 15 %.

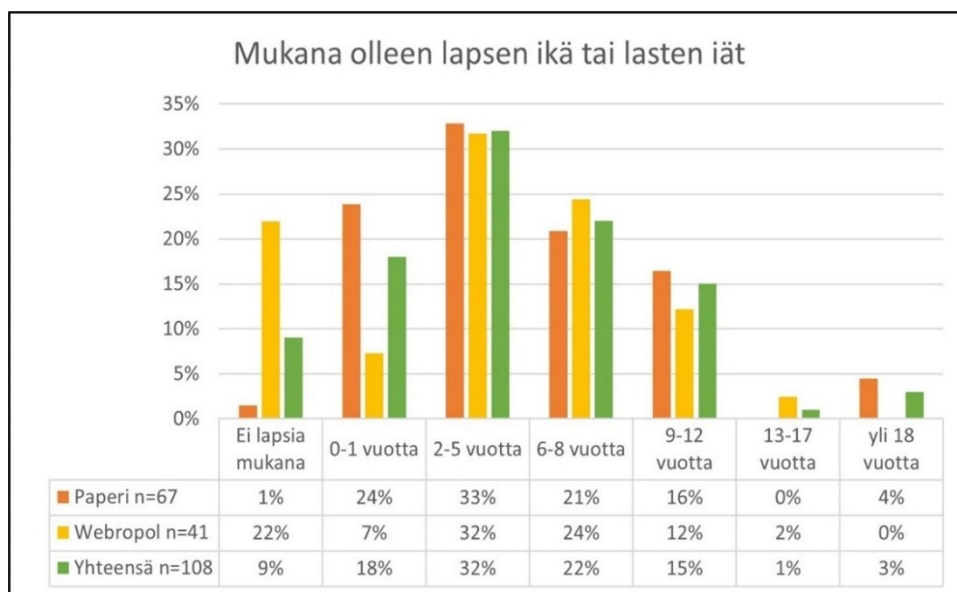


Kuvio 3. Vastaajien sukupuolijakauma (n=84).

Opinnäytetyössä kiinnostavaa oli saada tietää ennen kaikkea lapsiperheiden kokemuksista Sinkkolan kotieläinpihasta ja kyselyssä kysyttiin mukana olleiden lasten ikää. Kysymykseen tuli yhteensä 108 vastausta ja vastaaja pystyi valitsemaan useamman vaihtoehdon. Lasten tarkkaa määrää tai ikää ei tarvinnut ilmoittaa, jotta kyselyyn vastanneiden anonymiteetti säilyisi. Vastaukseksi pystyi valitsemaan myös vaihtoehdon, jossa lapsia ei ole mukana Sinkkolassa. Näitä oli vastauksista 9 %.

Vastauksista käy hyvin ilmi, että Sinkkolan kotieläinpiha kiinnostaa erityisesti pienempien lasten kanssa olleita asiakkaita. Suurimmalla osalla vastaajista (32 %) oli mukana 2–5-vuotias lapsi, 22 prosentilla oli 6–8-vuotias lapsi mukana ja 18 prosentilla vastaajista oli 0–1-vuotias lapsi mukana Sinkkolassa. 15 prosentilla oli mukaan 9–12-vuotiaita lapsia. Kävijöitä, joilla oli 13–17-vuotiaiden ikäryhmään kuuluvia lapsia, oli vain 1 % vastauksista. Yli 18-vuotiaita lapsia mukana oli kolmella prosentilla. (Kuvio 4.)

Tarkentavassa kysymyksessä kysyttiin, oliko Sinkkolassa lasten kanssa vierailleesta kyseessä huoltaja vai muu henkilö, esimerkiksi isovanhempi, sukulainen tai kummi. Vastaajista 75 % oli mukana olleen lapsen huoltajia ja 25 % vastaajista valitsi muun vaihtoehdon. Vastauksia tarkentavaan kysymykseen tuli 77 kappaletta.



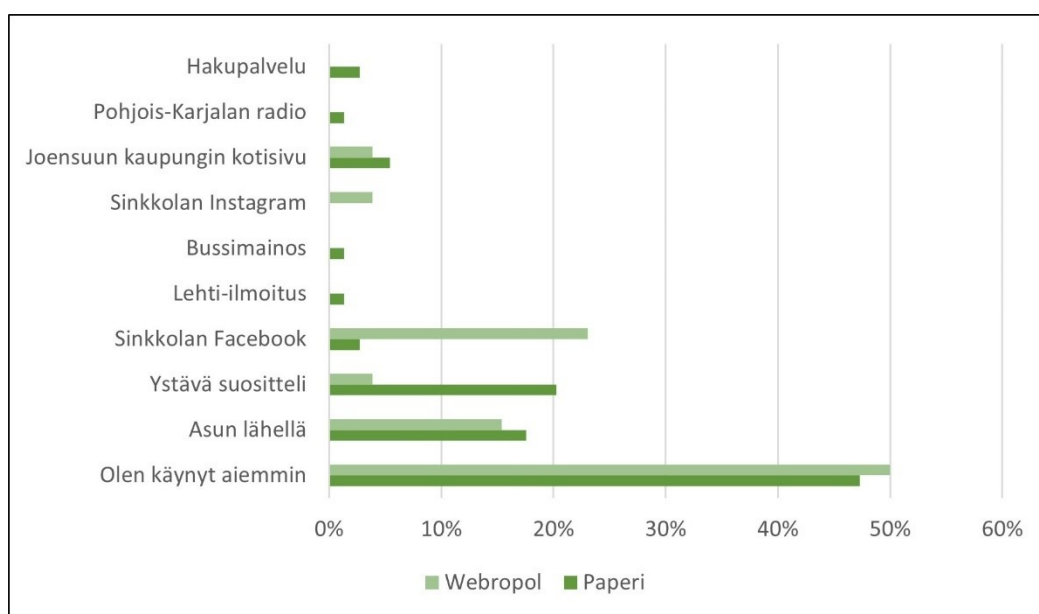
Kuvio 4. Sinkkolassa mukana olleen lapsen ikä tai lapsien iät (n=108).

10.2 Tiedonsaanti

Opinnäytetyössä selvitettiin, mitä kautta asiakkaat ovat saaneet tiedon Sinkkolan kotieläinpihasta. Kysymykseen pystyi valitsemaan useamman vaihtoehdon joko valmiiksi annetuista vaihtoehdoista tai valitsemalla muun vaihtoehdon. Kyselyyn tuli vastauksia yhteensä 126 kappaletta. Tämän kysymyksen kohdalla tuli paljon hajontaa paperisen ja sähköisen kyselyn välillä.

Molemmissa kyselyissä Sinkkolan kotieläinpiha oli kävijöille ennestään tuttu paikka, ja sitä kautta kävijät olivat saaneet tiedon Sinkkolasta. Paperiseen kyselyyn vastanneista 50 % ja sähköiseen kyselyyn vastanneista 47 % oli vierailut aiemmin Sinkkolassa. Sinkkolassa tehdyssä paperisessa kyselyssä toiseksi eniten eli 20 % vastaajista oli kuullut Sinkkolasta ystävän suosittelemana ja kolmanneksi eniten eli 18 % paperiseen kyselyyn vastanneista asui lähellä Sinkkolaa. Paperiseen kyselyyn vastanneista 5 % oli saanut tiedon Sinkkolasta Joensuu kaupungin internetsivuilta ja 3 % vastaajista oli käyttänyt hakupalvelua tiedon etsimiseen. Muut vastaukset jakaantuivat Sinkkolan Facebookin (3 %), Sanomalehti Karjalaisen (1 %), Pohjois-Karjalan radion (1 %) ja bussimainoksen kesken (1 %). (Kuvio 5.)

Sähköiseen kyselyyn vastanneista toiseksi eniten eli 23 % oli kuullut Sinkkolasta Facebook-sivujen kautta. Mahdollisesti nämä vastaajat seuraavat Sinkkolaa sosiaalisen median kanavissa ja ovat sitä kautta löytäneet asiakastytyvyysskyselyn. Kolmanneksi eniten (15 %) sähköisen kyselyn vastanneista kertoi asuvansa Sinkkolan lähellä. Loput sähköisen kyselyn vastauksista jakaantuivat Sinkkolan Instagram-tilin (4 %), Joensuun kaupungin internetsivujen (4 %) ja ystävän suosittelun (4 %) kesken. (Kuvio 5.)



Kuvio 5. Asiakkaiden tiedonlähteet Sinkkolasta (n=126).

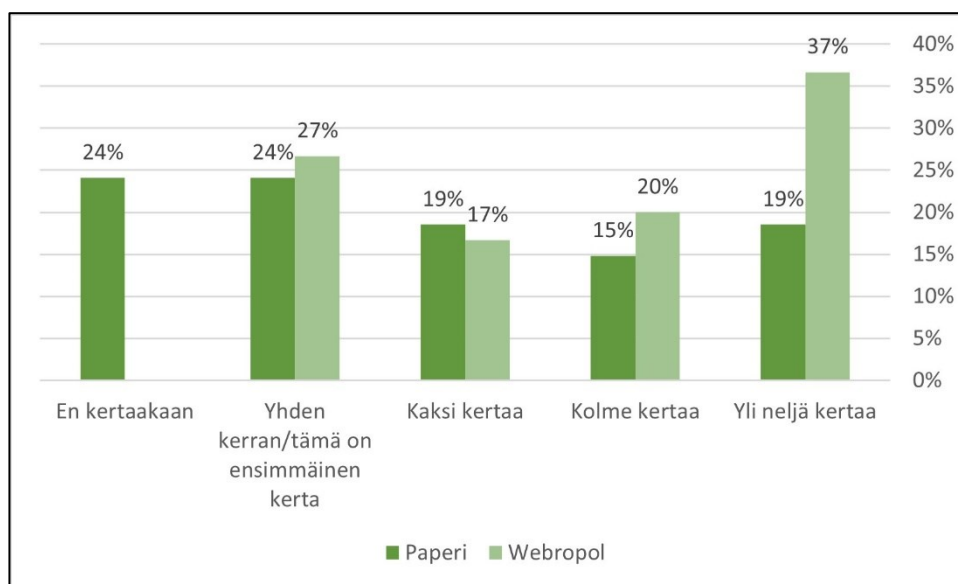
10.3 Käyntikerrat ja vierailukohteet

Kyselyn toisen kysymyksen avulla pyrittiin selvittämään, kuinka tuttu paikka Sinkkola on kävijöille ja kuinka monta kertaa he ovat käyneet Sinkkolassa viimeisten 12 kuukauden aikana. Käyntimäärät eivät koskeneet vain kotieläinpihaa vaan myös erilaisia tapahtumia, kesäteatteria tai käyntiä esimerkiksi kahviossa. Vastauksia tuli 84 kappaletta.

Sinkkolassa tavoitelluista vastaajista 24 % oli ensimmäistä kertaa käymässä Sinkkolan kotieläinpihassa vuoteen (Kuvio 6). Kolmannen kysymyksen avoimessa kohdassa vastaaja pystyi tarkemmin kertomaan, miksi ei ole käynyt Sinkkolassa viimeisen vuoden aikana. Tarkentavia vastauksia tuli 13. Viidessä

tarkentavassa vastauksessa ilmeni, että kävijä ei ollut joko kuullut Sinkkolasta tai käynti oli muusta syystä jäänyt väliin. Tarkentavassa vastauksessa kuusi vastaajista kertoi asuvansa kaukana Sinkkolasta ja kahden vastaajan lapset olivat kasvaneet niin isoiksi, ettei heitä kiinnostanut enää Sinkkolassa käynti.

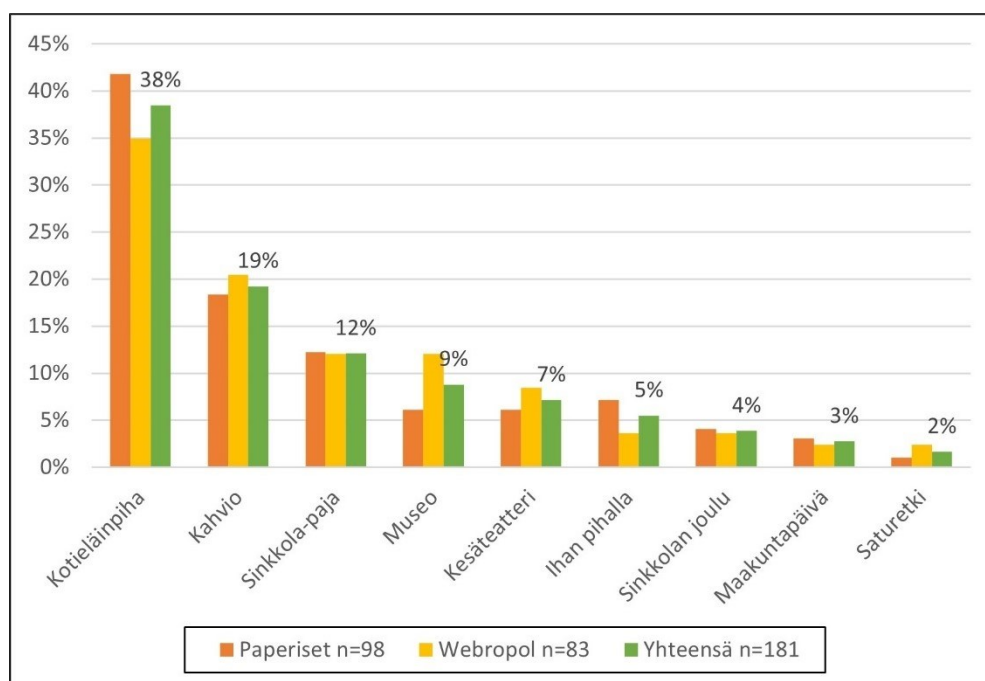
Paperiseen kyselyyn vastanneista enemmistö (24 %) oli käymässä ensimmäistä kertaa Sinkkolassa 12 edellisen kuukauden aikana. 19 % vastanneista oli käynyt kaksi kertaa, 15 % oli käynyt kolme kertaa ja 19 % oli käynyt yli neljä kertaa Sinkkolassa viimeisen vuoden aikana (Kuvio 6). Sähköiseen kyselyyn vastanneista kaikki olivat käyneet vähintään yhden kerran Sinkkolassa joko kotieläinpihassa tai tapahtumassa viimeisten 12 kuukauden aikana. Sähköisen Webropol-kyselyn vastauksista kävi ilmi, että vastaajista 27 % oli käynyt yhden kerran, 17 % oli käynyt kaksi kertaa, 20 % oli käynyt kolme kertaa ja 37 % vastaajista oli käynyt Sinkkolassa yli neljä kertaa vuoden aikana. (Kuvio 6.)



Kuvio 6. Käyntikerrat Sinkkolassa aikavälillä 06/22–06/23 (n=84).

Neljännessä kysymyksessä kysyttiin vastaajilta tarkemmin, missä kohteissa he ovat vierailleet Sinkkolassa. Kysymyksessä pystyi valitsemaan useamman vaihtoehdon ja paperiseen kyselyyn tuli 98 vastausta ja sähköiseen Webropol-kyselelyyn tuli 83 vastausta. Vastauksia tuli yhteensä 181 kappaletta. Suurin osa vastaajista, 38 prosenttia oli vierailut Sinkkolassa kotieläinpihassa. Kahvion palveluita oli käyttänyt vastaajista 19 prosenttia. Sinkkola-paja eli askartelupaja oli

tuttu 12 prosentille vastaajista ja museo 9 prosentille vastaajista. Kesäteatteri-kausi ei ollut vielä kunnolla alkanut kyselyn ajankohtana, Teatteri-Traktorin kesäteatterissa oli viimeisten 12 kuukauden aikana vierailut vain 7 % vastaajista. Vastaajat olivat käyneet Sinkkolassa myös erilaisissa tapahtumissa ja vastausten määrät jakautuivat seuraavasti: Ihan pihalla 5 %, Sinkkolan joulu 4 %, Maakuntapäivä 3 % ja Saturetki 2 %. (Kuvio 7.)

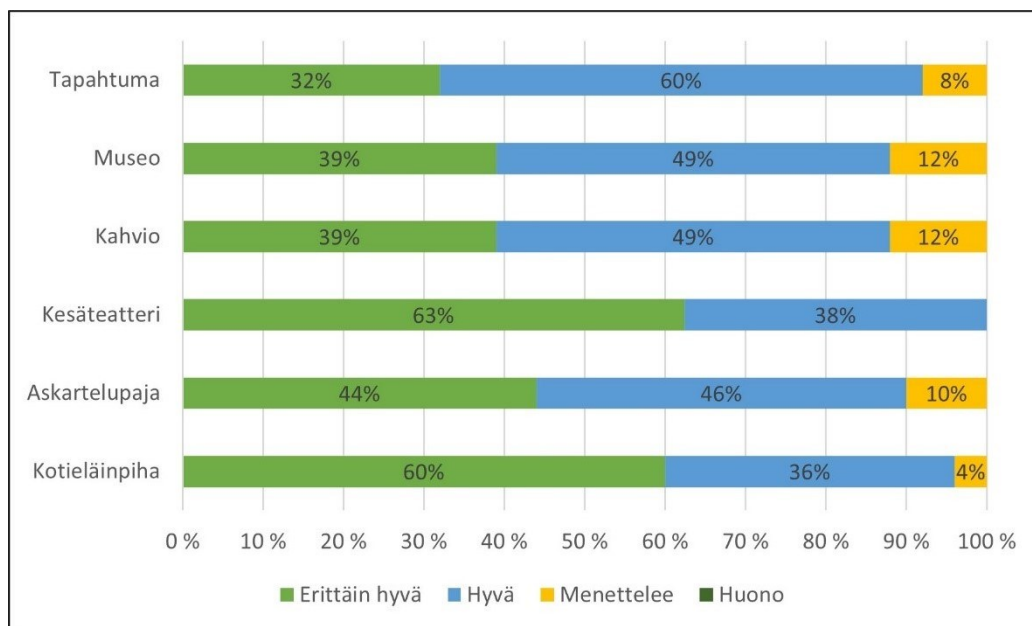


Kuvio 7. Sinkkolan vierailukohteet (n=181).

10.4 Asiakastyytyväisyys

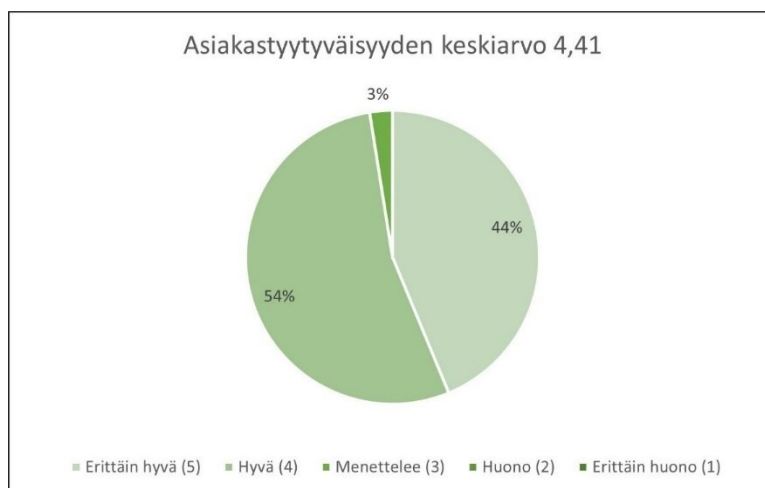
Viidennessä kysymyksessä vastaajia pyydettiin arvioimaan asteikolla ”erittäin hyvä”, ”hyvä”, ”menettelee” ja ”huono”, jos hän oli vierailut Sinkkolassa jossakin kohteessa (Kuvio 7). 63 prosenttia vastaajista arvioi kesäteatterin ”erittäin hyväksi” ja 38 prosenttia antoi arvosanaksi ”hyvä”. 60 % vastaajista arvioi kotieläinpihan ”erittäin hyväksi”, 36 % ”hyväksi” ja 4 % vastaajista antoi arvosanan ”menettelee”. 44 % arvioi askartelupajan ”erittäin hyväksi”, 46 % vastaajista arvioi ”hyväksi” ja 10 % ”menetteleväksi”. Yhtään huonoa arvostelua ei tullut millekään vastausvaihtoehdolle. (Kuvio 8.) Kun sanallinen arvostelu muutettiin numeraaliseen muotoon asteikolla 1–4, niin kesäteatterin keskiarvoksi tuli 3,63;

kotieläinpihan 3,56; Sinkkola-pajan eli askartelupajan 3,54; kahvion 3,27; tapahtumien 3,24 ja museon keskiarvoksi tuli 3,03.



Kuvio 8. Sinkkolassa käyneiden arviot kohteista (n=250).

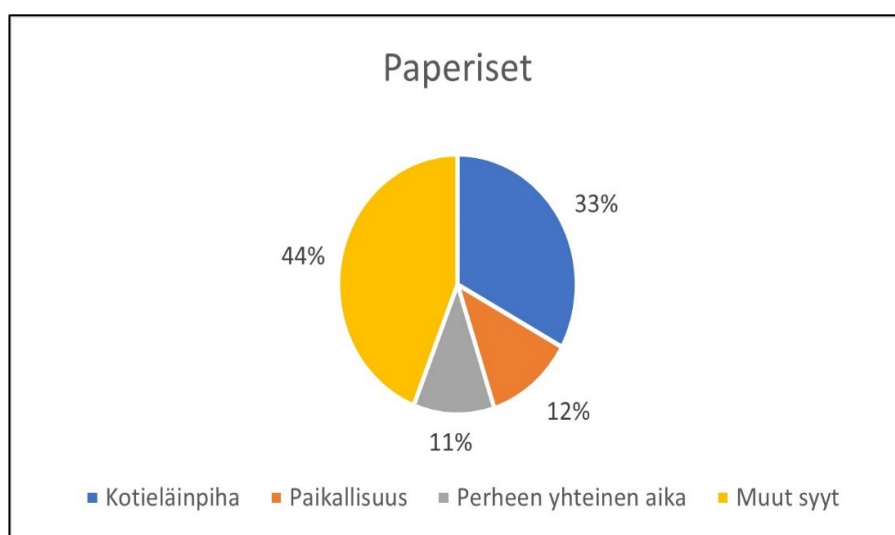
Kyselyssä kysyttiin vastaajilta, minkä arvosanan he antaisivat kokonaisuutena Sinkkolalle asteikolla 1–5, jossa 1 on erittäin huono ja 5 on erittäin hyvä. Vastausten kokonaismäärä kyselyistä yhteensä oli 80. Vastaajista 44 % antoi Sinkkolalle arvosanaksi ”erittäin hyvä”, 54 % antoi ”hyvä” ja 3 % antoi arvosanan ”menettelee”. Yhtään huonoa tai erittäin huonoa vastausta ei tullut. Keskiarvoksi Sinkkolalle tuli 4,41 / 5. (Kuvio 9.)



Kuvio 9. Sinkkolan yleisarvosana (n=80).

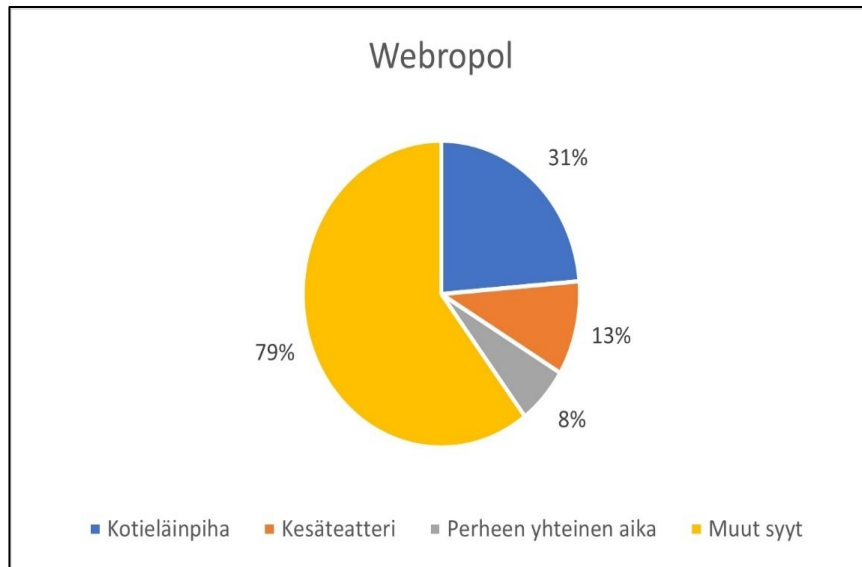
10.5 Kiinnostavimmat syyt ja tapahtumat käydä Sinkkolassa

Kuudennessa kysymyksessä selvitettiin kolmea kiinnostavinta syytä käydä Sinkkolassa. Kiinnostavimmaksi syyksi käydä Sinkkolassa vastattiin ylivoimaisesti kotieläinpiha: 33 % paperikyselyyn vastanneista valitsi kotieläinpihan kiinnostavaksi syyksi. Paperisissa vastauksissa toiseksi kiinnostavammaksi syyksi ilmoitettiin paikallisuus (12 %) ja kolmanneksi kiinnostavin syy oli perheen yhteinen aika (11 %). Kysymykseen tuli yhteensä 122 vastausta. (Kuvio 10.) Joihinkin paperivastauksiin tuli yli kolme vastausta, joten näitä vastauksia ei otettu huomioon tilastoinnissa, alle kolmen vastaukset sen sijaan otettiin huomioon.



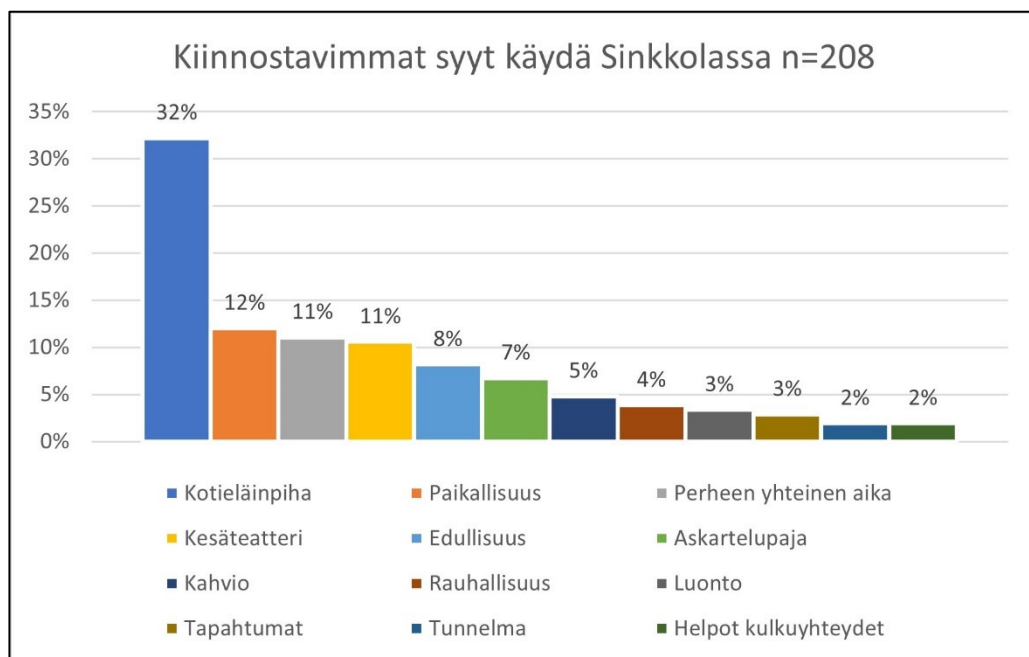
Kuvio 10. Kolme kiinnostavinta syytä käydä Sinkkolassa (n=122).

Sähköiseen kyselyyn vastanneista 31 prosenttia ilmoitti kotieläinpihan kiinnostavaksi käynnin syyksi Sinkkolassa. Sähköisessä kyselyssä toiseksi kiinnostavin syy oli kesäteatteri (13 %) ja kolmanneksi kiinnostavin syy käydä Sinkkolassa oli perheen yhteinen aika (8 %). Yhteensä sähköiseen kyselyyn tuli 86 vastausta. (Kuvio 11.)



Kuvio 11. Sähköisen kyselyn kolme kiinnostavinta syytä käydä Sinkkolassa (n=86.)

Kolme kiinnostavinta syytä käydä Sinkkolassa olivat kotieläinpiha (32 %), paikallisuus (12 %), perheen yhteinen aika (11 %) ja kesäteatteri (11 %), kun otetaan huomioon molempien kyselyiden vastaukset. Muita kiinnostavia syitä käydä Sinkkolassa olivat edullisuus (8 %), askartelupaja (7 %), kahvio (5 %), rauhallisuus (4 %), luonto (3 %), tapahtumat (3 %), tunnelma (2 %) sekä helpot kulkuyhteydet (2 %). Yhteenlaskettujen vastausten määrä oli 208. (Kuvio 12.)



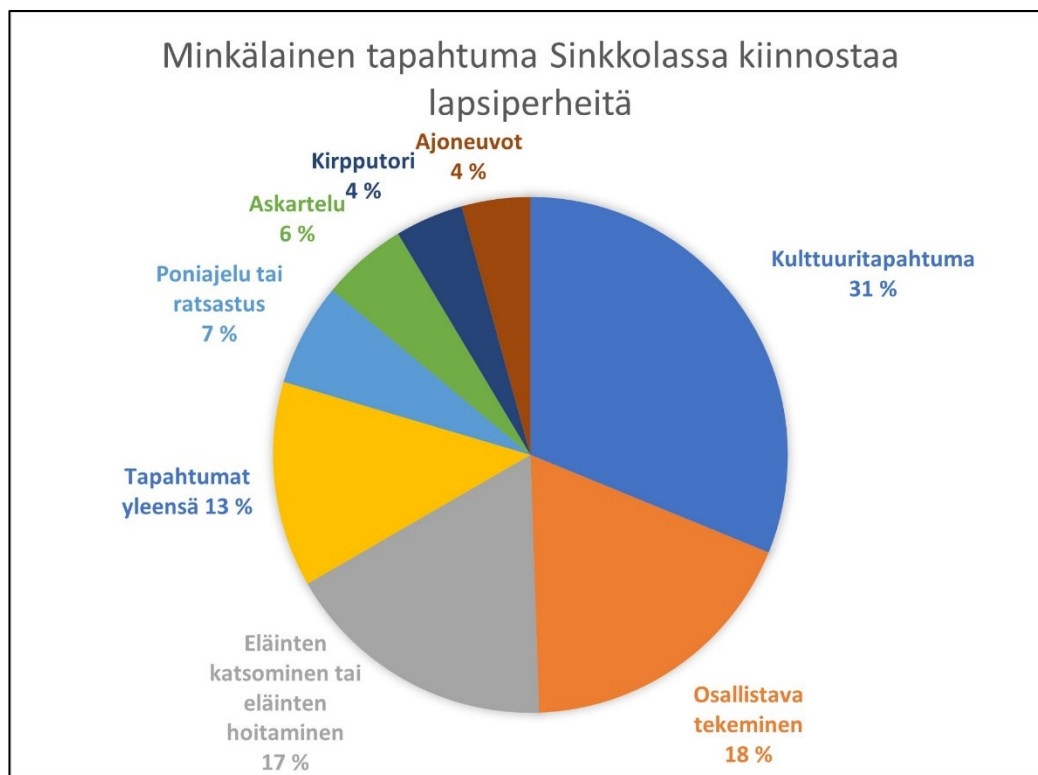
Kuvio 12. Kiinnostavimmat syyt käydä Sinkkolassa (n=208).

Kyselyssä haluttiin selvittää, minkälainen tapahtuma saisi lapsiperheet lähemmään Sinkkolaan. Kysymys oli avoin, mihin tuli yhteensä 93 vastausta. Asiakkailta tuli erityisesti kulttuuriin – teatteriin, musiikkiin, musiikkiesityksiin, laululeikkituokioihin ja kirjastoautoon – liittyviä toiveita (kuva 4). Myös sirkus- tai tanssiesitystä ehdotettiin tapahtumaksi Sinkkolaan.



Kuva 4. Teatteri-Traktorin näytelmä Rölli ja metsänhenki Sinkkolassa kesällä 2023 (kuva Kati Hyle).

Suurin osa vastaajista eli 31 % lähtisi Sinkkolaan, jos siellä olisi kulttuuritapahtuma. Tapahtumilta toivottiin myös osallistavaa tekemistä (18 %), joka voisi olla esimerkiksi liikunnallista toimintaa kuten temppuratoja tai pihapelejä, sisältää tehtäviä tai kilpailuja sekä kasvomaalauksia. Eläinten katselua, hoitamista ja ruokkimista ehdotti 17 % vastaajista. Lapsille suunnatut tapahtumat yleensä, kuten joulu, kiinnostivat 13 prosenttia vastaajista. Muista tapahtumista houkutteleviksi mainittiin esimerkiksi naamiaiset. Eräs vastaajista oli kirjoittanut näin: ”Käyn siellä joka kesä muutaman kerran oli tapahtumia tai ei. Niin ihana paikka. Kiitos”. Ratsastusta tai ponijalua toivottiin kuudessa prosentissa vastauksista. Myös askartelusta joka viikko vaihtuvine teemoineen pidettiin. Askartelutapahtumaan lähtisi 5 % vastaajista. Lisäksi Sinkkolaan ehdotettiin pihakirpputoria (4 %) ja ajoneuvotapahtumaa (4 %), jossa olisi esimerkiksi työkoneita tai hälytysajoneuvoja nähtävillä. (Kuvio 13.)



Kuvio 13. Minkäläinen tapahtuma Sinkkolassa kiinnostaa lapsiperheitä (n=93).

Kyselyssä tiedusteltiin myös tapahtumalle sopivaa hintaa ja 87 prosentin enemmistö oli sitä mieltä, että 1–10 euroa henkilöltä on sopiva hinta tapahtumasta. Noin 10 % vastaajista oli sitä mieltä, että tapahtuman pitäisi olla maksuton. Kaksi prosenttia vastaajista oli valmis maksamaan 11–15 euroa henkilöltä ja vain 1 % oli valmis maksamaan tapahtumasta yli 16 euroa henkilöltä. Hintakyselyyn tuli vastauksia yhteensä 82 kappaletta. Sinkkolassa on hyvin paljon maksuttomia koko perheen tapahtumia: kesäteatteriesityksiin on pääsymaksu ja joissakin tapahtumissa voi olla maksullista ohjelmaa, esimerkiksi hevosajelua.

10.6 Suosittelut

Opinnäytetyötä varten tehdyssä kyselyssä kysyttiin Sinkkolan asiakkailta, suosittelisivatko he Sinkkolaa muille. Paperisessa versiossa vaihtoehdot olivat joko kyllä tai ei ja paperiseen kyselyyn vastanneista 100 % suosittelisi Sinkkolaa muille. Vastausten määrä oli 53. Suositteluissa tuli ilmi muun muassa kotieläinpiha, edullisuus, mukavuus, paikan miljöö ja tunnelma, erityisesti rauhallisuus.

Net Promoter Score (NPS) kertoo, kuinka todennäköisesti asiakas suosittelisi yritystä asteikolla 1–10. Lopullisesta tuloksesta suosittelijoiden määrästä vähennetään arvostelijat ja jaetaan luku sadalla. Suosittelijat, jotka antavat arvostanaksi 9–10, ovat yrityksen uskollisia asiakkaita. Neutraalit tai passiiviset suosittelijat, jotka antavat arvostanaksi 7–8, ovat tyytyväisiä, mutta välttämättä eivät lojaleja asiakkaita. Ne, jotka antavat suositteluksi 0–6, ovat arvostelijoita. Arvostelijat ovat tyytymättömiä asiakkaita, jotka kertovat eteenpäin huonoista kokemuksista. Toisaalta arvostelijoista saadaan yritykselle tärkeää tietoa, missä asioissa yritys voi parantaa toimintaansa. (Ahvenainen, Gylling & Leino 2017, 24–25.)

Sähköiseen kyselyyn vastanneilta kysyttiin myös, miten todennäköisesti he suosittelisivat Sinkkolaa asteikoilla 0–10. Vastausten määrä oli 30 kappaletta. Vastajista 87 % eli 26 henkilöä oli suosittelijoita, 10 % eli kolme henkilöä oli passiivisia ja 3 % vastaajista eli yksi henkilö oli arvostelija ja hän antoi arvostanaksi 4. Sähköiseen kyselyyn vastanneiden NPS-tulos oli 83 ja keskiarvoksi tuli 9,3. Tämä tarkoittaa, että NPS-tulos oli positiivinen. (Kuvio 14.)



Kuvio 14. Sinkkolan suosittelu asteikolla 0–10 (n=30).

10.7 Asiakaspalaute

Yksi kyselyn avoimista kysymyksistä oli ”Mikä Sinkkolassa oli hyvää mielestäsi?”. Tähän kysymykseen tuli yhteensä 225 vastausta koottuna myös muista kyselyn osioista. Vastaukset jaoteltiin isommiksi kokonaisuuksiksi ympäristöön ja tunnelmaan (26 %), eläimiin (25 %), monipuolisuuteen (10 %), käynnin helpouteen (10 %), edullisuuteen (9 %), henkilökuntaan (8 %), kahvioon (4 %), askarteluun (3 %), siisteyteen (3 %) ja kulttuuriin (2 %). (Kuvio 15.)

25 % vastaajista piti kotieläinpuistoa ja sen eläinasukkaita hyvänä asiana Sinkkolassa ja eläinten näkeminen kiinnosti kävijöitä. Useissa vastauksissa korostui, kuinka asiakkaiden mielestä eläimistä pidetään hyvää huolta Sinkkolassa. Sinkkolan henkilökuntakin sai positiivista palautetta, 8 % vastaajista lähetti kiitokset työntekijöille. ”Sinkkolan nuoret työntekijät ovat joka vuosi ihania ja juttelevat lapsille sekä kertovat heille eläimistä”, totesi eräs kyselyyn vastanneista. Vastaajista 4 % mainitsi olevansa tyytyväisiä kahvion palveluihin. Vastauksista tuli ilmi, että kattoremontin vuoksi ulos siirretty kahvio oli onnistunut muutos. Kolmessa prosentissa vastauksista mainittiin Sinkkolan askartelupaja positiivisena asiana. Yllättäen kesäteatteri ja muu kulttuuritarjonta sai vain 2 % annetuista vastauksista. (Kuvio 15.) Vastausten määrään saattaa vaikuttaa, että Teatteri-Traktorin näytökset olivat alkaneet vasta vähän ennen asiakastyytyväisyyskyselyn ajankohtaa.

Sinkkolan ympäristöä, miljöötä ja tunnelmaa kehui 26 % vastaajista. (Kuvio 13.) Yksi palautteista tiivisti hyvin monen vastaajan ajatukset Sinkkolasta: ”Edullisuus ja elämys luonnosta keskellä kaupunkia”. Yhden vastaajan mukaan paikasta oli tullut kuin toinen koti: ”Sinkkolasta on tullut meidän perheelle kuin olohuone kesäisin! Aivan mahtava paikka”. Myös maalaismaisemaa, paikan rauhallisuutta ja luonnonläheisyyttä korostettiin vastauksissa. Kymmenessä prosentissa vastauksista kiitettiin Sinkkolaa monipuolisuudesta: Mielekkästä tekemisestä, läheisestä leikkipuistosta ja että Sinkkolassa voi lukea päivän paikallislehden. Samoin 10 % vastaajista oli sitä mieltä, että Sinkkolassa käynti on helppoa ja se sijaitsee lähellä Joensuuta. Lisäksi rattaila liikkuminen koettiin

helpoksi alueella. 9 % vastaajista piti positiivisena Sinkkolan edullista hintata-soa. Sinkkolan siisteyttä keuhuttiin kolmessa prosentissa vastauksista. (Kuvio 15.)

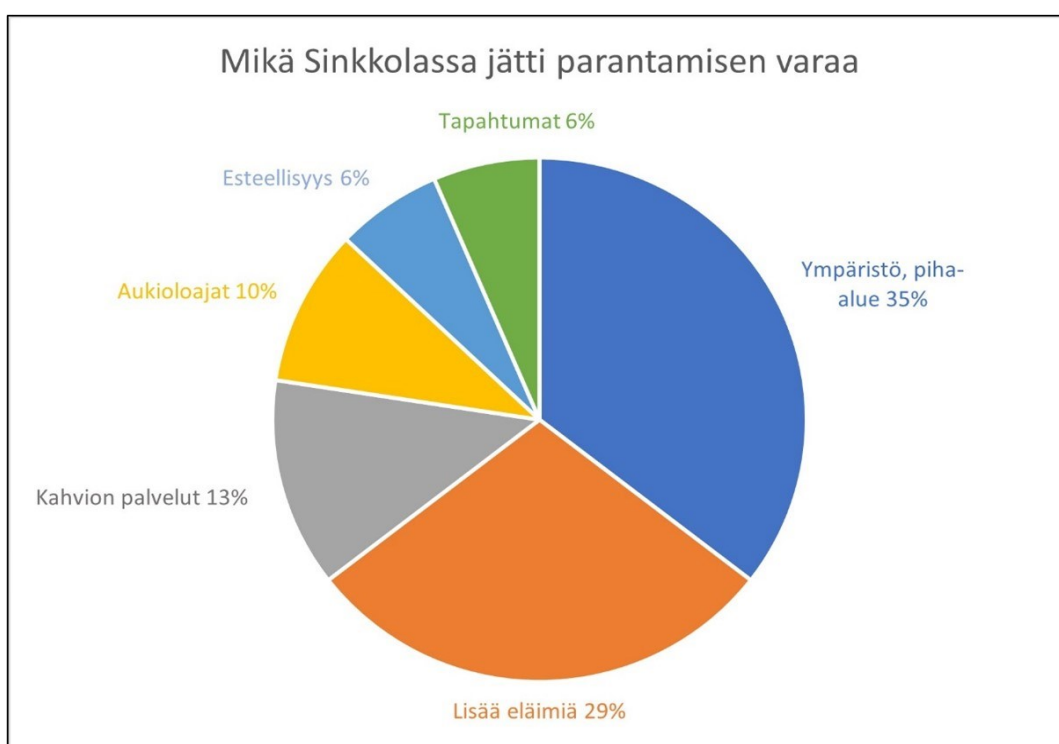


Kuvio 15. Mikä Sinkkolassa hyvää kävijöiden mielestä (n=225).

Asiakastyytyväisyyskyselyssä kävijöiltä kysyttiin avoimessa kysymyksessä, mikä Sinkkolassa jätti parantamisen varaa. Kehitysehdotuksia tuli yhteensä 31, jotka jaoteltiin vastausten perusteella aiheittain piha-alueeseen ja ympäristöön, eläinten määrän lisäämiseen, kahvion palveluihin, tapahtumiin, aukioloaikoihin sekä esteettömyyteen. Eniten eli 35 % vastaajat antoivat palautetta ympäristöön ja piha-alueeseen liittyen. (Kuvio 16.) Ympäristöön oltiin pääasiassa tyytyväisiä muutamia yksityiskohtia lukuun ottamatta: Sinkkolaan toivottiin lapsille leikki-paikkaa tai hiekkalaatikkoa sekä pihapelejä tai polkutraktoreita, katosta kesäteatterin katsomoon ja alueelle lisää parkkipaikkoja. Palautteissa mainittiin osan eläinten aitauksista olevan huonossa kunnossa ja eläimet olivat vastaajan mielestä liian tiiviisti aitauksissa. Lisäksi päärakennuksen kattoremontti sekä kotieläinpihalle ominainen haju vaikuttivat viihtyvyyteen alueella.

Parannusehdotukseen vastanneista 29 % toivoi lisää eläimiä Sinkkolaan, erityisesti hevosia tai poneja. Kahvion palveluihin tai tarjontaan toivoi parannusta 13

prosenttia. (Kuvio 16.) Kahvioon toivottiin muun muassa lounasvaihtoehtoa sekä laajempaa tuotevalikoimaa. Parannusehdotuksia jättäneistä 10 % toivoi Sinkkolaan pidempiä aukioloaikoja tai sunnuntaiaukioloa. Esteettömyyttä toivottiin kuudessa prosentissa parannusehdotuksista. (Kuvio 16.) Vastauksista kävi ilmi, että esimerkiksi pyörätuolilla tai rattailia liikkuvien on hankalaa päästä navettaan tai kaikkien eläinaitausten luokse, jolloin esimerkiksi lastenrattaat piti jättää ulos ilman vartiointia. 6 % parannusehdotuksia jättäneistä ei ollut tyytyväisiä tapahtumiin (Kuvio 16). Osa palautteen jättäneistä kommentoi, ettei tapahtumissa ollut tarpeeksi tekemistä tai sen teema jäi vaillinaiseksi. Myös henkilökunnan toivottiin kertovan enemmän eläimistä.



Kuvio 16. Mikä Sinkkolassa jätti parantamisen varaa (n=31).

Kyselyn loppuun oli mahdollista jättää kesäterveisiä Sinkkolan henkilökunnalle. Kesäterveisiä jätti 48 vastaajaa eli prosentteina 57 %. Kesäterveiset välitettiin heti kyselyn päätyttyä myös Sinkkolan henkilökunnalle. Kesäterveiset olivat kaikki positiivisia ja niissä kiiteltiin paljon henkilökuntaa sekä keuhuttiin paikan kauneutta: ”Ihana paikka ja henkilökunta, kyllä lapset ja aikuiset viihtyy (sydän)”, ”Kiitos kesäpäivien piristyksestä”, ”Jatkakaa samaan malliin! Oli ilo kuulla

eläimistä ja olette helposti lähestyttäviä”, ”Kiitos, että mahdollistatte tällaisen paikan Joensuussa”.

10.8 Aineiston analysointi

Ennako-odotusten mukaisesti suurin osa vastaajista oli kotoisin Pohjois-Karjalasta. Sähköiseen kyselyyn vastanneista kaikki olivat paikallisia. Tämä voi kertoa siitä, että sosiaalisen median kanavissa (Facebook, Instagram ja TikTok) Sinkkolaa seuraavat lähinnä paikalliset asukkaat eikä niinkään ulkopaikkakuntalaiset. Kyselyn vastausten mukaan yksikään ulkopaikkakuntalaisista ei ollut saanut tietoa sosiaalisesta mediasta, myöskään Joensuun kaupungin Sinkkolan kotisivut tai Visit Karelia eivät tavoittaneet Pohjois-Karjalan ulkopuolelta tulevia. Lisäksi Sinkkolassa paikan päällä kyselyyn osallistuneista vain 3 % vastanneista kertoi saaneensa tiedon Sinkkolasta sosiaalisen median kanavista. Moni muualta tulevista oli saanut tiedon Sinkkolasta yleensä ystävän suosituksesta tai oli käynyt aiemmin Sinkkolassa. Avoimista vastauksista tuli myös esille, että muualta tulevat olivat etsineet tietoa hakukoneiden kautta ja monelle oli tullut yllätyksenä, että läheltä Joensuusta löytyy maksuton kotieläinpiha.

Sähköiseen kyselyyn vastanneista 90 % oli naisia ja vain 10 % oli miehiä. Sinkkolassa tavoitin sekä nais- että mieskävijöitä sattumanvaraisesti, paperiseen kyselyyn vastanneista 54 % oli naisia, miehiä oli 19 % ja 28 % kyselyyn vastanneista ei ollut vastannut mitään. Kyselyyn vastattiin anonyymisti eikä vastausten perusteella voinut päätellä vastaajan sukupuolta. Todennäköisesti paperisessa kaavakkeessa monelta vastaajalta oli jäänyt sijoittelun vuoksi ilmoittamatta sukupuoli. Suurin osa (33 %) kyselyyn vastanneista kuului 35–44-vuotiaiden ikäryhmään ja toiseksi eniten (30 %) kuului 25–34-vuotiaiden ikäryhmään, kun otetaan huomioon molempien kyselyiden vastaukset. Enemmistöllä 25–44-vuotiaista lapset olivat nollasta kahdeksaan vuotiaita.

Vastaajista 61 kappaletta eli 73 % oli saanut tiedon Sinkkolasta aiemman käynnin perusteella. 60 % kaikista vastaajista oli käynyt yli kaksi kertaa Sinkkolassa joko kotieläinpuistossa tai tapahtumassa viimeisten 12 kuukauden aikana.

Kotieläinpuisto oli odotusten mukaisesti suosituin käynnin syy Sinkkolassa. Myös paikallisuus ja perheen yhteinen aika saivat kannatusta vastaajilta. Avointen kysymysten ansiosta voitiin vastauksia yhdistellä ja vertailla keskenään, muun muassa suositteluihin tuli monia hyviä vastauksia.

Lastentapahtumilta toivottiin eläintenhoitoa, ohjelmaa, joustavia aikatauluja, osallistavaa tekemistä ja erilaisia kulttuuritapahtumia. Tapahtumilta toivottiin myös esteettömyyttä, jotta myös erityislapset tai liikuntarajoitteiset voivat osallistua tapahtumaan. Sinkkolassa onkin jo monia tapahtumia tai asiakkaiden toivomia toimintoja. Useimmat näistä ovat mahdollisia toteuttaa myös muulloin kuin kesäaikana, esimerkiksi tempurata, hevosajelu tai ajoneuvotapahtuma voi olla minä tahansa vuodenaikana. Pihateatteria toivottiin monessa kyselyn vastauksessa. Sen sijaan kotieläimet ovat Sinkkolassa vain kesällä ja elokuun lopussa eläimet siirtyvät takaisin omille omistajilleen. Suurin osa vastaajista, 97 prosenttia, oli sitä mieltä, että tapahtuma saisi maksaa enintään 10 euroa henkilöltä. Sinkkolassa onkin järjestetty paljon maksuttomia tapahtumia koko perheelle ja paikan edullisuus tuli ilmi kyselyn vastauksissa.

Sinkkolaan oltiin pääsääntöisesti hyvin tyytyväisiä, Sinkkolan arvosanaksi tuli 4,41 / 5. Erityisesti paikan kauneutta ja maalaismaisemaa keuhuttiin kyselyssä, rauhallinen tunnelma tai miljöö toistui useassa vastauksessa. Sinkkolan kotieläinpihan ylivoimaisin vetovoimatekijä ovat eläimet. (Kuva 5.) Muuta vastaavaa kotieläinpihaa ei ole noin lähellä Joensuun keskustaa. Kyselyn tulosten perusteella Sinkkolassa on lukuisia etuja lasten kanssa vieraileville: Sijainti on lähellä Joensuuta Noljakassa, parkkipaikat ovat lähellä, lapset pääsevät ihastelemaan eläimiä ja maalaismaisemaa ja Sinkkola on ilmainen käyntikohde. Paikka on myös opettavainen paikka lapsille ja aikuisille.



Kuva 5. Sinkkolan vetovoimatekijöitä ovat maalaismainen miljöö ja eläimet (kuva Kati Hyle).

11 Kehitysehdotukset

Yrityksen näkökulmasta asiakkaiden antama kritiikki on erinomainen tapa saada tietoa epäkohdista, joita ei välttämättä ole itse ottanut huomioon. Pääasiassa Sinkkolasta saatu palaute oli positiivista, mutta muutamia kehitysehdotuksiakin tuli asiakkailta. Palautteista ei mielestäni ilmennyt mitään hälyttävää, eniten palautteita tuli piha-alueesta ja ympäristöstä. Parkkipaikkoja ja lasten leikkialueita toivottiin lisää, yksi vastaajista totesi eläinten aitauksissa olevan korjattavaa ja eläinten hajua haittasi kävijöitä. Kattoremonttikin mainittiin parissa vastauksessa. Kahvion palveluihin tai tuotevalikoimaan toivottiin muutoksia samoin aukioloaikojen pidentämistä tai sunnuntain aukioloaikoja. Joissakin tapahtumissa teema ei ollut erottunut tarpeeksi selkeästi, joten teemapäivistä tai -viikoista kannattaa tehdä tavallisesta poikkeavampaa ohjelman avulla. Palautteissa toivottiin myös aurinkoisempaa säätä. Osaan palautteiden ehdotuksista Sinkkolan toimijat pysyvät vaikuttamaan ja parantamaan, esimerkiksi kahvion tarjontaan tai eläinten aitauksen korjaamiseen. Aukioloaikojen muuttaminen ei mielestäni ole tarpeellista ja muutoksia toivottiin vain yksittäisissä vastauksissa.

Sinkkolaan saapuminen on helppoa kävellen, pyöräillen, omalla autolla tai linja-autolla. Parkkipaikkoja löytyy heti pääsisäänkäynnin edestä ja ruuhka-aikoina auton voi jättää vähän kauemmaksi Noljakan koulun parkkipaikalle. Joensuun paikallisliikenteen linja 2 pysähtyy aivan Sinkkolan viereen ja linja 4 lyhyen kävelymatkan päähän. Muita Sinkkolan etuja ovat pääsymaksuttomuus ja paikallisuus. Pienillä muutoksilla voisi parantaa Sinkkolan kotieläinpihan asiakaskokemusta. Voisiko esimerkiksi markkinoinnissa kertoa bussireitin keskustasta Sinkkolaan?

Joensuun kaupungin sivuilla todetaan, ettei Sinkkola ole kovin esteetön käyntikohde (Joensuu 2023b). Päärakennukseen pääsee vain portaita pitkin ja maasto on asfaltoimattomaa. Mielestäni esteettömyyden huomiointi on tärkeää. Invalidiliiton (2023) mukaan esteettömyydessä on kyse siitä, että ympäristön suunnittelussa ja toteutuksessa otetaan huomioon ihmisten erilaisuus ja ihmisille mahdollistetaan yhdenvertainen kohtelu. Esteettömyys ei rajoitu pelkästään liikkumiseen, vaan esteettömyydellä tarkoitetaan myös ymmärtämiseen sekä kuulo- tai näkökykyyn liittyvien vaikeuksien huomiointia. Esteetön ympäristö hyödyttää kaikkia, jolloin se on käyttäjille turvallinen, saavutettava ja miellyttävä. Suurimmaksi osaksi kyselyiden vastauksissa Sinkkolaa keuhuttiin helppokulkuisuudesta ja liikkumisesta alueella. Silti palautetta tuli Sinkkolan esteettömyyteen liittyen. Pyörätuolia käyttävä joutuu ottamaan avustajan mukaan eikä kaikkiin paikkoihin kuten navettaan tai päärakennukseen ole esteetöntä kulkua. Olisiko mahdollista muokata navettaa niin, että sisälle pääsee isommilla rattailta ja pyörätuolilla?

Sinkkolaa mainostetaan niin sen omilla sosiaalisen median kanavilla, lehdessä, radiossa ja jopa linja-auton kyljessä. Kyselyyn vastanneista suurin osa oli saanut tiedon Sinkkolasta joko aiemman käynnin perusteella, ystävän suosittelmana tai vastaaja asui lähellä Sinkkolaa. Esimerkiksi monelle ulkopaikkakuntalaiselle tai paikan päällä Sinkkolassa vastanneille Sinkkolan sosiaalisen median kanavat eivät olleet tuttuja. Myöskään Joensuun kaupungin nettisivuilta tai matkatoimistojen sivuilta tietoa Sinkkolasta ei osattu hakea. Yksi keino lisätä asiakkaiden tietoa Sinkkolasta voisi olla esimerkiksi lasten vanhemmille tarkoitettujen lastenvaatekirpputoriryhmät tai vanhempien keskusteluryhmät, joissa

vanhemmat ja yritykset voivat vinkata pienten lasten tapahtumista tai vierailukohteista Joensuussa. Suomessa lasten kanssa matkustaville on melko vähän kirjallisuutta, mutta lastenkirjailija Tittamari Marttinen (2019, 173) mainitsee lapsille tehdyssä matkaoppaassa Sinkkolan kotieläinpihan kiinnostavana käyntikohteena Joensuussa.

12 Palvelukertomus

Palvelu tapahtumana voidaan esittää palvelukertomuksena. Asiakastiedon perusteella luodaan asiakasprofiili, jolle kirjoitetaan kuvitteellinen palvelukertomus. Palvelukertomus etenee aikajärjestyksessä ja se kuvaa asiakkaan positiivista kokemusta. Palvelukertomus auttaa yritystä kehittämään liiketoimintaansa ja testaamaan erityisesti elämyksellisiä kokemuksia (Tuulaniemi 2011, 209–211.) Alla on kuvattu palvelukertomuksena Annin positiiviset kokemukset Sinkkolasta Päivä elämässä -muodossa (Palvelumuotoilu Palo 2023). Annin profiili on luotu asiakastytyväisyyskyselyn pohjalta ja kertomukseen on lisätty asiakaskokemusta parantavia ominaisuuksia.

Anni, 32 vuotta, herää aamulla kotonaan Joensuussa. Anni herättää nelivuotiaan Aavan ja seitsenkuisen Aatun, ja he syövät yhdessä aamiaista. Anni on vanhempainvapaalla ja hän viettää koko kesän lasten kanssa kotona. Kesäinen sää näyttää aurinkoiselta ja Anni miettii, mitä tekisi tänään lasten kanssa: Läheinen leikkipuisto on tullut jo liiankin tutuksi. Anni muistaa erään ystävänsä kehuksen lähellä olevaa kotieläintilaa, Sinkkolaa. Siellä Anni ei ole koskaan käynyt, mutta muistaa nähneensä vanhan keltaisen rakennuksen ohi ajaessaan autolla. Anni katsoo Sinkkolan Facebook-sivulta, onko paikka tänään auki tai onko siellä jotain erityistä tapahtumaa. Sinkkola on auennut jo varhain aamulla, mutta tänään siellä ei ole mitään erityistä tapahtumaa. Matka Sinkkolaan on lyhyt ja Aava jaksaa kävellä paikalle itse, Aatu kulkee kätevästi rattaissa. (Kuva 6.)

Sinkkolassa on paljon eläimiä ja lapset haluavat käydä jokaisen aitauksen luona. Rattaat kulkevat soralla ja nurmikolla. Tutuksi tulevat puput ja possut,

kanat ja lampaat. Eläimistä voi lukea lisää aitauksen vieressä olevasta QR-koodista. Sovelluksessa näkyy myös eläinten ruokinta-ajat ja päivärutiini. Eläimiä saapuu ruokkimaan Sinkkolan kotieläinpihan kesätyöntekijä, joka vastaa kärsivällisesti Aavan kysymyksiin. Aava on innoissaan, hän ei ole koskaan aiemmin silittänyt hiehoa. Onpa kaunis paikka, rauhallinen ja helppo tulla! Piha-alue on siisti, aitaukset ovat asianmukaiset ja eläimillä on selkeästi hyvät olot Sinkkolassa. Eläinten katselun jälkeen perhe menee käymään navetan ylisillä. Ylisillä olevassa Sinkkola-pajassa on piirustuskilpailu, johon Aava piirtää hienon kuvan lampaasta ja kukista. Aava haluaa myös askarrella navetassa olevien ohjaajien kanssa kirjanmerkin. (Kuva 6.)

Mutta voi ei! Aatulle iskee nälkäkiukku, kellokin alkaa olla melkein 12. Onneksi Anni oli muistanut pakata eväät mukaan, näin ruokailujen väli ei pääse muodostumaan liian pitkäksi. Eväät on mukavaa syödä ulkona olevien pöytäryhmien ääressä ja samalla voi katsella eläimiä aitauksessa. Ruoan jälkeen ostetaan vielä jäätelöt Sinkkolan kahviosta korttimaksulla. Eväiden syönnin jälkeen Anni kysyy henkilökunnalta, missä onnistuisi vaihtaa Aatun vaippa. Sinkkolassa päivä on vierähtänyt nopeasti ja Aatulla alkaa olla päiväuniaika. Ennen kotiin lähtöä pieni sadekuuro yllättää ja Anni, Aava ja Aatu menevät vielä hetkeksi odottamaan sateen päättymistä navetan ylisille. Navetassa Anni huomaa asiakasyytyväisyyttä mittaavan taulukon, johon voi helposti laittaa QR-koodilla suosittelut Sinkkolan kotieläinpihasta. Pari painallusta ja positiivinen suosittelu on jätetty. Kotona Anni laittaa vielä Instagramiin muutaman kuvan päivästä ja lisää Sinkkolan aihehahmoiksi. Anni alkaa myös Sinkkolan seuraajaksi Instagramissa ja Facebookissa, jotta hän saa tiedot Sinkkolan tapahtumista kätevästi. (Kuva 6.)



Kuva 6. Asiakkaan päivä Sinkkolassa (kuva Kuutti Hyle).

13 Pohdinta

Asiakastyytyväisyyskyselyn tekeminen oli minulle hyvin mieluista ja parasta oli ihmisten kohtaaminen Sinkkolan kotieläinpihassa. Kävin myös itse lasteni kanssa Sinkkolassa kyselyiden jälkeen kesäteatterissa sekä kesäkauden lopettajaisissa. Haastavimmaksi koin kirjallisuuskatsauksen kirjoittamisen, sillä siihen liittyi paljon uuden oppimista ja luettavaa oli paljon. Toisaalta aiheeseen tutustuminen lisäsi kiinnostusta palvelumuotoiluun ja asiakastyytyväisyyden selvittämiseen. Rauhallisempaan tahtiin ja pidemmällä aikavälillä tehty kirjoitus- ja ajatus työ jäseni ajatuksia ja näin tulosten läpikäyminen ja analysointi oli loppujen lopuksi nopeampaa. Opinnäytetyö opetti minulle aikatauluttamista, asiakastyytyväisyyskyselyn laatimista sekä itsensä motivoimista kirjoittamiseen.

Sinkkolassa kävijöistä pyrin tavoittamaan lasten kanssa liikkeellä olevia, joko vanhempia tai isovanhempia. Kyselyyn vastasi yhteensä 84 henkilöä ja vastausten perusteella pystyttiin huomaan samankaltaisuuksia sekä eriävyyksiä. Kyselyiden kohderyhmä, lapsiperheet, tavoitettiin hyvin asiakastyytyväisyyskyselyn avulla ja vain 9 % vastaajista ei ollut Sinkkolassa lasten kanssa. Opinnäytetyön alussa halusin selvittää, mistä kävijät ovat saaneet tiedon, ovatko he käyneet aiemmin, millaiset tapahtumat kiinnostavat kävijöitä, mitkä ovat kiinnostavimmat syyt käydä Sinkkolassa, kuinka paljon tapahtumat saavat maksaa, mikä

Sinkkolassa oli hyvää tai parannettavaa ja suosittelisiko kävijä Sinkkolaa muille. Kyselyn avulla sain vastaukset alussa määrittämiini kysymyksiin.

Työn suunnitteluvaiheessa oli tarkoituksena toteuttaa vain sähköinen kysely, mutta toimeksiantajan ehdotuksesta toteutettiin lopulta sekä sähköinen kysely että paperinen kysely Sinkkolassa. Mielestäni oli perusteltua tehdä kaksi erilaista kyselyä, vaikka kahden eri kyselyn tekeminen ja vertailu veikin enemmän aikaa ja resursseja. Sähköisen kyselyn tekeminen oli nopeampaa, mutta Sinkkolassa tehtyyn paperiseen kyselyyn saatiin määrällisesti enemmän vastauksia ja kyselyyn pystyttiin valitsemaan tarkemmin kohderyhmään kuuluneita henkilöitä. Kyselylomakkeen asettelua olisi voinut rakentaa vielä käyttäjäystävällisemmäksi, jotta vastaajilta ei jäisi vastaamattomia kysymyksiä.

Asiakastytyväisyyskyselyn tulokset vastasivat melko hyvin ennako-odotuksiani. Sinkkolasta saatu palaute oli enimmäkseen positiivista eikä tulosten perusteella ilmennyt mitään vakavaa puutetta Sinkkolan kotieläinpihasta. Sinkkolan historiaan tutustuessani löysin kommentin, jossa Sinkkolaa keuhuttiin ”keitaaksi keskellä kaupunkia” eikä tämä väite ole kaukana todellisuudesta asiakaspalautteen perusteella. Sinkkolassa kävijöihin vetoavat kotieläinpihan eläimet, kaunis ympäristö ja rauhallisuus. Sinkkolassa perhe voi viettää yhteistä aikaa joko kotieläinpihassa eläimiä katsoen tai askarrellen ja Teatteri-Traktorin kesäteatterissa.

Sinkkolan työntekijöiltä tuli ehdotus, että vastaava asiakastytyväisyyskysely toteutettaisiin tulevaisuudessa vuosittain. Asiakkailta saadaan uusia ajatuksia ja toiveita tapahtumista sekä muusta kotieläinpihan toiminnasta. Asiakaspalautetta keräämällä saadaan kehitettyä Sinkkolan kotieläinpihan toimintaa jopa jo samana kesänä. Laajempaan asiakastytyväisyyskyselyyn mahdollisesti vastaan paremmin, jos palautetta kysytään kasvokkain. Asiakastytyväisyyskyselyyn vastaamista voi houkutella pienillä palkinnoilla, joka lisää asiakkaalle arvoa. Tekemässäni asiakastytyväisyyskyselyssä vastanneet palkittiin kahvipuilla Sinkkolan kahviossa. Yksi ajatus on, että palautetta kerättäisiin esimerkiksi teemapäivinä ja kyselyitä voisi olla tekemässä Sinkkolan henkilökunta

eläinasuissa tai muussa helposti lähestyttävässä teemaan liittyvässä vaatetuksessa, sillä suurin osa Sinkkolassa kävijöistä on lapsiperheitä tai lapsia.

Tulevaisuudessa asiakastyytyväisyyskysely voidaan laajentaa koskemaan pelkästään teatteriesityksessä kävijöitä tai kerätä asiakkailta palautetta tapahtumien yhteydessä. Asiakaspalautteen keräämistä vaikeuttaa Sinkkolan kotieläinpihan sesonkiluontoisuus: Osa Sinkkolan kävijöistä vierailee monta kertaa kesässä ja osa on yksittäisiä kävijöitä. Koska Sinkkolan kotieläinpihaan on vapaa pääsy eikä moni välttämättä vieraile kaikissa Sinkkolan pihan kohteissa, on tarkkaa kävijämäärää vaikea arvioida. Tähän yhtenä ratkaisuna voisi olla QR-koodilla tapahtuva nopea kysely suosittelusta asteikolla 0–10 ja QR-koodeja olisi ympäri Sinkkolaa. Näin kävijät, jotka eivät kierrä koko aluetta, voisivat jättää asiakaspalautetta. Asiakaskyselyn tuloksista ilmi tulleiden kehitysehdotusten toteutus on toimeksiantajan päätettävissä. Kaikki kyselyn tulokset on lähetetty Sinkkolalle heinäkuussa 2023.

Lähteet

- Ahvenainen, P., Gylling, J. & Leino, S. 2017. Viiden tähden asiakaskokemus: Tee asiakkaistasi faneja. 1. painos. [Helsinki]: Kauppakamari.
- Discovering Finland. 2023. Perheloma.
<https://www.discoveringfinland.com/fi/perheloma/>. 1.2.2023.
- Drucker, P. 2014. Asiakaskokemus luodaan yhdessä. Teoksessa Fischer, M. & Vainio, S. Potkua palvelubisnekseen: Asiakaskokemus luodaan yhdessä. Helsinki: Talentum, 165–168.
- Fischer, M. & Vainio, S. 2014. Potkua palvelubisnekseen. Asiakaskokemus luodaan yhdessä. Helsinki: Talentum.
- Grönroos, C. & Tillman, M. 2015. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. 5. painos. Helsinki: Talentum.
- Helkama, K. 2015. Suomalaisten arvot. Mikä meille on oikeasti tärkeää? Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Interaction Design Foundation. 2023. Service design.
<https://www.interaction-design.org/literature/topics/service-design>. 11.9.2023.
- Invalidiliitto. 2023. Esteettömyys.
<https://www.invalidiliitto.fi/esteettomyys>. 11.10.2023.
- Joensuu a. 2023. Sinkkolan kotieläinpiha ja eläimet.
<https://www.joensuu.fi/sinkkola/kotielainpiha>. 14.2.2023.
- Joensuu b. 2023. Sinkkolan kotieläinpiha. Usein kysytyt kysymykset.
<https://www.joensuu.fi/sinkkola/ukk>. 11.10.2023.
- Joensuun 4H-yhdistys. 2023. Historiaa.
<https://joensuu.4h.fi/yhdistys/historiaa/>. 2.3.2023.
- Jokela, S. 2013. Asiakkuus ja uusi osallistava yleisötyö.
<https://asiakkuusjayeisotyo.wordpress.com/2013/06/11/service-blue-print-eli-palveluketjuanalyysi/>. 13.9.2023.
- Kaija, M. & Reuter, M. 2004. Sinkkolan nuoriso- ja asukastalo. Teoksessa Björn, I. & Tuunainen, P. (toim.). Naljakan kirja. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy, 341–344.
- Kananen, J. 2008. Kvali. Kvalitatiivisen Tutkimuksen Teoria Ja Käytänteet. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Karelia-ammattikorkeakoulu. 2023. Karelian opinnäytetyön ohje. Opinnäytetyön eri muodot. <https://libguides.karelia.fi/c.php?g=679019&p=4901221>. 16.10.2023.
- Karttunen, T. 2023. Nuoriso-ohjaaja. Sinkkolan nuoriso- ja asukastalo. Sähköpostihaastattelu 30.10.2023.
- Kuusisto, K. & Sahlstedt, M. 2021. Tapahtumateollisuuden toimialaselvitys.
<https://www.tapahtumateollisuus.fi/wp-content/uploads/2021/09/Tapahtumateollisuuden-toimialaselvitys-2021.pdf>. 13.5.2022.
- Lüthje M. & Tarssanen S. 2013. Matkailuelämysten tuottaminen ja kuluttaminen. Teoksessa Veijola S. (toim.). Matkailututkimuksen lukukirja. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus, 60–69.

- Nieminen, K. 2022. Ostajapersoona määritelmä. Miten ihanneasiakkaan tunteminen auttaa markkinoinnissa? Markkinoinnin trendit. <https://markkinoinnintrendit.fi/o-kirjaimella-alkavat-sanat-54532/ostajapersoona/>. 13.9.2023.
- Nuorten Joensuu a. 2023. Toimintaa ja tekemistä. Nuorisotilat. <https://nuortenjoensuu.fi/fi/nuorisotalot/>. 18.9.2023.
- Nuorten Joensuu b. Toimintaa ja tekemistä. Järjestöt. <https://joensuu.elomakepalvelu.fi/nuorisoavustukset/>. 27.10.2023.
- Marttinen, T. 2019. Lasten matkaopas Suomeen. Helsinki: Avain.
- Metsien Suomi. 2023. Metsien Suomi. <https://metsiensuomi.fi/suomalainen-ulkoilee-140-kertaa-vuodessa/#9005b659>. 2.5.2023.
- Palvelumuotoilu. 2022. Tutkimustietoa palvelumuotoilusta. <http://www.kulmat.fi/tutkimustietoa/p20palvelumuotoilu>. 31.3.2022
- Partanen, J. 2004. Noljaikan kylämaisema ennen isoajakoa. Teoksessa Björn, I. & Tuunainen, P. (toim.). Noljaikan kirja. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy, 113–137.
- Pöyhönen, P., Santavuori, H. & Mustonen, S. 2023. Asiakastutkimus: Perusteet ja käytännöt. Helsinki: Alma Talent.
- Ruckenstein, M., Suikkanen J. & Tamminen, S. 2011. Unohda innovointi. Keskeyty arvonluontiin. <https://media.sitra.fi/2017/02/27173707/sitra291-2.pdf>. 24.3.2022.
- Schwartz, S. H. 2012. An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. <https://scholarworks.gvsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1116&context=orpc>. 24.3.2022.
- Sinkkola. 2023. Instagram. <https://www.instagram.com/sinkkola/?hl=fi>. 22.8.2023.
- Teatteri-Traktori a. 2023. Rölli ja metsänhenki. <https://www.traktori.net/rolli/>. 11.5.2023.
- Teatteri-Traktori b. 2023. Aiempaa ohjelmistoa. <https://www.traktori.net/aiempaa/>. 14.2.2023.
- Teatteri-Traktori c. 2023. Yhdistys. <https://www.traktori.net/yhdistys/>. 14.2.2023.
- Tutkimuseettinen neuvottelukunta. 2023. Opinnäytetyön eettiset ohjeet. <https://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/Opinn%C3%A4ytety%C3%B6prosessin%20eettiset%20suositukset%20muistilistat%20opiskelijalle%20ja%20ohjaajalle.pdf>. 29.8.2023.
- Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. 4. painos. Helsinki: Talentum.
- Tyrväinen, L., Tolvanen A. & Tuulentie S. 2013. Näkökulmia matkailualueiden ympäristökysymyksiin. Teoksessa Veijola S. (toim.). Matkailututkimuksen lukukirja. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus, 146–156.
- Visit Finland. 2023. Liiketoiminnan kehittäminen. <https://www.visitfinland.fi/liiketoiminnan-kehittaminen/tuotekehitysteemat/luontomatkailu>. 30.3.2023.
- Wirén, M., Westerholm, T. & Liikamaa A. 2020. Tapahtumateollisuus. Tapahtumateollisuuden toimialatutkimus. <https://www.tapahtumateollisuus.fi/wp-content/uploads/2020/07/Tapahtumateollisuuden-toimialaraportti-2020-osa-1.pdf>. 13.5.2022.

Arvoisa vastaaja,

haluaisitko olla mukana parantamassa Sinkkolan toimintaa ja kertoa toiveistasi Sinkkolaan liittyen? Tämä kysely on osa opinnäytetyötäni, jossa selvitän lapsiperheiden kokemuksia Sinkkolan kotieläinpihasta. Tarkoituksena on saada tietoa juuri Sinun kokemuksistasi, toiveistasi tai parannusehdotuksistasi Sinkkolasta!

Kaikki vastaukset käsitellään anonyymisti ja luottamuksellisesti ja niitä käytetään ainoastaan tämän opinnäytetyön toteuttamiseen. Kysely on voimassa 26.6.–10.7.2023. Vastauksien analysoinnin jälkeen kyselylomakkeet hävitetään asianmukaisesti.

Vastaamiseen menee aikaa noin 7–10 minuuttia.

Paljon kiitoksia vastauksestasi!

Ystävällisin terveisin

Kati Hyle

kati.hyle@edu.karelia.fi

Opinnäytetyön ohjaaja

Lehtori Hanna Vienonen

hanna.vienonen@karelia.fi

Matkailun koulutusohjelma

Karjalankatu 3, 80200 JOENSUU

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU, WÄRTSILÄ

Toimeksiantaja

Sinkkolan nuoriso- ja asukastalo

Tiina Karttunen

tiina.karttunen@joensuu.fi

Vastaajan taustatiedot:

- Asuinpaikka:** Pohjois-Karjala Pohjois-Savo
 Etelä-Karjala Muu, mikä _____
- Vastaajan ikä:** 18–24 vuotta 25–34 vuotta
 35–44 vuotta 45–54 vuotta yli 55 vuotta
- Sukupuoli:** nainen mies en halua vastata

Jos sinulla on lapsi / lapsia mukana Sinkkolassa, lapsen ikä / lasten iät: (voit valita useamman vaihtoehdon)

- minulla ei ole lapsia mukana
- 0–1 vuotta 2–5 vuotta
- 6–8 vuotta 9–12 vuotta
- 13–17 vuotta yli 18 vuotta

Jos sinulla oli lapsi mukana Sinkkolassa, oletko lapsen

- huoltaja muu vaihtoehto (esimerkiksi isovanhempi, sukulainen, kummi tai muu vastaava)

1. Mistä sait tiedon Sinkkolasta?

- Olen käynyt aiemmin Sinkkolassa
- Ystävä suositteli
- TikTok
- Lehti-ilmoitus, lehden nimi _____
- Bussimainoksesta
- Asun lähellä
- VisitKarelia, mistä _____
- Sinkkolan Facebook-sivuilta
- Instagram, tilin nimi _____
- Joensuun kaupungin nettisivuilta
- Radiosta, kanava _____
- Matkailusivustolta, mikä _____
- Muualta, mistä? _____

2. Kuinka monta kertaa olet käynyt Sinkkolassa viimeisten 12 kuukauden aikana?

- En kertaakaan Tämä on ensimmäinen kerta Kaksi kertaa
- Kolme kertaa Yli neljä kertaa

3. Jos vastasit edelliseen kysymykseen ”en kertaakaan”, voit tässä kertoa lisää syistä.

4. Oletko käynyt viimeisten 12 kuukauden aikana Sinkkolassa jossakin seuraavista? (voit valita useamman vaihtoehdon)

- Kotieläinpiha Teatteri-Traktorin kesäteatteri Kahvio
 Museo Sinkkola-paja (askartelupaja)
 Sinkkolan joulu Ihan pihalla Saturetki
 Maakuntapäivän tapahtuma 26.8.2022 Eloveera
 Muu, mikä _____

5. Jos kävit jossakin edellä mainituista, kuinka arvioisit niitä? Valitse sopivin vaihtoehto. Jos vastasit vaihtoehdon huono, kertoisitko miksi.

a) Kotieläinpiha

- Erittäin hyvä Hyvä Menettelee Huono, miksi? _____

b) Teatteri-Traktorin kesäteatteri

- Erittäin hyvä Hyvä Menettelee Huono, miksi? _____

c) Kahvio

- Erittäin hyvä Hyvä Menettelee Huono, miksi? _____

d) Museo

- Erittäin hyvä Hyvä Menettelee Huono, miksi? _____

e) Sinkkola-paja (askartelupaja)

- Erittäin hyvä Hyvä Menettelee Huono, miksi? _____

f) Tapahtuma, mikä tapahtuma _____

- Erittäin hyvä Hyvä Menettelee Huono, miksi? _____

6. Mitkä ovat olleet kolme (3) kiinnostavinta syytä käydä Sinkkolassa?

- Kesäteatteri Kotieläinpiha Tapahtumat
 Museo Kahvio Askartelupaja
 Paikallisuus Luonto Helpot kulkuyhteydet
 Edullisuus Rauhallisuus Tunnelma
 Perheen yhteinen aika Olen käynyt itse lapsena
 Muu syy, mikä? _____

7. Millainen tapahtuma saisi sinut lähtemään lasten kanssa Sinkkolaan? Miksi?

8. Kuinka paljon olisit valmis maksamaan tapahtuman pääsymaksusta per henkilö?

0 € 1–10 € 10–15 € yli 16 €

9. Minkä arvosanan antaisit Sinkkolalle?

5=Erittäin hyvä 4=Hyvä 3=Menettelee
 2=Huono 1=Erittäin huono

10. Suositteisitko Sinkkolaa muille? Miksi?

Kyllä, koska _____
 En, koska _____

11. Mikä Sinkkolassa oli hyvää mielestäsi?

12. Mikä Sinkkolassa jätti parantamisen varaa?

13. Kesäterveisiä Sinkkolan väelle:

Mainitse, jos terveisiä ei saa käyttää esimerkiksi somemarkkinoinnissa.


Kiitoksia vastauksestasi!



KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU
KARELIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



Asiakastyytyväisyyskysely Sinkkolan kotieläinpiha

 Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (*)

Arvoisa vastaaja.

haluaisitko olla mukana parantamassa Sinkkolan toimintaa ja kertoa toiveistasi Sinkkolaan liittyen? Tämä kysely on osa opinnäytetyötäni, jossa selvitän lapsiperheiden kokemuksia Sinkkolan kotieläinpihasta. Tarkoituksena on saada tietoa juuri Sinun kokemuksistasi, toiveistasi tai parannusehdotuksistasi Sinkkolasta!

Kaikki vastaukset käsitellään anonyymisti ja luottamuksellisesti ja niitä käytetään ainoastaan tämän opinnäytetyön toteuttamiseen. Kysely on voimassa 26.6.–10.7.2023. Vastauksien analysoinnin jälkeen kyselylomakkeet hävitetään asianmukaisesti.

Vastaamiseen menee aikaa noin 7–10 minuuttia.

Paljon kiitoksia vastauksestasi!

Ystävällisin terveisin

Kati Hyle

kati.hyle@edu.karelia.fi

Opinnäytetyön ohjaaja

Lehtori Hanna Vienonen

hanna.vienonen@karelia.fi

Matkailun koulutusohjelma

Karjalankatu 3, 80200 JOENSUU

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU, WÄRTSILÄ

Toimeksiantaja

Sinkkolan nuoriso- ja asukastalo

Tiina Karttunen

tiina.karttunen@joensuu.fi

Seuraava

Asiakastyytyväisyyskysely Sinkkolan kotieläinpiha

 Pakolliset kysymykset merkitty tähellä (*)

Vastajan taustatiedot

Asuinpaikka *

- Pohjois-Karjala
 Etelä-Karjala
 Pohjois-Savo
 Muu, mikä?

Vastajan ikä *

- 18-24 vuotta
 25-34 vuotta
 35-44 vuotta
 45-54 vuotta
 Yli 55 vuotta

Sukupuoli

- Nainen
 Mies
 En halua vastata

Jos sinulla on lapsi / lapsia mukana Sinkkolassa, lapsen ikä / lasten iät: (voit valita useamman vaihtoehdon) *

- Minulla ei ole lapsia mukana Sinkkolassa
 0-1 vuotta
 2-5 vuotta
 6-8 vuotta
 9-12 vuotta
 13-17 vuotta
 Yli 18 vuotta

Jos sinulla oli lapsi mukana Sinkkolassa, oletko lapsen

- huoltaja
 muu vaihtoehto (esimerkiksi isovanhempi, sukulainen, kummi tai vastaava)

[Edellinen](#)

[Seuraava](#)

Mistä sait tiedon Sinkkolasta? Voit valita useamman vaihtoehdon. *

- Olen käynyt aiemmin Sinkkolassa
- Ystävä suositteli
- TikTok
- Lehti-ilmoitus, lehden nimi
- Bussimainoksesta
- Asun lähellä
- VisitKarelia, mistä
- Sinkkolan Facebook-sivulta
- Instagram, tilin nimi
- Joensuun kaupungin nettisivuilta
- Radiosta, kanava
- Matkailusivustolta, mikä
- Muualta, mistä

Edellinen

Seuraava

Kuinka monta kertaa olet käynyt Sinkkolassa viimeisten 12 kuukauden aikana? *

Valitse

- Valitse
- En kertaakaan**
- Yhden kerran
- Kaksi kertaa
- Kolme kertaa
- Yli neljä kertaa

Jos vastasit "en kertaakaan", voit tässä kertoa lisää syistä.

Edellinen

Seuraava

Oletko käynyt viimeisten 12 kuukauden aikana Sinkkolassa jossakin seuraavista? Voit valita useamman vaihtoehdon. *

- En ole käynyt Sinkkolassa
- Kotieläinpiha
- Teatteri-Traktorin kesäteatteri
- Kahvio
- Museo
- Sinkkola-paja (askartelupaja)
- Sinkkolan joulu
- Ihan pihalla
- Saturetki
- Maakuntapäivän tapahtuma 26.8.2022
- Eloveera
- Muu, mikä

Edellinen

Seuraava

Jos olet käynyt jossakin näistä Sinkkolassa, kuinka arvioisit niitä? Valitse sopivin vaihtoehto. *

	Erittäin hyvä	Hyvä	Menettelee	Huono	En ole käynyt
Kotieläinpiha	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Teatteri-Traktorin kesäteatteri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kahvio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Museo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sinkkola-paja (askartelupaja)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tapahtuma, mikä tapahtuma <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Edellinen

Seuraava

Mitkä ovat olleet kolme kiinnostavinta syytä käydä Sinkkolassa? *

- Kesäteatteri
- Kotieläinpiha
- Tapahtumat
- Museo
- Kahvio
- Askartelupaja
- Paikallisuus
- Luonto
- Helpot kulkuyhteydet
- Edullisuus
- Rauhallisuus
- Tunnelma
- Perheen yhteinen aika
- Olen käynyt itse lapsena
- Muu syy, mikä

Valitse enintään 3 vaihtoehtoa

Valitut vaihtoehdot: 0

Edellinen

Seuraava

Millainen tapahtuma sai sinut lähtemään lasten kanssa Sinkkolaan? Miksi? *

Edellinen

Seuraava

Kuinka paljon olisit valmis maksamaan tapahtuman pääsymaksusta per henkilö?

*

- 0 euroa
- 1-10 euroa
- 10-15 euroa
- Yli 16 euroa

Edellinen

Seuraava

Minkä arvosanan antaisit Sinkkolalle? *

- Erittäin hyvä
- Hyvä
- Menettelee
- Huono
- Erittäin huono
- En ole käynyt Sinkkolassa

Edellinen

Seuraava

Suosittelisitko Sinkkolaa muille? *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

En lainkaan
todennäköisesti

Erittäin
todennäköisesti

Edellinen

Seuraava

Mikä Sinkkolassa oli hyvää mielestäsi?

Edellinen

Seuraava

Mikä Sinkkolassa jätti parantamisen varaa?

Edellinen

Seuraava

Kesäterveisiä Sinkkolan väelle! Mainitse, jos terveisiä ei saa käyttää esimerkiksi somemarkkinoinnissa.

Tämä oli kyselyn viimeinen kysymys, kiitoksia vastauksestasi!

Edellinen

Lähetä