

Katja Mäkeläinen

ASIAKASTYYTYVÄISYYS JA PALVELUN LAATU  
KOHTEENA TAMMISTON TILA

Matkailun koulutusohjelma  
2012

# ASIAKASTYYTYVÄISYYS JA PALVELUN LAATU - KOHTEENA TAMMISTON TILA

Mäkeläinen, Katja  
Satakunnan ammattikorkeakoulu  
Matkailun koulutusohjelma  
Maaliskuu 2012  
Ohjaaja: Halme, Jaana  
Sivumäärä: 49  
Liitteitä: 2

Asiasanat: asiakaspalvelu, asiakasprofiili, kvantitatiivinen tutkimus

---

Opinnäytetyön tavoitteena oli toteuttaa Tammiston tilan toimeksiannosta asiakastyytyväisyyskysely Tammiston tilan asiakkaille kesällä 2011. Työn tarkoitus oli tuoda toimeksiantajalle tärkeää ja ajankohtaista tietoa asiakkaidensa tyytyväisyydestä henkilökuntaan ja palveluihin. Tutkimuksessa myös selvitettiin, minkälainen on Tammiston tilan asiakasprofiili. Tuloksia on tarkoitus käyttää suunniteltaessa ja kehitettäessä Tammiston tilan toimintaa tulevaisuudessa.

Työn teoriaosuudessa käsiteltiin Tammiston tilaa, sen tuotteita ja palveluita sekä asiakkaita. Teoreettinen viitekehys muodostui palvelun laadusta ja asiakastyytyväisyydestä, sekä asiakastyytyväisyystutkimuksen toteuttamisesta.

Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena kyselytutkimuksena, jossa käytettiin strukturoitua kyselylomaketta. Lomakkeita jaettiin Tammiston tilan asiakkaille huoneisiin sekä mökkeihin henkilökunnan toimesta. Tutkimus toteutettiin ajalla 15.6.2011–7.8.2011. Tavoitteena oli saada 80 täytettyä lomaketta, jotta tutkimusotos olisi ollut tarpeeksi laaja ja tulokset yleistettävissä. Tavoite ei aivan täyttynyt, sillä lomakkeita palautettiin 54 kappaletta.

Asiakastyytyväisyyskyselyn tulokset osoittivat, että suurin osa vastaajista oli majoitumassa perheen kanssa. Tammiston tilan asiakkaat olivat pääosin erittäin tyytyväisiä Tammiston tilan tuotteisiin sekä palveluihin. Henkilökunta sai kyselyssä erinomaiset arvosanat. Vastaanoton sekä yleisten tilojen koettiin olevan siistit ja toimivat sen sijaan muutama huomautus oli koskien saniteettitiloja. Myös hinta-laatu – suhteen koettiin olevan hyvä.

Kyselystä selviää, että Tammiston tila ei tällä hetkellä kaipaa suuria muutoksia. Kuitenkin tievarsikylttien ja opasteiden lisääminen parantaisi asiakkaiden löytämistä paikalle huomattavasti. Vastaajat kaipasivat pientä remonttia päärakennuksen saniteettitiloihin. Majoittumisen mukavuutta olisi mahdollista parantaa asentamalla huoneisiin/mökkeihin pieniä asioita kuten muun muassa saunan lämpömittari ja peili. Vastaajat olivat myös erittäin tyytyväisiä aamiaistarjoiluun. Lisää paikallisia ruokia kuitenkin kaivattiin sekä hotelliamaiaisilta löytyvää pekonia.

# CUSTOMER SATISFACTION AND SERVICE QUALITY - CASE TAMMISTON TILA

Mäkeläinen, Katja

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in Tourism

March 2012

Supervisor: Halme, Jaana

Number of pages: 49

Appendices: 2

Keywords: customer service, customer profile, quantitative research

---

The goal of this thesis was to execute a survey about customer satisfaction at Tammiston tila during summer 2011. The purpose of this study was to offer current and new information about their customers' opinions about the personnel and services the bed & breakfast farm offers. Another aim was to find out customers' hopes and proposals for the future so Tammiston tila could use the results and conclusions in their product development in the future.

The context of this thesis covers the services and products Tammiston tila offers, its personnel and customers. The theoretical framework was based on literature on service quality, customer satisfaction and how to execute a customer satisfaction survey.

In the survey quantitative research and a structured questionnaire were used. The survey was conducted by means of a printed questionnaire, which was waiting for customers in their rooms and cottages. The survey was executed from June 15<sup>th</sup> to August 7<sup>th</sup> 2011. Target was to get back at least 80 filled questionnaire forms to make the results generalizable. Only 54 filled forms got back so the goal was not quite reached.

The results show that most of the customers were travelling with their families. Most of the customers of Tammiston tila were content with the products and services. The personnel were given the highest marks. The customers were mostly content with reception and other public areas cleanliness. Instead there were few comments regarding the sanitary facilities. Also the price-quality -ratio was experienced as really good.

The findings reveal that Tammiston tila doesn't need any major changes in the near future. Couple roadside signs more could help customers to find the place. Customers also wanted little bit renovation for main building sanitary. Mirror and thermometer could improve customer satisfaction even more. Customers were also very satisfied with the breakfast. However, local food and bacon were also wished in the breakfast.

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	TYÖN TAVOITE, TARKOITUS JA KESKEISET TUTKIMUSONGELMAT .....	6
2.1	Tutkimuksen tavoitteet ja tarkoitus.....	6
2.2	Keskeiset tutkimusongelmat .....	7
3	TAMMISTON TILA.....	7
4	PALVELUN OMINAISPIIRTEET .....	8
4.1	Kolme palvelun kerrosta .....	10
4.2	Palvelun laatu.....	11
4.2.1	Laadun ulottuvuudet.....	12
4.2.2	Koettu kokonaislaatu.....	13
5	ASIAKASTYYTYVÄISYYS JA PALVELUN LAATU.....	15
6	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS .....	20
6.1	Tutkimustavan valinta.....	21
6.2	Kyselylomakkeen laadinta .....	21
6.3	Asiakastyytyväisyys tutkimus Tammiston tilalla .....	23
7	TUTKIMUKSEN TULOKSET .....	24
7.1	Taustatiedot.....	24
7.2	Huoneet/mökit .....	26
7.3	Vastaanotto .....	28
7.4	Yleiset tilat.....	30
7.5	Aamiainen.....	32
7.6	Hinta-laatu -suhde.....	34
7.7	Henkilökunta.....	35
7.8	Palvelu .....	38
7.9	Palvelun saavutettavuus .....	40
7.10	Vastaajien avoin palaute .....	42
8	TUTKIMUSTULOSTEN YHTEENVETO JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET.....	43
9	TUTKIMUKSEN LUOTETTAVUUS JA PÄTEVYYS .....	45
10	POHDINTA.....	47
	LÄHTEET.....	49
	LIITTEET	

Liite 1. Tutkimuksen kyselylomake saatekirjeineen

Liite 2. Tutkimuksen avoin palaute

## 1 JOHDANTO

Tähän tutkimukseen on toimeksianto tullut Tammiston tilan yrittäjältä Anu Vaissilta. Työskentelin kesällä 2010 Tammiston tilalla kahdestaan yrittäjän kanssa, joten tutkimuksen kohde oli helppo löytää. Tämän lisäksi Tammiston tilalla on tapahtunut muutoksia esimerkiksi yrittäjän vaihduttua vuonna 2008 sekä remontoinnin myötä. Tammiston tilalle ei ole myöskään aikaisemmin tehty samanlaista tutkimusta, joten tutkimus on todettu aiheelliseksi. Anu Vaissin kanssa päädyimme tällä tutkimuksella selvittämään tilan asiakastyytyväisyyttä, palvelun laatua ja asiakasprofiilia. Tutkimuksen yhteydessä toimeksiantaja halusi myös saada kuuluviin asiakkaiden mielipiteitä ja kehitysideoita siitä, miten Tammiston tilan toimintaa ja palveluita voitaisiin vielä kehittää. Osa tutkimuksessa esiintyvistä teorioista perustuu omaan kokemukseen, joka muodostui kesällä 2010 työskennellessäni Tammiston tilalla.

Tammiston tila sijaitsee Naantalissa, lähellä Raision rajaa. Huoneita on neljä ja mökkejä yhteensä kolme. Asiakaskunta koostuu pääsääntöisesti lapsiperheistä. Tammiston tilan asiakkaat ovat suurimmaksi osaksi suomalaisia, mutta myös muiden pohjoismaalaisten osuus kasvaa koko ajan.

Tavoitteena oli saada Tammiston tilan asiakkaiden tyytyväisyydestä laaja ja todennukainen kuva. Anu Vaissilla on suuria suunnitelmia Tammiston tilan tulevaisuudelle, joten on hyödyllistä kartoittaa mitä asiakkaat kaipaavat ja mikä on jo nyt hyvin. Lisäksi pyrittiin selvittämään asiakkaiden lisäpalveluiden tarvetta, koska Tammiston tilalla on tällä hetkellä tarjolla vain aamiainen. Muutamat asiakkaat ovat esittäneet toiveen, että Tammiston tilalla olisi myynnissä jotain illallista tai pientä suolaista.

Työn teoriaosuudessa tutustutaan Tammiston tilan toimintaan. Teoriaosuudessa käsitellään myös asiakastyytyväisyyttä sekä palvelun laatua yleisesti, alan kirjallisuutta hyväksi käyttäen. Teoreettisen osuuden jälkeen tässä työssä tutustutaan tutkimuslomakkeen suunnitteluun ja luontiin, jonka jälkeen käsitellään ja analysoidaan tutkimustuloksia.

Asiakastyytyväisyyskysely toteutettiin kirjallisilla lomakkeilla, jotka jaettiin asiakkaille valmiiksi huoneisiin ja mökkeihin. Vastaukset palautettiin niihin tarkoitettuun laatikkoon Tammiston tilan vastaanotossa. Lomakkeiden jokaiseen kohtaan vastanneiden kesken arvottiin ilmainen yöpyminen aamiaisineen kahden hengen huoneessa Tammiston tilalla. Lomakkeen kysymykset laadittiin Tammiston tilan yrittäjän Anu Vaissin kanssa yhteistyössä. Tavoitteena oli saada vastauksia noin 80, jotta tutkimuksesta saisi laajan ja todenmukaisen kuvan. Tutkimuksen kohteena olivat suomalaiset täysi-ikäiset asiakkaat, jotka vierailivat Tammiston tilalla 15.6.2011–7.8.2011 välisenä aikana. Kyselylomakkeita oli jaossa 80 kappaletta ja hyväksytysti täytettyjä lomakkeita palautui 54 kappaletta. Vastauksia saatiin noin joka kolmannelta suomalaiselta matkailijalta. Tuloksissa tutkitaan asiakkaiden tyytyväisyyttä Tammiston tilaan ja käydään läpi saatua palautetta sekä kehittämisideoita. Samalla selvitetään, millainen on Tammiston tilan tyypillinen asiakas.

## 2 TYÖN TAVOITE, TARKOITUS JA KESKEISET TUTKIMUSONGELMAT

### 2.1 Tutkimuksen tavoitteet ja tarkoitus

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää asiakaskyselyn avulla Tammiston tilalla majoittuvien asiakkaiden tyytyväisyys henkilökuntaa ja palveluita kohtaan. Tutkimuksen rajaamisen vuoksi, tutkimuksen ulkopuolelle jätettiin Tammiston tilan kokous- ja juhlavieraat.

Tutkimuksessa saatavien tulosten avulla saadaan yleiskuva, miten asiakkaat kokevat Tammiston tilan palvelun laadun tason. Tutkimuksen toteuttamisessa käytetään kvantitatiivista lomakekyselyä. Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus toteutetaan yhteistyössä Tammiston tilan yrittäjän kanssa. Tutkimustulosten avulla Tammiston tilan henkilökunta näkee millä tasolla heidän palvelun laatunsa on asiakkaiden mielestä. Tutkimuksessa saatujen vastausten ja mielipiteiden avulla Tammiston tilalla voidaan kehittää liiketoimintaa asiakkaiden tarpeiden mukaan.

## 2.2 Keskeiset tutkimusongelmat

Tutkimuksen keskeisenä tutkimusongelmana on Tammiston tilan asiakkaiden tyytyväisyyden selvittäminen sekä mahdollisten parannuskeinojen löytäminen. Tässä opinnäytetyössä otetaan selvää asiakastyytyväisyyskyselyn avulla asiakkaiden tyytyväisyys Tammiston tilaa sekä palvelua kohtaan ja siten pyritään löytämään tehokkaimmat keinot Tammiston tilan kehittämiseen.

Tutkimus on usein kysymykseksi muotoiltu pohdittava asia, johon pyritään saamaan ratkaisu. (Heikkilä 2008, 14). Tämän tutkimuksen avulla pyrittiin saamaan vastaus seuraavaan kysymykseen: Miten tyytyväisiä Tammiston tilalla yöyvät asiakkaat ovat tilan toimintaan, palveluihin, asiakaspalveluun ja palvelun laatuun? Saatuani vastauksen tähän kysymykseen, tiedän mihin osa-alueisiin kaivataan parannuksia ja mitkä taas toimivat jo ennestään.

Tutkimuksen sivutuotteena tehdään myös Tammiston tilan asiakasprofiili. Asiakasprofiilin kautta Tammiston tilan yrittäjä näkee minkä tyyppiset asiakkaat majoittuvat siellä. Asiakasprofiilin kautta yritys voi sitten taas suunnitella erilaisia toimintatapoja yritykselle.

## 3 TAMMISTON TILA

Tammiston tilan juuret juontavat 1400-luvulle. Nykyinen päärakennus on rakennettu 1916 silloisen kylpylän majoitustarpeisiin. Talo ei kuitenkaan koskaan tässä tarkoituksessa palvellut, vaan tilan ensimmäinen isäntä osti tilan vain muutama vuosi rakennuksen valmistumisen jälkeen. Tila toimi 1980-luvulle asti viljelysmaatilana. Viimeiseen 20 vuoteen tilalla ei kuitenkaan enää ole ollut viljelystoimintaa. Nykyinen tilan emäntä Anu Vaissi on tilan tytär, joka palasi kotitilalleen keväällä 2008. Ennen nykyistä emäntää tilaa on emännöinyt Pirkko Nieminen, Anun äiti. Maatila-  
matkailutoiminnassa vanha emäntä Pirkko Nieminen on ollut alansa ensimmäisiä.

Ensimmäiset aamiaismajoitukset hän tarjosi jo 1980-luvulla. (Tammiston tilan www-sivut 2011.)

Tammiston tilalla on neljä huonetta sekä pihapiirissä kolme ulkorakennuksiin kunnostettua mökkiä. Huoneissa ei ole omia televisioita tai vessoja ja muutenkin varustetaso on pyritty pitämään melko vaatimattomana, jotta tilan tunnelma ei vahingoituisi. Huoneissa majoittuvilla asiakkailla on yhteiskäytössä kolme suihku- ja wc-tilaa sekä yhteiskeittiö ja oleskelu-/ruokahuone. Kahdessa mökissä on omat saunat ja yhdessä oma televisio. Mökeissä majoittujilla on käytössä myös omat pallogrillit, joiden sytytystarpeet kuuluvat hintaan. Huoneissa majoittuvat voivat käyttää päärakennuksen pihalla olevaa yhteistä grilliä.

Tilalla järjestetään myös erilaisia kokous- ja juhlapalveluja, mutta tässä tutkimuksessa on otettu huomioon vain majoittuvat asiakkaat. Kesällä suurin asiakaskunta Tammiston tilalle tulee majoitusasiakkaista, joten tässä tutkimuksessa on keskitytty vain heihin.

#### 4 PALVELUN OMINAISPIIRTEET

On hankala määrittää palvelua sen monimuotoisuuden ja aineettomuuden takia. Ylikosken (2000, 20) mukaan se voidaan kuitenkin määrittää seuraavasti: ”Palvelu on teko, toiminta tai suoritus, jossa asiakkaalle tarjotaan jotain aineetonta, joka tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti ja joka tuottaa asiakkaalle lisäarvoa; ajansäästöä, helpoutta, mukavuutta, viihdettä tai terveyttä.” Palveluissa palvelun tarjoaja on usein vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa. Nämä vuorovaikutustilanteet ovat tärkeitä vaikka osapuolet eivät niitä aina huomaakaan. (Grönroos 2009, 77.) Esimerkiksi siivottujen huoneiden siivotessa huoneita Tammiston tilalla, ei asiakas usein ole paikalla, joten vuorovaikutusta ei näin ollen synny, mutta asiakas saa siivotun huoneen.

Palvelu voidaan määrittää neljään eri ominaispiirteeseen, joiden kautta voi olla helpompaa ymmärtää palvelun käsitettä. Näitä keskeisiä ominaispiirteitä ovat palvelun



heterogeenisyys, aineettomuus, tuotannon ja kulutuksen samanaikaisuus sekä katoavuus. (Ramachandra, Chandrashekara & Shivakumar 2010, 5.)

Palvelutapahtumaan osallistuu useita eri henkilöitä, joten palvelu on aina ainutkertainen. Tämä tekee palveluista vaihtelevia eli heterogeenisia. Jokainen palvelu voi seuraavalla kerralla olla erilainen varsinkin, jos palvelun tuottaminen liittyy ihmisiin. Koska ihmisten mielialat ja tunteet sekä käyttäytyminen vaikuttavat palveluun, on palvelun laadun valvonta vaikeaa. Palvelun ollessa heterogeenista, voi asiakas jopa odottaa, että palvelu räätälöidään hänen tilanteeseensa sopivaksi. Vaihtelevuus ei siis välttämättä ole ongelma asiakkaalle. (Ylikoski 2000, 25.)

Aineettomuus palvelussa on palvelujen ominaispiirteistä tärkein ero tavaran ja palvelun välillä. Palvelua ei näin ollen voi haistaa, maistaa, nähdä, kokeilla, koskettaa ennen ostoa eikä sitä voi myöskään varastoida tai esitellä sellaisenaan. Kysynnän ta-soittaminen eri ajankohdille voi olla elintärkeää yrityksen jatkuvuuden kannalta, koska palvelun varastoiminen on mahdotonta. Palvelun kopioiminen toisesta kilpaillevasta yrityksestä on melko helppoa, sillä palvelua ei pysty patentoimaan. Myös hinnoittelu on vaikeaa, koska kustannusten määrittely ei ole yksiselitteistä. (Ylikoski 2000, 21–23.) Tammiston tilalla asiakas kohtaa henkilökuntaa muun muassa vastaanotossa ja aamiaisella, mutta asiakkaalle ei jää mitään konkreettista käyttämistään palveluista.

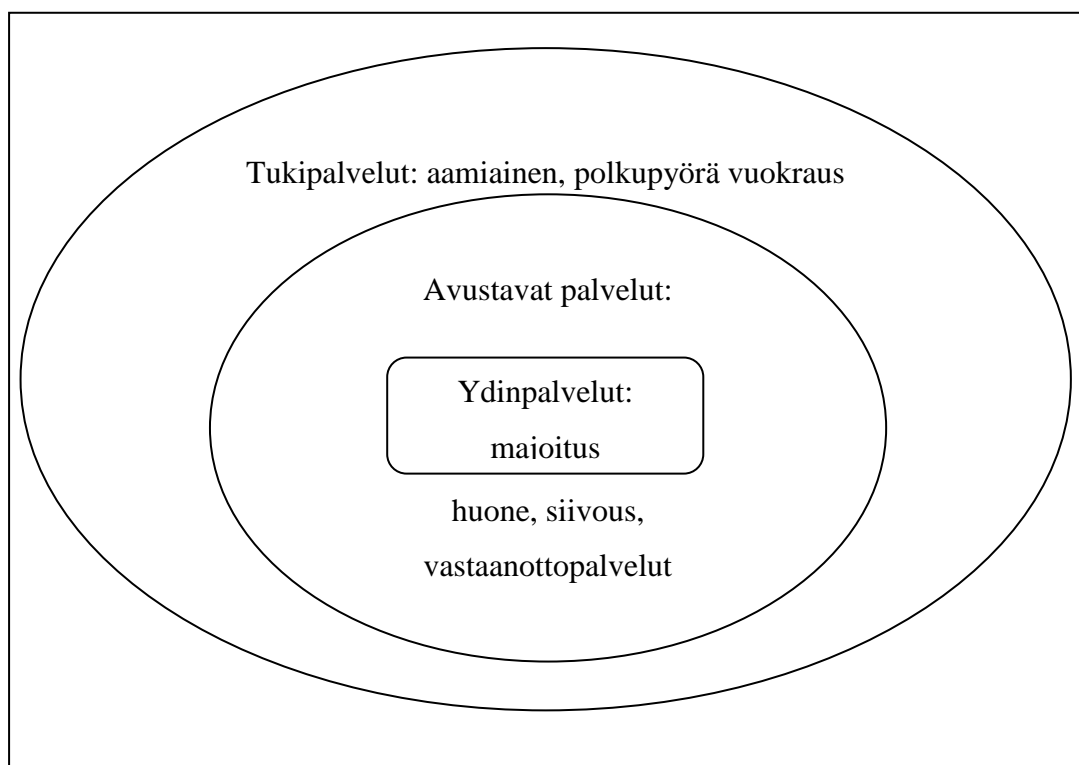
Keskeinen ominaispiirre on myös, että palvelu tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti. Palvelu syntyy palvelutapahtumassa eikä sitä ole ennalta olemassa. Asiakas osallistuu kertomalla toiveistaan ja odotuksistaan ja näin vaikuttaa palvelutapahtuman lopputulokseen. Myös muut asiakkaat vaikuttavat palvelutapahtumaan keskustellessaan kokemuksistaan, joten asiakkailta voi olla tiettyjä odotuksia palvelua kohtaan. (Ylikoski 2000, 24.)

Jokainen palvelutapahtuma on ainutkertainen. Palvelua ei voi varastoida, palauttaa tai myydä edelleen, koska palvelutapahtuman ulkopuolella sitä ei ole olemassa ja se katoaa kuluttamisen jälkeen. Eilen myymättä jäänyttä huonetta ei voi siirtää huomiselle tai ensi viikolle, koska majoitusliikkeissä huonekapasiteetti muuttuu päivittäin. (Ylikoski 2000, 26.)

#### 4.1 Kolme palvelun kerrosta

Grönroosin (2009, 227) mukaan palvelulla on kolme palveluryhmää, jotka ovat ydinpalvelut, avustavat palvelut ja tukipalvelut, kuten kuviosta 1 käy ilmi.

Ydinpalvelu on syy yrityksen markkinoilla oloon. Lisäpalveluja kutsutaan avustaviksi palveluiksi ja niitä tarvitaan usein jotta ydinpalveluja voitaisiin käyttää. Myös tukipalvelut ovat ydinpalvelun lisäpalveluja, mutta kuitenkin erilaisia kuin avustavat palvelut. Ne antavat lisäarvoa ydinpalvelulle tai mahdollisesti auttavat erottumaan kilpailijoiden tarjonnasta, mutta eivät kuitenkaan helpota ydinpalvelun kulutusta tai käyttöä. Avustavien ja tukipalveluiden välinen ero on joskus häilyvä riippuen tilanteesta. Joissakin tilanteissa avustava palvelu voi muuttua tukipalveluksi. Avustavat palvelutkin voivat olla kilpailukeinoja yrityksessä. Kuitenkin tukipalvelut ovat pelkästään kilpailukeinoja, jotka tekevät palvelusta kiinnostavamman ja ilman niitä ydinpalvelua voi käyttää. (Grönroos 2009, 224–225.)



Kuvio 1. Tammiston tilan peruspalvelupaketti Grönroosia mukailen (2009, 227.)

Kuten kuvioista 1 sivulla 10 käy ilmi, Tammiston tilan ydinpalvelu on majoitus. Jotta majoitusta on mahdollisuus käyttää ja tarjota asiakkaalle, tarvitaan avustavia palveluja. Ilman avustavia palveluja palvelun kokonaisuudelta putoaa pohja pois. Tammiston tilalla tällaisia avustavia palveluja ovat esimerkiksi huone, siivous ja vastaanoton palvelut. Avustavia palveluja voidaan käyttää myös kilpailukeinoina. Tammiston tilalla tällaisia kilpailukeinoja voivat olla esimerkiksi huoneen tavallisesta suurempi koko tai henkilökunnan tarjoaman palvelun poikkeuksellisen hyvä laatu. Usein suuret majoitusliikkeet tarjoavat useita tukipalveluja. Tammiston tila on kuitenkin pieni yritys, joten tukipalvelujakin on melko vähän muun muassa aamiainen sekä polkupyörien vuokraus.

#### 4.2 Palvelun laatu

Palvelu on ilmiönä monimutkainen. Palveluille on esitetty runsaasti määritelmiä 1960-, 1970- ja 1980-luvuilla. Niissä on tarkasteltu pääasiassa vain niin kutsuttuja palveluyritysten tarjoamia palveluja. Lopullisesta määritelmästä ei ole päästy yksimielisyyteen, mutta keskustelu on kuitenkin laantunut 1980-luvun jälkeen. (Grönroos 2001, 78–79.)

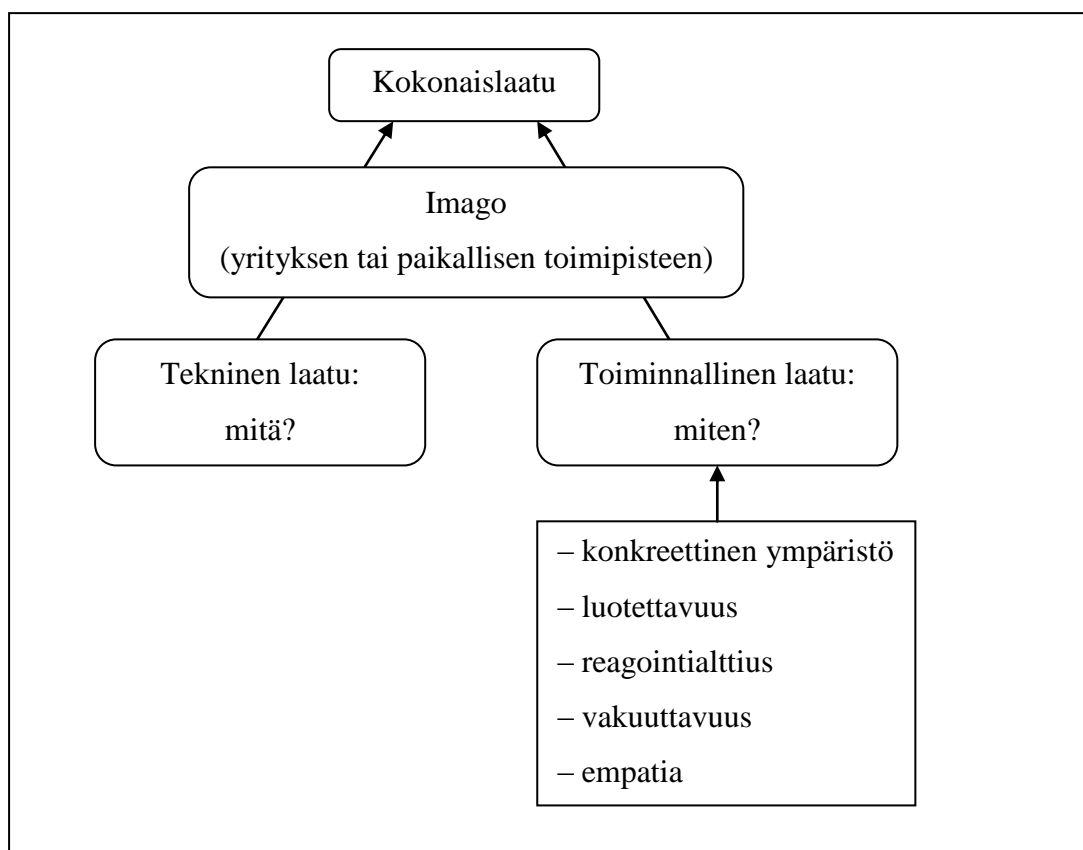
Palvelun laadun monimutkaisuutta Grönroos perustelee lainaamalla Buzzellia ja Galea (1987), jotka määrittelevät sen seuraavasti: ”laatu on mitä tahansa, mitä asiakkaat sanovat sen olevan ja tietyn tuotteen tai palvelun laatu on mitä tahansa, miksi asiakas sen kokee” (Grönroos 1994, 60).

Palvelun laadusta tekee omakohtaisen kokemuksen se, että niin monet tekijät vaikuttavat asiakkaan kokemukseen palvelun laadusta. Palveluyrityksien päämääränä on hyvä laatu, jota he tavoittelevat. Hyvän laadun tavoittelu on jatkuvan oppimisen ja kehittämisen kohde. Palvelun laatu ei näin ollen koskaan ole valmis, vaan koko ajan aktiivisessa ja jatkuvassa muutoksessa oleva. (Lämsä & Uusitalo 2002, 22.) Palvelun laatu jättää paljon tilaa ihmisten omille kokemuksille, arvomaailmaan ja mielenkiintoon pohjautuville näkemyksille. Ensimmäinen pitää tuttavallisesta asiakaspalvelusta, toinen taas enemmän ylellisestä kohtelusta kun kolmas mieltää viihteellisen asia-

kaspalvelun miellyttävimmäksi. Toisille asiakaspalvelu ei ole lainkaan yhtä tärkeää kuin halpa hinta. (Reinboth 2008, 96.)

#### 4.2.1 Laadun ulottuvuudet

Grönroosin (2001, 100–101) mukaan palvelun laadulla, jonka asiakkaat kokevat on kaksi ulottuvuutta, lopputulosulottuvuus (tekninen) ja prosessitulottuvuus (toiminnallinen). Kuviossa 2 on nähtävillä nämä kaksi ulottuvuutta, joista tekninen laatu on se, mitä asiakas saa ja toiminnallinen laatu se, miten hän sen saa.



Kuvio 2. Kaksi palvelun laatu-ulottuvuutta sekä viisi laadun osa-aluetta Grönroosia, Parasuramania, Zeithamlia ja Berrya mukaillen (Grönroos 2009, 102–103 ja 115–116.)

Hotellivieras saa huoneen ja sängyn ja ne ovatkin tämän palveluprosessin lopputulos ja kuuluvat luonnollisesti asiakkaan laatukokemukseen. Todellisuudessa tekninen

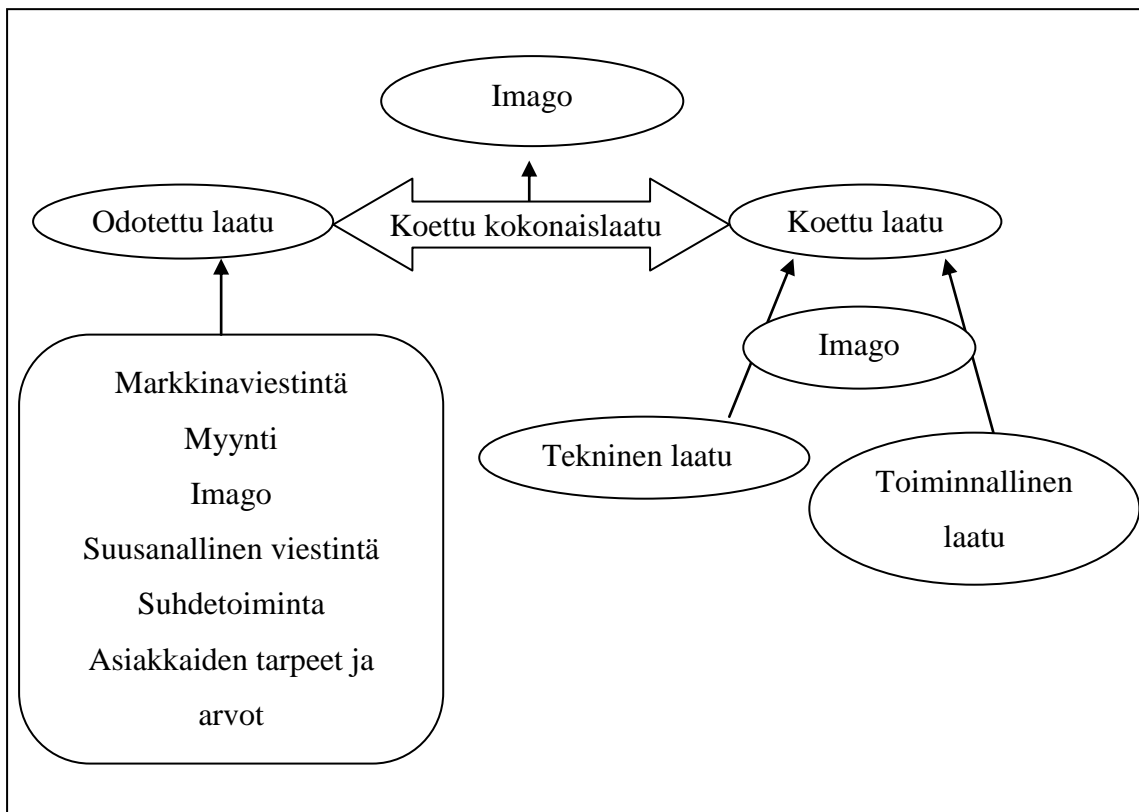
laatu (mitä) on vain laadun yksi ulottuvuus, joka ei ota huomioon ostajan ja myyjän käymää vuorovaikutusta. Ennen lopputulosta myyjän ja ostajan välillä on vuorovaikutusta sekä menestyksellisesti tai epäonnistuneesti tapahtuvia totuuden hetkiä. (Grönroos 2009, 100–101.)

Totuuden hetket ovat laatukokemuksen kannalta ratkaisevia. Ne ovat tilanteita, joissa asiakas on vuorovaikutuksessa palveluntarjoajan resurssien ja toimintatapojen kanssa. Palveluntarjoajalla on tilaisuus osoittaa asiakkaalle tässä ja nyt tarjoamiensa palvelujen laatu. Se on tilanne, joka menee nopeasti ohi ja näin ollen mahdollisuus lisätä arvoa palvelun laatuun menetetään. Totuuden hetkeä ei voi jälkikäteen korjata vaan sitä varten on luotava uusi totuuden hetki. Palvelun tuotanto- ja toimitusprosessi tulee suunnitella ja toteuttaa niin, ettei yksikään totuuden hetki epäonnistu, jos näin kuitenkin käy on palvelun laadussa ongelmia ja etenkin prosessin toiminnallinen laatu kärsii. (Grönroos 2009, 111.)

Kuten kuvioista 2 sivulla 12 voidaan todeta, myös prosessin toiminnallinen laatu (miten), eli kuinka tuote tai palvelu asiakkaalle toimitetaan vaikuttaa laatukokemukseen. Esimerkiksi majoitusliikkeen saavutettavuus, vastaanottovirkailijan ulkoinen olemus, käyttäytyminen, puhe sekä tapa hoitaa työtehtävänsä vaikuttavat asiakkaan palvelusta muodostamaan käsitykseen. (Grönroos 2009, 101.)

#### 4.2.2 Koettu kokonaislaatu

Kuviossa 3 sivulla 14 näkyy miten koettu laatu ja odotettu laatu johtavat yhdessä koettuun kokonaislaatuun. Laatu on hyvä, kun asiakkaan kokema laatu ja hänen odotukset eli odotettu laatu ovat yhtäläisiä. Jos asiakkaan odotukset ovat liian korkealla, koettu kokonaislaatu on alhainen, vaikka laatu olisikin hyvää. (Grönroos 2009, 105.)



Kuvio 3. Koettu kokonaislaatu (Grönroos 2009, 105.)

Odotettu laatu muodostuu monesta eri osatekijästä, kuten kuvioista 3 käy ilmi. Markkinointiviestintä sekä myynninedistäminen on suoraan yrityksen valvonnassa. Imago, suusanallista viestintää ja suhdetoimintaa yritys voi valvoa vain epäsuorasti. Ne muodostuvat pääosin yrityksen aikaisemmasta menestyksestä, mutta niihin voidaan vaikuttaa myös ulkopuolelta. Asiakkaan odotuksiin vaikuttaa myös asiakkaan tarpeet sekä arvot. (Grönroos 2009, 105–106.)

Kuviossa 3 kuvattu koetun kokonaislaadun malli osoittaa, että asiakkaan odotuksilla on suora vaikutus asiakkaan laatukokemuksiin. Yrityksen luvatta liikoja asiakkaan odotukset nousevat lupauten mukaan liian korkealle. Lupauten ja odotusten ollessa epäsoinnussa keskenään asiakas voi kokea saavansa heikkoa laatua, vaikka laadun taso olisi yhä korkea. Asiakkaan odotuksia voidaan kuitenkin hallita esimerkiksi markkinoinnin kautta. Jotta yritys ei mene antamaan lupauksia, joita se ei voi pitää, on tärkeää olla varovainen markkinoinnin suunnittelussa. Yrityksen kannalta on parempi luvata liian vähän ja sitten täyttää asiakkaan odotukset. Näin yrityksellä on

mahdollisuus myös ylittää odotukset ja edistää asiakasuskollisuutta sekä uusintaostalttiutta. (Grönroos 2009, 106.)

Vaarana on kuitenkin, että asiakkaan liian matalat odotukset voivat tehdä tuotteesta niin epähoukuttelevan, että sitä ei edes haluta kokeilla. On tärkeää tuntea asiakkaan odotukset hyvin, jotta voidaan tarjota palvelua joka täyttää odotukset ja mikä koetaan laadukkaana. (Lämsä & Uusitalo 2002, 51.) Tammiston tilan tulisi antaa realistinen kuva asiakkaille majoituksesta sekä palvelun laadusta, jotta maksimoidaan asiakkaiden tyytyväisyys. Tuotetta aliarvioimalla voi asiakas valita toisen yrityksen. Yliarviointi taas saattaa johtaa asiakkaan pettymykseen ja näin ollen yritys joutuu huonoon kuvaan asiakkaan edessä. Tutkimustulosten avulla Tammiston tila voi kehittää markkinointiaan oikealle tasolle, jotta asiakkaille välittyisi todenmukainen kuva yrityksestä.

## 5 ASIAKASTYYTYVÄISYYS JA PALVELUN LAATU

Monen matkailuyrityksen tärkein kilpailukeino on asiakastyytyväisyys. Asiakastyytyväisyyden muodostumisessa avainasemassa on asiakkaasta välittäminen. Tyytyväiset asiakkaat ostavat todennäköisesti tuotteen uudelleen, joten se tekee asiakastyytyväisyyden saavuttamisen tärkeäksi. Tyytyväiset asiakkaat myös kertovat hyvästä tuotteesta muille asiakkaille ja vaikuttavat näin heidän ostopäätöksiinsä. Tyytyväisten asiakkaiden vaikutus heijastuu myös esimerkiksi yrityksen myyntituloksissa, kun tyytyväiset asiakkaat aiheuttavat vähemmän markkinointikustannuksia. (Lahtinen & Isoviita 2001, 81.)

Asiakas on motivoitava ostamaan palvelutuotetta, joten asiakastyytyväisyyskin toimii yritykselle vain välitavoitteena. Asiakkaan ollessa juuri ja juuri tyytyväinen voidaan puhua merkitsemättömästä tai välinpitämättömästä asiakastyytyväisyydestä. Välinpitämätönkin asiakas voidaan saada pysymään asiakkaana, mikäli asiakas on edes jokseenkin tyytyväinen. Nämä asiakkaat eivät suosittelle palvelun tarjoajaa, mutta eivät myöskään välitä kielteisiä viestejä. Asiakkaiden tyytyväisyys näkyy ostous-

kollisuutena, mikäli he kiintyvät yritykseen. Negatiivista kuvaa yrityksestä ryhtyvät tässä tapauksessa antamaan asiakkaat, jotka ovat tyytymättömiä kokemaansa palveluun ja näin ollen kieltäytyvät tai luopuvat yrityksestä. (Lahtinen & Isoviita 2001, 81–82.)

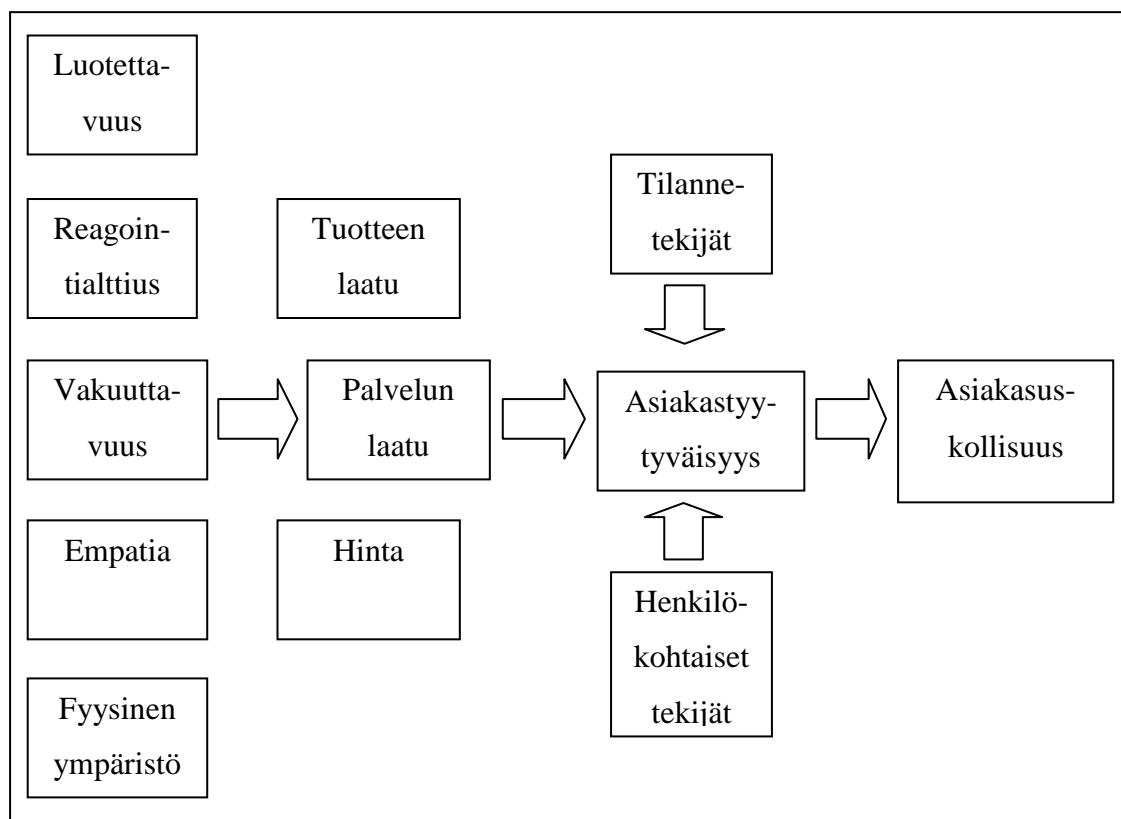
Yrityksen toiminnan kulmakivenä ovat tyytyväiset asiakkaat, joten asiakastyytyväisyys on näin ollen yksi tärkeimmistä kulmakivistä yrityksessä. Kilpailijoiden on vaikea saavuttaa kilpailullista etumatkaa, jos yritys näkee erityistä vaivaa asiakkaidensa palvelemisessa. Asiakastyytyväisyyden tärkein seikka on, että asiakas kokee yrityksen huolehtivan ja välittävän tarpeistaan. (Rautiainen & Siiskonen 2005, 166.) Työskennellessäni Tammiston tilalla huomasin, että yrityksessä on aina pidetty tärkeänä, että asiakkaat tuntevat itsensä tervetulleiksi ja että asiakkaat viihtyvät lämminhenkinessä ympäristössä yhtä hyvin kuin yrittäjä itse on viihtynyt nuoruusvuosiensa aikana.

Tyytyväiset asiakkaat käyttävät tulevaisuudessa samaa palvelua uudelleen ja näin ollen luovat asiakasuskollisuutta. Pienten yritysten keskeisimpiä tavoitteita onkin asiakassuhteiden säilyminen. Monet eri tekijät vaikuttavat asiakasuskollisuuden syntymiseen. Eräs tekijöistä on tietenkin asiakastyytyväisyys. Muita vaikuttavia tekijöitä ovat muun muassa asiakkaan osaaminen ja tietotaito ostotilanteessa, asiakkaan kulttuuriin liittyvät tekijät sekä ideologiset ja psykologiset tekijät. Tuotteen tai palvelun uusintatukseen voi vaikuttaa myös asiakkaasta itsestään riippumattomat tekijät, esimerkiksi taloudelliset, tekniset, maantieteelliset, lailliset ja ajalliset tekijät. (Komppula & Boxberg 2002, 62–63.) Asiakkaat jotka ovat tyytyväisiä tilaan ja palveluun, kertovat kokemuksistaan muille ja tulevat itsekin todennäköisesti uudestaan. Tammiston tila on pieni yritys, joten asiakasuskollisuus on entistä tärkeämmässä roolissa kuin suurempien majoitusliikkeiden.

Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tuotteen tai palvelun ominaisuudet, havainnot itse tuotteesta, tuotteen tai palvelun hinta sekä asiakkaan tarpeet ja odotukset. Myös asiakkaan mielentila, oma tunne-elämä sekä eri tilannetekijät voivat vaikuttaa tyytyväisyyteen. Asiakastyytyväisyys muodostuu palvelussa palvelun eri osatekijöiden arvioinnista. Vertaamalla tuotteen hintaa koettuun palvelun laatuun asiakas voi laatia hänen kokemansa tyytyväisyysasteen. (Zeithaml & Bitner 2003, 85–86.)



Zeithamlin & Bitnerin mukaan asiakastyytyväisyydellä voidaan käsittää laajoja kokonaisuuksia, kun taas palvelun laatu keskittyy vain tarkastelemaan palvelun ulottuvuuksia. Näin ajatellen palvelun laatu on yksi asiakastyytyväisyyden osatekijä. Näiden kahden käsitteen suhdetta on esitelty kuviossa 4.



Kuvio 4. Asiakkaan käsitykset laadusta ja asiakastyytyväisyys (Zeithaml & Bitner 2003, 85.)

Asiakkaan arvio palvelun luotettavuudesta, reagointialttiudesta, vakuuttavuudesta, empatiasta ja fyysisestä ympäristöstä muodostaa palvelun laadun, kuten kuviosta 4 käy ilmi. Asiakastyytyväisyyden sisältö on taasen paljon laajempi käsitys. Se muodostuu palvelun laadusta, tuotteen laadusta ja hinnasta kuin myös tilannetekijöistä että asiakkaan henkilökohtaisista tekijöistä. Nämä yhdessä muodostavat asiakastyytyväisyyden, joka puolestaan edistää asiakasuskollisuutta. (Zeithaml & Bitner 2003, 85–86.)

Edellä olevan teorian pohjalta voidaan ajatella, että Tammiston tilan asiakkaiden tyytyväisyyteen vaikuttavat monet tekijät laadukkaan palvelun ja tuotteen lisäksi, kuten hinta, tilannetekijät ja asiakkaan henkilökohtaiset tekijät. Tutkimalla näitä tekijöitä ja pyrkimällä vaikuttamaan niihin voidaan saada tyytyväisempiä asiakkaita, kuitenkin ottaen huomioon, että henkilökohtaisiin tekijöihin tai tilannetekijöihin ei voida suoraan vaikuttaa.

Palvelun laatu on asiakkaan oma kokemus saamastaan palvelusta. Kuviosta 4 sivulla 17 käy ilmi kokemus palvelun laadusta muodostuu palvelun luotettavuudesta, reagoivaisuudesta, vakuuttavuudesta, empatiasta ja fyysisestä ympäristöstä Zeithamlin ja Bitnerin mukaan.

Luotettavuus tarkoittaa yrityksen kykyä tuottaa palvelu lupauksen mukaisesti. Asiakas voi näin ollen luottaa yritykseen esimerkiksi toimitusta, palvelua ja hinnoittelua koskevilla asioilla. Asiakkaat haluavat asioida yritysten kanssa, jotka pitävät lupauksensa, erityisesti lupaukset koskien palvelun tuloksia ja ydinpalvelun ominaisuuksia ovat tärkeitä. Tämä onkin tutkimusten mukaan tärkein palvelun laadun viidestä osatekijästä. (Zeithaml & Bitner 2003, 95–97.)

Reagoivaisuus tarkoittaa henkilökunnan halua auttaa asiakasta ja tarjota palvelua oikeaan aikaan ja nopeasti. Asiakkaalle reagoivaisuus välittyy ajasta jonka he joutuvat odottamaan vastausta tai apua. Reagoivaisuudessa tärkeää on myös kyky räätälöidä ja joustaa palvelussa asiakkaan tarvitsemalla tavalla. Hidas asiakaspalvelu huonontaa asiakkaan kuvaa yrityksen reagoivaisuudesta ja vaikuttaa näin omalta osaltaan negatiivisesti asiakastyytyväisyyteen. (Zeithaml & Bitner 2003, 97.)

Vakuuttavuus on määritelty työntekijän kokemuksella ja ammattitaidolla, kohteliaisuudella sekä uskottavuudella työssään. Vakuuttavuus voidaan liittää koko yritykseen tai vain yksittäiseen asiakaspalvelijaan, joka palvelemalla asiakasta edustaa yritystä. Yritys voi pyrkiä muodostamaan luottamuksen asiakkaan ja koko yrityksen välille tai vain tietyn asiakaspalvelijan välille, tilanteesta riippuen. (Zeithaml & Bitner 2003, 97.) Tammiston tilalla on töissä yrittäjän lisäksi kesäkaudella yksi kesätyöntekijä, joten vakuuttavuus on suurilta osin kiinni yrittäjästä itsestään. Palkatesaan kesätyöntekijää yrittäjän tulee ottaa huomioon, että työntekijä on samoilla lin-

joilla hänen kanssa. Näin yrityksestä voidaan luoda vakuuttava ja johdonmukainen kuva asiakkaalle.

Empatia määritellään huolehtivalla yksilöllisellä huomiolla, jota yritys tarjoaa asiakkaalleen. Tavoite on saada asiakas tuntemaan itsensä ainutlaatuiseksi ja tärkeäksi yksilöksi. Pienille yrityksille empatia antaa merkittävän kilpailuedun suuria ketjuja vastaan, sillä asiakkaat voidaan tunnistaa ja tiedetään heidän tarpeensa. (Zeithaml & Bitner 2003, 98.) Työskennellessäni Tammiston tilalla kesällä 2010 huomasin, että Tammiston tila on juuri tällainen pieni yritys, jossa asiakkaat huomioidaan yksilöinä ja kunnioitetaan asiakasuskollisuutta.

Fyysinen ympäristö tarkoittaa fyysisten tilojen, tarvikkeiden ja henkilökunnan ominaisuuksia. Fyysiset palvelut ovat tärkeitä, koska uudet asiakkaat arvioivat yritystä juuri fyysisten ominaisuuksien kautta. Fyysinen ympäristö viestii asiakkaalle myös palvelun laadusta, joten erityisesti esimerkiksi majoitusliikkeissä tulee panostaa tähän, koska asiakas käy paikan päällä kuluttamassa palvelun. (Zeithaml & Bitner 2003, 98.)

Tuotteen laatu, hinta, tilannetekijät ja henkilökohtaiset tekijät vaikuttavat asiakkaan tyytyväisyyteen edellä mainittujen viiden palvelun laadun tekijän lisäksi (kuvio 4 sivulla 17). Palvelutuotteen laatua arvioidessa asiakas kiinnittää huomiota huoneen viihtyisyyteen, henkilökunnan ammattitaitoon ja huoneen hintaan. Erityyppisissä palveluissa asiakkaat arvostavat eri asioita. (Zeithaml & Bitner 2003, 92.)

Tilannetekijät voivat tarkoittaa esimerkiksi kiirettä, säätilaa tai muita asiakkaita (Lämsä & Uusitalo 2002, 62). Tammiston tilalla asiakkaan tyytyväisyystasoon vaikuttavia tekijöitä voivat olla esimerkiksi liikenneruuhka saavuttaessa tai metelöivät asiakkaat viereisessä huoneessa.

Henkilökohtaisia tekijöitä ovat asiakkaan omat tunnetilat ja asenteet. Hyvällä tuulella oleva asiakas tekee hyviä arvioita, kun taas huonolla tuulella oleva saattaa ylireagoida ja suhtautua negatiivisesti saamaansa palveluun joka tapauksessa. (Zeithaml & Bitner 2003, 93.)

Yrityksen toiminnassa on tärkeää huomioida asiakkaan laatukäsityksen ja tuotteen hinnan välinen suhde. Palvelukokemuksen tulee vastata asiakkaan maksamaa hintaa. (Lämsä & Uusitalo 2002, 63.) Tammiston tilaa koskevassa kyselyssä on tuotteen hintaa mitattu kysymällä asiakkaan mielipidettä majoituksen hinta-laatu – suhteesta.

Tulee kuitenkin huomioida, että jotkut tyytyväisetkin asiakkaat voivat vaihtaa yritystä vaihtelun tai halvempien hintojen vuoksi. Ja taas osa tyytymättömistä asiakkaista ei usko tilanteen paranevan vaihtamalla yritystä, tai tyytymättömyys tuotteeseen ei ole tarpeeksi tärkeää. (Storbacka & Lehtinen 2006, 102.)

## 6 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Yritykset tarvitsevat tietoa asiakkaiden mielipiteistä ja odotuksista eli asiakaspalautetta, jotta yrityksen toimintaa voitaisiin kehittää asiakaslähtöisesti. Ajankohtaista palautetta saadaan toteuttamalla asiakastyytyväisyyskyselyitä säännöllisesti. Asiakastyytyväisyystutkimuksissa halutaan selvittää laajasti asiakkaan mielipiteitä palvelua ja tuotteita kohtaan, kuten esimerkiksi palvelutilanteet, asiantuntevuus ja tilat. Jotta voidaan kehittää yrityksen toimintaa, on tärkeää kartoittaa myös asiakkaan tarpeet ja toiveet. Näillä vastauksilla yritys ja työntekijät voivat asettaa itselleen tavoitteita ja suunnitella tulevaisuutta. (Aarnikoivu 2005, 67.)

Asiakastyytyväisyystutkimuksen avulla on tärkeää selvittää miten asiakastyytyväisyyttä pystytään jatkossa nostamaan, mutta myös saada selville asiakkaiden tyytyväisyys, toiveet ja odotukset. Asiakasuskollisuuteen ja yrityksen liikevaihtoon voi olla merkittävä yhteys asiakastyytyväisyyden tasolla. (Zeithaml & Bitner 2003, 91.)

Tutkimuksen on tarkoitus selvittää Tammiston tilan asiakkaiden tyytyväisyys Tammiston tilan palveluita ja henkilökuntaa kohtaan. Tarkoitus on selvittää vastaavako palvelut asiakkaiden tarpeita sekä koetaanko henkilökunta ystävälliseksi ja ammattitaitoiseksi. Tutkimuksella pyritään myös selvittämään mitä muutoksia asiakkaat toivovat Tammiston tilan tuotteisiin ja palveluihin.

## 6.1 Tutkimustavan valinta

Johtopäätökset aiemmista tutkimuksista, aiemmat teoriat, hypoteesien esittäminen, numeerinen mittaaminen, koehenkilöiden otanta, aineiston käsitteleminen tilastollisesti sekä päätelmien teko tilastolliseen analysointiin perustuen ovat keskeisiä määrittämissä eli kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Laajoja aineistoja tutkiessa käytetään kvantitatiivista tutkimusta. (Hirsijärvi 2005, 131.)

Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla voidaan selvittää kysymyksiä, jotka liittyvät lukumääriin ja prosentuaalisiin osuuksiin, joten sitä voidaan nimittää myös tilastolliseksi tutkimukseksi. Myös asioiden välisiä riippuvuuksia ja tutkittavassa asiassa tapahtuneita muutoksia voidaan mitata sen avulla. Kvantitatiivinen tutkimus edellyttää kuitenkin suurta otantaa. Asioita kuvataan numeerisin suurein ja niitä voidaan havainnollistaa taulukoiden ja kuvioiden avulla. (Heikkilä 2008, 16.) Palvelun laatua ja asiakastytyväisyyttä Tammiston tilalla käsittelevässä tutkimuksessa oli tärkeää saada vastauksia mahdollisimman laajasta joukosta. Kvantitatiivinen tutkimus antaa parhaiten vastauksen tässä työssä asetettuun tutkimusongelmaan. Vaihtoehtoinen tutkimusmenetelmä voisi olla laadullinen eli kvalitatiivinen menetelmä, mutta tämän kaltaisessa tutkimuksessa oli luontevaa käyttää kvantitatiivista tutkimusmenetelmää.

Kvantitatiivisen tutkimuksen yksi muodoista on survey-tutkimus, jossa kerätään tietoa standardoidussa muodossa joukolta ihmisiä. Sillä tarkoitetaan kyselyn, haastattelun ja havainnoinnin muotoja, jossa kysymykset esitetään kaikille vastaajille täysin samalla tavalla. Survey-tutkimuksen tyyppejä on käytössä monia kuten esimerkiksi kysely, haastattelu ja havainnointi. (Hirsijärvi 2005, 125, 182.) Tammiston tilan asiakastytyväisyyskyselyssä on käytetty survey-tutkimuksen muodoista kyselytutkimusta, joka toteutettiin jaettavien kyselylomakkeiden avulla. Kyselylomake saatekirjeineen on tämän opinnäytetyön lopussa liitteenä yksi.

## 6.2 Kyselylomakkeen laadinta

Onnistuneen tutkimuksen tärkeimpiä tekijöitä on huolellinen kyselylomakkeen suunnittelu. Tutkimustulos voi jopa vääristyä tai johtaa väärintymmärryksiin tutkimukseen

vastatessa jos kysymykset on huonosti muotoiltu. Ennen lomakkeen laadintaa tulee tutustua alan kirjallisuuteen, täsmentää tutkimusongelma ja – tavoite sekä miettiä miten aineistoa aiotaan tutkimuksessa käsitellä. (Heikkilä 2008, 47.)

Tutkimuslomakkeen laatimiseen sisältyy useita vaiheita. Tutkittavat asiat tulee nime-  
tä huolella, jotta selvennetään mitä halutaan tutkia. Lomakkeen rakenteen suunnitte-  
lussa sekä kysymysten ja vastausvaihtoehtojen muotoilussa tulee miettiä, miten tark-  
koja vastauksia halutaan ja toisaalta kuinka tarkkoja tietoja on mahdollisuus saada.  
Kysymysten suunnittelu ja muotoilu tulee tehdä tarkasti sillä kysymysten muoto on  
yksi suurimmista virheiden aiheuttajista. Lomake tulee tämän jälkeen testata esimer-  
kiksi kohdejoukon edustajilla. Tärkeää on, että testiryhmä pyrkii selvittämään vasta-  
usvaihtoehtojen sisällöllisen toimivuuden, kysymysten ja ohjeiden selkeyden sekä  
lomakkeen vastaamisen raskauden. Testausten jälkeen lomakkeen rakenteeseen, ky-  
symysten järjestykseen, muotoiluihin sekä vastausvaihtoehtoihin tehdään tarpeelliset  
muutokset. Jos korjauksia on paljon, on lomake hyvä testata uudelleen. Tarvittavien  
korjausten jälkeen on lopullinen lomake valmis jaettavaksi kohderyhmälle. (Heikkilä  
2008, 47–48.)

Tämän tutkimuksen tutkimuslomakkeen suunnittelu alkoi Tammiston tilan yrittäjän  
Anu Vaissin kanssa käydystä keskustelusta, jossa selvitettiin mitä lomakkeella halu-  
taan tutkia. Pohdimme myös kyselyn pituutta, jotta varmistaisimme mahdollisimman  
suuren vastaus määrän sekä käytettävää asteikkoja, jossa päädyimme käyttämään täy-  
sin samaa mieltä – täysin eri mieltä asenneasteikkoja. Tämän jälkeen halutut kysy-  
mykset muotoiltiin, jotta saatiin tilaajan toivoma tiivis, mutta kattava kysymysloma-  
ke. Lomake testattiin muutamalla tutkijan lähipiiriin kuuluvilla henkilöillä. Lomake  
meni jakeluun Tammiston tilalle muutamien korjausten jälkeen.

Tutkimuksen kyselylomake (Liite 1) oli yhteensä kolmisivuinen sisältäen saatekir-  
jeen sekä arvontaosion, joten itse kyselylomake oli noin kahden sivun pituinen. En-  
simmäisellä sivulla oli lyhyt saatekirje, jossa oli tutkimuksen lyhyt esittely sekä muut  
tarvittavat tiedot kyselystä. Lisäksi ensimmäisellä sivulla oli yleisiä kysymyksiä kos-  
kien asiakkaiden taustatietoja asiakasprofiilia varten.

Tutkimuksen kyselylomakkeen (Liite 1) ensimmäisen sivun lopussa sekä toisella ja kolmannella sivulla oli strukturoituja kysymyksiä viidellä eri vastausvaihtoehdolla (täysin samaa mieltä, jokseenkin samaa mieltä, jokseenkin eri mieltä, täysin eri mieltä, en osaa sanoa) koskien Tammiston tilan palveluympäristöä, huoneita/mökkejä, aamiaista, hinta-laatu – suhdetta, henkilökuntaa sekä asiakaspalvelua. Kolmannella sivulla, tutkimuksen lopussa, oli mahdollisuus vapaaseen sanaan kohdassa ”ruusut ja risut sekä terveiset henkilökunnalle”.

### 6.3 Asiakastytyväisyys tutkimus Tammiston tilalla

Lomakkeita jaettiin Tammiston tilan majoittuville suomalaisille asiakkaille noin kahdeksan viikon ajan. Kyselylomaketta, joka on liitteenä yksi, jaettiin Tammiston tilan yrittäjän sekä kesätyöntekijän toimesta asiakkaiden huoneisiin ja mökkeihin ennen asiakkaiden saapumista. Lomakkeet palautettiin vastaanotossa olevaan palautuslaatikkoon. Tutkimustuloksen kattavuuden vuoksi tavoitteena oli saada noin 80 vastausta, mutta johtuen Tammiston tilan melko pienestä majoituskapasiteetista sekä Turun kulttuuripääkaupunki vuodesta (paljon enemmän kansainvälisiä asiakkaita muihin vuosiin verrattuna) täytettyjä lomakkeita tuli vain 54. Suomalaisten kävijöiden määrä kyselyn aikana oli noin 150 seuruetta, joten vastaajia oli noin yksi kolmasosa.

Tutkimuksessa saaduista 54 vastauksesta ei hylätty yhtään. Kaikissa vastauksissa oli täytetty jokainen kohta huolellisesti. Tämä saattaa johtua siitä, että kysely oli melko tiivis ja selkeä sekä vastaajien oli mahdollisuus osallistua arvontaan. Arvonta suoritettiin yhdessä yrittäjän Anu Vaissin kanssa ja voittajalle ilmoitettiin puhelimitse henkilökohtaisesti. Majoituslahjakortti oikeuttaa yöpymiseen kahden hengen huoneessa Tammiston tilalla kesällä 2012.

Täytettyjä kyselylomakkeita käsiteltiin luottamuksellisesti ja vastaajien henkilötiedot eriteltiin kyselystä ennen vastauksiin perehtymistä. Henkilötiedot tuli täyttää arvontaa varten, mutta ne eriteltiin kyselystä, joten yhteyttä ei voi löytää vastausten ja yhteystietojen välille. Yhteenvedot tuloksista tehtiin Excel-taulukko-ohjelmalla. Nämä

yhteenvedot ja taulukot esitellään tutkimusraportissa osana tutkimustuloksia. Tutkimustulokset ilmoitetaan kappalemäärinä, koska vastauksia oli suhteellisen vähän.

## 7 TUTKIMUKSEN TULOKSET

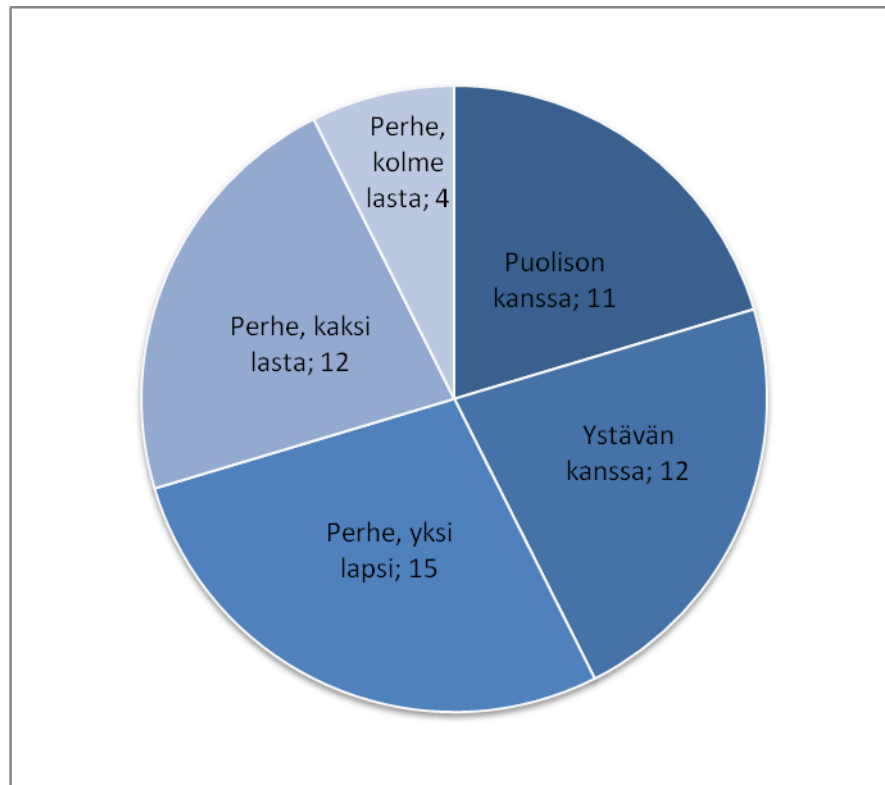
Tutkimusta varten suunniteltiin paperinen kyselylomake (Liite 1), johon Tammiston tilalla kesällä 2011 majoittuneet suomenkieliset asiakkaat vastasivat. Asiakastytyväisyyskysely toteutettiin Tammiston tilalla aikavälillä 15.6.2011–7.8.2011. Kyselylomakkeita oli jaossa 80 kappaletta. Täytettyjä kyselylomakkeita palautettiin kaikkiin 54 kappaletta. Vastausmääräksi saatiin noin yksi kolmasosa. Tässä luvussa esitellään Tammiston tilalla tehdyn asiakastytyväisyystutkimuksen tulokset kysymys kerrallaan. Tuloksia havainnollistavat taulukot on tehty Microsoft Excel – taulukkolaskentaohjelmalla.

### 7.1 Taustatiedot

Segmentoinnin lähtökohtana ovat asiakkaiden erilaiset tarpeet ja arvostukset sekä yrityksen tapa toimia markkinoilla. Ammattia, ikää, perhesuhdetta, asuinpaikkaa, sukupuoli, tulotasoa ja koulutustasoa eli demografisia tekijöitä käytetään usein segmentointiperusteina. Yhteistä näille tekijöillä on se, että ne ovat mitattavissa olevia sekä objektiivisia. (Leppänen 2009, 101–102, 150–151.) Kyselylomakkeen taustatietoja tutkivien kysymysten avulla on selvitetty Tammiston tilan asiakasprofiili segmentoinnin kautta, eli keitä nämä asiakkaat ovat.

Tammiston tilan asiakkaat voitiin segmentoida sen mukaan kenen kanssa he olivat majoittumassa. Suurimmaksi segmentiksi muodostui perheen kanssa majoittuvat, sillä heitä oli tutkimustulosten mukaan 31 vastaajaa, kuten kuviosta 5 sivulla 25 voideta. Ystävän kanssa matkasi 12 vastaajaa ja puolison kanssa 11 vastaajaa. Kukaan kyselyyn vastanneista ei ollut majoittumassa yksin. 15 perheellä mukanaan oli yksi lapsi, 12 perheellä kaksi lasta ja neljällä perheellä kolme lasta.





Kuvio 5. Vastaajien matkaseurueet

Suurin osa majoittujista (36 vastaajaa) vietti Tammiston tilalla yhden yön. 17 vastaajaa yöpyi tilalla kaksi yötä ja vain yksi vastaaja kolme yötä.

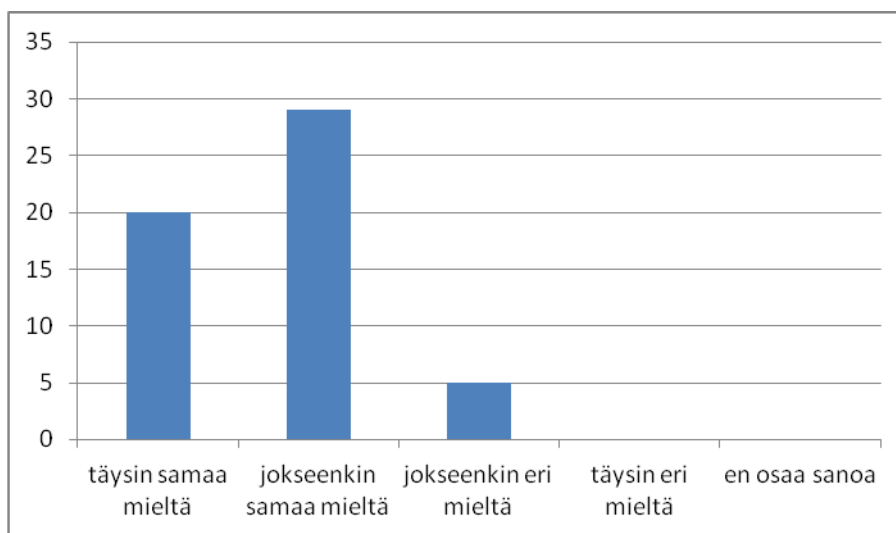
Vastaajat olivat löytäneet Tammiston tilan pääosin (28 vastaajaa) Internetistä Naantalin matkailu – sivujen kautta (<http://www.naantalinmatkailu.fi/>). Ystäviltä ja tuttavilta oli Tammiston tilasta kuullut 14 vastaajaa. Kahdeksan vastaajaa oli saanut tietoa Naantalin matkailusta. Neljä vastaajaa oli valinnut vastaukseksi ”muualta, mistä?” ja vastaus oli kaikilla kerroilla tienvarsikyyltti.

Tärkeää oli myös tietää yöpyivätkö vastaajat huoneissa vai mökeissä. Yllättäen vastaajien majoittumiset jakautuivat tasan 27 mökeissä ja 27 huoneissa.

Tulosten perusteella voidaan todeta, että Tammiston tilan tyypillinen asiakas on lomalla kolmen hengen perheensä kanssa. Tietoa tilasta hän on saanut Naantalin matkailun nettisivujen kautta etsiessään majoitusta läheltä Muumimaailmaa.

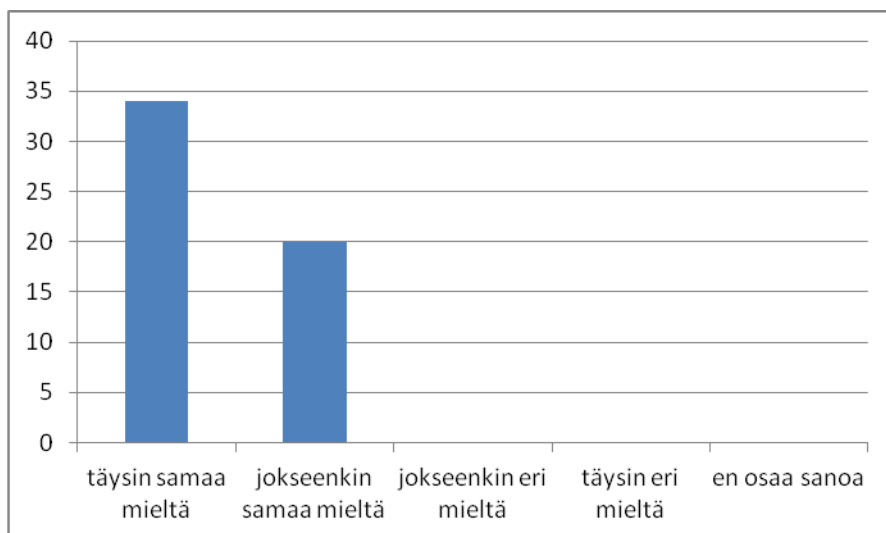
## 7.2 Huoneet/mökit

Kysymyslomakkeen ensimmäisessä osassa kysyttiin asiakkaiden arviota huoneesta/mökistä. Arvioitavia asioita olivat huoneen varustelu, siisteys, toimivuus sekä rauhallisuus.



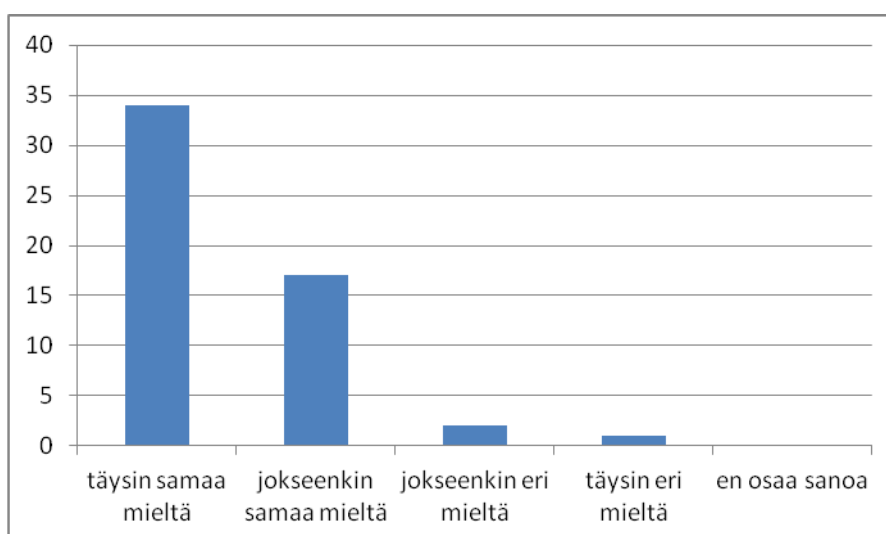
Kuvio 6. Huone on mielestäni hyvin varusteltu

Väittämässä ”huone on mielestäni hyvin varusteltu” 29 oli jokseenkin samaa mieltä ja täysin samaa mieltä 20 vastaajaa (kuvio 6). Viisi vastaajaa oli jokseenkin eri mieltä väittämästä. Suurin osa asiakkaista on siis olleet tyytyväisiä huoneen/mökin varustelutasoon. Muutamia toiveta on kuitenkin esitetty, muun muassa peilin tarve huoneisiin ja saunan lämpötilamittaria on kaivattu. Eräs vastaajista oli kaivannut myös yhteen mökkiin pientä vesipistettä astioiden pesua varten. Yhdestä tilan mökistä tämä vesipiste vielä puuttuu, mutta mahdollisuus pestä astioita on kuitenkin mökin saunatiloissa. Myös säilytystilaa oli kaivattu lisää yhteen päärakennuksen huoneeseen. Tulevaisuudessa voisi mahdollisesti laittaa huoneisiin muutamat hyllyköt, jossa asiakkaat voisivat säilyttää tavaroitaan. Tämä varmasti lisäisi myös viihtyisyyttä sekä pidentäisi oleskelun kestoa, koska tavarat eivät olisi kierimässä laukuissa ja lattioilla.



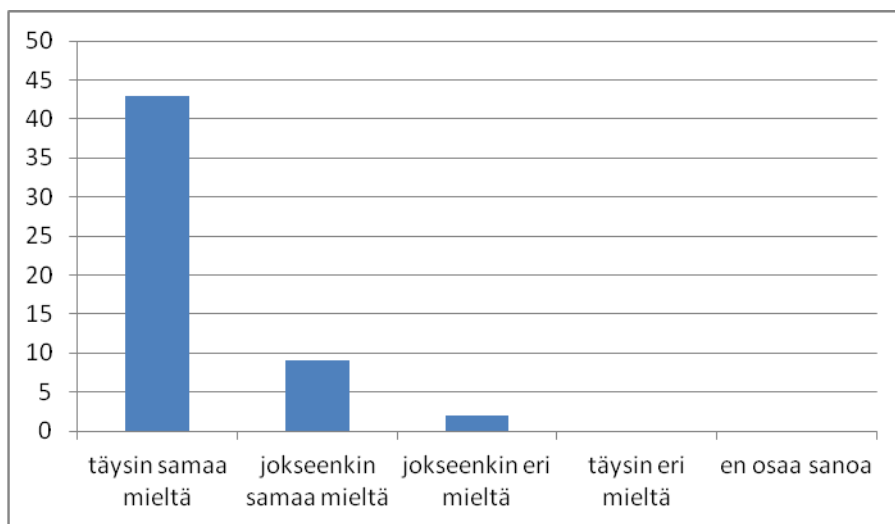
Kuvio 7. Huone/mökki on mielestäni siisti

Huoneen siisteydestä täysin samaa mieltä oli 34 vastaajaa ja jokseenkin samaa mieltä 20 vastaajaa, kuten kuviosta 7 voidaan todeta. Siisteys ajatellaan tässä tapauksessa, että huoneen/mökin pinnat ja kalusteet ovat siistejä ja ehjiä sekä yleisilme on puhdas. Suurin osa vastaajista oli täysin samaa mieltä väittämän kanssa, joten suurempia muutoksia ei tällä hetkellä tarvita eikä siivouksesta ole huomautettavaa. Kuitenkin eräs vastaajista oli kohdannut mökissään muurahaisia ja oli toivonut muurahaiskarkoittimia mökkeihin, joista varmasti olisi pientä apua. Muurahaisten tulo sisätiloihin kokonaan on miltei mahdotonta Suomen kesässä, varsinkin kun mökit ovat rakennettu maantasalle.



Kuvio 8. Huone/mökki on mielestäni toimiva

Kuviosta 8 voi todeta, että 34 vastaajaa on ollut täysin samaa mieltä ja 17 jokseenkin samaa mieltä väittämän kanssa. Kaksi vastaajaa on ollut jokseenkin eri mieltä ja yksi täysin eri mieltä. Väittämässä on haettu vastausta kysymykseen, onko huoneet/mökkit tarkoituksenmukaisia. Suurin osa vastaajista oli jokseenkin samaa mieltä väitteen kanssa. Toimivuutta voisi parantaa entisestään hankkimalla pieniä lisävarusteita huoneisiin/mökkeihin, mitä asiakkaat ovat kyselyssä toivoneet.

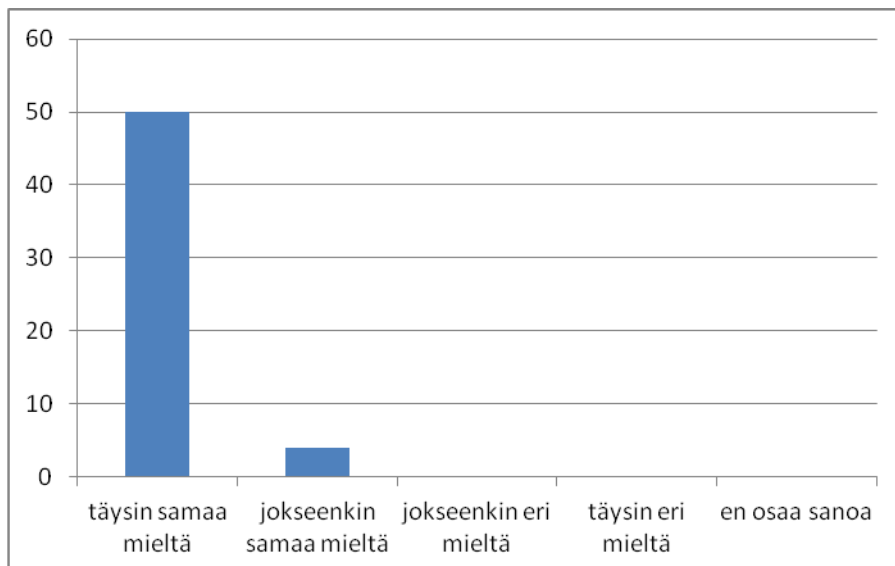


Kuvio 9. Huone/mökki on mielestäni rauhallinen

Viimeisenä kysymyksenä huoneesta/mökistä on esitetty väittämä: ”Huone/mökki on mielestäni rauhallinen” (kuvio 9). Täysin samaa mieltä väitteestä oli 43 vastaajaa ja jokseenkin samaa mieltä yhdeksän vastaajaa. Kaksi vastaajaa on ollut jokseenkin eri mieltä väittämän kanssa. Eräs vastaaja on avoimessa palautteessa toivonut päärakennuksen oleskelutilaan hiljaisuutta kello 23 alkaen, koska kyseessä on vanha talo ja äänet kantautuvat. Tämä toive voisikin olla hyvä idea laittaa vaikka kauniilla taululla seinälle, jotta kaikki ymmärtäisivät kunnioittaa muiden rauhaa.

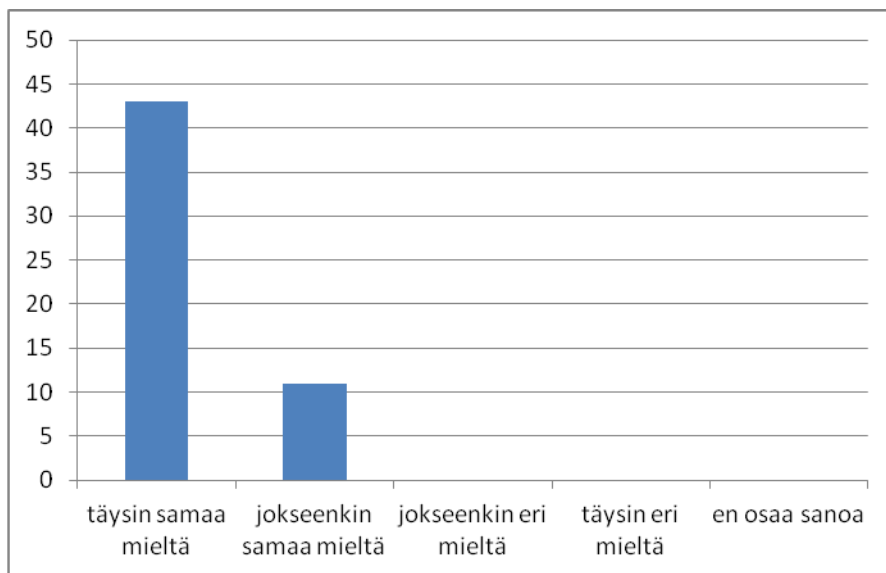
### 7.3 Vastaanotto

Kyselylomakkeen seuraavassa osassa on esitetty väittämiä Tammiston tilan uusitusta vastaanotosta. Kysymykset koskivat vastaanoton siisteyttä, toimivuutta sekä havaittavuutta.



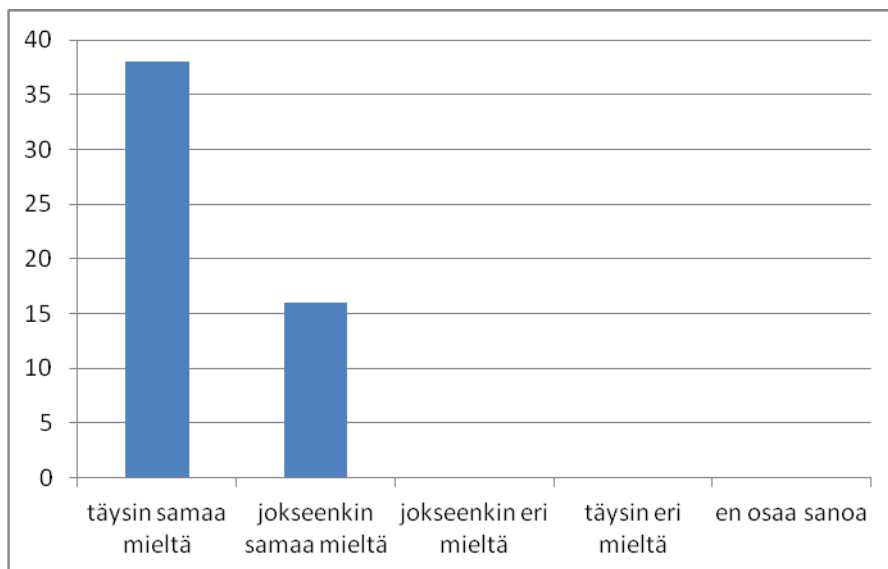
Kuvio 10. Vastaanotto on mielestäni siisti

Vastaanoton siisteydestä täysin samaa mieltä oli 50 vastaajaa ja jokseenkin samaa mieltä 4 vastaajaa (kuvio 10). Kukaan vastaajista ei ole ollut eri mieltä, joten vastaanoton siisteys on miellyttänyt vastaajia. Yrittäjä on keväällä 2011 remontoanut vastaanottoa suuresti, joten on hyvä, että asiakkaat ovat muutokseen tyytyväisiä.



Kuvio 11. Vasataanotto on mielestäni toimiva

Kysyttäessä vastaanoton toimivuudesta 43 oli väitteen kanssa täysin samaa mieltä (kuvio 11). Jokseenkin samaa mieltä oli 11 vastaajaa. Vastaajat ovat siis kokeneet vastaanoton toimivaksi kokonaisuudeksi eikä muutoksia enää tarvita.

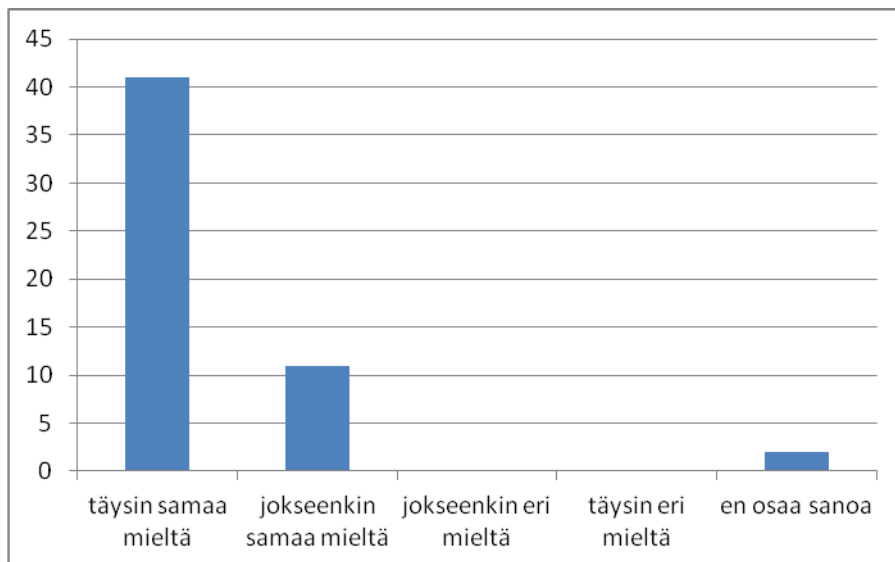


Kuvio 12. Vastaanotto on mielestäni helposti havaittavissa

Täysin samaa mieltä väittämästä ”Vastaanotto on mielestäni helposti havaittavissa” oli 38 vastaajaa, kuten kuviosta 12 voidaan todeta. Jokseenkin samaa mieltä kertoi olevansa 16 vastaajaa. Vastaajat ovat mieltäneet vastaanoton helposti havaittavaksi, mikä on hyvä asia, sillä vastaanoton sijaintia on vaikea muuttaa ja se on juuri kokenut suuren remontin.

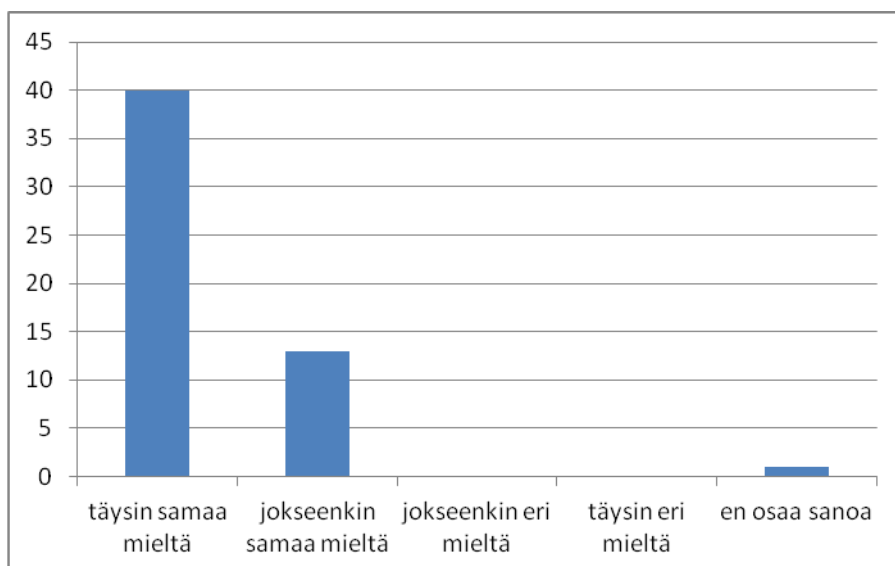
#### 7.4 Yleiset tilat

Tässä kappaleessa esitellään asiakkaiden tyytyväisyyttä Tammiston tilan yleisiin tiloihin. Kysymyksillä on mitattu yleisten tilojen kodikkuutta, siisteyttä sekä viihtyisyyttä.



Kuvio 13. Yleiset tilat ovat mielestäni kodikkaita

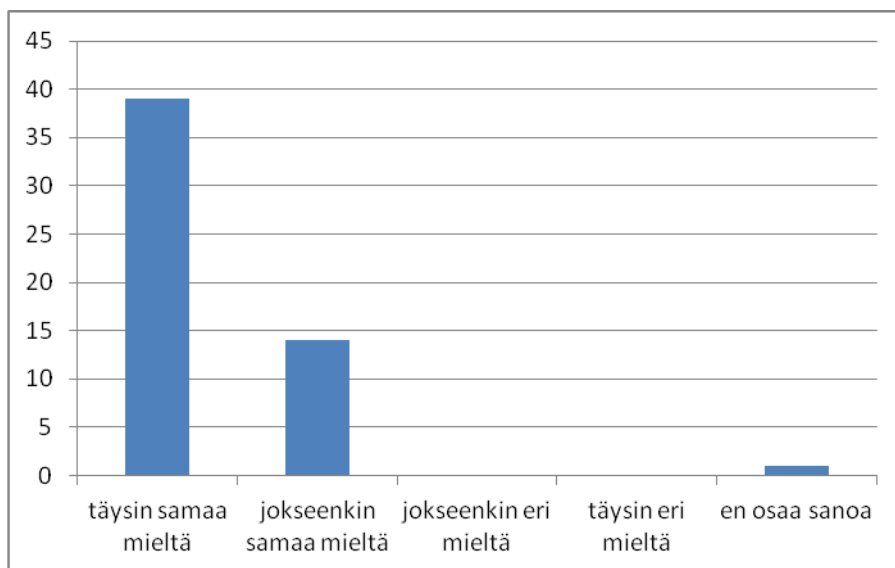
Yleisten tilojen viihtyisyydestä täysin samaa mieltä oli 41 vastaajaa ja jokseenkin samaa mieltä 11 vastaajaa (kuvio 13). Kaksi vastaajaa ei ole osannut sanoa mielipidettään. Tammiston tilan liikeideassa korostetaan kodikasta ilmapiiriä, joten voidaan todeta liikeidean vastaavan asiakkaiden mielipiteeseen eikä suuria muutoksi tarvita.



Kuvio 14. Yleiset tilat ovat mielestäni siistejä

Yleisten tilojen siisteydestä täysin samaa mieltä oli 40 vastaajaa ja jokseenkin samaa mieltä 13 vastaajaa (kuvio 14). Yksi vastaaja ei osannut sanoa mielipidettään tähän

väittämään. Tammiston tilan siisteydestä ei ole juuri tullut moitetta, sillä kuten huone/mökki ja vastaanotto, myös yleiset tilat on koettu siisteiksi.



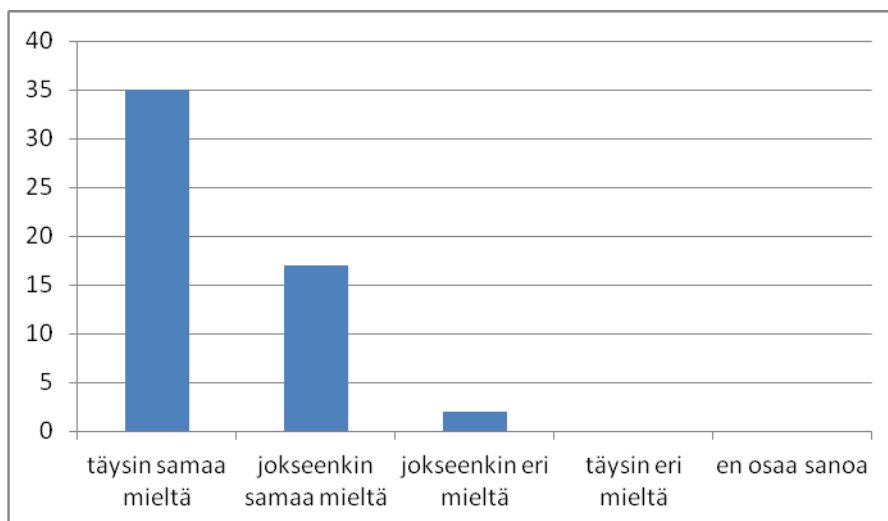
Kuvio 15. Yleiset tilat ovat mielestäni viihtyisiä

Yleisten tilojen viihtyidyydestä täysin samaa mieltä oli 39 ja jokseenkin samaa mieltä 14 vastaajaa (kuvio 15). Yksi vastaaja ei ole osannut sanoa mielipidettään. Yleisten tilojen voidaan todeta olevan erittäin hyvässä kunnossa sillä lähes kaikki vastaajat ovat jollakin tasolla tyytyväisiä nykyiseen tilanteeseen. Muutama vastaaja onkin avoimessa palautteessa kehunut Tammiston tilaa kodikkaaksi ja viihtyisäksi.

## 7.5 Aamiainen

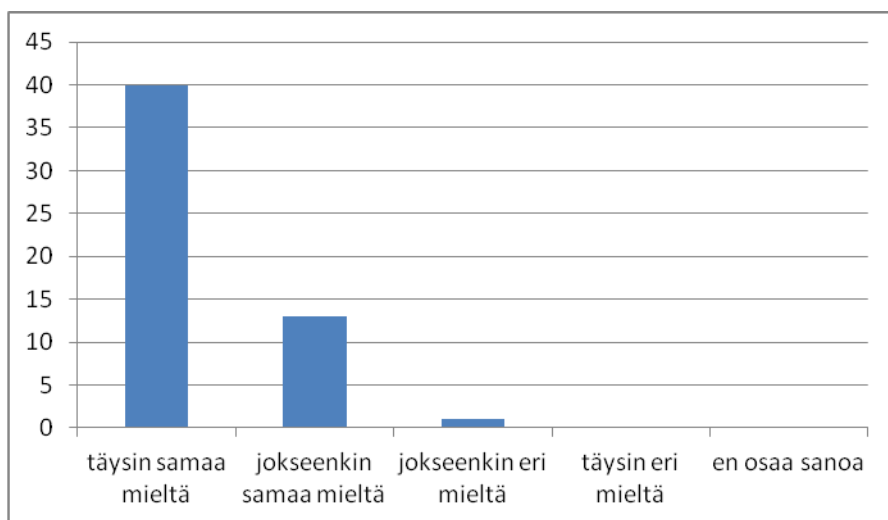
Seuraavassa osioissa on tutkittu asiakkaiden tyytyväisyyttä Tammiston tilan aamiaistarjoiluun.





Kuvio 16. Aamiainen on mielestäni monipuolinen

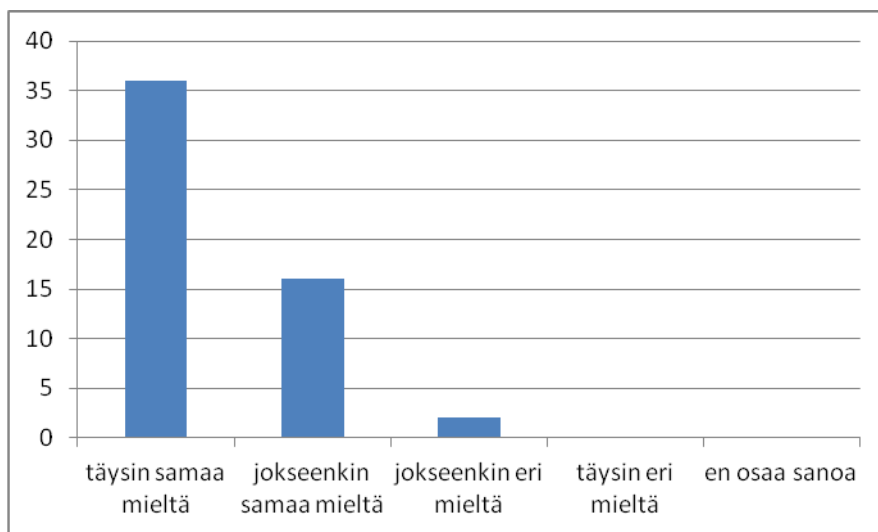
Aamiaisen monipuolisuudesta täysin samaa mieltä oli 35 vastaajaa jokseenkin samaa mieltä 17 vastaajaa, kuten kuviosta 16 käy ilmi. Kaksi vastaajaa oli jokseenkin eri mieltä väittämän kanssa. Muutama vastaaja onkin kaivannut perinteiseen hotelliaamiaiseen kuuluvaa pekonia. Pari vastaajaa on todennut, että olisi mukavaa jos aamiaisella olisi tarjolla lisää paikallisia tuotteita.



Kuvio 17. Aamiainen on mielestäni maukas

Väittämään ”Aamiainen on mielestäni maukas” vastasi 40 olevansa täysin samaa mieltä ja 13 jokseenkin samaa mieltä, kuten kuviosta 17 voidaan todeta. Jokseenkin eri mieltä oli yksi vastaaja. Yrittäjä kehittää aamiaistarjoilua kokoajan asiakkaiden tarpeiden ja toiveiden mukaisesti, joten voidaan todeta asiakkaiden olevan

tyytyväisiä aamiaiseen myös nykyisessä muodossaan. Erityisesti tilan oma omenamehu sai vastaajilta kiitosta.

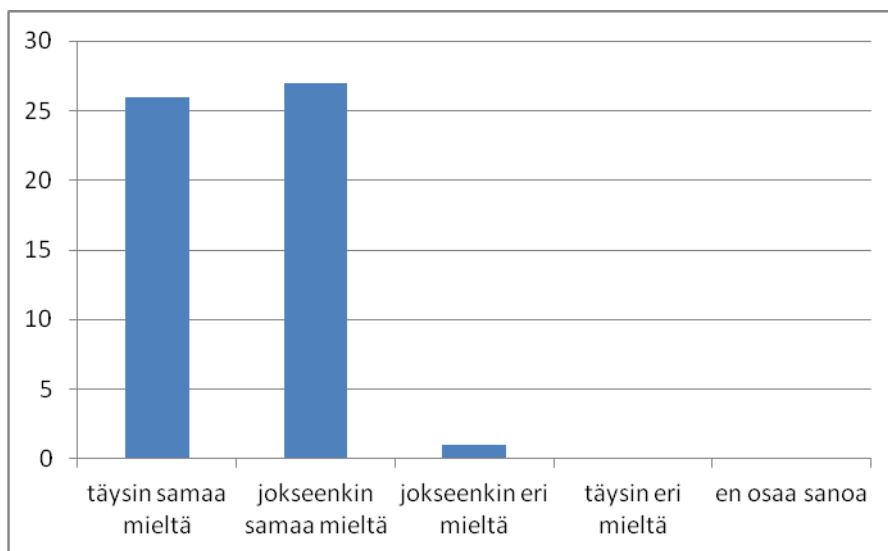


Kuvio 18. Aamiainen on mielestäni maalaishenkinen

36 vastaajaa oli todennut olevansa täysin samaa mieltä väitteen kanssa (kuvio 18). 16 vastaajaa oli jokseenkin samaa mieltä aamaisen maalaishenkisyydestä. Jokseenkin eri mieltä väittämän kanssa oli kaksi vastaajaa. Yrittäjä pyrkii hyödyntämään tilan marjapensaiden ja omenapuiden antimet suunnitellessaan aamiaista, joka varmasti on osasy asiakkaiden tyytyväisyyteen aamiaiseen.

## 7.6 Hinta-laatu -suhde

Seuraavassa osiossa on selvitetty asiakkaiden mielipidettä Tammiston tilan hinta-laatu -suhteesta.

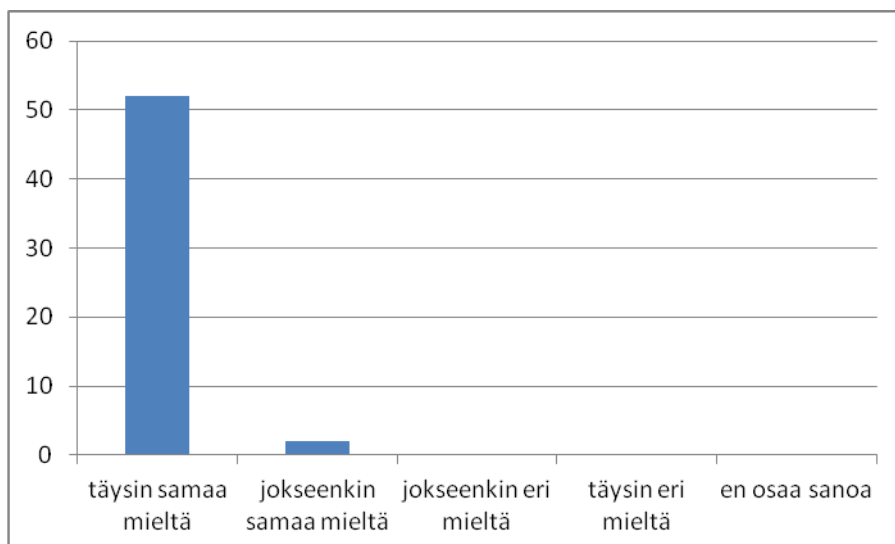


Kuvio 19. Tammiston tilan hinta-laatu –suhde on mielestäni kohdallaan

Väitteeseen ”Tammiston tilan hinta-laatu –suhde on mielestäni kohdallaan” vastasi 26 olevansa täysin samaa mieltä ja 27 jokseenkin samaa mieltä (kuvio 19). Jokseenkin eri mieltä oli yksi vastaajista. Enemmistö vastaajista kokee palvelun vastaavan hintaa, jonka he maksavat, joten hinnoittelu voidaan kokea onnistuneeksi. Kahden hengen huoneiden hinta oli kesällä 2011 90 euroa ja kolmen tai neljän hengen mökin hintana oli 100-130 euroa. Kaikkiin majoituksiin sisältyy aamiainen Tammiston tilan kesäkaudella.

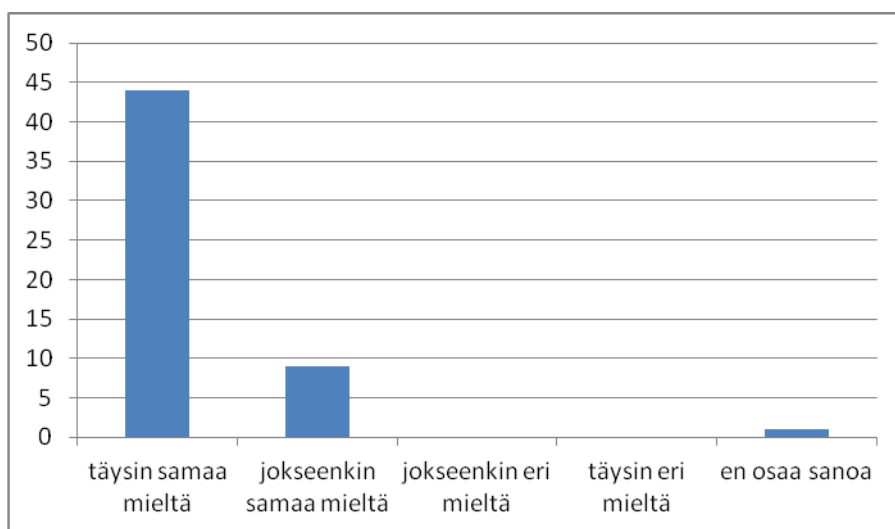
## 7.7 Henkilökunta

Tässä osassa on mitattu asiakkaiden tyytyväisyyttä henkilökuntaa kohtaan. Kysymykset koskevat tapaa miten henkilökunta työskentelee. Palvelu on käsitelty omana kokonaisuutena seuraavassa osassa.



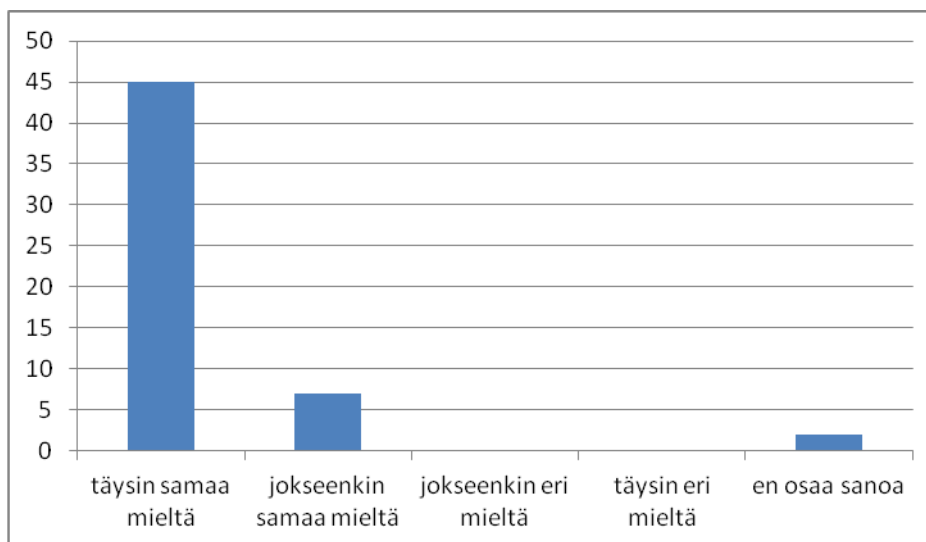
Kuvio 20. Henkilökunta on mielestäni ystävällistä

Henkilökunnan ystävällisyydestä (kuvio 20) täysin samaa mieltä ilmoitti olevansa 52 vastaajaa ja jokseenkin samaa mieltä kaksi vastaajaa. Henkilökunta on siis koettu lähes yksimielisesti ystävälliseksi.



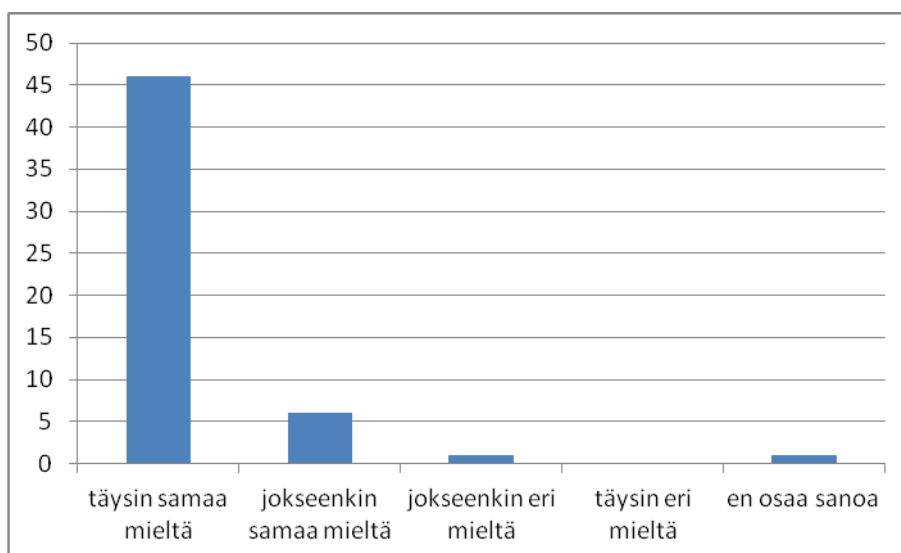
Kuvio 21. Henkilökunta on mielestäni nopeaa

Kuten kuvio 21 osoittaa, henkilökunnan nopeudesta täysin samaa mieltä oli 44 vastaajaa. Jokseenkin samaa mieltä väitteestä oli yhdeksän vastaajaa. Yksi vastaaja ei ole osannut ilmaista mielipidettään. Lähes kaikki vastaajat ovat pitäneet henkilökuntaa nopeana.



Kuvio 22. Henkilökunta on mielestäni ammattitaitoista

Henkilökunnan ammattitaidosta täysin samaa mieltä oli 45 ja jokseenkin samaa mieltä seitsemän vastaajaa. Tämä käy ilmi kuviosta 22. Kaksi vastaajaa on valinnut vaihtoehdon ”en osaa sanoa”. Tammiston tilan työntekijän tulee olla valmis palvelemaan ja auttamaan asiakasta parhaan kykynsä mukaan ja vastaajien mielestä näin toimitaan.



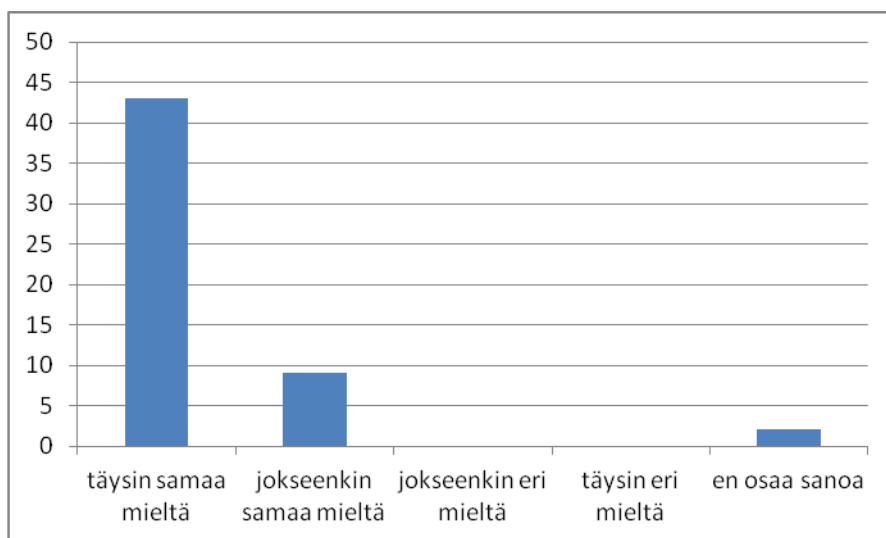
Kuvio 23. Henkilökunta on mielestäni helposti lähestyttävissä

Väitteeseen ”Henkilökunta on mielestäni helposti lähestyttävissä” vastasi 46 olevansa täysin samaa mieltä, kuten kuviosta 23 voidaan todeta. Jokseenkin samaa

mieltä väitteestä oli kuusi ja jokseenkin eri mieltä yksi vastaaja. Yksi vastaaja ei osannut ilmaista mielipidettään. Henkilökunta on ilmeisesti helposti lähestyttävissä.

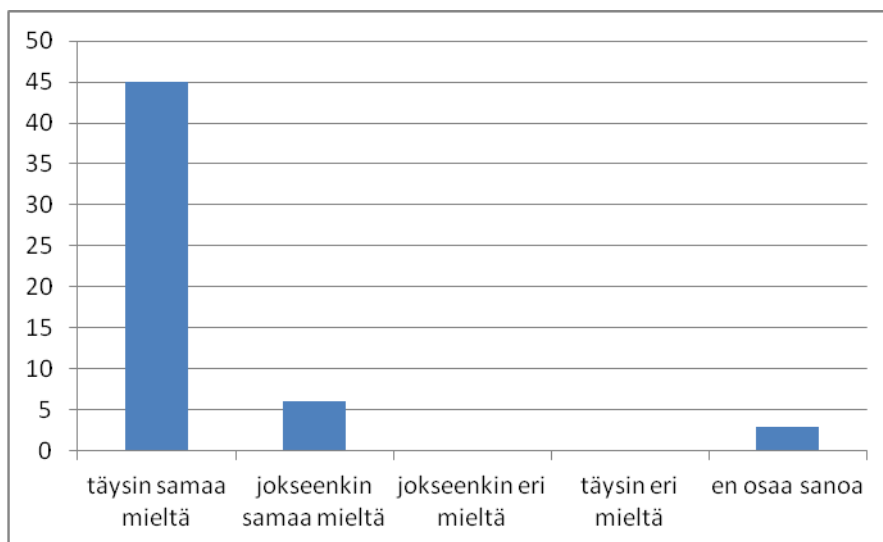
## 7.8 Palvelu

Asiakkaan tyytyväisyys palvelua kohtaan on tärkeää, joten sitä on käsitelty tässä osiossa myös omana kokonaisuutenaan.



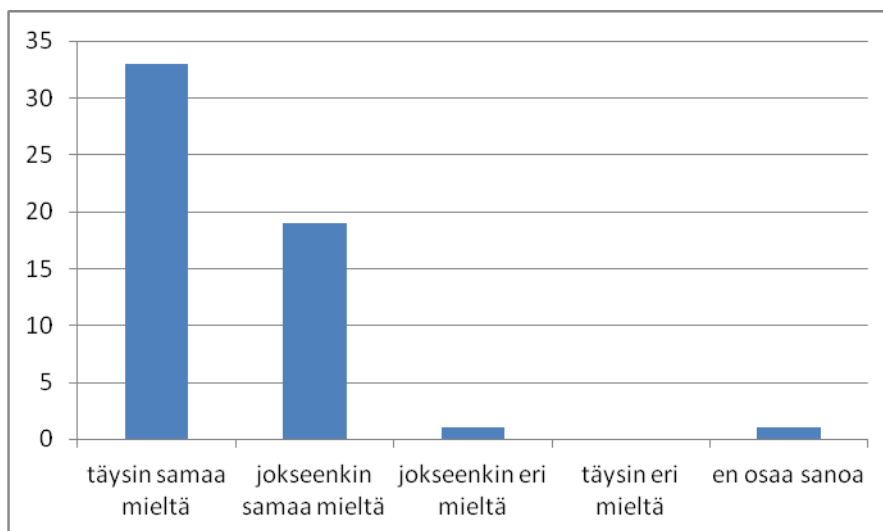
Kuvio 24. Palvelu on mielestäni nopeaa

Palvelun nopeudesta (kuvio 24) täysin samaa mieltä oli 43 ja jokseenkin samaa mieltä 9 vastaajaa. Kaksi vastaajaa oli ottanut kannakseen ”en osaa sanoa”. Lähes kaikki vastaajista on kokenut palvelun olevan nopeaa.



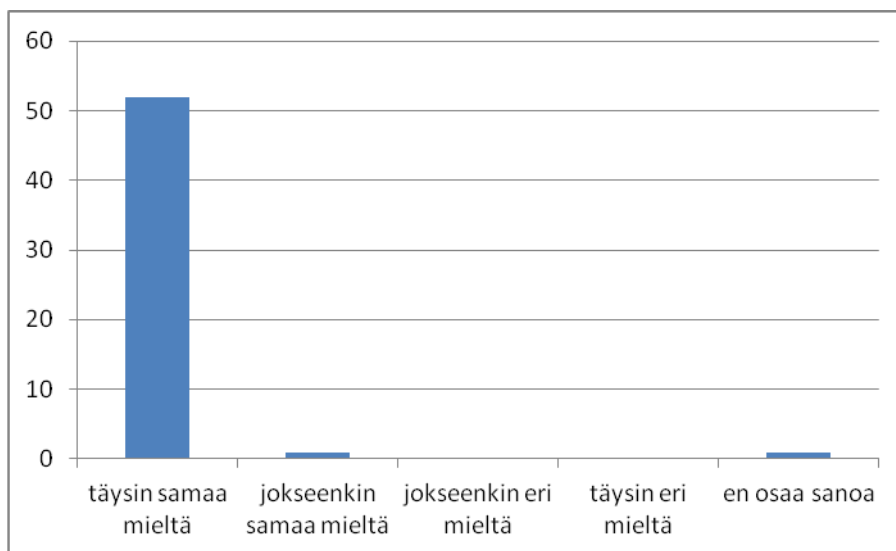
Kuvio 25. Palvelu on mielestäni joustavaa

45 vastaajaa oli täysin samaa mieltä palvelun joustavuudesta (kuvio 25). Jokseenkin samaa mieltä oli kuusi vastaajaa. Kolme vastaajaa ilmoitti mielipiteekseen ”en osaa sanoa”. Palvelun voidaan kokea olevan joustavaa.



Kuvio 26. Palvelu on mielestäni helposti saatavilla

Vastaajista 33 oli täysin samaa mieltä väittämän ”Palvelu on mielestäni helposti saatavilla” (kuvio 26) kanssa. Jokseenkin samaa mieltä oli 19 vastaajaa ja jokseenkin eri mieltä yksi vastaaja. ”En osaa sanoa” oli vastannut yksi vastaajista. Palvelun saatavuudessa voisi olla hieman kehittämisen aihetta sillä lähes puolet vastaajista ei ole täysin vakuuttuneita. Kuitenkin palvelu koetaan enemmän positiivisena kuin negatiivisena.

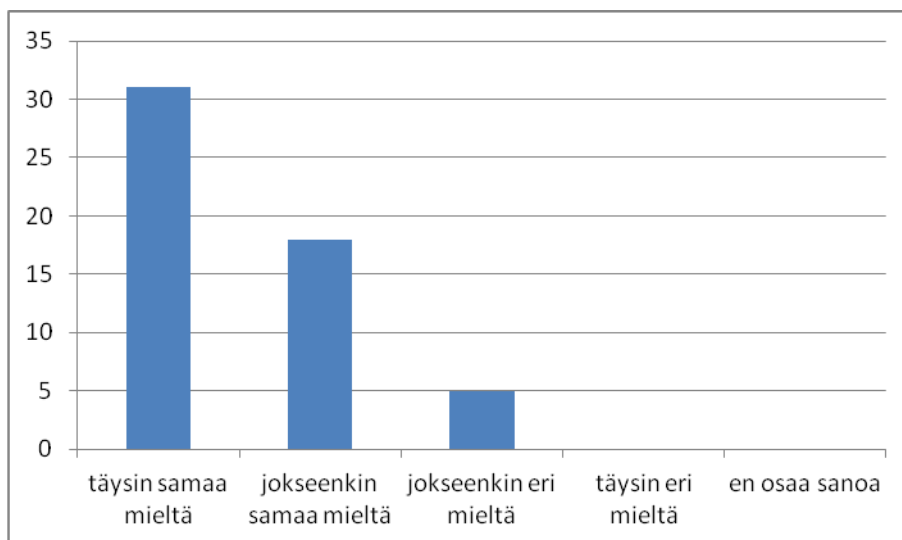


Kuvio 27. Palvelu on mielestäni ystävällistä

Lähes kaikki eli 52 vastaajaa oli täysin samaa mieltä väitteen ”palvelu on mielestäni ystävällistä” kanssa (kuviot 27). Jokseenkin samaa mieltä oli vain yksi vastaaja ja yksi vastaaja ei osannut ilmaista mielipidettään. Koska asiakkaat kokevat palvelun ystävälliseksi ei tässä ole juurikaan kehitettävää. Ystävällinen palvelu sai kehuja myös asiakkaiden avoimessa palautteessa.

## 7.9 Palvelun saavutettavuus

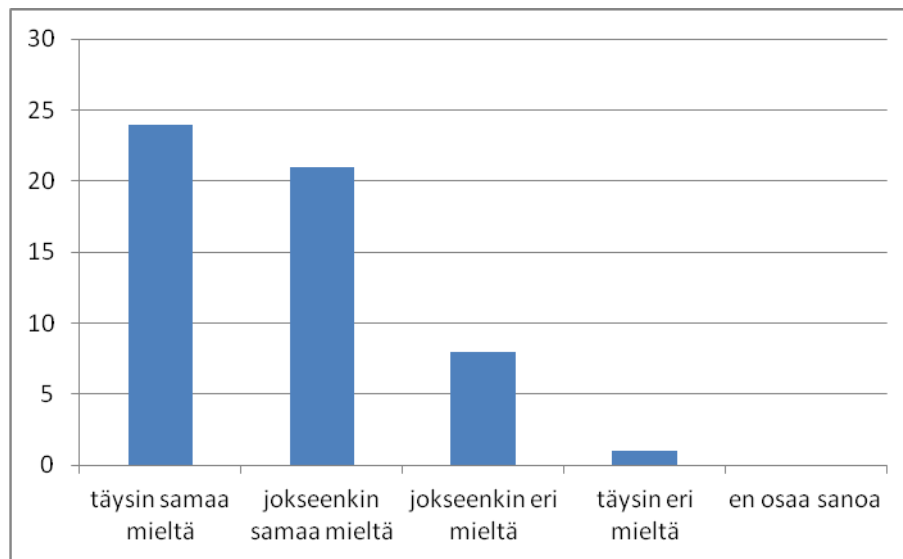
Palvelun lähestyttävyyttä ja saavutettavuutta on mitattu seuraavassa osassa.



Kuvio 28. Tammiston tilan sijainti on erinomainen

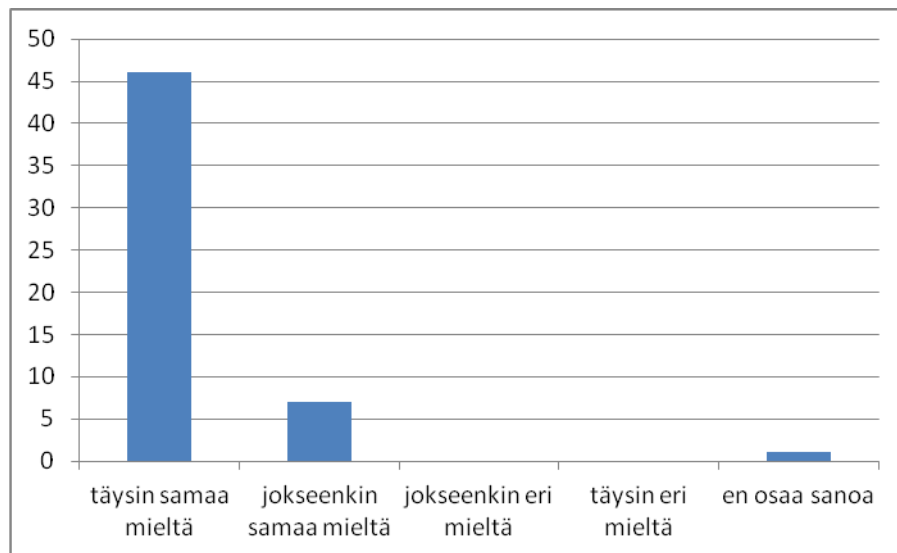


Tammiston tilan sijaintia erinomaisena piti 31 vastaajaa kuten kuviosta 28 sivulla 40 voi huomata. Jokseenkin samaa mieltä väittämän ”Tammiston tilan sijainti on erinomainen” oli 18 vastaajaa. Viisi vastaajaa on jokseenkin eri mieltä väittämän kanssa. Pääosin vastaajat ovat olleet tyytyväisiä, joka on erittäin hyvä asia sillä sijaintia on mahdoton muuttaa.



Kuvio 29. Tammiston tila on helppo löytää

Kuten kuviosta 29 käy ilmi, 24 vastaajaa oli kokenut Tammiston tilalle löytämisen helpoksi. 21 vastaajaa oli jokseenkin samaa mieltä. Jokseenkin eri mieltä oli kahdeksan vastaajaa ja yksi täysin eri mieltä. Yksi vastaaja oli kaivannut parempia opastuksia perille.



Kuvio 30. Varaustilanteessa palveltiin erinomaisesti

Tammiston tilan varaustilanteen palvelu on erinomaista, kuten kuviosta 30 käy ilmi. Vastaajista 46 on ollut täysin samaa mieltä väittämän kanssa ja seitsemän jokseenkin samaa mieltä. Yksi vastaaja ei ole osannut ilmaista kantaansa.

#### 7.10 Vastaajien avoin palaute

Aivan kyselylomakkeen lopussa on asiakkailta pyydetty ruusut ja risut Tammiston tilan toiminnasta. Vastaajat saivat avoimesti antaa palautetta, esimerkiksi mitä parannettavaa Tammiston tilan palveluissa on tai mitä asia ansaitsee kiitosta. 38 vastaajaa oli antanut avointa palautetta. Suurin osa palautteista oli kiitosta, mutta myös rakentavaa palautetta oli annettu. Yleisesti ottaen vastaajat antoivat positiivista palautetta, mutta muutamassa lomakkeessa oli molempia. Avoimet palautteet ovat opinnäytetyön lopussa liitteenä kaksi.

Ruusuihin kiiteltiin henkilökuntaa ystävälliseksi, avuliaaksi ja palvelualttiiksi. Tammiston tilan tunnelma sai myös kiitosta. Palautetta oli annettu koskien saniteettitiloja. Mokeissa oli kaivattu lämpömittaria sekä muurahaiskarkoitinta ja huoneissa peilille olisi tarvetta. Aamiaisesta oli tullut paljon kiitosta. Yksi olisi kaivannut pekonia, toinen kalaa ja kolmas paikallisia juustoja.

## 8 TUTKIMUSTULOSTEN YHTEENVETO JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia Naantalissa sijaitsevan majoitusliikkeen Tammiston tilan asiakkaiden mielipiteitä tämänhetkisestä toiminnasta sekä asiakaspalvelun laadusta. Tutkimuksessa selvitettiin myös Tammiston tilan asiakasprofiili. Tutkimuksen tulosten avulla Tammiston tila pystyy kehittämään toimintaansa ja palvelujaan asiakkaiden tarpeita paremmin vastaaviksi.

Tutkimus Tammiston tilan palvelun laadusta ja asiakastyytyväisyydestä toteutettiin kvantitatiivisen kyselylomakkeen avulla kesällä 2011, 15.6.–7.8.2011. Tavoitteena oli saada tutkimukseen 80 hyväksyttävästi täytettyä kyselylomaketta, mutta hyväksyttävästi täytettyjä lomakkeita palautui 54 kappaletta joten tavoitteesta jäättiin hieman. Tutkimuksen kyselylomakkeen vastauksista ilmeni mihin Tammiston tilan asiakkaat olivat tyytyväisiä. Vastauksista saatiin selville myös asioita, miten Tammiston tila voisi kehittää toimintaansa ja palvelujaan paremmin vastaamaan asiakkaiden tarpeita. Tutkimuksen kyselylomakkeessa oli 29 kysymystä ja tila avoimelle palautteelle. Kysymyksistä suurin osa oli muotoiltu väittämien muotoon.

Tammiston tilan asiakaskuntaa koskevista kysymyksistä selvisi, että vastaajista suurin osa oli majoittumassa perheen kanssa, jossa on yksi lapsi. Yrityksessä voitaisiin miettiä, miten jatkossa saataisiin enemmän asiakkaiksi myös pariskuntia. Suurin osa vastaajista yöpyi Tammiston tilalla vain yhden yön. Jatkossa voitaisiin miettiä, miten asiakkaat saataisiin yöpymään myös pidempiä aikoja samalla kerralla. Asiakkaat ovat kuulleet Tammiston tilasta pääosin (28 vastaajaa) netistä Naantalin matkailu – sivujen kautta. Huomattava osa (14 vastaajaa) oli kuullut Tammiston tilasta myös ystävilta ja tuttavilta. Vastaajien yöpyminen huoneissa ja mökeissä jakautui tasan.

Tammiston tilan vastaanoton ja yleisten tilojen siisteyteen, toimivuuteen ja viihtyvyyteen oltiin myös pääosin tyytyväisiä sillä kukaan vastaajista ei ole valinnut eriäviä mielipiteitä väittämien kanssa. Huoneiden ja mökkien varustelu, toimivuus sekä rauhallisuus kuitenkin saivat muutaman eriävän mielipiteen osakseen. Kaikki vastaajat tosin olivat tyytyväisiä huoneiden ja mökkien siisteyteen. Yrityksessä voitaisiin miettiä millä asioilla varustelu ja toimivuus saataisiin muutettua enemmän asiakka-

den tarpeita vastaaviksi. Lisäämällä pieniä asioita esimerkiksi peilejä ja lämpömittarin huoneisiin ja saunaan voitaisiin asiakkaiden viihtyvyyttä jo entisestään hyvästä tasosta parantaa. Osaan päärakennuksen saniteettitiloista kaivataan remonttia, mikä onkin jo entuudestaan yrittäjän tietoisuudessa ja tulee ajankohtaiseksi lähivuosina. Vastaajista muutamien mielestä pihan puutarhan pensaat ja puut kaipaisivat lisää huolenpitoa, kuitenkin osa vastaajista mielsi puutarhan erittäin kauniiksi ja hyvin hoidetuksi.

Aamiaisen monipuolisuuteen, maukkauteen ja maalaishenkisyyteen vastaajat ovat olleet myös lähes yksimielisesti tyytyväisiä. Muutama vastaaja on kehumut oman puutarhan omenamehua. Lisää paikallisia tuotteita onkin parissa vastauksessa kaivattu. Myös pekonia sekä tuoreita hedelmiä on eräs vastaaja ollut vailla. Aamiaisella on nyt tarjolla tilan puutarhan hedelmistä ja marjoista tehtyjä tuotteita myös leivän yrittäjä tekee itse. Tulevaisuudessa yrityksessä voitaisiin miettiä, minkälaista lähiruokaa on tarjolla ja miten aamiaiseen voisi saada enemmän paikallisia tuotteita.

Tammiston tilan hinta-laatu – suhteeseen oltiin myös pääosin jokseenkin tyytyväisiä. Yksi vastaaja kuitenkin koki olevansa jokseenkin eri mieltä. Voidaan todeta, että hinta on ollut melko kohtuullinen suhteutettuna laatuun, joten suuria muutoksia ei tähän kaivata. Toki tulee hinnoittellessa jatkossakin huomioida kansantalouden sen hetkinen tilanne, jotta asiakkaat pysyvät tyytyväisinä myös mahdollisen inflaation tai deflaation sattuessa.

Tutkimuksesta saatujen tietojen avulla voidaan todeta, että Tammiston tilan asiakaspalvelun laatuun sekä henkilökunnan työskentelytapoihin oltiin pääasiassa erittäin tyytyväisiä. Tutkimukseen vastanneista lähes kaikki vastaajat olivat täysin tyytyväisiä Tammiston tilan henkilökunnan ystävällisyyteen. Kuitenkin palvelun saatavuudesta ja henkilökunnan lähestyttävyydestä oli muutama vastaaja jokseenkin eri mieltä.

Palvelun lähestyttävyyttä tutkimuksessa selvitettiin kolmella kysymyksellä. Vastauksista voidaan todeta, että vastaajat ovat melko tyytyväisiä Tammiston tilan sijaintiin. Viisi vastaaja on kuitenkin ollut jokseenkin eri mieltä väittämän kanssa. Sijaintia on kuitenkin mahdotonta siirtää, joten on hyvä todeta asiakkaiden olevan kohtuullisen

tyytyväisiä. Löytäminen Tammiston tilalle on osoittautunut hieman vaikeaksi, koska jopa kymmenen vastaajaa ei ole kokenut väittämää omakseen. Nyt tuleekin miettiä onko Tammiston tilan nettisivuilla olevat opasteet sekä tienvarsikyltit riittävät. Tienvarsikylttejä voisi mahdollisuuksien mukaan lisätä. Tilan nettisivuilla on jo nyt olemassa karttalinkki, ajo-ohjeet sekä koordinaatit navigointilaitteelle, joten tietojen pitäisi olla riittävät (Tammiston tilan www-sivut 2011). Varaustilanteen palveluun ovat vastaajat olleet myös erittäin tyytyväisiä.

## 9 TUTKIMUKSEN LUOTETTAVUUS JA PÄTEVYYS

Reliabiliteetilla eli luotettavuudella tutkimuksessa tarkoitetaan tulosten tarkkuutta ja analyysin toistettavuutta. Tutkimuksen reliabiliteetti on kyky tuottaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. (Heikkilä 2008, 30.) Aineiston hankinnassa voi syntyä virheitä, jotka mahdollisesti alentavat tutkimuksen luotettavuutta. Tällaisia virheitä ovat käsittely-, otanta-, mittaus-, peitto- ja katovirheet. (Heikkilä 2008, 185.) Oikeanlaisten mittareiden valinta ja soveltuvuus mittauskohteen mittaamiseen parantaa luotettavuutta. Epäsopivan mittarin valinta vastaavasti laskee reliabiliteettia. (Valli 2001, 92.)

Mitä mittari todella mittaa, on kuitenkin jopa reliabiliteettia tärkeämpi kysymys. Tällöin kysymyksessä on mittauksen luotettavuuden toinen ulottuvuus eli validiteetti. (Ketokivi 2009, 60.) Validiteetilla eli pätevyydellä kuvataan sitä, miten hyvin on onnistuttu mittaamaan juuri sitä mitä haluttiinkin tutkia ja saada selville. Validiteettiin vaikuttaa kysymysten asettelu ja onnistuminen. Tavoite on saada ratkaisu tutkimusongelmaan ja hyvillä kysymyksillä siinä onnistutaan. (Heikkilä 2008, 186.)

Reliabiliteetti ja validiteetti muodostavat yhdessä kokonaisluotettavuuden tutkimuksessa. Jos mittaamisessa on satunnaisvirheitä mahdollisimman vähän ja otos edustaa koko perusjoukkoa voidaan puhua tutkimuksen hyvästä kokonaisluotettavuudesta. Satunnaisvirhe voi olla esimerkiksi vastaajan muistivirhe. Erilaiset systemaattiset virheet voivat johtaa tutkimuksen tuloksia harhaan, jolloin tutkimuksen kokonaisluo-

tettavuus eli reliabiliteetti ja validiteetti heikentyvät. Erilaiset tekijät esimerkiksi vastaajat voivat vähätellä asioiden tilaa, kaunistella tai jopa valehdella, voivat johtaa systemaattiseen virheeseen. (Viikka 2007,152–153.)

Tässä tutkimuksessa reliabiliteettia eli luotettavuutta alentavat vastausten vähäinen määrä. Minimi tavoitteena oli saada ainakin 80 vastausta kyselyyn, jotta otos olisi tarpeeksi laaja. Lomaketta jaettiin mökkeihin ja huoneisiin noin kahdeksan viikon ajan. Täytettyjä lomakkeita palautettiin vastaanottoon yhteensä vain 54 kappaletta. Yksi syy vastausten vähyyteen voi olla yrityksen asiakkaiden määrä. Myös kyselyn pituus sekä henkilökunnan aktiivisuus kyselylomakkeiden jaossa on varmasti vaikuttanut vastaushalukkuuteen. Tutkimuksen otoskoon katsottiin kuitenkin olevan riittävä ottaen huomioon Tammiston tilan asiakaskunnan.

Tutkimuksen kyselylomaketta purkaessani, huomasin että kaikki 54 vastaajaa oli vastannut kaikkiin kysymyksiin. Kyselylomake saatekirjeineen ja arvontaosioineen oli kolmisivuinen ja kysymyksiä oli yhteensä 29 kappaletta, joten vastaajat ovat hyvin jaksaneet vastata myös viimeisiin kysymyksiin.

Kyselylomakkeiden tiedot on pyritty syöttämään mahdollisimman tarkasti ja huolellisesti Excel-taulukkoon jotta välttyttäisiin satunnaisvirheiltä. Kyselylomakkeiden tiedot on syötetty lomake kerrallaan Excel-ohjelmaan, jonka jälkeen tuloksista on tehty kuvioita. Tavoitteena oli saada vähintään 80 hyväksyttävästi täytettyä lomaketta, josta tutkimusotos on jäänyt, kun vastauksia oli vain 54. Tutkimuksessa saatiin vastaukset keskeisiin kysymyksiin ja tutkimusprosessi oli huolellisesti laadittu, joten tutkimuksen kokonaisluotettavuutta voidaan pitää hyvänä. Tutkimusongelmana oli: Miten tyytyväisiä Tammiston tilalla yöpyvät asiakkaat ovat tilan toimintaan, palveluihin, asiakaspalveluun ja palvelun laatuun? Tutkimusongelmaan saatiin mielestäni selkeä vastaus. Asiakkaat ovat erittäin tyytyväisiä Tammiston tilan toimintaan sekä palveluihin. Asiakastyytyväisyystutkimuksen toistettavuus on hyvä, sillä kyselylomaketta voi pienin muutoksin hyödyntää toistuvasti.

## 10 POHDINTA

Idea opinnäytetyön aiheesta syntyi kesällä 2010, jolloin olin Tammiston tilalla kesätyössä. Kesän aikana keskustelimme yrittäjän, Anu Vaissin kanssa mahdollisesta yhteistyöstä. Tammiston tilalle ei ole aikaisemmin tehty asiakastyytyväisyystutkimusta, joten yrittäjä koki tutkimuksen tärkeäksi. Tarkoituksenani oli alun perin tutkia asiakastyytyväisyyttä, mutta lopulta aiheeksi muodostui asiakastyytyväisyys ja palvelun laatu ja tutkimus rajattiin majoittuviin asiakkaisiin. Haluttiin nimenomaan tutkia miten kesäsesongilla majoittuvat asiakkaat kokivat palvelun laadun Tammiston tilalla.

Aloin työstää opinnäytetyön teoriataustaa keväällä 2011. Aiheiden rajaaminen tuotti vaikeuksia sillä palvelun laadusta ja asiakastyytyväisyydestä on olemassa paljon lähdemateriaalia. Kyselylomaketta aloin työstämään myös samoihin aikoihin ja yhdessä Tammiston tilan yrittäjän kanssa laadimme lopullisen lomakkeen. Kyselylomake valmistui juuri ajallaan ja kesäkuun puolella välissä lomakkeita alettiin jakaa asiakkaille Tammiston tilalla.

Kävin Tammiston tilalla heinäkuun puolen välin aikoihin juttelemassa yrittäjän kanssa ja tuohon mennessä kyselyyn ei ollut tullut vielä juurikaan vastauksia. Uskon, että vierailuni piristi henkilökuntaa kyselyiden suhteen. Kyselyiden jako huoneisiin ja mökkeihin vilkastui huomattavasti käynnin jälkeen, sillä aikaisemmin lomake oli kuulemma usein unohtunut.

Tutkimustulosten mukaan Tammiston tilan asiakaspalvelun laatu on erittäin hyvällä tasolla. Asiakkaat tulevat varmasti jatkossakin olemaan tyytyväisiä mikäli asiakaspalvelun laatu pystytään pitämään yhtä hyvällä tasolla. Tammiston tilan palveluympäristöön ovat asiakkaat olleet myös erittäin tyytyväisiä. Yleisesti ottaen tulevaisuudessa kannattaisi kiinnittää huomiota päärakennuksen saniteettitilojen mahdolliseen remontointiin tai siistimiseen. Muutamia lisävarusteita voisi mahdollisesti myös huoneisiin ja mökkeihin hankkia.

Myös avoimesta palautteesta tuli esille suurelta osin asiakkaiden tyytyväisyys palvelua kohtaan ja henkilökunta saikin paljon kiitosta. Pientä investointia huoneiden va-

rustukseen kaivattiin. Aamiainenkin sai paljon kehuja, etenkin tilan omista omenapuista valmistettu omenamehu sekä muut paikalliset tuotteet. Muutama vastaja kaipasi hotelliaamiaisen kaltaista tarjontaa ja muutama toivoisi vastaisuudessa lisää paikallisia tuotteita valikoimaan.

Uskon, että tutkimuksen tuloksista on hyötyä Tammiston tilalle. Tammiston tilan yrittäjä näkee miten tyytyväisiä asiakkaat ovat palvelun laatuun. Mielestäni kehitysehdotukset, joita tutkimuksesta käy ilmi, voisi olla hyvinkin toteutettavissa. Tammiston tilalla on selkeästi jo nyt panostettu oikeisiin asioihin eli asiakkaiden viihtyvyyteen ja palvelun laatuun. Tärkeää onkin jatkossa ylläpitää sama taso, jotta nykyiset asiakkaat voitaisiin entisestään vakiinnuttaa ja samalla saada lisää uusia asiakkaita.



## LÄHTEET

- Aarnikoivu, H 2005. Onnistu asiakaspalvelussa. Juva: WS Bookwell Oy.
- Grönroos, C 2009. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Grönroos, C. 2001. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Grönroos, C. 1994. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Hirsijärvi, S. 2005. Tutki ja kirjoita. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.
- Ketokivi, M. 2009. Tilastollinen päättely ja tieteellinen argumentointi. Helsinki: Yliopistokustannus Oy.
- Komppula, R. & Boxberg, M. 2002. Matkailualan tuotekehitys. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Lahtinen, J. & Isoviita, A. 2001. Asiakaspalvelun ja markkinoinnin perusteet. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.
- Leppänen, E. 2009. Menesty erikoistumalla. Helsinki: Yrityskirjat Oy.
- Lämsä, A. & Uusitalo, O. 2002. Palvelujen markkinointi esimiestyön haasteena. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Ramachandra, K., Chandrashekara, B. & Shivakumar, S. 2010. Services management; Including Skill Development. Mumbai: Global Media. Viitattu 3.1.2012.
- Rautiainen, M. & Siiskonen, M. 2005. Hotellin asiakasliikenne ja kannattavuus. Helsinki: Restmark.
- Reinboth, C. 2008. Johda ja kehitä asiakaspalvelua. Helsinki: Tammi.
- Storbacka, K. & Lehtinen, J. R. 2006. Asiakkuuden ehdoilla vai asiakkuuden armoilla. Juva: WS Bookwell Oy.
- Tammiston tilan www-sivut. Viitattu 20.12.2011 sekä 8.1.2012. [www.tammistontila.net](http://www.tammistontila.net)
- Vaissi, A. 2011. Yrittäjä, Tammiston tila. Naantali, Henkilökohtainen tiedonanto 14.5.2011.
- Valli, R. 2001. Johdatus tilastolliseen tutkimukseen. Jyväskylä: Gummerus Oy.
- Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi Oy.
- Ylikoski, T. 2000. Unohtuiko asiakas? Keuruu: Otavan kirjapaino Oy.

Zeithaml, V. A. & Bitner M. J. 2003. *Services Marketing; Integrating customer focus across the firm*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.

Olen Satakunnan ammattikorkeakoulun restonomiopiskelija. Teen opinnäytetyönä tutkimusta miten tyytyväisiä Tammiston tilan asiakkaat ovat majoitukseen, tiloihin sekä palvelun laatuun. Tutkimuksen suoritan tällä lomakekyselyllä, johon Teillä on mahdollisuus ilmaista mielipiteenne.

***Kaikkien vastanneiden kesken arvotaan 2 hengen yhden vuorokauden majoitus Tammiston tilalla.***

Ympyröikää alla olevista vastauksista juuri Teille sopivin vaihtoehto.

#### Taustatiedot:

##### 1. Matkustan...

- 1 yksin.  
 2 puolison kanssa.  
 3 ystävän kanssa.  
 4 perheen kanssa. Montako lasta? \_\_\_\_\_

##### 2. Vierailun kesto (vrk) \_\_\_\_\_

##### 3. Miten saitte tietoa Tammiston tilasta?

- 1 Lehdestä  
 2 Naantalin matkailusta  
 3 Ystäviltä tai tuttavilta  
 4 Internetistä, jos niin miltä sivustolta? \_\_\_\_\_  
 5 Muualta, mistä? \_\_\_\_\_

##### 4. Yöpyminen tapahtui...

- 1 mökissä.  
 2 huoneessa.

#### Tiloja koskevat kysymykset:

##### 5. Huoneet/mökit

(Ympyröi vaihtoehto. 4=täysin samaa mieltä, 3=jokseenkin samaa mieltä, 2=jokseenkin eri mieltä, 1=täysin eri mieltä, 0=en osaa sanoa)

Huone/mökki on mielestäni:

- A. hyvin varusteltu **4 3 2 1 0**  
 B. siisti **4 3 2 1 0**  
 C. toimiva **4 3 2 1 0**  
 D. rauhallinen **4 3 2 1 0**

##### 6. Vastaanotto

(Ympyröi vaihtoehto. 4=täysin samaa mieltä, 3=jokseenkin samaa mieltä, 2=jokseenkin eri mieltä, 1=täysin eri mieltä, 0=en osaa sanoa)

Vastaanotto on mielestäni:

- A. siisti **4 3 2 1 0**  
 B. toimiva **4 3 2 1 0**  
 C. helposti havaittavissa **4 3 2 1 0**

## 7. Yleiset tilat (piha-alue, aulat, käytävät, jne.)

(Ympyröi vaihtoehto. 4=täysin samaa mieltä, 3=jokseenkin samaa mieltä, 2=jokseenkin eri mieltä, 1=täysin eri mieltä, 0=en osaa sanoa)

Yleiset tilat ovat mielestäni:

A. kodikkaita	4 3 2 1 0
B. siistejä	4 3 2 1 0
C. viihtyisiä	4 3 2 1 0

## 8. Aamiainen

(Ympyröi vaihtoehto. 4=täysin samaa mieltä, 3=jokseenkin samaa mieltä, 2=jokseenkin eri mieltä, 1=täysin eri mieltä, 0=en osaa sanoa)

Aamiainen on mielestäni:

A. monipuolinen	4 3 2 1 0
B. maukas	4 3 2 1 0
C. maalaishenkinen	4 3 2 1 0

## 9. Hinta-laatu – suhde

(Ympyröi vaihtoehto. 4=täysin samaa mieltä, 3=jokseenkin samaa mieltä, 2=jokseenkin eri mieltä, 1=täysin eri mieltä, 0=en osaa sanoa)

Tammiston tilan hinta-laatu – suhde on mielestäni kohdallaan. 4 3 2 1 0

## Palvelun laatua koskevat kysymykset:

### 10. Henkilökunta

(Ympyröi vaihtoehto. 4=täysin samaa mieltä, 3=jokseenkin samaa mieltä, 2=jokseenkin eri mieltä, 1=täysin eri mieltä, 0=en osaa sanoa)

Henkilökunta on mielestäni:

A. ystävällistä	4 3 2 1 0
B. nopeaa	4 3 2 1 0
C. ammattitaitoista	4 3 2 1 0
D. helposti lähestyttävissä	4 3 2 1 0

### 11. Palvelu

(Ympyröi vaihtoehto. 4=täysin samaa mieltä, 3=jokseenkin samaa mieltä, 2=jokseenkin eri mieltä, 1=täysin eri mieltä, 0=en osaa sanoa)

Palvelu on mielestäni:

A. nopeaa	4 3 2 1 0
B. joustavaa	4 3 2 1 0
C. helposti saatavilla	4 3 2 1 0
D. ystävällistä	4 3 2 1 0

## 12. Palvelun lähestyttävyys

(Ympyröi vaihtoehto. 4=täysin samaa mieltä, 3=jokseenkin samaa mieltä, 2=jokseenkin eri mieltä, 1=täysin eri mieltä, 0=en osaa sanoa)

- |   |                  |
|---|------------------|
| A. Tammiston tilan sijainti on erinomainen    | <b>4 3 2 1 0</b> |
| B. Tammiston tila on helppo löytää            | <b>4 3 2 1 0</b> |
| C. Varaustilanteessa palveltiin erinomaisesti | <b>4 3 2 1 0</b> |

**Ruusuja ja risuja sekä terveiset henkilökunnalle.**

---

---

---

---

**Lomakkeen voitte palauttaa vastaanottoon. Tietoja käsitellään luottamuksellisesti.**

**Kiitos ajastanne sekä mukavaa kesää!**

**Ystävällisin terveisin,  
Katja Mäkeläinen**

**\_Yhteystiedot arvontaa varten:**

**Nimi:**

**Puhelinnumero:**

**Sähköpostiosoite:**

”Kiitos, oli oikein mukavaa & viihdyimme erinomaisesti. → Ensi kertaan taas =)”

”Kiitos maukkaasta aamiaisesta ja viihtyisästä majoituspaikasta! Tammiston tila on sisustettu kauniisti ja on täynnä ihania yksityiskohtia.”

”Asiakaslähtöinen palvelu. Palvelualttius erinomaista. Kiitos erittäin paljon uuden paikan löytämisestä reissujamme varten.”

”Ihastuttava paikka. Tulemme uudelleenkin.”

”Ruokaa kyllä oli, mutta näin hotelliaamiaisiin tottuneena olisin odottanut runsaampaa valikoimaa. Henkilökunta ystävällistä. Talon omenaviini oli hyvää ja ehkä tällaisia omatekoisia ”tuotteita” voisi kehittää lisää.”

”Ihastuttava miljöö. Aamiaiselta jäimme kaipaamaan perinteisiä pekonia ja munakokkelia. Mutta muutoin oli tosi herkkua. =)”

”Vähän paremmat opastukset perille, niin kaikki olisi täydellistä.”

”Pyörien vuokraus oli tosi kiva juttu! Hyvät toimivat pyörät, oli mukava ajella!”

”Olemme olleet joka vuosi (4x) erittäin tyytyväisiä hyvään majoitukseen, herkulliseen aamiaiseen sekä ihastuneet viehättävään ympäristöön ja puitteisiin (saunamökin saunassa voisi olla lämpömittari). Nyt kuitenkin varauksemme yhteydessä sattuneen väärinkäsityksen vuoksi saunatupa olikin varattu meille vain yhdeksi yöksi kahden sijasta. Omistajan ystävällisen toiminnan kautta asia onneksi selvisi ja saimme varaamamme 2 yötä. Kiitos hyvästä palvelusta!”

”Yläkerran keittiö/oleskelutilassa voisi olla toive hiljaisuudesta esim. klo 23 jälkeen. Vanha talo, joten äänet kuuluu hyvin huoneisiin.”

”Mahtava paikka. Tullaan toistekin onneksi bongattiin tällainen.”

”Kiitos erinomaisesta omenamehusta! Olisimme toivoneet enemmän itse tehtyjä juttuja, ”paikallista” juustoa ja tuoreita hedelmiä. Päärakennus on todella kauniisti kunnostettu ja viimeistellyt yksityiskohdat huoneessa (peräkamari) ja kaikkialla hurmasivat.”

”Mökkiin toivoisin lisää valoisuutta, ehkä vähemmän puita/pensaita. Wc voisi tuoksua kukilta. Kiitos! Viihdyimme hyvin ja Muumimaailma täytti odotukset yllin kyllin.”

”Hotellissa pyyhkeiden ja petivaatteiden tulisi olla priimaa! Wc- ja suihkutila kaipaisi remonttia. Muuten paikka on viehättävä ja kodikas. Aamiaistarjoilussa kauniita yksityiskohtia.”

”Hieno paikka ja vähän kauempana keskustan vilinästä. Aamiaiseen on panostettu ja sen huomaa!”

”=>”

”Paikka oli rauhallinen ja sijainti tosi hyvä. Mökkimajoituksen saaminen myös lyhyeksi aikaa hyvä asia. Aamiainen oli hyvä ja maittava ja mukavaa oli, että tarjolla oli myös tilalla itse tehtyä. Vierailumme oli lyhyt mutta kaikesta jäi positiivinen mielikuva. Tsemppiä yrittämiseen!”

”Oli erittäin mukavaa ja joustavaa palvelua. Suuri kiitos!”

”Pääsimme jo klo 11.00 huoneeseen!”

”Kaunis, persoonallinen miljöö, kiitos. Päästiin huoneeseen aikaisin klo 11.”

”Kaunis paikka, rakkaudella ylläpidetty. Täällä oli ilo vieraillla! Kiitos.”

”Puutarhan istutuksen hoito oli jäänyt vähälle (ruusut, perennat). Aamupalalle olisin kaivannut lisää vaikkapa kalaa, marjapiirakkaa yms. kaiken kaikkiaan kaunis paikka =).”

”Hyvä aamupala ja erittäin ystävällinen palvelu. Yläkerran suihku oli hieman epämiellyttävä, koska vesi jää lillumaa suihkun lattialle ja lattia jää limaiseksi.”

”Peili 2 hengen huoneessa olisi kiva! Kun väki alkaa jo kulkea aamiaiselle, ja itse pitää kulkea unihiekat silmissä kylppäriin, olisi kiva että omassa huoneessa voisi edes vilkaista peiliin.”

”Mökillä olit kaikki grillaukseen tarvittavat jutut, sytytysneste ja muut jutut. Tulomme mielellään uudestaan. =)”

”Kiitokset mukavasta vierailusta ihanassa ympäristössä.”

”Ruusuja: Yövyimme saunamökissä, joka oli aivan uskomattoman ihana ja viihtyisä. Suosittelemme kaikille ystäville tätä paikkaa. Tammiston tilan mökit ja piha ovat juuri sen näköisiä, että tilan eteen tehdään töitä ja todellakin nähdään vaivaa sen eteen, että asiakkaat viihtyvät. Risuja: Keittiössä ja kylpyhuoneessa muurahaisia. Häviävät sisätiloista hyvin muurahaiskarkoittimella. Saatavissa ruokakaupoista.”

”Kiitos kaikesta.”

”Kiitokset. Yön seutu oli rentouttava pienessä punaisessa mökissä!”

”Kiitos! =)”

”Tänne täytyy tulla uudestaan!”

”Hommat ok! Suosittelen tuttaville!”

”Takkamökissä olisi hyvä olla pieni keittiö vesipisteinen ja altainen, esim astioiden pesua varten. Saunassa oli aivan mahtavat löylyt!”



”Huoneen oven saranat natisivat, mikä saattoi häiritä muita asukkaita. Ihana paikka!  
Kiitokset!”

”Paikka on todella idyllinen ja rauhallinen, leppoisa tunnelma. Tätä voisi suositella muillekin => Pikku vinkki aamupalatarjoiluun → yhden ison suolasirottimen tilalle muutama pienempi, jonka voi viedä pöytään ilman, että kenenkään tarvii sitä odotella => Työniloa ”emännälle” ja leppoisia vapaapäiviä, silloin kun niitä on.”

”Kiitos!”

”Lämminhenkistä palvelua, ihana ympäristö. Vaatteiden ripustus- ja säilytystilaa lisää huoneeseen 2. Suihkusta tulee kylmää vettä, jos toinen hana auki yhtä aikaa.”

”Upea paikka, kiitos hienosta lomakokemuksesta!”