

Noora Kupila

KOKOUSTILANNE SUJUVAKSI

Asiakastyytyväisyys Ravintola Kaarlessa

Opinnäytetyö

KESKI-POHJANMAAN AMMATTIKORKEAKOULU

Matkailun koulutusohjelma

Maaliskuu/2012

**TIIVISTELMÄ
ABSTRACT
SISÄLLYS**

1 JOHDANTO	1
2 KOKOUS- JA LIKEMATKAILU	3
2.1 Liikematkailu	3
2.1.1 Liikematkailun muodot	3
2.1.2 Sopimukset yrittäjän ja tuottajan välillä	4
2.2 Kokoustyypit	5
3 S-RYHMÄ	7
3.1 S-Ryhmän historia	7
3.2 Sokos Hotels	7
3.3 S-Etukortti	8
3.4 S-Card	8
3.5 Muut S-Ryhmän hotellien hyväksymät kortit	9
4 SOKOS HOTEL KAARLE	11
4.1 Kokkola	11
4.2 Hotellihuoneet	12
4.3 Amarillo	13
4.4 Ravintola Kaarle	13
4.5 Vapaa-ajan paketit	14
4.6 Kokouspalvelut	16
5 KVANTITATIIVINEN TUTKIMUS	19
5.1 Reliabiliteetti ja validiteetti	19
5.2 Internet-kysely	20
6 TUTKIMUKSEN SUUNNITTELU JA TULOKSET	21
6.1 Tutkimuksen suunnittelu ja toteutus	21
6.2 Tutkimusongelma	23
6.3 Tulokset ja analysointi	23
6.4 Kehittämisehdotukset	41
7 POHDINTA	44
LÄHTEET	46
LIITTEET	
KUVIOT	
KUVIO 1. Vastausprosentti	
KUVIO 2. Ravintola Kaarlen palvelut	
KUVIO 3. Tyytyväisyys palveluihin	
KUVIO 4. Käynnit Ravintola Kaarlessa	

KUVIO 5. Viimeisin käynti Ravintola Kaarlessa
KUVIO 6. Ravintolaan lähtemisen syyt
KUVIO 7. Ravintola Kaarlen sijainti
KUVIO 8. Ravintola Kaarlen viihtyisyys
KUVIO 9. Ravintola Kaarlen sisustus
KUVIO 10. Ravintola Kaarlen tilat
KUVIO 11. Ravintola Kaarlen pöytäjärjestys
KUVIO 12. Erikoisruokavaliot ja allergiat
KUVIO 13. Teemaviikot
KUVIO 14. Muut ravintolat
KUVIO 15. Ravintola Kaarlen suosittelu
KUVIO 16. Maine
KUVIO 17. Yleisarvosana
KUVIO 18. S-Etukortti
KUVIO 19. Www-sivut
KUVIO 20. Mieli-pide Www-sivusta
KUVIO 21. Ravintola Kaarlen tiedottaminen
KUVIO 22. Sukupuoli
KUVIO 23. Ikä

TAULUKOT

TAULUKKO 1. S-pisteiden kertyminen
TAULUKKO 2. Sokos Hotel Kaarlen hotellihuoneet
TAULUKKO 3. Sokos Hotelsien kokouspaketit
TAULUKKO 4. Kokoustilojen koot Sokos Hotel Kaarlessa



TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ

Yksikkö Tekniikan ja liiketalouden yksikkö, Kokkola-Pietarsaari	Aika Helmikuu 2012	Tekijä/tekijät Noora Kupila
Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma		
Työn nimi KOKOUSTILANNE SUJUVAKSI. Asiakastyytyväisyys Ravintola Kaarlessa		
Työn ohjaaja Katarina Broman	Sivumäärä 47 + 3	
Työelämäohjaaja Jaki Silvennoinen		
<p>Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Sokos Hotel Kaarlen hotellinjohtaja Jaki Silvennoinen. Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää Sokos Hotel Kaarlessa sijaitsevan tilausravintola Kaarlen palveluiden asiakastyytyväisyyttä sekä ravintolan käyttämättömyyteen liittyviä syitä kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimuksen avulla.</p> <p>Opinnäytetyössä käytettiin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta. Kvantitatiivinen tutkimus suoritettiin Internetin kautta tehtävällä kyselyllä. Kyselyn linkki lähetettiin sähköpostitse 196 vastaajalle tammikuussa 2012. Vastausaikaa annettiin 13 päivää. Ensimmäisen sähköpostiviestin jälkeen vastauksia kertyi 45 kappaletta. Vastaajille lähetettiin muistutus kyselyyn vastaamisesta vielä 5 päivää ennen kyselyn sulkeutumista. Viimeisen vastauspäivän jälkeen vastanneita oli 69, jolloin vastausprosentiksi tuli 35,95 %.</p> <p>Opinnäytetyössä käydään läpi 5 päälukua. Ensimmäisessä pääluvussa käydään läpi kokous- ja liikematkailua. Toinen pääluke käsittää S-Ryhmän, sen historiaa ja etukortteja. Kolmannessa pääluvussa keskitytään Kokkolassa sijaitsevaan Sokos Hotel Kaarleen. Neljäs luku sisältää tietoa kvantitatiivisesta eli määrällisestä tutkimusmenetelmästä. Viidennessä pääluvussa käydään läpi kyselylomakkeen suunnittelua ja toteutusta sekä tulokset.</p> <p>Tutkimustuloksista paljastui, että pääasiassa Sokos Hotel Kaarlen palveluihin oltiin tyytyväisiä, sillä vastaajista 70,5 % samaa mieltä väittämän kanssa. Vastaajista 75 % on tyytyväisiä Ravintola Kaarlen sijaintiin ja 51,5 % pitää Kaarlea viihtyisänä. Miesten aktiivisuus kyselyssä näkyy paremmin, sillä 84,1 % vastaajista on miehiä.</p>		

Asiasanat

asiakastyytyväisyys, hotelli, kokous, kvantitatiivinen tutkimus, kysely

ABSTRACT

CENTRAL OSTROBOTHNIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES Unit for Technology and Business, Kokkola-Pietarsaari	Date February 2012	Author Noora Kupila
Degree programme Degree programme in Tourism		
Name of thesis AIMING FOR AN EFFICIENT MEETING. Customer satisfaction in Restaurant Kaarle		
Instructor Jaki Silvennoinen	Pages 47 + 3	
Supervisor Katarina Broman		
<p>The commissioner for this thesis was Sokos Hotel Kaarle and the instructor was hotel manager Jaki Silvennoinen. The aim of this thesis was to research customer's satisfaction and reasons to inactivity in Restaurant Kaarle, by using the quantitative research.</p> <p>In this thesis a quantitative research method was used. The research was made by using a questionnaire on the Internet. In January 2012, the link to the questionnaire was sent via e-mail to 196 respondents. The response time was 13 days. There were 45 respondents to the first e-mail. Five days before the response time was over, a reminder was sent to the respondents. After the last response day there were 69 who had answered. The response percentage was 35,95 %.</p> <p>This thesis contains 5 main chapters. The first chapter consists of meetings- and business travelling. The second main chapter consists of S-Group, its history and discount cards. The third main chapter consists of Sokos Hotel Kaarle located in Kokkola. The fourth main chapter deals with the quantitative research method. The fifth main chapter consists of the planning and executing questionnaire form.</p> <p>The research showed that people are mainly satisfied with Restaurant Kaarle's services. 70,5 % of the respondents agreed with this claim. 75 % of the respondents are satisfied with the location of Restaurant Kaarle and 51,5 % found Restaurant Kaarle pleasant. Men's activity in the questionnaire shows clearly because 84,1 % of the respondents were men.</p>		

Key words

Customer satisfaction, hotel, meeting, quantitative research, questionnaire

1 JOHDANTO

Kokous- ja liikematkailu on kasvanut valtavasti 1900-luvulta. Syy kasvamiselle on liikeasioiden hoitaminen. Monet yritykset kasvavat ja alkavat levitä ympäri Suomea tai jopa ympäri maailmaa, jolloin yritys pitää kokouksia käyttäen hyväksi esimerkiksi hotellien kokouspalveluita. Kokousten tarkoituksena on päättää asioita, kouluttaa tai esitellä uusia tuotteita tai palveluita.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on internetkyselyä käyttäen selvittää Sokos Hotel Kaarlessa toimivan tilausravintola Kaarlen asiakkaiden tyytyväisyyttä. Tarkoituksena on myös saada kehitysideoita ja yleistä palautetta. Tutkimus auttaa saamaan vastauksia toimeksiantajalle asiakkaiden tyytyväisyydestä. Mahdollisista kehitysideoista saadaan hyviä toiveita asiakkailta, jolloin Ravintola Kaarlen palveluita voidaan muokata asiakkaiden toivomalla tavalla. Tutkimuslomake (Liite 2/1) lähetettiin yhteensä 196 yrityksen johtajalle sekä päättäjille. Kyselylomake lähetettiin 19.1.2012 ja vastaajille annettiin aikaa 31.1.2012 asti. Tarpeeksi pitkällä vastausajalla halutaan varmistaa mahdollisimman iso vastaajamäärä.

Kokoustilanteen halutaan toimivan moitteettomasti. Usein tilaaja valitsee valmiin kokouspaketin, joka on hänelle helpoin tapa järjestää kokous. Tilat ja tarjoilut on valmiiksi hoidettu, jolloin niistä huolehtiminen ei ole tilaajan harteilla. Kokoukset saattavat kestää useita tunteja, jolloin kokouslounas on tarpeellinen. Tilausravintola Kaarle ei käytetä toivotuissa määrin, joten tutkimuksessa on tarkoitus selvittää, miksi.

Työ koostuu erilaisista osioista, joissa käydään läpi kokous- ja liikematkailu, S-Ryhmä, kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä ja kyselyn tulokset. Kyselyn tuloksista on saatu aikaisiksi työn loppupuolella olevat kehitysideat. Koska kokouspalvelut tuottaa Sokos Hotel Kaarle, halusin käydä työssä läpi myös hotellin historiaa, huonemääriä sekä vapaa-ajan paketteja.

Työssä käytetään lähteinä kirjoja ja internetiä. Osa tekstistä on omaa tuottamaani, sillä olen päivittäin tekemisissä työssäni ketjun etukorttien ja vapaa-ajanpakettien kanssa. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Sokos Hotel Kaarle ja työelämäohjaajana hotellinjohtaja

Jaki Silvennoinen. Sokos Hotel Kaarle sijaitsee Kokkolassa Keski-Pohjanmaalla. Sokos Hotel Kaarlessa on tilaus- ja juhlaravintola Kaarle. Kaarle toimii oivana paikkana kokousten järjestäjille kokouslounaan merkeissä.

Opinnäytetyön aihe on saatu harjoittelupaikastani, nykyisestä työpaikastani Sokos Hotel Kaarlestani, jossa olen tehnyt työharjoittelun kesällä 2010 ja aloittanut työsuhteen maaliskuussa 2011.

2 KOKOUS- JA LIIKEMATKAILU

Liikematkailu on kasvava elinkeino, joka on taloudellisesti merkittävin kasvava matkailun osa-alue kaikkialla maailmassa. Matkustusmotiivina on liikeasioiden hoitaminen. Keräilytaloudessa eläminen vaihtui hyödykkeiden vaihdoksi ja myöhemmin kaupankäynniksi. Kaupankäynnistä syntyi matkustamisen tarve. Ensimmäiset kaupankäyntireitit olivat suurien jokien ja vesien alueilla, eli Niilin, Jordanin ja Välimeren. Teollistuminen ja poliittinen sekä sosiaalinen yhteiskuntakehitys sai liikematkustuksen kasvamaan. Liikematkustus on kasvanut vähitellen ja voimistunut 1900-luvulla. Syynä kasvavalle liikematkustukselle voidaan pitää yritysten kansainvälistymistä ja verkostoitumista ulkomaille. (Verhelä, P. 2000, 7-9.)

2.1 Liikematkailu

Liikematkailulla tarkoitetaan työntekoon liittyvää matkustusta. Matkan tarkoituksena on hoitaa asiakassuhteita, luoda niitä tai esimerkiksi myydä tuotteita ja palveluita. Matkan tarkoituksena voi olla myös esimerkiksi kokous. Matkustajana liikematkalla on yrittäjä tai yrityksen johtoon kuuluva henkilö. Liikematkailua voidaan pitää yleiskäsitteenä, jolla tarkoitetaan matkustamista, joka on työnantajan maksama ja joka tehdään esimerkiksi yrityksen toiminnan kehittämiseksi. (Verhelä, P. 2000, 10.)

Liikematkustaminen ei välttämättä tapahdu vain matkustamisen ilosta, ja matkan tarkoituksena on hoitaa työtehtäviä. Siksi työmatkustajat voivat joskus olla vaativia asiakkaita. Matkustaminen on tällöin pakollista ja palveluiden halutaan toimivan moitteettomasti. Matkan syynä ei ole matkustus, vaan liikeasioiden- ja suhteiden hoitaminen. (Verhelä, P. 2000, 14.)

2.1.1 Liikematkailun muodot

Liikematkailu jaetaan kansainvälisessä matkailun tutkimuksessa neljään pääryhmään. Ryhmät ovat tavallinen liikematka, kokous- ja kongressimatka, messu- ja näyttelymatkat sekä incentive- eli kannustematkat.

Kokous- ja kongressimatkat on kasvava osa-alue liikematkailussa. Kokouksia ja kongresseja järjestetään kansainvälisesti ympäri maailman. Suomessa järjestettiin yhteensä 180 kansainvälistä kongressia vuonna 2000. Kokous- tai kongressimatkan tarkoituksena on osallistua tilaisuuteen, johon voi osallistua vain muutamia ihmisiä pienimuotoiseen kokoukseen tai jopa tuhansia kongressiin. Kongressi voi kestää muutamasta tunnista jopa viikkoon. Matka kuuluu liikematkailuun, kun tilaisuus on järjestetty yrityksen ulkopuolella, ja kun matkan aikana on käytettävä matkailun eri osa-alueiden palveluita. (Verhelä, P. 2000, 18.)

Messu- ja näyttelymatkoilla yritykset toimivat näytteilleasettajina tuotteineen ja kuluttajat toimivat asiakkaina. Yritysten näytteilleasettajat ovat matkalla pidempään ja tarvitsevat tällöin majoitus- ja ravitsemispalveluita. Messut voivat myös olla tilaisuuksia, jossa ammattilaiset tutustuvat oman alansa palveluiden tuottajiin. Messuille menemisen syiksi voidaan sanoa esimerkiksi saman alan ihmisten kohtaaminen ja näin ollen uusien liikesuhteiden syntyminen. (Verhelä, P. 2000, 16.)

Kannustematka koostuu kuljetuksesta, majoituksesta ja ohjelmasta. Matkan maksaa joku muu kuin käyttäjä. Kannustematkan osien täytyy erota matkustajan aikaisemmin kokemasta. Kuljetus voi olla esimerkiksi jokin, jota matkustaja ei ole aikaisemmin kokenut. Majoituksen tulee olla tasokas ja matkaan liittyä ohjelmapalveluita, jotka tuovat matkustajalle uusia kokemuksia. Kannustematkat ovat alkujaan amerikkalainen tapa. Suomen kannustematkojen historia on lyhyt. Kannustematkan toivat Suomeen amerikkalaiset suuryhtiöt. (Verhelä, P. 2000, 23-24.)

2.1.2 Sopimukset yrittäjän ja tuottajan välillä

Matkatoimistoa on käytetty yleisesti apuna liikematkapalveluiden hankinnassa. Yritys, jolla on suuret ostot matkatoimiston kautta, voi saada ostovolyyymiin perustuvia alennuksia. (Verhelä, P. 2000, 41.)

Yrityksillä on paljon yrityssopimushintoja majoitukselle. Yrityssopimukset on tehty hotellin kautta, jolloin majoitus voidaan varata suoraan esimerkiksi soittamalla hotelliin, jolloin yrityssopimushintainen huone on saatavilla. Sopimukset ovat erilaisia, sillä hintaan vaikut-

taa esimerkiksi yrityksen käyttöaste hotellissa. Yrityssopimus voi olla sellainen, että sopimushinta on voimassa viimeiseen huoneeseen asti. Näiden yritysten ostovolyymi on suuri. Sopimus voidaan myös tehdä sellaiseksi, että sopimushinta ei ole enää voimassa, jos huoneita on vain muutama jäljellä. Sopimushinnan sulkeutuessa asiakas maksaa päivän hinnan yöpymisestään.

Hinnoitteluun vaikuttaa myös ajankohta ja viikonpäivä. Tällaiseen perustuvaa hinnoittelua kutsutaan yield-ajatteluksi, joka tarkoittaa kysynnän ja tarjonnan suhteen vaikutusta tuotteiden hintoihin, eli mitä enemmän on kysyntää, sitä enemmän siitä on mahdollista saada rahaa. Hiljaisina päivinä tai esimerkiksi viikonloppuina hotellit voivat tarjota halvempia kampanjahintoja. (Verhelä, P. 2000, 42.) Työmatkustus tapahtuu pääasiassa arkipäivisin, jolloin yrityssopimushintaa voidaan käyttää. Viikonloppuisin päivän hinta on yleensä yrityssopimushintaa alhaisempi, jolloin asiakas käyttää mieluummin alhaisempaa hintaa.

Yrityssopimukset tuovat asiakkaita majoituspalvelulle. Sopimukset tuovat yritykselle päivän hintaa alemman hinnan, joka on merkittävä seikka, jolla yritys voi pitää matkabudjettia kurissa. Majoittujille tarjotaan yrityssopimushinnan lisäksi tuntevia kanta-asiakasetuja, kuten esimerkiksi S-card Sokos Hotelleissa. S-cardia käytettäessä edunsaaja on palveluiden käyttäjä eikä yritys. Liikematkailussa käytettävät kanta-asiakaskortit ja niistä saadut bonukset voivat teettää yrityksille ylimääräistä työtä, sillä yrityksen tulee seurata bonuksia. Yrityksen tehtävä on valvoa verotettavaksi tuloksi luettuja bonuksia. (Verhelä, P. 2000, 41.)

2.2 Kokoustyypit

Kokouksella tarkoitetaan ihmisten kokoontumista. Kokouksen tarkoitus on keskustella, tiedottaa ja päättää. Kokouksessa voidaan myös valita henkilöitä eri tehtäviin. Kokous voi käsittää vain aamupalaverin tai monimuotoisemman kokouksen, joka voi kestää monta päivää sisältäen erilaisia tapahtumia.

Tässä opinnäytetyössä keskitytään yritysten järjestämiin kokouksiin. Yritysten kokoukset keskittyvät liikeasioihin, joihin osallistuu edustajia samasta yhtiöstä tai yritysryhmittymästä. Kokouksen tarkoituksena voi olla esimerkiksi uuden tuotteen esittely, myynnin vauhdi-

tus tai asiakkaiden koulutus. Yrityskokousten tarkoitus on motivointi ja koulutus. (Rautiainen, M & Siiskonen, M. 2003, 24.)

Kokous on virallinen lainsäädäntöelimen, poliittisen tai talouselämän ryhmittymisen kokous. Kokouksessa neuvotellaan ja yritetään saada aikaiseksi toimintaperiaatteita koskeva yksimielisyys. Kokouksessa kaikki ottavat osaa, jotta yksimielisyys saadaan aikaiseksi. Kokous on kestoaltaan rajoitettu, mutta järjestämistiheyttä sille ei ole määritetty.

Kongressi tarkoittaa säännöllisin väliajoin järjestettyä kokoontumista, jonka osallistujamäärä voi olla sadoista tuhansiin. Kongressiin osallistujat ovat saman kulttuurisen, ammatillisen tai muun ryhmittymän edustajia. Järjestävä organisaatio päättää esitysten ja keskustelun aiheet. Kansainvälisessä kongressissa on vähintään 30 osallistujaa, jotka ovat vähintään neljästä eri maasta. Osanottajista puolet on ulkomaalaisia. (Rautiainen, M & Siiskonen, M 2003, 25.) Vuonna 2010 Suomessa järjestettiin 416 kansainvälistä kongressia. Luvussa on mukana vähintään 10 osallistujamäärän kongressit vähintään kahdesta eri maasta ja joiden osallistujista vähintään 20 % on ollut ulkomaalaisia. Isoin kongressikaupunki vuonna 2010 oli Helsinki, jonka kongressivieraiden osuus oli 50 %. (Taloustutkimus, Kongressit Suomessa 2011.)

Konferenssi järjestetään keskustelun ja ongelmanratkaisun takia. Konferenssi on kongressiin verrattuna kooltaan pienempi. Konferenssin kesto aika ei ole rajoitettu, eikä sillä ole tiettyä määrää, kuinka usein se järjestetään.

Neuvotteluita järjestetään tarpeen vaatiessa tai säännöllisesti. Neuvotteluiksi voidaan sanoa esimerkiksi jokavuotisia yleiskokouksia. Yleiskokouksella tarkoitetaan esimerkiksi liiton, seuran tai organisaation virallista kokousta, johon osallistuu tietty määrä jäseniä. Yleiskokouksessa voidaan päättää esimerkiksi toimintasuunnitelmasta tai hyväksyä budjetti ja tilinpäätös. (Rautiainen, M. & Siiskonen, M. 2003, 25-26.)

3 S-RYHMÄ

S-ryhmä on vähittäiskaupan ja palvelualan yritysverkosto. S-ryhmällä on Suomessa yli 1600 toimipaikkaa. S-ryhmä muodostuu osuuskaupoista, Suomen Osuuskauppojen Keskuskunnasta eli SOK:sta. Suomessa on 22 alueosuuskauppaa, joista muodostuu S-ryhmä. Näiden 22 alueosuuskaupan lisäksi S-ryhmään kuuluu 9 paikallisosuuskauppaa. (S-kanava 2011a.)

3.1 S-Ryhmän historia

Ensimmäiset osuuskaupat Suomeen perustettiin 1900-luvun alussa. Osuuskauppaliikkeen tarkoituksena on vastata ihmisten jokapäiväisiin tarpeisiin. Liike on perustettu vuonna 1800 Englantiin. Vuonna 1919 osuuskauppojen lukumäärä oli yli 500, niiden jäseniä 170 000 ja toimipaikkoja 1400. Kun osuuskauppojen määrä kasvoi, tuli tarve yhteistyöhön. Tämän vuoksi vuonna 1904 perustettiin Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta, eli SOK. SOK perustettiin hoitamaan yhteisostoja, neuvontaa ja ohjausta. SOK harjoittaa alueellisten ja valtakunnallisten tytäryhtiöidensä lisäksi matkailu- ja ravitsemuskauppaa Baltian alueella. S-ryhmä on edelläkävijä tavarataloverkoston ja hotelliliiketoiminnan kehittämisessä. Vuonna 1952 avattiin ensimmäinen Sokos Hotel Helsinkiin. (S-kanava 2011b.)

3.2 Sokos Hotels

Sokos Hotelleja on Suomessa, Tallinnassa ja Pietarissa jo yli 40. Sokos Hotels on Suomen tunnetuin ja kattavin hotelliketju. Jokaisen hotellin sijainti on aina keskellä kaupunkia, palveluiden läheisyydessä. Hotellien sijainti on myös hyvien vapaa-ajankohteiden ja liikenneyhteyksien lähellä. Tästä tuleekin Sokos Hotelsin käyttämä tunnuslause, "Keskellä kaupunkia, keskellä elämää".

Sokos Hotellit tarjoavat majoituksen lisäksi myös ravintola- ja kokouspalveluita. Sokos Hotelsin tunnetuimmat ravintolaketjut ovat esimerkiksi Amarillo, Sevilla, Fransmanni ja Memphis. Ravintolat vaihtelevat Sokos Hotellien mukaan. S-ryhmän Sokos Hotelliketjuun

kuuluu Sokos Hotellien lisäksi Suomen Osuuskauppojen Keskuskunnan eli SOK:n tytäryhtiö Sokotel Oy, Virossa A/S Sokotel ja OOO Sokotel Pietarissa. S-ryhmän yhteiset arvot ohjaavat Sokos Hotellien toimintaa. Nämä arvot ovat asiakaslähtöisyys, vastuullisuus, tuoksellisuus, uudistuminen ja kumppanuus. (Sokos Hotels 2011.)

Sokos Hotellin liikemerkin on suunnitellut akateemikko Kyösti Varis 80-90 luvun taitteessa. Logon keskellä oleva pallukka ja siinä oleva valkoinen S-kuvio kuvaa tuloa, oloa ja lähtemistä. (Korja 2004.)

3.3 S-Etukortti

S-ryhmällä on käytössä asiakasomistaja kortti S-Etukortti. S-Etukortin omistaja on asiakasomistaja ja saa parhaat edut koko S-ryhmästä. S-Etukorttia näyttäessä ostoksista saa bonusta yli 2000 liikkeestä ympäri Suomen. Kortilla saa myös tuntuvia alennuksia tietyissä ravintoloissa ja esimerkiksi Sokos Hotelleissa. Kortin saaminen edellyttää liittymistä osuuskaupan jäseneksi. Liittyessä maksetaan osuusmaksu. Osuusmaksun saa takaisin luovuttaessa asiakasomistajuudesta.

S-ryhmä muotoutuu alueellisista osuuskaupoista ja osuuskauppojen omistamasta SOK:sta ja sen tytäryhtiöistä. Liittymällä osuuskaupan jäseneksi on osuuskaupan asiakasomistaja. S-ryhmää ei olisi ilman asiakasomistajia, sillä koko toiminnan tarkoitus on tuottaa palveluja ja etuja asiakasomistajille. Osuuskaupoissa tärkeintä on omistajan ääni. Asiakasomistajien palautteesta on valtava apu liiketoiminnan kehittämiseen. S-ryhmä haluaa kehittää liiketoimintaansa niin, että se voisi vastata entistä enemmän asiakasomistajiensa tarpeisiin. (Skanava 2011c.)

3.4 S-Card

S-Card on työmatkustajan kanta-asiakaskortti. S-Cardilla työmatkustaja saa tuntuvia etuja. Kortti on voimassa yhden vuoden ostohetkestä. Vuosimaksu on 25 €. S-Cardin etuja voi käyttää Sokos Hotelleissa, Radisson Blu-hotellien ravintoloissa Suomessa, S-ryhmän ketju-

ravintoloissa ja yksittäisissä ravintoloissa, jotka ovat S-Cardin piirissä. Yksittäisiä ravintoloita löytyy ympäri Suomea (Liite 1/1).

Jokaisesta yöpymisestä päivän hinnalla tai yrityksen sopimushinnalla saa 12 € arvoisen ateriaedun, jonka voi käyttää s-ryhmän ravintoloissa. Sokos Hotel Kaarlessa on erikseen 12 € arvoinen S-Card-menu, johon ateriaedun voi käyttää. Ateriaedut ovat voimassa puoli vuotta. Vuonna 2011 S-Cardin uudistuksen myötä paperisia ateriaetuja ei enää jaeta, vaan etu kirjautuu suoraan S-Cardille. S-Card toimii maksukorttina, josta ateriaedun voi käyttää. S-Cardin käyttö kerryttää S-pisteitä. Pisteet ovat käytettävissä samoissa paikoissa ateriaedun kanssa (Liite 1/1). Pisteet alkavat kertyä jo ensimmäisestä ostokerrasta ja ne kertyvät koko kortin voimassaoloajan eli 12 kk. Kun voimassaolo uusitaan, pisteet nollaantuvat ja kerääminen aloitetaan alusta. (S-Card 2011.)

TAULUKKO 1. S-pisteiden kertyminen

Voimassaolovuoden ostot	S-pisteet ostojen summasta
0-1700 €	2 %
1701-3600 €	4 %
3601-7200 €	6 %
7201-> €	8 %

3.5 Muut S-Ryhmän hotellien hyväksymät kortit

Finnair Plus-kortin voi hankkia ilmaiseksi. Kortin edut alkavat kertyä heti kortin hankkimisen jälkeen. Kortilla kerätään Finnair Plus-pisteitä, jotka oikeuttavat esimerkiksi palkintoyöpymiseen Sokos Hotelleissa, joka on Finnairin yhteistyökumppani. Käyttäessään korttia yöpymisen yhteydessä matkustaja saa 500 pistettä. Finnair-kortteja löytyy neljää eri tasoa; perustaso, Silver-taso, Gold-taso ja Platinum-taso. Kaikki sisältävät perustason edut, mutta edut kasvavat parempaan korttiin siirryttäessä. Perustason etuja ovat esimerkiksi lähtöselvityksen tekeminen tekstiviestillä, kertyneiden pisteiden käyttö matkustamiseen tai esimerkiksi autovuokraukseen.

Pääasiassa kortille kerätään pisteitä lentomatkoista. Pisteiden määrä riippuu lähtö- ja saapumiskaupungin etäisyydestä kilometreissä sekä varausluokasta. Esimerkiksi Helsingistä Tukholmaan turistiluokassa lennettäessä saa 1500 pistettä. Samalla reitillä valitessaan bisnesluokan pisteitä kertyy 3000. Eniten pisteitä matkustaja saa lentämällä Helsingistä Singaporeen bisnesluokassa. Tämä kerryttää matkustajalle pisteitä jopa 18 552. (Finnair plus-pisteet 2011.)

Sokos Hotels ja Nordic Choice Hotels aloittivat yhteistyön kanta-asiakasmarkkinoinnissa 1.1.2011 lähtien. Yhteistyön tarkoituksena on lisätä matkailua Pohjoismaiden välillä. Nordic Choice Hotels-kortti on hyväksytty Sokos Hotelleissa vuoden 2011 loppupuolesta alkaen. Sokos Hotelsien S-Cardilla puolestaan ansaitsee pisteitä hotellimajoituksesta Nordic Choice Hotelleista Pohjoismaissa. Nämä maat ovat Norja, Ruotsi, Tanska, Latvia ja Viro. Pohjoismaissa Nordic Choice Hotellissa S-Cardia käytettäessä matkustaja ansaitsee kiinteän 5 % pisteitä laskun loppusummasta. (Nordic Choice Club 2012.)

Sokos Hotels tarjoaa käytettäväksi monenlaisia kanta-asiakaskortteja ja samalla myös tuntuja kanta-asiakasetuja. Työmatkustajan kannattaa käyttää S-Cardia, jolla hän saa jokaisesta yöpymisestä yhden ateriasetelin. Ateriasetelin käyttöpaikkoja löytyy useita ja etusetelit ovat voimassa jopa puoli vuotta. S-etukorttia hyödyntää vapaa-ajan matkalainen. Bonuksia kertyy jo sadan euron ostoksesta yhden prosentin verran. Majoitus kannattaa keskitää Sokos Hoteliin, sillä sieltä saatavat edut ja bonukset ovat kattavia.

4 SOKOS HOTEL KAARLE

Sokos Hotel Kaarle sijaitsee torin laidalla keskellä Kokkolaa. Kaarlessa on 159 hyvin varustettua huonetta, kolme erityylistä ravintolaa, kolme kokoustilaa sekä neljä saunaa. Sokos Hotel Kaarlessa on ravintola Amarillo, tilaus- ja juhlaravintola Kaarle sekä Night Club Calle ja Talli. (Sokos Hotel Kaarle 2010.)

4.1 Kokkola

Kokkolan kaupunki sijaitsee Pohjanlahden rannalla Keski-Pohjanmaalla. Kaupunki on perustettu vuonna 1620 ja sen perustaja on Ruotsin kuningas Kustaa II Aadolf. Alkuvuonna 2009 Kokkolaan liitettiin Kälviän, Lohtajan ja Ullavan kunnat. Kokkolan kaupungin asukasluku vuodenvaihteessa 2010/2011 oli 46 260. Kokkola on asukasluvultaan Suomen 22:ksi suurin kaupunki. Kokkolan kaupungin vahvuus on monipuolinen tuotantorakenne. Merkittäviä toimialoja Kokkolassa ovat metalli- ja konepajateollisuus, kemianteollisuus, veneteollisuus ja tieto- ja viestintäteknikka. Kokkola on arvioitu koko maan suurimmaksi maitopitäjäksi lypsävien lehmien määrän sekä maitotulojen mukaan. (Kuntainfo Kokkola 2010.)

Kokkolan ruotsin kielinen nimi Karleby on muodostunut nimestä Karlebi, jonka nimisenä Kokkola esiintyy vanhimmissa asiakirjoissa. Suomenkielisen nimen uskotaan tulevan nimestä Kokkolahti, joksi kutsuttiin lahtea, joka työntyi mereltä sisämaahan. Kokkolassa on ollut jo keskiajalla satama, laivanrakennus- ja kauppapaikka. Maankohoaminen on muokannut ympäristöä ja vaikuttanut satamalaitoksen ja kaupankäynnin kehittymiseen. Tärkeitä elinkeinoja olivat metsästys, kalastus ja hylkeenpyynti. Näitä kauppooja harjoitettiin pohjanlahden rannikkoa pitkin.

1500-luvulla hyvin tärkeäksi Kokkolan historiassa muodostui tervanvienti. Kokkolan perustaja, Ruotsin kuningas Kustaa II Aadolf, allekirjoitti 7. syyskuuta vuonna 1620 asiakirjan, jolla Ristirannan maanviljelys- ja kalastajakylästä tuli kaupunki. Kokkola muodostui tärkeäksi merenkulku- ja laivanrakennuspaikaksi. Aluksi purjehdukset suuntautuivat Turkuun ja Tukholmaan, sillä Kokkola ei saanut harjoittaa ulkomaankauppaa. Vuonna 1765

Kokkola sai tapulioikeudet, jolla tarkoitetaan oikeutta vapaaseen ulkomaankauppaan. Tapulioikeudet mahdollisti kirkkoherra ja valtiopäivämies Anders Chydenius. Chydenius syntyi vuonna 1729 ja kuoli vuonna 1803. (Anders Chydenius säätiö 2010.)

1800-luvulla Kokkola vaurastui tervakaupan ja laivanvarustuksen ansiosta. Porvarit ostivat tervaa talonpojilta viedäkseen sitä Välimeren ja Englannin satamiin. Kauppalaivasto oli ajoittain Suomen suurin. (Historia Kokkola 2010.)

4.2 Hotellihuoneet

Kaarlen huonevaihtoehtoja ovat standard yhden hengen huone sekä standard kahden hengen huone, superior, suite, perhehuone, kombihuone sekä invahuone.

Suurimmassa osassa huoneissa on erilliset sängyt, puolista superior-luokan huoneista ja perhehuoneista parisänky, suihku ja wc, hiustenkuivaaja, silytysmahdollisuus, televisio, radio sekä minibaari. Superior-luokan huoneesta löytyy tallelokero, kahvin- ja teenkeitin sekä kylpytakit ja tossut. Suitesta löytyy sauna ja poreallas. Hotelliasukkailla on mahdollisuus käyttää langatonta tai langallista laajakaistayhteyttä veloituksetta. Huoneiden televisioista on käytettävissä laajakaistayhteys, jota varten huoneista löytyy näppäimistö. Television kautta käytetty yhteys on maksullinen. Televisiosta voi katsella maksuttomia sekä maksullisia kanavia. (Sokos Hotel Kaarle 2010.)

Majoittujien käytössä on kolme asiakassaunaa, kaksi miehille ja yksi naisille. Saunatiloista löytyy myös uima-allas sekä muutama kuntoilulaite. Saunojen käyttö kuuluu majoituksen hintaan ja asiakkaat voivat käyttää saunaa joka päivä klo 17-21. Viikonloppuisin sauna on käytettävissä klo 7-10. Kesäisin Kaarlessa on myös aamusauna klo 7-10. Kesäisin suurin osa matkustajista on perheitä ja lomamatkalaisia, kun taas syksyllä ja keväällä suurin osa matkustajista on työ- ja kokousmatkustajia.

Sokos Hotel Kaarlessa on 130 autopaikkaa kahdessa tasossa veloituksetta. Alue on aidattu ja siellä on valvontakameroita. Lämmityspistokkeet ovat käytettävissä ilmaiseksi. Kaikki autopaikat ovat vapaassa käytössä, eikä niiden käyttämiseen vaadita parkkikiekkoa tai

parkkilipuketta. Taulukossa 2 on kerrottu hotellihuoneiden kokonaismäärä sekä eri huone-tyyppien määrät.

TAULUKKO 2. Sokos Hotel Kaarlen hotellihuoneet.

Huone	Yhteensä
Huoneita	159
Standard-huoneita	139
Superior-huoneita	16
Suiteja	2
Erikoishuoneita	2
Perhehuoneita	4
Kombihuoneita	2
Invahuoneita	6

4.3 Amarillo

Ravintola Amarillo Sokos Hotel Kaarlessa Kokkolassa avattiin vuoden 2008 alussa. Sa-tunnainen matkailija törmäsi Texasissa kaupunkiin nimeltä Amarillo. 80-luvulla Suomeen ei ollut vielä rantautunut texmex-ruoka. Matkailija sai idean nimeen, sekä texmex-ravintolan perustamiseen Suomessa.

Vuoden 1988 alussa Lahdessa avattiin testiversio Amarillosta. Sokos Hotel Ilves avasi Amarillon Tampereella, jolloin kaupungista tuli virallisesti Amarillo-kaupunki. Tampere-laiset ottivat uuden ravintolan hyvin vastaan. Texmex-ruoka ja Amarillon rento meno val-loittivat ihmisten sydämet. Pian avattiin Amarillot myös Turussa, Kuopiossa, Jyväskylässä ja Vaasassa. (Amarillo 2010.)

4.4 Ravintola Kaarle

Ravintola Kaarle sijaitsee Sokos Hotel Kaarlen tiloissa. Se on suunniteltu toimimaan sekä kokous- ja juhlatilana että aamiaishuoneena. Vuonna 2008 Ravintola Kaarle remontoitiin täysin.

Tilaa Kaarlesta löytyy, sillä istumapaikkoja on 130. Tämä mahdollistaa järjestettäväksi tilaisuuksia isommillekin väkimäärille. Kaarle sopeutuu hyvin sekä kokouslounastilaksi että esimerkiksi häätjuhlan viettopaikaksi.

4.5 Vapaa-ajan paketit

Sokos Hotellit tarjoavat perinteisen majoituksen lisäksi myös erilaisia vapaa-ajan paketteja. Esimerkiksi Sokos Hotel Kaarle tarjoaa VesiVeijari-pakettia, hääpaketin, erilaisia kulttuuripaketteja ja Onni Orava perhepaketin. Paketit voi tilata hotellin myyntipalvelusta.

VesiVeijari-pakettiin kuuluu majoitus kahdelle aikuiselle sekä yhdelle lapselle, aamiainen, asiakassauna sekä 2 + 1-3 lippua Uintikeskus VesiVeijariin, joka sijaitsee vain kävelymatkan päässä Sokos Hotel Kaarlesta. Asiakas saa uimalipun suoraan hotellin vastaanotosta saapuessaan. (Vesiveijari, 2010.)

Kokkolan uimahalli on valmistunut kesällä 1985. Vuoden 2006 tammikuussa uimahallia remontoitiin ja uimahallin uudeksi nimeksi tuli Uintikeskus VesiVeijari. VesiVeijarista löytyy lasten opetusallas, liukumäki, lapsille tarkoitettu kahluuallas, hyppyallas, iso allas, voimisteluallas, kaksi poreallasta, terapia-allas sekä pieni avantoallas. Hyppyaltaaseen voi hypätä yhden, kolmen ja viiden metrin korkeudesta. Isossa altaassa on kahdeksan rataa. VesiVeijarissa on myös ulkoallas, joka on auki kesäisin. Ulkoaltaaseen laskee 80 metriä pitkä liukumäki. Ulkona on myös kylmäallas sekä lastenallas. VesiVeijarin talosta löytyy myös fysikaalinen hoitolaitos ja kuntosali, 12-ratainen keilahalli, neljä solariumia sekä kaksi infrapunasaunaa. (Vesiveijari Kokkola, 2010.)

Sokos Hotel Kaarlessa on tarjolla hääpaketti. Hääpakettiin voi itse valita huonetyypin. Huonetyyppeinä ovat Superior, minisviitti tai sviitti. Jokaisella on eri hinta. Hyvin usein hääparit haluavat käyttöönsä sviitin, sillä siinä on sauna ja poreallas.

Hääpakettiin kuuluu huoneen lisäksi kylpytakit ja tossut, shamppanjaa sekä suklaahedelmätarjotin. Shamppanjan tilalle voi ottaa myös alkoholittoman vaihtoehdon. Hotellin aamiainen hotellin asukkaille järjestetään omassa tilassa, mutta hääpaketin varanneille aa-

miainen tuodaan huoneeseen. Tästä huolimatta hääpari voi nauttia aamiaista lisäksi myös aamiaishuoneessa. Hotellihuoneen luovutus on normaalisti kello 12.00. Hääparilla on kuitenkin oikeus pitää huonettaan jopa kello 15.00 asti.

Hääpari voi myös varata oman kiintiönsä hotellista häävierailleen. Kiintiöön varataan tietty määrä huoneita vieraille ja he voivat soittaa varauksensa kiintiöön. Hinta kiintiöstä on edullisempi kuin normaali yöpymishinta. Vaikka hinta on edullisempi vieraille, sisältää se kuitenkin myös aamiaisen, saunan ja uinnin.

Hääpari voi järjestää häänsä täysin Sokos Hotellin tiloissa. Sokos Hotel Kaarlessa on mahdollista järjestää sekä pienet että isot hääjuhlat. Tiloja löytyy 10 hengen tilaisuuksista 150 hengen tilaisuuksiin. Sokos Hotel Kaarlessa on mahdollista käyttää Ravintola Kaarlea, joka toimii sekä aamiaishuoneena että tilausravintolana. Sokos Hotel Kaarlessa sijaitsee myös ravintola Amarillo sekä Calle Nightclub, joissa juhlavieraat voivat viettää jatkoja. (Sokos Hotel-esite 2011.)

Kesäisin ja keväisin Sokos Hotel Kaarle tarjoaa Golf-, teatteri- ja Powerpark-paketteja. Paketit sisältävät majoituksen lisäksi aamiaisen, saunan ja uinnin. Liput golfaamaan, teatteriin tai Powerparkiin saa suoraan vastaanotosta hotelliin saapuessa. Käytettäessä liput ennen hotelliin tuloa, voi hotelli ilmoittaa henkilömäärän ja päivämäärän suoraan esimerkiksi teatterille, jolloin liput ovat valmiiksi Kaupunginteatterin lipunmyynnissä.

Kokkolan Golf on perustettu vuonna 1957. Golfseura on Suomen neljänneksi vanhin. Kenttä sijaitsee noin kolmen kilometrin päässä hotellista. Kentän yhdeksän ensimmäistä reikää ovat tasaisia ja leveitä. Kentällä on kuitenkin myös vesiesteitä, jotka sijaitsevat kentän loppupäässä. Golf-paketin voimassaoloaika vuonna 2010 oli 7.5-20.6 ja 20.8-19.9 viikonloppuisin, sekä 25.6-15.8 päivittäin. Paketti sisältää Green feen, jonka saa vastaanotosta hotelliin saavuttaessa. Ajan golfkentälle paketin varaaja hoitaa itse. (Golf-piste, 2010.)

Kesällä perheet haluavat rentoutua ja viettää aikaa perheen kesken. Ratkaisu tähän on Sokos Hotel Kaarlen tarjoama Powerpark-paketti. Pakettiin sisältyy majoituksen, aamiaisen, saunan ja uinnin lisäksi kaksi ranneketta elämyspuisto Powerparkiin. Powerpark on elämyspuisto Alahärmässä. Se on 100 hehtaarin alue, jossa on huvipuisto, hotelli, leirintäalue

ja Euroopan suurin sisäkartinghalli. Powerpark sijaitsee noin 80 kilometrin päässä Kokkolasta. (Powerpark, 2010.)

Sokos Hotel Kaarle tarjoaa teatteripaketteja. Teatteripakettiin sisältyy majoitus, aamiainen, sauna, uinti ja teatteriliput. Ravintola Amarillosta saa teatterimenun, johon kuuluu teatterilippu ja ruokailu. Myös ravintola Kaarle tarjoaa teatterimenua. Kulttuuripaketin sisältö vaihtelee Kokkolan Kaupunginteatterin esitysten mukaan.

Onni Oravan perhepakettiin kuuluu majoituksen, aamiaisen ja asiakassaunan lisäksi Onnin yllätyslahja, jonka perheen pienimmät saavat hotellin vastaanotosta. Kesäisin Sokos Hotel Kaarlessa yksi kabinetti on varattu leikkihuoneeksi lapsille. Onni Orava käy vierailemassa kesäaamuisin hotellilla ja kabinetissa. (Onni Orava, 2010.)

4.6 Kokouspalvelut

Sokos Hotellit tarjoavat kokouspalveluja kaikissa hotelleissaan. Hotelleissa on mahdollisuus järjestää kokouksia, koulutuksia, näyttelyitä ja juhlatilaisuuksia. Hotellit tarjoavat kokousvälineitä, joihin kuuluvat piirtoheitin, valkokangas, fläppitaulu, tv ja videot, datatykki, kynät ja lehtiöt sekä laajakaistayhteys. Sokos Hotel Kaarlessa on käytössä langaton internetyhteys, jota voi käyttää nettitunnuksilla koko talossa. Kokouksessa voi siis käyttää kokoustilan konetta sekä olla myös yhteydessä internetiin omasta kannettavasta tietokoneestaan.

Kokoustitiloja voidaan järjestää tilaajan toiveiden mukaan. Sokos Hotellit tarjoavat erilaisia pöytäjärjestysmalleja kabinetteihin. Vaihtoehtoina ovat teatteri, luokka, u-pöytä sekä diplomaatti. Kokoustitilat varataan Sokos Hotelin myyntipalvelusta. Myyntisihteerit sopivat kokousjärjestäjän kanssa kokoustilan järjestelyistä ja mahdollisista kokousvälineisiin kuuluvista lisätarvikkeista. Kokousväellä on käytävissään kokousvastaava, joka hoitaa kokouksiin liittyvät järjestelyt.

Kokousjärjestäjä saa tuntuvia etuja. Jos mahdollista, järjestäjä saa Superior-luokan huoneen kahden hengen huoneen hintaan sekä hän saa nauttia kaksi alkoholitonta tuotetta mi-

nibarista veloituksetta. Tilan avain luovutetaan kokousjärjestäjälle ja hän saa kokoustilan käyttöönsä tuntia ennen kokouksen alkua.

Sokos Hotellit tarjoavat kahta erilaista peruskokouspakettia. Valittavana on yhden päivän tai kahden päivän kokouspaketti. (Kokous- ja juhlapalvelut 2010.) Taulukossa 3 on yhden ja kahden päivän kokouspakettien sisällöt.

TAULUKKO 3. Sokos Hotelsien kokouspaketit.

Yhden päivän kokouspaketti	Kahden päivän kokouspaketti
<ul style="list-style-type: none"> • Aamukahvi ja kahvileipä • Kokoslounas • Iltapäiväkahvi ja kahvileipä • Kokoustila • Kokousvälineet • Yksi laajakaistayhteys veloituksetta 	<ul style="list-style-type: none"> • Aamukahvi ja kahvileipä • 2 x kokoslounas • 2 x iltapäiväkahvi ja kahvileipä • Kokoustila kaksi päivää • Kokousvälineet • Yksi laajakaistayhteys veloituksetta

TAULUKKO 4. Kokoustilojen koot Sokos Hotel Kaarlessa.

Kokoustila	Tilavuus	Luokka	Teatteri	U-pöytä	Diplomaatti
Kabinetti 1	57	24	30	20	20
Kabinetti 2	60	32	50	20	20
Kabinetti 3	60	32	50	20	20
Kabinetti 4	60	22	30	20	20
Kabinetti 3+4	120	50	80	40	40
Kabinetti 2+3+4	180	80	13		
Panorama	48				12

Sokos Hotel Kaarlessa on neljä erilaista kabinettia sekä neljännessä kerroksessa sijaitseva Panorama. Kabinetteja voi tilata yksittäin, mutta niistä saa myös isompia kabinetteja väli-

seinän aukaisemalla. Kabinetit ovat erikokoisia, joten niihin mahtuu eri määrä ihmisiä. Panoramassa on lisäksi käytettävissä VIP-sauna.

Taulukosta 4 käy ilmi kabinettien koot ja niiden yhdistettävyydet. Kabinettivaihtoehtoja löytyy niin pienelle porukalle esimerkiksi 12 henkilön Panoramassa, tai isommalle porukalle yhdistämällä kolme kabinettia. Yhdistettävyydet tuo mahdollisuuksia isoillekin kokousporukoille. Tilan pöytämuoto valitaan neljästä eri pöytämuotovaihtoehdosta.

Luokkamuodossa käytetään pöytiä, joihin mahtuu kaksi tuolia. Teatterissa tuolit ovat riiveissä ilman pöytiä. U-pöytä on tehty pöydistä U:n muotoiseksi, jolloin keskelle jää hieman tyhjää tilaa. Diplomaatissa on yksi iso pöytä, jonka ympärille tuolit laitetaan.

Sokos Hotels tarjoaa vaihtoehtoja niin työ- kuin vapaa-ajanmatkustajille. Vapaa-ajan hotelli on rentouttava erilaisine pakettivaihtoehtoineen sekä runsaine aamiaisineen. Lapsiperheet viettävät mukavaa aikaa esimerkiksi VesiVeijarissa uiden ja Onni Oravan kanssa leikkien. Kesällä myös Powerpark-paketti on suosittu. On helppo yhdistää huvipuisto hotelliyöhön. Lapsille tällainen paketti saa aikaan jännittävän päivän.

Kokoustilojen tulee olla toimivia ja muunneltavissa. Taulukosta 4 käy ilmi, että kabinettien muuntautuvuus on mahdollista jopa neljään eri pöytämuotoon. Tämä mahdollistaa tarvittavan pöytämuodon kunkin kokousporukan tarpeiden mukaisesti. Kokoustilat sisältävät myös tietokoneen langattomalla verkolla, joka mahdollistaa esimerkiksi muistitikun käytön, joten tämä helpottaa kokousmateriaalin käyttöä tuomatta omaa tietokonetta paikalle.

5 KVANTITATIIVINEN TUTKIMUS

Kvantitatiivisella tutkimuksella tarkoitetaan määrällistä tutkimusta. Tutkimuksen avulla selvitetään lukumääriin perustuvia kysymyksiä. Määrällinen tutkimus on numeerisesti suuri ja kattava otos. Kvantitatiivinen tutkimus vasta kysymyksiin mikä, missä, paljonko ja kuinka usein. (Heikkilä 1998, 16.)

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa pelataan numeroiden ja niiden suhteiden kanssa. Tutkimuksessa on tutkimusongelma, jota selvitetään kysymyksillä. Tutkimuskohde on yleensä hyvin suuri, jolloin siitä otetaan otanta. (Kananen 2011, 73-75.)

Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä on usein tutkimuslomake, jossa on valmiit vastausvaihtoehdot. Tiedot voidaan hankkia esimerkiksi muiden keräämistä tilastoista tai tietokannoista. Tässä työssä tieto kerätään itse lomakkeen avulla. Tutkimuksen tekijän tulee saada riittävän suuri otanta, jotta saadaan tarpeeksi luotettavaa tietoa.

Kun aineisto kerätään, on päätettävä kohderyhmä sekä tiedonkeruumenetelmä. Tekijän on päätettävä, millaisella tiedonkeruumenetelmällä saadaan paras tulos aikaiseksi. Vaihtoehtoja on monia. Kyselyn voi tehdä postitse, sähköpostitse tai esimerkiksi puhelimitse. Myös www-kyselyt ovat yleistyneet. (Heikkilä 1998, 18.)

5.1 Reliabiliteetti ja validiteetti

Reliabiliteetti tarkoittaa tulosten luotettavuutta. Luotettavuudella viitataan tulosten yhdenmukaisuuteen ja toistettavuuteen. Esimerkiksi jos koe toistetaan, tuloksen täytyy olla sama. (Kananen 2011, 66.) Pienen otoskoon tulokset voivat olla sattumanvaraisia. Tutkijan tulee myös varautua vastaamatta jääneisiin lomakkeisiin eli katoon. (Heikkilä 1998, 29-30.)

Validiteetilla tarkoitetaan pätevyyttä. Tällä tarkoitetaan sitä, että tutkimustulosten tulee vastata työssä esitettyihin kysymyksiin. (Kananen 2011, 66-67.) Validiteettia on lähes mahdotonta tarkastaa jälkikäteen. Siksi tutkijan on tehtävä huolellinen suunnittelu ja tar-

koin harkittu tiedonkeruu. Tutkimuskysymysten tulee kattaa tutkimusongelma. (Heikkilä 1998, 29.)

5.2 Internet-kysely

Tutkimuskäyttöinen internetkysely on yleistynyt. 1900-luvulla Internetin käyttäjät luettiin erityisryhmäksi. Tuolloin tutkimuskäyttö kohdistui Internetin käyttöön. Internetin yleistymisen myötä sen hyödyntäminen tutkimuksissa on parantunut.

Internet-kysely toteutetaan lähettämällä linkki sivulle, josta kyselylomake löytyy. Tämä helpottaa vastaajia, sillä heidän ei tarvitse lähettää kysymyksiä takaisin kirjekuoressa. Vaikka postimaksu lomakkeen takaisinlähettämiseen on valmiiksi maksettu, joutuu lähettäjä kuitenkin viemään kirjeen postiin. Internet-kyselyn käyttö tulee myös edullisemmaksi tutkimuksen tekijälle.

Internet-kysely tavoittaa vastaajat nopeammin kuin postitse lähetettävät kyselyt. Tuloksien analysoinnissa ei tällöin tarvitse pelätä virheiden tekemistä, sillä erillistä tallennusta ei tarvita. Vastauksien kertymistä on helpompi seurata, sillä ne tulevat internet-kyselyä käyttäessä reaaliaikaisesti. (Tilastokeskus 2004.)

Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä on oikea ratkaisu kyselylomakkeen tekijälle. Kyselylomakkeen suunnittelu on tehtävä huolella, sillä hyvin suunniteltu on jo puoliksi tehty. On tärkeää, että kyselylomake sisältää juuri ne kysymykset, joihin halutaan vastaukset. Jokaisella opinnäytetyöllä on tarkoitus. Tämän työn tarkoituksena oli saada vastauksia toimeksiantajan mieltä askarruttaviin kysymyksiin Internet-kyselylomaketta käyttäen.

6 TUTKIMUKSEN SUUNNITTELU JA TULOKSET

Tutkimusta aloitettaessa on tärkeää miettiä, mikä on tutkimuksen tarkoitus ja miksi se tehdään. Tutkimuksen huolellinen suunnittelu helpottaa tekemään itse tutkimuslomaketta. Kun on tiedossa, mitä tutkimuksella halutaan saavuttaa, voidaan tutkimuslomaketta alkaa rakentaa. Jotkut ihmiset eivät halua vastailta tutkimuksiin, joten tutkimuksen kohteen valinta on tärkeää. Myös kysymysten tulee olla houkuttelevia vastaajille. Vastaajille täytyy antaa mahdollisuus saada äänensä kuuluviin.

6.1 Tutkimuksen suunnittelu ja toteutus

Tutkimus aloitettiin miettimällä, mitä sillä halutaan saavuttaa. Sokos Hotel Kaarlen hotellinjohtaja kertoi, mitä hän haluaisi tietää tutkimuksen myötä ja miten hän haluaa tutkimuksen toteutettavan. Tutkimuksen tarkoituksena on saada tietoa Sokos Hotel Kaarlessa sijaitsevan Ravintola Kaarlen käytöstä ja asiakkaiden tyytyväisyydestä sekä mahdollisesti siitä, miksi ravintolaa ei käytetä toiveiden mukaisesti. Tämä kyselylomake vastauksineen auttaa Sokos Hotel Kaarlela muuttamaan palvelujaan asiakkaille mieleiseksi.

Ravintola Kaarle tarjoaa kokousmenuja, joita ei ole käytetty tarpeeksi aktiivisesti. Tutkimuskysymyksillä halutaan selvittää, miksi. Kysely koostuu pääosin Ravintola Kaarlen tunnettavuudesta ja sen palveluiden käytöstä. Pääosin vastausvaihtoehdoissa on käytetty Likertin asteikkoa, jossa vastaaja voi valita valmiista vastausvaihtoehdoista itselleen sopivan. Kyselyssä ei välttytty kyllä ja ei-vastausvaihtoehdoista, sillä osaan kysymyksistä ei voida käyttää Likertin asteikkoa.

Lomakkeessa on annettu vapaata tilaa, johon vastaaja voi kirjoittaa omia mielipiteitään. Kun vastausvaihtoehdoissa on vain kyllä tai ei, halutaan vastaajalle antaa mahdollisuus kertoa oman näkökulmansa, eli antaa vastaajan kirjoittaa halutessaan vastauksestaan vapaasti. Halusin antaa vastaajalle mahdollisuuden antaa myös yleistä palautetta haluamastaan aiheesta kyselyn lopussa. Yleisen palautteen osio mahdollistaa myös sellaiset uudistamis- tai muutostoiveet, joita lomakkeen kysymyksissä ei ole otettu esille. Tällä tavoin voidaan saada esimerkiksi hyviä kehitysehdotuksia ongelmakohtiin, joita lomakkeessa ei

ole kysytty. Pääosaan kyselyn kysymyksistä on valmiit vaihtoehdot, joista vastaaja voi valita mieleisensä. Kyselyssä on neljä avointa kysymystä, joihin vastaaja saa kirjoittaa oman mielensä mukaan. Näiden lisäksi kyselyn lopussa vastaajalle on annettu myös vapaan sanan laatikko, johon vastaaja voi kirjoittaa yleistä palautetta haluamastaan asiasta.

Ensimmäisenä ajatuksena oli lähettää kyselylomakkeet 196 yritysjohtajalle ja päättäjälle. Tämä tulisi olemaan haastavaa, sillä lomakkeita tulisi tulostaa 196 kappaletta ja ne pitäisi lähettää postin kautta. Tämän takia päädyttiin www-lomakkeeseen. Lomakkeen osoite päätettiin lähettää sähköpostitse yritysjohtajille. Internetin kautta tehtävä kysely helpottaa sekä minua että vastaajia. He voivat avata linkin, jolloin heidän ei tarvitse postittaa kyselyä takaisin. Internet-kyselyn avulla saa helpommin enemmän vastauksia, koska se ei tuota niin paljon työtä kuin postitse lähetettävä kysely. Kysely lähetettiin sähköpostin kautta linkkinä 196 vastaajalle. Neljä vastaajaa luetaan pois, koska heille kyselylinkki ei mennyt perille. Lähetettyjä linkkejä on yhteensä 192.

Kyselyn lähetyspäivämäärä oli torstai 19.1.2012. Vastaajille annettiin aikaa 31.1.2012 asti. Tällä ajalla haluttiin varmistaa mahdollisimman suuri vastausprosentti. Ensimmäisen lähettyksen jälkeen vastaajia oli 46. Torstaina 26.1.2012 lähetettiin muistutus niille, jotka eivät vielä olleet vastanneet. Tämä tuotti lisää vastauksia ja vastaajien kokonaismääräksi tuli 69 kappaletta.

Kyselylomakkeen ensimmäinen versio tehtiin elokuussa 2010. Ensimmäisessä versiossa kysymyksiä oli noin puolet siitä, mitä lopullisessa versiossa. Lomake käytiin läpi, jolloin kysymyksiä tuli lisää ja lomakkeen uudelleen laatiminen alkoi. Toisen version jälkeen kysymyksiä tuli vielä lisää, ja kolmas kyselylomake todettiin hyväksi. Lomake toteutettiin pääasiassa Likertin asteikolla, jolloin vastaajilla on valmiit vastausvaihtoehdot. Likertin asteikon vastaukset ovat helposti tulkittavissa, kuin esimerkiksi vapaasti vastattavien kysymysten, jolloin lomakkeesta voi täytettynä tulla sekava.

Kysely toteutettiin Wepropolin kautta tehdyllä internet kyselylomakkeella. Kyselyn tekeminen Wepropolilla oli mieluista ja mukavan helppoa, sillä jokaisen kysymyksen muodon sai valita suoraan muutamasta vaihtoehdosta. Webropol laskee prosentit ja vastaajat automaattisesti. Ympyrän jokaisen lohkon prosentit ovat prosenttilukuja kaikista vastaajista. Prosenttein käytetyistä tuloksista on helpompi saada kokonaiskuva vastaajaluvun sijaan.

Joidenkin kysymysten analyysieihin olen ottanut mukaan myös vastausluvun prosentin lisäksi.

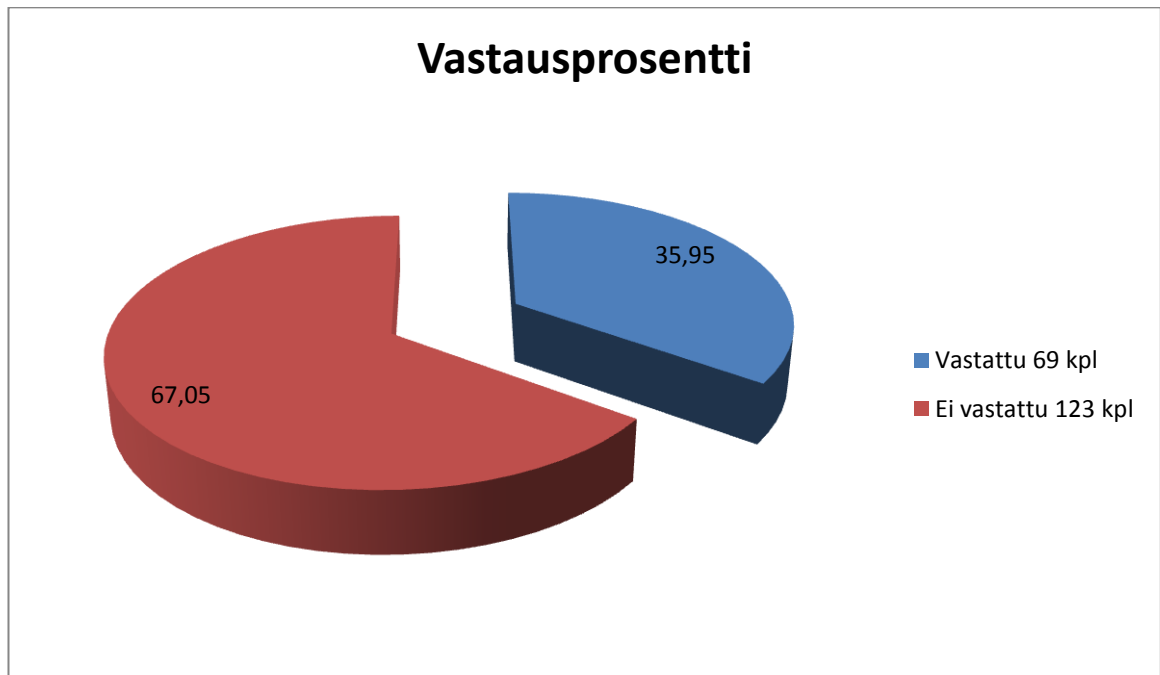
6.2 Tutkimusongelma

Sokos Hotel Kaarlessa sijaitsevan Ravintola Kaarlen käyttöaste ei ole ollut toivotun mukainen. Tämän kyselyn tarkoituksena oli selvittää syitä käyttämättömyydelle. Tutkimuksen alkaessa lähdettiin liikkeelle kyselyn sisällöstä. Oli tärkeää ottaa esille kysymykset, joilla saa vastauksia käyttämättömyyteen ja asiakkaiden tyytyväisyyteen Ravintola Kaarlen toimivuudesta. Ensimmäinen versio kyselystä sisälsi 12 kysymystä koskien Ravintola Kaarlea ja sen palveluita. Kyselylomaketta hiottiin pariin otteeseen, jolloin kysymyksiä tuli yhteensä 26 kappaletta. Kyselystä tuli laaja, mutta silti jokainen kysymys on tarpeellinen tutkimuksen kannalta. Tutkimuksessa haluttiin selvittää mahdollisimman laajasti tyytyväisyyttä.

Kysymyksillä pyrittiin saamaan vastauksia, joista on hyötyä Ravintola Kaarlen kehittämisen kannalta. Parhaat tulokset mietityttäviin asioihin saadaan parhaiten asiakkaalta, joka käyttää palveluita. Käyttäjä saa kokemusta palveluista, jolloin hän on paras antamaan kehitysideoita.

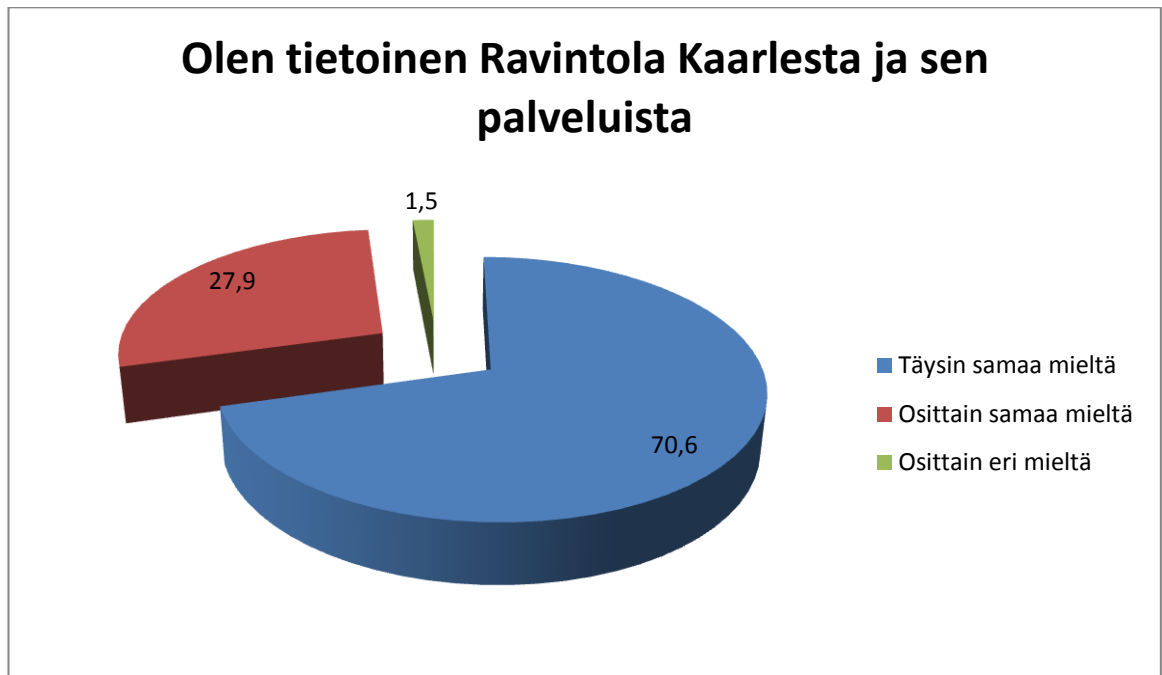
6.3 Tulokset ja analysointi

Kyselyn tulokset on tehty piirakkamallilla, jolloin niistä on helppo saada selvää pelkästään katsomalla osien suuruutta ja niissä olevia prosenttilukuja. Webropol-ohjelman kautta tehtävässä internet-kyselyssä ohjelma laskee prosenttiluvut jokaiseen osaan erikseen ottaen huomioon kaikki vastaajat.



KUVIO 1. Vastausprosentti

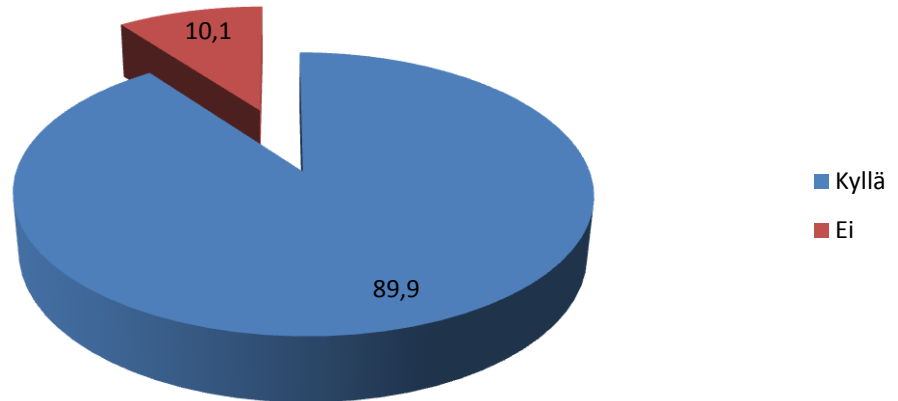
Kuviosta 1 voi nähdä, että kyselyn vastausprosentti on yllättävän suuri. Kyselyihin, joita ei tehdä kasvokkain, on vaikea saada vastauksia. Olen tyytyväinen siihen, että näin moni on lähtenyt vastaamaan. Vastausprosentti (35,95 %) eli 69 vastaajaa, on kattava ja vastauksista on saatu paljon irti. Vastaajat olivat kirjoittaneet paljon avoimiin kysymyksiin, josta olen tyytyväinen. Avoimilla kysymyksillä vastaajan on mahdollista kirjoittaa, mitä haluaa, jolloin erilaisia vastauksia ja kehitysideoita tulee paljon. Vastaajien kesken on suoritettu majoituslahjakortin arvonta.



KUVIO 2. Ravintola Kaarlen palvelut.

Kyselylomakkeella haluttiin lähteä liikkeelle Ravintola Kaarlen tunnettavuudesta. Koska palvelut voidaan tuntea kokonaisuudessaan tai vain osin, haluttiin vastaajille antaa vastausvaihtoehdot Likertin asteikkoa käyttäen. Kuviosta 2 käy ilmi, että suurin osa (70,6 %) vastaajista on tietoinen Ravintola Kaarlen palveluista. Sokos Hotel Kaarlelle tieto on hyvä, sillä ravintolalla tulee olla tunnettavuutta toimiakseen. Tämän tuloksen perusteella Kaarlen tunnettavuutta ei tarvitse lisätä. Yksi vastaajista jätti vastaamatta kysymykseen.

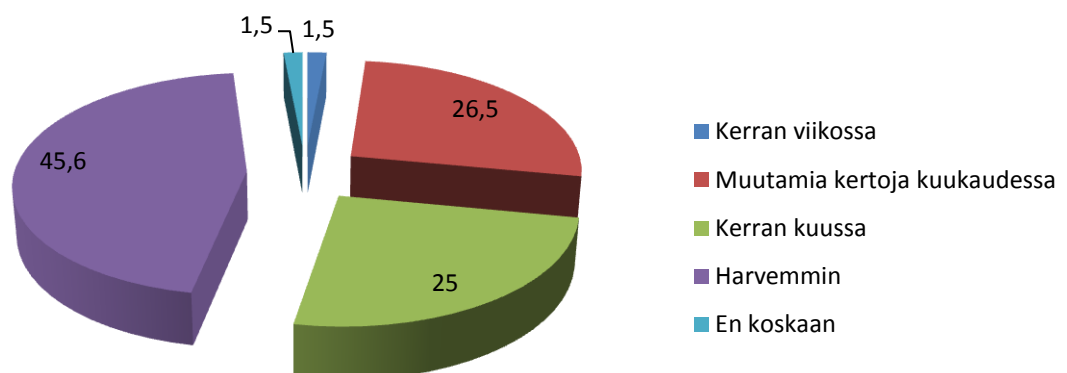
Olen käyttänyt Ravintola Kaarlen palveluita ja olen niihin tyytyväinen



KUVIO 3. Tyytyväisyys palveluihin.

Kuviossa 3 vastaajista 89,9 % eli 62 on käyttänyt Kaarlen palveluita ja on myös niihin tyytyväinen. 10,1 % vastaajista ei ole tyytyväisiä palveluihin. Tulos on hyvin positiivinen. Palveluita on suurimmaksi osaksi käytetty ja niihin ollaan suurimmaksi osaksi tyytyväisiä. Tästä tuloksesta voitaisiin päätellä, että Ravintola Kaarlessa ei ole juurikaan parannettavaa.

Kuinka usein käyt Ravintola Kaarlessa



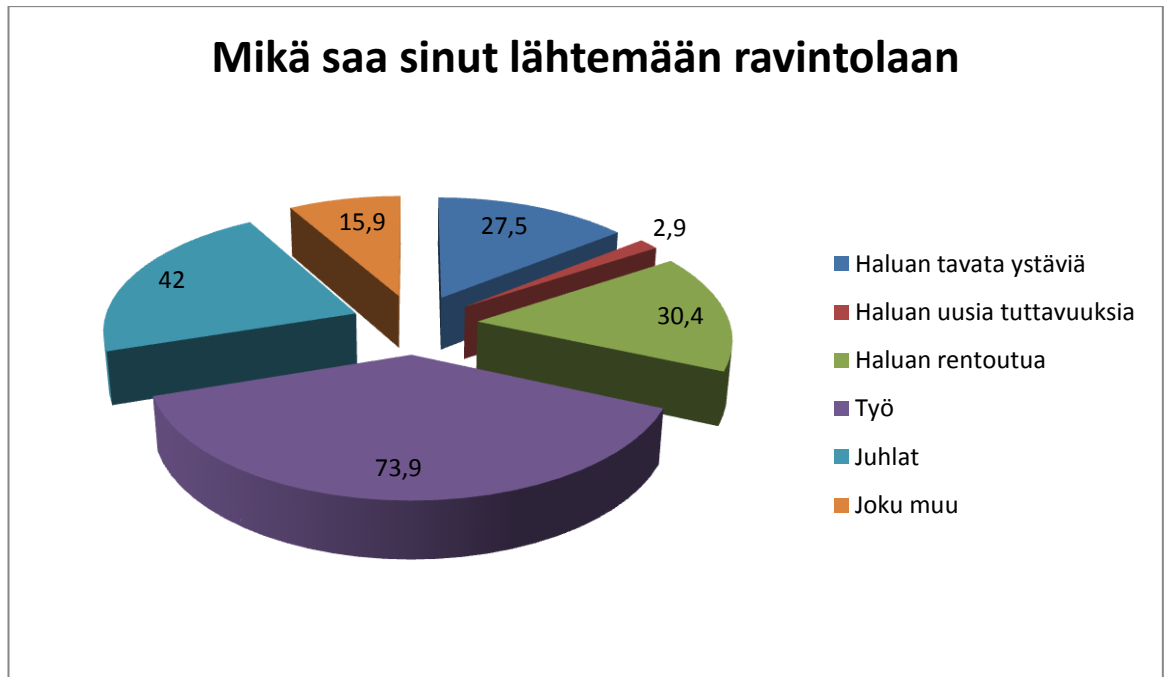
KUVIO 4. Käynnit Ravintola Kaarlessa.

Kuviossa 4 kysytään, kuinka usein vastaaja käy Ravintola Kaarlessa. Kaarle toimii tilausravintolana, joten vain 1,5 % on kertonut käyvänsä Kaarlessa kerran viikossa. Suurin prosenttiluku (45,6 %) tulee vastaukselle ”harvemmin”. Tämä ei ole yllättävä tulos, sillä tilausravintolana toimiva Kaarle vaatii ryhmävarauksen ollakseen auki. Yksi vastaajista ei ole vastannut kysymykseen.



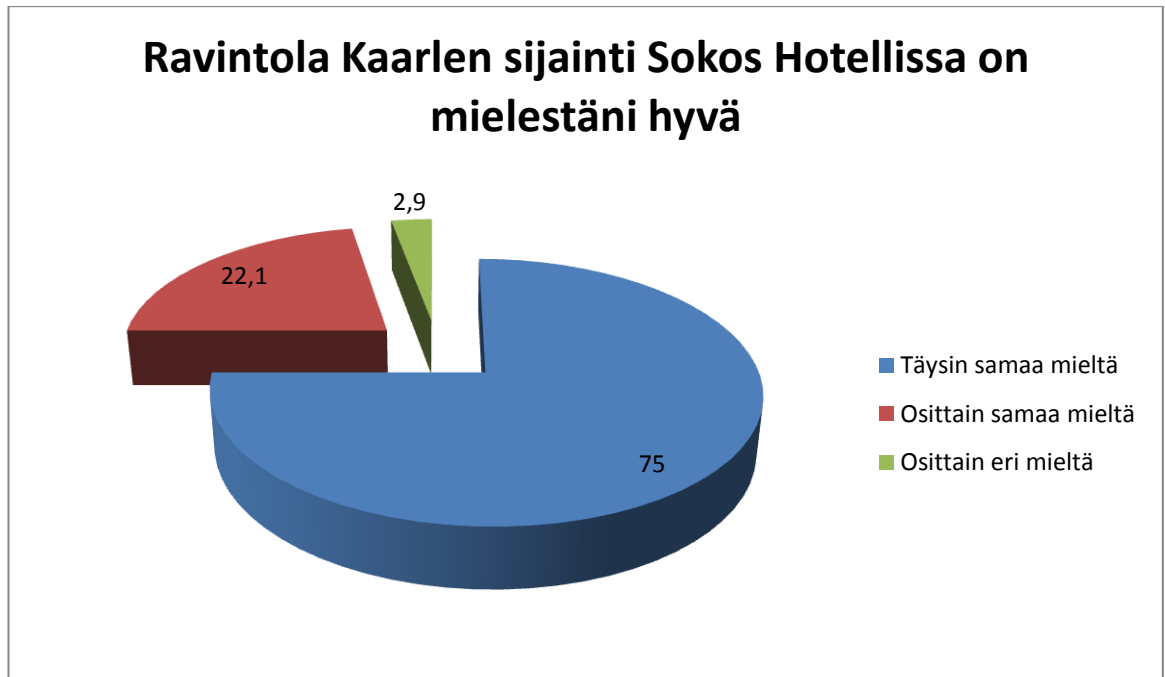
KUVIO 5. Viimeisin käyntini Ravintola Kaarlessa.

Kuviossa 5 vastaajista 68,2 % kertoo käyneensä Ravintola Kaarlessa viimeksi kuukausi sitten. Kyselyn ajankohta on ollut vajaa kuukauden jälkeen pikkujouluaajasta, joten tulos ei yllätä. Kaarle tarjoaa esimerkiksi pikkujoulumenuja yrityksille. Menut ovat olleet hyvin suosittuja pikkujouluajana. Myös vuoden alku tuo uudet kokoukset yrityksille ja vastaajista 15,2 % onkin valinnut vastausvaihtoehdoksi ”alle viikko sitten”. Kolme vastaajaa ei ole vastannut kysymykseen. Pikkujoulu aika saattaa tuoda esiin tässä tapauksessa hieman harhauttavaa tietoa, joten haluan ottaa sen esille. Tähän kysymykseen olisi voinut saada todellisemman vastauksen aikana, jolloin ei ole juhlapyhiä.



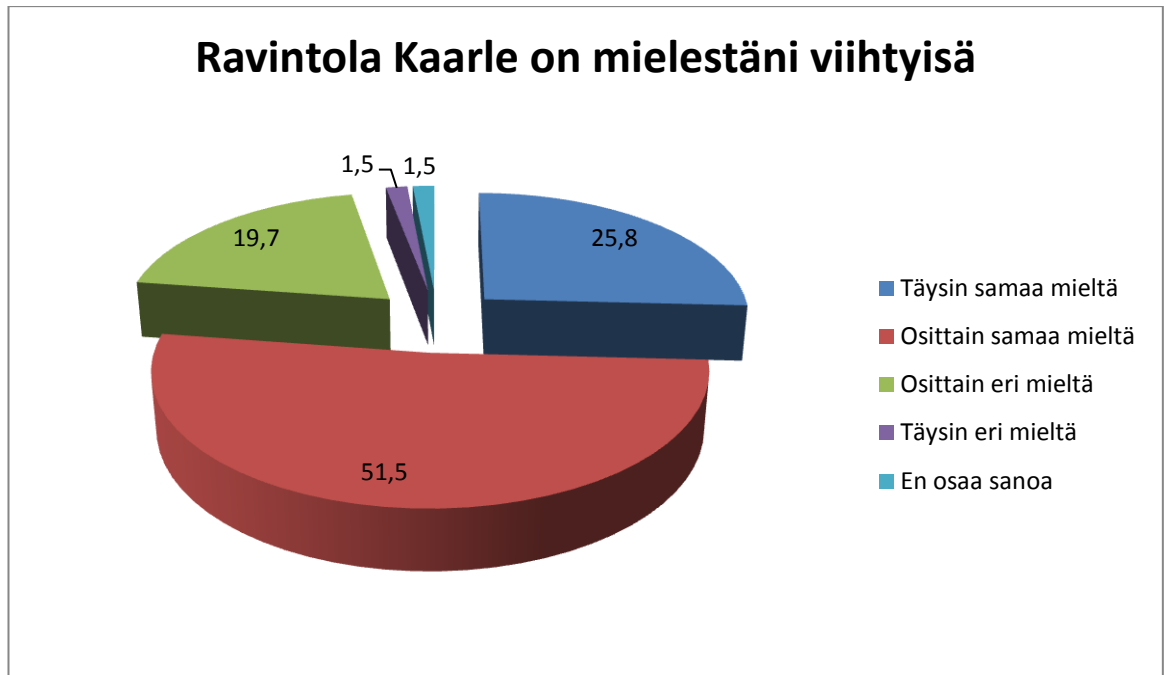
KUVIO 6. Ravintolaan lähtemisen syyt.

Kuviossa 6 vastaajilta kysyttiin syitä lähteä ravintolaan. Tuloksia analysoidessa käy mielessä, ovatko vastaajat ymmärtäneet kysymyksen koskevan pelkästään Ravintola Kaarlea, sillä vastausvaihtoehto ”työ” saa 73,9 % vastauksista. Moni vastaajista (42 %) kertoo syyksi juhlat. Juhlia järjestetään usein tilausravintoloissa, joten myös tämän kysymyksen vastaajat voivat olettaa koskevan pelkästään Kaarlea. Vastaajista 15,9 % on vastannut vaihtoehdon ”Joku muu”, jolloin laatikkoon on voinut kirjoittaa vastauksen. Yleisimmiksi syiksi tässä kategoriassa paljastuivat vastaukset ”ruokailu” sekä ”tahdon syödä hyvin”. Muutamalle vastaajalle ravintolaan lähtemisen syy on kokous.



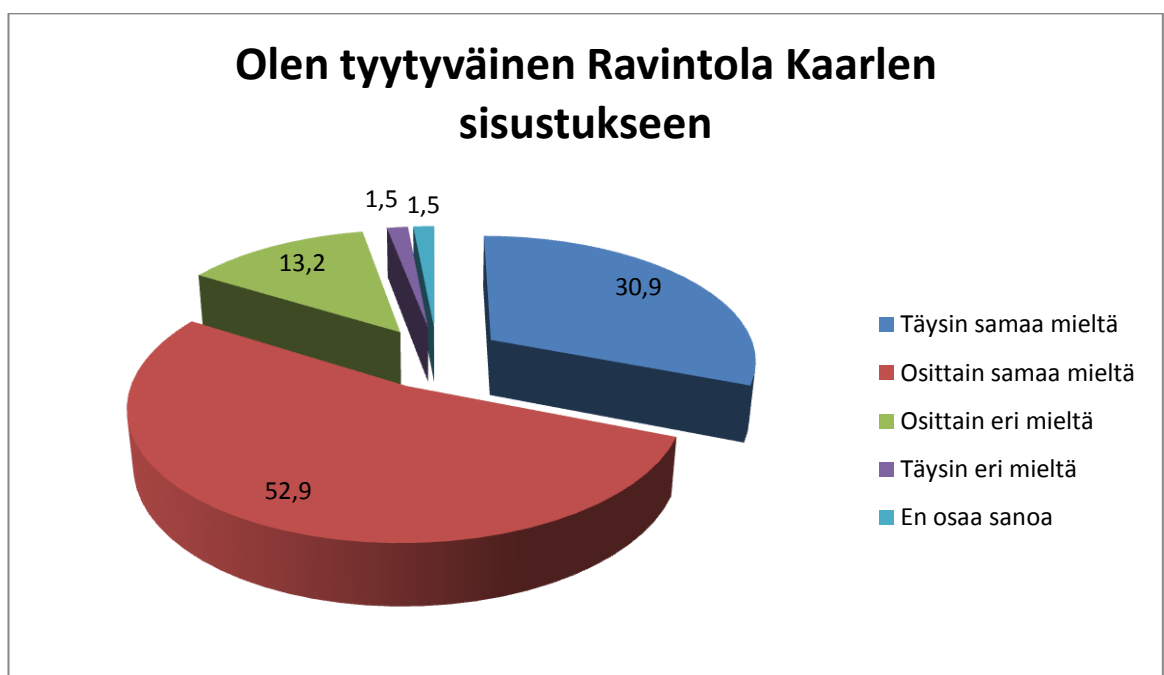
KUVIO 7. Ravintola Kaarlen sijainti.

Ravintola Kaarleen ei ole omaa sisäänkäyntiä. Kaarleen pääsee Sokos Hotellissa sijaitsevan ravintola Amarillon läpi joko hotellin vastaanoton ovesta tai suoraan Amarilloon menevistä ovista. Kysymys on mielestäni hyvä juuri sen takia, ettei Kaarleen ole omia ovia. Kuviossa 7 haluttiin selvittää, kokevatko vastaajat Ravintola Kaarlen sijainnin huonoksi. Vastaajista kuitenkin 75 % on sitä mieltä, että Kaarlen sijainti on hyvä. Tällä vastausprosentilla voidaan todeta, että Ravintola Kaarlen sijainti on hyvä. Yksi vastaajista on sitä mieltä, että Kaarle jää oman sisäänkäynnin puuttuessa ravintola Amarillon varjoon.



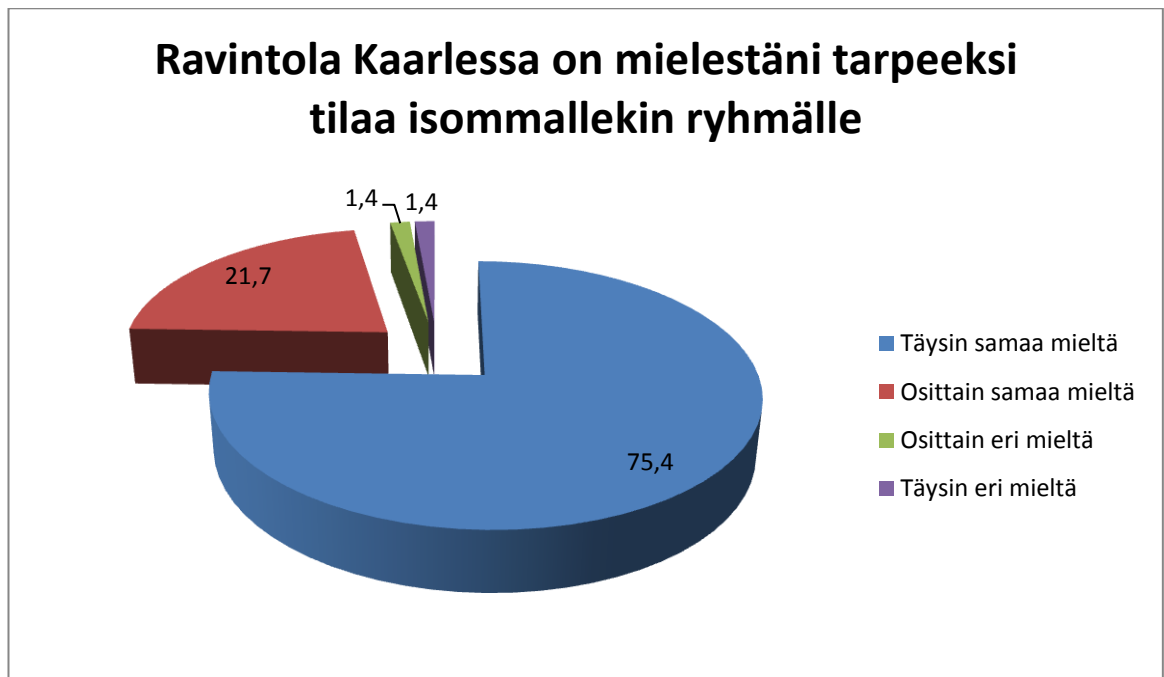
KUVIO 8. Ravintola Kaarlen viihtyisyys.

Kaarlen viihtyisyys on tärkeä osa asiakkaalle ja myös Kaarlen henkilökunnalle on tärkeää vieraiden viihtyvyys. Kysymys haluttiin tuoda esiin kyselylomakkeella. Kuviossa 8 vastaajista 25,8 % on täysin samaa mieltä ja 51,5 % osittain samaa mieltä. Täysin eri mieltä vastaajista on vain 1,5 %. Kolme vastaajista on jättänyt vastaamatta kysymykseen. Ravintola Kaarle toimii sekä tilausravintolana että aamiaishuoneena. Tilan on oltava sopiva molempiin tarkoituksiin.



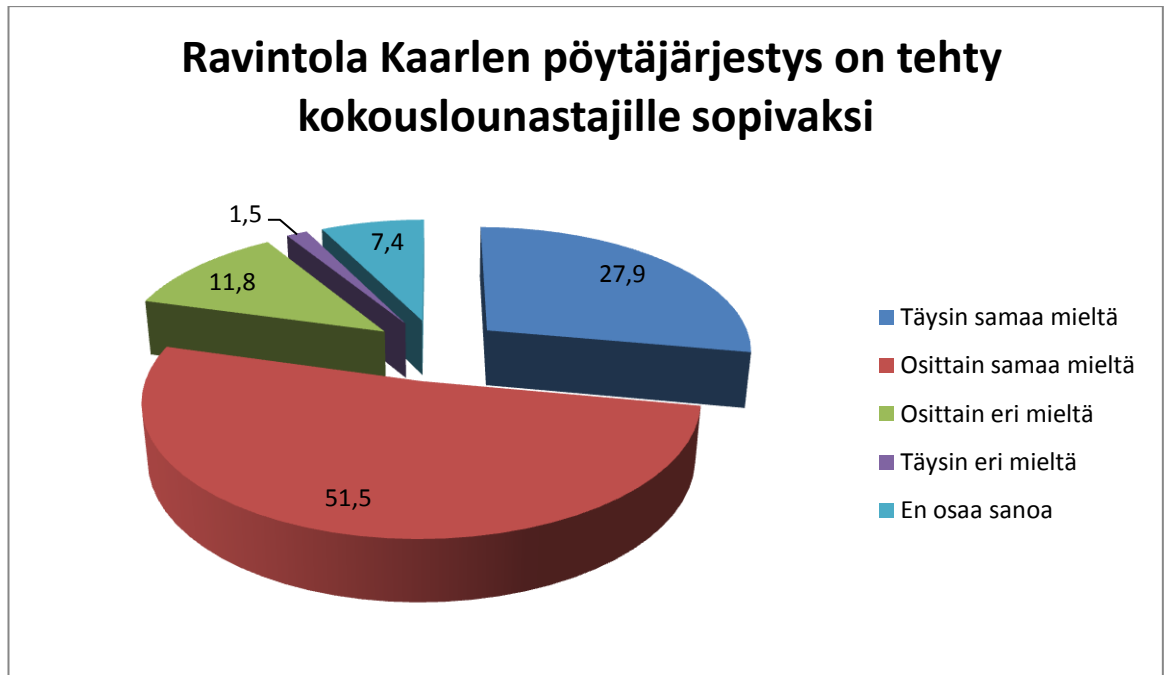
KUVIO 9. Ravintola Kaarlen sisustus.

Ravintolan viihtyisyyteen liittyy myös tilan sisustus. Kuviosta 9 voi nähdä, että 30,9 % vastaajista on täysin samaa mieltä ja 52,9 % osittain samaa mieltä siitä, että sisustus on hyvä. Tämän perusteella voidaan todeta, että viihtyisyyteen sekä sisustukseen ollaan pääasiassa tyytyväisiä. Vastaajista 13,2 % on osittain eri mieltä. Vain yksi vastaajista ei ole vastannut tähän.



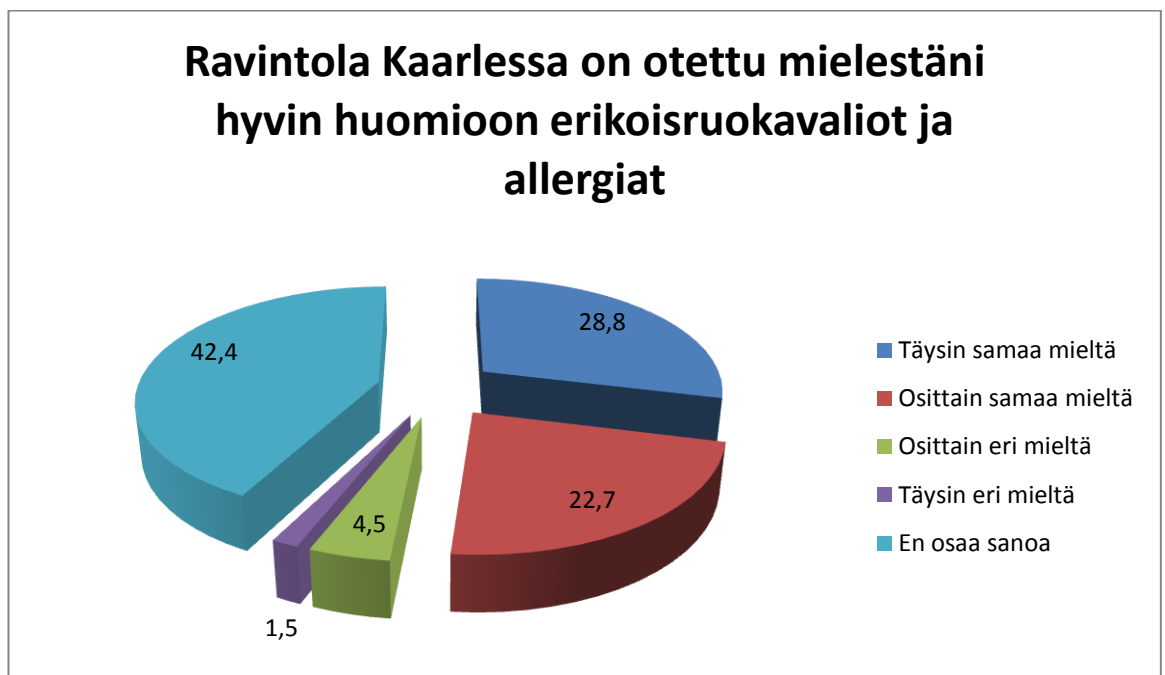
KUVIO 10. Ravintola Kaarlen tilat.

Ravintola Kaarlessa on 130 istumapaikkaa. Halusimme kysyä, onko asiakaspaikkoja riittävästi. Kuviosta 10 käy ilmi, että 75,4 % vastaajista on täysin sitä mieltä, että paikkoja on tarpeeksi. 21,7 % on osittain samaa mieltä. Vain 1,4 % on täysin eri mieltä. Tuloksesta voidaan päätellä, ettei asiakaspaikkoja tarvitse Ravintola Kaarleen lisätä.



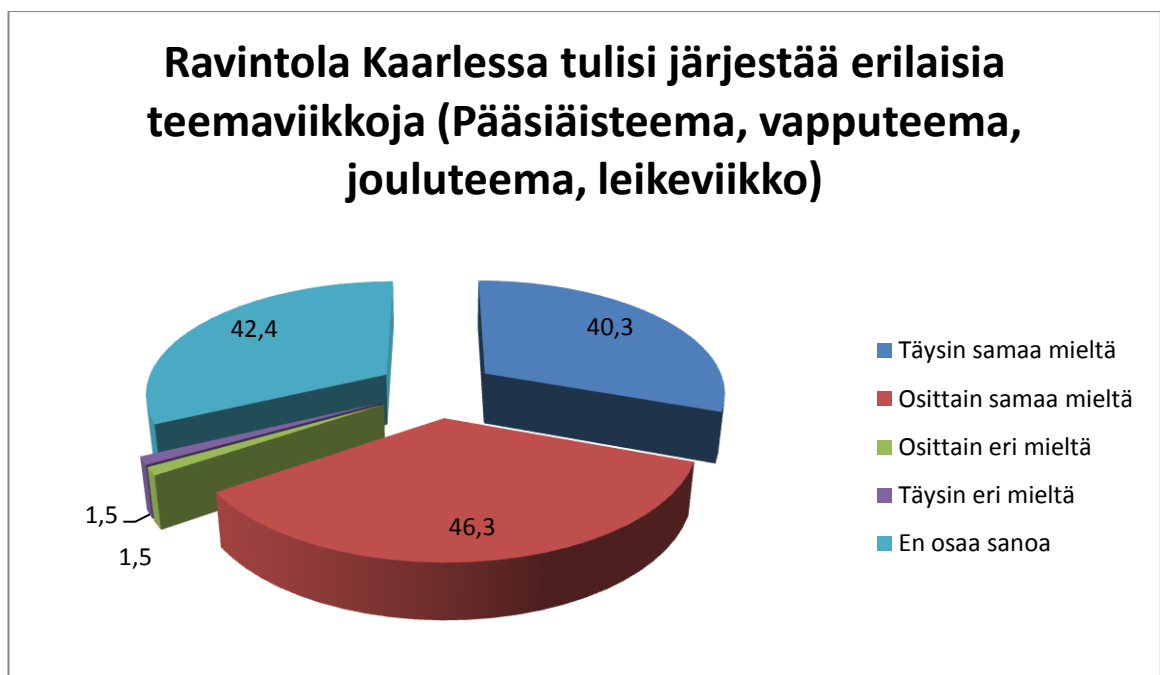
KUVIO 11. Ravintola Kaarlen pöytäjärjestys.

Kaarlessa on valmiina pöytäjärjestys, jossa on erikokoisia pöytiä. Pöytiä on mahdollista siirtää. Kokoslounastajien näkökulmasta pöytäjärjestys on 27,9 % mielestä erittäin hyvä sekä 51,5 % mielestä hyvä. Kaarlen pöydät ovat samassa tilassa, joten koko ryhmä saa olla samassa tilassa lounastaessaan.



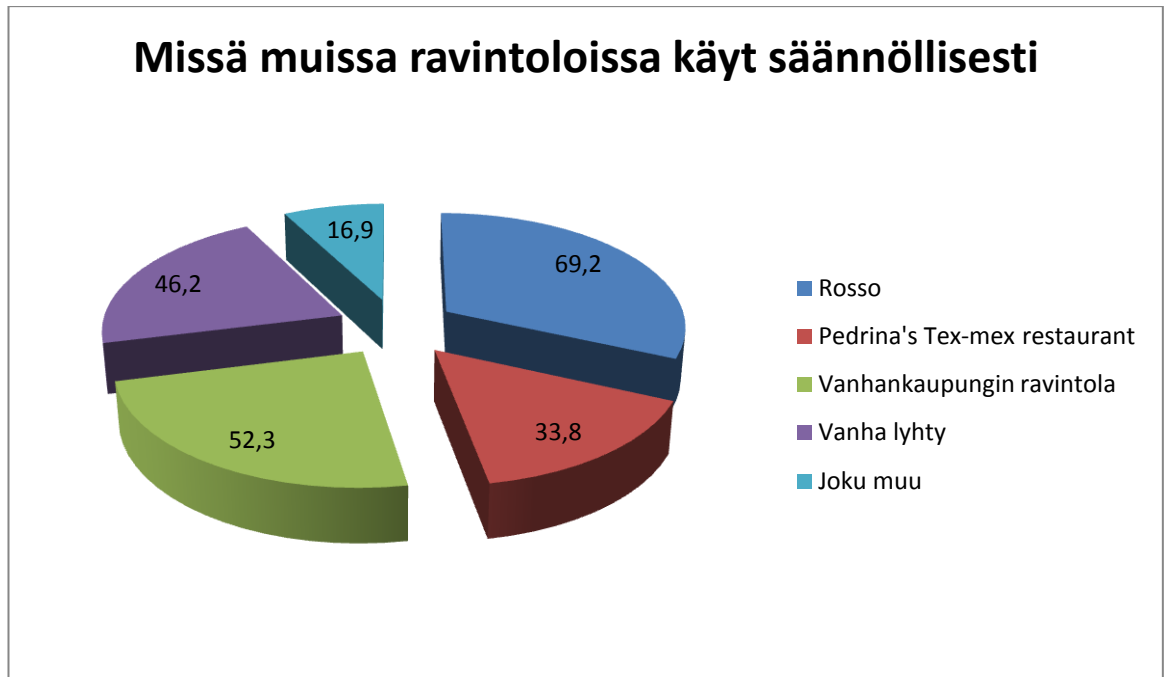
KUVIO 12. Erikoisruokavaliot ja allergiat.

Allergiat ovat hyvin yleisiä ja erikoisruokavaliotkin ovat yleistyneet. Mielestäni on tärkeää, että tilausravintola ottaa tällaiset asiat huomioon. Kuviossa 12 suurin osa vastaajista (42,4 %) ei osaa sanoa. 28,8 % on täysin samaa mieltä ja 22,7 % osittain samaa mieltä siitä, että erikoisruokavaliot ja allergiat otetaan huomioon. Kolme vastaajista ei ole vastannut tähän kysymykseen. Vastauksista voidaan tulkita, ettei suurella osalla vastaajista ole erikoisruokavaliota tai allergioita. Hyvän prosentin antaa vastausvaihtoehto ”täysin samaa mieltä”, joka kertoo, että allergikkojen ja erikoisruokavaliota noudattavien toiveet otetaan huomioon.



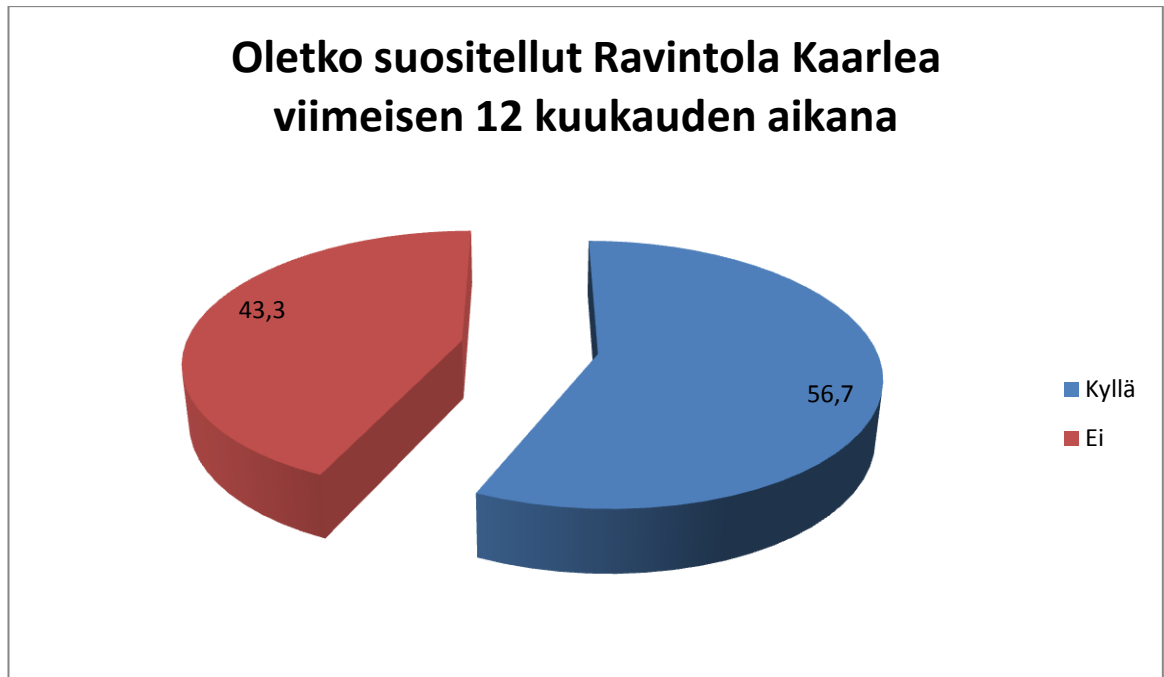
KUVIO 13. Teemaviikot.

Kuviossa 13 vastaajilta haluttiin tietoa erilaisten teemaviikkojen järjestämisessä. Kaarlessa on tarjolla menuja, joista voi valita haluamansa koko ryhmälle. Halusimme kuitenkin tietää, haluavatko vastaajat jotain erilaista esimerkiksi pääsiäisen tai vapun aikaan. 40,3 % on täysin samaa mieltä ja 46,3 % on osittain samaa mieltä siitä, että teemaviikkoja tulisi järjestää. Tämä on hyvin ymmärrettävää, jos Kaarlen palveluita käytetään usein. Asiakkaat haluavat jotain uutta, eikä vain samoja menuja kokouksesta toiseen.



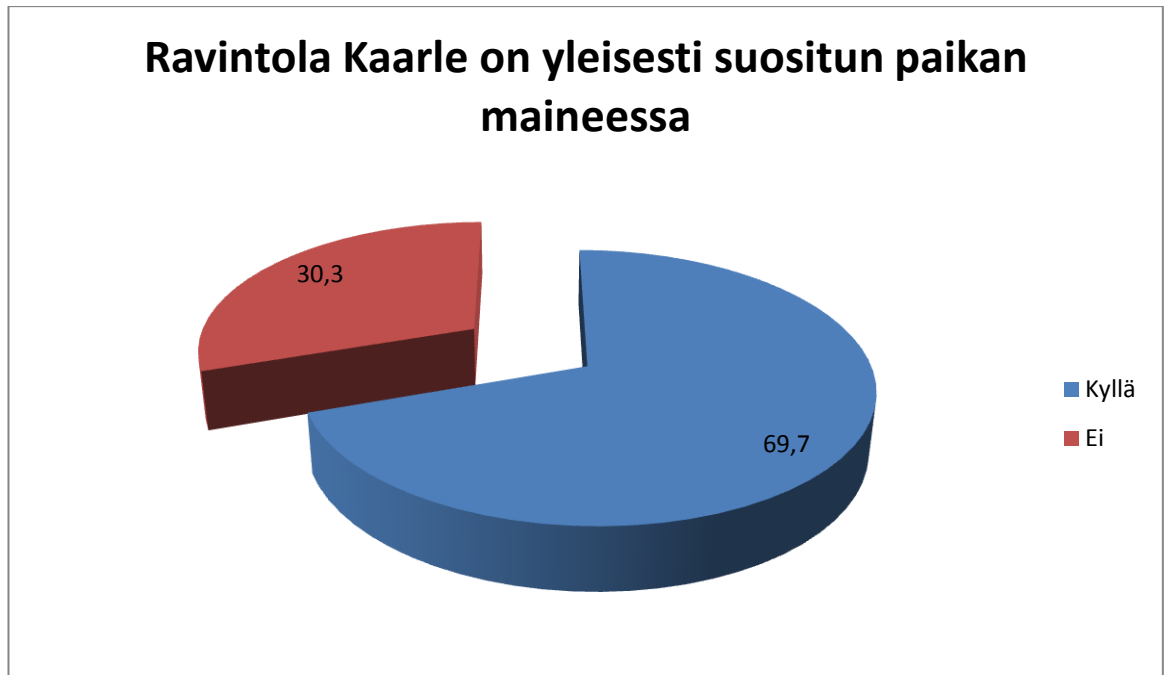
KUVIO 14. Muut ravintolat.

Kokkolassa sijaitsee monia ravintoloita ja kuviossa 14 on otettu selvää, missä muissa ravintoloissa vastaajat käyvät. 69,2 % vastaajista kertoo käyvänsä Rossossa ja 52,3 % Vanhankaupungin ravintolassa. Myös Vanha lyhty kerää vastaajien äänistä 46,2 %. Vastauksista käy ilmi, ettei tex-mex- tai pikaruoka ole kyseessä, kun vastaajat lähtevät ravintolaan syömään. Kaarle ajatellen vastaukset ovat erittäin tyydyttävät, sillä Kaarle on A la Carte-tilausravintola. Vastauksista käy ilmi, että asiakkaat haluavat niin sanottua parempaa ruokaa. Vaihtoehtona lomakkeessa oli myös ”joku muu, mikä”. Kysymysten vastauksista käy ilmi, että myös Sokos Hotel Kaarlen kesäravintola Mustakari on hyvin suosittu valinta vastaajien mielestä.



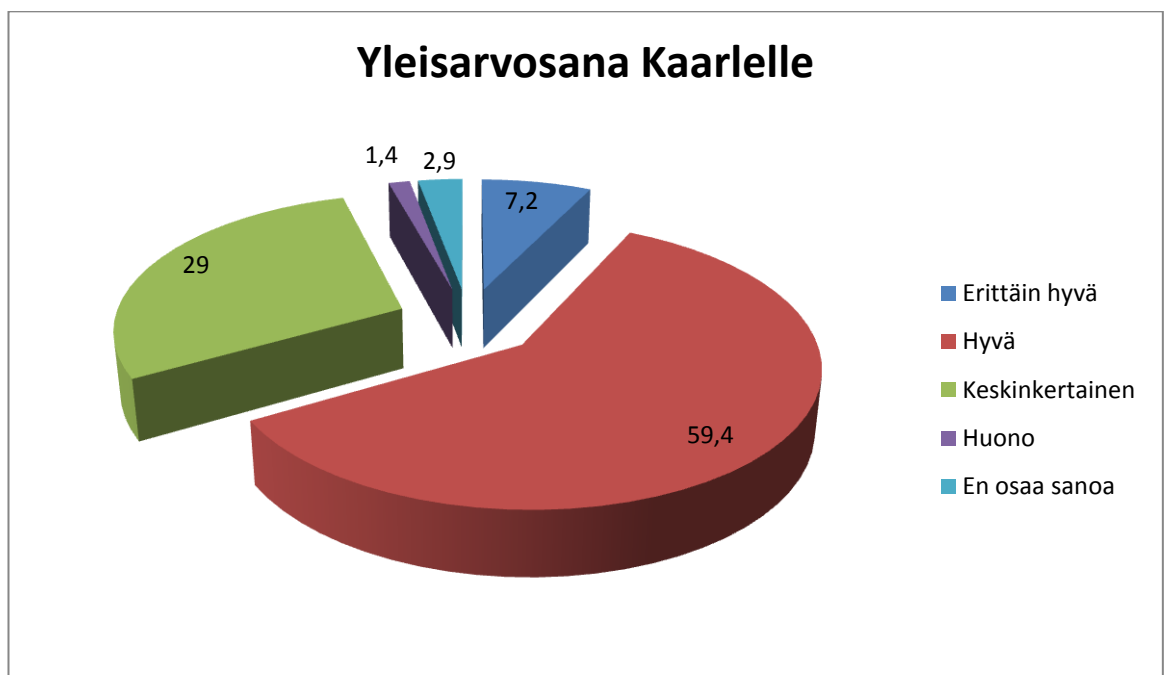
KUVIO 15. Ravintola Kaarlen suosittelu.

On tärkeää tietää, suosittelevatko Kaarlessa käyneet asiakkaat Ravintolaa muille. Kuviossa 15 kysytään, oletko suositellut Kaarlea viimeisen 12 kuukauden aikana. Yli puolet (56,7 %) vastaajista on suositellut Kaarlea. Vastaajista 43,3 % ei ole suositellut. Tässä tapauksessa vastaajilta on kysytty, miksi he ovat/eivät ole suositelleet Kaarlea. Avoimet vastaukset jaettiin hyviin ja huonoihin. Tästä käy ilmi, että positiivisia vastauksia on 14 kappaletta ja negatiivisia 10 kappaletta. Kiitosta saavat henkilökunta, ruoan laatu, viihtyisät tilat, palvelu ja hinta-laatusuhde. Joidenkin vastaajien mielestä ruoan taso ja laatu eivät ole hyviä. Tässä kysymyksessä vastaajat jakautuvat melkein puoliksi positiiviselle ja negatiiviselle puolelle.



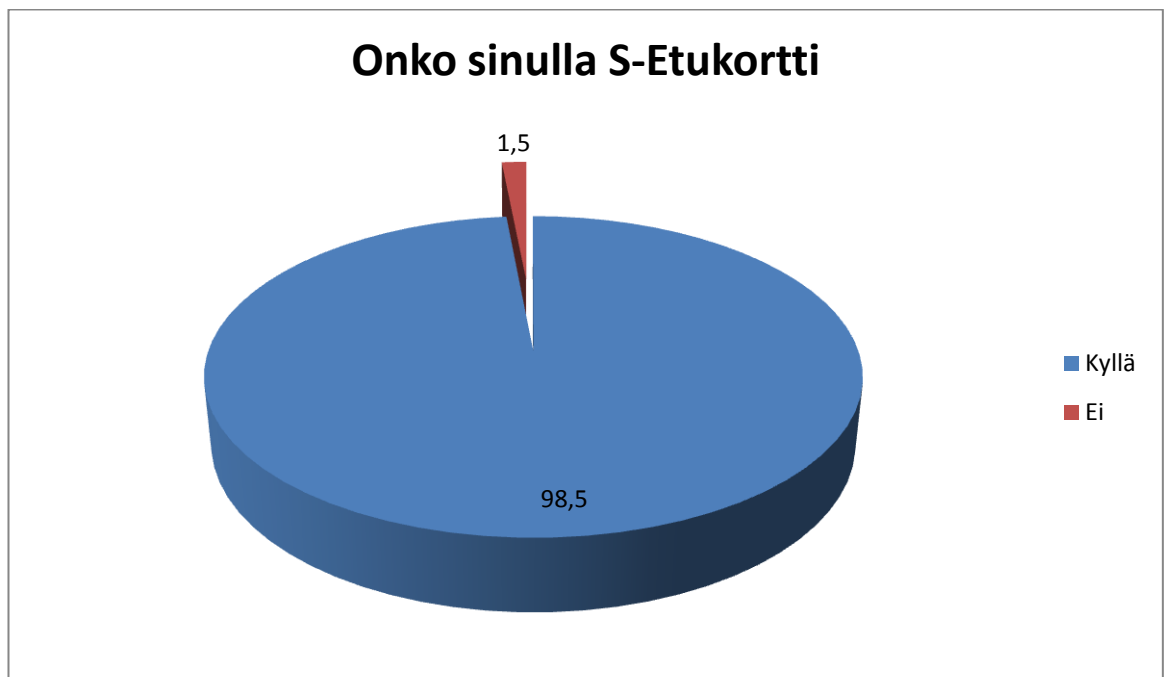
KUVIO 16. Maine.

Halusimme tietää Ravintola Kaarlen maineesta. Kuvio 16 käy ilmi, että 69,7 % vastaajien mielestä Kaarle on yleisesti suositudun paikan maineessa. Tämä on yhteydessä kuviossa 15 nähtävään suosittelumäärään. Tulos on hyvin positiivinen, sillä Kaarle on suositudun paikan maineessa ja sitä on myös suositeltu.



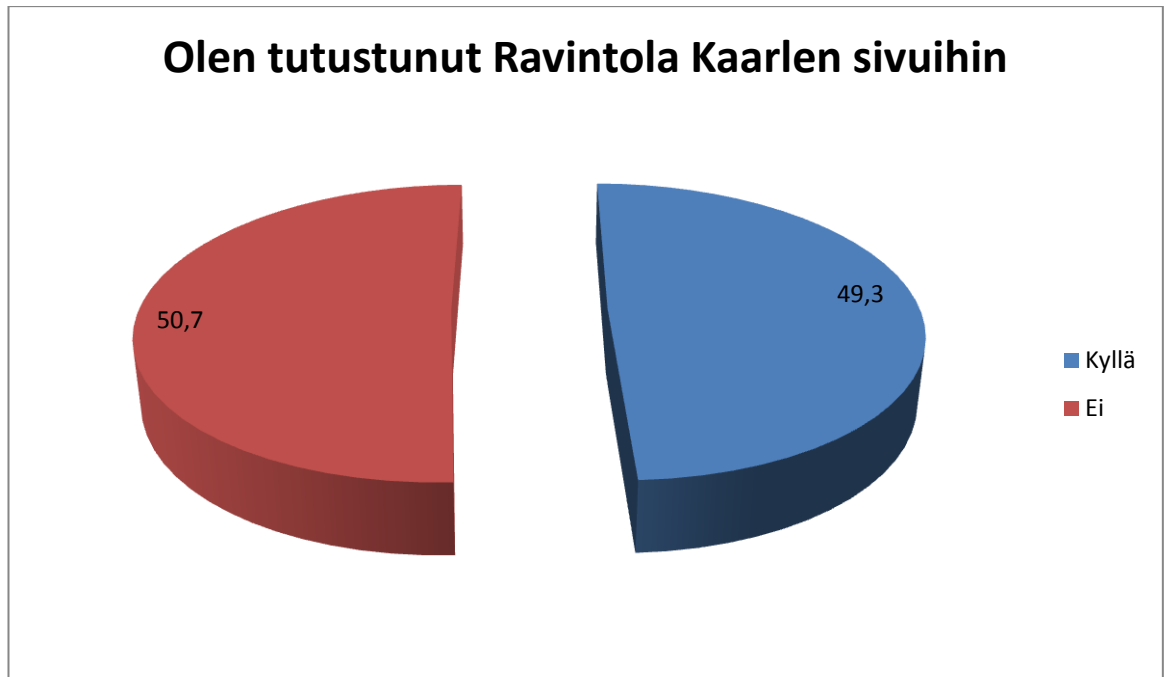
KUVIO 17. Yleisarvosana.

Yleisarvosanaksi Kaarle saa ”hyvä”, sillä kuviossa 17 vastaajista 59,4 % on rastinut vaihtoehdon. Vain 2,9 % on valinnut ”erittäin hyvä”. Tulos on hyvä, mutta siitä käy ilmi, että jotakin jää kuitenkin uupumaan. Jopa 29 % vastaajista on vastannut ”keskinkertainen”. Yleisestä palautteesta saa tähän yleisimmän vastauksen. Vastaajien mielestä ruoan hintalaatu suhde ei kohtaa. Vastauksista käy ilmi, että liha on ollut sitkeää tai ruoka on ollut kylmää.



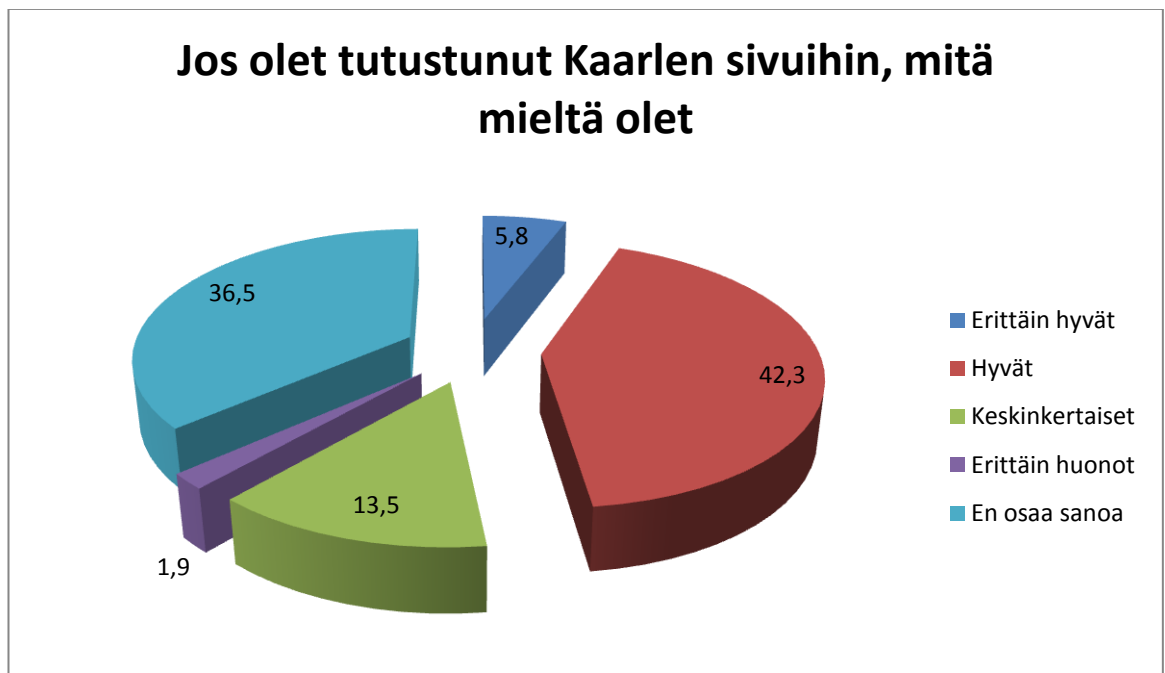
KUVIO 18. S-Etukortti.

Kuviossa 18 kysytään S-Etukortin omistajien määrää. Määrä on valtava, sillä 98,5 % eli 65 vastaajista omistaa S-Etukortin. Yksi vastaajista ei omista S-Etukorttia ja 3 on jättänyt vastaamatta kysymykseen.



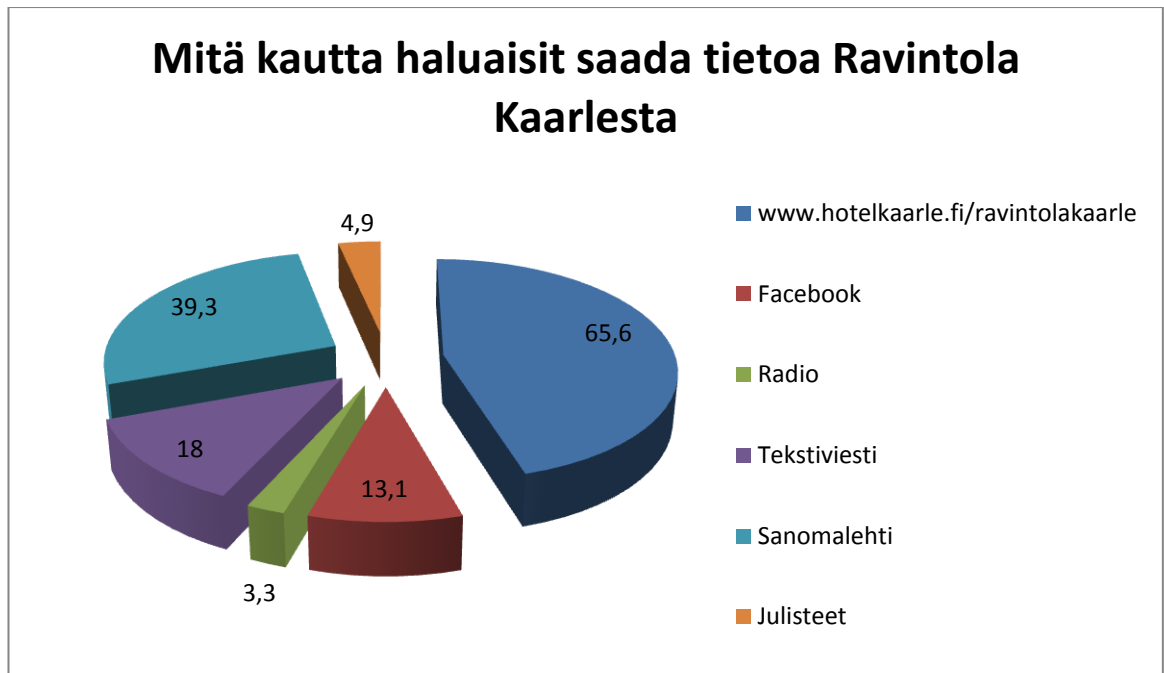
KUVIO 19. Www-sivut.

Ravintola Kaarlella on omat Www-sivut. Kuviossa 19 vastaajista 49,3 % on tutustunut Kaarlen sivuihin, jolloin 50,7 % ei ole tutustunut. Ravintola Kaarle on tilausravintola, jolloin asiakkaan on varmasti helpompi soittaa suoraan hotelliin ja kysyä tiloista ja eri menuista. Puhelimen välityksellä asiakas saa tietää vastauksen heti kaikkiin kysymyksiin, kuin selata läpi Www-sivuja.



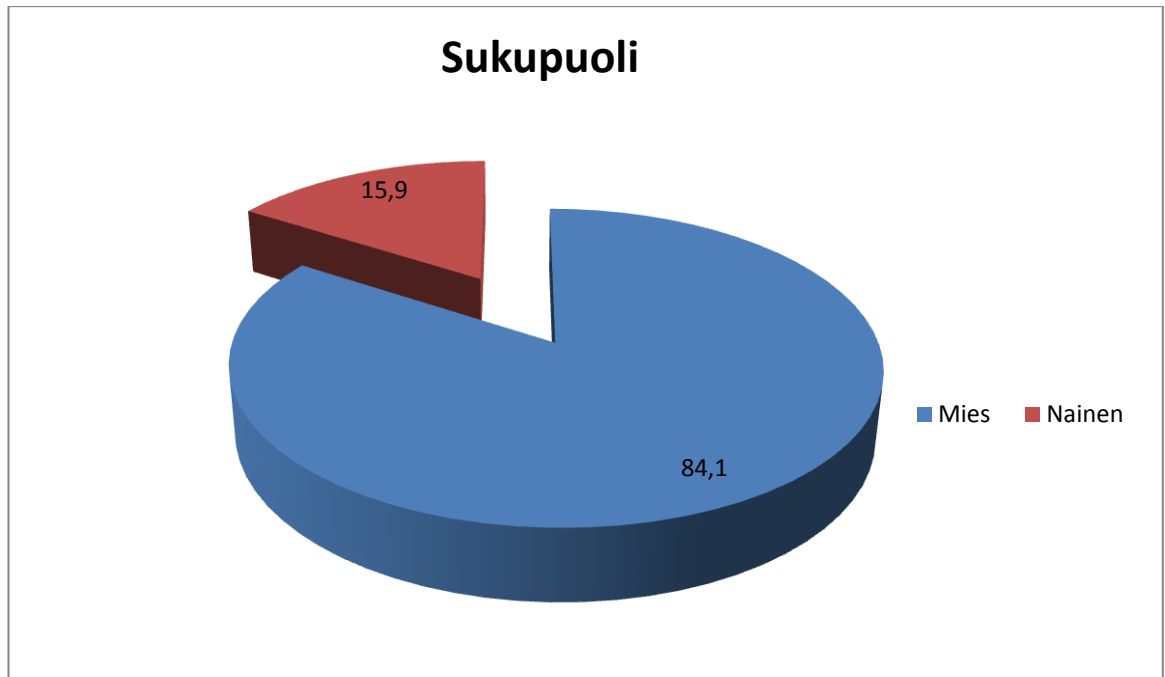
KUVIO 20. Mieli pide Www-sivusta.

Kaarlen sivuihin tutustuneilta kysyttiin kuviossa 20 mielipidettä Kaarlen sivuihin. Suurimman osan mielestä (42,3 %) sivut ovat hyvät. Asiakkaat haluavat varmasti itse tutustua asioihin esimerkiksi Www-sivujen kautta, joten tämän vastausprosentin myötä voidaan todeta, että sivuja pitäisi muuttaa enemmän informatiivisiksi. Vastaajista jopa 17 ei ole vastannut tähän kysymykseen, jolloin voidaan sanoa, ettei heillä ole mielipidettä sivusta, koska he eivät ole käyttäneet sitä.

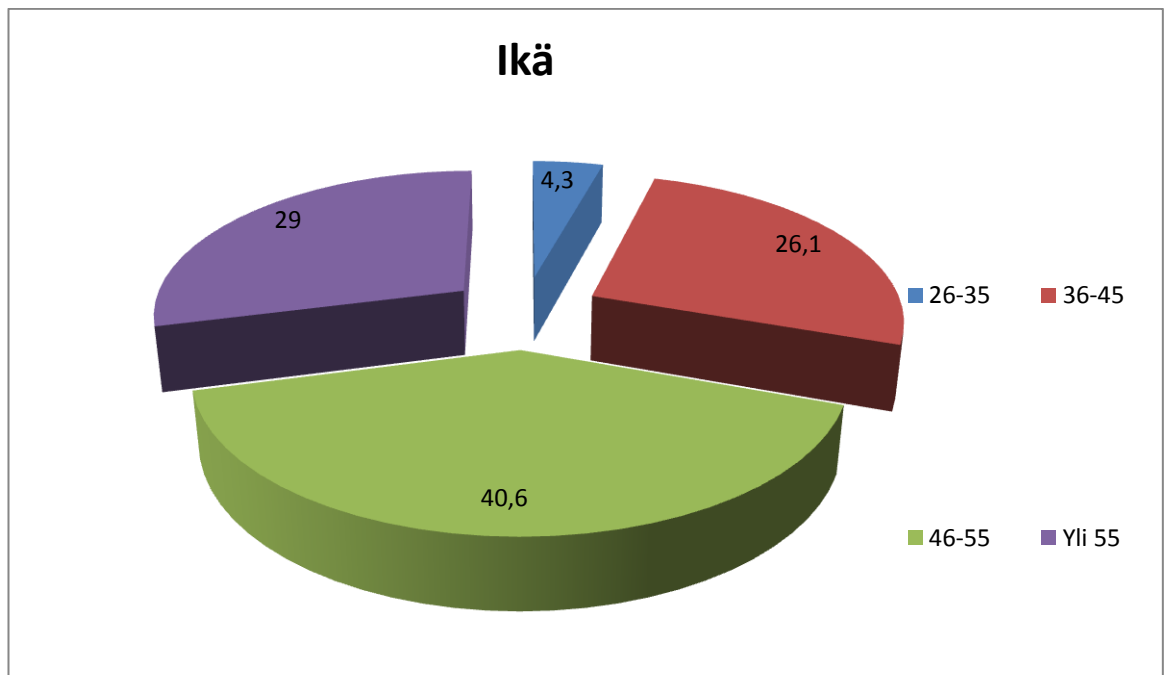


KUVIO 21. Ravintola Kaarlesta tiedottaminen.

Ravintola Kaarle haluaa tulla esille, joten vastaajilta kysyttiin, mitä kautta he mieluiten haluaisivat saada tietoa Kaarlesta. Vastaajista 65,6 % haluaa saada tietoa Kaarlen Www-sivujen kautta. Vastaajista 39,3 % haluaisi saada tietoa sanomalehdestä.



KUVIO 22. Sukupuoli.



KUVIO 23. Ikä.

Kyselyn lopussa olivat taustatiedot, eli sukupuoli ja ikä. Kuviosta 22 käy ilmi, että vastaajista 84,1 % oli miehiä ja 15,9% naisia. Miesvastaajien määrä on 58 ja naisvastaajien 11. Kuviosta 23 voi nähdä, että suurimmaksi osaksi (40,6 %) vastaajat olivat 46-55-vuotiaita. 29 % yli 55-vuotiaita.

6.4 Kehittämisehdotukset

Suurimmaksi osaksi kyselylomakkeiden tulokset olivat positiivisia. Toki aina löytyy myös jotakin parannettavaa. Avoimista kysymyksistä ja vapaasta palautteesta käy hyvin ilmi, mitä asiakkaat kaipaavat Ravintola Kaarleen. Avoimet kysymykset ovatkin hyvin tärkeitä kyselylomakkeella, sillä vastaaja saa kirjoittaa vapaasti juuri sen, mikä on hänen mielestään vikana ja missä pitäisi parantaa. Toki vastaajilta tuli myös hyvää palautetta Kaarlesta.

Jokainen asiakas kokee tilat ja ruoat eri tavalla, joten vastauksia tulee tietenkin niin positiivista kuin negatiivistakin. Vapaan palautteen osiossa henkilökuntaa on keuhuttu todella paljon. Henkilökunnan kerrotaan olevan ”huippua” ja palvelun pelaavan loistavasti. Palaute on hyvä, sillä tässä tapauksessa voimme todeta, että henkilökuntaan ei tarvitse tehdä muutoksia eikä heitä tarvitse lisäkouluttaa palvelemaan, vaan ihmiset kokevat palvelun toimivaksi. Tästä voimme päätellä, että muutoksia tarvitaan vain tiloissa ja ruoassa.

Ruoan taso nousee esiin hyvin monessa vapaan palautteen tai avoimen kysymyksen vastauksessa. Muutama vastaajista kertoo ruoan tason olevan heikko, eikä ruoan laatua voi taata. Eräs vastaajista kokee saavansa Ravintola Kaarlessa puoliksi lämmitettyä valmisruokaa. Vastaajan mielestä ruoka tulisi valmistaa tuoreista raaka-aineista ja toivoo kastikkeisiin tulevan enemmän osaamista. Vastaaja kokee eri annoksien maistuvan samalta. Koska ruoan taso nousee esiin aika useasti, täytyy ruokaan ja sen laatuun panostaa enemmän. Asiakkaat haluavat laadukasta ruokaa, jota osa vastaajista ei koe Ravintola Kaarlesta saavansa. Yksi vastaajista toivoo menuihin monia erilaisia kasvisvaihtoehtoja. On tärkeää tarjota asiakkaille myös erikoisruokavaihtoehtoja. Menuista saa hyvin muunneltua kasvisvaihtoehtoja vaihtamalla pääruoan lihan, kalan tai kanan täyttävään kasvislisukkeeseen. Tällöin ruoasta täytyy vaihtaa vaan yksi osa, eikä ruokaa tarvitse suunnitella kokonaan erilaiseksi.

Kaarlen menut ovat A la Carte. Yksi vastaaja toivoo saavansa Kaarlesta enemmän kotiruoan tyylistä ruokaa. Esimerkkeinä vastaaja kertoo paistetut silakat ja maksapihvit. Työmatkustajille tarjottava S-card menu sisältää paistettuja silakoita, joten mielestäni niitä voisi tarjota myös kokouslounastajille, koska talossa silakoita jo tarjotaan.

Yksi vastaajista kertoo, ettei Kaarle tunneta viinitarjonnastaan. Ruoka ja viini kulkevat käsi kädessä, kertoo vastaaja. Mielestäni vastaaja on tässä oikeassa. Hyvin moni haluaa

ruokansa kanssa viiniä, jolloin ravintolalla täytyy olla suositella eri viinejä ruoan kanssa. Tähän voisi panostaa esimerkiksi erilaisilla viinikoulutuksilla, ja ravintolan työntekijöille tulee tehdä selväksi, että viinejä täytyy suositella. Toki on asiakkaita, jotka haluavat juuri tietyn viinin, mutta heille olisi silti hyvä suositella juuri hänen ruokansa kanssa sopivaa viiniä.

Kaarlen tiloja tulisi muuttaa, sillä suurimmassa osassa avointen kysymysten vastauksissa on kerrottu, että Kaarlen tila on liian avoin. Kaarlea tulisi jollakin tavalla jakaa eri osioihin. Erään vastaajan mielestä Kaarlen pöytäjärjestys tuo mieleen koulun ruokalan. Ravintolan ei tietenkään haluta tuovan tällaista kuvaa asiakkaalle, joten esimerkiksi siirrettävillä väliseinillä saataisiin hyvin jaettua tilaa. Seinillä saataisiin myös sisustukseen uutta suuntaa ravintolan tyyliin sopivalla kankaalla tai maalauksella. Tiloihin liittyvää palautetta saa myös kokouskabinetit, joiden pöytäliinattomat pöydät eivät saa kehuja. Kokoustilanteessa sekä kabinetin että kokouslounaan tulee olla hyviä. Kabinetteja voisi saada paremman näköiseksi juuri näillä vastaajan mainitsemilla pöytäliinoilla. Liinat ovat pieni investointi ja varmasti asiakkaille mukava asia. Kabinettien varaajilta voisi esimerkiksi kysyä, haluavatko he pöytäliinat kabinetteihin.

Negatiivista palautetta saa salaattipöytä. Asiakkaille on tärkeää, että salaattipöydässä on tarpeeksi vaihtoehtoja. Salaatista saa hyvän alkuruoan, joten sen pitää olla laadukasta. Kaarlessa salaattipöytä toimii seisovana pöytänä, josta asiakas voi itse kerätä haluamansa salaatit. Vastausten perusteella salaattipöytää täytyy kehittää.

Kaarle toimii tilausravintolana. Pari vastaajista toivoo, että tilassa olisi äänentoistojärjestelmä. Esimerkiksi pikkujouluaikana ryhmien ruokailut ovat hieman rennompia, jolloin äänentoistojärjestelmää voisi hyvin käyttää esimerkiksi puheiden pitämisessä. Kaarleen kaivataan myös musiikkia. Hiljaisella oleva rauhallinen musiikki tekisi rentouttavan tunnelman Kaarleen.

Kokkolassa on suomen- ja ruotsinkielisiä. Yksi vastaajista harmittelee ruotsinkielen taitojen puutetta. Vastaaja haluaisi, että henkilökunta puhuisi paremmin ja enemmän ruotsia. Koska osa asiakkaista on ruotsinkielisiä, tulisi heille tarjota mahdollisuus puhua henkilökunnan kanssa myös ruotsia.

Silloin tällöin vastaanotosta kysellään Kaarlen tansseja. Myös yksi vastaajista on ottanut esille varttuneemman väen tanssi-illat. Pikkujouluuikaan Kaarlessa on tanssi-iltoja. Sokos Hotel Kaarlen tiloista löytyy Night Club ja karaokebaari. Näillä saa hyvin houkuteltua nuorta väkeä, mutta varttuneempi väki ei kaippaa nuorison disco-musiikkia. Kaarlessa voisikin järjestää tansseja useamminkin kuin vain pikkujouluuikaan. Tanssit olisivat omassa tilassaan Ravintola Kaarlessa, josta musiikki ei kuulu kellarin Night clubiin eikä karaokebaariin. Kaarlesta löytyy jo baaritiski, joten asiakkaat voisivat hakea janojuomansa samasta tilasta.

7 POHDINTA

Opintoihin sisältyvän työharjoittelun suoritin Sokos Hotel Kaarlen vastaanotossa, Kokkolassa. Luonnollisesti opinnäytetyön aihe on saatu harjoittelupaikasta. Opinnäytetyön aihe on saatu hotellinjohtaja Jaki Silvennoiselta. Työn tehtävänä oli kyselyn avulla selvittää syitä Sokos Hotel Kaarlessa toimivan tilausravintola Kaarlen käyttämättömyyteen.

Opinnäytetyö käsittää teoreettisen tietoperustan kvantitatiivisesta tutkimuksesta, sekä perustietoa Sokos Hotel Kaarlest, Ravintola Kaarlest ja S-Ryhmästä. Työn edetessä kyselylomakkeen kysymyksiä alettiin suunnitella. Kyselyn ensimmäinen versio sisälsi vain muutaman kysymyksen saaden myöhemmässä vaiheessa monta kysymystä lisää. Kyselyssä on tärkeää olla juuri ne kysymykset, joihin halutaan saada vastauksia. Kyselylomake kävi läpi kolme eri versiota ennen sopivaa muotoa.

Kysely oli tarkoitus toteuttaa kirjeitse lähetettävänä. 196 kappaleen kysely osoittautui kuitenkin haastavaksi. Hotellinjohtaja tiedusteli internet-kyselyn mahdollisuutta. Internet-kyselyyn oli mahdollisuus, joten kysely toteutettiin tammikuussa 2012 aikavälillä 19–31.1. Vastajia kertyi 69/196. Vastauksia tuli yli toiveiden.

Lomakkeen ollessa koko ajan avoinna, pystyi sen etenemistä vastauksineen ja kommentteineen seurata päivittäin. Vastausten prosenttiluvut kehittyivät vastauksien lisääntyessä ja kokonaiskuva kyselystä alkoi muodostua. Vastausajan loppuessa tuli aika tehdä kyselyn prosenteista piirakkamallit.

Yleisesti ottaen vastausmäärään voi olla tyytyväinen, kuten myös vastauksiin. Jokaisessa kyselyssä tulee ilmi negatiivista palautetta, kuten tässäkin kyselyssä, mutta myös positiivista palautetta oli paljon. Negatiivinen palaute antaa hyviä vastauksia ja ehdotuksia kehitysideoita mietittäessä.

Työn tekeminen oli hyvin mielekästä sekä aiheen puolesta että toimeksiantajan takia. Päivittäin työn takia tekemisissä olevien ihmisten kanssa on helppo työskennellä. Kyselyyn liittyvät asiat olivat helposti hoidettavissa hotellinjohtajan kanssa, sillä ennen töihin menoa voi käydä hänen luonaan keskustelemassa työstä. On tärkeää pitää toimeksiantaja ajan tasal-

la kyselyn tulosten ja vastausten suhteen. Sekä minä opinnäytetyön tekijänä, että hotellinjohtaja, olimme tyytyväisiä vastausmäärään.

Työn aihe oli mieleinen. Itse kyseisessä hotellissa töitä tekevänä saa helposti työtä käsittelevät aiheet kasaan. Työssä käydään läpi esimerkiksi etukortteja ja erilaisia hotellipaketteja, joiden kanssa tätä työtä tekevä on tekemisissä lähes päivittäin.

Kyselyn tarkoituksena oli saada vastauksia ja kehitysideoita Ravintola Kaarlen parantamiseksi. Vastauksia tuli paljon ja niistä sai hyvin kehitysideoita työhön laitettavaksi. Kehitysideat tullaan käymään läpi hotellinjohtajan eli työnohjaajan kanssa. Uskon, että työ antaa toimeksiantajalle hyviä ideoita palveluiden kehittämiseen. Kyselyn tuloksista saa positiivisen kuvan, mutta myös negatiivista palautetta kyselylomake tuottaa, josta saa hyvät kehitysideat.

Toivon tämän työn auttavan toimeksiantajaani saamaan hyviä ideoita kehittämään Ravintola Kaarlea, jotta palveluita käytettäisiin enemmän.

LÄHTEET

Amarillo. 2010. Www-dokumentti. Saatavissa:

<http://www.amarillo.fi/kokkolatarina.html>

Luettu 18.10.2010

Anders Chydenius säätiö. 2010. Www-dokumentti. Saatavissa:

http://www.chydenius.net/historia/lyhyesti_vuodet/lyhyesti.asp

Luettu 15.10.2010

Finnair Plus-pisteet. 2011. Www-dokumentti. Saatavissa:

http://www.finnair.fi/finnaircom/wps/portal/finnair/plus/about-finnair-plus/benefits/fi_FI

Luettu 4.11.2011

Golf-piste. 2010. Www-dokumentti. Saatavissa:

<http://www.golfpiste.com/kentat/esittely/?seura=7693&sivu=0&lang=fi>

Luettu 22.10.2010

Heikkilä. T. 1998. Tilastollinen tutkimus. 3., uudistettu painos. Helsinki: Oy Edita Ab.

Historia Kokkola. 2010. Www-dokumentti. Saatavissa:

https://www.kokkola.fi/kuntainfo/historia/fi_FI/historia/

Luettu 15.10.2010

Kananen, J. 2011. Rafting through the Thesis Process. Jyväskylän Ammattikorkeakoulun julkaisu.

Kuntainfo Kokkola. 2010. Www-dokumentti. Saatavissa:

[\(https://www.kokkola.fi/kuntainfo/yleistietoa_kunnasta/fi_FI/yleistietoa_kunnasta/](https://www.kokkola.fi/kuntainfo/yleistietoa_kunnasta/fi_FI/yleistietoa_kunnasta/)

Luettu 15.10.2010

Nordic Choice Club. 2012. Www-dokumentti. Saatavissa:

<http://www.scard.fi/etusivu/ajankohtaista-s-card-tietoa/sokos-hotels-ja-nordic-choice-hotels-yhteistyohon/>

Luettu 3.2.2012

Onni Orava. 2010. Sokos Hotels. Www-dokumentti. Saatavissa:

<http://www.sokoshotels.fi/hotellit/kokkola/vapaa-ajan-paketit/paketit/p//onni-oravan-perhepaketit/>

Luettu 23.10.2010

Powerpark. 2010. Www-dokumentti. Saatavissa:

www.powerpark.fi

Luettu 22.10.2010

Rautiainen, M. & Siiskonen, M. 2003. Kokous- ja kongressipalvelut. 3., uudistettu painos. Vantaa: Restamark.

S-Card, 2011. Www-dokumentti. Saatavissa:

<http://www.scard.fi/s-card/palveluedut/>

Luettu 20.10.2011

S-kanava, 2011a. Www-dokumentti. Saatavissa:

<http://www.s-kanava.fi/web/s-kanava-tietoa-s-ryhmasta/s-ryhman-rakenne>

Luettu 12.10.2010

S-kanava, 2011b. Www-dokumentti. Saatavissa:

<http://www.s-kanava.fi/web/s-kanava-tietoa-s-ryhmasta/historia>

Luettu 12.10.2010

S-kanava, 2011c. Www-dokumentti. Saatavissa:

<http://www.s-kanava.fi/web/vk/asiakasomistajuus-ja-s-etukortti>

Luettu 12.10.2010

Sokos Hotels, 2010 Kotisivut. Www-dokumentti. Saatavissa:

<http://www.sokoshotels.fi/meille-toihin/ketjuesittely/>

Luettu 28.10.2010

Sokos Hotel Kaarle. Kotisivut. Www-dokumentti. Saatavissa:

<http://www.sokoshotels.fi/hotellit/kokkola/>

Luettu 29.10.2010

Korja, M. 2010. Sokos Hotelsien konseptijohtajan sähköpostihaastattelu. 24.3.2010.

Sokos Hotels. 2011 Kokous- ja juhlapalvelut, Paras Paikka Tavata. Esite.

Sokos Hotels, 2010. Yhdessä ideoita kahdenkeskisiin hetkiin. Esite.

Taloustutkimus; Kongressit Suomessa 2010. Finland Convention Bureau, 2011. Lupa käyttämiseen. Www-dokumentti. Saatavissa:

http://www.fcb.fi/UserFiles/fcb/File/pdf/tutkimukset/Kongressit_Suomessa_%202010_Raportti.pdf

Luettu 15.11.2011

Tilastokeskus; Internet tutkijan työkaluna 2004. Www-dokumentti. Saatavissa:

http://www.stat.fi/tup/tieto aika/tilaajat/ta_06_04_internet_tyokalu.html

Luettu 16.11.2011

Verhelä, P. 2000. Liikematkailu. Helsinki: Oy Edita Ab.

Vesiveijari. 2011. Www-dokumentti. Saatavissa:

<http://www.sokoshotels.fi/hotellit/kokkola/vapaa-ajan-paketit/paketit/p/vesiveijaripaketti-kokkolassa/>

Luettu 20.10.2011

Vesiveijari Kokkola. 2011. Www-dokumentti. Saatavissa:

https://www.kokkola.fi/liikunta/uintikeskus-vesiveijari/fi_FI/uintikeskus-vesiveijari/

Luettu 20.10.2010

S-Card-etuja voit käyttää esimerkiksi seuraavissa paikoissa:

LIITE 1/1

S-Ryhmän hotellit:

Sokos Hotels

Suomen Radisson Blu-hotellit

S-Ryhmän ketjuravintolat:

Amarillo

Buffa

Fransmanni

Memphis

Rosso

Sevilla

Torero

ABC-Liikennemyymälät

Lisätietoja osoitteesta www.abcasemat.fi

S-Card-etuja voi hyödyntää myös monissa S-Ryhmän yksittäisissä ravintoloissa. Lisätiedot: www.s-card.fi

Hyvä vastaanottaja!

LIITE 1/2

Sokos Hotel Kaarlessa toimii tilausravintolana Ravintola Kaarle. Asiakkaiden tyytyväisyys on meille kunnia asia. Toivon, että voit käyttää noin 10 minuuttia ajastasi vastataksesi tutkimukseen ja auttaaksesi meitä kehittämään palveluitamme sekä tuotteemme laatua. Paras henkilö meille kertomaan siitä olet Sinä.

Kaikkien vastanneiden kesken arvotaan Sokos Hotellien 2:n hengen majoituslahjakortti.

Tämän tutkimuksen suorittaa matkailun koulutusohjelman opiskelija Noora Kupila Keski-Pohjanmaan Ammattikorkeakoulusta. Toimeksiantajana toimii Sokos Hotel Kaarlen hotellinjohtaja Jaki Silvennoinen.

Talvisin terveisin,

Noora Kupila (noora.pippola@cou.fi)

Jaki Silvennoinen (jaki.silvennoinen@sok.fi)

Ystävällisin terveisin,

Noora Kupila

1. Olen tietoinen Ravintola Kaarlestä ja sen palveluista

- Täysin samaa mieltä
- Osittain samaa mieltä
- Osittain eri mieltä
- Täysin eri mieltä
- En osaa sanoa

2. Olen käyttänyt Ravintola Kaarlen palveluita ja olen niihin tyytyväinen

- Kyllä
- Ei

Jos Ravintola Kaarlen palveluita tulisi mielestäsi muuttaa, kerro miten

3. Kuinka usein käyt Ravintola Kaarlessa

- Kerran viikossa
- Muutamia kertoja kuukaudessa
- Kerran kuussa
- Harvemmin
- En koskaan

4. Milloin viimeksi olet käynyt Ravintola Kaarlessa?

- Alle viikko sitten
- Viikko sitten

- Kuukausi sitten
- Tämän vuoden puolella
- En ole käynyt

5. Mikä saa sinut lähtemään ravintolaan? (Voit valita useampia syitä)

- Haluan tavata ystäviä
- Haluan uusia tuttavuuksia
- Haluan rentoutua
- Työ
- Juhlat
- Joku muu, mikä?

6. Ravintola Kaarlen sijainti Sokos Hotellissa on mielestäni hyvä

- Täysin samaa mieltä
- Osittain samaa mieltä
- Osittain eri mieltä
- Täysin eri mieltä
- En osaa sanoa

7. Ravintola Kaarle on mielestäni viihtyisä

- Täysin samaa mieltä
- Osittain samaa mieltä
- Osittain eri mieltä
- Täysin eri mieltä
- En osaa sanoa

Olen tyytyväinen Ravintola Kaarlen sisustukseen

- Täysin samaa mieltä
- Osittain samaa mieltä
- Osittain eri mieltä
- Täysin eri mieltä
- En osaa sanoa

Jos Ravintola Kaarlen tiloja tulisi mielestäsi muuttaa, kerro miten

9. Ravintola Kaarlessa on mielestäni tarpeeksi tilaa isommallekin ryhmälle

- Täysin samaa mieltä
- Osittain samaa mieltä
- Osittain eri mieltä
- Täysin eri mieltä
- En osaa sanoa

10. Ravintola Kaarlen pöytäjärjestys on tehty kokouslounastajille sopivaksi

- Täysin samaa mieltä
- Osittain samaa mieltä
- Osittain eri mieltä
- Täysin eri mieltä
- En osaa sanoa

11. Ravintola Kaarlessa on otettu mielestäni hyvin huomioon erikoisruokavaliot ja allergiat

- Täysin samaa mieltä
- Osittain samaa mieltä
- Osittain eri mieltä
- Täysin eri mieltä
- En osaa sanoa

12. Ravintola Kaarlessa tulisi järjestää erilaisia temaviikkoja (Pääsiäisteema, vapputeema, jouluteema, pihviviikko, leikeviikko...)

- Täysin samaa mieltä
- Osittain samaa mieltä
- Osittain eri mieltä
- Täysin eri mieltä
- En osaa sanoa

13. Missä muissa ravintoloissa käyt säännöllisesti

- Rosso
- Pedrina's Tex-mex Restaurant
- Vanhankaupungin Ravintola
- Vanha lyhty
- Kokkolinna
- Joku muu, mikä?

14. Oletko suosittelut Ravintola Kaarleä viimeisen 12 kuukauden aikana

- Kyllä
- Ei

Miksi olet/miksi et ole suosittelut?

15. Ravintola Kaarle on yleisesti suositun paikan maineessa?

- Kyllä
- Ei

Yleisarvosana Kaaralle

LIITE 3/1

- Erittäin hyvä
- Hyvä
- Keskinkertainen
- Huono
- Erittäin huono
- En osaa sanoa

15. Onko sinulla S-Etukortti?

- Kyllä
- Ei

16. Olen tutustunut Ravintola Kaarlen sivuihin

- Kyllä
- Ei

Jos olet tutustunut Kaarlen sivuihin, mitä mieltä olet

- Erittäin hyvät
- Hyvät
- Keskinkertaiset
- Huonot
- Erittäin huonot

17. Mitä kautta haluaisit saada tietoa Ravintola Kaarlesta

- www.hotelkaarle.fi/ravintolakaarle
- Facebook
- Twitter tai muu yhteisö
- Radio
- Tekstiviesti
- Sanomalehti
- Julisteet

18. Missä meidän mielestäsi kannattaisi näkyä/kuulua enemmän?**TAUSTATIEDOT****Sukupuoli**

- Nainen
- Mies

Ikä

- alle 25 vuotta
- 26-35

- 36-45
- 46-55
- Yli 55

LIITE 3/2

Lopuksi voit jättää vapaasti palautetta

Jos haluat osallistua majoituslahjakortin arvontaan, jätäthän yhteystietosi alle

Nimi:

Puhelinnumero:

KIITOS VASTAUKSISTASI!