

Anu Suomalainen

ASIAKASTYYTYVÄISYYS
PUNKAHARJUN
LOMAKESKUKSESSA

Opinnäytetyö
Matkailun koulutusohjelma


Huhtikuu 2012




MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU

Mikkeli University of Applied Sciences

KUVAILULEHTI

 <p>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU Mikkeli University of Applied Sciences</p>		Opinnäytetyön päivämäärä 25.4.2012
Tekijä(t) Anu Suomalainen	Koulutusohjelma ja suuntautuminen Matkailun koulutusohjelma	
Nimeke Asiakastyytyväisyys Punkaharjun Lomakeskuksessa		
Tiivistelmä Tämän opinnäytetyön tavoitteena on kartoittaa asiakkaiden tyytyväisyys Punkaharjun Lomakeskuksen palveluun ja palveluiden laatuun omistajanvaihdoksen ja sitä seuranneiden kehitystöiden jälkeen. Opinnäytetyön toimeksiantaja on Finland EasyHoliday Oy, joka toimii operaattoriyhtiönä Punkaharjun Lomakeskuksessa; majoitus- ja ravintolatoiminnassa, Kesämaan huvipuistossa ja ohjelmalveluissa. Työn teoreettinen viitekehys koostuu palvelun laadusta ja asiakastyytyväisyydestä. Työssä käsitellään palvelun määritelmää, laadun näkökulmia ja ulottuvuuksia sekä koettua kokonaislaatua. Asiakastyytyväisyyden osalta käsitellään asiakastyytyväisyyden määritelmää, asiakastyytyväisyyteen vaikuttavia tekijöitä sekä asiakastyytyväisyystutkimusta. Opinnäytetyössä käytettiin kvantitatiivista tutkimusmenetelmää ja tutkimusaineisto kerättiin kyselylomakkeella. Kyselylomakkeita jaettiin asiakkaille kesä-elokuussa 2011 ja vastauksia saatiin yhteensä 43. Tutkimuksen tulokset analysoitiin SPSS -tilasto-ohjelmalla. Tuloksien perusteella asiakkaat olivat pääasiassa tyytyväisiä Punkaharjun Lomakeskuksen palveluihin ja tiloihin sekä henkilökuntaan. Tyytyväisimpiä asiakkaat olivat vastaanotto- ja Kesämaan henkilökunnan ystävällisyyteen ja palvelualttiuteen, Kesämaan viihtyisyyteen, ravintola Punkaharju Paviljongin viihtyisyyteen sekä matkailualueen yleiseen viihtyisyyteen. Tyytymättömmimpiä asiakkaat olivat siivous- ja huoltohenkilökunnan ystävällisyyteen ja palvelualttiuteen sekä loma-asunnon varustelu- ja kuntotason. Asiakastyytyväisyyskyselyn tulosten pohjalta saatiin kehitysehdotuksia ja -suuntia, joilla Punkaharjun Lomakeskuksen palveluita voidaan entisestään parantaa. Kehitysehdotukset koskivat muun muassa loma-asuntojen kunto- ja varustelutasoa sekä matkailualueen yleistä kunnossapitoa.		
Asiasanat (avainsanat) Asiakastyytyväisyys, laatu, kvantitatiivinen tutkimus		
Sivumäärä 43 + liitteet 6 s.	Kieli Suomi	URN
Huomautus (huomautukset liitteistä)		
Ohjaavan opettajan nimi Sirpa Sahinjoki	Opinnäytetyön toimeksiantaja Finland EasyHoliday Oy	

DESCRIPTION

 <p>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU Mikkeli University of Applied Sciences</p>		Date of the bachelor's thesis 25.4.2012	
Author(s) Anu Suomalainen		Degree programme and option Degree Programme in Tourism Bachelor of Hospitality Management	
Name of the bachelor's thesis Customer satisfaction at Punkaharju Resort			
Abstract <p>The aim of this thesis was to investigate into customer satisfaction and quality of service at Punkaharju Resort after the change of ownership and the related further development. The commissioner of this thesis is Finland EasyHoliday Oy, the operating company at Punkaharju Resort in charge of accommodation and restaurant services, the Kesämaa amusement park and program services.</p> <p>The theoretical framework is based on literature on quality of service and customer satisfaction. The topics discussed in relation to quality are the definition of service, the perspectives and dimensions of quality and experienced overall quality. As for customer satisfaction, the study deals with the definition of customer satisfaction, the factors that affect customer satisfaction and customer satisfaction surveys.</p> <p>This thesis used quantitative research method and the research material was gathered by a questionnaire. The questionnaires were handed out to customers in June-August 2011 and 43 responses were received. The results of this research were analysed using SPSS- statistic software.</p> <p>According to the results of the study the customers were mainly satisfied with the services, facilities and staff of Punkaharju Resort. Strongest satisfaction was expressed with the kindness and willingness to serve among the staff at reception and in Kesämaa, the pleasant ambience of Kesämaa and restaurant Punkaharju Paviljonki and the overall attractiveness of the resort. Customers were most unsatisfied with the kindness and willingness to serve among the cleaning and maintenance staff and also with the equipment and condition of holiday cottages.</p> <p>The responses gave good suggestions for future development and also indicated trends which can help to further improve the services of Punkaharju Resort. The suggestions for development were given in relation with the conditions and equipment of the holiday cottages and general maintenance of the area.</p>			
Subject headings, (keywords)			
Pages 43 + appendices 6 p.		Language Finnish	
URN			
Remarks, notes on appendices Customer satisfaction, quality, quantitative research			
Tutor Sirpa Sahinjoki		Bachelor's thesis assigned by Finland EasyHoliday Oy	

1 JOHDANTO

Suoritin opintoihini kuuluvan syventävän työharjoittelun Punkaharjun Lomakeskuk-
sen vastaanotossa kesällä 2011. Aloitin harjoitteluni toukokuussa ja harjoittelujaksoni
päätyi heinäkuussa, jonka jälkeen toimin vastaanottovirkailijana yrityksessä elokuun
loppuun saakka. Harjoitteluni alussa työnantajani ehdotti opinnäytetyöni aiheeksi
asiakastyytyväisyystutkimuksen tekemistä. Tutkimuksen tavoitteena on kartoittaa asi-
akkaiden tyytyväisyys Punkaharjun Lomakeskukseen ja sen palveluiden laatuun omis-
tajanvaihdoksen ja tehtyjen kehitystöiden jälkeen. Tuloksista saadaan kehittämissuun-
tia, joilla Lomakeskuk-
sen toimintaa voidaan entisestään parantaa. (Kilpeläinen 2011.)

Opinnäytetyöni tutkimuskysymykseksi muodostui: Millainen on matkailijoiden tyyty-
väisyys Punkaharjun Lomakeskukseen ja sen palveluihin kokonaisuudessaan? Alaky-
symyksiä tutkimukselle ovat: Mitkä palvelut asiakkaiden mielestä toimivat jo hyvin
Punkaharjun Lomakeskuksessa? ja Mitä asioita tulevaisuudessa tulisi huomioida ja
mitä palveluja kehittää? Käytän tutkimuksessani kvantitatiivista tutkimusmenetelmää
ja analysoin tulokset SPSS -tilasto-ohjelman ja sisällönanalyysin avulla.

Opinnäytetyöni alkaa johdannolla, jonka jälkeen luvussa kaksi esitellään työni toi-
meksiantaja. Opinnäytetyöni teoreettinen viitekehys muodostuu kahdesta osasta, pal-
velun laadusta ja asiakastyytyväisyydestä. Työni kolmannessa luvussa käsitellään pal-
velun määritelmää, laadun näkökulmia ja ulottuvuuksia sekä koettua kokonaislaatua.
Neljäs luku sisältää asiakastyytyväisyyden määritelmän ja asiakastyytyväisyyteen
vaikuttavat tekijät. Luvussa käsitellään myös asiakastyytyväisyystutkimusta yleisesti.

Viidennessä luvussa käsitellään tutkimuksen toteutusta, käydään läpi tutkimusmene-
telmän valinta ja tutkimuksen toteutus sekä aineiston analysointi. Luvussa tarkastel-
laan myös tutkimuksen pätevyyttä ja luotettavuutta. Kuudes luku esittelee tutkimuk-
sesta saatuja tuloksia ja luvussa seitsemän esitetään tutkijan johtopäätöksiä, kehittä-
misehdotuksia sekä mahdollisia jatkotutkimuksia. Luvussa kahdeksan esitetään poh-
dintaa opinnäytetyöprosessista.

Aiemmat tutkimukset

Punkaharjun Lomakeskuksen nykyisen omistajan aikana ei ole tätä ennen tehty asiakastyytyväisyystutkimusta. Asiakastyytyväisyydestä yleisesti on kuitenkin tehty lukuisia tutkimuksia ja opinnäytetöitä ja aiheesta löytyy paljon kirjallisuutta. Tutustuin ennen oman tutkimukseni aloittamista muutamaaan asiakastyytyväisyyttä käsittelevään opinnäytetyöhön, mutta täysin samanlaista, lomakeskusta tai lomakylää koskevaa tutkimusta ei kuitenkaan löytynyt. Perehdyin tarkemmin Kiviniemen (2011) hotellin asiakastyytyväisyyttä käsittelevään opinnäytetyöhön sekä Lehtosen (2010) opinnäytetyöhön hotellin asiakastyytyväisyyden kehittämistä.

Kiviniemen (2011) opinnäytetyön toimeksiantaja oli Sokos Hotel Vaasan Vaakuna ja tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää asiakkaiden tyytyväisyys hotelliin ja syyt, joiden perusteella asiakkaat valitsivat juuri kyseisen hotellin. Tutkimus suoritettiin lomakekyselynä Sokos Hotel Vaakunassa tammi-helmikuun 2011 aikana ja tutkittavaan perusjoukkoon kuului kaikki hotellin asiakkaat. Kyselyyn vastasi yhteensä 92 hotellin asiakasta. Vastauksista ilmeni, että asiakkaat olivat yleisesti ottaen tyytyväisiä hotellin palveluun, sen työntekijöihin, ravintoloihin sekä hotellin laatuun ja suurin osa vastanneista asiakkaista on kanta-asiakkaita vuosien takaa.

Lehtosen (2010) opinnäytetyö pohjautuu Sokos Hotellien vuosittain teettämään asiakastyytyväisyyskyselyyn. Opinnäytetyön toimeksiantaja oli Sokos Hotel Presidentti ja tutkimuksen tarkoituksena oli seurata asiakkaiden tyytyväisyyttä hotellin eri osastojen toimivuuteen ja palveluun. Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää ongelmakohtia ja parannusehdotuksia majoitusprosessin ja itse majoittumisen osalta. Opinnäytetyöhön on haastateltu neljää Sokos Hotel Presidentin kanta-asiakasta sekä saatu yhdeksän kirjallista vastausta perustuen haastattelulomakkeeseen. Haastattelut suoritettiin teemahaastatteluna alkuvuodesta 2010. Vastauksista saatiin selville, että asiakkaiden mielestä hotellin toiminta ja palvelu on tasalaatuista. Esiin nousi myös pieniä parannusehdotuksia hotellihuoneisiin ja majoitusprosessiin liittyen. Kokonaisuudessaan kanta-asiakkaat olivat tyytyväisiä hotellin toimintaan ja kehitysehdotukset koskivat pääasiassa ainoastaan hotellin toiminnan yksityiskohtien hiomista.

2 TOIMEKSIANTAJAN ESITTELY

Punkaharjun Lomakeskus on monipuolinen, ympärivuotinen lomanviettopaikka Punkaharjun Tuunaansaassa. Punkaharjun Lomakeskus kuuluu vuonna 1999 toimintansa aloittaneeseen L-House Oy -konserniin, joka on erikoistunut kiinteistösijoittamiseen, kiinteistöjen jalostamiseen ja pitkäaikaiseen hallintaan, uudisrakentamiseen sekä kotimaan lomarakentamiseen ja matkailun kehittämiseen. Tällä hetkellä suurin kehityshanke on meneillään Punkaharjun Tuunaansaassa. L-House Oy:n tytäryhtiöt ovat Punkaharjun Loma Oy ja Finland EasyHoliday Oy. (L-House Oy 2011.)

L-House Oy -konserni osti toukokuussa 2010 Tuunaansaaren Punkaharjun Lomakeskuksen leirintä- ja caravan-alueen liiketoiminnan Lomakeskuksen entisen omistajan, L-House Oy:n omistamalla alueella vuokralla olleen Lomaliitto ry:n hakeuduttua konkurssiin joulukuussa 2009. Rakennuskanta ja operatiivinen toiminta siirtyi omistajanvaihdoksessa L-House Oy:n tytäryhtiölle Finland EasyHoliday Oy:lle. Finland EasyHoliday Oy:n toimiessa operaattoriyhtiönä kehittämällä Punkaharjun lomakohdetta, L-House Oy:n toinen tytäryhtiö Punkaharjun Loma Oy investoi ja rakentaa lomakeskuksen alueella (kuvio 1). Omistajanvaihdoksen yhteydessä Finland EasyHoliday Oy alkoi käyttää markkinointinimeä Punkaharjun Lomakeskus. (Fontana 2010; Kilpeläinen 2011.)



KUVIO 1. L-House Oy – konserni ja sen tehtävät (L-House Oy 2011.)

Finland EasyHoliday Oy:n omistuksessa olevaan Tuunaansaaren leirintä- ja caravan-alueeseen kuuluu 50 leirintämökkiä ja 8 saunamökkiä. Omien mökkien vuokraamisen lisäksi Finland EasyHoliday Oy vuokraa ympärivuotisesti Punkaharjun Lomakeskukseen alueella sijaitsevien eri yritysten ja yksityisten henkilöiden omistuksessa olevia lomamökkejä, Tuunaantupia ja Pankkotupia. (Kilpeläinen 2011.) L-House Oy:n omistamalla alueella Tuunaansaassa on leirintäalueen lisäksi Retretin Aurinkorinne, jolle on rakennettu ja rakennetaan valmiita vapaa-ajanasuntoja (L-House Oy, 2011).

Punkaharjun Lomakeskukseen kuuluu majoitustoiminnan lisäksi myös Kesämaan huvipuisto, joka toimii alueella itsenäisesti, mutta kuuluu Finland EasyHoliday oy:n alaisuuteen. Kesäksi 2011 Punkaharjun Lomakeskukseen valmistui ravintola Punkaharju Paviljonki, jossa on myös sauna- ja kokoustilat. L-House Oy ja Finland EasyHoliday Oy ovat ostaneet keväällä 2011 myös osan Saimaan Safarit Oy -ohjelmalveluyrityksestä, jonka toimialana on elämysmatkailu, elämyspalvelut, kalastusretket, ohjelmalvelut ja venevuokraus. (L-House Oy 2011.)

Finland EasyHoliday Oy:n kehityshankkeeseen Punkaharjun Lomakeskukseen alueella omistajanvaihdoksen jälkeen lukeutuu ravintola Punkaharju Paviljongin rakentamisen

ja Saimaan Safarit Oy:n osaomistuksen hankkimisen lisäksi uuden markkinointi- ja kehityssuunnitelman käyttöönotto sekä omien mökkien kunnostaminen ja varustelu. Osa kehityshanketta ovat myös henkilöstön koulutus ja ohjeistus, tuotteistaminen, sähköisen liiketoiminnan kehittäminen ja Aurinkorinteellä rakentaminen. Tässä tutkimuksessa tarkastellaan asiakkaiden tyytyväisyyttä Punkaharjun Lomakeskuksen henkilökuntaan, loma-asuntoihin, Kesämaan huvipuistoon, ravintola Punkaharju Paviljonkiin sekä matkailualueeseen kehitystöiden jälkeen..

3 PALVELUN LAATU

3.1 Palvelun määritelmä

Palvelun määrittely tiiviisti ja yksiselitteisesti on hankalaa, sillä palvelu itsessään on monimutkainen asia ja palveluja on monenlaisia (Lämsä & Uusitalo 2002, 17). Palvelu sanalla on useita merkityksiä henkilökohtaisesta palvelusta palveluun tuotteena ja käsitettä voidaan käyttää laajemminkin. Grönroos (2001, 79) esittää palvelulle seuraavan määritelmän: ”Palvelu on ainakin jossain määrin aineettomien toimintojen sarjasta koostuva prosessi, jossa toiminnot tarjotaan ratkaisuna asiakkaan ongelmiin ja toimitetaan yleensä, muttei välttämättä, asiakkaan, palvelutyöntekijöiden ja/tai fyysisten resurssien tai tuotteiden ja/tai palveluntarjoajan järjestelmien välisessä vuorovaikutuksessa.” Ylikosken (2001, 20) mukaan palvelu on tämän lisäksi jotain, joka tuottaa asiakkaalle lisäarvoa kuten ajansäästöä, helppoutta, mukavuutta, viihdettä tai terveyttä.

Grönroosin (1998, 53) mukaan palveluilla on seuraavat neljä peruspiirrettä:

- 1 Palvelut ovat enemmän tai vähemmän aineettomia.
- 2 Palvelut ovat prosesseja, jotka koostuvat toiminnoista tai toimintojen sarjoista eivätkä asioista.
- 3 Palvelut tuotetaan ja kulutetaan ainakin jossain määrin samanaikaisesti.
- 4 Asiakas osallistuu palvelun tuotantoprosessiin ainakin jossain määrin.

Grönroosin (2001, 81–82) mukaan palvelun tärkein piirre on sen prosessiluonne ja useimmat muut palveluiden yleispiirteet johtuvat juuri palveluiden prosessiluonteesta. Ylikoski (2001, 21) puolestaan esittää, että palvelun tärkein piirre on sen aineettomuus, josta johtuvat kaikki muut palvelujen ja fyysisten tavaroiden erot. Vaikka palvelun ytimenä on ilmiön aineettomuus, on monissa palveluissa silti myös konkreettisia osia kuten ravintolan tarjoama ruoka. (Grönroos 2001, 83).

Palveluille on ominaista, että ne tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti. Asiakkaan rooli palvelutapahtumassa on kaksijakoinen, sillä toisaalta hän on palvelun käyttäjä ja kuluttaja, mutta toisaalta hän osallistuu samalla palvelun tuottamiseen ainakin osan ajasta. (Jokinen ym. 2000, 224–225; Zeithaml & Bitner 1996, 20.) Tuotannon ja kulutuksen samanaikaisuudesta johtuen palvelut on tuotettava yksilöllisesti ja suhteellisen lähellä asiakasta (Lämsä & Uusitalo 2002, 19).

Palvelujen aineettomuus ja prosessiluonne samoin, kuin asiakkaan osallistuminen palvelun tuottamiseen vaikuttavat siihen, että palveluja ei voida varastoida kuten fyysisiä tuotteita (Grönroos 2001, 82). Palvelua ei voida säilyttää, palauttaa tai myydä edelleen, vaan se katoaa kuluttamisen jälkeen (Lämsä & Uusitalo 2002, 19). Palveluyrityksen tulee kuitenkin muistaa, että asiakkaan kokemukset ja elämykset säilyvät ja varastoituvat. Asiakas palaa takasin esimerkiksi samaan ravintolaan tai lomakohteeseen, koska hakee vähintään yhtä hyvää elämystä uudelleen. Samankin palvelun pitää kuitenkin voida kehittyä, sillä parhaiten asiakkaan saa palaamaan, jos hänet pystytään yllättämään positiivisesti. (Honkola & Jounela 2000, 17.)

Koska palvelun tuotanto- ja jakeluprosessiin vaikuttaa useita ihmisiä, joko henkilökunta tai asiakkaat tai molemmat, palvelun peruspiirteisiin kuuluu myös heterogeenisuus eli vaihtelevuus. Jokainen palvelu on ainutkertainen eikä yhden asiakkaan saama palvelu ole koskaan samanlainen kuin seuraavan asiakkaan saama sama palvelu. Vaikka palvelutilanteessa kaikki muu säilyisikin ennallaan, on ainakin asiakkaan ja palveluhenkilön sosiaalinen suhde erilainen. (Grönroos 2001, 83–84; Lämsä & Uusitalo 2002, 18.)

Palvelutapahtumassa asiakkaan ja asiakaspalvelijan välille syntyy vuorovaikutustilanteita, joihin sisältyy totuuden hetkiä, tilanteita, jossa palveluntarjoajalla on tässä ja nyt mahdollisuus osoittaa asiakkaalle tuottamiensa palveluiden laatu. Totuuden hetkellä

viitataan tapahtuman ainutkertaisuuteen, sillä tilannetta ei voida koskaan uusida. Nämä tilanteet voivat olla hyvin nopeita mahdollisuuksia reagoida asiakkaan tarpeisiin. Jos palvelun tarjoaja myöhästyy tai epäonnistuu reagoinnissa, ei tilanteita yleensä voi enää korjata, koska asiakas saattoi jo poistua tai epämiellyttävä kokemus ennätti syntyä. Hyvä palvelu edellyttää siis kahden ihmisen positiivisen vuorovaikutuksen muodostumista. (Jokinen ym. 2000, 225; Komppula & Boxberg 2002, 42; Lämsä & Uusitalo 2005, 93.)

Monissa palvelun määritelmässä todetaan myös, että palvelut eivät johda mihinkään omistukseen. Esimerkiksi, kun asiakas maksaa lipun huvipuistoon, hänellä on oikeus käyttää huvipuiston laitteita, mutta poistuttuaan asiakkaalla on jäljellä enää vain ranneke. Toisaalta palveluyrityksen palveluiden kuluttaminen voi johtaa myös konkreettisten tavaroiden omistukseen. Esimerkiksi kun asiakas ostaa vähittäiskaupasta vihanneksen, hän kiistämättä omistaa vihanneksen. (Grönroos 2001, 83.)

Palveluiden prosessiluonne ja niiden samanaikainen tuottaminen ja kuluttaminen vaikeuttavat laadunvalvonnan ja markkinoinnin toteuttamista perinteisin menetelmin. Tämä johtuu siitä, että ei ole mitään ennalta toteutettua laatua, jota voisi valvoa ennen palvelun myymistä ja kuluttamista. Palvelua ei ole olemassa ennen kuin se syntyy palvelutapahtumassa. Laadunvalvonnan ja markkinoinnin on tapahduttava samaan aikaan ja samassa paikassa, kuin palvelun samanaikaisen tuottamisen ja kulutuksenkin. (Grönroos 2001, 82; Ylikoski 2001, 24.)

3.2 Laadun näkökulmia

Laatukäsitteellä on useita erilaisia tulkintoja tarkastelunäkökulmista riippuen. Yleisesti laadulla ymmärretään asiakkaan tarpeiden täyttämistä yrityksen kannalta mahdollisimman tehokkaalla ja kannattavalla tavalla. (Lecklin 1999, 23.) Modernissa kielenkäytössä laatu tarkoittaa kahta asiaa. Ensinnäkin se viittaa tavarain tai palvelun toteutuksen virheettömyyteen. Laadun toinen, laajempi merkitys liittyy asiakkaan kokemukseen saamastaan tavarasta, palvelusta, tiedosta tai niiden yhdistelmästä. (Tuominen & Lillrank 2000, 11.)

Laatu on käsitteenä hyvin haasteellinen, sillä jokainen asiakas tarkastelee laadukkuutta omasta näkökulmasta ja palvelun laatu määräytyy asiakkaan kokemuksen mukaisesti. Kokemuksen ja elämyksen muodostuminen tapahtuu asiakkaan sisimmässä ja siihen vaikuttavat lukuisat eri asiat kuten asiakkaan kulttuuristausta, koulutus, varallisuus, ikä, kokemus, elämänarvot, tunteet, aikataulu, matkaseura, säätila ja monet muut seikat, varsinaisen palvelun lisäksi. Jokaisella asiakkaalla on kuitenkin mielikuva hyvästä ja huonosta laadusta ja jokainen asiakas tuntee olevansa laadun asiantuntija. (Asunta ym. 2003, 81; Verhelä & Lackman 2003, 40.)

Asiakkaan odotukset ovat palvelun laadun lähtökohta, mutta usein asiakkaiden odotukset palvelulta ovat melko vähäisiä. Asiakkaalla on monesti vain vaatimattomia perusodotuksia eli asiakas odottaa, että yritys tekee sen mitä pitääkin tehdä. (Asunta ym. 2003, 82.) Koska laatu on palvelun kyky täyttää asiakkaan tarpeet ja odotukset, koetaan laatu hyväksi silloin, kun asiakkaan kokemukset vastaavat odotuksia. (Pakkanen ym. 2009, 47.)

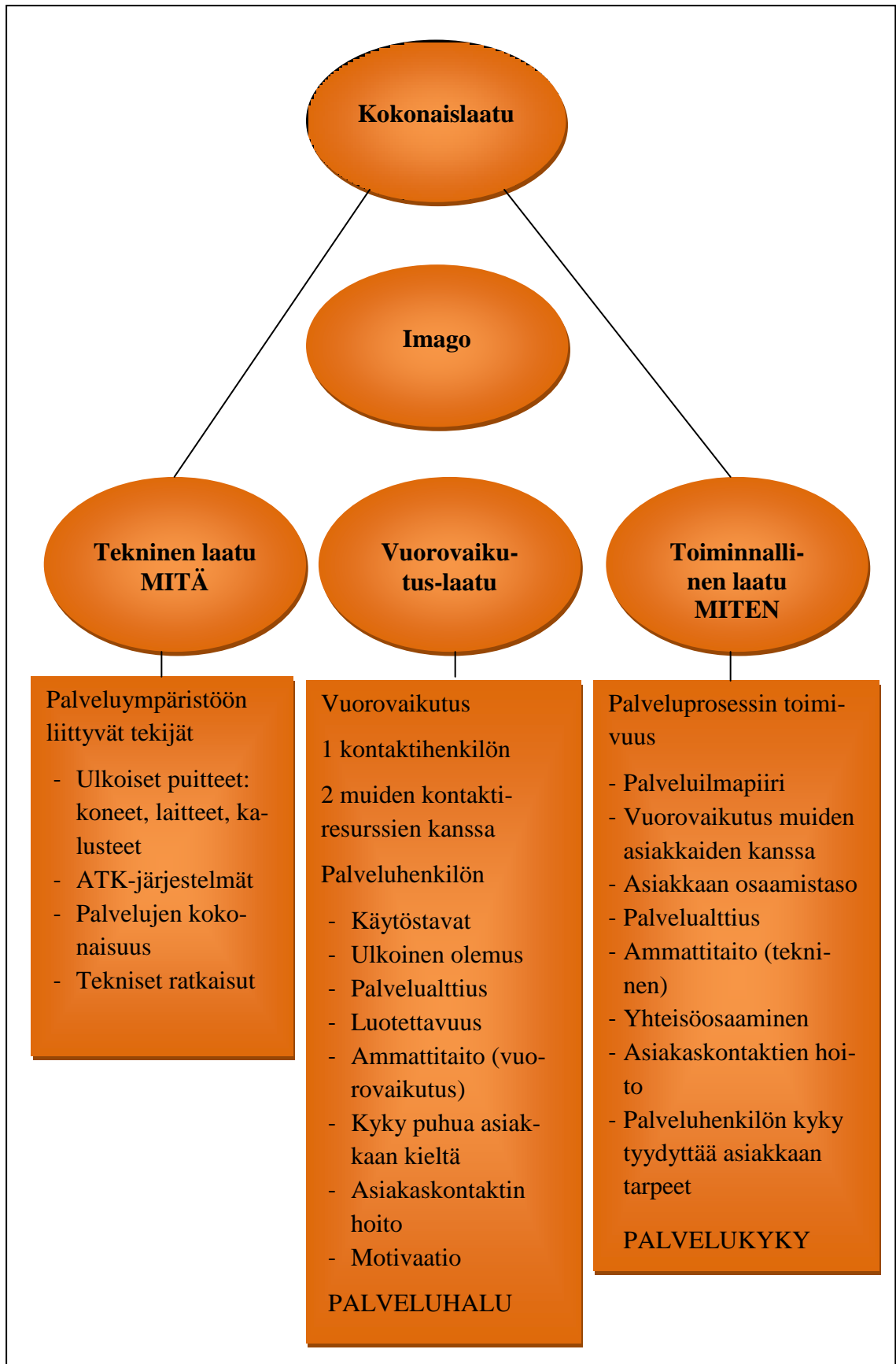
Grönroosin (1990, 36) mukaan laatu ja palvelun laatu määritetään usein liian kapealaisesti. Esimerkiksi palvelun tai tavaran teknisen määritelmän mukaan laatu määritellään yleensä tuotteen laaduksi. Todellisuudessa asiakkaat kokevat laadun yleensä paljon laajemmin ja heidän laatukokemus pohjautuu muihinkin kuin teknisiin seikkoihin. Yritysten tulee määrittää laatu samalla tavalla kuin asiakkaat sen määrittävät, sillä laatu on tärkeää sellaisena kuin asiakas sen kokee.

3.3 Laadun ulottuvuudet

Matkailutuotteen tai -palvelun laadulla on pohjimmiltaan kaksi laatu-ulottuvuutta (Grönroos 2001, 100). Palvelu koostuu teknisestä laadusta ja toiminnallisesta laadusta. Teknisellä laadulla tarkoitetaan sitä, mitä asiakas saa ja toiminnallisella laadulla sitä, miten asiakas sen saa. Matkailutuotteen yhdeksi ulottuvuudeksi nimetään myös vuorovaikutuslaatu, kun asiakkaan ja palveluhenkilöstön välinen vuorovaikutus on tärkeää ja vieraanvaraisuus on selkeästi yksi tuotteen elementti. (Komppula & Boxberg 2002, 42; Verhelä & Lackman 2003, 41.)

Yksittäiset palvelutilanteet vaikuttavat palveluyrityksestä asiakkaalle muodostuvaan imagoon, jonka läpi odotuksia ja kokemuksia suodatetaan ja, joka osaltaan vaikuttaa kokonaislaatuun. Imago on yrityksestä markkinoilla muodostunut kuva eikä se välttämättä ole sellainen, mitä yritys on halunnut viestiä. Imago rakentuu asiakkaan mielessä omiksi persoonallisiksi mielikuviksi ja yrityksen imago voi herättää eri ihmisissä erilaisia tunteita, sillä asiakas peilaa imagoa omiin tietoihin ja tunteisiin. Imagon muodostumiseen vaikuttavat yrityksen markkinointiviestintä, kaikki ulkoiset tunnusmerkit kuten toimitilat, hintataso, organisaation maine, henkilöstö ja sen toiminta, palvelujen laatu ja saavutettavuus sekä julkisuudessa esillä ollut tieto yrityksestä. Grönroosin (2001, 101) mukaan imagoa voidaan pitää laadun kokemisen suodattimena. Jos asiakkaalla on yrityksestä myönteinen mielikuva, pystyy hän antamaan pienet virheet anteeksi. Toisaalta jos virheitä sattuu usein, imago kärsii ja vaikuttaa sekä palvelun vetovoimaisuuteen että laadun arviointiin. (Komppula & Boxberg 2002, 45–46.)

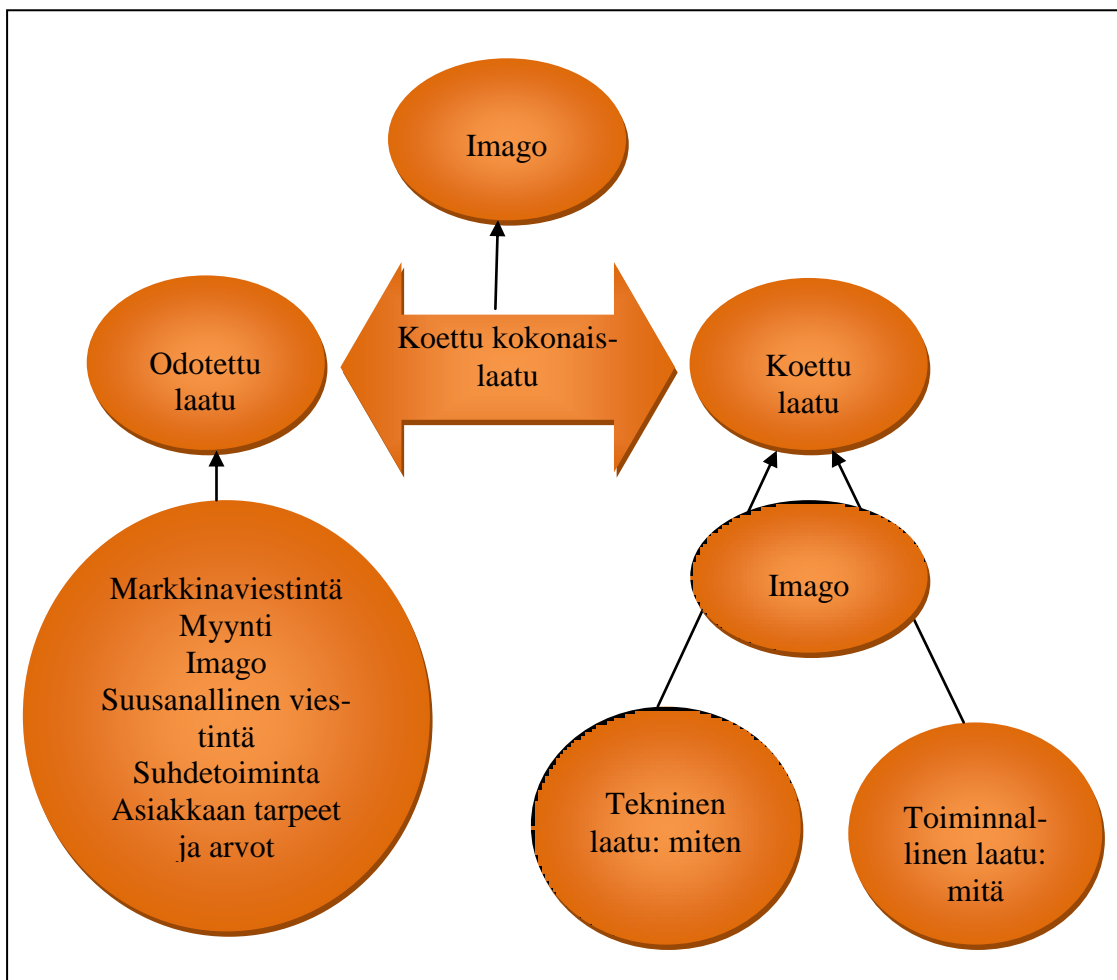
Grönroosin (2001, 103) mukaan laatuasioissa keskitytään liikaa teknisiin laatu-akökohtiin. Koska moni yritys yltää suurin piirtein samanlaiseen tekniseen laatuun, pelkästään teknisten laatu-akökohtien avulla on vaikea saavuttaa kilpailuetua muihin yrityksiin nähden. Verhelä ja Lackman (2003, 41) esittävät, että kaikkien laadun ulottuvuuksien tulee olla hallinnassa ja tasapainossa, jotta palvelu olisi laadukas, sillä palvelun kokonaislaatu voi olla enintään yhtä hyvä kuin huonoimman laatu-ulottuvuuden laatu. (Kuvio 2.)



KUVIO 2. Laadun ulottuvuudet (Komppula & Boxberg 2002, 45)

3.4 Koettu kokonaislaatu

Käsitys palvelun laadusta ei perustu pelkästään laadun ulottuvuuksista saatuihin kokemuksiin, vaan asiakkaalla on tietty odotusarvo yrityksen palvelujen laadusta ja näillä odotuksilla on ratkaiseva vaikutus asiakkaan laatukokemukseen. Asiakas vertaa koettua laatua odotuksiinsa. Koettu kokonaislaatu (kuvio 3) muodostuu koetun laadun ja odotetun laadun välisestä vuorovaikutuksesta. (Lecklin 1999, 103.) Laatu on hyvä silloin, kun koettu laatu vastaa asiakkaan odotuksia eli odotettua laatua. Jos asiakkaan odotukset ovat epärealistisia, koettu kokonaislaatu on alhainen, vaikka laatu olisikin teknisen ja toiminnallisen ulottuvuuden tasolla koettu hyväksi (Grönroos 2001, 105).



KUVIO 3. Koettu kokonaislaatu (Grönroos 2001, 105)

Asiakkaan odotuksiin vaikuttavat asiakkaan tarpeet. Tarpeet vaihtelevat asiakkaan sosiodemografisten tekijöiden kuten iän, sukupuolen, koulutustason ja elämänvaiheen mukaan. (Komppula & Boxberg 2002, 48.) Asiakkaiden tarpeet voidaan Lämsän ja

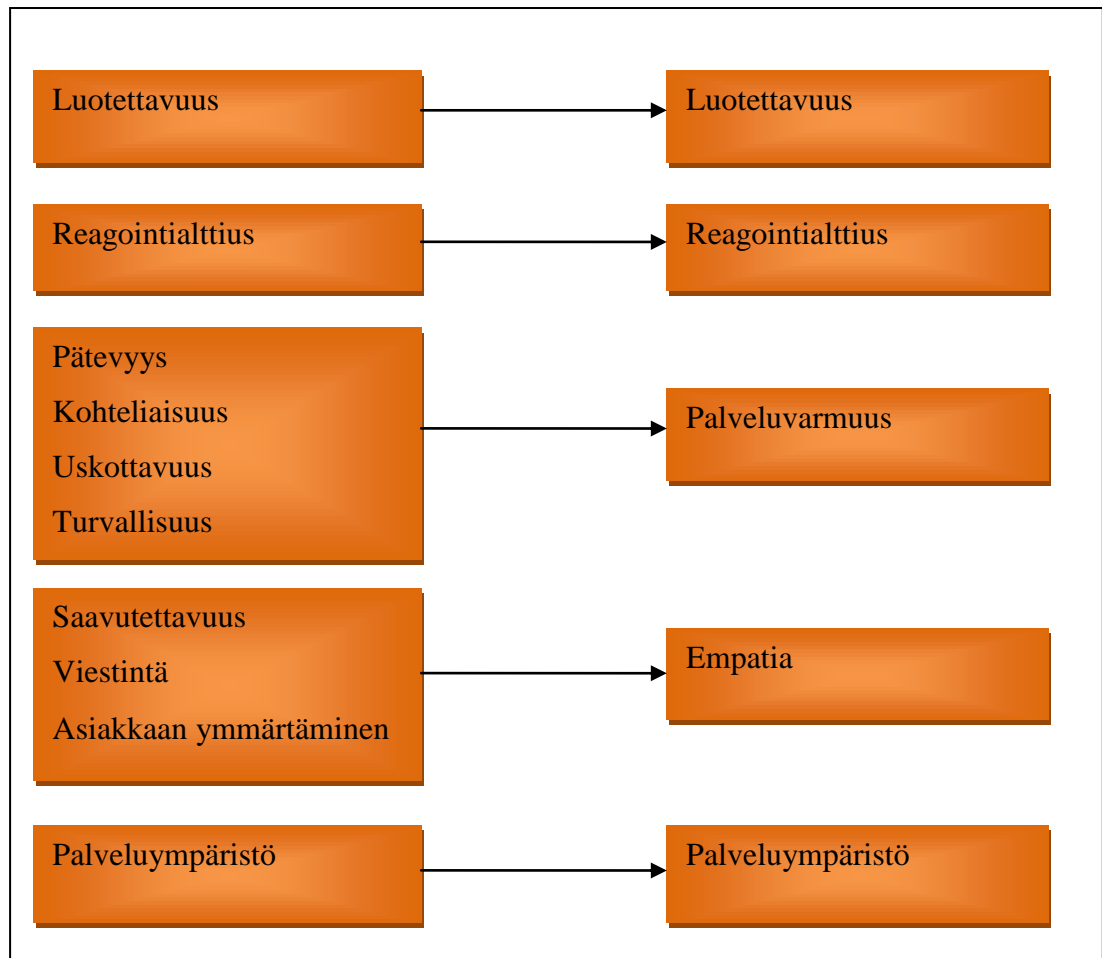
Uusitalon (2002, 39–40) mukaan jaotella ostokäyttäytymisen kannalta kahteen ryhmään, toiminnallisiin ja hedonistisiin tarpeisiin. Toiminnalliset tarpeet tähtäävät jonkin hyödylliseksi koetun arvon tai päämäärän saavuttamiseen ja liittyvät usein välttämättömyyteen. Asiakkaan on suoritettava jokin toiminto, jotta elämä voi jatkua normaalisti. Toisaalta ihmiset kaipaavat elämäänsä muutakin kuin hyödyllisten asioiden tekemistä ja välttämättömistä askareista suoriutumista ja tyydyttävät nämä hedonistiset tarpeet kuluttamalla palveluita ja tavaroita, joista saa nautintoa ja mielihyvää. Toiminnalliset ja hedonistiset tarpeet eivät kuitenkaan ole toisiaan pois sulkevia, vaan esimerkiksi elintarvikkeiden ostamiseen voi liittyä myös nautinnollisia piirteitä.

Odotettu laatu riippuu asiakkaan tarpeiden lisäksi monista muistakin tekijöistä kuten asiakkaan aikaisemmista kokemuksista kyseisestä yrityksestä tai kilpailevasta yrityksestä, mainonnan antamista lupauksista, tilannetekijöistä, muiden ihmisten suosituksista ja moitteista sekä asiakkaan omasta panostuksesta. Odotuksiin vaikuttaa myös palvelun hinta, sillä yleensä asiakas odottaa sitä enemmän mitä korkeampi hinta on. (Grönroos 2001, 105; Ylikoski 2001, 123–125.)

Grönroos (2001, 115–117), Komppula ja Boxberg (2002, 51–58) sekä Ylikoski (2001, 126–129) tuovat esiin Zeithamlin, Parasuraman ja Berryn (1985) mallin palvelun laatuun vaikuttavista tekijöistä (kuvio 4). Zeithaml ym. tutkivat koetun palvelun laadun käsitteen pohjalta palvelun laadun osatekijöitä ja sitä miten asiakkaat arvioivat palvelun laatua. Ensimmäisen tutkimuksen tuloksena syntyi kymmenen palvelun laadun osatekijää, jotka korostavat toiminnallisen laatu-olottuvuuden merkitystä. Palvelun laadun alkuperäiset kymmenen osatekijää ovat luotettavuus, reagointialttius, pätevyys, saavutettavuus, kohteliaisuus, viestintä, uskottavuus, turvallisuus, asiakkaan ymmärtäminen ja tunteminen sekä palveluympäristö. Vaikka laatutekijöiden merkitys vaihtelee palvelualoittain, useimpien palvelujen kohdalla ne pitävät paikkansa.

Myöhemmissä tutkimuksissa laadun osatekijät on yhdistelty viiteen ryhmään, jotka ovat luotettavuus, reagointialttius, palveluvarmuus, empatia ja palveluympäristö. (Ylikoski 2001, 132.) Palveluympäristöllä tarkoitetaan yrityksen toimitiloja, laitteita, materiaaleja sekä asiakaspalvelijoiden ulkoista olemusta. Luotettavuus tarkoittaa sitä, että yritys tarjoaa asiakkailleen heti ensimmäisellä kerralla täsmällistä ja virheetöntä palvelua ja tekee lupaamansa asiat sovituksessa ajassa. Reagointialttius merkitsee henkilökunnan halua auttaa asiakkaita, palvella ilman viivytyksiä ja vastata pyyntöihin ja ky-

symyksiin. Palveluvarmuudella tarkoitetaan sitä, että yrityksen työntekijät saavat käytöksellään asiakkaat luottamaan yritykseen ja tuntemaan olonsa turvalliseksi. Palveluvarmuus muodostuu uskottavuudesta, turvallisuudesta, kohteliaisuudesta sekä pätevydestä. Empatia puolestaan muodostuu viestinnästä, asiakkaan ymmärtämisestä ja saavutettavuudesta. Empatia on yrityksen kykyä ymmärtää asiakkaiden ongelmia, asettua asiakkaan asemaan, toimia asiakkaan etujen mukaisesti ja kohdella asiakasta yksilönä. (Grönroos 2001, 117; Komppula & Boxberg 2002, 52–58.)



KUVIO 4. Laadun osatekijät (Ylikoski 2001, 133)

Zeithaml, Parasuraman ja Berry ovat kehittäneet SERVQUAL-menetelmän, jolla voidaan mitata asiakkaiden kokemaa palvelun laatua edellä mainittuihin osatekijöihin perustuen. Menetelmän lähtökohtana on ajatus, että asiakas toivoo saavansa aina erinomaista palvelua erilaisia palveluita käyttäessään. Menetelmällä mitataan asiakkaiden palvelua koskevien odotusten ja siitä saamiensa kokemusten välistä suhdetta ja siten kokonaislaadun tasoa. SERVQUAL-arvioinnin tavoitteena on löytää se ero, jonka asiakas huomaa omien toiveidensa/odotustensa ja todellisuudessa saamansa palvelun

välillä. Käsitys palveluiden laadusta muodostuu, kun asiakas arvioi kuinka hyvin palveluntarjoaja todellisuudessa onnistuu verrattuna asiakkaan odotuksiin ja toiveisiin palvelusta. (Grönroos 2001, 117.)

Lomakeskuksessa laatu tarkoittaa asiakkaille annettujen lupauksen pitämistä ja palvelujen saatavuutta. Jokainen asiakas otetaan vastaan niin, että tämä kokee olevansa tervetullut ja jokaista asiakasta kohdellaan yksilöllisesti. Koska kokemus ja elämys muodostuvat asiakkaan sisimmässä, on tärkeää panostaa siihen mitä asiakkaalle tarjotaan ja miten hän sen saa. Asiakkaan odotusten ylittyä tai vähintään täyttyä, jotta asiakas kokee laadun hyväksi. Laatu lomakeskuksessa syntyy teknisestä toteuttamisesta ja palveluprosessin lopputuloksesta. Asiakkaiden tarpeet tulee huomioida ja niihin tulee reagoida oikeaan aikaan ja oikealla tavalla. Palvelun ja henkilökunnan rooli laadun muodostumisessa on merkittävä.

4 ASIAKASTYYTYVÄISYYS

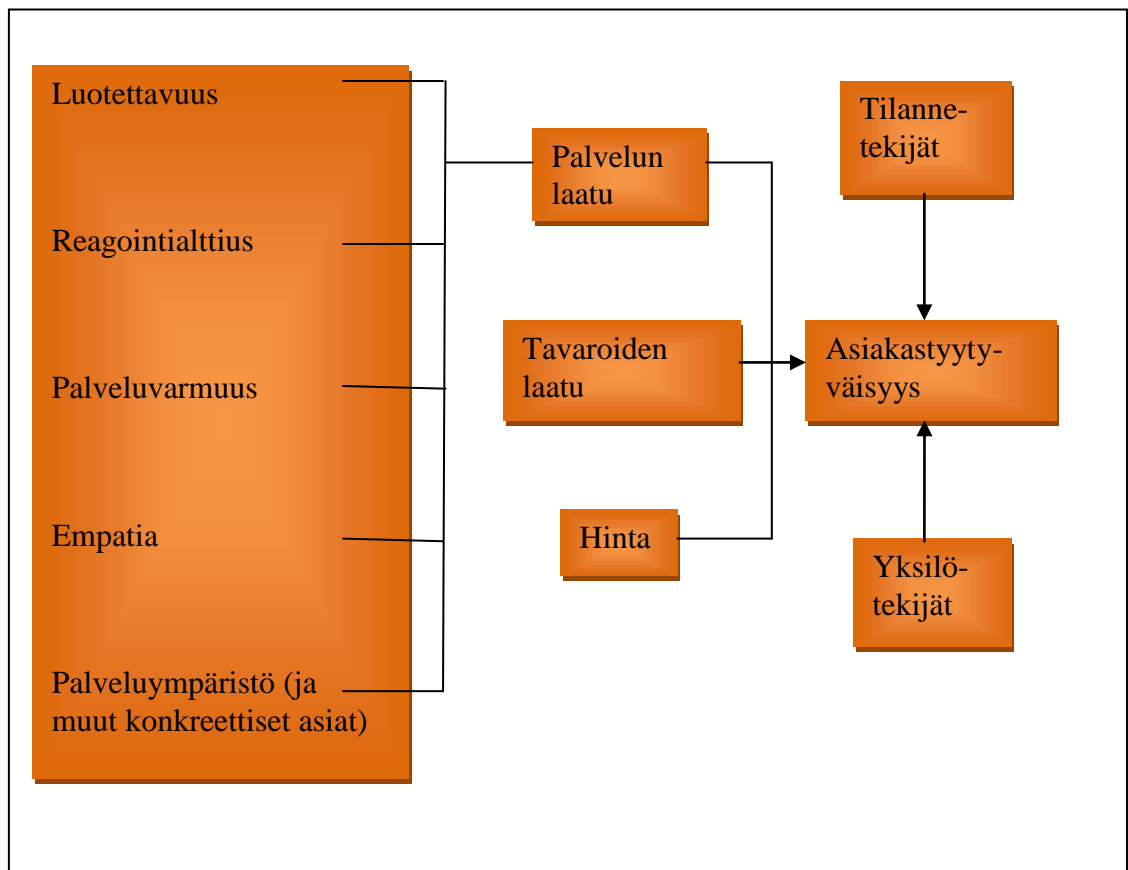
4.1 Asiakastyytyväisyyden määritelmä

Termejä tyytyväisyys ja laatu käytetään usein toistensa synonyymeinä, vaikka tyytyväisyys on laatua laajempi käsite. Palvelun laatu on vain yksi asiakastyytyväisyyteen vaikuttavista tekijöistä, sitä voivat tuottaa ja ehkäistä myös muut palvelukokemukseen liittyvät asiat. (Ylikoski 2001, 149.) Kirjallisuudessa on kiistelty siitä onko palvelun laadun ja asiakastyytyväisyyden välillä eroa, ja koetaanko laatu ensin ja seuraako tyytyväisyys vasta sitten vai toisinpäin. Looginen analyysi kuitenkin osoittaa selvästi, että palvelun laadun kokemus tapahtuu ensin ja tyytyväisyys tai tyytymättömyys laatuun syntyy sen jälkeen. (Grönroos 2001, 122–123.)

Lecklinin (1999, 114) mukaan asiakastyytyväisyys on laadunkehittämisen ehdoton painopistealue ja asiakas on laadun lopullinen arvioija. Yrityksen toiminta voi jatkua vain, jos asiakas on valmis maksamaan riittävän hinnan yrityksen tuotteista tai palveluista. Asiakastyytyväisyys on yritykselle kilpailukeino, jonka tarjoamaa etumatkaa kilpailevien yritysten on vaikea saavuttaa etenkin, jos yritys panostaa asiakkaidensa palveluun kilpailijoitaan enemmän (Lahtinen & Isoviita 1998, 64).

4.2 Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät

Zeithaml ja Bitner (1996, 123) esittävät kaavion asiakastyytyväisyyteen vaikuttavista tekijöistä (kuvio 5). Kaaviosta ilmenee, että asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat aiemmin mainittujen palvelun laatutekijöiden lisäksi palveluun mahdollisesti liittyvien tavaroiden laatu sekä palvelun hinta. Vaikka yritys pystyy itse vaikuttamaan näihin tekijöihin, liittyy asiakastyytyväisyyden muodostumiseen myös vaikutusmahdollisuuksien ulkopuolelle jääviä tekijöitä. Tällaisia tekijöitä ovat tilannetekijät kuten asiakkaan kiire sekä yksilötekijät kuten esimerkiksi ikä, sukupuoli ja varallisuus. (Ylikoski 2001, 152–153.)



KUVIO 5. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät (Zeithaml & Bitner, 123)

Asiakkaan palvelukokemukseen vaikuttaa se, paljonko asiakas kokee itse panostavansa palvelun saamiseen verrattuna palvelusta saamaansa hyötyyn. Kun koettua laatua verrataan palvelun hankkimisen panostukseen, saadaan tulokseksi asiakkaan kokema arvo. Jos asiakas kokee saaneensa panostuksilleen positiivista arvoa, voidaan olettaa, että asiakas on tyytyväinen. (Komppula & Boxberg 2002, 63; Ylikoski 2001, 153.) Asiakas pohtii palvelua valitessaan, mikä yritys tuottaa hänelle eniten arvoa. Asiak-

kaan saama arvo, palvelun laatu ja asiakastyytyväisyys liittyvät olennaisesti toisiinsa ja ovat kaikki vaikuttamassa asiakkaan palvelukokemukseen. Palvelukokemukseen vaikuttavat myös vuorovaikutustilanteet palveluhenkilöstön kanssa, palveluympäristö, organisaation imago sekä palvelun hinta. Nämä tekijät vaikuttavat palvelun laatuun, tuottavat asiakkaalle arvoa ja luovat asiakastyytyväisyyttä. (Ylikoski 2001, 153.)

Yksittäisten palvelutilanteiden onnistuminen vaikuttaa asiakkaan tyytyväisyyteen yrityksen toimintaan kokonaisuutena. Asiakkaan tyytyväisyyttä voidaankin tarkastella yksittäisten palvelutapahtumien tasolla sekä kokonaistyytyväisyytenä. Asiakas voi olla tyytymätön johonkin palvelutapahtumaan, mutta silti tyytyväinen yrityksen toimintaan kokonaisuutena tai toisin päin. (Ylikoski 2001, 155.)

Lahtisen ja Isoviidan (1998, 64) mukaan avainsana asiakastyytyväisyyden muodostumisessa on asiakkaasta välittäminen. Asiakas arvostaa sitä, että yritys ei jätä asiakasta selviytymään yksin vaikeuksista, joihin on yrityksestä johtuvista syistä joutunut. Asiakastyytyväisyys on tärkeää, sillä tyytyväiset asiakkaat ostavat todennäköisemmin uudelleen ja ovat siten yritykselle uskollisempia kuin tyytymättömät asiakkaat. Tyytyväiset asiakkaat aiheuttavat yritykselle vähemmän markkinointikustannuksia ja kertovat hyvistä kokemuksista muille asiakkaille.

Asiakkaan kokema tyytyväisyys tarkoittaa aina odotusten ylittymistä. Asiakkaan kokema tyytymättömyys on puolestaan seurausta odotusten alittumisesta. Ropen (2000, 558) mukaan tyytyväisyyttä aiheuttavat tekijät ovat eri tekijöitä kuin tyytymättömyyttä aiheuttavat tekijät. Taulukossa 1 on esitetty Ropen karkea kahtiajako tyytyväisyys- ja tyytymättömyystekijöistä. Taulukosta ilmenee, että tekijät eivät ole toistensa vastakohtia. Jos jonkin tekijän toimimattomuus aiheuttaa tyytymättömyyttä, ei vastaavan tekijän toimivuus tuota tyytyväisyyttä. Kokonaistyytyväisyys muodostuu aina odotustason tekijöiden täyttymisasteesta sekä siitä, mikä on tyytyväisyys- ja tyytymättömyystekijöiden keskinäinen suhde. (Rope 2000, 558–559.)

TAULUKKO 1. Tyytyväisyyden ja tyytymättömyyden aiheet (Rope 2000, 558)

Tyytyväisyystekijät	Tyytymättömyystekijät
<ul style="list-style-type: none"> • poikkeuksellisen hyvä henkilökohtainen asiakaspalvelu • tilannekohtainen asiakkaan ongelmatilanteen mallikas hoitaminen • yllättävän, ylimääräisen positiivisen elementin antaminen tuotteen mukana • poikkeuksellisen hyvin hoidettu valitus • neuvon antaminen asiakkaan ongelmatilanteen kuntoon saattamiseksi • asiakkaan pyytämää ratkaisua positiivisemmän (= edullisemmän tai laadukkaamman) ratkaisun tarjoaminen 	<ul style="list-style-type: none"> • sovittujen asioiden pettäminen, esimerkiksi aikataulu, tuoteominaisuudet, toimitusvarmuus • epätasainen toimintataso tai alle imago-odotusten jäävä toiminta • hintaan laitettavat lisukkeet (pienlaskutuslisä yms.), joista asiakas ei ollut etukäteen tietoinen • asiakkaalle maksun yhteydessä yllätyksenä ilmitulleet suuret hintojen nousut • valitusten käsittelemättä jättäminen tai niistä tiedottomuus • asiakkaan pyyntöihin (esim. soittopyyntö) reagoimattomuus

Asiakastyytyväisyys muodostuu lomakeskuksessa jo aiemmin mainittujen palvelun laatutekijöiden lisäksi palvelun hinnasta ja esimerkiksi asiakkaan varaaman majoituksen laadusta. Palvelutilanteiden onnistuminen, asiakkaasta välittäminen ja henkilökunnan panostus asiakaspalvelutilanteisiin luovat asiakastyytyvää. Asiakastyytyvää luo lisäksi ongelmatilanteiden hoitaminen mallikkaasti ja asiakkaan yllättäminen positiivisesti.

4.3 Asiakastyytyväisyystutkimus

Asiakaspalaute on yrityksen toimintaa ohjaava ja kehittävä tekijä. Asiakastyytyväisyystutkimukset ovat arvokas mahdollisuus kehittää yrityksen toimintaa asiakaslähtöisesti. Asiakastyytyväisyystutkimusten antaman informaation avulla voidaan määrittää yrityksen toiminnalle paitsi suuntaviivoja myös tavoitetasoja. (Aarnikoivu 2005, 67.) Ylikosken (2001, 165) mukaan asiakastyytyväisyystutkimusten avulla pyritään parantamaan asiakastyytyvää ja seuraamaan toimenpiteiden vaikutuksia. Rope (2000, 576) puolestaan esittää, että asiakastyytyvää selvittäminen mahdollistaa yrityksen sisäisen toiminnan ja asiakassuhteen kehittämisen.

Ylikoski (2001, 156) esittää asiakastyytyväisyystutkimuksille neljä päätavoitetta:

- 1 Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavien keskeisten tekijöiden selvittäminen. Tutkimuksen avulla pyritään selvittämään, mitkä tekijät tuottavat asiakkaille tyytyväisyyttä.
- 2 Tämänhetkisen asiakastyytyväisyyden tason mittaaminen. Selvitetään, kuinka yritys suoriutuu asiakastyytyväisyyden tuottamisessa.
- 3 Toimenpide-ehdotusten laatiminen. Asiakastyytyväisyyden mittaamisen jälkeen voidaan tulosten pohjalta havaita, mitä toimenpiteitä tyytyväisyyden kehittäminen edellyttää ja mikä niiden tärkeysjärjestys on.
- 4 Asiakastyytyväisyyden kehittymisen seuranta. Asiakastyytyväisyyden tutkimisen tulee olla jatkuvaa, jotta nähdään kuinka asiakastyytyväisyys kehittyy ja kuinka korjaavat toimenpiteet ovat vaikuttaneet.

Freemantlen (1993, 96) mukaan asiakaspalaute on tärkeä väline asiakkaan sitouttamisessa yritykseen. Asiakas haluavat tuntea itsensä tärkeiksi ja arvostetuiksi ja, että heidän palautteensa on tervetullutta ja otetaan huomioon. Asiakastyytyväisyystutkimukset ovat yrityksille merkittäviä, sillä tutkimusten tulokset ennakoivat myynnin kehitystä. Asiakastyytyväisyyden määrittäminen ja mittaus tulee tehdä ja kohdistaa oikein, jotta niitä voidaan hyödyntää yrityksen suorituskyvyn ennakoinnissa. (Lecklin 1999, 114–115.)

Asiakaspalautetta kerätään systemaattisesti ja monikanavaisesti, sillä asiakastyytyväisyystutkimusten lisäksi asiakastyytyväisyyttä seurataan myös asiakaskohtaamisissa. Asiakastyytyväisyyden seurantajärjestelmä koostuu näin ollen tutkimuksista ja suoran palautteen järjestelmästä. Erilaiset asiakastyytyväisyystutkimukset ja suora palaute tukevat toinen toisiaan ja niiden antamia tietoja yhdistelemällä asiakastyytyväisyydestä saadaan monipuolisempi kokonaiskuva. (Aarnikoivu 2005, 67; Lecklin 1999, 115–116; Rope 2000, 576–577; Ylikoski 2001, 155–156.)

Asiakas antaa suoran palautteen yleensä omin sanoin, usein välittömästi palvelutilanteessa (Ylikoski 2001, 155). Suoran palautteen keräämisen välineitä ovat myös esi-

merkiksi palautekaavakkeet, asiakaspalautepuhelin ja sähköposti. Palautteen antaminen tulee tehdä asiakkaalle mahdollisimman helpoksi. Asiakkaan kynnystä palautteen antamiseen voi madaltaa esimerkiksi tiedottamalla palautekanavista ja kehottamalla asiakasta käyttämään niitä. (Rope 2000, 581.) Omassa tutkimuksessani sain Punkaharjun Lomakeskuksen asiakkailta asiakastyytyväisyyskyselyn tulosten lisäksi myös suoraa palautetta, jota henkilökunta kirjasi ylös palautevihkoihin. Suoraa palautetta kerättiin lomakeskuksen vastaanotossa ja ravintola Punkaharju Paviljongissa. Suora palaute antoi kehittämisehdotuksia ja täydensi asiakastyytyväisyyskyselyn avulla hankittua tietoa.

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

5.1 Tutkimusmenetelmän valinta

Valitsin tämän työn tutkimusmenetelmäksi kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimuksen, koska tutkimuksen luotettavuuden kannalta on tärkeää saada mahdollisimman paljon vastauksia. Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla selvitetään lukumääriin ja prosenttiosuuksiin perustuvia kysymyksiä sekä usein myös eri asioiden välisiä riippuvuuksia ja tutkimuksen kohteena olevassa ilmiössä tapahtuneita muutoksia. (Heikkilä 2010, 16.) Keskeistä kvantitatiivisessa tutkimuksessa ovat aiemmat teoriat, johtopäätökset aiemmista tutkimuksista, hypoteesien esittäminen sekä käsitteiden määrittely (Hirsjärvi ym. 2007, 136).

Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä vastaa muun muassa kysymyksiin mikä, missä, paljonko ja kuinka usein sekä edellyttää riittävän suurta otosta. Aineiston keruun suunnitelmissa on tärkeää, että havaintoaineisto soveltuu määrälliseen, numeeriseen mittaamiseen (Hirsjärvi ym. 2007, 136). Kvantitatiivisessa menetelmässä asioita kuvataan numeeristen suureiden avulla ja tulokset voidaan havainnollistaa taulukoin ja kuvioin. Aineisto kerätään yleensä standardoiduilla tutkimuslomakkeilla, joissa on valmiit vastausvaihtoehdot. (Heikkilä 2010, 16–17.)

Asiakastyytyväisyystutkimus Punkaharjun Lomakeskukselle toteutettiin lomakekyselynä (liite 1), sillä se on kiireisen sesongin aikana helpoin ja järkevin tapa saada asiakkailta vastauksia tutkimukseeni. Lomakkeen käyttö nopeuttaa aineiston keruuta,

tarkentaa tietojen tallentamista ja nopeuttaa myös saatujen tulosten käsittelyä (Holopainen & Pulkkinen 2002, 42). Kyselytutkimuksen etuna pidetään myös sitä, että kyselyn avulla voidaan kerätä laaja tutkimusaineisto ja kysyä useita asioita. Menetelmä on tehokas, sillä se säästää tutkijan aikaa ja vaivannäköä. Kun lomake on suunniteltu huolellisesti, aineiston käsitteleminen ja analysointi valmiilla tilasto-ohjelmilla on nopeaa. (Hirsjärvi ym. 2007, 190.) Kyselylomaketta käytettäessä tutkija ei vaikuta omalla olemuksellaan tai läsnäolollaan vastauksiin, toisin kuin esimerkiksi haastattelussa. Tutkimustulosten luotettavuutta parantaa myös se, että kysymykset esitetään jokaiselle vastaajalle täysin samassa muodossa eikä niissä esiinny vivahteita äänenpainoissa tai sanamuodoissa. (Valli 2001, 31.)

Kyselytutkimukseen liittyy kuitenkin myös monia heikkouksia. Haittana kyselytutkimuksessa on se, että ei ole mahdollista varmistua siitä, kuinka vastaajat ovat suhtautuneet tutkimukseen eli ovatko he vastanneet huolellisesti ja rehellisesti. Tutkimuksen yhteydessä ei voida myöskään olla varmoja siitä, kuinka tietoisia vastaajat ovat aiheesta tai alueesta, josta kysymyksiä esitetään. Ei ole myöskään selvää, kuinka onnistuneita valmiit vastausvaihtoehdot ovat vastaajan näkökulmasta olleet. (Hirsjärvi ym. 2007, 190.) Väärinymmärryksiä on kyselytutkimuksessa vaikea kontrolloida, sillä vastaaja ei voi saada tarkentavaa informaatiota epäselvien kysymysten yhteydessä. Väärinymmärrysten määrää voidaan kuitenkin vähentää huolellisilla vastausohjeilla, selkeällä lomakkeella ja lomakkeen esitestauksella. (Valli 2001, 31.) Yksi kyselytutkimuksen heikkouksista on se, että hyvän lomakkeen laatiminen vie aikaa ja vaatii tutkijalta monenlaista tietoa ja taitoa. Joissakin tapauksissa myös kato eli vastaamattomuus nousee suureksi. (Hirsjärvi ym. 2007, 190.)

5.2 Tutkimuksen toteutus

Tutkimuksen toteutus aloitettiin kyselylomakkeen laatimisella kesäkuussa 2011. Olen laatinut lomakkeen kysymykset yhdessä myyntipäällikkö Sini Kilpeläisen ja konsultti Pirjo Räsäsen kanssa. Kysymysten laatimisen jälkeen muotoilin lomakkeen ulkoasua ja tein lomakkeen selkeyttä koskevia muutoksia. Tutkimuslomakkeen laatimisessa tulee kiinnittää huomiota lomakkeen pituuteen ja kysymysten lukumäärään. Vastaajan mielenkiinnon tulisi säilyä lomakkeen alusta loppuun saakka. Jos kysely on liian pitkä, vastaaja jättää herkästi kokonaan vastaamatta tai vastaa huolimattomasti. Lomaketta laadittaessa tulisi lisäksi kiinnittää huomiota sen selkeyteen ja ulkoasuun, sillä

miellyttävä lomake takaa suuremman vastausprosentin. Kysymysten loogiseen etene-
miseen ja vastausohjeiden tarpeellisuuteen kannattaa paneutua huolellisesti. Helpot
kysymykset kannattaa sijoittaa lomakkeen alkuun ja saman aihealueen kysymykset
ryhmitellä kokonaisuuksiksi. (Aaltola & Valli 2001, 100.)

Lomake pyrittiin pitämään ulkoasultaan mahdollisimman selkeänä ja riittävän lyhye-
nä, jotta vastausprosentti olisi mahdollisimman suuri. Lomake oli kaksipuolinen ja
yhden sivun mittainen. Lomake koostui pääasiassa strukturoiduista eli valmiit vasta-
usvaihtoehdot sisältävistä kysymyksistä, mutta lomakkeen lopussa oli myös kaksi
avointa kysymystä. Valmiit vastausvaihtoehdot ovat tarkoituksenmukaisia silloin, kun
ne voidaan selvästi etukäteen määritellä ja kun vaihtoehtoja ei ole kovin monta (Sal-
mela 1997, 88). Valmiit vastausvaihtoehdot sisältävät kysymykset jaettiin kolmeen
osa-alueeseen siten, että lomakkeessa kysyttiin vastaajan taustatietoja, tyytyväisyyttä
Lomakeskuksen asiakaspalveluun ja henkilökuntaan sekä tyytyväisyyttä Lomakeskuk-
sen palveluihin ja tiloihin liittyviin tekijöihin. Vallin (2001, 45) mukaan strukturoituja
kysymyksiä käytettäessä on tärkeää, että vastaajalle löytyy aina oikea tai sopiva vasta-
usvaihtoehto. Tästä syystä vastausvaihtoehtoihin tulee usein lisätä muu, mikä? -
vaihtoehto.

Kyselyn avoimissa kysymyksissä vastaajat saivat vapaasti kirjoittaa palautetta (liite 2).
Avoimilla kysymyksillä selvitettiin, mikä asiakkaan mielestä toimii Punkaharjun Lo-
makeskuksessa ja mihin tulevaisuudessa tulisi panostaa. Avointen kysymysten muo-
dossa on se etu, että vastauksista voi löytyä hyviä ideoita, kun vastaaja on saanut va-
paasti muotoilla vastauksensa. Tällä tavalla vastaajien mielipide on mahdollista saada
selville perusteellisesti. Huono puoli avoimissa kysymyksissä on se, että niihin jäte-
tään helposti vastaamatta tai että vastaukset ovat epätarkkoja. (Valli 2001, 46.)

Kyselylomaketta jaettiin Punkaharjun Lomakeskuksessa majoittuville asiakkaille ke-
sällä 2011. Lomakkeen jakelukausi oli vilkkaimman sesongin aikana, juhannuksen
jälkeisestä viikosta elokuun ensimmäiselle viikolle saakka (viikot 26–31). Vastanot-
tohenkilökunta antoi asiakkaalle lomakkeen tulokset yhteydessä ja lomake oli
mahdollista palauttaa henkilökohtaisesti vastaanottoon, vastaanoton postilaatikkoon
tai vaihtoehtoisesti jättää loma-asuntoon, josta siivoushenkilökunta toimitti lomakkeen
vastaanottoon.

5.3 Aineiston analysointi

Vastauksia asiakastyytyväisyyskyselyyn saatiin yhteensä 43 kappaletta. Analysoin tutkimukseni aineiston strukturoidut kysymykset SPSS -tilasto-ohjelmalla, sillä suurien muuttujamäärien käsittely onnistuu parhaiten tilasto-ohjelmalla ja SPSS -tilasto-ohjelma sisältää runsain määrin erilaisia tilastollisia menetelmiä ja analysointimahdollisuuksia. Käytän aineiston analysoinnissa SPSS -tilasto-ohjelmaa, koska tilastollisten taulukoiden, tunnuslukujen ja tekstien tekeminen on tilasto-ohjelmalla nopeampaa ja vaivattomampaa kuin taulukkolaskenta-ohjelmalla. SPSS sisältää monipuoliset grafiikkatoiminnot ja tarvittavat taulukot ovat kuitenkin myös helposti siirrettävissä Exceliin. Tilasto-analyysin tulokset esitetään tutkimuksessa teksteinä, taulukoina ja kuvioina. (Heikkilä 2010, 122-123; Holopainen yms. 2004, 13.)

SPSS -tilasto-ohjelmassa tutkimuslomakkeen tiedot syötetään havaintomatriisin muotoon tilasto-ohjelman datalomakkeelle ja jokaista lomakkeen vastausta varten määritellään oma muuttuja. Havaintomatriisi on taulukko, jossa vaakarivit vastaavat tilastoyksiköitä ja pystysarakkeet muuttujia. Yhdellä rivillä on siis yhden henkilön tiedot ja yhdessä sarakkeessa kaikilta vastaajilta samaa asiaa koskeva tieto. Palautetut tutkimuslomakkeet numeroidaan juoksevasti ennen syöttöä, jotta tietojen korjaaminen on helpompaa, mikäli löytyy jokin virheellinen tai ihmetystä herättävä muuttujan arvo. (Heikkilä 2010, 123–125.)

Avoimista kysymyksistä saadut vastaukset ja palvelutilanteissa palautevihkoihin kirjatut suorat palautteet analysoin sisällönanalyysin avulla. Sisällönanalyysi on tekstianalyysia, joka sopii hyvin täysin strukturoimattomankin aineiston analyysiin. Sisällönanalyysilla pyritään saamaan tutkittavasta ilmiöstä kuvaus tiivistetyssä ja yleisessä muodossa. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 103–104.)

5.4 Tutkimuksen pätevyys ja luotettavuus

Tutkimus on onnistunut, kun sen avulla saadaan luotettavia vastauksia tutkimuskysymyksiin. Tutkimus tulee tehdä rehellisesti, puolueettomasti sekä niin, ettei vastaajille aiheudu tutkimuksesta haittaa. (Heikkilä 2010, 29.) Hyvän kvantitatiivisen tutkimuksen perusvaatimus on validiteetti eli pätevyys. Tutkimuksen validius tarkoittaa tutki-

muksen kykyä mitata juuri sitä, mitä on tarkoituskin selvittää. (Hirsjärvi ym. 2007, 226.) Tutkimuksen validius tulee varmistaa etukäteen huolellisella suunnittelulla ja tarkoin harkitulla tiedonkeruulla, sillä validiutta on hankala tarkastella jälkikäteen. Tutkimuslomakkeen kysymysten tulee mitata oikeita asioita yksiselitteisesti ja kattaa koko tutkimusongelma. Myös perusjoukon tarkka määrittely, edustavan otoksen saaminen ja korkea vastausprosentti edesauttavat validin tutkimuksen toteutumista. (Heikkilä 2010, 30.)

Oman tutkimukseni validiutta pyrin parantamaan kysymällä juuri niitä asioita, joilla saisin vastauksen tutkimuskysymyksiini. Mielestäni tutkimukseni on validi, sillä sain käyttämäni tutkimusmenetelmän avulla tuloksia, jotka kertovat sen mitä halusin niiden kertovan. Edustavamman otoksen saaminen ja korkeampi vastausprosentti olisivat edesauttaneet validimman tutkimuksen toteutumista samoin, kuin tutkimuksen luotettavuutta.

Tutkimuksessa pyritään aina välttämään virheiden syntymistä. Tästä syystä tutkimuksissa pyritään arvioimaan tehdyn tutkimuksen reliabiliteettia eli luotettavuutta. (Hirsjärvi ym. 2007, 226.) Reliabiliteetilla tarkoitetaan tulosten tarkkuutta ja tutkimuksen kykyä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia (Valli 2001, 92). Luotettavalta tutkimukselta vaaditaan sen toistettavuus samanlaisiin tuloksiin. Tutkijan tulee olla koko tutkimuksen ajan tarkka ja kriittinen, sillä virheitä voi sattua tietoja kerätessä, syötettäessä, käsiteltäessä ja tuloksia tulkittaessa. (Heikkilä 2010, 30.)

Omassa tutkimuksessani pyrin varmistamaan reliabiliteetin laatimalla kyselylomakkeen mahdollisimman huolellisesti. Lomake pidettiin lyhyenä ja ulkoasultaan selkeänä ja houkuttelevana, jotta vastausprosentti olisi mahdollisimman suuri ja tulokset luotettavia. En kuitenkaan mielestäni saanut tutkimukseeni riittävästi aineistoa, vaan tutkimukseni reliabiliteettia heikentävät pieni otoskoko ja matala vastausprosentti. Tähän vaikuttavat asiakkaiden innottomuus osallistua tutkimuksiin lomansa aikana ja osaltaan myös se, että kyselylomakkeita ei muistettu tai jaksettu jakaa kaikille asiakkaille. Pyrin kuitenkin parantamaan tutkimuksen luotettavuutta vastauslomakkeiden muuttujien huolellisella syöttämisellä SPSS -analysointiohjelmaan sekä huolellisella tietojen käsittelyllä. Tällä yritin välttää huolimattomuusvirheitä, jotka saattaisivat vääristää tutkimustuloksia.

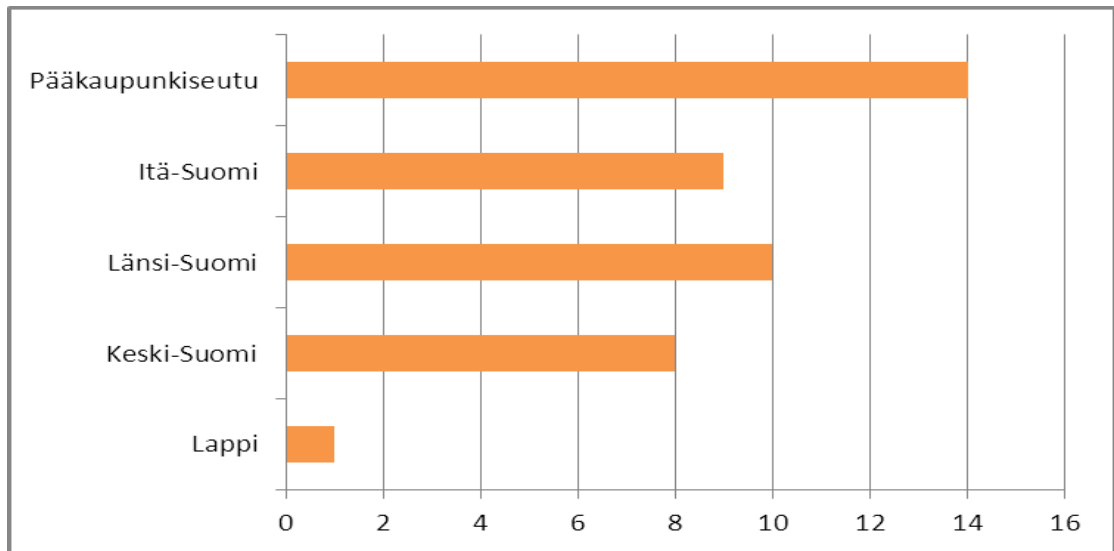
6 TUTKIMUKSEN TULOKSET

6.1 Asiakkaan taustatiedot

Kyselylomakkeen taustatieto-osiossa kartoitettiin millaisia asiakkaita Punkaharjun Lomakeskuksen asiakaskuntaan kuuluu. Taustatiedoista saatiin selville vastaajan majoittumisen ajankohta, majoitusvuorokausien määrä sekä vastaajan tämän hetkinen asuinseutu. Lisäksi selvitettiin mistä asiakas on saanut tiedon Punkaharjun Lomakeskuksesta, miten hän on varannut majoituksen, missä hän majoittui lomansa aikana sekä kenen kanssa hän oli lomalla. Vastaajille annettiin valmiit vaihtoehdot kaikkiin kysymyksiin lukuun ottamatta majoittumisen ajankohtaa, johon asiakkaan tuli itse kirjata tulo- ja lähtöpäivämäärä.

Kyselyyn vastasi yhteensä 43 matkailijaa, joista 19 % lomaili Punkaharjulla kesäkuussa, 79 % heinäkuussa ja 2 % elokuussa. Kyselyyn vastanneista asiakkaista 42 % majoittui Punkaharjun Lomakeskuksessa vain yhden vuorokauden, 37 % kaksi vuorokautta ja 21 % kolme vuorokautta tai enemmän. Kolme tai useamman vuorokauden majoittuneista 67 % viipyi lomakeskuksessa kolme vuorokautta, 22 % neljä vuorokautta ja 11 % seitsemän vuorokautta. Vastaajista 63 % oli Punkaharjun Lomakeskuksessa lomalla perheen kanssa, 26 % lomaili ystävien kanssa ja 28 % puolison kanssa. Kysymyksessä oli mahdollista valita useampi vaihtoehto.

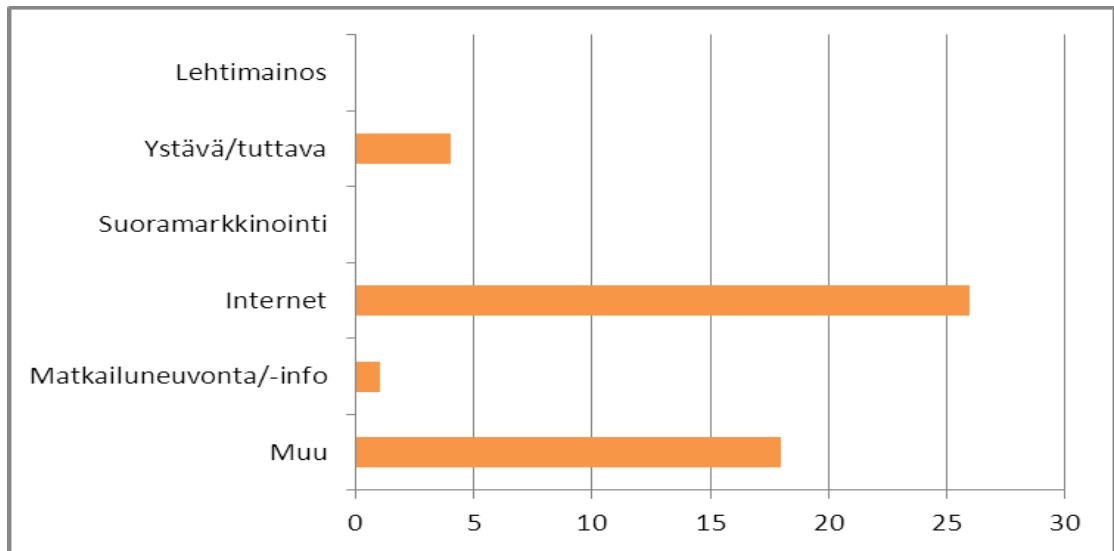
Kyselyyn vastanneista kaikki olivat vastanneet kysymykseen, jossa tiedusteltiin asiakkaan tämän hetkistä asuinseutua. Vastaajille annettiin valmiina vastausvaihtoehtoina pääkaupunkiseutu, Itä-Suomi, Länsi-Suomi, Keski-Suomi ja Lappi. Kyselyyn vastanneista asiakkaista 33 % oli pääkaupunkiseudulta, 21 % Itä-Suomesta, 23 % Länsi-Suomesta ja 19 % Keski-Suomesta. Yksi vastaajista ilmoitti Lapin tämän hetkiseksi asuinseudukseen. (Kuvio 6.) Lisäksi yksi kyselyyn vastanneista oli kotoisin Ruotsista.



KUVIO 6. Asiakkaiden tämän hetkinen asuinseutu

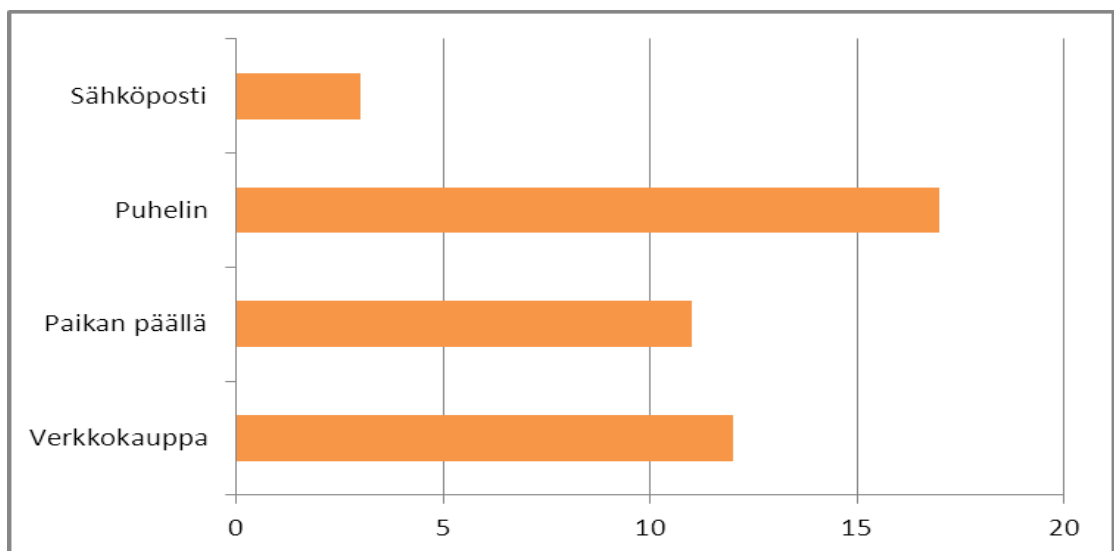
Kysymyksessä, jolla selvitettiin mistä asiakas on saanut tiedon Punkaharjun Lomakeskuksesta, oli vastausvaihtoehtoina lehtimainos, ystävä/tuttava, suoramarkkinointi, Internet, matkailuneuvonta/-info sekä muualta, mistä? -vaihtoehto. Vastaajan oli mahdollista valita useampi kuin yksi vastausvaihtoehto ja vaihtoehtoihin Internet ja matkailuneuvonta/-info oli mahdollista täsmentää vastausta. Vastauksista ilmenee, että enemmistö kyselyyn vastanneista on saanut tiedon Internetistä. Internetistä tiedon löytäneitä vastaajia oli 60 %. Vastaajista 9 % oli kuullut lomakeskuksesta ystävältään tai tuttavaltaan ja 42 % oli valinnut vaihtoehdon muualta, mistä? Vain 2 % kyselyyn vastanneista on saanut tiedon lomakeskuksesta matkailuneuvonnasta/ -infosta. Vastausvaihtoehdot lehtimainos ja suoramarkkinointi eivät saaneet yhtään vastausta. (Kuvio 7.)

Punkaharjun Lomakeskuksen Internetistä löytäneet vastaajat olivat saaneet tiedon Googlesta, Kesämaan kotisivuilta, Punkaharjun matkailusivuilta, Suomen Leirintäalueyhdistyksen tarjoamalta sivustolta (camping.fi) tai Ammattiliitto Pro:n sivustolta. Vastaajat, jotka olivat valinneet muualta, mistä? -vaihtoehdon, nimesivät tiedonlähteiksi leirintäoppaan, Caravan-lehden, Ammattiliitto Pro:n lehden ja TV-mainonnan. Yli puolet muualta, mistä? -vaihtoehdon valinneista, ilmoittivat, että ovat lomailleet Punkaharjun Lomakeskuksessa aiemmin. Matkailuneuvonnasta / -infosta tiedon saanut oli kuullut Lomakeskuksesta Savonlinnan Matkailusta.



KUVIO 7. Tiedon saaminen Punkaharjun Lomakeskuksesta

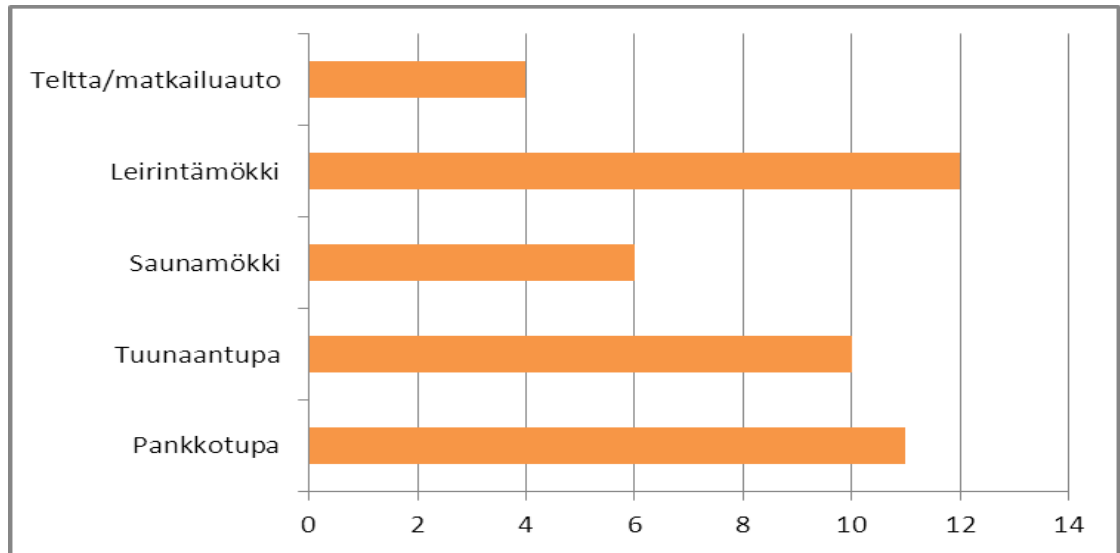
Kysymyksessä, jolla selvitettiin miten asiakas on varannut majoituksen, oli vastausvaihtoehtoina sähköposti, puhelin, verkkokauppa ja paikan päällä. Verkkokaupasta varanneiden oli mahdollista tarkentaa vastaustaan. Vastaajista 7 % oli varannut majoituksen sähköpostitse, 40 % puhelimitse, 28 % verkkokaupasta ja 26 % paikan päällä. (Kuvio 8.) Verkkokaupasta majoituksen varanneista 7 oli tarkentanut vastaustaan. Jokainen verkkokaupassa majoituksen varanneista vastaajista oli tehnyt varauksen Punkaharjun Lomakeskuksen omassa verkkokaupassa.



KUVIO 8. Majoituksen varaaminen

Kysymyksessä, jolla selvitettiin, missä kyselyyn vastanneet matkailijat majoittuivat oleskelunsa aikana, oli vastausvaihtoehtoina telttä/matkailuauto, leirintämökki, Sau-

namökki, Tuunaantupa, Pankkotupa sekä Aurinkorinteen huvilat. Vastanneista asiakkaista 9 % majoittui teltassa tai matkailuautossa, 28 % leirintämökissä, 14 % Saunamökissä, 23 % Tuunaantuvassa ja 26 % Pankkotuvassa. (Kuvio 9.) Kyselyyn osallistuneista vastaajista kukaan ei majoittunut Aurinkorinteellä.

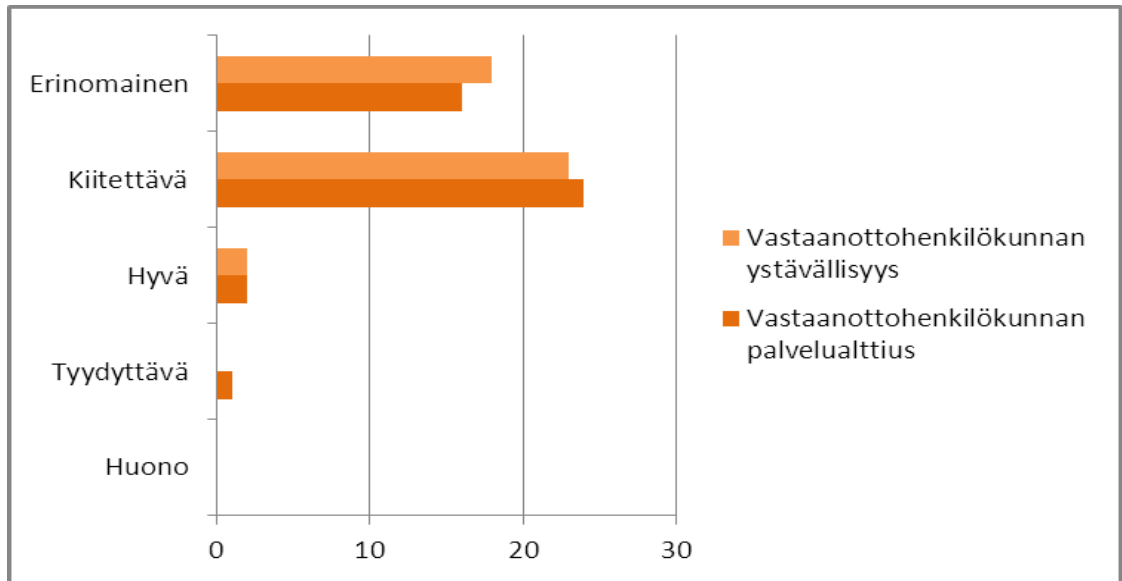


KUVIO 9. Asiakkaiden majoittuminen

6.2 Henkilökunnan ystävällisyys ja palvelualltius

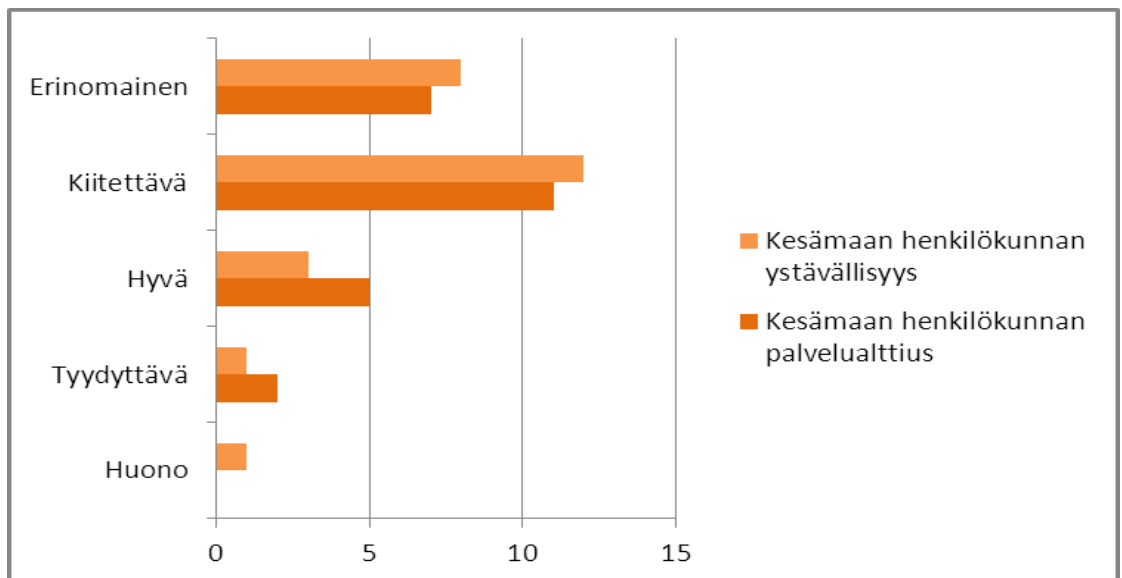
Tutkimuksen toinen osio käsittelee matkailijoiden tyytyväisyyttä Punkaharjun Lomakeskuksen henkilökuntaan ja asiakaspalveluun. Kyselylomakkeelle on listattu vastaanottohenkilökunnan, Kesämaan henkilökunnan, siivous- ja huoltohenkilökunnan sekä ravintola Punkaharju Paviljongin henkilökunnan palvelualltius ja ystävällisyys. Vastaajia on pyydetty lomakkeessa arvioimaan henkilökunnan onnistumista asteikolla 1-5, jossa 5 on erinomainen, 4 on kiitettävä, 3 on hyvä, 2 on tyydyttävä ja 1 on huono. Vastaajia pyydettiin vastaamaan vain sen henkilökunnan osalta, jonka kanssa he ovat oleskelunsa aikana asioineet.

Vastaanottohenkilökunnan ystävällisyyttä ja palvelualltuttia arvioivat kaikki 43 vastaajaa. Vastaanottohenkilökunnan ystävällisyys arvioitiin vähintään hyväksi. Vastaanottohenkilökunnan ystävällisyyttä piti hyvänä 5 % vastaajista. Vastaajista 53 % arvioi ystävällisyyden kiitettäväksi ja 42 % erinomaiseksi. Vastaanottohenkilökunnan palveluallttiuden arvioi erinomaiseksi 37 % vastaajista. 56 % vastaajista piti palveluallttiutta kiitettävänä ja 5 % hyvänä. 2 % vastaajista oli sitä mieltä, että vastaanottohenkilökunnan palvelualltius on tyydyttävä. (Kuvio 10.)



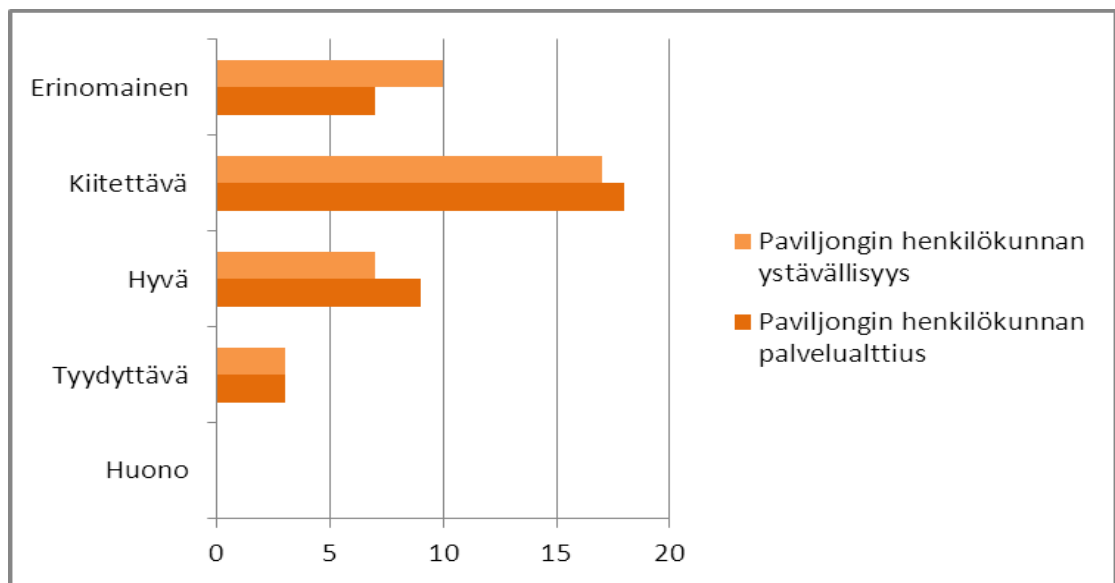
KUVIO 10. Asiakkaiden tyytyväisyys Punkaharjun Lomakeskuksen vastaanottohenkilökuntaan

Kesämaan henkilökunnan ystävällisyyden ja palvelualltiuden osalta vastaajia oli molemmissa kohdissa 25. Vastaajista ystävällisyyttä piti erinomaisena 32 %. Ystävällisyyden kiitettäväksi arvio 48 % ja hyväksi 12 %. Ystävällisyyttä piti tyydyttävänä 4 % ja huonona 4 %. Kesämaan henkilökunnan palveluallttiutta arvioi erinomaiseksi 28 % ja kiitettäväksi 44 %. Vastaajista 20 % piti palveluallttiutta hyvänä ja 8 % tyydyttävänä. (Kuvio 11.)



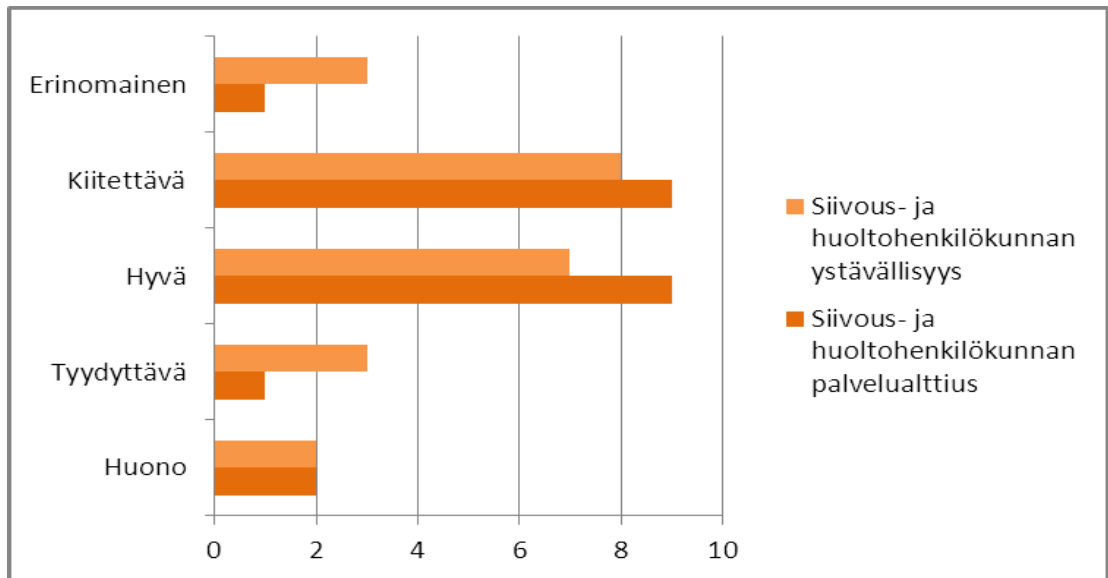
KUVIO 11. Asiakkaiden tyytyväisyys Kesämaan henkilökuntaan

Vastaajista 37 vastasi kysymykseen ravintola Punkaharju Paviljongin henkilökunnan osalta. Henkilökunnan ystävällisyyttä arvioi erinomaiseksi 27 % vastaajista. Vastaajista 46 % oli sitä mieltä, että ystävällisyys asiakasta kohtaan oli kiitettävää. Ystävällisyyden hyväksi arvio 19 % vastaajista ja tyydyttävänä ystävällisyyttä piti 8 % vastaajista. Ravintola Punkaharju Paviljongin henkilökunnan palvelualltiutta arvioitaessa 19 % vastaajista piti palvelualltiutta erinomaisena. Kiitettäväksi palvelualltiuden arvioi 49 % ja hyväksi 24 % vastaajista. Henkilökunnan palvelualltiutta piti tyydyttävänä 8 % vastaajista. (Kuvio 12.)



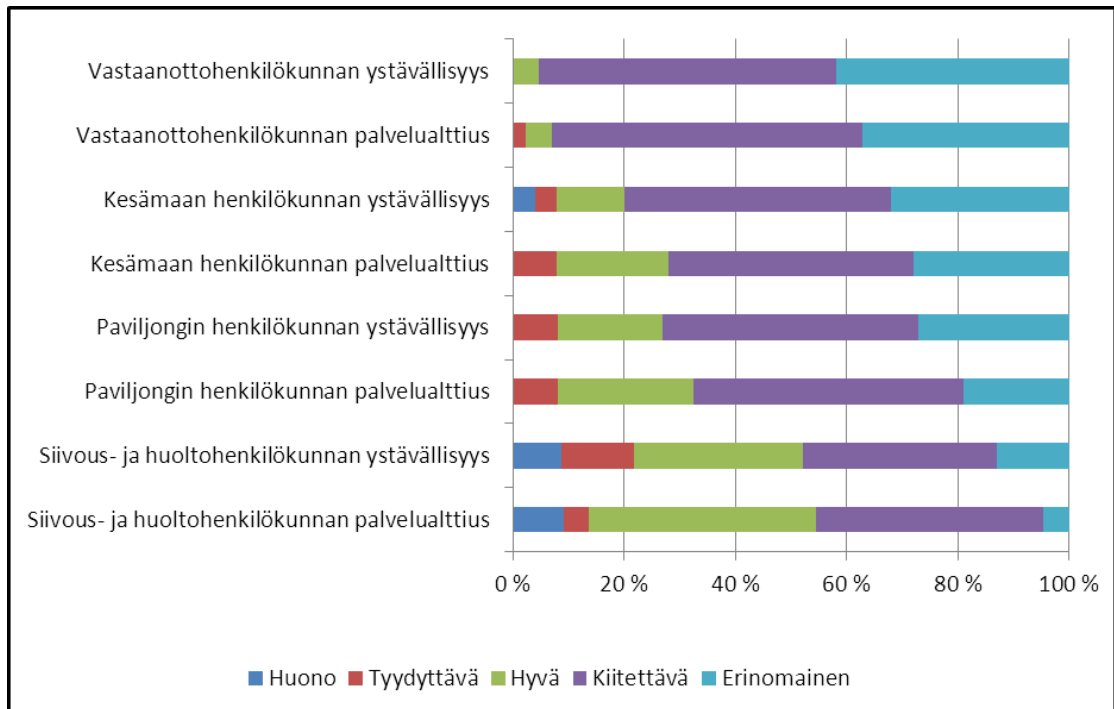
KUVIO 12. Asiakkaiden tyytyväisyys ravintola Punkaharju Paviljongin henkilökuntaan

Siivous- ja huoltohenkilökunnan ystävällisyyttä arvioi 23 kyselyyn vastanneista ja palvelualltiutta 22 vastanneista. Siivous- ja huoltohenkilökunnan ystävällisyyden erinomaiseksi arvioi 13 % vastaajista ja kiitettäväksi 35 % vastaajista. 30 % vastaajista piti ystävällisyyttä hyvänä ja 13 % vastaajista tyydyttävänä. Huonoksi ystävällisyyden siivous- ja huoltohenkilökunnan osalta arvioi 9 % vastaajista. Siivous- ja huoltohenkilökunnan palvelualltiuden kohdalla 5 % vastaajista arvioi palvelualltiuden erinomaiseksi. Kiitettävänä palvelualltiutta piti 41 % vastaajista ja hyvänä 41 % vastaajista. Vastaajista 5 % oli sitä mieltä, että palvelualltius oli tyydyttävää ja 9 % vastaajista arvioi palvelualltiuden huonoksi. (Kuvio 13.)



KUVIO 13. Asiakkaiden tyytyväisyys siivous- ja huoltohenkilökuntaan

Kuviossa 14 on esitetty yhteenveto asiakkaiden tyytyväisyydestä Punkaharjun Lomakeskuksen henkilökuntaan ja asiakaspalveluun. Asiakkaat olivat henkilökunnan osalta tyytyväisimpiä vastaanottohenkilökuntaan. Asteikolla 1-5 vastaanottohenkilökunnan ystävällisyyden keskiarvoksi tuli 4,4 ja palvelualltiuden keskiarvoksi 4,3. Kesämaan henkilökunnan ystävällisyyden keskiarvoksi muodostui 4,0 ja palvelualltiuden keskiarvoksi 3,9. Ravintola Punkaharju Paviljongin henkilökunnan ystävällisyyden keskiarvoksi muodostui 3,9 ja palvelualltiuden keskiarvoksi 3,8. Siivous- ja huoltohenkilökunta sai keskiarvoksi sekä ystävällisyydestä että palvelualltiudesta arvosanan 3,3.



KUVIO 14. Asiakkaiden tyytyväisyys Punkaharjun Lomakeskuksen henkilökuntaan ja asiakaspalveluun

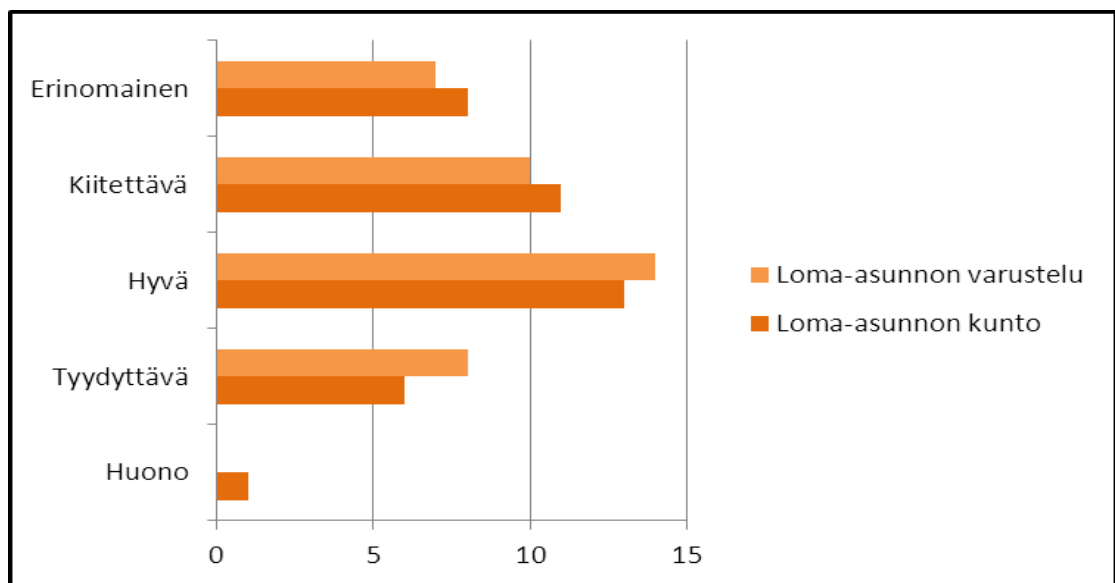
6.3 Tilat ja palvelut

Kyselyn Punkaharjun Lomakeskuksen tiloja ja palveluita koskevassa osiossa selvitettiin matkailijoiden tyytyväisyyttä loma-asunnon kuntoon ja varustelutasoon, Kesämaan viihtyisyyteen, toimivuuteen ja ravintolaan, ravintola Punkaharju Paviljongin viihtyisyyteen ja ruokalistaan sekä matkailualueen yleiseen siisteyteen ja viihtyisyyteen. Vastaajia pyydettiin lomakkeessa arvioimaan tiloja ja palveluja asteikolla 1-5, jossa 5 on erinomainen, 4 on kiitettävä, 3 on hyvä, 2 on tyydyttävä ja 1 on huono. Vastaajia pyydettiin vastaamaan vain niiden tilojen ja palveluiden osalta, joita olivat käyttäneet.

Loma-asunnon kunto- ja varustelutason arvioi 39 matkailijaa (kuviot 14 ja 15). Loma-asunnon kunnontasoa piti erinomaisena 21 % vastaajista. Vastaajista 28 % arvioi loma-asunnon kunnan kiitettäväksi ja 33 % hyväksi. Tyydyttävänä loma-asunnon kunto piti 15 % vastaajista. 3 % vastaajista oli sitä mieltä, että loma-asunnon kunto oli huono. Leirintämökissä majoittuneista kunnontasoa piti kiitettävänä 17 %. Hyväksi mökin kunnontason arvioi 67 % vastaajista ja tyydyttäväksi 17 % vastaajista. Saunamökissä majoittuneista 33 % arvioi kunnontason erinomaiseksi ja 33 % kiitettäväksi. Saunamökin kunnontasoa hyvänä ja tyydyttävänä piti 17 % vastaajista. Tuunaantuvassa majoittuneis-

ta 50 % oli sitä mieltä, että loma-asunnon kunto on erinomainen. Tuunaantuvan kuntoa kiitettävänä piti 40 % vastaajista ja hyvänä 10 % vastaajista. Pankkotuvassa majoittuneista erinomaisena kuntotaso piti 18 % vastaajista ja kiitettävänä 27 % vastaajista. Pankkotuvan kunnan hyväksi arvioi 18 % vastaajista ja tyydyttäväksi 27 % vastaajista. Huonona Pankkotuvan kuntoa piti 9 % vastaajista.

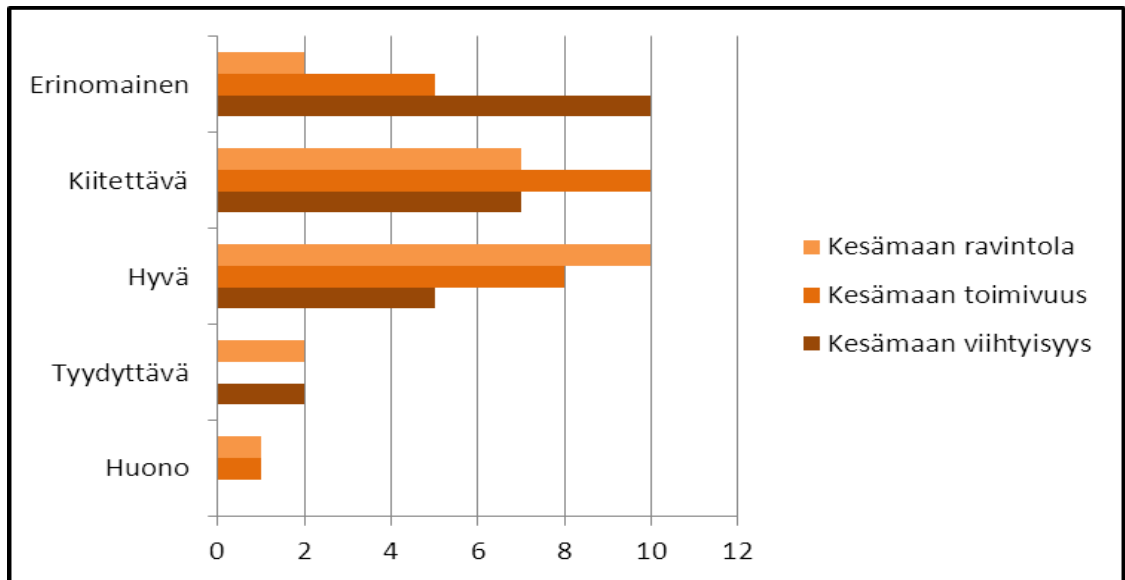
Loma-asunnon varustelutasoa erinomaisena piti 18 % vastaajista. 26 % vastaajista arvioi varustelutason kiitettäväksi ja 36 % hyväksi. Tyydyttävän loma-asunnon varustelutasoa piti 21 % vastaajista. Leirintämökin varustelutasoa piti kiitettävänä 17 % vastaajista ja hyvänä 58 % vastaajista. Leirintämökin varustelutason arvioi tyydyttäväksi 25 % vastaajista. Saunamökissä majoittuneista varustelutason arvioi erinomaiseksi 33 %, kiitettäväksi 33 % ja hyväksi 33 % vastaajista. Tuunaantuvassa majoittuneista varustelutasoa piti erinomaisena 40 % vastaajista. 30 % vastaajista piti varustelutasoa kiitettävänä ja 30 % hyvänä. Pankkotuvan varustelutason arvioi erinomaiseksi 18 % vastaajista. Kiitettävänä varustelutasoa piti 18 % ja hyvänä 18 % vastaajista. Pankkotuvan varustelutason arvioi tyydyttäväksi 45 % vastaajista.



KUVIO 15. Asiakkaiden tyytyväisyys loma-asuntoon

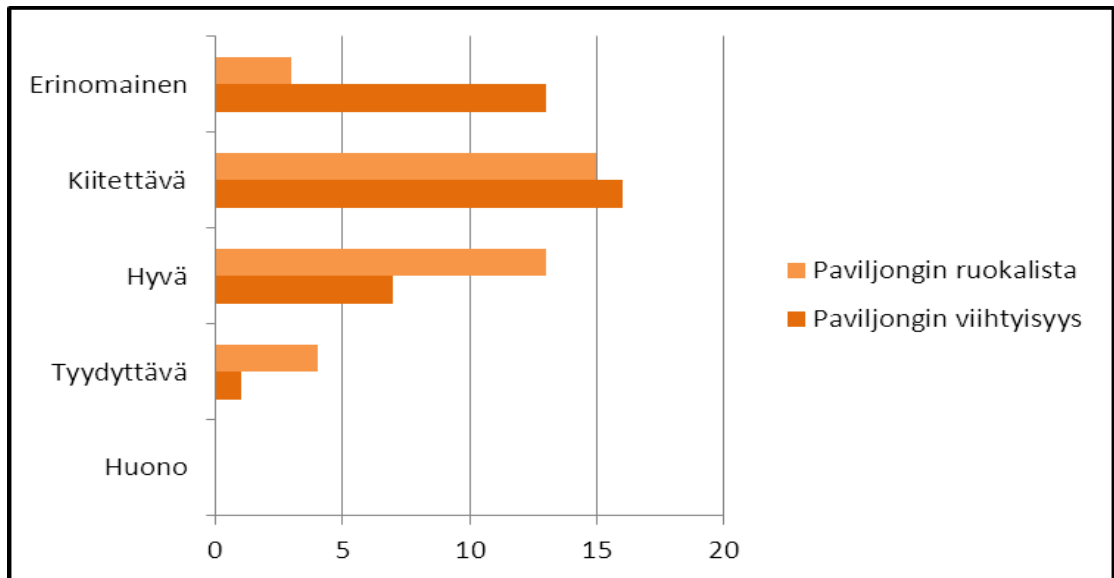
Kesämaan osalta vastaajia pyydettiin arvioimaan Kesämaan viihtyisyyttä ja toimivuutta sekä Kesämaan ravintolaa. Toimivuuden ja viihtyisyyden osalta vastaajia oli kummassakin 24 ja vastaajista 22 arvioi Kesämaan ravintolaa. (Kuvio 16.) Kesämaan viihtyisyyttä erinomaisena piti 42 % vastaajista. 9 % vastaajista arvioi viihtyisyyden kiitettäväksi. Vastaajista 21 % arvioi viihtyisyyden hyväksi ja 8 % tyydyttäväksi. Kesä-

maan toimivuuden osalta 21 % vastaajista oli sitä mieltä, että kaikki toimii erinomaisesti. Vastaajista 42 % piti toimivuutta kiitettävänä ja 33 % hyvänä. 4 % vastaajista arvioi toimivuuden huonoksi. Kesämaan ravintolapalveluihin ja tiloihin erinomaisen tyytyväisiä oli 9 % vastaajista. Vastaajista 32 % piti Kesämaan ravintolan toimivuutta kiitettävänä ja 45 % hyvänä. Vastaajista 9 % oli sitä mieltä, että ravintolan palvelut ja tilat olivat tyydyttävät ja 5 % piti niitä huonoina.



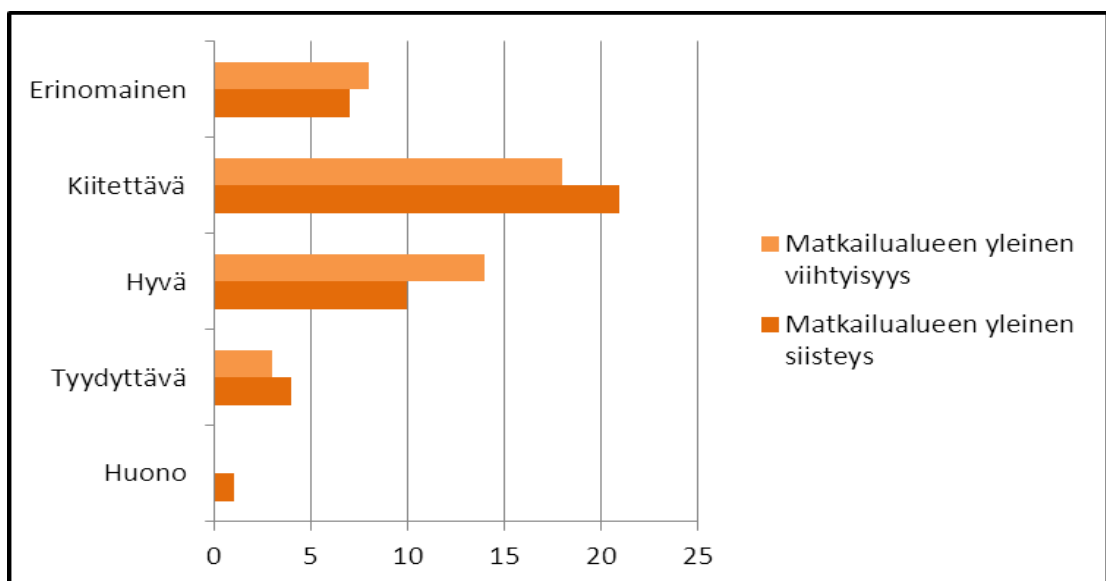
KUVIO 16. Asiakkaiden tyytyväisyys Kesämaan palveluihin ja tiloihin

Ravintola Punkaharju Paviljongin osalta tutkimuksessa selvitettiin asiakkaiden tyytyväisyyttä ravintolan viihtyisyyteen ja ruokalistaan. Viihtyisyyttä arvioi kyselyyn osallistuneista 37 ja ruokalistaa 35. (Kuvio 17.) Vastaajista 35 % arvioi Paviljongin viihtyisyyden erinomaiseksi ja 43 % kiitettäväksi. 19 % vastaajista piti viihtyisyyttä hyvänä ja 3 % vastaajista oli sitä mieltä, että viihtyisyys oli tyydyttävä. Ruokalistaa piti erinomaisena 9 % vastaajista. Kiitettäväksi ruokalistaa arvioi 43 % vastaajista ja hyväksi 37 % vastaajista. 11 % vastaajista oli sitä mieltä, että ruokalista oli tyydyttävä.



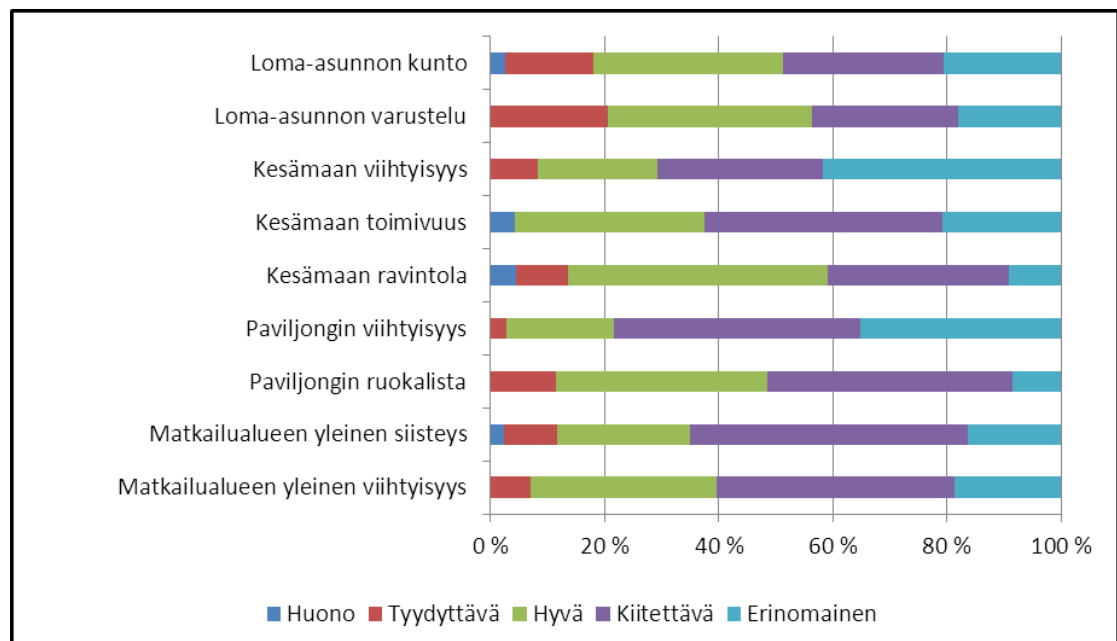
KUVIO 17. Asiakkaiden tyytyväisyys ravintola Paviljonkiin

Matkailualueen yleistä siisteyttä ja viihtyisyyttä arvioivat kaikki 43 kyselyyn osallistunutta asiakasta (kuvio 18). Yleistä siisteyttä piti erinomaisena 16 % vastaajista. 49 % vastaajista oli sitä mieltä, että yleinen siisteys oli tasoltaan kiitettävä ja 23 % vastaajista arvioi yleisen siisteyden hyväksi. Vastaajista 9 % piti matkailualueen yleistä siisteyttä tyydyttävänä ja 2 % vastaajista sanoi sen olevan huono. Matkailualueen yleisen viihtyisyyden arvioi erinomaiseksi 19 % vastaajista. Kiitettävän yleistä viihtyisyyttä piti 42 % vastaajista ja hyvänä 33 % vastaajista. 7 % vastaajista arvioi matkailualueen yleisen viihtyisyyden tyydyttäväksi.



KUVIO 18. Asiakkaiden tyytyväisyys matkailualueen yleiseen viihtyisyyteen ja siisteeseen

Kuviossa 19 on esitetty yhteenveto asiakkaiden tyytyväisyydestä Punkaharjun Lomakeskuksen tiloihin ja palveluihin. Asteikolla 1-5 loma-asunnon kunnosta annettiin vastaajien kesken keskimäärin arvosana 3,5 ja varustelutasosta 3,4. Kesämaan viihtyisyys arvioitiin keskimäärin arvosanalla 3,2 ja Kesämaan ravintola arvosanalla 3,3. Kesämaan toimivuudesta annettiin arvosanaksi 3,8. Ravintola Punkaharju Paviljongin viihtyisyydestä annettiin arvosana 4,1 ja ruokalistasta 3,5. Matkailualueen yleisestä siisteydestä ja viihtyisyydestä annettiin arvosanaksi 3,7.



KUVIO 19. Asiakkaiden tyytyväisyys Punkaharjun Lomakeskuksen tiloihin ja palveluihin

6.4 Avoimet kysymykset

Kyselylomakkeessa oli kaksi avointa kysymystä, joilla selvitettiin mikä matkailijoiden mielestä toimii jo hyvin Punkaharjun Lomakeskuksessa ja mihin Lomakeskuksessa asiakkaiden mielestä tulisi panostaa tulevaisuudessa. Vastaajista 24 oli kirjoittanut palautetta jo toimiviin asioihin ja 32 oli kirjannut ylös kehittämisehdotuksia. Taulukoon 2 on koottu avoimista kysymyksistä saaduissa vastauksissa esiin nousseita seikkoja.

Positiivista palautetta Punkaharjun Lomakeskuksen asiakkaat antoivat mökkien siisteydestä sekä rauhallisesta ja viihtyisästä ympäristöstä. Vastaanottoon ja vastaanotto-

henkilökuntaan samoin kuin ravintola Punkaharju Paviljonkiin oltiin tyytyväisiä. Avoimen palautteen perusteella Punkaharjun Lomakeskuksessa huomioidaan myös hyvin lapsiperheiden tarpeet. Vastauksista ilmeni lisäksi tyytyväisyys aktiviteettien ja majoitusvaihtoehtojen monipuolisuuteen. Kehitysehdotuksen koskivat pääasiassa yleisten WC-tilojen ja huoltorakennusten puhtaanapitoa sekä loma-asuntojen varustelutasoa ja kunnostamista. Alueen yleiseen siisteyteen ja kunnossapitoon tulisi myös kiinnittää palautteen perusteella enemmän huomiota.

TAULUKKO 2. Pääkohdat asiakkaiden antamasta vapaasta palautteesta

Tyytyväisyyden kohteet	Kehittämiskohteet
<ul style="list-style-type: none"> • Lomakeskuksen saavutettavuus • Loma-asuntojen puhtaanapito • Palveluvalikoiman runsaus • Vastaanotto • Majoitusvaihtoehtojen monipuolisuus • Henkilökunta ja palvelu • Alueen viihtyisyys ja rauhallisuus • Ravintola Punkaharju Paviljonki • Välimatkat lomakeskuksen alueella • Aktiviteetit • Lapsiperheiden huomioiminen 	<ul style="list-style-type: none"> • Loma-asuntojen varustelutaso • Grillipaikan siisteys ja lukumäärä • Yleiset WC-tilat ja huoltorakennukset • Kesämaan monipuolistaminen • Loma-asuntojen kunto • Ohjeistus ja opastus • Uimarannan kuntotaso • Internetsivut • Yleinen siisteys ja teiden kunto

Lomakkeen viimeisessä kysymyksessä, selvitetään tulisiko asiakas uudelleen lomailemaan Punkaharjun Lomakeskukseen. Kyselyyn osallistuneista kaikki vastasivat tähän kysymykseen. Vastaajille annettiin valmiit vastausvaihtoehdot Kyllä ja En, miksi? Vastaajista 40 lomailisi uudelleen lomakeskukseen ja vain 3 asiakasta vastasi kysymykseen kieltävästi. Asiakkailla oli mahdollisuus perustella vastaustaan vaihtoehdossa En, miksi?, mutta myös myönteisesti kysymykseen vastanneista asiakkaista muutama oli antanut avointa palautetta. Kaikki avoimista kysymyksistä saadut vastaukset löytyvät suorina lainauksina liitteestä 2.

6.5 Palautevihkot

Punkaharjun Lomakeskuksessa kerättiin kesällä 2011 palvelutilanteissa asiakkailta suoraa palautetta, joka kirjattiin ylös palautevihkoihin. Suoraa palautetta kerättiin lomakeskuksen vastaanotossa ja ravintola Punkaharju Paviljongissa. Taulukkoon 3 on koottu palautevihkoihin kirjatun suoran palautteen pääkohdat. Suorasta palautteesta nousi esille pääsääntöisesti samoja tyytyväisyyden ja tyytymättömyyden kohteita kuin kyselylomakkeen avointen kysymyksiä vastauksista.

Asiakkaat olivat suoran palautteen perusteella tyytyväisiä Punkaharjun Lomakeskuksen henkilökuntaan ja saamaansa palveluun. Kesämaa, palveluvalikoima ja ravintola Punkaharju paviljongin ruoka saivat myös asiakkailta kiitosta. Tyytyväisyyttä asiakkaissa herättivät lisäksi loma-asuntojen siisteys sekä matkailualueen rauhallisuus. Asiakkaiden tyytymättömyys koski teiden kunnossapitoa, tiedottamista ja opastusta lomakeskuksen alueella, yksityisten saunavuorojen toimivuutta ja Punkaharjun Lomakeskuksen internetsivuja. Lomakeskuksen alueelle kaivattaisiin parempia opasteita ja parempaa tiedottamista muun muassa aktiviteeteistä. Internetsivuille toivottiin campinghinnastoa ja englanninkielisiä sivuja. Lisäksi asiakkaat olivat tyytymättömiä siihen, että huoltorakennuksilla ja aamusaunassa ei tullut lämmintä vettä.

Taulukko 3. Pääkohdat asiakkaiden antamasta suorasta palautteesta

Tyytyväisyyden kohteet	Kehittämiskohteet
<ul style="list-style-type: none"> • Ruoka ja annoskoot • Henkilökunta ja palvelu • Rauhallinen alue • Palveluvalikoima • Loma-asuntojen siisteys • Matkailualueen siisteys ja parannukset • Kesämaa 	<ul style="list-style-type: none"> • Grillipaikan siisteys • Teiden kunto • Tiedottaminen ja opasteet • Internetsivut • Loma-asuntojen kunnossapito • Yksityiset saunavuorot • Veden lämpötila huoltorakennuksilla ja aamusaunassa

7 KEHITTÄMISEHDOTUKSET

Tutkimuksen tavoitteina oli kartoittaa asiakkaiden tyytyväisyys Punkaharjun Lomakeskukseen ja sen palveluihin sekä löytää tutkimuksen tuloksista kehittämisuuntia, joilla Punkaharjun Lomakeskuksen toimintaa voidaan parantaa. Kuten tutkimuksessa jo aiemmin esitettiin, on asiakastyytyväisyystutkimus yrityksen mahdollisuus kehittää toimintaansa asiakaslähtöisesti. Tavoitteet toteutuivat mielestäni hyvin, sillä tuloksista selvisi mihin asioihin asiakkaat olivat Punkaharjun Lomakeskuksessa tyytyväisiä ja mihin tulisi tulevaisuudessa panostaa. Asiakastyytyväisyystutkimuksen avulla voidaan määrittää yrityksen toiminnalle suuntaviivoja sekä tavoitetasoja ja omasta tutkimuksestani saatujen tulosten pohjalta nousikin selkeästi esille seikkoja, joihin tulee jatkossa kiinnittää huomiota.

Strukturoitujen kysymysten vastauksien perusteella asiakkaat olivat Punkaharjun Lomakeskuksessa tyytyväisimpiä vastaanotto henkilökunnan ystävällisyyteen ja palvelualltiuteen sekä Kesämaan toimivuuteen ja ravintola Punkaharju Paviljongin viihtyisyyteen. Avoimista kysymyksistä saadun palautteen ja suoran palautteen mukaan tyytyväisyyttä asiakkaissa herättivät eniten palveluvalikoiman ja majoitusvaihtoehtojen monipuolisuus, lomakeskuksen henkilökunta ja palvelu, matkailualueen viihtyisyys sekä ravintola Punkaharju Paviljonki.

Opinnäytetyöni alussa käsittelin palvelun laatua, laadun ulottuvuuksia ja koettua kokonaislaatua sekä asiakastyytyväisyyteen vaikuttavia tekijöitä. Teorian mukaan palvelun tuotannon ja kulutuksen samanaikaisuudesta johtuen palvelut tulee toteuttaa yksilöllisesti, sillä jokainen asiakas tarkastelee laadukkuutta omasta näkökulmastaan ja palvelun laatu määräytyy aina asiakkaan kokemuksen mukaan. Palveluhenkilökunnan rooli asiakastyytyväisyyden muodostumisessa on merkittävä, koska palvelutapahtumassa syntyvissä vuorovaikutustilanteissa eli totuuden hetkissä palveluntarjoajalla on mahdollisuus osoittaa tuottamiensa palveluiden laatu. Tutkimukseni tuloksien perusteella Punkaharjun Lomakeskuksessa on onnistuttu palvelutilanteissa, sillä asiakastyytyväisyyskyselyyn osallistuneet asiakkaat olivat pääsääntöisesti kiitettävän tyytyväisiä lomakeskuksen henkilökunnalta saamaansa palveluun.

Laadun muodostumiseen ei kuitenkaan riitä vain se, että onnistutaan palvelutilanteissa, vaan kaikkien laadun ulottuvuuksien tulee olla hallinnassa ja tasapainossa. Palve-

lun laatuun ja asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat vuorovaikutuslaadun ja toiminnallisen laadun eli palveluprosessin toimivuuden lisäksi myös tekninen laatu. Tekninen laatu käsittää palveluympäristöön liittyvät tekijät kuten esimerkiksi ulkoiset puitteet, tekniset ratkaisut ja palvelujen kokonaisuus. Tuloksista ilmennyt asiakkaiden tyytyväisyys Punkaharjun Lomakeskuksen palvelujen toimivuuteen, yleiseen viihtyisyyteen ja palvelujen kokonaisuuteen muodostuu juuri näiden tekijöiden toimivuudesta.

Kuten tutkimuksen tuloksissa aiemmin esitin, eniten tyytymättömyyttä asiakkaissa herätti strukturoitujen kysymysten perusteella Kesämaan viihtyisyys ja ravintola sekä siivous- ja huoltohenkilökunnan ystävällisyys ja palvelualttius. Kyselylomakkeessa annetun avoimen palautteen perusteella asiakkaat olivat lisäksi tyytymättömiä loma-asuntojen kunto- ja varustelutasoon, yleisten tilojen kuten huoltorakennusten ja WC-tilojen siivottomuuteen, teiden kuntoon sekä matkailualueen yleiseen siisteyteen. Palautevihkoihin kerätyn suoran palautteen mukaan kehitettävää on lisäksi tiedottamisessa ja opastuksessa lomakeskuksen alueella sekä yksityisten saunavuorojen toimivuudessa. Punkaharjun Lomakeskuksessa tulee jatkossa kiinnittää enemmän huomiota näiden ulkoisten puitteiden, laitteiden, kalusteiden ja teknisten ratkaisujen toimivuuteen ja sitä kautta teknisen laadun kokonaisvaltaiseen toimivuuteen. Kuten tutkimuksessa aiemmin todettiin, palvelun laatu voi olla enintään yhtä hyvä kuin huonimman laatu-ulottuvuuden laatu.

Asiakkaiden antamien kehitysehdotusten pohjalta Punkaharjun Lomakeskuksessa voisi tulevaisuudessa panostaa loma-asuntojen kunnossapitoon, ehostamiseen ja remontointiin. Huomiota kannattaa kiinnittää myös matkailualueen yleiseen siisteyteen ja toimivuuteen, kuten teiden kunnostamiseen, yleisten tilojen siisteyteen ja puhtaanapitoon sekä riittävään opastukseen matkailualueen sisällä. On tärkeää täyttää asiakkaiden odotukset ja panostaa siihen, että asiakkaalle markkinoinnissa annetut lupaukset pysytään pitämään, sillä asiakkaiden tyytymättömyys muodostuu siitä, että asiakkaan kokema laatu ei vastaa asiakkaan odottamaa laatua.

Vaikka tutkimuksessa nousi esiin kehittämiskohtia ja tyytymättömyyttä, olivat asiakkaat kuitenkin pääsääntöisesti tyytyväisiä Punkaharjun Lomakeskukseen. Tutkimuksessani selvisi, että 93 % asiakkaista lomailisi uudelleen Punkaharjun Lomakeskuksessa. Kuten teoriassa aiemmin mainittiin, asiakkaan kokemukset ja elämykset varas-toituvat ja tyytyväinen asiakas palaa todennäköisemmin uudelleen samaan lomakoh-

teeseen ja ovat siten uskollisempia yritykselle kuin tyytymättömät asiakkaat. Kehittämisehdotusten lisäksi Punkaharjun Lomakeskuksessa tuleekin kiinnittää huomiota myös positiivisten, asiakkaissa tyytyväisyyttä herättävien seikkojen ylläpitämiseen. Asiakastyytyväisyys on lisäksi yritykselle kilpailukeino, jonka tarjoamaa etumatkaa kilpailijoiden on vaikea saavuttaa etenkin, jos yritys panostaa asiakkaidensa palveluun kilpailijoitaan enemmän.

Jatkotutkimuksena Punkaharjun Lomakeskuksessa kannattaa selvittää kuinka tälläkin hetkellä meneillään oleva toiminnan kehittäminen on vaikuttanut asiakkaiden tyytyväisyyteen ja kokonaistoiminnan laatuun. Tällä hetkellä Punkaharjun Lomakeskuksen toiminnan kehittämiseen kuuluu muun muassa sähköisen liiketoiminnan kehittäminen, Kesämaan markkinoiminen ja kokouspakettien uudistaminen. Ravintola Punkaharju Paviljongin viereen valmistuu tämän kevään aikana ”safariatalo”, josta tullaan jatkossa hoitamaan muun muassa venevuokraukset, ohjelmapalvelut ja oppaan palvelut. Samassa tilassa toimivat myös uudet huoltotilat veneilijöille ja karavaanareille. Kokouspakettien uudistamiseen ja yritysasiakkaiden määrän lisäämiseen liittyy oleellisesti ravintolan rantaan suunnitteilla oleva alue useille paljuille, jolla pyritään houkuttelemaan yritysasiakkaita kokoustamaan ja virkistymään. Samassa yhteydessä suunnitellaan luhtitalon rakentamista ravintolan läheisyyteen majoittuvia yritysryhmiä ja myös muita ryhmiä varten. Sähköisen liiketoiminnan kehittämiseen liittyen on muun muassa uudistettu verkkokauppaa ja haettu näkyvyyttä venäläisessä sosiaalisessa mediassa. Kesämaan huvipuiston markkinointiin on kuluneen kevään aikana panostettu huomattavasti; Kesämaan lahjakortteja myydään internetissä ja Kesämaa on solminut Savonlinnalaisen jalkapalloseuran STPS:n kanssa sponsorointi- ja yhteistyösopimuksen. (Kilpeläinen 2012.)

Toisena jatkotutkimusehdotuksena on tutkia mitä palveluita asiakkaat lomakeskuksessa kaipaavat ja vastaako Punkaharjun Lomakeskuksen palvelutarjonta asiakkaiden tarpeita. Palvelutarjonta tulee muokata vastaamaan asiakkaiden toiveita ja tarpeita, sillä asiakkaan tarpeet vaikuttavat asiakkaan odotuksiin ja koettu kokonaislaatu muodostuu odotetun laadun ja koetun laadun vuorovaikutuksesta. Asiakkaiden tarpeita vastaava palvelutarjonta edesauttaa asiakkaiden viihtymistä ja vaikuttaa varmasti lomakohteen valintaa. Tilastokeskuksen vuoden 2011 majoitustietojen mukaan Punkaharjun Lomakeskuksessa majoittui 21 460 matkailijaa ja yöpymisvuorokausia oli yhteensä 49 105 (Kilpeläinen 2012).

8 POHDINTA

Halusin tehdä opinnäytetyöni aiheesta, joka on sekä mielenkiintoinen että tarpeellinen. Asiakastytyväisyystutkimus ei ollut ensimmäinen valintani tutkimuksen aiheeksi, sillä asiakastytyväisyystutkimuksesta on tehty aiemmin lukuisia opinnäytetöitä. Päädyin kuitenkin tähän aiheeseen työnantajani ehdotuksesta, sillä halusin tehdä tutkimukseni syventävän työharjoittelun yhteydessä. Asiakastytyväisyyden tutkiminen on yrityksen toiminnan kannalta tärkeää ja, koska Punkaharjun Lomakeskuksessa ei ole Finland EasyHoliday Oy:n omistuksen aikana ja kehitystöiden jälkeen tehty asiakastytyväisyystutkimusta, oli aihe tarpeellinen ja ajankohtainen.

Sain idean opinnäytetyön aiheesta toukokuussa 2011, juuri ennen kesäloman alkamista. Opinnäytetyöprosessini alkoikin todella vauhdikkaasti, sillä aihe tuli saada hyväksyttyä yliopettajalla ja kyselylomake valmiiksi jaettavaksi ennen kesän alkua. Ehdin tavata opinnäytetyöni ohjaajani juuri ennen kesälomaa ja ryhdyin heti tutkimukseni aiheen hyväksyttämisen jälkeen suunnittelemaan Punkaharjun Lomakeskuksen konsultin kanssa asiakastytyväisyyskyselyn sisältöä ja lomakkeen ulkoasua. Kyselylomake oli valmis kesäkuussa ja päättyi jakoon juhannuksen jälkeen, kun sesonki Punkaharjulla alkoi.

Ehdin perehtyä harjoitteluni ohella hieman tutkimukseni teoriaosaan ennen kuin kyselylomake laitettiin jakoon. Kesä kului kuitenkin tiiviisti töiden merkeissä eikä opinnäytetyötä tullut ajateltua lainkaan. Varsinaisen kirjoittamisen ehdin aloittaa vasta syyskuussa. Teoriaosuuden kirjoittaminen tuntui alkuun vaikealta eikä opinnäytetyöni edennyt juuri lainkaan. Kokonaisuus tuntui jotenkin epäselvältä ja laajalta. Sovimme opinnäytetyöni ohjaajan kanssa, että jätän teorian kirjoittamisen hetkeksi ja analysoin ensin kesän aikana saamani asiakastytyväisyyskyselyt.

SPSS -tilasto-ohjelman käyttöä piti ensin hieman palautella mieleen, mutta tulosten analysointi sujui tämän jälkeen helposti ja nopeasti. Kun tulokset oli analysoitu, koin riemua siitä, että opinnäytetyöni koko tutkimusosio oli valmis ja huomasin olevani opinnäytetyöprosessissa jo puolivälissä. Sainkin tästä uutta intoa kirjoittaa teoriaosiota ja opinnäytetyöni oli lähes valmis jo joulukuussa 2011. Työtilanteiden vuoksi opinnäytetyön viimeistely ja valmistuminen venyivät kuitenkin kevääseen 2012.

Opinnäytetyöprosessi on ollut kokonaisuudessaan haastava ja välillä todella rankka. Täytyy kuitenkin todeta, että näin jälkikäteen ajateltuna opinnäytetyötä tuli turhaan kammoksuttua ja pelättyä ennen työn aloittamista. Olen prosessin aikana oppinut paljon uutta ja saanut kattavan käsityksen palvelun laadusta, asiakastyytyväisyydestä sekä tutkimuksesta yleisesti. Tutkimukseni ansiosta ymmärrän paremmin eri tekijöiden vaikutuksen laadun muodostumiseen ja asiakastyytyväisyyden syntymiseen.

Jos voisin tehdä tutkimuksessani jotain uudelleen, paneutuisin teoriaan hieman paremmin ennen asiakastyytyväisyystutkimuksen toteuttamista. Toisaalta olen kuitenkin tyytyväinen opinnäytetyöhöni, vaikkakin tiukan aikataulun vuoksi jouduin etenemään opinnäytetyöprosessissa väärässä järjestyksessä ja toteuttamaan tutkimuksen ilman kunnollista teoriapohjaa. Panostaisin enemmän vastausten hankkimiseen ja kyselylomakkeen jakamiseen, jos voisin vielä muuttaa tutkimukseni toteuttamista. Olen hieman pettynyt kyselystä saatujen vastausten lukumäärään, sillä saadut 43 vastausta eivät välttämättä kerro totuutta asiakkaiden todellisesta tyytyväisyydestä Punkaharjun Lomakeskukseen. Jos saisin aloittaa tutkimukseni uudelleen, haluaisin myös laatia kyselylomakkeen kokonaan itse. Tutkimus ei tunnu nyt niin omalta kuin olisi mahdollista, kun kyselylomake on laadittu yhdessä työnantajani kanssa.

Omissa työskentelytottumuksissani oli myös opinnäytetyöprosessin aikana parannettavaa. Nyt, kun opinnäytetyö on valmis ja olo on helpottunut, on helppo sanoa, että kaiken ei tarvinnut olla valmista heti. Turha stressaaminen ei tuottanut muuta kuin entistä enemmän ahdistusta opinnäytetyön suhteen.

LÄHTEET

Aaltola, Juhani & Valli, Raine 2001. Ikkunoita tutkimusmetodeihin. 1, Metodien valinta ja aineiston keruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Jyväskylä: Gummerus.

Aarnikoivu, Henrietta 2005. Onnistu asiakaspalvelussa. Juva: WSOY.

Asunta, Taina, Brännare-Sorsa, Riitta, Kairamo, Helena & Matero, Soile 2003. Majoi- tus- ja matkailupalvelu. Porvoo: WSOY.

Fontana Punkaharju 2010. Yrityksen WWW-sivut.
http://www.fontana.fi/tmp_punkaharju_site_0.asp?s=26&sua=5&lang=1. Päivitetty 9.6.2010. Luettu 24.11.2011.

Freemantle, David 1993. Incredible customer service: the final test. London: McGRAW-HILL Book Company Europe.

Grönroos, Christian 1990. Service management and marketing: managing the moment of truth in service. Lexington: Lexington Books.

Grönroos, Christian 1998. Nyt kilpaillaan palvelulla. Porvoo: WSOY.

Grönroos, Christian 2001. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. Porvoo: WSOY.

Heikkilä, Tarja 2010. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita.

Hirsjärvi, Sirkka, Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula 2007. Tutki ja kirjoita. Keuruu: Tammi.

Holopainen, Martti & Pulkkinen, Pekka 2002. Tilastolliset menetelmät. Porvoo: WSOY.

Holopainen, Martti, Tenhunen, Lauri & Vuorinen, Pertti 2004. Tutkimusaineiston analysointi ja SPSS. Järvenpää: YRITYSSANOMA OY.

Honkola, Jaakko & Jounela, Tetta 2000. Palveluosaamisen piruetit: tekniikan hallintaa ja taiteellista vaikutelmaa. Helsinki: Otava.

Jokinen, Tarja, Heinämaa, Lea & Heikkonen, Iris 2000. Tervetuloa asiakas: myynti- työn ja asiakaspalvelun taito. Helsinki: Edita.

Kilpeläinen, Sini 2011. Henkilökohtainen tiedonanto 24.11.2011. Myyntipäällikkö. Finland EasyHoliday Oy.

Kilpeläinen, Sini 2012. Sähköpostikeskustelu 23.-25.4.2012. Myyntipäällikkö. Finland EasyHoliday Oy.

Kiviniemi, Sanna 2011. VIIHTYISÄSTI VAAKUNASSA - Asiakastyytyväisyys Vaasan Sokos Hotellissa. Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulu. Matkailun koulu- tusohjelma. Opinnäytetyö.

Komppula, Raija & Boxberg, Matti 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita.

L-House Oy 2011. Yrityksen WWW-sivut. <http://www.lhouse.fi/>. Päivitetty 24.11.2011. Luettu 24.11.2011.

Lahtinen, Jukka & Isoviita, Antti 1998. Asiakaspalvelu ja markkinointi. Jyväskylä: Avaintulos Oy.

Lecklin, Olli 1999. Laatu yrityksen menestystekijänä. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Lehtonen, Marja 2010. Hotellin asiakastyytyväisyyden kehittäminen. Laurea-ammattikorkeakoulu. Hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohdon koulutusohjelma. Opinnäytetyö.

Lämsä, Anna-Maija & Uusitalo, Outi 2002. Palvelujen markkinointi esimiestyön haasteena. Helsinki: Edita.

Pakkanen, Riitta, Korkeamäki, Anne & Kiiras, Anne 2009. Palvelun taitajaksi. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy.

Rope, Timo 2000. Suuri markkinointikirja. Helsinki: Kauppakaari Oyj.

Salmela, Tuula 1997. Asiakaspalautteen haaste: menetelmiä ja esimerkkejä. Stakes. Oppaita 32. Helsinki: Stakes.

Tuomi, Jouni & Saravärvi, Anneli 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.

Tuominen, Carita & Lillrank, Paul 2000. Laatukäsitykset suomalaisissa yrityksissä. Kauppa- ja teollisuusministeriön tutkimuksia ja raportteja. Teknologiaosasto. Helsinki: OY EDITA AB.

Valli, Raine 2001. Johdatus tilastolliseen tutkimukseen. Jyväskylä: Gummerus.

Verhelä, Pauli & Lackman, Pekka 2003. Matkailun ohjelmapalvelut: matkailuelämyksen tuottaminen ja toteuttaminen. Porvoo: WSOY.

Vähähyppä, Keijo 2011. Pia Behm EasyHolidayn kehitysjohtajaksi. Itä-Savo 26.11.2011, 7.

Ylikoski, Tuire 2001. Unohtuiko asiakas? Keuruu: Otava.

Zeithaml, Valaria A. & Bitner, Mary Jo 1996. Services marketing. New York: McGraw-Hill.

ASIAKASPALAUTE

Arvoisa Asiakkaamme,

Olemme tehneet kuluneen vuoden aikana paljon monenlaista kehitystyötä Punkaharjun Lomakeskuksessa. Mökkejä ja huoltotiloja on kunnostettu ja kaunistettu, Paviljonki – ravintolamme on jo avattu kesäkuussa ja lisäksi olemme panostaneet Lomakeskuksen palveluihin ja asiakaspalvelumme laatuun. Tavoite on korkealla ja sen saavuttamiseksi tarvitsemme teidän mielipiteitäne. Risut ja ruusut ovat enemmän kuin tervetulleita ja toivomme, että voisitte käyttää hetken niiden antamiseen.

Täytetyn lomakkeen voitte jättää lähtiessänne joko loma-asuntoon tai Lomakeskuksen vastaanoton postilaatikkoon.

Kiitos vastauksistanne!

1. Milloin majoituitte Punkaharjun Lomakeskuksessa?

___ / ___ 2011 - ___ / ___ 2011

2. Mikä on tämän hetkinen asuinseutunne?

- Pääkaupunkiseutu Itä-Suomi Länsi-Suomi Keski-Suomi Lappi

3. Mistä saitte tiedon Punkaharjun Lomakeskuksesta?

- Lehtimainoksesta Ystävältä / tuttavalta Suoramarkkinoinnista
 Internetistä, mistä? _____
 Matkailuneuvonnasta tai – infosta, mistä? _____
 Muualta, mistä? _____

4. Miten varasitte majoituksen?

- Sähköpostitse Puhelimitse Paikan päällä
 Verkkokaupasta, mistä? _____

5. Missä majoitutte?

- Teltassa tai matkailuautossa Leirintämökissä Saunamökissä
 Tuunaantuvassa Pankkotuvassa Aurinkorinteellä

6. Kenen kanssa olette lomalla?

- Perheen kanssa Ystävien kanssa Puolison kanssa Yksin

7. Millainen sää Punkaharjulla oli lomanne aikana?

-      

8. Kuinka onnistuimme palvelemaan teitä?

Vastatkaa vain sen henkilökunnan osalta, jonka kanssa olette asioineet.
(5 = erinomainen, 4 = kiitettävä, 3 = hyvä, 2 = tyydyttävä, 1 = huono)

	5	4	3	2	1
Vastaanottohenkilökunnan palvelualttius	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vastaanottohenkilökunnan ystävällisyys	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kesämaan henkilökunnan palvelualttius	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kesämaan henkilökunnan ystävällisyys	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Paviljongin henkilökunnan palvelualttius	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Paviljongin henkilökunnan ystävällisyys	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Siivous- ja huoltohenkilökunnan palvelualttius	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Siivous- ja huoltohenkilökunnan huolellisuus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. Kuinka tyytyväinen olitte tiloihimme?

Vastatkaa vain niiden tilojen osalta, joissa olette asioineet.
(5 = erinomainen, 4 = kiitettävä, 3 = hyvä, 2 = tyydyttävä, 1 = huono)

	5	4	3	2	1
Loma-asuntonne kunto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Loma-asuntonne varustelutaso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kesämaan viihtyisyys	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kesämaan toimivuus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kesämaan ravintola	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ravintola Paviljongin viihtyisyys	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ravintola Paviljongin ruokalista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Matkailualueen yleinen siisteys	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Matkailualueen yleinen viihtyisyys	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Mikä mielestänne toimii jo hyvin Punkaharjun Lomakeskuksessa?

11. Mihin meidän mielestänne tulisi panostaa tulevaisuudessa?

12. Lomailisitteko uudelleen Punkaharjun Lomakeskuksessa?
 Kyllä

 En, miksi?

Kiitos palautteestanne!

Avoimet kysymykset ja niiden vastaukset

Mikä mielestänne toimii jo hyvin Punkaharjun Lomakeskuksessa?

- Tänne oli helppo tulla ja mökin sai ”paikan päältä”. Mökki oli siisti, etenkin WC, suihku ja sauna.
- Mökki oli siisti ja paikat kunnossa.
- Yleistaso hyvä, palveluvalikoima runsas
- Vastaanotto
- Toimivuus yleisesti
- Palvelu ystävällistä ja hyvää, monipuoliset palvelut, majoitus tosi monipuolista, rauhallinen ympäristö
- Kaikki täyttää hienosti varsinkin lapsiperheiden tarpeet
- Pienellä alueella paljon tekemistä, katseltavaa ja lapsiperheille sopivaa toimintaa, uudistettu Paviljonki on hieno
- Monipuoliset majoitusmahdollisuudet, siisteys
- Henkilökunnan palvelu sujuvaa. Uusi ravintola on hieno.
- Henkilökunnan joustavuus vastaanotossa. Pääsimme mökkiimme jo päivällä klo 12.00 jälkeen heti. ☺
- Vaunun paikoitus oli helppo
- Kaikki perusasiat. Viihtyisä, rauhallinen paikka.
- Enimmäkseen kaikki toimii hyvin. Varaustilanne näkyi keskinäisverkossa erinomaisen reaaliaikaisena.
- Ravintola Paviljonki
- KAIKKI!!!
- Kaikkialle lyhyt etäisyys, kivoja juttuja, palvelut löytyy
- Ei pahoja jonoja
- Paha viemärin haju on vähentynyt
- Kesämaa ja majoitus vierekkäin, lomakeskuksessa on sekä lapsille että aikuisille aktiviteetteja
- Vastaanottohenkilöstö
- Paviljonki on uusi ja tuo elävän musiikin mahdollisuuden, lyhyt matka ulkoilureiteille, Retrettiin sekä laivaristeilymahdollisuus. Vastaanoton palvelut toimivat.
- Lapsille ja nuorille on tekemistä

Avoimet kysymykset ja niiden vastaukset

Mihin meidän mielestänne tulisi panostaa tulevaisuudessa?

- Mökissä ei ollut puhdistusaineita, millä olisi loppusiivouksen kunnolla hoitanut. (Löytyi siivouskaapista imurilaatikon takaa, HYVÄ JUTTU!) Kaipasin myös laimentamatonta tiskiainetta ja tiskiharjaa. Myös astioita voisi uudistaa ja varsinkin juomalaseja voisi olla enemmän. Muurahaisia keittiössä oli yök.
- Terassi olisi voinut olla siivotumpi, kun joka paikka oli siitepölyssä. Ei tehnyt mieli olla terassilla, eikä itse jaksanut siivota.
- Yleiset grillipaikat (2) vähän siistimmäksi
- Siisteyteen, suihkut (käsisuihkulla myös), opasteet esim. meidän mökinumeroihin puutteelliset, vähän liian paljon ryteikköä mökin edessä
- Yleisten WC-tilojen siisteys ja hajuhaittojen poisto, yleisten saunatilojen yksityisvaraukset eivät ole reiluja eikä asiallisia
- WC ja suihkutilojen siisteyteen (peskää ikkunat!), saunan edessä olevat siniset wc pömpelit pois, Hirveä siivo ja haju! pilaa maisemat
- Saniteettitiloihin hyllyjä lavuaarin yläpuolelle ja suihkukoppeihin
- Hieman mökkien ympäriltä heinän leikkausta (nyt se sinänsä haitannut mutta jos olisi satanut olisi heinät kasteleet lomalla ei noita vaatteita niin saa kuivaksi)
- Saunamökkien pintojen kunnostus, yksityiskohtien kunnossapito (esim. ensimmäinen havainto mökistä, hyttysverkon repeymä korjattu saunapefletillä ja lastenlaastarilla - karseaa!). Paviljongin viereinen lasten kiipeilyteline rikki, puupuomi irronnut -> pienille lapsille (hengen)vaarallinen tiputus -> leikkitelineden oltava aina turvallisia!!
- Puuhamaan monipuolistamiseen
- Kiukaassa oli liian vähän kiviä, pyyhkeenkuvain polttavan kuuma
- Mökkien kuntoon, pitää paikat kunnossa
- Mökkien vierustoilta jos voisi kaivaa kiviä pois. Kolhivat autonpohjia ☹
- Huoltorakennuksissa tulisi lisätä wc- ja suihkutilojen määrää ja lämpimän veden saatavuutta. Astioiden tiskauspisteissä tulisi saada edes lämmintä vettä!
- Mökin astiasto erittäin puutteellinen
- Sähköpisteiden paikat, huolto/wc/keittiö tilat paremmiksi, näkyvä ja haisee
- Mökkien remontointiin

Avoimet kysymykset ja niiden vastaukset

- Koiria ei saisi päästää alueelle. Ne häiritsevät räksytyksellään, kuseksivat puiden ympärykset hajuisiksi. Etenkään mökkeihin sisälle ei saa koria päästää. Kuuma kuivausteline pesuhuoneessa ahtaassa paikassa on vaarallinen.
- Ohjeistukseen. Hiljaisuus? Pitääkö mökki siivota itse? Jostain kauempaa kuuluva musiikin jumputus häiritsi illalla nukkumaan mennessä...
- Antakaa lomakeskuksen olla niin kuin se on. Ei mitään Disneylandia!!
- Meiltä puuttui saunan käyttöohje, istuimme kylmässä saunassa, pyynnöstä saimme ohjeet. Jääkaapista puuttui pakastelokero, jatkomatkalta eväät kylmään.
- Tupien viereisiin grillipaikkoihin. Esim. Pankkotupa 73:n viereinen grillipaikka oli sotkuinen tullessamme ja grilli oli rikki.
- Saunamökin lattiakaivon toimivuus - vesi jää seisomaan lattialle, uimarantaa voisi kohentaa, lasten kiipeilyteline!
- Nettisivuihin (esim. mökkien paikat), opasteet pieniä ja epäselviä. Mökissä kakkaa pesuhuoneen lattialla, astiasto vajavainen (pieni kattila puuttuu), leivänpaahdin puuttuu, terassi epäsiisti ja likainen. Muuten ihanat puitteet!
- Paviljongin musiikki = karaoke kuuluu liian kovaa, hankaloitti nukkumista. Paviljonki voisi mennä aikaisemmin kiinni tai musiikki hiljaisemmalle. Kiitos.
- Hiihtolatuihin talvitapahtumiin eli ympärivuotiseen toimintaan ja palveluihin ja että sokeritoukat pysyy poissa, mökkien kunnossapitoon. Hyvä kahvila puuttuu (siis joka on vaan kahvila eikä myös bubi)
- Mökin kuntoon mm. pesutilat homevaurio, ilmanvaihto nykyajan tasolle
- Pakastinlokero jääkaapissa olisi kiva juttu kesällä.
- Tuunaantuvan terassin lattiarat liian suuret -> tavarat tippuivat terassin alle (rahaa, koru). Paviljongissa huono liikkuu rattaiden kanssa kassalle, pitkät jonot.
- Ravintolan lasten annoksiin muutakin kuin nakkeja ja hampurilaisia. paljon lihavia lapsia. Hiustenkuivaajat? Televisio pätkii
- Siivous, wc käsipyyhkeet puuttuu, samoin pesuaineet, kaamea viemäreiden haju pesu- ja wc-tilojen lähistöllä. Alueen tiestöt surkeassa kunnossa. Kokonaisuus ei täytä nykyajan vaatimuksia, tähdet pois.
- WC- ja suihkutilojen jatkuvaan siisteyteen, juomavesipisteitä lisää. Ylipäättään siisteyteen pitäisi satsata lisää.
- Illalla voisi olla tanssia useammin viikollakin, pyyhkeitä mökkeihin mm. käsipyyhkeitä, grillipaikkoja enemmän ja puita takkaan

Avoimet kysymykset ja niiden vastaukset

Lomailisitteko uudelleen Punkaharjun Lomakeskuksessa?

En, miksi?:

- WC - ja suihkutilat eivät houkuttele, vesipisteet liian kaukana - sutuista
- Sottaista. Terveys on tärkeämpi.
- Alueelle on ensin saatava kielto koirille

Kyllä:

- Ihana luonto
- Hienot rannat, väljyyttä, rauhallinen paikka, kaikkea on saatavilla, kappale kauneinta Suomea 😊
- Jos joskus täälläpäin liikutaan. Kiitos 😊