

# MERISSET Oy:n asiakastyytyväisyyskysely

LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU  
Matkailun ala  
Matkailun koulutusohjelma  
Elämysmatkailu ja tapahtuma- ja kokousmatkailu  
Opinnäytetyö  
Syksy 2010  
Heli Hietala & Noora Mikkonen

Lahden ammattikorkeakoulu  
Matkailun koulutusohjelma

HIETALA, HELI & MIKKONEN, NOORA: MeriSet Oy  
Asiakastyytyväisyyskysely

Elämys-, tapahtuma- sekä kokousmatkailun opinnäytetyö, 49 sivua, 5 liitesivua

Syksy 2010

## TIIVISTELMÄ

---

Opinnäytetyön aiheena oli toteuttaa asiakastyytyväisyyskysely vesiliikennöitsijä MeriSet Oy:lle. Yrityksen toiminta kattaa tilaus- sekä reittiliikennepalvelut Itäisellä Suomenlahdella. Opinnäytetyön tarkoituksena oli kartoittaa mahdollisia kehittämiskohteita reittiliikenteen palveluihin. Tutkimuksen kohderyhmä koostui ennalta segmentoiduista Hamina–Tammio -välin vakioasiakkaista. Tutkimuksen ulkopuolelle jätettiin satunnaiset reittiliikenteen matkustajat sekä risteilyliikenteen asiakkaat.

Opinnäytetyön viitekehyksessä tarkastellaan asiakastyytyväisyyden, laadun, laivaliikenteen sekä palvelun perusteita. Tutkimusmenetelmänä on käytetty kvantitatiivista tutkimusta, jossa on hyödynnetty kyselylomaketta tutkimuksen apuna. Kyselylomake koostui strukturoiduista sekä avoimista kysymyksistä. Kvantitatiivisen tutkimuksen tukena käytettiin myös kvalitatiivista havainnointimenetelmää, jonka avulla saatiin selville mahdollisten ympäristötekijöiden vaikutuksia tutkimustulokseen.

Tutkimustuloksista kävi ilmi, että asiakassegmentti oli pääosin tyytyväinen MeriSet Oy:n reittiliikennepalveluihin. Vastaajat kokivat henkilökunnan ammattitaidon hyväksi ja kehittämiskohteita löytyi pääosin vain palvelutuotteiden laadusta, aikatauluista sekä reittiliikenteen lähtöpaikasta. Vastaajat saivat vapaasti ehdottaa kehittämiskohteita, joiden pohjalta on suunniteltu kehittämistoimenpiteitä.

Tutkimuksen pohjalta tehtyjen johtopäätösten avulla voidaan todeta, että ulkoiset tekijät eivät tässä tutkimuksessa vaikuttaneet vastaajien asenteisiin ja mielipiteisiin. Asiakkaat eivät välttämättä halua suuria muutoksia toimintaan, joka on jatkunut samankaltaisena jo vuosia. Näin ollen kyselylomakkeissa esille tuodut kehittämiskohteet koskivat ainoastaan pieniä yksityiskohtia.

Opinnäytetyö antoi vastauksen tutkimusongelmaan. Tutkimusta on mahdollista jalostaa tulevaisuudessa uusimalla tutkimus täysin samanlaisena tai tekemällä pieniä muutoksia.

Avainsanat: asiakastyytyväisyys, laatu, laivaliikenne, palvelu

Lahti University of Applied Sciences  
Degree Programme in Tourism Management

HIETALA, HELI & MIKKONEN, NOORA: MeriSet Ltd  
Customer satisfaction survey

Bachelor's Thesis in soft adventure tourism and MICE Tourism, 49 pages, 5 appendices

Autumn 2010

## ABSTRACT

---

The aim of this thesis was to execute a customer satisfaction survey for the waterborne transport provider, MeriSet Ltd. The business idea of the company is to provide charter and regular traffic service in the Eastern Gulf of Finland. The main idea of this thesis was to survey the potential development of the regular transport service. The target group consisted of regular customers between Hamina and Tammio. The occasional and charter cruise passengers were not included in this study.

In this context is being handled the basics of customer service, quality, ship traffic and service. As a research method it has been used quantitative research in which we have utilized a questionnaire. The questionnaire consisted of structured and open questions. In this survey it has also been used observation that helped us to survey the possible effects of environmental factors.

The results showed that the customers were for the most part satisfied with the regular transport services of MeriSet Ltd. The respondents felt that the professional skills of the personnel were good and there were only a few things that needed improvement. Those were the quality of service products, timetables and the departure harbor. The respondents were able to suggest development targets which have been used as a basis for operational development.

As a conclusion of the survey it can be said that the exterior factors did not affect the attitudes and opinions of the respondents in this survey. We also came to a conclusion that the customers do not necessarily want any big changes in the operation that has continued the same for years. Because of this, the development targets concerned only small details.

The thesis gave an answer to the research problem. It is possible to refine and continue this survey in the future.

Key words: customer satisfaction, quality, ship traffic, service

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
1.1	Opinnäytetyön tutkimusongelma ja rajaus	1
1.2	Tutkimuksen toteuttaminen	2
1.3	Keskeiset käsitteet	2
2	TOIMEKSIANTAJAN ESITTELY	3
2.1	Reittiliikenne	5
2.2	Tammion saari	6
2.3	Kilpailijatilanne	7
2.4	Ympäristönäkökulma	8
3	LAIVALIIKENNE	8
3.1	Yleiskuvaus Suomen laivaliikenteestä	9
3.2	Laivaliikenteen haasteet	10
3.3	Laivaliikenteen tulevaisuus	11
4	ASIAKASTYYTYVÄISYYS	12
4.1	Tyytyväisen asiakkaan merkitys yritykselle	13
4.2	Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät	14
4.3	Asiakastyytyväisyystutkimus ja mittaustavat	15
5	PALVELU	17
5.1	Palvelun ominaisuudet	18
5.2	Palvelujen eri luokat	18
5.3	Ydinpalvelu, sitä avustavat palvelut sekä tukipalvelut	19
6	LAATU	20
6.1	Laadun ominaisuudet	20
6.2	Laadun ulottuvuudet palvelussa	22
7	TUTKIMUSMENETELMÄ	25
7.1	Tutkimuksen luotettavuus ja pätevyys	26
7.2	Tutkimuksessa käytettävät mitta-asteikot	27
7.3	Kyselylomakkeen laatiminen	28
7.4	Oman tutkimuslomakkeen laatiminen	29

8	TUTKIMUSTULOKSET	30
8.1	Vastaajien yleistiedot	30
8.2	Risteily	33
8.3	Omat kehitysehdotukset	38
8.4	Jatkotutkimusehdotukset	39
9	YHTEENVETO	41
9.1	Tutkimuksen toteutus	41
9.2	Tutkimuksen keskeiset tulokset ja johtopäätökset	42
9.3	Oman tutkimuksemme luotettavuus sekä pätevyys	43
9.4	Oma arviointi	43
	LÄHTEET	46
	LIITTEET	50

# 1 JOHDANTO

Opinnäytetyömme aiheena oli tehdä asiakastyytyväisyystutkimus risteilyliikennöitsijälle. Toimeksiantaja oli kotkalainen MeriSet Oy. Yritykselle ei ole aikaisemmin tehty asiakastyytyväisyystutkimusta, jonka vuoksi MeriSet Oy halusi saada tietää, kuinka toimintaa voitaisiin mahdollisesti kehittää. Opinnäytetyön aikaan toinen tutkimuksen tekijöistä, Noora Mikkonen, työskenteli yrityksessä.

MeriSet Oy halusi erityisesti tutkia asiakastyytyväisyyttä reittiliikennevuorolla Hamina–Tammio. Reitin käyttäjinä toimivat pääasiassa Tammion saaren kesäasukkaat. Reittiliikenneaikataulut, lähtösatamat ja kaikki matkan aikana käytetyt palvelut ovat pysyneet samoina jo vuosia. Yritys halusikin nyt siis asiakkaiden mielipiteen siitä, kuinka palvelutarjontaa voitaisiin uudistaa. Suurin osa tämän reittiliikenteen käyttäjistä on kulkenut jo vuosia Vikla-alusten mukana, joten heille on syntynyt kattava kuva palvelutarjonnasta.

## 1.1 Opinnäytetyön tutkimusongelma ja rajaus

Tutkimuskysymyksen olimme muotoilleet seuraavasti: Mitä kehitettävää palvelussa on? Tämä kysymys kattoi kaikki palveluympäristössä tapahtuvat toiminnot: aikataulut, lähtösataman, henkilökunnan ammattitaidon, palveluympäristön sekä kahvion palvelut.

Käsitlemme tässä opinnäytetyössä ainoastaan Hamina–Tammio -välistä reittiliikennettä. Emme keskity satunnaisiin reittiliikenteen käyttäjiin, vaan olemme halunneet nimenomaan tietoa ja mielipiteitä asiakkailta, jotka käyttävät reittiliikennettä säännöllisesti. Tavoitteena on saada tutkimustuloksia pidemmältä aikaväliltä, jolloin tutkimuksen luotettavuus on suurempi ja palvelukokonaisuutta on helpompi kehittää eteenpäin.

## 1.2 Tutkimuksen toteuttaminen

Opinnäytetyössämme käytimme tutkimusmenetelmänä kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää. Käytimme tarvittavien tietojen saamiseksi kyselylomaketta, joka koostui sekä strukturoiduista että avoimista kysymyksistä. Yritys toivoi, että avoimia kysymyksiä olisi enemmän, koska sanallinen palaute on rikkaampaa kuin valmiiksi annettujen vastauksien palaute. Kyselylomake jaettiin asiakkaille kesällä 2010 matkanteon aikana. Koska toinen meistä työskenteli yrityksessä, osasimme kohdistaa kyselylomakkeen juuri oikeille ihmisille, koostuihan kohderyhmä tutuista asiakkaista.

Koimme tämän tutkimustavan oikeaksi, koska yrityksellä ei ollut asiakasrekisteriä reittiliikenneasiakkaista. Tästä johtuen sähköpostikyselyn lähettäminen oli mahdollonta. Kyselylomakkeen täyttäminen siinä palveluympäristössä, josta kysely tehtiin, oli myös varmasti asiakkaiden kannalta helpompaa, koska palvelut olivat samaan aikaan nähtävillä. Otoksen suuruudeksi suunnittelimme 50–100 vastausta. Olimme yrityksen edustajien kanssa päättäneet, että kaikkien vastaajien kesken arvotaan esimerkiksi ilmaisia matkalippuja, jotka toimivat samalla kannusteena vastaamiselle.

## 1.3 Keskeiset käsitteet

Opinnäytetyön keskeiset käsitteet ovat asiakastyytyväisyys, palvelu sekä laatu. Asiakastyytyväisyys määräytyy asiakkaan odotusten, tarpeiden ja koetun palvelun mukaan. Se on yrityksen toiminnan lähtökohta, koska ilman asiakkaita yrityksellä ei ole syytä toimia.

Asiakastyytyväisyyskäsite voidaan tiivistää seuraavaan muotoon: asiakkaan kokema laatu verrattuna tarpeisiin sekä odotuksiin. Palvelu on aikaan sidottu ja aiheeton prosessi, jonka osapuolet ovat asiakaspalvelija ja asiakas. Palvelun tunnusmerkki on se, että se tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti. Se voi tapahtua joko välittömästi tai välillisesti. Se on myös ainutlaatuinen kokemus, sitä ei voi toistaa samanlaisena kahta kertaa. (Bergström & Leppänen 2009, 485.)

Laatu kuvastaa sitä, kuinka hyvin koettu palvelu vastaa asiakkaan odotuksia ja tarpeita. Laatu on monipuolinen kokonaisuus, jonka osa-alueita ovat esimerkiksi saatavuus, hinta-laatusuhde sekä henkilökunnan palvelualltius. Sitä voidaan mitata eri tavoin esimerkiksi asiakastyytyväisyyskyselyillä sekä analyyseillä. (Lecklin 2006, 20.)

## 2 TOIMEKSIANTAJAN ESITTELY

Kotkalainen yritys MeriSet Oy tarjoaa asiakkailleen monipuolisia risteilyjä Itäisellä Suomenlahdella. Yrityksen toiminta koostuu kolmenlaisista risteilyistä, joita ovat tilaus-, yleisö- ja reittiliikennesteilyt. Yrityksellä on kolme Vikla-alusta (m/s Vikla I, Vikla II ja Vikla III). Kaikissa aluksissa on kahvio ja lisäksi Vikla I:llä on C-anniskeluoikeudet ja kahdella muulla aluksella täydet eli A-anniskeluoikeudet. (MeriSet 2010 c.)

Yhteistyössä MeriSet Oy:n kanssa asiakas voi suunnitella itse haluamansa risteilykokonaisuuden. Asiakas voi vaikuttaa risteilyn ajankohtaan, matkakohteeseen sekä palveluihin haluamallaan tavalla. MeriSet Oy on luonut valmiita tilausristeilypaketteja, ja tällä hetkellä tarjonta koostuu seuraavista: Päivä saaristossa, Hetki merellä, Ruudinsavua Ruotsinsalmessa, Juha Vainion lauluristeily, Jaksaa tykyttää ja Merirosvoristeily. (MeriSet 2010 d.)

MeriSet Oy:n yleisöristeilylle voi tulla yksin tai yhdessä ystävien kanssa, etukäteisvarauksella tai ilman. Yleisöristeilyt lähtevät sekä Kotkasta että Haminasta. Kesällä 2009 ohjelmistoon kuuluivat Arktinen linturetki, Kotkan meripäivät, Ranskalainen ilta, La-Lai-La, Ulkotammio, Tammion kalastajakylä, Juhannusristeilyt ja Merirosvoristeilyt. (MeriSet 2010 e.)



Yrityksen omistajat Kari ja Jaana Auvinen toimivat organisaation johtajina ja vastaavat yritystoiminnasta. Kari Auvinen toimii lisäksi alusten kuljettajana. Muita kuljettajia ovat Sami Lehtinen, Kalle Piensoho ja Tapani Liikanen. Kuljettajien vastuulla on aluksen ohjaamisen lisäksi opastus. Muun laivahenkilökunnan muodostavat Noora Mikkonen ja Sini Rantala. Lisäksi yritys käyttää tarvittaessa vakituisia ekstraajia. Muun laivahenkilökunnan työtehtäviin kuuluvat kaikki muu paitsi aluksen ohjaaminen ja opastus, kuten kahviossa työskentely. (Auvinen 2010.)

Saadakseen oikeuden toimia aluksen kuljettajana henkilön tulee olla täysi-ikäinen. Lisäksi vaaditaan koulutus kotimaanliikenteen laivuriksi sekä meripalvelua kahdeksan kuukauden ajan kansiosastossa. Täytettyään nämä kriteerit henkilö saa kotimaanliikenteen laivurin pätevyyden, joka on voimassa toistaiseksi. (Trafi.)

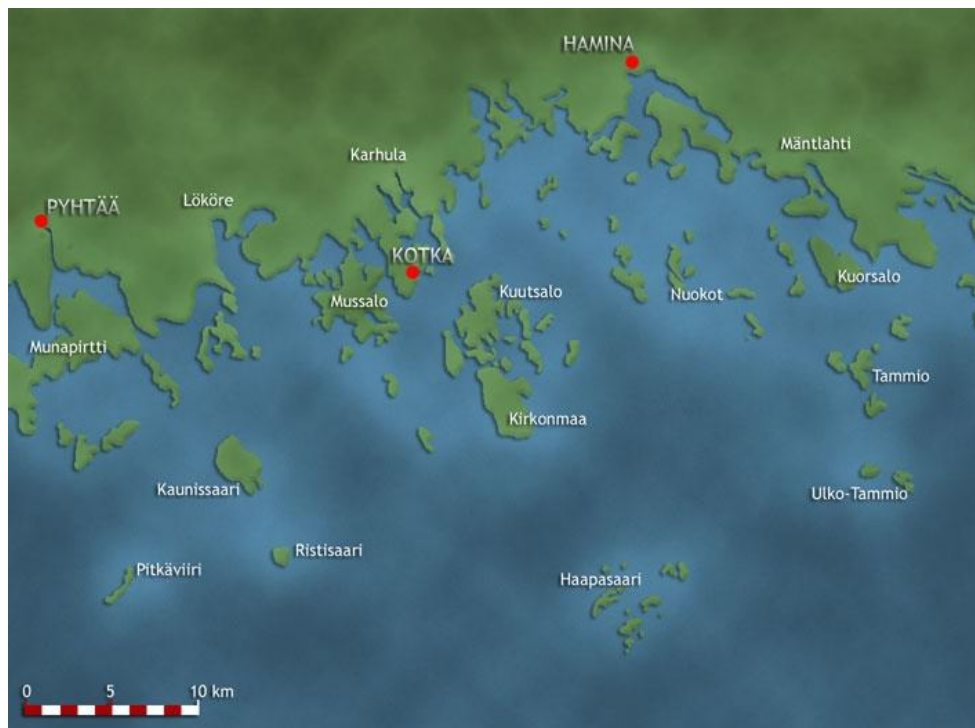
MeriSet Oy huomioi liikuntarajoitteiset matkustajat tarjoamalla matkustuspaikkoja ja laivan ohjaamosta. Vikla III:n alamatkanamossa on liikuteltavat pöydät, joita voidaan siirtää tarvittaessa. Aluksilla ei ole käytössä liuskoja tilanpuutteen vuoksi, vaan alusten henkilökunta auttaa liikuntarajoitteisia nostamalla heidät laivaan. Wc-tilat ovat ahtaat esimerkiksi pyörätuolilla matkustaville, joten henkilökunnan täytyy nostaa asiakkaat wc:hen. (Auvinen 2010.)

Jokaiseen Vikla-alukseen otetaan kerralla ainoastaan sen verran matkustajia kuin on pelastusliivejä sekä matkustuspaikkoja. Yleisen turvallisuuden lisäksi yritys panostaa turvallisuustekijöihin kouluttamalla työntekijöitä säännöllisin väliajoin. Laivahenkilökunnan koulutusvaatimuksena tulee olla kansimiehen pätevyys, joka suoritetaan yrityksen johdon koulutuksella. Lisäksi henkilökunnalla tulee olla voimassa oleva ensiapukoulutus. Aluksilla on myös pakolliset pelastuslautat hätätilanteiden varalta. Pelastusliivit on sijoitettu aluksiin pelastusliivikylttien alle. Kapteeni antaa varoituksia kovasta merenkäynnistä sekä yleisiä turvallisuusohjeita. Rantaa lähestyttäessä kapteeni pyytää matkustajia asettumaan aloilleen, kunnes laiva on kiinnitetty satamaan. Näin vältetään henkilövahingoilta. (Auvinen 2010.)

Tässä tutkimuksessa keskityimme tutkimaan ainoastaan Hamina–Tammio -välin reittiliikennettä säännöllisesti käyttäviä matkustajia. Ulkopuolelle jäivät yrityksen tilausliikennepalveluja sekä reittiliikennettä satunnaisesti käyttävät asiakkaat.

## 2.1 Reittiliikenne

Reittiliikenne kulkee alkukesästä (toukokuu–kesäkuun alku) ja loppukesästä (elokuu) reittiä Hamina–Tammio–Hamina. Juhannusviikosta alkaen elokuun alkuun reitti kulkee väliä Hamina–Tammio–Ulko-Tammio–Tammio–Hamina. Reittiliikenteen lähtöpaikka on Haminan Tervasaari. (MeriSet 2010 a.) Alla olevassa kartassa on esitetty saaristo ja reittiliikenteen kohteet.



Kuvio 1. Kartta saaristosta (MeriSet 2010 b).

Hamina–Tammio -reittiä käyttävät pääsääntöisesti Tammion kesäasukkaat. Suurin osa Kotkan ja Haminan seudulla asuvista mökkiläisistä kulkee saarelle omilla veneillään, mutta kauempaa, kuten pääkaupunkiseudulta, tulevat kesäasukkaat hyödyntävät reittiliikennettä. Kesäasukkaat käyttävät reittiliikennettä sen helppouden ja turvallisuuden takia. Etuna on myös se, ettei reittiliikenteen vuorolle

tarvitse ilmoittautua etukäteen eikä ole huolta venepaikoista ja -maksuista. (Auvinen 2010.)

Vuonna 2010 yhdensuuntaisen lipun hinta Hamina–Tammio -välillä oli aikuisilta yhdeksän euroa ja lapsilta neljä euroa. Asiakkaat, jotka palasivat takaisin lähtöpaikkaan samana päivänä, hieman edullisempi vaihtoehto oli menopaluulippu, joka maksoi aikuiselta 17 euroa ja lapselta 8 euroa. Ulkotammion menopaluu lipun hinta oli vuonna 2010 aikuiselta 20 euroa ja lapselta 10 euroa. (MeriSet 2010 a.)

Tammion saarella ei ole kauppaa, josta asukkaat voivat ostaa ruokatarvikkeita. Tämän vuoksi on tehty sopimus, jonka mukaan asukkaat tilaavat ruokatarvikkeensa haminalaisesta kaupasta, joka toimittaa tilaukset veneelle ja vene puolestaan kuljettaa tavarat saarelle pientä maksua vastaan. Asukkaat voivat käyttää venettä myös muun tavaran kuljetukseen. (Auvinen 2010.)

## 2.2 Tammion saari

Tammio sijaitsee Haminassa Suomenlahden rannikolla, noin 22 kilometriä Tervasaaren satamasta (Haminan kaupunki). Saari on hyvin säilynyt saaristomerikokoinaisuus, jolla on paljon historiallista ja kulttuurista arvoa. 1900-luvun alussa saarella toimi kansakoulu, jossa opiskelivat saarella asuvat lapset. Entisaikaan saari oli ympärivuotisesti asuttu, mutta nykyään asutus keskittyy lähinnä kesään. Saaren nykyisen rakenteen muodostavat pääosin mökit, joita alueella on paljon. (Ympäristö.fi 2005.)

MeriSet Oy:n Vikla-alukset toimivat asukkaiden kokoontumispaikkana, sillä saarella ei ole erillisiä tapaamispaikkoja. Kun Vikla saapuu satamaan, kalliolla odottaa joukko ihmisiä, jotka tulevat viettämään iltaa veneelle. Näin MeriSet Oy hyötyy taloudellisesti siitä, että veneet viipyvät Tammiassa noin tunnin, ennen kuin matka jatkuu. (Auvinen 2010.)

### 2.3 Kilpailijatilanne

Toimeksiantajallamme ei ole kilpailijoita Hamina–Tammio -reittiliikenteessä, minkä ansiosta sillä on käytännössä monopoli-asema tällä sektorilla. Sen sijaan Kotka–Hamina -seudun tilausliikenteessä toimii useita vesiliikenneyrityksiä, joiden kanssa MeriSet Oy kilpailee asiakkaista. Kilpailevia yrityksiä ovat esimerkiksi Metsolan merimatkat sekä Saaristoliikenne Jonmar (Tilausristeilyjä ja vuokra-veneitä 2010).

Moni pääkaupunkiseudun asiakkaista ei välttämättä ole tietoinen Itäisen Suomenlahden monipuolisista matkustusmahdollisuuksista. Tämän vuoksi he saattavat mieluummin suunnata matkansa esimerkiksi Hankoon, joka on merkittävä matkailukaupunki. Etäisyydet Helsinki–Hanko ja Helsinki–Hamina-väleillä ovat lähes samat, joten ajallisesti matkustamisella Helsingistä Hankoon tai Haminaan ei ole suurta eroa.

Pystyäkseen vastaamaan kilpailuun MeriSet Oy:n täytyy erottua muista yrityksistä. Asiakkaiden mukaan yleinen siisteys, henkilökunnan palveluhenkisyys sekä asiakkaista huolehtiminen ovat yrityksen kulmakiviä. Muuttuvassa ympäristössä yrityksen tulee jatkuvasti kehittää toimintaa, jotta se pysyy tulevaisuudessakin kilpailukykyisenä.

Tutkimme muita yhteysalusliikennöitsijöitä, joista varsinkin Utöhön liikennöivä Eivor on yksi kilpailija. Saaristomerellä sijaitsevalle Utölle liikennöivä yhteysalus Eivor tarjoaa monipuolisia palveluja, kuten ruokailun sekä lepotilat. Matka Pärnäisestä Utöön kestää neljä tuntia, mikä on enemmän kuin Hamina–Tammio -väli. (Utö 2010.) Aluksella on Café Nestor, josta asiakkailla on mahdollista ostaa lounasta sekä pientä suolaista ja makeaa syötävää. Aluksella on lisäksi A-oikeudet. Kahvilassa on myös mahdollisuus lepoon, sillä verhojen takana on kerrossänkyjä. (Rosita 2006–2008.) Kahvilapalveluiden osalta Café Nestorin palvelut eivät poikkea suuresti Viklan palveluista. Huomionarvoinen seikka on alusten kokoero, sillä Eivor on suurempi alus kuin yksikään Vikloista.

## 2.4 Ympäristönäkökulma

Nykypäivänä ympäristöstä huolehtiminen on ihmisille tärkeää. Ympäristöosaamisen merkitys näkyy sekä yksityisten ihmisten arjessa että yritystoiminnassa. Jotta yritys voi saavuttaa arvostetun aseman, tulee sen panostaa ympäristönäkökulmaan monipuolisesti. Tämä käsittää muun muassa jätteiden lajittelun, materiaalien uusintakäytön sekä lähituottajien raaka-aineiden hyödyntämisen.

MeriSet Oy ei markkinoidessaan palveluita suoranaisesti tuo esille ympäristönäkökulmaansa, kuten esimerkiksi Silja Line (Tallink Silja Oy). Aluksilla käytetään pääasiassa pahvista ja muovista valmistettuja astioita, jotka voidaan hävittää polttamalla. Tilausmatkoilla lounastettaessa käytetään keraamisia astioita. Biojätettä syntyy erittäin vähän, mikäli ollenkaan. Mikäli biojätettä muodostuu, se laitetaan kaatopaikkajätteeseen. Lisäksi yritys panostaa kierrättämiseen ja esimerkiksi tyhjät lasi- ja muovipullot kierrätetään. (Auvinen 2010.)

Vikla-aluksilla on käytössä yhteensä viisi vesi wc:tä, joissa on käytössä septitankit eli jätesäiliöt (Auvinen 2010). Ne tyhjennetään säännöllisin väliajoin, minkä ansiosta jäte ei päädy vesistöön. Septitankit tulivat pakollisiksi vuonna 2005 kaikkiin aluksiin, joissa on vesi wc (Augustin Oy Innoset Venepalvelu).

Aluksilla on tarjolla lohileipiä, joissa käytettävä lohi ostetaan lähialueen tuottajilta. Sen sijaan muut raaka-aineet, kuten salaatti ja leivät, ostetaan tukkumyynnistä. Ostamalla raaka-aineita lähialueen tuottajilta yritys tukee paikallista tuotantoa. (Auvinen 2010.)

## 3 LAIVALIIKENNE

Yhteysalusliikenteen historia Suomessa ulottuu aina 1850-luvulle, jolloin perustettiin ensimmäiset varustamot. Liikennöinti tuolloin tapahtui Oulun ja Pietarin välillä ja laivat tekivät pysähdyksiä useissa Suomen kaupungeissa. (Blomgren, Malmberg & Raudsepp 1996, 19.) Vuonna 1833 tehtiin ensimmäinen

höyrylaivavierailu Suomeen, kun Venäjän keisari Nikolai I ja keisarinna Alexandra saapuivat Helsinkiin (Blomgren ym. 1996, 9).

Laivamatkustaminen alkoi yleistyä 1800-luvun lopulla, jolloin alettiin kiinnittää huomiota yleisiin oloihin ja viihtyvyyteen aluksilla. Turvallisuusasioihin ei kuitenkaan panostettu riittävästi, sillä pakollisia pelastusveneitä oli määräysten mukaan varattava ainoastaan kolmasosalle kaikista matkustajista. (Blomgren ym. 1996, 28.) Merihädän sattuessa pelastuspaikkoja ei siis riittänyt läheskään jokaiselle matkustajalle.

Vuonna 1914 Suomen jouduttua sotatilaan matkustajaliikenne katkesi viiden vuoden ajaksi. Sodan jälkeen laivaliikenne Pietariin lopetettiin kokonaan, mutta sen sijaan matkustus Tukholmaan sekä Tallinnaan yleistyi. Ennen toista maailmansotaa, 1930-luvun lopulla, risteilyliikenne Helsinkiin oli suosittua. Tuolloin Helsinkiin saapui jopa 25 risteilyalusta. Toisen maailmansodan aikana matkustajalaivaliikennettä harjoitettiin ainoastaan Turun ja Tukholman välillä. Liikennöinti muualla Suomessa oli lakkautettu, sillä sotatilan vuoksi ilmapommitukset sekä sukellusvenehyökkäykset olivat mahdollisia uhkia. (Blomgren ym. 1996, 58, 75, 88–89.)

Suomessa matkustajalaivaliikenne on lisääntynyt 1950-luvun jälkeen. Aluksi liikennöinti suuntautui pääasiassa Helsingistä Tukholmaan sekä myöhemmin laajeni muihin suuriin satamakaupunkeihin, kuten Kööpenhaminaan sekä Lyypekkiin. (Blomgren ym. 1996, 90.)

### 3.1 Yleiskuvaus Suomen laivaliikenteestä

Suomessa laivaliikennettä harjoitetaan yleisesti järvi- ja rannikkoalueilla ja tärkeimmät liikennealueet ovat Kokemäenjoen, Päijänteen, Saimaan ja Pohjois-Karjalan järvialueet. Laivaliikenteessä Suomen vesistöillä liikennöi noin 200 alusta, jotka kuljettavat yli 3 miljoonaa matkustajaa sesongin aikana. Huippusesonki ulottuu juhannuksesta syksyyn koulujen alkuun asti. Sesongin aikana jokaista

laivaliikenteen muotoa harjoitetaan paljon. (Suomen Matkailijayhdistys SMY ry 2009, 56–57.)

Laivaliikenne jaetaan linjaliikenteeseen, tilausristeilyihin, teema- ja ohjelmapalveluihin sekä kiertomatkoihin. Jokaisella laivaliikenteen osa-alueella on suuri merkitys matkailutulojen saamisessa, sillä ne vaikuttavat myös muiden matkailuyritysten toimintaan. Yritykset tekevät yhteistyötä ja monipuolistavat täten palvelujaan. Asiakkaalle voidaan tarjota paketti, jossa linja-auto kuljettaa asiakkaan laivaan, joka järjestää esimerkiksi erilaisia ohjelmapalveluja. (Suomen Matkailijayhdistys SMY ry 2009, 56.)

Tilausliikenne perustuu tilaukseen ja siihen kuuluvat myös kiertoajelut. Tilausliikennettä voidaan tarjota valmiina pakettina tai asiakkaan toiveiden mukaisesti. Linjaliikennettä voidaan kutsua myös reittiliikenteeksi, koska se tapahtuu tietyllä reitillä ennalta suunnitellun aikataulun mukaan. Lisäksi on olemassa yhteysalusliikenne, joka kattaa liikennepalvelut maantieyhteyksien ulkopuolella pääasiassa Merenkululaitoksen ja Ahvenanmaan maakuntahallituksen toimesta. (Pöllänen, Säily, Kalenoja & Mäntynen 2003, 36.)

### 3.2 Laivaliikenteen haasteet

Laivaliikennettä harjoittavia yrityksiä kohtaa sama ongelma eli kauden lyhyys. Huippusesonki kestää noin kolme kuukautta (kesäkuu–elokuu), jona aikana tapahtuu pääosa matkustuksesta. Yleensä elokuu on Suomessa vielä lämmintä aikaa, jolloin olisi hyvät mahdollisuudet nauttia laivaliikenteestä, mutta koulujen alkaminen rajoittaa matkustusta. Tähän ongelmaan voitaisiin löytää ratkaisu kesäloman ajankohdan myöhäistämisestä, jolloin elokuu olisi vielä loma-aikaa. (Suomen Matkailijayhdistys SMY ry 2009, 57.)

MeriSet Oy on kohdannut lyhyen kauden ongelmia toiminnassaan. Yrityksen sesonkiaika alkaa toukokuun puolella välissä ja päättyy elokuun lopussa. Syyskuussa tilausristeilyjä on enää hyvin vähän. Sesonkiaikana liikennettä hyödynnetään erittäin vilkkaasti eikä vapaapäiviä juuri ole. Koulujen alkamisen jälkeen risteilypalvelujen käyttöiheys laantuu. (Auvinen 2010.)

Toinen alaa kohtaava haaste on vaihteleva ja epävakainen sää. Ihmiset eivät välttämättä halua lähteä laivamatkalle, jos ennuste lupaa huonoa säätä. Kova tuuli voi vaikeuttaa laivaliikennöintiä ja aiheuttaa pelkoa asiakkaissa, jonka vuoksi laivalle ei mielellään lähdetä. Sään aiheuttamiin haittoihin voidaan varautua rakentamalla tarpeeksi sisätiloja ja huolehtimalla, ettei asiakkaita ole liikaa. (Suomen Matkailijayhdistys SMY ry 2009, 57.)

Laivaliikenteen, kuten koko matkailualan ongelmiana on lisäksi epävakainen taloustilanne. Laman aikaan ihmiset välttelevät turhaa kuluttamista, jonka vuoksi erityisesti matkustaminen vähenee. Tämä heijastuu suoraan matkailualan tuottoihin, sillä vähentyneen matkustamisen vuoksi tulot pienenevät. Toisaalta epävakaa maailmantaloustilanne voidaan nähdä hyötynä, sillä ihmiset vähentävät matkustamista ulkomaille ja todennäköisesti lisäävät kotimaanmatkailua.

### 3.3 Laivaliikenteen tulevaisuus

Laivaliikenteen tulevaisuus näyttää valoisalta. Tilastokeskuksen (2009) mukaan matkustajamäärät Suomen vesiliikenteessä ovat kasvaneet 1980-luvulta lukuun ottamatta pieniä laskusuhdanteita. Vuonna 1980 matkustajia oli noin 2,9 miljoonaa ja vuonna 2008 matkustajamäärät olivat nousseet 4,18 miljoonaan.

Jatkuva yhteistyön kehittäminen alan toimijoiden kanssa mahdollistaa palvelutarjonnan monipuolisuuden ylläpitämisen. Yhteistyön ansiosta asiakkaalle luodaan mielikuva siitä, että palvelutuote on turvallinen ja helposti saatava. Asiakkaan on helppo hankkia palvelutuote, kun hänen ei tarvitse käyttää montaa eri kanavaa saadakseen täydellisen palvelupaketin. Yhteistyö tuo yrityksille myös taloudellista säästöä, kun ne voivat esimerkiksi markkinoida yhdessä kokoamiaan



palvelutuotteitaan. (Suomen Matkailijayhdistys SMY ry 2009, 56.) MeriSet Oy on yhteistyössä Kotkan ja Haminan matkailupalveluiden tarjoajien kanssa markkinoinnin lisäämiseksi. Esimerkiksi Haminan kaupungin Internet-sivuilla on maininta MeriSet Oy:n palveluista (Haminan matkailu 2010).

Vaikka alusten kunto ja palvelutaso ovat kehittyneet koko ajan, tulee niiden kehittämistä jatkaa edelleen säännöllisesti. Nykypäivän asiakkaat ovat hyvin tietoisia siitä, mitä he haluavat ja mikä kautta palvelu kannattaa hankkia. Hinta- ja laatutietoisuuden merkitys on kasvussa lähinnä sähköisen median ansiosta. Internetissä on runsaasti tietoa palveluista sekä niiden hinnoittelusta. Yritysten tulee tuoda verkossa esille oma erityisosaamisensa, jotta heidän palvelunsa tulisi valituksi kilpailijoiden joukosta. (Suomen Matkailijayhdistys SMY ry 2009, 56.)

#### 4 ASIAKASTYYTYVÄISYYS

Asiakastyytyväisyys on laaja konsepti ja sen täydellinen määrittäminen on vaikeaa, koska ihmisillä on erilaisia näkemyksiä asiakastyytyväisyydestä. Asiakastyytyväisyys voi tarkoittaa esimerkiksi hintaa, toimitusaikaa, palvelun laatua sekä luotettavuutta (Mitä on asiakastyytyväisyys? 2006). Asiakastyytyväisyys on elintärkeää yrityksen toiminnalle, sillä yritys ilman asiakkaita ei ole kannattava. Tyytyväinen asiakas käyttää todennäköisesti yrityksen palveluja uudelleen ja mahdollisesti markkinoi hyvää palvelukokemusta muille ihmisille.

Harris (2006, 2-3) kuvailee asiakastyytyväisyyttä asiakkaan kokonaisvaltaiseksi käsitykseksi koko palvelukonseptissa. Kokemukseen asiakastyytyväisyydestä vaikuttavat siis monet tekijät, kuten laatu sekä palvelualltius. Asiakas kiinnittää huomiota useaan tekijään arvioidessaan asiakaspalvelua, joten on syytä panostaa koko palvelukonseptiin monipuolisesti. Harris muistuttaa lisäksi, että kokemus asiakastyytyväisyydestä voi ilmaantua asiakkaalle myös palvelukokemuksen jälkeen. Vaikka asiakas voi varsinaisessa palvelutilanteessa vaikuttaa tyytymättömältä, saattaa hän myöhemmin muuttaa mielipidettään.

#### 4.1 Tyytyväisen asiakkaan merkitys yritykselle

Tyytyväinen vakioasiakas merkitsee yritykselle paljon. On tutkittu, että vanhojen asiakassuhteiden vaaliminen on yli puolet halvempaa kuin uusien asiakassuhteiden hankkiminen. (Anderson & Dubinsky 2004, 244.) Uusien asiakkuuksien aikaansaaminen vaatii paljon resursseja, kuten aikaa, rahaa ja henkilökunnan panostusta. Palvelun markkinointi on kallista ja aikaa vievää työtä, sillä uusille asiakkaille täytyy kertoa kaikki olennainen palvelusta aina alusta lähtien. Vakioasiakkaille on jo muodostunut mielipide palvelusta, ja kokemuksen kautta heille on kerääntynyt tietoa, joten yrityksen ei tarvitse tuhata resurssejaan saman tiedon välittämiseen. Onkin muistettava, että vanhat asiakassuhteet merkitsevät paljon ja on tärkeää panostaa vakioasiakkaiden huomioimiseen. MeriSet Oy:n reittiliikenteen Hamina–Tammio -välille on muodostunut vankka asiakaskunta, joka käyttää kyseisen reitin palveluja säännöllisesti (Auvinen 2010).

Tyytymättömät asiakkaat saattavat hankkia palvelut kokonaan tai keskittäen toiselta palveluntuottajalta. Tyytymättömät asiakkaat välittävät tehokkaasti viestiä palvelukokemuksestaan muille käyttäjille, mistä aiheutuu yritykselle paljon negatiivisia seurauksia. Tutkimuksen mukaan tyytymättömät asiakkaat viestivät huonosta palvelusta jopa 11 muulle ihmiselle. Mikäli tyytyväisyysongelmaan ei löydy ratkaisua, asiakkaat eivät todennäköisesti käytä kyseistä palvelua uudelleen. Asiakastyytymättömyys vaikuttaa lisäksi alentavasti henkilökunnan työmoralaan. (Anderson & Dubinsky 2004, 245.)

Asiakaskeskeisen yrityksen tavoitteena on saavuttaa hyvää tulosta tyytyväisten asiakkaiden avulla. Asiakkaalta tarvitaan yksityiskohtaista tietoa siitä, mikä vaikuttaa tyytyväisyyteen asiakkaan näkökulmasta. Yritykselle ei ole hyötyä satunnaisista asiakastyytyväisyystutkimuksista, sillä niiden avulla saatava tieto ei välttämättä ole tarpeeksi syvällistä. Tämän vuoksi onkin tärkeää, että tutkimusta tehdään säännöllisesti. Lisäksi tutkimuksen tulee kohdentua samoihin asioihin, joiden avulla saadaan vertailukelpoisia tuloksia muutosten tekemistä varten. (Ylikoski 2000, 149–150.)

Toivomme, että asiakastyytyväisyyskyselyjä tullaan tekemään toimeksiantajallemme myös jatkossa, jotta niistä saatava hyöty olisi mahdollisimman suuri. Vertailemalla useita tutkimuksia saadaan kattava kokonaiskuva palvelujen toimivuudesta.

#### 4.2 Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät

Asiakkaan ennako-odotusten ja tarpeiden tyydyttäminen on tärkeä osa asiakastyytyväisyyttä. Odotusten ja tarpeiden tiedostaminen vaatii palveluntarjoajalta kykyä kuunnella asiakasta ja poimia myös ”näkyvätön” tieto, koska joskus voi olla, ettei asiakas itsekään tiedosta tarkasti tarpeitaan (Storbacka, Blomqvist, Dahl & Haeger 2003, 81).

Reagointialttius vaikuttaa asiakastyytyväisyyteen. Sillä tarkoitetaan henkilöstön halukkuutta ja valmiutta palvella asiakasta. Jotta palvelu olisi asiakaslähtöistä, tulisi henkilöstön reagoida nopeasti asiakkaan saapumiseen ja palvella tätä välittömästi. Reagointialttiuteen kuuluu myös se, että asiakkaalle annetaan aikaa ja tilaa tutustua tuotteeseen ja tehdä ostopäätös rauhassa. Palvelu ei siis olla hätiköityä tai hyökkäävää. (Zeithaml & Bitner 1996, 123.) Meriset Oy:n henkilökunnan eräs tunnusmerkki on vahva halu palvella asiakasta, mikä ilmenee esimerkiksi nopeana reagoimisena asiakkaan saapumiseen (Auvinen 2010).

Palveluvarmuus liittyy asiakaspalvelijan ammattitaitoon asiakaspalvelutilanteessa. Työntekijän pitää tuoda tarvittava tieto esille, jotta asiakas voi muodostaa oman näkemyksensä tuotteesta tai palvelusta. Tieto ei kuitenkaan saa olla liian henkilökohtaista eikä se saa perustua myyjän omiin kokemuksiin. Kun myyjä onnistuu vakuuttamaan asiakkaan, lopputuloksena on tyytyväinen asiakas. (Zeithaml & Bitner 1996, 123.)

Empatia, eli kyky asettua asiakkaan asemaan, on tärkeää asiakaspalvelussa. Asiakaspalvelija ei saa asettua asiakkaan yläpuolelle, jottei palvelutilanteesta tulisi ylimielinen. Empatia vaatii osakseen taitoa lukea non-verbaalisia eli sanattomia viestejä. Asiakas voi eri äänensävyjen, ilmeiden sekä muiden ilmaisutapojen avulla ilmaista tuntemuksiaan, jotka asiakaspalvelijan tulee osata tulkita oikein. (Verkkoveräjä 2010.) Empatian mukaisesti asiakasta on kohdeltava yksilönä sekä toimittava hänen etujensa mukaisesti (Grönroos 2001, 117).

Palveluympäristö koostuu niistä tekijöistä, jotka muodostavat varsinaisen palvelun tapahtumapaikan. Se käsittää itse tilan, sisustuksen sekä muut konkreettiset asiat. Sen tulee olla viihtyisiä ja sopusoinnussa yrityksen palvelutarjonnan kanssa. Viihtyvyys muodostuu esimerkiksi siisteydestä ja valaistuksesta. Jos palveluympäristö saa aikaan ristiriitaisia tuntemuksia, tuloksena voi olla epätyytyväisyyttä, vaikka palvelu olisikin onnistunut. (Zeithaml & Bitner 1996, 123.) MeriSet Oy:n palveluympäristö koostuu Vikla-aluksista, jotka on suunniteltu siten, että ne ovat turvallisia sekä viihtyisiä (Auvinen 2010).

#### 4.3 Asiakastytyväisyystutkimus ja mittaustavat

Keskeisiä tavoitteita asiakastytyväisyystutkimuksessa ovat pääasiallisten tyytyväisyystekijöiden selvittäminen, senhetkisen asiakastytyväisyystason mittaaminen, toiminnan kehittämiskohteiden ideointi sekä säännöllisin väliajoin tehtävä kehittymisen seuranta. Asiakastytyväisyyttä voidaan mitata kyselyiden sekä suoran palautteen avulla. Suoraa palautetta annetaan usein itse asiakaspalvelutilanteessa ja kyselyt toteutetaan usein lomakkeiden avulla. Suoran palautteen kerääminen onnistuu melko helposti palveluorganisaatiossa, mutta sen hyödyntäminen saattaa jäädä heikoksi. Yritykset voivat jättää suullisen palautteen huomioimatta, koska se annetaan suullisesti eikä sitä silloin voida dokumentoida. (Ylikoski 2000, 155–156.)

Toimeksiantajamme ottaa huomioon myös suullisen palautteen, joka viedään aina johdolle asti. Sekä positiiviset että negatiiviset palautteet raportoidaan, ja muutoksia tehdään tarvittaessa. Koska pääosa suullisesta palautteesta annetaan itse henkilökunnalle, on tärkeää, että työntekijät huolehtivat palautteen eteenpäinviemisestä johdolle. (Auvinen 2010.)

On hyvin yleistä, että asiakkaat ovat tyytyväisiä palveluihin ja tuotteisiin. Tämän vuoksi voi joskus olla haastavaa saada selville oikeita kehittämiskohteita. Sen takia on hyvä selvittää myös niitä tekijöitä, jotka eivät kaipaa muutosta, jotta asiakkaat eivät muutu tyytymättömiksi. (Harris 2006, 144.) Mikäli asiakastyytyväisyystutkimuksessa ilmenee monia kehittämiskohteita, on hyvä lähteä liikkeelle rauhassa ja tehdä muutoksia vähitellen.

Harrisin (2006, 142) mukaan asiakastyytyväisyyttä mitattaessa on ensin syytä selvittää, keitä asiakkaat ovat, mistä he tulevat, mitä mieltä he ovat palvelusta sekä mitä kehittämistä palvelussa on. Näitä asioita käsittelemme tarkemmin oman tutkimuksemme pohjalta luvussa 8.1.

Tutkimusmenetelmät on mahdollista jakaa kahteen pääryhmään, jotka ovat kvantitatiivinen eli määrällinen ja kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Kvantitatiiviset mittaukset voidaan järjestää esimerkiksi henkilökohtaisten haastattelujen ja palautelomakkeiden avulla. Palautteesta saatava tyytyväisyys ilmenee numeerisena. Lomakkeessa olevat kysymykset voivat olla strukturoituja eli suljettuja tai avoimia. Kvalitatiiviset mittaukset järjestetään yleensä haastattelujen avulla, jolloin on mahdollista saada myös syvällistä tietoa. (Lecklin 2006, 107.)

Mikäli mittaus tehdään ensimmäistä kertaa, on syytä tehdä laajempi tutkimus, jonka avulla selvitetään mihin asiakkaat ovat tyytyväisiä tai tyytymättömiä. Tutkimuksen kohderyhmä tulee rajata selvin perustein, koska kaikkien asiakkaiden haastattelu olisi liian aikaa vievää ja kallista. Kohderyhmään tulee kuulua vähintään avainasiakkaat, koska heillä on palvelusta eniten kokemusta. (Lecklin 2007, 112.)

Asiakastyytyväisyyden vastakohta on asiakastyytymättömyys, jonka mittaaminen on myös ensiarvoisen tärkeää. Asiakastyytymättömyyden avulla on mahdollista keskittyä ongelma-alueisiin ja laadun kehittämiseen. Yritysten kannattaa olla tarkkana siinä, keitä asiakkaita tutkitaan, sillä saattaa olla, että tyytymättömät asiakkaat toimivat kilpailijoiden eduksi tai ylikorostavat palvelun laatua. (Lecklin 2007,113.)

## 5 PALVELU

Asiakaspalvelu on vaikeasti määriteltävissä oleva konsepti, sillä eri asiakasryhmillä on omat yksilölliset käsityksensä siitä, mitä se on. Asiakaspalvelussa voidaan kuitenkin tunnistaa viisi yleistä ominaisuutta, joita ovat luotettavuus, aineellisuus, vastuullisuus, varmuus sekä empaattisuus. Luotettavuus tarkoittaa, että palvelutuote markkinoidaan täsmällisillä tiedoilla, jonka avulla vältetään väärinkäsitykset. (Anderson & Dubinsky 2004, 238.)

Aineellisuudella tarkoitetaan fyysisiä ominaisuuksia, kuten paikkaa, välineitä ja henkilökunnan olemusta. Vastuullisuus tarkoittaa palveluhalukkuutta ja auttamista tarvittaessa. Varmuus liittyy työntekijöiden tietoihin ja taitoihin ja välittyy suoraan asiakkaalle palvelutilanteessa. Empaattisuus on yksilöstä huolehtimista ja välittämistä. (Anderson & Dubinsky 2004, 238.)

Harris nostaa esille asiakaspalvelun määrittämisessä sen, että asiakaspalvelu on kaikkea sitä, mitä asiakkaan puolesta tehdään. Käytännössä ei ole tärkeää kuinka paljon asiakaspalvelija tietää käsitteen määrittämisestä, vaan olennaista on se, että hän täyttää asiakkaan odotukset. (Harris 2006, 2.) Andersonin ja Dubinskyn (2004, 238) tavoin Harris korostaa asiakaspalvelussa erityisesti vastuullisuutta eli palveluhalukkuutta sekä auttamista.

## 5.1 Palvelun ominaisuudet

Palvelu on prosessi eli toimintaketju, joka koostuu aineettomista asioista. Se ei siis ole käsin kosketeltavissa. Palvelu tuotetaan sekä kulutetaan samanaikaisesti, ja sen vuoksi asiakas on osa palvelukokonaisuutta. Palvelu on aina sidottu tiettyyn aikaan tai paikkaan, eikä sitä voida varastoida. Vaikka palvelu luokitellaan aineettomaksi, se voi sisältää konkreettisia osia, kuten ruoka-annoksen. Itse palvelun ydin on kuitenkin aineettomuus. (Grönroos 2001, 81–83.) MeriSet Oy:n palvelut koostuvat itse matkasta sekä esimerkiksi lipun ja kahviotuotteiden ostamisesta.

Asiakas osallistuu aina itse palvelutapahtumaan, joka voi tapahtua välittömässä tai välillisessä vuorovaikutuksessa. Välitön vuorovaikutus tarkoittaa sitä, että palvelu tuotetaan samassa tilassa asiakkaan kanssa. Välillinen vuorovaikutus tapahtuu esimerkiksi puhelimen välityksellä. Välillisessä vuorovaikutuksessa ei välttämättä tarvita kahta ihmistä, vaan palvelun tarjoajana voi toimia tietokone. Välillinen palvelu tarkoittaa toimeksiantajamme kohdalla ennen matkaa tehtäviä toimenpiteitä. Näitä toimenpiteitä voivat olla esimerkiksi tarjouspyynnöt. Välitöntä vuorovaikutusta tapahtuu itse risteilyn aikana.

Palvelu on ainutkertainen kokemus, joka ei voi toistua samanlaisena kahta kertaa. Myyntitilanteessa palvelu on kiinni myös asiakkaasta, jonka vuoksi se on yksilöllinen ilmiö. Palvelukokonaisuuteen vaikuttavat esimerkiksi asiakkaan asenne, tarpeet, ympäristö sekä muut ihmiset. Palvelun erityispiirteeseen kuuluu sen ka-toavaisuus, minkä vuoksi sitä ei voida palauttaa tai vaihtaa toiseen. (Ylikoski 2000, 26.) Palveluntuottamisessa on tilaa myös luovuudelle, sillä harvoin palvelutilanne on etukäteen suunniteltu ja ennalta opeteltu (Rissanen 2005, 20–21).

## 5.2 Palvelujen eri luokat

Palvelut voidaan jakaa kahteen pääryhmään, joita ovat kulutus- ja yrityspalvelut. Ne eroavat toisistaan siten, että yrityspalvelujen ostajakunta koostuu toisista yrityksistä, mutta kulutuspalvelujen ostajina toimivat yksittäiset kuluttajat sekä

kotitaloudet. Jotkut yritykset, kuten pankit ja vakuutusyhtiöt, tuottavat palveluja molemmille pääryhmille. (Ylikoski 2000, 27.)

Kulutuspalvelut käsittävät erilaisia arkipäivän hyödykkeitä, ja niitä voivat tuottaa sekä julkinen valta että yksityiset yritykset. Sosiaalipalvelut ovat eräs esimerkki julkisista palveluista. Julkiset ja yksityiset palvelut voidaan jakaa voittoa tavoitteleviin tai tavoittelemattomiin, niin sanottuihin non-profit yrityksiin. Koulut ja museot kuuluvat voittoa tavoittelemattomiin yrityksiin, sillä niiden tavoitteena on tarjota palveluja ilman voittoa. (Ylikoski 2000, 27.)

Palvelut voidaan luokitella myös asiantuntijapalveluihin, joita tuottavat korkeasti koulutetut ja ammattitaitoiset henkilöt ja yritykset. Näihin palveluihin kuuluvat oleellisesti neuvominen ja asian ratkaiseminen. Asiantuntijapalvelujen tarjoajilla on yleensä jokin ammattinimike, kuten asianajaja tai kirurgi. (Ylikoski 2000, 27.)

Palvelujen kohteena voivat olla ihmiset tai heidän omistamansa esineet. Jotta ihminen on palvelun kohteena, tulee hänen olla osa palvelun tuotantoa. Fyysinen läsnäolo ei ole nykyään välttämätöntä, sillä esimerkiksi majoituspalveluja voidaan varata sähköisten järjestelmien kautta. Silloin kun palvelut kohdistetaan esineisiin, kyseessä voi olla esimerkiksi suksien huoltoprosessi. Esineisiin kohdistuvan palvelun avulla tuotetaan mielihyvää myös ihmisille. (Ylikoski 2000, 28–29.)

### 5.3 Ydinpalvelu, sitä avustavat palvelut sekä tukipalvelut

Ydinpalvelu tarkoittaa varsinaista palvelua, kuten toimeksiantajamme kohdalla vesiliikennealuksella matkustamista. Ydinpalvelun käyttäminen ei ole kuitenkaan mahdollista ilman avustavia palveluja. Matkasta tiedottaminen, sen varaaminen ja maksaminen ovat avustavia palveluja. Ne voivat tapahtua osana ydinpalvelua, eivätkä ne välttämättä vaadi erityisiä toimenpiteitä etukäteen. Palvelukokonaisuus muodostuu siis ydinpalvelusta sekä avustavista palveluista. (Ylikoski 2000, 225.)



Tukipalveluiksi kutsutaan sellaisia toimintoja, jotka helpottavat palvelun käyttöä ja lisäävät mukavuutta. Tukipalveluihin kuuluu myös asiakkaasta ja hänen omaisuudestaan huolehtiminen. (Ylikoski 2000, 225–226.) MeriSet Oy tarjoaa tukipalveluina kahvio- ja opastuspalveluja. Asiakkaasta huolehtiminen on osa yrityksen arkipäivää. Jotta liikuntarajoitteiset asiakkaat pääsevät laivaan, on heidän mahdollista käyttää erityisiä askelmia. (Auvinen 2010.) Tämä helpottaa palvelun käyttöä ja lisää samalla asiakkaan mukavuutta.

Ydinpalvelua, avustavia palveluja sekä tukipalveluja yhdistämällä muodostuu asiakkaalle kokonaisvaltainen palvelupaketti. Avustavien palvelujen ja tukipalvelujen tulee tukea ydinpalvelua sekä tuottaa asiakkaalle tyytyväisyyttä. Jotta jokainen osa-alue toimisi, tulee palvelupaketin olla yhtenäinen. (Ylikoski 2000, 228.)

## 6 LAATU

Laatu kuvastaa sitä, miten hyvin palvelu vastaa asiakkaan odotuksia ja tarpeita. Se perustuu asiakkaan näkemyksiin ja sitä voidaan pitää ikään kuin asiakkaan asenteena (Ylikoski 2000, 118). Palvelun laatuun kuuluu myös palveluntarjoajalle koitua hyöty. Mikäli asiakas saa hyvän tuotteen edulliseen hintaan, hän voi pitää sitä laadukkaana. Palveluntarjoajalle ei kuitenkaan koidu edullisen tuotteen myymisestä taloudellista hyötyä, joten sitä ei voida pitää kokonaisvaltaisesti laadukkaana (Lecklin 2006, 18.)

### 6.1 Laadun ominaisuudet

Laadun eri ominaispiirteitä tulisi tarkastella lähinnä toisiaan täydentävinä, ei niinkään toisiaan kumoavina ominaisuuksina. Koska laatu koostuu useista tekijöistä, tulisi sitä tutkia kokonaisvaltaisesti, jotta saadaan täydellinen kuva siitä, mitä laatu on. Sitä voidaan Paul Lillrankin (1990) mukaan tarkastella kuudesta näkökulmasta, joita ovat valmistus-, tuote-, arvo-, kilpailu-, asiakas- ja ympäristölaatu. (Lecklin 2006, 20.)

Valmistuslaatu on osa tuotteen valmistusvaihetta ja sen avulla varmistetaan, että tuotteen valmistus tapahtuu ohjeiden mukaan. Valmistusvaiheessa hyödynnetään laadunvalvontaa erilaisten kokeiden avulla. (Lecklin 2006, 20.) Valmistuslaatu koostuu useista vaiheista, kuten raaka-aineiden ja työvälineiden tarkastamisesta sekä valmiin tuotteen koetustauksesta. Toimeksiantajamme yrityksessä valmistuslaatu liittyy esimerkiksi noutopöydän rakentamiseen ja sen sisällön testaamiseen.

Tuotelaatuun vaikuttaa merkittävästi suunnittelu, sillä sen avulla tuotteesta voidaan kehittää mahdollisimman laadukas (Lecklin 2006, 20). Tuotelaadun avulla on mahdollisuus tarkastella valmista tuotetta. MeriSet Oy:n tarjoamat palvelut reittiliikenteessä koostuvat esimerkiksi reitin ja aikataulun suunnittelusta, tarjoilusta ja etukäteen mietitystä opastuksesta (Auvinen 2010).

Arvolaatu liittyy taloudelliseen näkökulmaan, sillä sen avulla tarkastellaan kustannus-hyötysuhdetta. Suhde kuvastaa sitä, kuinka paljon saadaan hyötyä sijoitettuun pääomaan nähden. (Lecklin 2006, 20.) Arvolaatu kertoo esimerkiksi, kate taanko saatavilla tuloilla kulut, kuten palkka-, polttoaine- ja raaka-ainekulut.

Kilpailulaadulla pyritään tuottamaan yhtä laadukkaita palveluja kuin kilpailevat yritykset. Palvelua ei pidä tuotteistaa liikaa, jottei tuloksena ole ylilaadullinen lopputulos. Kustannus-hyötysuhde kärsii silloin, jos laatua yritetään ylikorostaa, koska silloin kyseessä on lähinnä resurssien, kuten työvoiman ja ajan, tuhlausta. (Lecklin 2006, 20.)

Asiakaslaatu liittyy asiakkaan tarpeiden ja odotusten täyttymiseen. Se on laadun ominaisuuksista tärkein nimenomaan palvelualalla, sillä yleensä laatua tarkastellaan asiakkaan näkökulmasta. (Lecklin 2006, 20.) MeriSet Oy pyrkii tarjoamaan asiakkailleen palveluja, jotka vastaavat perustarpeisiin ja lisäämään laatua oheispalvelujen, kuten tarjoilun ja opastuksen, avulla.

Ympäristölaadussa huomioidaan palvelujen vaikutuksia ympäristölle ja yhteiskunnalle (Lecklin 2006, 20). Ympäristöystävällisten tuotteiden valmistaminen ja käyttäminen lisäävät ympäristölaatua. Ympäristöystävällisyys on viime aikoina noussut suureen arvoon ja siitä on muodostunut yksi tehokkaimmista kilpailukeinoista. Yhteiskunnallisia sääntöjä ja yhteisesti sovittuja asioita noudattamalla lisätään yhteiskunnalle koituvaa ympäristölaatua.

## 6.2 Laadun ulottuvuudet palvelussa

Käsitys palvelun laadusta muodostuu asiakkaalle ennakko-odotuksista ja tarpeiden tyydyttämisestä. Laatuksityksiä voi siis olla useita erilaisia, ja niiden tutkimista varten on kehitetty tarkastelukeinoja, joista kenties tunnetuin on Parasuraman (1985) kehittämä tutkimus. Mallin mukaan tarkastellaan laadun ulottuvuuksia, joita Parasuraman mukaan on olemassa kymmenen. (Ylikoski 2000, 126.)

Luotettavuus syntyy virheettömän palvelun seurauksena. Asiakaspalvelijalta odotetaan lupauksen täyttämistä ja palvelun sujumista jo ensimmäisellä kerralla. Luotettavuudella on merkittävä osa palvelun laadussa, sillä se muodostaa palvelun laadun keskeisimmän osan. (Ylikoski 2000, 127.) Mikäli asiakaspalvelija ei täytä luotettavuuden kriteerejä, voi koko palvelukokemuksesta muodostua negatiivinen kuva, sillä asiakaspalvelija on palvelutilanteessa avainasemassa.

Zeithamlin sekä Bitnerin (1996, 123) tavoin myös Ylikoski (2000, 127) on sitä mieltä, että reagointialttius syntyy henkilökunnan valmiudesta ja halukkuudesta asiakkaiden palvelemiseen. Mikäli reagointialttius on hyvä, tapahtuu palvelu nopealla tahdilla kuitenkin hätiköimättä ja kaikki ydinpalveluun liittyvät asiat hoidetaan mahdollisimman lyhyellä aikavälillä. Nykymaailman kiireiset asiakkaat arvostavat sujuvaa palvelutoimintaa, jossa asiat hoidetaan hyvin keskittyen ainoastaan olennaiseen.

Pätevyydellä tarkoitetaan asiakaspalvelijan riittävää taitoa ja tietoa palvelun tuottamiseen. Pätevyys liittyy myös sellaisiin henkilöihin, jotka toimivat palvelun taustalla. (Ylikoski 2000, 127.) Pätevyyttä voidaan lisätä säännöllisellä kouluttautumisella, jota yritys voi tarjota henkilökunnalleen. Asiakaspalvelijalta odotetaan lisäksi ajankohtaista ja avointa asennetta.

Saavutettavuus liittyy sijaintiin, yrityksen aukioloaikoihin sekä yhteydenottoihin. Palvelu on laadukasta silloin, kun sen tuottajaan saa helposti yhteyden esimerkiksi puhelimitse. (Ylikoski 2000, 127.) Nykyään yhä useammat asiakkaat valitsevat mieluummin sähköisen tavan asioida yritysten kanssa, jolloin yhteydenotto voidaan hoitaa esimerkiksi sähköpostitse. On siis erityisen tärkeää, että asiakkaiden kysymyksiin vastataan nopealla aikavälillä ja riittävän tarkasti. Yrityksen yhteystietojen tulee olla helposti löydettävissä.

Sijainti on hyvä silloin, kun riittävästä opastuksesta on huolehdittu. Nykypäivänä etenkin venäläisten matkailijoiden osuus on kasvussa, minkä vuoksi on huolehdittava siitä, että saavutettavuus on mahdollista myös vierailta kielillä. Mikäli yritys harjoittaa liiketoimintaa laajojen aukioloaikojen puitteissa, on saavutettavuus luonnollisesti parempi kuin sellaisessa yrityksessä, jossa palvelua on tarjolla ainoastaan muutaman tunnin vuorokaudessa.

Asiakasta kunnioittava käytös palvelun aikana liittyy kohteliaisuuteen. Asiakkaita tulee teititellä tilanteen mukaan, ja heidän päätöksiään on kunnioitettava. Henkilökunnan pukeutumisella on myös suuri arvo, sillä asianmukainen ja siisti vaateus viestii asiakkaiden arvostamisesta. Kohteliaisuuteen kuuluu myös asiakkaiden henkilökohtaisesta omaisuudesta huolehtiminen palvelutilanteessa. (Ylikoski 2000, 128.)

Viestinnän avulla on mahdollista välittää tietoa palvelusta useille eri asiakasryhmille. On tärkeää muistaa, että viestintä tulee sopeuttaa asiakasryhmien mukaan. Palvelua säännöllisesti käyttävä henkilö tietää palvelusta enemmän kuin palvelua ensikertaa käyttävä, joten ensikertalaiselle tulee antaa perusteellisempaa informaatiota palvelusta. (Ylikoski 2000, 128.) MeriSet Oy:llä viestinnän avulla uusille asiakkaille kerrotaan tarkat aikataulut ja toimintaohjeet matkan aikana, mutta va-

kioasiakkailta nämä asiat ovat jo tiedossa (Auvinen 2010). Ylikosken (2000, 128) mukaan viestintä tulee mukauttaa selkokieliseksi, jotta jokainen asiakas ymmärtää, mistä on kyse.

Uskottavuus liittyy läheisesti luottamukseen. Asiakkaan tulee voida luottaa yrityksen rehelliseen toimintaan. Yritys voi lisätä uskottavuutta panostamalla henkilökunnan asiakaspalvelutapoihin sekä yrityksen toiminimeen. (Ylikoski 2000, 128.) Henkilökunnan välinen ilmapiiri välittyy asiakkaalle, minkä vuoksi on syytä panostaa työhyvinvointiin. Kun asiakaspalveluhenkilökunta voi hyvin, heijastuu hyvinvointi asiakaspalveluun, vaikka asiakas ei näe, mitä tapahtuu palvelutilanteen ulkopuolella.

Turvallisuudella minimoidaan erilaiset fyysiset sekä taloudelliset riskit. Siihen liittyy olennaisesti myös luottamus, joka syntyy vuorovaikutustilanteessa asiakaspalvelijan kanssa. Asiakkaan tulee voida luottaa siihen, että tietyt asiat pysyvät luottamuksellisina eivätkä leviä ulkopuolisille. (Ylikoski 2000,128.) Esimerkiksi henkilötietoja luovuttaessa on tärkeää voida luottaa siihen, että yritys ei anna henkilötietoja eteenpäin ilman suostumusta.

Asiakkaan kohtelemisen yksilönä kuuluu osaksi asiakkaan tuntemista. Yksittäisellä henkilöllä on omat motiivinsa matkustamiseen sekä erilaisia tarpeita, minkä vuoksi tarvitaan henkilökohtaista palvelua. Asiakkaan ymmärtämiseksi täytyy tunnistaa erityistarpeet. Lisäarvoa voidaan tuottaa siten, että kanta-asiakas tunnustetaan ja häntä puhutellaan esimerkiksi tuttavallisesti. (Ylikoski 2000,129.)

Laadun ulottuvuuksiin kuuluu myös palveluympäristö. Se sisältää palveluun liittyvät näkyvät asiat, kuten toimitilat ja muut asiakkaat. Toimitilan siisteys ja viihtyvyys ovat merkittävässä osassa silloin, kun asiakas muodostaa mielipiteensä palvelusta. (Ylikoski 2000,129.) Yleistä viihtyvyyttä voidaan parantaa esimerkiksi miellyttävän sisustuksen sekä henkilökunnan pukeutumisen avulla.

## 7 TUTKIMUSMENETELMÄ

Tutkimusmenetelminä voidaan käyttää kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta tai kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta. Kvantitatiivinen tutkimus vastaa muun muassa kysymyksiin mikä, missä ja paljonko? Tietoa voidaan saada aikaisemmista tilastoista tai keräämällä itse. Tietoja, joita ei ole käsitelty, kutsutaan tutkimusaineistoksi. Saatavia tietoja joudutaan lähes aina muokkaamaan tai yhdistelemään, koska harvoin valmiit aineistot ovat käyttökelpoisia sellaisenaan. (Heikkilä 2008, 17.)

Kvantitatiivisen tutkimuksen edellytyksenä on riittävän suuri otosjoukko. Aineistoa voidaan kerätä lomakkeilla, joissa vastausvaihtoehdot ovat strukturoituja eli valmiiksi annettuja. Lisäksi voidaan käyttää avoimia tai puoliavoimia vastauksia. Kvantitatiivisessa menetelmässä asiat kuvataan numeerisilla tekijöillä, jonka lisäksi niitä voidaan havainnollistaa erilaisilla taulukoilla ja kuvioilla. Kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän tarkoituksena on yleistää saadut tulokset. Tämän menetelmän avulla saadaan tietoa nykyhetkestä, mutta sen avulla on haastavaa saada syvällisempää tietoa. (Heikkilä 2008, 16.)

Kvantitatiiviselle tutkimusmenetelmälle on yleistä johtopäätösten tekeminen aikaisemmista tutkimuksista, mikäli niitä on olemassa sekä niiden pohjautuminen aikaisempiin teorioihin. Tutkimusmenetelmälle on myös ominaista asettaa saadut tulokset taulukkomuotoon, jolloin niitä on mahdollista tarkastella numeerisessa muodossa. Lisäksi tutkimusmenetelmälle on yleistä erilaisten käsitteiden avaaminen sekä hypoteesien eli väittämien luominen. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 136.)

Kvalitatiivisella tutkimuksella pyritään ymmärtämään ja selittämään tutkimuskohdetta ja käyttäytymiseen liittyviä syitä. Otoksen koko on pienempi kuin kvantitatiivisessa tutkimuksessa, mutta tulosten analysointi on syvällisempää. Aineiston keruussa hyödynnetään vähemmän valmiita vastausvaihtoehtoja. Tutkimusaineisto voidaan kerätä itse tai voidaan hyödyntää valmiita aineistoja, kuten kirjeitä, päiväkirjoja tai omaelämäkertoja. Tyypillisiä laadullisia aineistonkeruumenetelmiä ovat haastattelut, kuten lomakehaastattelut, teemahaastattelut tai

ryhmäkeskustelut. Haastattelulle tunnusomaista on osapuolten välinen vuorovaikutus. (Heikkilä 2008, 16–17.)

Kvalitatiiviseen tutkimukseen liittyvä havainnointi tarkoittaa sitä, että tutkimuksen kohdetta tarkkaillaan ja tehdään erilaisia muistiinpanoja. Havainnointi voidaan jakaa kahteen osaan, joita ovat osallistuva havainnointi tai havainnointi ilman osallistumista. Toiminnallisissa tutkimuksissa käytetään osallistuvaa havainnointia, jolloin tutkija osallistuu itse toimintaan. Havainnointi ilman osallistumista on kannattavaa silloin, kun tutkimuskohdetta halutaan lähestyä eettisesti. (Metsämurtonen 2007, 236–237.)

Päädyimme käyttämään kvantitatiivista tutkimusmenetelmää, koska sen avulla saimme tarvittavat tiedot tutkimusongelman ratkaisemiseksi. Käytimme tiedonkeruumenetelmänä informoitua kyselyä, jossa asiakkaille jaettiin haastattelulomake henkilökohtaisesti (Heikkilä 2008, 18). Lomake täytettiin itsenäisesti, mutta asiakkaalla oli tarpeen mukaan mahdollista tehdä tarkentavia lisäkysymyksiä. Lomake koostui kysymyksistä, joihin voitiin vastata avoimilla tai strukturoiduilla vastauksilla. Kyselyn aloitusajankohta osui heinäkuun alkuun, jolloin sesonki oli vilkkaimmillaan. Yrityksessä työskennellyt Noora jakoi lomakkeet harkinnanvaraiselle kohderyhmälle matkan aikana. Lisäksi käytimme tutkimuksen apuna havainnointia ilman osallistumista, koska halusimme selvittää mahdolliset yhteneväisyydet ulkoisten tekijöiden ja vastausten välillä. Vastaamisen aikana Noora tarkkaili vastaajia ja ulkoisten tekijöiden mahdollisia vaikutuksia ja kirjasi havaintoja ylös.

## 7.1 Tutkimuksen luotettavuus ja pätevyys

Validiteetti ja reliabiliteetti ovat tutkimuksen luotettavuudessa käytettäviä perusteita. Validiteetin avulla voidaan tarkastella, onko mittaus kohdistettu haluttuun asiaan. Tutkimuslomaketta laatiessa kysymykset tulee muodostaa siten, että ne ovat selkeitä ja yksinkertaisia, jotta vastaajien on helppo ymmärtää, mitä kysymykset koskevat. Validiteetin takaamiseksi mittareita täytyy olla valmis muokkaamaan tarvittaessa. (Vehkalahti 2008,41.)

Vallin (2001, 92) mukaan reliabiliteetti tarkoittaa tutkimuksen luotettavuutta. Reliabiliteettia voidaan tarkastella eri menetelmillä, joita ovat rinnakkaismittaus, puolitusmenetelmä sekä uusintamittaus. Myös Vehkalahti (2008, 41) mukaan reliabiliteetti tarkoittaa tutkimustuloksen luotettavuutta. Reliabiliteetti tulee tärkeysjärjestyksessä vasta validiteetin jälkeen, mutta jotta tutkimus on kokonaisvaltaisesti luotettava, tutkimuksessa tulee olla sekä täysi validiteetti että reliabiliteetti. Reliabiliteetin arvioinnissa hyödynnetään mittauksen määrän ja laadun vaihteluiden tutkimista. Se siis ilmaisee sen, mikä on todellisen vaihtelun osuus. Jäljelle jäävä osa aiheutuu mahdollisesta mittausvirheestä. (Vehkalahti 2008, 116.)

## 7.2 Tutkimuksessa käytettävät mitta-asteikot

Määrällisessä tutkimuksessa käytetään yleensä erilaisia asteikoita, joista tunnetuimmat lienevät Osgoodin ja Likertin asteikot. Osgoodin asteikon on kehittänyt Charles Osgood vuonna 1957 (Valli 2001, 34). Asteikossa hyödynnetään adjektiivien vastakohtia ja ääripäiden välille jääviä neutraaleja vaihtoehtoja (Kvantitatiivinen tutkimusaineiston kerääminen 2008, 4). Omassa tutkimuksessamme käytimme Osgoodin asteikkoa esimerkiksi mitattaessa tyytyväisyyttä tuotteisiin.

Valli (2001, 34) esittää Osgoodin asteikon ominaispiirteiksi vastausten ilmaisemisen parittomalla määrällä vaihtoehtoja. Esimerkiksi vastausvaihtoehtoina voivat olla 1. huono, 2. välttävä, 3. tyydyttävä, 4. hyvä ja 5. kiitettävä. Yleensä asteikossa on käytetty viittä vastausvaihtoehtoa, vaikka alun perin vaihtoehtoja oli seitsemän. Tärkeintä on asettaa keskimäinen vaihtoehto täysin neutraaliksi.

Likertin asteikkoa hyödynnetään asenteiden ja mielipiteiden tutkimiseen. Myös Likertin asteikossa käytetään paritonta vastausvaihtoehtojen määrää, joista keskimäinen vaihtoehto ilmaisee neutraalia vastausta. Toisena vaihtoehtona neutraalille ilmaisulle voidaan käyttää ”en osaa sanoa”, joka poistaa pakonomaisen mielipiteen ilmaisemisen. Tämä on hyvä vaihtoehto varsinkin sellaisille ihmisille, joilla ei ole selvää mielipidettä kysytyyn asiaan. (Valli 2001, 35.)



Omassa tutkimuksessamme käytimme myös Likertin asteikkoa vastaajien mielipiteiden ja asenteiden tutkimiseen. Lisäksi hyödynsimme strukturoituja sekä avoimia vastauksia, joiden avulla vastaajilla oli mahdollisuus suoran mielipiteen ilmaisemiseen.

### 7.3 Kyselylomakkeen laatiminen

Kyselylomaketta laatiessa on otettava huomioon muutamia seikkoja. Tärkein asia on, että kysymysten avulla on mahdollista saada vastaus tutkimusongelmaan. Kysymysten tulee siis palvella tavoitteita. Tämän vuoksi ennen kyselytutkimuksen tekemistä on syytä määritellä tarkkaan tutkimusongelma. Toinen asia, mihin on kiinnitettävä huomiota, on lomakkeen pituus. Kysymysten määrä tulee miettiä tarkkaan, sillä liian monta kysymystä voi johtaa vastaajien mielenkiinnon alenemiseen. Tästä saattaa aiheutua tutkimuksen reliabiliteetin heikkeneminen. (Valli 2001, 29–30.)

Tutkimuskysymysten tulee edetä loogisessa järjestyksessä yleistiedoista yksityiskohtaisimpiin kysymyksiin. Saman kategorian kysymykset sijoitetaan peräkkäin, jonka ansiosta lomake on järjestelmällinen ja selkeä. Kysymysten muodon tulee olla selkeä ja henkilökohtaisesti vastaajalle osoitettu, minkä ansiosta vastaaja tuntee olevansa arvostettu. Huomionarvoinen seikka on myös se, että kysymykset eivät saa olla liian johdattelevia, sillä muuten tutkimuksen reliabiliteetti kärsii. (Valli 2001, 30.)

Kyselylomakkeella on paljon positiivisia puolia, mutta myös heikkouksia. Sen avulla vastaajilla on mahdollisuus miettiä vastauksiaan rauhassa ilman haastattelijan läsnäoloa. Myös kiperimpiin ja henkilökohtaisiin kysymyksiin voidaan saada enemmän vastauksia. Lomakkeen avulla on mahdollista saada paljon tietoa yhdellä kertaa, sillä kysymyksiä voidaan asettaa useita. Tutkimuksen luotettavuutta edistää lisäksi se, että jokaiselle vastaajalle annetut kysymykset ovat identtisessä muodossa. (Valli 2001, 31.)

Eräs kyselylomaketutkimuksen heikkous on alhainen vastausprosentti, jos kysely suoritetaan postitse. Kysymykset voidaan ymmärtää väärin, jonka vuoksi vastaukset eivät ole todenmukaisia ja reliabiliteetti heikkenee. Myös tutkimuksen tekijöillä on väärinymmärtämisen mahdollisuus avoimia kysymyksiä purettaessa. He voivat ymmärtää vastaukset toisin kuin vastaaja on tarkoittanut. Koska kyselylomaketutkimuksen aikana vastaaja ja tutkimuksen tekijä eivät ole välittömässä vuorovaikutuksessa keskenään, on mahdotonta havainnoida ulkoisten seikkojen vaikutusta vastauksiin. Mikäli vastaaja on esimerkiksi huonotuulinen, hän saattaa vastata todenmukaista mielipidettään heikommin. Päinvastoin erittäin hyväntuulinen ihminen saattaa korostaa vastauksissaan positiivisuuttaan. (Valli 2001, 31–32.)

#### 7.4 Oman tutkimuslomakkeen laatiminen

Toimeksiantajamme pyynnöstä keskityimme tarkastelemaan vastaajien mielipiteitä ja asenteita MeriSet Oy:n palveluita kohtaan. Tiedustelimme vain muutamia taustatekijöitä, koska toimeksiantajamme ei nähnyt syvällisempien taustatietojen merkitystä tutkimukselle. Yleisinä taustatietoina kysyimme ikää, sukupuolta, asuinpaikkakuntaa sekä kuinka usein vastaajat käyttävät reittiliikennettä. Koska tutkimuksen tekemiseen riitti suuntaa antava ikä, muodostimme ikäluokat 18 vuodesta eteenpäin. Asuinpaikkakuntaa kysyimme avoimena kysymyksenä. Halusimme tutkia mahdollisia yhteneväisyyksiä asuinpaikkakunnan ja halutun reittiliikenteen lähtöpaikan välillä. Reittiliikenteen käyttötiheyden avulla halusimme puolestaan saada selville, olemmeko osanneet kohdistaa tutkimuksen oikealle kohderyhmälle.

Tutkimuslomakkeen toinen osio koostui kokonaan risteilyyn liittyvistä tekijöistä. Kysyimme mielipiteitä muun muassa palvelun laadusta, aikatauluista sekä oheispalveluista. Vastaukset oli mahdollista antaa strukturoituina tai avoimina. Avointen vastausten avulla vastaajilla oli mahdollisuus tuoda vapaasti esille omia mielipiteitään. Tutkimuslomakkeen lopussa kysyimme kehitysehdotuksia, joiden pohjalta olemme osittain suunnitelleet kehittämistoimenpiteitä. Yhteensä lomake sisälsi 14 kysymystä.

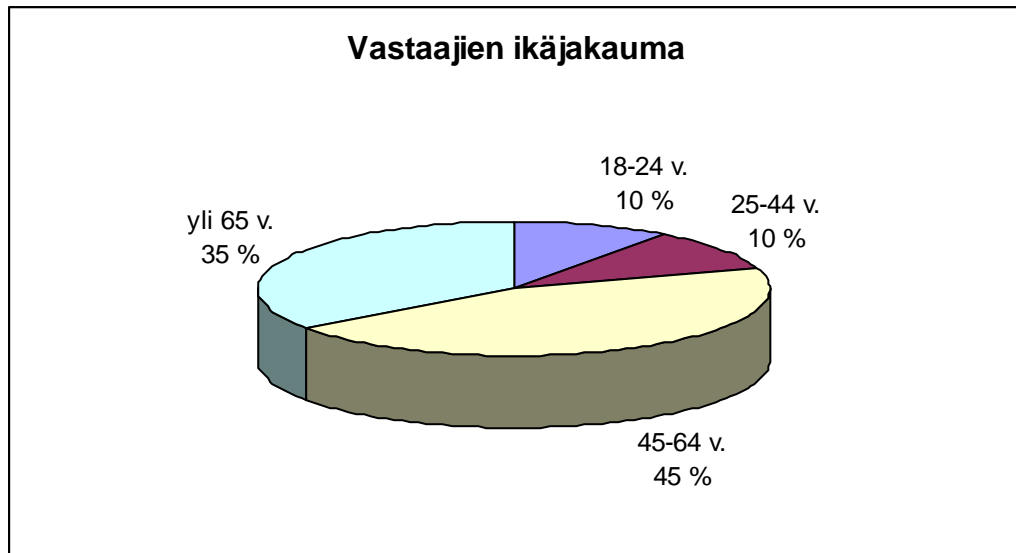
## 8 TUTKIMUSTULOKSET

Kyselyyn vastasi yhteensä 42 asiakasta. Vastaajien määrä jäi alle odotetun, sillä olimme suunnitelleet otoksen kooksi 50–100 vastausta. Olimme kuitenkin tyytyväisiä otoksen kokoon, sillä valittu asiakassegmentti oli melko pieni ja lisäksi kyseisenä kesänä asiakaskunnan vaihtelu oli vähäistä. Aluksilla kävi kyllä paljon matkustajia, mutta suuri osa heistä oli satunnaisia matkustajia, joita emme voineet ottaa kyselyyn mukaan. Jokainen lomakkeen täyttänyt ei vastannut kaikkiin kysymyksiin, mikä heikensi reliabiliteettia.

Tutkimuksen aikana tehty havainnointi keskittyi sääolosuhteisiin sekä ihmismäärään. Ylikosken (2000, 26) väittämän mukaan ulkoiset tekijät vaikuttavat palvelukokonaisuuteen. Emme kuitenkaan tutkimustulosten perusteella nähneet selkeää yhteyttä ulkoisten tekijöiden ja vastausten välillä. Vastausten pohjalta poikkeukselliset sääolosuhteet, kuten voimakas tuuli tai kuumuus, eivät vaikuttaneet vastaajien mielipiteisiin. Myöskään suuri matkustajamäärä ei aiheuttanut negatiivisia tunteita kyselyyn osallistuneilla.

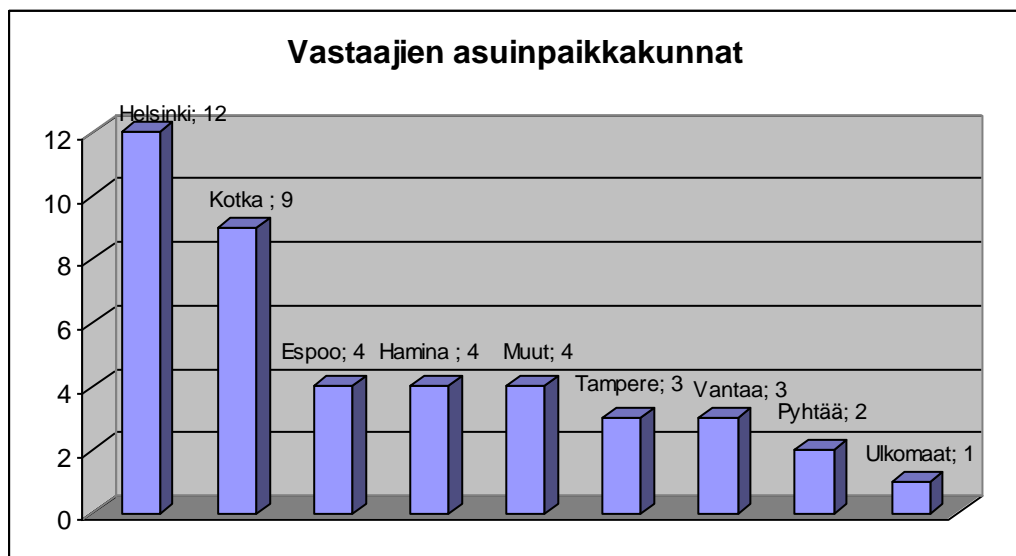
### 8.1 Vastaajien yleistiedot

Kyselyyn osallistuneista 27 oli naisia ja 15 miehiä. Tutkimusajankohtana tehdyn havainnoinnin mukaan moni asiakas oli yksin matkustava nainen, mikä osittain selittää selvän eron naisten ja miesten välillä.



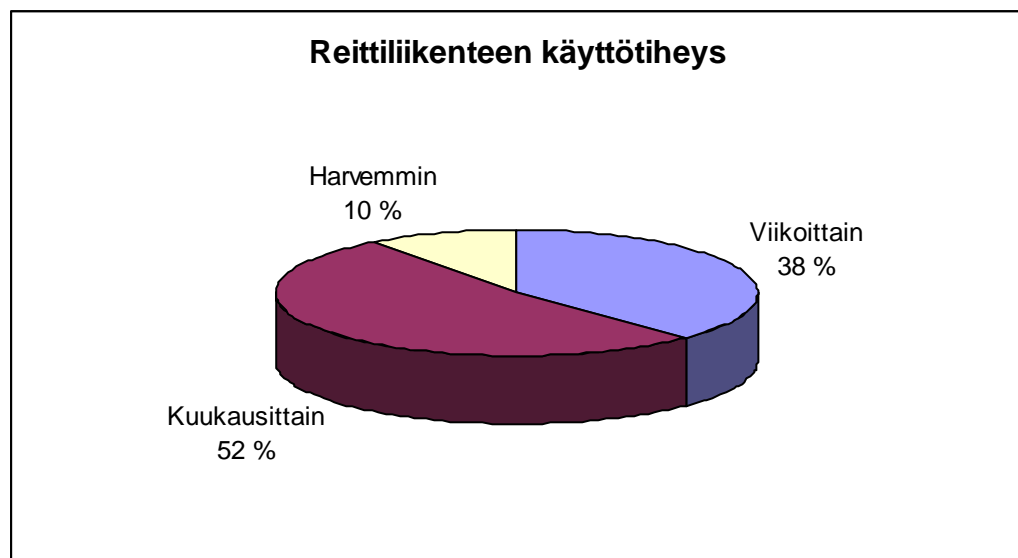
KUVIO 2. Vastaajien ikäjakauma

Vastaajista pääosa (80 %) oli keski-ikäisiä tai vanhempia ja vain pieni osa (20 %) oli nuoria tai alle keski-ikäisiä. Vastaajien suhteellinen ikäjakauma ilmenee kuvio 2. Tästä päättelimme, että alle 45-vuotiaat käyttävät pääsääntöisesti omia kulkuvälineitään kulkiessaan kesämökeilleen. Lisäksi päättelimme, että vanhemmilla ihmisillä on enemmän vapaa-aikaa ja halua matkustaa kotimaassa kuin nuoremmilla.



KUVIO 3. Vastaajien asuinpaikkakunnat

Kuviossa 3 on laskettu asuinpaikkakuntien vastaajien lukumäärät suoraan vastauksista. Vastauksia saatiin yhteensä 42 kappaletta. Vastaajista noin 45 % asui pääkaupunkiseudulla (Helsinki, Espoo ja Vantaa). Seuraavaksi suurin osa (noin 21 %) vastaajista asui Kotkassa. Kuvion 3 kohta ”muut” käsitti seuraavat kaupungit: Kaarina, Keminmaa, Miehikkälä ja Vaasa, joista jokaisesta kaupungista oli yksi vastaaja. Lisäksi yksi vastaaja ilmoitti asuinpaikakseen ulkomaat. Kuvio kertoo, että suuri osa vastaajista asui Tammion saaren lähiseudulla, sillä esimerkiksi Helsingin ja vuoroliikenteen lähtöpaikan Haminan välillä on vain 146 kilometriä (Tiehallinto).



KUVIO 4. Reittiliikenteen käyttötiheys

Kesäsesonkina kesä–elokuussa vastaajista enemmistö käytti reittiliikennettä joko viikoittain tai kuukausittain. Selvästi pienempi osa käytti reittiliikennettä harvemmin. Käyttötiheyden suhteellinen jakauma ilmenee kuvioista 4. Reittiliikenteen tiheä käyttö osoitti, että vuorolle on todellista tarvetta. Pidimme tutkimustulosta luotettavana, sillä asiakassegmentoinnin avulla saimme kohdistettua kyselyn juuri oikeille henkilöille.

## 8.2 Risteily

Seuraavassa alaluvussa käsittelemme palvelun ja oheistuotteiden laatua, yleisiä matkustamiseen liittyviä asioita sekä saatuja kehittämissuhteita. Zeithaml ja Bitner (1996, 123) korostavat henkilökunnan reagoitavuuden sekä palveluvarmuuden merkitystä asiakastyytyvyydessä. Kyselystä ei ilmennyt yhtään huonoa tai välttävää vastausta, sillä 40 vastauksesta 28 oli kiitettävää ja loput 12 hyvää. Tästä päättelimme, että henkilökunta oli ammattitaitoista ja asiakasystävällistä sekä palveluaitista. Asiakkaat olivat uskollisia ja halukkaita käyttämään palvelua uudelleen. Pääosa vastaajista oli keski-ikäisiä tai eläkeläisiä ja heille on ehtinyt muodostua laajempi käsitys palvelunlaadusta kuin nuoremmille. Saaduista vastauksista päättelimme, että vanhemmat ihmiset arvostivat läheistä ja kiireetöntä palvelua, jonka aikana he pääsivät kontaktiin asiakaspalvelijan kanssa. Moni vastaajista mainitsi erikseen ystävällisen henkilökunnan.

Reittiliikenteen aikatauluja pidettiin kyselyn perusteella sopivina, mutta joitakin muutoksia kaivattiin. Erityisesti keskelle viikkoa toivottiin lisää vuoroja, sillä nykyään alukset liikennöivät ainoastaan tiistaisin sekä viikonloppuisin. Lisäksi toivottiin, että liikennöintiä jatkettaisiin lokakuulle asti. Kuten Suomen Matkailijayhdistys SMY ry (2009, 57) ehdottaa, hyvä keino lisätä vuoroja myöhempään syksyyn, olisi koulujen loma-aikojen myöhäistäminen. Linja-autoliikenteen huomiointi Helsingistä pitäisi huomioida nykyistä paremmin ja ajoittaa satamaan tuloaika niin, ettei linja-auto- ja reittiliikenteen väliin jää turhaa odotusaikaa.

Vastaajista pääosa (29) toivoi lähtöpaikan säilyvän Haminassa ja 15 halusi muuttaa lähtöpaikan Kotkaan. Kaksi vastaajista piti molempia vaihtoehtoja sopivina, joten vastauksia saimme yhteensä 44. Liikennöinti on jo vuosia lähtenyt Haminasta ja moni kyselyyn vastanneista on kulkenut Viklan mukana koko sen ajan, joten todennäköisesti he pitivät Haminaa tuttuna ja turvallisena lähtöpaikkana eivätkä halunneet muutosta.

Kuten jo viitekehyksessä, luvussa 6.2, mainitsimme, sijainti vaikuttaa palvelun laatuun. Asiakaslähtöiseen sijaintiin kuuluu selkeä opastus. Asiakkaiden palautteiden mukaan opastus Haminan Tervasaareen ei ole riittävää, sillä kylttejä ei ole tarpeeksi. Tutkimuksemme vastanneet eivät ole mielestämme pohtineet sijainnin merkitystä lähtöpaikan valinnassa, sillä he eivät ole ottaneet huomioon saavutettavuutta.

Toinen syy siihen, ettei lähtöpaikkaan haluttu muutosta lienee se, että vähittäistavarakaupan palvelut kärsisivät. Tutkimustuloksista ei käynyt ilmi yhteneväisyyttä saman asuinpaikkakunnan henkilöiden ja halutun lähtöpaikan välillä. Esimerkiksi Helsingissä asuvat henkilöt ilmaisivat halunsa lähteä joko Haminasta tai Kotkasta. Tästä poikkeuksena ovat kuitenkin henkilöt, jotka asuivat joko Haminassa tai Kotkassa. Tällaiset henkilöt luonnollisesti halusivat liikennöinnin lähtevän omalta asuinpaikkakunnaltaan.

Yksi haastattelulomakkeen kysymyksistä koski kehitettäviä osa-alueita. Valtaosa vastaajista (27) oli päätenyt vaihtoehtoon ”ei mitään kehitettävää”. Harrisin (2006, 144) mukaan on yleistä, että palveluihin ja tuotteisiin ollaan tyytyväisiä eikä mitään kehitettävää löydy. Palvelu ja yleinen siisteys koettiin vastausten perusteella hyväksi, eikä niissä ilmennyt kehitettävää. Sen sijaan kahvituotteisiin kaivattiin muutosta, sillä noin joka neljäs (10) vastaaja piti tätä osa-aluetta riittämättömänä. Muutosta toivottiin erityisesti jäätelövalikoiman monipuolisuuteen. Lisäksi osa toivoi muutosta aikatauluihin ja muutamat toivoivat aluksille esimerkiksi tyyntyä viihtyvyyden parantamiseksi. Yksi vastaajista kaipasi hinnoitteluun muutosta, sillä hän piti tuotteita liian kalliina.

Kysyimme myös, millaisena vastaajat pitivät oheistuotteiden laatua. Leivonnaisien laatu osoittautui vastausten perusteella heikoimmaksi, sillä joka neljäs (10) vastaajista piti niiden laatua tyydyttävänä. Noin joka kolmas (16) arvosteli leivonnaisien laadun hyväksi. Juomavalikoima aluksilla koettiin hyväksi, sillä 90 % vastaajista piti valikoiman laatua vähintään hyvänä. Makeiset/jäätelöt saivat myös kiitosta, sillä puolet vastaajista (20) oli sitä mieltä, että niiden laatu oli hyvä. Tosin moni kaipasi valikoimaan lisää vaihtoehtoja. Esitteitä ja aikatauluja pidetään selkeinä ja toimivina, sillä selvä enemmistö (57,5 %) antoi arvosanaksi kiitettävä.

Muiden oheistuotteiden, esimerkiksi lohileipien, laatu oli pääosin (61,5 %) kiitettävä. Vastaajien mukaan oheistuotteisiin kaivattiin enemmän vaihtoehtoja, kausivaihtelua vuodenaikojen mukaan sekä esimerkiksi allergisten huomiointia tarjonnassa. Kiitosta annettiin tuotteiden tuoreudesta sekä mausta.

Oheispalveluja, eli postikuljetusta sekä kaupan pakettien kuljetusta pidettiin pääosin kiitettävinä. Vastaajista 52,5 % päätyi arvosanaan kiitettävä postikuljetuksen kohdalla. Kaupan pakettien kuljetuksen kohdalla 47,5 % piti palvelua kiitettävänä. Muutamat toivoivat useampia kuljetuskertoja, sillä nykyään posti kulkee Tammioon neljä kertaa viikossa ja kaupan paketit tarpeen mukaan. Koska posti kulkee aina alusten mukana, täytyisi yrityksen lisätä vuoroja Tammioon, jotta olisi mahdollista lisätä myös kuljetuskertoja.

TAULUKKO 1. Palveluympäristö

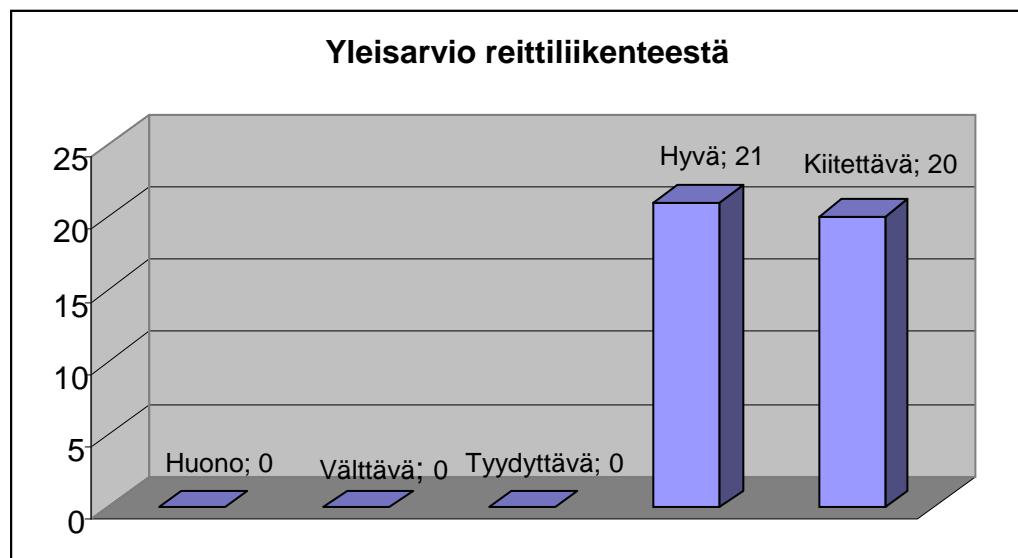
	1 Huono	2 Välttävä	3 Tyydyttävä	4 Hyvä	5 Kiitettävä
Siisteys	0	0	0	16	25
Viihtyvyys	0	0	2	15	24
Sisustus	0	0	2	17	22

Vastauksia saatiin yhteensä 41 kappaletta, kuten taulukosta 1 ilmenee. Arvosanojen vastauslukumäärät on laskettu suoraan vastausten lukumääristä.

Siisteyttä aluksilla pidettiin erittäin hyvänä, sillä kaikki vastaajista olivat sitä mieltä, että siisteys oli joko hyvää tai kiitettävää. Viihtyvyys oli myös riittävää, koska ainoastaan kaksi vastaajista piti sitä tyydyttävänä. Sisustus koettiin miellyttäväksi, sillä enemmistö (95 %) vastaajista antoi arvosanaksi hyvän tai kiitettävän. Näistä asioista päättelimme, että asiakkaat viihtyivät aluksilla eikä suuria epäkohtia palveluympäristössä ollut.



Aluksien tilojen vastaavuus asiakkaiden tarpeisiin oli erinomainen, sillä 95 % kaikista vastaajista oli tyytyväisiä tiloihin. Erityismaininnan saivat hyvät istuimet sekä tuuletus. Ainoat epäkohdat löytyivät säilytystiloissa sekä matkustustilojen riittävydessä. Varsinkin juhlapyhien, kuten juhannuksen, aikana tilat koettiin ahtaiksi, sillä matkustajia ja matkatavaroita oli paljon. Säilytystilat sijaitsevat penkkien alla sekä niille erikseen varatuissa paikoissa aluksen keskiosassa, joten ne eivät vie tilaa matkustajilta.



KUVIO 5. Yleisarvio reittiliikenteestä

Kuviossa 5 olevat luvut ovat vastaajien lukumäärät kaikista vastauksista. Vastauksia saatiin yhteensä 41 kappaletta.

Yleisarvio reittiliikenteestä oli erittäin positiivinen. Kaikki vastaajat päätyivät joko hyvään tai kiitettävään arvosanaan, mikä osoitti, että koko palvelukonsepti oli toimiva ja että MeriSet Oy oli onnistunut panostamaan oikeisiin asioihin. Yrityksen ei pidä kuitenkaan tyytyä tämänhetkiseen tilanteeseen, vaan sen täytyy kehittää toimintaansa jatkuvasti, jotta palvelukonsepti olisi jatkossakin toimiva sekä ajanmukainen.

Vastaajat saivat vapaasti ehdottaa kehittämiskohteita, joita löytyikin paljon. Useasta vastauksesta kävi ilmi, että liikennöintivuoroja ei ollut riittävästi ja niiden jakautuminen viikolle oli epätasaista. Eräs vastaajista kommentoi näin: ”Maanantai-ilta-tiistai-aamuvuoron jatkaminen molemmista päistä.” Tällä hetkellä tammiolaisilla on mahdollisuus päiväkäyntiin maissa tiistaisin kesäsesongin ollessa vilkkaimmillaan. Tämän käytännön toivotaan jatkuvan siten, että maanantain ja tiistain liikennöintivuorot alkaisivat aikaisemmin keväällä ja jatkuisivat myöhempään syksyyn. Samalla toivottiin, että alusten yleinen liikennöinti Tammioon jatkuisi myöhempään syksyyn.

Muutama vastaaja toivoi, että aloitettaisiin kokonaan uusi reitti Kotka-Ulko-Tammio-Tammio-Kotka. Tämä ehdotus oli yleinen varsinkin Kotkassa asuvien kohdalla. Mielestämme ehdotus on hyvä ja sitä kannattaisi jalostaa siten, että liikennöinti kyseisellä reitillä tapahtuu säännöllisesti kerran viikossa esimerkiksi lauantaisin. Uuden reitin avulla olisi mahdollista lisätä satunnaisten matkailijoiden määrää, sillä Kotkan Sapokassa liikkuu kesäisin paljon turisteja, jotka saattaisivat olla kiinnostuneita lähtemään lyhyille matkoille.

Yleisen viihtyvyyden parantamiseksi aluksille kaivattiin esimerkiksi lehtiä. Kyse-lyistä luettua: ”Sisustuslehtiä, vanhatkin kelpaavat.” ja ”Lehtiä matkan ajaksi luettavaksi.” Lisäksi kahviotuotteiden laadun parantamiseksi tuli ehdotus, että Meri-Set Oy voisi tehdä yhteistyötä jonkin paikallisen kahvilan kanssa. Tämän avulla olisi mahdollista lisätä tunnettavuutta molemmin puolin sekä monipuolistaa tuotevalikoimaa.

Matkalippujen kohdalla muutosehdotus koski hintaa, joka ei joidenkin mielestä ollut kilpailukykyinen. Eräs kommentti kuului näin: ”Eikö linja-autoissa lastenlippuun hinta ala 7v ja aikuisten 17v?” Eräs vastaajista toi myös esille mahdollisuuden sarjalippuun, joka toisi käytännön helpotusta matkustukseen. Tammiolaiset voivat lisäksi yhteisöllisyyden säilyttämiseksi kesäretkeä luodolle, joka suunnattaisiin ainoastaan kesämökkiläisille. Muutamat kommentoivat seuraavasti: ”Kesän aikana tammiolaisten retki muihin saariin.” sekä ”Yksi kesäretki jollekin luodolle.”

### 8.3 Omat kehitysehdotukset

Lähdimme pohtimaan kehitysehdotuksia tutkimustulosten pohjalta. Keskityimme lähinnä yksityiskohtaisiin muutoksiin, sillä yleisesti palautteiden perusteella palvelukonseptiin oltiin tyytyväisiä. Tämän vuoksi emme nähneet syytä lähteä kehittämään itse palvelutoimintaa.

Useassa vastauksessa ilmeni toiveita esimerkiksi tarjonnan vaihteluun, vuorojen lisäämiseen sekä lähtöpaikan muuttamiseksi Kotkaan. Kehittelimme eräänlaiset testiviikot, joiden aikana nämä toiveet toteutettaisiin koekäytön muodossa. Testiviikot jaettaisiin siten, että viikolle olisi yksi muutos kerrallaan. Tämän avulla asiakkaat voivat keskittyä rauhassa uusiin asioihin. Testiviikkojen avulla on tarkoitus kartoittaa muutosten toimivuutta ja kannattavuutta. Mikäli huomataan, että muutokset eivät ole kannattavia, palattaisiin takaisin vanhoihin toimintatapoihin. Maanantai-tiistaiamuovurojen osalta testaus ajoitettaisiin heinä-elokuun vaihteseen, jolloin normaalia liikennöintiä maanantai-tiistaiamuuisin ei ole.

Viihtyvyyden lisäämiseksi aluksille hankittaisiin erilaisia lapsille ja aikuisille suunnattuja lehtiä. Asiakkaat voisivat halutessaan lahjoittaa vanhoja lehtiä yritykselle, jolloin yritys säästäisi kustannuksissa. Mielestämme olisi myös hyvä hankkia aluksille iltapäivälehtiä, kuten Ilta-Sanomat, joissa yhdistyvät ajankohtaiset uutiset sekä viihde. Pohdimme myös musiikin lisäämää viihtyvyyttä aluksilla. Haasteena on löytää sopiva musiikkilaji sekä nuorille että vanhemmille asiakkaille. Vastaajat toivoivat matkatavaroille lisää säilytystilaa, jota voisi saada sijoittamalla ulkokannelle katoksia. Katosten avulla matkatavarat pysyisivät kuivina esimerkiksi sateen aikana. Katokset voitaisiin sijoittaa esimerkiksi etukannelle, siten että ne eivät aiheuttaisi näköestettä kuljettajalle. Lisäämällä yleistä viihtyvyyttä aluksilla voidaan parantaa palvelun laatua, kuten Ylikoski (2000, 129) toteaa.

Käytännön matkustamisen helpottamiseksi aluksille voitaisiin ottaa käyttöön sarjalippu, jonka hinta olisi hieman halvempi kuin yksittäisen hinta. Toinen vaihtoehto olisi tarjota esimerkiksi 11. lippu veloituksetta. Sarjalippua hinnoitellessa tulisi huomioda, että yritys ei tee taloudellista tappiota. Tällä hetkellä bussien ja alusten liikennöintiäikataulujen yhteen sovittaminen ei ole toimivaa. Esimerkkinä

sunnuntaisin elokuussa alukset saapuvat aikataulun mukaan Haminaan kello 18.15 (Meriset 2010 a) ja seuraava bussi Helsinkiin lähtee vasta kello 19.40 (Matkahuolto 2009). Aikatauluja suunniteltaessa on tärkeää huomioida riittävä vaihtoväli ilman, että jää turhaa odotusaikaa.

Nykyisin ihmiset osaavat arvostaa hyvinvoinnin merkitystä, mikä ilmenee esimerkiksi toiveissa tuotteiden tarjontaan. Muutamat vastaajat olivat esimerkiksi ehdottaneet mehujen lisäämistä myyntiin virvoitusjuomien rinnalle. Hyvinvointituotteiden lisääminen olisi osoitus siitä, että yritys huomioi nyky-yhteiskunnan muuttuvat tarpeet. Koska erilaiset erityisruokavaliot ovat lisääntyneet, pitäisi ne huomioida tuotetarjonnassa. Esimerkiksi laktoosi-intolerantikkoja ajatellen maitotuotteet voitaisiin vaihtaa täysin laktoosittomiin sekä diabeetikkoja ajatellen tarjolla voisi olla vähäsokerisia tuotteita. Vuodenajoissa on omia kausiraaka-aineita, joita olisi hyvä hyödyntää esimerkiksi leivonnaisissa. Kesällä suosittuja ovat erilaiset marjat sekä tuoreet vihannekset ja syksyllä puolestaan sienet.

Haminassa toimivien kahviloiden ja leipomoiden kanssa tehtävän yhteistyön avulla olisi mahdollista monipuolistaa tuotetarjontaa sekä kilpailuttaa hintoja, kuten Suomen Matkailijayhdistys SMY ry (2009, 56) painottaa. Paikalliset yritykset voisivat lisätä tunnettavuutta ja saada yhteistyön avulla lisää markkinointirakoa. Mikäli yhteistyötä ryhdytään kehittämään, tulisi huomioida molemminpuolinen hyöty sekä taloudellinen kannattavuus. Yhteistyön mahdollisia haasteita ovat aikatauluttaminen sekä sopivan tuotevalikoiman löytäminen. Tuotteet tulisi saada aluksille ajoissa joko siten, että yritys noutaa tuotteet itse tai ne kuljetetaan aluksille. Kahviloiden ja leipomoiden tuotevalikoiman tulee olla samassa linjassa MeriSet Oy:n ajatusmallien kanssa.

#### 8.4 Jatkotutkimusehdotukset

Koska MeriSet Oy:lle ei ollut aikaisemmin tehty asiakastyytyväisyystutkimusta reittiliikenteen palveluista, oli mahdollista lähteä kehittämään erilaisia jatkotutkimuksia. Oma tutkimuksemme keskittyi siis pelkästään tarkastelemaan vakioasiakaiden tyytyväisyyttä reittiliikenteen palveluihin, joten jatkossa tutkimusta voisi

laajentaa siten, että huomioon otettaisiin myös reittiliikenteen satunnaiset asiakkaat.

Mikäli MeriSet Oy ottaa käyttöönsä kehitysehdotuksiamme, olisi muutaman vuoden kuluttua hyvä tarkastella muutosten toimivuutta ja kannattavuutta uusimalla kyselytutkimus samalle asiakassegmentille. Kuten Ylikoski (2000, 149-150) ilmaisee, on ainoastaan yhden asiakastyytyväisyystutkimuksen tekeminen hyödytöntä. Yhden tutkimuksen avulla saatava tieto ei ole tarpeeksi kattavaa ja syvällistä. Uutta tutkimusta ei kannata tehdä lähiaikoina, sillä muutosten vaikutus näkyy pikkuhiljaa. Asiakkaille täytyy lisäksi antaa aikaa omaksua muutokset, jotta he ovat luotettavia vastaamaan uuteen tutkimuskyselyyn.

Toimeksiantajamme pyynnöstä kyselylomakkeessamme oli tarkasteltu reittiliikenteen toivottua lähtöpaikkaa. Koska noin 1/3 vastaajista toivoi lähtöpaikan vaihtuvan Haminasta Kotkaan, jatkossa voisi tutkia Haminan sekä Kotkan lähtöpaikan hyötyjä ja haittoja. Tutkimus voisi keskittyä tarkastelemaan nykyisten palveluiden, kuten posti- ja kauppakuljetusten, toimivuutta Kotkassa. Koska matka Kotkasta Tammioon on hieman pidempi kuin Haminasta Tammioon, on syytä tarkastella lisäksi muutoksen taloudellista kannattavuutta.

Muutoksia toivottiin esimerkiksi viihtyvyyden ja tuotetarjonnan lisäämiseen, joten voisi olla mielenkiintoista selvittää, kuinka suuri merkitys näillä tekijöillä oikeasti on. Mikäli muutoksilla ei ole suurta merkitystä, voi olla hyvä miettiä, kannattaako niihin hyödyntää resursseja, kuten aikaa ja rahaa. Taloudelliselta kannalta katsottuna ehdotamme, että ainoastaan sellaisiin tekijöihin kannattaa panostaa, joista koituu yritykselle mahdollisimman suurta hyötyä.

Jatkotutkimusta tehdessä annamme vapauden hyödyntää omaa tutkimustamme ja tutkimuslomakettamme. Oma tutkimuksemme keskittyi tarkastelemaan vain pientä osaa yrityksen asiakkaista, joten lomakettamme hyödynnettäessä täytyy huomioida sen kohderyhmä. Lomaketta täytyy mahdollisesti muokata myös muilta osin, sillä osa kysymyksistä on suunnattu ainoastaan tammiolaisille.

## 9 YHTEENVETO

Opinnäytetyömme kohdistui kotkalaiselle risteilyliikennöitsijälle MeriSet Oy:lle. Yritykselle tehty asiakastyytyväisyystutkimus on ensimmäinen laajempi kysely, jonka tarkoituksena oli selvittää asiakastyytyväisyyttä Hamina–Tammio - reittiliikenteen palveluissa. Toimeksiantajamme saivat vaikuttaa kyselylomakkeen lopulliseen muotoon tuomalla esille toiveitaan. Kysely kohdistui ennalta segmentoituun asiakasryhmään, joka koostui Hamina–Tammio -välillä säännöllisesti matkustavista asiakkaista.

Asiakastyytyväisyystutkimuksen kannalta keskeisimmiksi käsitteiksi nostimme asiakastyytyväisyyden, palvelun sekä laadun. Näistä jokainen vaikuttaa oleellisesti asiakkaan tyytyväisyyteen ja sen vuoksi olemme tutkineet niitä kyselylomakkeen avulla.

### 9.1 Tutkimuksen toteutus

Käytimme tutkimusmenetelmänä kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta, koska koimme sen palvelevan tutkimuksen tavoitteita. Kvantitatiivisen tutkimuksen tukena käytimme havainnointimenetelmää, joka kuuluu osaksi kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta. Halusimme tutkia ulkoisten tekijöiden vaikutusta vastauksiin, sillä esimerkiksi Ylikosken (2000, 26) mukaan näillä tekijöillä voi olla suurta merkitystä.

Jaoin kyselylomakkeen kahteen osaan, joista ensimmäinen koski vastaajien henkilötietoja ja toinen osa keskittyi risteilytekijöihin. Kyselylomakkeessa oli kysymyksiä yhteensä 14 kappaletta, joista osa oli strukturoituja ja osa avoimia kysymyksiä. Lomakkeen lopussa kysyimme yleisiä kehittämiskohteita. Lomakkeet jaettiin asiakkaille matkan aikana kesällä 2010. Kyselylomakkeita jaettiin kahden viikon ajan sesongin ollessa vilkkaimmillaan. Asiakkaiden vastaamisen aikana käytimme ei-osallistuvaa havainnointimenetelmää, jonka aikana kirjasimme ylös sääolosuhteet sekä matkustajamäärät. Jaoin kyselylomakkeet nimettöminä, jotta vastaajat uskalsivat vastata ilman pelkoa siitä, että heidät tunnistettaisiin.

Vastauksia saimme yhteensä 42 kappaletta. Olemme tyytyväisiä vastausten määrään, sillä valittu asiakassegmentti oli pieni. Mahdollisuuksia suurempaan vastusmäärään olisi ollut, mutta jokainen vastaajasegmenttiin kuuluva ei ollut halukas osallistumaan tutkimukseen. Koimme, että vastausten pohjalta oli mahdollista saada selkeä kuva MeriSet Oy:n asiakastyytyväisyydestä.

## 9.2 Tutkimuksen keskeiset tulokset ja johtopäätökset

Tutkimuksesta saatujen vastausten pohjalta kävi ilmi, että asiakkaat ovat MeriSet Oy:n reittiliikennepalveluihin tyytyväisiä. Suuria epäkohtia ei noussut esille, mutta muutamia pienempiä kehittämistä kaipaavia tekijöitä sen sijaan löytyi. Näistä pääosa liittyi tuotetarjontaan, jota vastausten perusteella pitäisi monipuolistaa. Toinen asia, mihin kaivattiin muutosta, oli reittiliikenteen lähtöpaikka sekä aikataulut.

Tässä tutkimuksessa selvisi, että vastaajat olivat erittäin tyytyväisiä henkilökunnan palveluasenteeseen sekä ammattitaitoon. Tästä ilmeni se, että MeriSet Oy haluaa panostaa henkilökunnan osaamiseen esimerkiksi järjestämällä jatkuvaa koulutusta. Asiakkaille halutaan luoda turvallinen kuva yrityksen toiminnasta.

MeriSet Oy:n reittiliikenteen toiminta on jo vuosia jatkunut samankaltaisena, joten vakiintuneet asiakkaat ovat tottuneet tiettyihin toimintamalleihin. Tästä johtuen he eivät välttämättä ole osanneet tarkastella muutosehdotuksia tarpeeksi laajalta näkökannalta. Vastaajat olivat ehdottaneet muutoksia lähinnä pieniin yksityiskohtiin, mutta syvällisempi tarkastelu jäi kokonaan puutteelliseksi. Tästä voimme päätellä, että toimeksiantajamme yritystoiminta on pohjimmiltaan toimivaa. Lisäksi päättelimme, että vastaajat pelkäävät muutosten aiheuttamia vaikutuksia yrityksen nykyiseen toimintaan.

Tutkimukseemme osallistunut asiakassegmentti koostui toisensa tuntevista henkilöistä, mistä ilmeni tiettyjä piirteitä vastauksissa. Vastaukset olivat hyvin samankaltaisia, mikä tuli esille jo ensimmäisten vastauslomakkeiden perusteella. Päätelimme jo ennen tutkimustulosten analysointia, että kyseessä on pieni ja tiivis yhteisö. Vastausten analysoinnin jälkeen saimme varmistuksen päättelyllemme.

### 9.3 Oman tutkimuksemme luotettavuus sekä pätevyys

Koemme, että tutkimuksemme on validi eli pätevä, sillä saimme vastauksia tutkimusongelmaamme. Tutkimuskysymyksemme koski reittiliikennepalvelujen kehittämiskohteita ja saamamme vastaukset kohdistuivat kysytyyn asiaan. Olimme osanneet muotoilla tutkimuskysymykset selkeiksi, sillä vastaajilla ei ilmennyt väärinkäsityksiä niiden suhteen. Vaikka syvällisempi kehittämiskohteiden tarkastelu jäikin vähäiseksi, ei se vaikuttane tutkimuksen validiteettiin.

Mielestämme tutkimuksemme on luotettava, sillä se on mahdollista suorittaa myöhemmin uudelleen täysin samanlaisena. Reliabiliteettiin vaikuttaa myös se, että vastausten määrä oli riittävä. Tutkimuksemme saavutti saturaatio- eli kyllästymispisteen, koska vastaukset eivät muuttuneet merkittävästi missään vaiheessa, eli samat ajatukset toistuivat vastauksissa.

### 9.4 Oma arviointi

Olemme hyvin tyytyväisiä työskentelyymme sekä lopputulokseen. Aloitimme opinnäytetyön työstämisen jo keväällä 2010, jolloin kokosimme viitekehyksen lähes kokonaan sekä laadimme kyselylomakkeen. Kesällä pidimme taukoa työskentelystä, sillä Noora oli töissä Kotkassa ja Heli suorittamassa työharjoittelua Italiassa. Ainoa asia, mitä opinnäytetyöhön liittyen tehtiin kesällä, oli kyselylomakkeiden jakaminen. Koimme, että välttämätön tauko teki työskentelyllemme hyvää, sillä sen avulla saimme etäisyyttä työhön.



Jatkoimme opinnäytetyön tekemistä heti syksyllä molempien palattua Lahteen opintojen pariin. Viimeistelimme viitekehysten sekä aloimme analysoida tutkimustuloksia. Työ on valmistunut tasaisesti, sillä pysyimme alkuperäisessä aikataulussa. Syksyn ensimmäisessä jaksossa kummallakaan ei ollut muita opintoja, joten pystyimme käyttämään kaiken ajan opinnäytetyöhön.

Tämänkaltainen iso ja laaja tutkimustyö oli molemmille uutta. Kumpikaan ei ollut aikaisemmin tutkinut asiakastyytyväisyyttä tai tehnyt kyselyjä, joten opimme paljon uutta. Työmme avulla saimme kokemusta tiedonhausta sekä opimme suunnittelun merkityksen. Kasvoimme myös ihmisinä, sillä jouduimme panostamaan työskentelyyn sekä tekemään tiivistä yhteistyötä paitsi toistemme myös toimeksiantajamme sekä ohjaavan opettajamme kanssa.

Yllätykseksemme huomasimme, että opinnäytetyön tekeminen ei ollutkaan niin uuvuttavaa ja haastavaa, kuin olimme pelänneet. Tarkan suunnittelun avulla meille ei kertaakaan ilmaantunut paniikkia aikataulullisesti. Päinvastoin työmme valmistui enneaikaisesti, sillä keväällä olimme suunnitelleet esittävämme valmiin työmme joulukuun 2010 seminaarissa.

Mielestämme valmis opinnäytetyömme on tiivis kokonaisuus, koska käsitelimme ainoastaan tutkimukselle olennaisia asioita. Mikäli olisimme laajentaneet tutkimuksen kohderyhmää, olisi työstä saattanut tulla hajanainen. Olemme tarkastelleet työn osa-alueita monipuolisesti useiden kotimaisten ja ulkomaisten lähteiden avulla. Olemme lisäksi hyödyntäneet aikaisemmin oppimiamme asioita tutkimuksen tukena ja tuomme omia näkemyksiämme esille myös itse työssä.

Olemme molemmat sitä mieltä, että opinnäytetyön tekeminen yhdessä parin kanssa oli kohdallamme toimiva ja kannattava ratkaisu. Saimme toisiltamme tukea ja kannustusta läpi koko opinnäytetyön tekemisen. Huomasimme, että samankaltainen ajatusmaailma auttoi työn etenemisessä ja loppuvaiheessa täydensimme toistemme lauseita. Työskentelyn aikana ei välillämme kertaakaan ilmennyt ristiriitoja, vaan työnteko sujui yhteisymmärryksessä.

Toivomme, että opinnäytetyöstämme on hyötyä toimeksiantajallemme sekä tuleville opiskelijoille. Vaikka asiakastyytyväisyystutkimus on hyvin yleinen ja paljon käytetty aihe varsinkin opinnäytetöissä, on jokainen tutkimus kuitenkin erilainen. Toivottavasti osasimme tuoda esille uusia ja erilaisia näkökulmia asiakastyytyvyyteen liittyen ja työ antaa vastauksia toimeksiantajamme kysymyksiin.

## LÄHTEET

## Painetut lähteet

Anderson, R. E. & Dubinsky, A. J. 2004. Personal Selling Achieving Customer Satisfaction and Loyalty. Boston New York: Houghton Mifflin Company.

Bergström, S. & Leppänen, A. 2009. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita.

Blomgren, R., Malmberg, T. & Raudsepp, P. 1996. Laiva saapui Helsinkiin. Helsinki: Raud.

Grönroos, C. 2001. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. Helsinki: WSOY.

Harris, E.K. 2006. Customer service. A practical approach. The United States of America: Pearson Prentice Hall.

Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Prima.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. Keuruu: Otava.

Lecklin, O. 2006. Laatu yrityksen menestystekijänä. Hämeenlinna: Karisto.

Lillrank, P. 1990. Laatumaa. Johdatus Japanin talouselämään laatujohtamisen näkökulmasta. Jyväskylä: Oy Gaudeamus Ab.

Metsämuuronen, J. 2007. Tutkimuksen tekemisen perusteet ihmistieteissä. Jyväskylä: Gummerus.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. 1985. A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing* 49/Fall, 41–50.

Pöllänen, M., Säily, S., Kalenoja, H. & Mäntynen, J. 2003. Vesiliikenne. Tampere: Tampereen teknillinen yliopisto.

Rissanen, T. 2005. Hyvä palvelu. Jyväskylä: Pohjantähti Polestar.

Storbacka, K., Blomqvist, R., Dahl, J. & Haeger, T. 2003. Asiakkuuden arvon lähteillä. Helsinki: WSOY.

Suomen Matkailijayhdistys 2009. Tunne maasi. Suomen matkailun kehitys ja kehittäjiä. Tallinna: Hipputeos Oy.

Valli, R. 2001. Johdatus tilastolliseen tutkimukseen. Jyväskylä: PS-kustannus.

Vehkalahti, K. 2008. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsinki: Tammi.

Ylikoski, T. 2000. Unohtuiko asiakas? Keuruu: Otava.

Zeithaml, V. & Bitner, M. 1996. Services marketing. New York: McGraw-Hill.

#### Elektroniset lähteet

Augustin Oy Innoset Venepalvelu. Venesähköpalvelut. Septi imutyhjennysjärjestelmä kuntoon [viitattu 20.9.2010]. Saatavissa:

<http://www.innoset.fi/sivut/septi.htm>

Empatia. 2010. Verkkoeräjä [viitattu 29.3.2010]. Saatavissa:

<http://www.peda.net/veraja/projekti/centraali/verkkokurssit/tunnealy/paa/ydin/3>

Haminan kaupunki. Tammio. Haminan kaupunki [viitattu 9.4.2010]. Saatavissa:

<http://www.hamina.fi/?pid=228&cg=228&grp=matkailu&lang=fin>

Haminan matkailu. Hurmaava Hamina. Saaristo. Haminan matkailu [viitattu 27.9.2010]. Saatavissa: <http://www.hurmaavahamina.fi/fi/meri>

Kvantitatiivinen tutkimusaineiston kerääminen. 2008. Asteikot. Helsinki [viitattu 15.9.2010]. Saatavissa: [http://www.helsinki.fi/~rkosken/3.luento\\_kvanti1.pdf](http://www.helsinki.fi/~rkosken/3.luento_kvanti1.pdf)

Matkahuolto. 2009. Aikataulut, hinnat ja lipun osto. Matkahuolto Ab [viitattu 10.9.2010]. Saatavissa: <http://www.matkahuolto.fi/fi/>

MeriSet 2009 a. Reittiliikenne. Nitro [viitattu 19.1.2010]. Saatavissa: <http://www.meriset.com/index.php?menu=4&id=40>

MeriSet 2009 b. Saaristokartta. Nitro [viitattu 9.4.2010]. Saatavissa: <http://www.meriset.fi/>

MeriSet 2009 c. Saaristoristeilyt Kotkasta ja Haminasta. Nitro [viitattu 19.1.2010]. Saatavissa: <http://www.meriset.com/index.php>

MeriSet 2009 d. Tilausristeilyt. Nitro [viitattu 19.1.2010]. Saatavissa: <http://www.meriset.com/index.php?&id=28>

MeriSet 2009 e. Yleisöristeilyt. Nitro [viitattu 19.1.2010]. Saatavissa: <http://www.meriset.com/index.php?&id=95>

Mitä on asiakastyytyväisyys?. 2006. Quality knowhow Karjalainen Oy. Quality Knowhow Karjalainen Oy [viitattu 9.2.2010]. Saatavissa: <http://www.qk-karjalainen.fi/?sivu=Artikkelit&id=64>

Rosita 2006-2008. Café Nestor. Rosita Oy [viitattu 23.9.2010]. Saatavissa: [http://www.rosita.fi/laiivat/eivor360\\_cafe.htm](http://www.rosita.fi/laiivat/eivor360_cafe.htm)

Tallink Silja Oy. Tiedotteet. Tallink Silja Oy [viitattu 4.10.2010]. Saatavissa: <http://www.tallinksilja.com/fi/mainMenu/company/news/enviroment2009.htm>

Tiehallinto. Paikkakuntien välimatkoja Suomessa. Liikennevirasto [viitattu 8.9.2010]. Saatavissa: <http://alk.tiehallinto.fi/www2/valimatkat/index.htm>

Tilastokeskus 2009. Kotimaan vesiliikenteen matkustajamäärä ja kuljetussuorite 1980–2008. Tilastokeskus [viitattu 12.4.2010]. Saatavissa:

[http://portal.fma.fi/portal/page/portal/fma\\_fi/tietopalvelut/tilastot/tilastotaulukot/kotimaan\\_vesiliikenne/kot\\_henkiloliikenne.htm](http://portal.fma.fi/portal/page/portal/fma_fi/tietopalvelut/tilastot/tilastotaulukot/kotimaan_vesiliikenne/kot_henkiloliikenne.htm)

Tilauksisteilyjä ja vuokraveneitä 2010. Kotka merikaupunki. Kotkan kaupunki [viitattu 17.9.2010]. Saatavissa:

[http://www.kotka.fi/alltypes.asp?menuname=Ohjelmapalvelut%5FMeriristeilyt&dtype=5&menu\\_id=1253](http://www.kotka.fi/alltypes.asp?menuname=Ohjelmapalvelut%5FMeriristeilyt&dtype=5&menu_id=1253)

Trafi. Kotimaanliikenteen laivurinkirja. Liikenteen turvallisuusvirasto [viitattu 28.9.2010]. Saatavissa:

[http://www.trafi.fi/merenkulku/miehitys\\_ja\\_patevyydet/patevyyskirjat/kansipaallysto/kotimaanliikenteen\\_laivuri](http://www.trafi.fi/merenkulku/miehitys_ja_patevyydet/patevyyskirjat/kansipaallysto/kotimaanliikenteen_laivuri)

Utö 2010. Palvelut. Utö [viitattu 23.9.2010]. Saatavissa:

<http://www.uto.fi/2.0/service.php?lang=fi>

Ympäristö.fi 2005. Tammio. Valtion ympäristöhallinto [viitattu 9.4.2010]. Saatavissa: <http://www.ymparisto.fi/default.asp?contentid=113545&lan=FI>

Suulliset lähteet

Auvinen, J. 2010. Yrittäjä. MeriSet Oy. Haastattelu 21.4.2010.

## LIITTEET

Liite 1. Kyselylomake.

Hei.

Olemme Lahden ammattikorkeakoulun Matkailun alan opiskelijoita ja teemme opinnäytetyönämme asiakastyytyväisyystutkimuksen MeriSet Oy:n reittiliikenteen asiakkaille. Tutkimuksemme tavoitteena on selvittää, mihin asioihin MeriSet Oy:n reittiliikennettä käyttävät asiakkaat ovat tyytyväisiä ja mihin asioihin kaivataan muutosta. Tulosten perusteella MeriSet Oy pyrkii kehittämään toimintaansa entistä asiakaslähtöisemmäksi.

Toivomme, että Te vastaatte oheisiin kysymyksiin ja palautatte lomakkeen henkilökunnalle. Arvostamme vaivannäköänne ja kiitämme Teitä ajastanne. Käsittelemme vastauksenne henkilökohtaisesti.

Yhteystiedot:

Noora Mikkonen, Lahden ammattikorkeakoulun opiskelija, restonomi (AMK).  
[noora.mikkonen@lpt.fi](mailto:noora.mikkonen@lpt.fi)

Heli Hietala, Lahden ammattikorkeakoulun opiskelija, restonomi (AMK). [heli.hietala@lpt.fi](mailto:heli.hietala@lpt.fi)

Kiitämme Teitä ajastanne ja vastauksistanne! Nautinnollista risteilyä!

Jos haluatte osallistua kahden reittiliikennelipun arvontaan, täyttäkää erillinen arpalipuke lomakkeen täytettyänne, ja palauttakaa lipuke henkilökunnalle. Onnea arvontaan.



## HAASTATELTAVAN HENKILÖTIEDOT

Alus      VIKLA I \_\_\_\_      VIKLA II \_\_\_\_      VIKLA III \_\_\_\_

1. Sukupuoli?
  - a) mies
  - b) nainen
  
2. Ikä?
  - a) 18–24
  - b) 25–44
  - c) 45–64
  - d) yli 65
  
3. Asuinpaikkakunta? \_\_\_\_\_
  
4. Kuinka usein käytätte reittiliikennettä?
  - a) viikoittain
  - b) kuukausittain
  - c) harvemmin

## RISTEILY

5. Millaisena pidätte palvelun laatua risteilyllä? (palveluasenne, -alttius, ystävällisyys) Valitkaa sopivin vaihtoehto.
  1. huono
  2. välttävä
  3. en osaa sanoa
  4. hyvä
  5. kiitettävä



6. Ovatko reittiliikenteen aikataulut mielestänne riittävät?

1. Kyllä

2. Ei,

miksi?

---



---



---

7. Mikä on mielestänne reittiliikenteelle paras lähtöpaikka?

1. Hamina

2. Kotka

3. Jokin muu, mikä?

---

8. Millä osa-alueilla on Teidän mielestänne jotain kehitettävää?

a) Palvelu

b) Yleinen siisteys

c) Kahviotuotteet

d) Jollain muulla, millä?

---

e) Ei mitään kehitettävää

9. Millaisena pidätte oheistuotteiden laatua? (kahviotuotteet, esitteet, aikataululehtiset) Rastittakaa sopivin vaihtoehto.

	1 huono	2 välttävä	3 tyydyttävä	4 hyvä	5 kiitettävä
1. leivonnaiset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. juomavalikoima	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. makeiset/jäätelöt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. esitteet, aikataulut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. muut, esim. lohileivät	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Miksi?

---



---

10. Miten hyvänä pidätte seuraavia oheispalveluja? Rastittakaa sopivin vaihtoehto.

	1 huono	2 välttävä	3 tyydyttävä	4 hyvä	5 kiitettävä
1. Postikuljetus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Kaupan paketit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Millaisena pidätte palveluympäristöä? Rastittakaa sopivin vaihtoehto.

	1 huono	2 välttävä	3 tyydyttävä	4 hyvä	5 kiitettävä
1. Siisteys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Viihtyvyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Sisustus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Vastasivatko aluksen tilat tarpeitanne?

1. Kyllä
2. Ei, miksi?

---



---



---

13. Yleisarvionne reittiliikenteestä. Rastittakaa sopivin vaihtoehto.

1 huono	2 välttävä	3 tyydyttävä	4 hyvä	5 kiitettävä
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Muita kehittämisehdotuksia?

---



---



---



---

## ARVONTALIPUKE

Nimi:

---

Puhelinnumero:

---

Postiosoite:

---

---

Sähköpostiosoite:

---

ONNEA ARVONTAAN!

VOITTAJILLE ILMOITETAAN HENKILÖKOHTAISESTI.