



PIRKANMAAN
AMMATTIKORKEAKOULU

HYVÄ OLO, PAREMPI MIELI?

**Asiakastyytyväisyystutkimus Tampereen Kylpylän hoito-
osastolle**

Maria Järvinen

Opinnäytetyö
Toukokuu 2009
Matkailun koulutusohjelma
Pirkanmaan ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Pirkanmaan ammattikorkeakoulu
Matkailun koulutusohjelma

JÄRVINEN, MARIA:

Hyvä olo, parempi mieli? – Asiakastyytyväisyystutkimus
Tampereen Kylpylän hoito-osastolle.

Opinnäytetyö 47 s., liitteet 2 s.
Toukokuu 2009

Opinnäytetyön aiheena oli asiakastyytyväisyys Tampereen Kylpylän hoito-osastolla keväällä 2008. Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, mitä mieltä hoito-osaston asiakkaat ovat Kylpylässä ja hoito-osastolla kohtaamistaan asiakastyytyväisyyteen vaikuttavista seikoista. Lisäksi tutkittiin, eroavatko eri-ikäisten vastaajien mielipiteet toisistaan.

Opinnäytteen teoriana käytettiin matkailualan yrityksille mukailtua ryhmittelyä, jonka mukaan näiden asiakastyytyväisyyteen vaikuttavia asioita ovat henkilöstö-, matkailupalvelu-, miljö- ja tukijärjestelmäkontaktit. Nämä pitävät sisällään kaiken kanssakäymisen yrityksen henkilökunnan ja muiden asiakkaiden välillä, matkailupalvelun teknisen toimivuuden ja kyvyn tuottaa elämyksiä, yrityksen siisteyden, sisustuksen ja tunnelman sekä varaus- ja laskutusjärjestelmät.

Satunnaisotantana toteutettuun asiakastyytyväisyystutkimukseen vastasi 48 hoito-osaston asiakasta. Saatujen tulosten perusteella voidaan todeta, että vastaajat olivat pääosin todella tyytyväisiä kaikkiin tutkittuihin asiakastyytyväisyyteen vaikuttaviin osa-alueisiin, eikä suuria eroja eri-ikäisten vastaajien mielipiteissä ollut.

Lisäksi opinnäytetyö käsittelee terveys- ja wellness-matkailua ja näiden historiaa.

Asiasanat: Asiakastyytyväisyys, palvelun laatu, terveysmatkailu, wellness-matkailu, Tampereen Kylpylä.

ABSTRACT

PIRAMK University of Applied Sciences
Degree Programme in Tourism

JÄRVINEN, MARIA:

Feeling good- feeling better? Customer satisfaction survey in
Tampere Spa's Wellness Centre

Bachelor's thesis 47 pages
May 2009

The subject of the study was customer satisfaction in Tampere Spa's Wellness Centre in spring 2008. The aim was to investigate the customers' opinions on the matters that affect the customer satisfaction in Tampere Spa and its Wellness Centre. It was also studied if the opinions of the customers of different ages differed from each other. The purpose of the study was also to produce a report to the Wellness Centre to see whether the customers are satisfied or not.

The study was based on a classification adapted to businesses in the field of tourism. According to this theory customer satisfaction is composed by such factors as the personnel and the other customers, the technical functionality of the service and its ability to produce experiences, the booking- and billing systems and the company's interior, cleanliness and atmosphere.

The survey was carried out with the personnel of the Wellness Centre and it was answered by 48 customers chosen by random sampling. The results show that the customers were mainly very satisfied with all considered aspects of customer satisfaction. No significant differences were found between the opinions of customers of different ages.

In addition, this thesis studies the concepts and history of health and wellness tourism.

Key words: customer satisfaction, service quality, health tourism, wellness tourism, Tampere Spa.

SISÄLLYS

<u>HYVÄ OLO, PAREMPI MIELI?.....</u>	<u>1</u>
<u>Asiakastytyväisyystutkimus Tampereen Kylpylän hoito-osastolle.....</u>	<u>1</u>
<u>1.1 Tutkimuksen tavoite ja tarkoitus.....</u>	<u>5</u>
<u>1.2 Käsitteet ja teoria.....</u>	<u>5</u>
<u>1.2.1 Asiakastytyväisyys ja palvelun laatu.....</u>	<u>6</u>
<u>1.2.2 Asiakastytyväisyyteen vaikuttavat tekijät matkailuyrityksessä.....</u>	<u>7</u>
<u>1.3 Tutkimuskysymykset.....</u>	<u>8</u>
<u>1.4 Aineisto ja menetelmät.....</u>	<u>8</u>
<u>1.5 Tutkimuksen kulku.....</u>	<u>9</u>
<u>2 TERVEYSMATKAILU.....</u>	<u>10</u>
<u>2.1 Terveysmatkailun historiaa.....</u>	<u>10</u>
<u>2.2 Terveysmatkailun käsitteitä.....</u>	<u>11</u>
<u>2.3 Wellness-matkailun käsitteitä.....</u>	<u>13</u>
<u>2.3.1 Wellness-matkailijasegmentit.....</u>	<u>14</u>
<u>3 TAMPEREEN KYLPYLÄ.....</u>	<u>15</u>
<u>3.1 Tampereen Kylpylän hoito-osasto ja sen asiakkaat.....</u>	<u>16</u>
<u>4 TUTKIMUKSEN TULOKSET.....</u>	<u>17</u>
<u>4.1 Demografiset tekijät.....</u>	<u>17</u>
<u>4.2 Tukijärjestelmäkontaktit.....</u>	<u>24</u>
<u>4.3 Henkilöstökontaktit.....</u>	<u>27</u>
<u>4.4 Miljöökontaktit.....</u>	<u>35</u>
<u>4.5 Matkailupalvelukontaktit.....</u>	<u>38</u>
<u>4.6 Vastaajien tietoisuus S-Bonuksen kertymisestä sekä kuukauden tarjouksista.....</u>	<u>41</u>
<u>5 JOHTOPÄÄTÖKSET.....</u>	<u>43</u>
<u>5.1 Demografiset tekijät.....</u>	<u>43</u>
<u>5.2 Tukijärjestelmäkontaktit.....</u>	<u>43</u>
<u>5.3 Henkilöstökontaktit.....</u>	<u>43</u>
<u>5.4 Miljöökontaktit.....</u>	<u>44</u>
<u>5.5 Matkailupalvelukontaktit.....</u>	<u>44</u>
<u>6 LOPUKSI.....</u>	<u>45</u>
<u>LÄHTEET.....</u>	<u>46</u>
<u>LIITE.....</u>	<u>47</u>

1 JOHDANTO

Jokainen meistä varmasti kaipaa arkeensa hieman luksusta ja hemmottelua. Mikäpä olisikaan mukavampaa kuin pistäytyä rentouttavassa hieronnassa, tai

virkeystävässä kylvyssä rankan työpäivän jälkeen. Terveysmatkailu on kasvattanut suosiotaan viimevuosina. Erityisesti ikääntyvän väestön kiinnostus omaa hyvinvointiaan kohtaan on kasvanut taloudellisen tilanteen parannuttua. Mutta mitkä asiat tekevät hieronta tai kylpyhetkestä elämyksen tai päinvastoin pilaavat kallisarvoisen hemmotteluhetken? Tutkimukseni valottaa, miten asiat ovat Tampereen kylpylän hoito-osastolla.

1.1 Tutkimuksen tavoite ja tarkoitus

Opinnäytetyöni aiheeksi valitsin asiakastyytyväisyystutkimuksen Tampereen Kylpylän hoito-osastolle, sillä vastaavaa tutkimusta ei ole tehty aikaisemmin. Oma kiinnostukseni aiheeseen oli motiivina työn toteutukselle. Tutkimuksen tarkoituksena oli kartoittaa, mitä mieltä hoito-osaston asiakkaat ovat osastosta kokonaisuutena, kattaen henkilöstökontaktit, matkailupalvelukontaktit, tukijärjestelmäkontaktit sekä miljöökontaktit. Tutkimuksen tavoitteena oli tuottaa Tampereen kylpylän hoito-osastolle hyödyllinen kartoitus siitä, ovatko heidän asiakkaansa tyytyväisiä, vai löytyykö toiminnasta tai toimitiloista parantamisen varaa.

1.2 Käsitteet ja teoria

Rope ja Pöllänen (1994) ovat luoneet ryhmittelyn tekijöistä, joihin yrityksen tulee keskittyä halutessaan parantaa asiakastyytyväisyyttään. Kirjassa Matkailumarkkinointi Albanese ja Boedeker ovat mukailleet Ropen ja Pölläsen ryhmittelyä matkailualan yrityksille soveltuvan kokonaisuuden.

Tämä kokonaisuus pitää sisällään yrityksen henkilöstökontaktit, matkailupalvelukontaktit, tukijärjestelmäkontaktit sekä miljöökontaktit. (Albanese & Boedeker, 2002, 91.) Käytin Albanesen ja Boedekerin ryhmittelyä opinnäytteeni teoriana.

Henkilöstökontakteilla tarkoitetaan kaikkia asiakkaan ja yrityksen henkilökunnan sekä asiakkaan ja muiden asiakkaiden välisiä kanssakäymisiä (Albanese & Boedeker, 2002, 91). Tampereen Kylpylän hoito-osastolla henkilöstökontakteja on muun muassa vastaanotossa, kun asiakas varaa tai ilmoittautuu hoitoon. Myös itse hoitotilanne kuuluu henkilöstökontakteihin.

Matkailupalvelukontaktit käsittävät matkailupalvelun teknisen toimivuuden sekä sen kyvyn tuottaa matkailullisia elämyksiä (Albanese & Boedeker, 2002, 91). Hoito-osastolla matkailupalvelukontakteiksi luetaan hoitotilanteet sekä niiden asiakkaille tuottamat hyvinvointielämykset.

Tukijärjestelmäkontaktit pitävät sisällään esimerkiksi yrityksen varaus- ja laskutusjärjestelmät (Albanese & Boedeker, 2002, 91). Kylpylän hoito-osastolla tukijärjestelmäkontakteja ovat hoidon varauksen varausjärjestelmä ja hoitoa maksettaessa, Kylpylän laskutusjärjestelmä.

Miljöökontaktit kattavat yrityksen sisustuksen, siisteyden ja tunnelman (Albanese & Boedeker, 91, 2002). Hoito-osastolla miljöökontakteihin on panostettu muun muassa remontoimalla hoitohuoneita. Huoneisiin on pyritty luomaan rauhoittava tunnelma käyttämällä hillittyjä värejä sekä luonnonmateriaaleja. Hoitojen aikana huoneissa soi tunnelmaan sopiva taustamusiikki. Myös erillinen lepo huone, jonne asiakas voi hoidon jälkeen mennä lepäilemään, on osoitus Kylpylän panostuksesta miljöökontakteihin.

Terveys- ja wellness-matkailun käsitteet esitellään luvussa 2.

1.2.1 Asiakastytyväisyys ja palvelun laatu

Käsitteenä asiakastytyväisyys on kiistanalainen. Vaikka asiakastytyvyyttä on tutkittu 1980-luvulta lähtien, saamastaan laajasta tieteellisestä mielenkiinnosta huolimatta, vieläkin ei ole täysin selvää mitä asiakastytyväisyys tarkalleen ottaen on. Ristiriitaa aiheuttaa eritoten

asiakastyytyväisyyden ja palvelun laadun välinen suhde, sillä näitä käsitteitä käytetään monesti ristiin keskenään. (Kuusisto, 1997, 5.)

Liljanderin ja Sandvikin (1994) mukaan palvelun laatua voidaan tarkastella ikään kuin ulkopuolisen näkökulmasta, jolloin palvelun kokeminen itse ei ole välttämätöntä. Näin ollen laatukäsitys voi perustua esimerkiksi median luomaan kuvaan tai muiden kertomuksiin. Asiakastyytyväisyys sen sijaan perustuu asiakkaan omiin palvelukokemuksiin, joissa asiakkaan uhrauksesta saadun vastikkeen arvolla on ratkaiseva merkitys lopputuloksen kannalta. (Liljander & Sandvik 1994, Kuusiston 1997, 5-6 mukaan.)

Tällä perusteella on mahdollista pitää palvelun laatua huonona, mutta asiakas voi olla siihen tyytyväinen, mikäli hänen uhrauksensa on pieni suhteessa palvelun laatuun. Samoin palvelun laatu voi olla todella hyvä, mutta asiakas ei ole siihen kuitenkaan tyytyväinen. (Liljander & Sandvik 1994, Kuusiston 1997, 5-6 mukaan.) Seuraavassa Liljanderin ja Sandvikin taulukko, joka selventää asiakastyytyväisyyden ja palvelun laadun välistä suhdetta.

		Asiakastyytyväisyys	
		Korkea	Matala
Palvelun laatu	Korkea	Odotettu lopputulos	Palvelu on liian kallis tai ei vastaa asiakkaan mieltymyksiä
	Matala	Palvelu sopii asiakkaan rajalliseen budjettiin tai mieltymyksiin	Odotettu lopputulos

Taulukko 1. Asiakastyytyväisyyden ja palvelun laadun suhde (Liljander & Sandvik 1994)

1.2.2 Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät matkailuyrityksessä

Yrityksissä, joissa markkinoinnin perustana on asiakaslähtöisyys, asiakastyytyväisyys on yksi yrityksen tärkeimmistä päätöksentekoon vaikuttavista kriteereistä. Yleisesti käytetyn teorian mukaan asiakkaan kokemaan tyytyväisyyden tasoon vaikuttavat asiakkaan ennako-odotukset

yrityksestä ja sen toiminnasta sekä asiakkaan kokemukset yrityksestä. Ennako-odotuksia synnyttävät muun muassa yrityksen mainonta sekä asiakkaan ystäviltään kuulemat suositukset tai kommentit. Koska asiakkaan kokema tyytyväisyys tai tyytymättömyys johtuu odotusten ja kokemusten välisistä eroista, parantaakseen asiakastyytyväisyytensä tasoa yrityksen kannattaa keskittyä parantamaan asiakkaiden kokemusten laatua sekä muokkaamaan asiakkaitten odotustasoa. (Albanese & Boedeker 2002, 89–91.)

1.3 Tutkimuskysymykset

Tutkimus pyrkii vastaamaan kysymykseen: Ovatko Tampereen Kylpylän hoito-osaston asiakkaat tyytyväisiä kylpylässä kohtaamiinsa henkilö-, matkailupalvelu-, tukijärjestelmä- sekä miljöökontakteihin. Lisäksi tutkimus selvittää vaikuttaako asiakkaan ikä tyytyväisyyden tasoon. Päätin tarkastella eri ikäryhmien välisiä eroja, sillä kyselyyn vastanneista suuri enemmistö oli naisia ja vähemmistö miehiä, jolloin sukupuolten välisten erojen tarkastelu olisi tuottanut vääristyneitä tuloksia.

1.4 Aineisto ja menetelmät

Aineistona tutkimuksessa käytettiin hoito-osastolla toteutetun kirjallisen asiakastyytyväisyyskyselyn vastauksia. Tiedonkeruumenetelmänä oli kysely. Kyselylomakkeen kysymykset laadin hyödyntäen Albanesen ja Boedekerin ryhmittelyä, jotta saataisiin kattavasti vastauksia kaikilta Kylpylän hoito-osaston asiakastyytyväisyyteen vaikuttavilta osa-alueilta. Kyselykaavake oli

puolistrukturoitu, eli se sisälsi valmiit vastausvaihtoehdot sisältäneitä kysymyksiä sekä osion, johon vastaajat saivat kirjoittaa vapaasti. Valmiit vastausvaihtoehdot sisältäneet kysymykset laadin hyödyntäen Likertin asteikkoa. Ennen kyselyn toteuttamista keskustelin hoito-osaston johtajan kanssa heidän toiveistaan kyselyn suhteen. Täten varmistettiin, että kyselystä saataisiin hoito-osaston toiminnan kehittämisen kannalta tärkeitä vastauksia.

Likertin asteikko on monesti mielipidekyselyissä hyödynnetty 4- tai 5-portainen arvoasteikko. Asteikon ääripäinä ovat tavallisesti vaihtoehdot täysin samaa mieltä ja täysin erimieltä. Vastaaja valitsee vaihtoehdoista itselleen parhaiten sopivan vaihtoehdon. (Heikkilä, 1999, 52.) Kysely toteutettiin satunnaisotantana touko-kesäkuussa 2008 Tampereen Kylpylän hoito-osastolla. Hoito-osaston työntekijät jakoivat kyselykaavakkeita, jotka osastolla asioineet palauttivat Kylpylän vastaanottoon. Lomakkeen täytti 48 hoito-osaston asiakasta. Tarkkaa lukumäärää jaetuista kaavakkeista ei ole tiedossa, joten tarkkaa vastausprosenttia kyselyyn ei näin ollen saatu.

Saadut vastaukset tilastoitiin ja taulukoitiin tilasto-ohjelma Excelillä, jonka jälkeen tulokset analysoitiin ristiintaulukoimalla. Ristiintaulukoinnilla selvitetään kahden luokitellun muuttujan välistä yhteyttä, millä tavalla ne vaikuttavat toisiinsa. Muuttujat esitetään samassa taulukossa siten, että toinen asettuu sarakkeille (sarakemuuttuja) ja toinen riveille (rivimuuttuja). (Heikkilä, 1999, 199.) Tutkimuksessani hyödynsin ristiintaulukointia tutkiessani eroavatko eri ikäryhmien vastaukset toisistaan. Rajallisen ajan ja resurssien vuoksi, en lähtenyt syventämään taulukointia tekemällä ristiintaulukoinnin x²-testiä, vaan taulukoin kysymykset käyttäen vain absoluuttisia lukuja.

1.5 Tutkimuksen kulku

Seuraava luku käsittelee terveys- ja wellness-matkailua. Luvussa tutustutaan terveysmatkailun historiaan, terveys- ja wellness-matkailun käsitteisiin sekä wellness-matkailijasegmentteihin. Luku selventää miten terveysmatkailu on saanut alkunsa ja minkäläisten vaiheiden kautta ollaan tultu nykypäivän tilanteeseen.

Kolmannessa luvussa esitellään Tampereen Kylpylä, sen hoito-osasto ja osaston asiakkaat. Luku neljä esittelee asiakastyytyväisyystutkimuksen tulokset. Viides luku sisältää johtopäätökset tutkimustuloksista. Kuudes luku sisältää päätännän, jossa arvioin omaa työtäni ja teen ehdotuksia jatkotutkimuksista.

2 TERVEYSMATKAILU

2.1 Terveysmatkailun historiaa

Vaikka terveysmatkailu on nykypäivänä todella suosittua, ilmiönä se ei ole kuitenkaan uusi. Veden parantava vaikutus on tunnettu eri kulttuureissa jo hyvin varhain. Terveysmatkailun ensimmäiset juuret Euroopassa ajoittuvat

ajanjaksolle 10 000 eKr.-500 jKr., jolloin eurooppalainen kylpyläkulttuuri kehittyi. Kylpylätoiminta ja -kulttuuri kukoistivat Kreikan lisäksi Rooman valtakunnassa. Puhdistautumisen ja hoitojen lisäksi kylpylöihin hakeuduttiin jo tuolloin myös viihteen vuoksi. Roomalaisten myötä kylpyläkulttuuri levisi Keski-Eurooppaan. (Suontausta & Tyni, 2005,8.)

Terveysmatkailu on ollut yhtenä tekijänä matkailun kehittymiselle Euroopassa. 1500- ja 1600-lukujen aikana terveysmatkailu kehittyi, kun uusia kylpylöitä perustettiin. Monet kaupungit olivat tuolloin olosuhteiltaan epäpuhtaita, joten puhdistautumiseen ja terveydenhoitoon liittyvät kylpylät kasvattivat nopeasti suosiotaan. Majoitus oli tuolloin vielä kovin vaatimatonta, sillä vieraat yöpyivät teltoissa tai mökeissä. Vähitellen majoituspalveluita kuitenkin kehitettiin ja kylpylätoimintaan liitettiin enemmän huvittelun piirteitä. (Suontausta & Tyni, 2005, 9.)

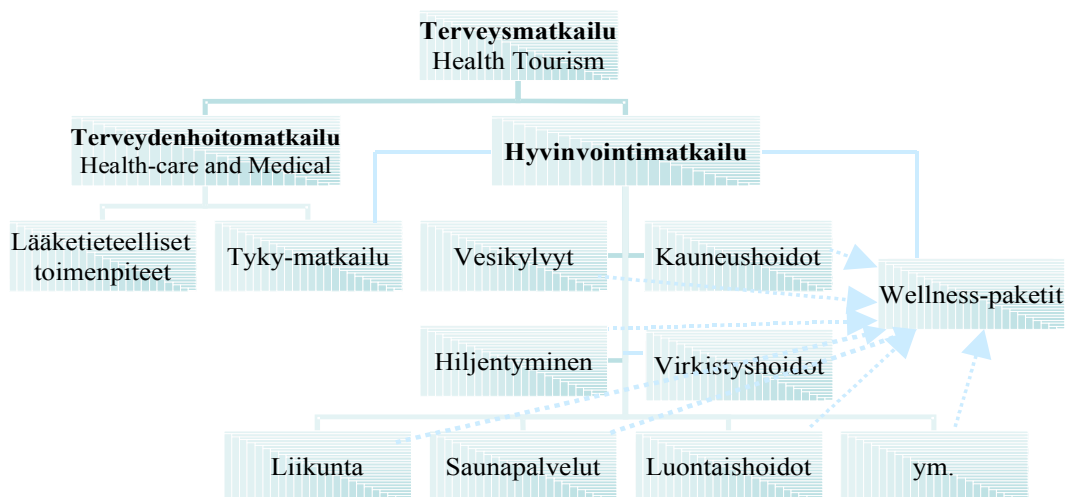
1900-luvulle tultaessa kylpylät kasvattivat suosiotaan. Vuosisadan alussa perustettiin monia terveellisen ruokavalioon ja kuntoiluun keskittyneitä kohteita. Viimevuosikymmeninä etenkin Yhdysvaltoihin on syntynyt monia varakkaille asiakkaille tarkoitettuja terveellisen elämän keskuksia, jotka tarjoavat kylpyläpalveluiden lisäksi hemmottelua, fitness-palveluita, ja lääketieteellisesti ohjattuja wellness-ohjelmia. 2000-luvulle tultaessa wellness-matkailusta on tullut maailmanlaajuinen ilmiö. Vastatakseen kysyntään, monet kylpylät ovat laajentaneet palveluvalikoimansa kattamaan myös kauneus- ja hyvinvointipalveluita. (Suontausta & Tyni, 2005, 11–12.)

2.2 Terveysmatkailun käsitteitä

Terveysmatkailu voidaan määritellä muun muassa ”matkustamiseksi kotipaikkakunnalta terveyteen liittyvien syiden vuoksi”. Matkan tarkoituksena voi olla terveyden parantaminen tai sen edistäminen osallistumalla parantaviin hoitoihin, menetelmiin tai ylipäänsä terveyttä edistäviin tai parantaviin palveluihin. Monissa maissa on huomattu terveysmatkailun olevan taloudellisesti todella kannattavaa, sillä kiinnostus terveysmatkailupalveluita

kohtaan on kohonnut. Kysynnän kohoamisen taustalla on havaittu olevan useita demografisia, taloudellisia ja elämäntyyliin liittyviä tekijöitä, kuten väestön ikääntyminen, elämäntyylin muutokset sekä terveydenhuollossa havaitut epäkohdat. (Suontausta & Tyni, 2005, 39.)

Matkailun edistämiskeskus on tehnyt seuraavanlaisen jaottelun terveys-, terveydenhoito- ja hyvinvointimatkailun nimikkeiden kesken.



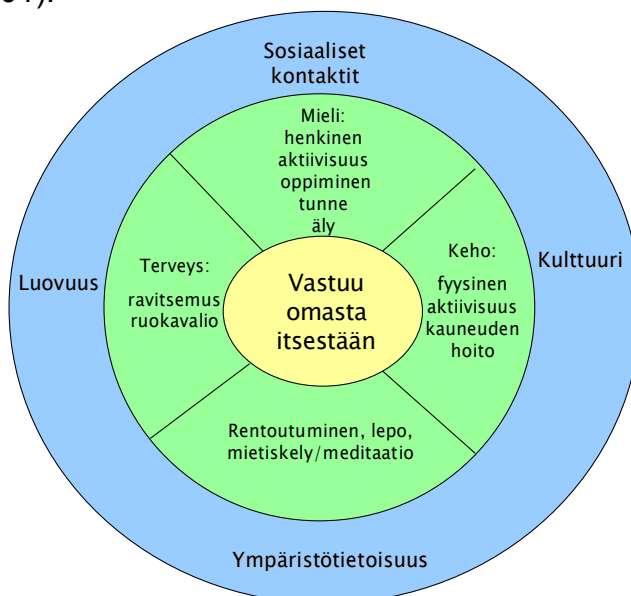
Kuvio 1. Terveysmatkailun nimikkeet (MEK 2005, 55)

Terveysmatkailu nähdään kattoterminä, jonka alle kuuluvat sekä terveydenhoitomatkailu että hyvinvointimatkailu. Terveysmatkailu käsittää matkat, joiden aikana matkailija on lääketieteellisen toimenpiteen kohteena. Hyvinvointimatkailu sen sijaan nähdään kokonaisuutena, joka koostuu useista eri palveluista ja tuotteista, joiden tarkoituksena on elvyttää ja ylläpitää mielen, sielun ja kehon hyvinvointia. Kuten kuviosta 1 nähdään, TYKY-, eli työkykyä ylläpitävä matkailu on yhdistelmä terveydenhoito- ja hyvinvointimatkailua. (Suontausta & Tyni, 2005, 40.) Tampereen Kylpylä on

oiva esimerkki terveysturmatkailukohteesta. Kylpylän hoito-osastolle hakeutuvat niin fysioterapiaan tulevat terveydenhoitomatkailijat kuin hemmotteluhoitoihin (esimerkiksi vartalohoidot, kosmetologipalvelut ja kylvyt) tulevat hyvinvointi- ja wellness-matkailijat.

2.3 Wellness-matkailun käsitteitä

Wellness-sana on yhdistelmä sanoista hyvinvointi (**wellbeing**) ja **fitness**. Käsitteen kehitti amerikkalainen psykiatri Halbert Dunn vuonna 1959 kuvaamaan elämäntyyliä, jossa päämääränä on jatkuva pyrkiminen terveellisempiin elämäntapoihin. Se, mitä syöt, miten liikut ja miten hallitset stressiä vaikuttavat kaikki hyvinvointiin. (Suontausta & Tyni, 2005,42.) Seuraava kuvio esittelee laajennettua wellness-mallin, jonka ovat luoneet Müller ja Lanz-Kaufman (2001).



Kuvio 2. Laajennettu wellness-malli (Müller ja Lanz-Kaufman, 2001, 7)

Mallissa ajattelu lähtee kuvion sisältä, eli ihmisen vastuusta omasta itsestään. Seuraavalla kehällä ovat kehon, sielun ja mielen elementit (fyysinen kunto, kauneudenhoito, ravitsemus, lepo, mietiskely, henkinen aktiivisuus ja oppiminen), joista itsenäinen huolehtiminen edistää hyvinvointia ja terveyttä. Uloin kehä symboloi yksilön ulkopuolisia hyvinvointiin vaikuttavia tekijöitä. Näiden asioiden tasapainon saavuttaminen on wellness-ajattelun tavoite. (Suontausta & Tyni, 2005, 43,45.)

Wellness-tuote koostuu hyvinvointimatkailun elementeistä. Usein se sisältää myös kulttuurisen elämyksen. Wellness-tuotteen erottaa hyvinvointimatkailutuotteesta muun muassa paikan, ilmapiirin, puitteiden ja henkilökunnan ammattitaidon korkealaatuisuus. Hyvin toteutettu wellness-tuote stimuloi kaikkia aisteja ja sisältää ripauksen hemmottelu- ja luksus elementtejä. (Suontausta & Tyni, 2005, 40.)

Wellness-palveluiden ja – tuotteiden tarjonnan monipuolisuudesta johtuen on ollut vaikeaa hahmottaa wellness-matkailijan tarkkaa profiilia. Myös maailmanlaajuisen tilastotiedon rajoittuneisuus on hankaloittanut tilannetta. Usein wellness-matkailija on keski-ikäinen, jonka lapset ovat aikuistuneet. Hän on keskimääräistä korkeammin kouluttautunut ja ansaitsee työstään keskimääräistä matkailijaa enemmän. Wellness-matkailija on myös kokenut ja laatutietoinen matkailija, joka osaa vaatia laadukkaita tuotteita ja palveluita ja sijoittaa mielellään rahaa omaan hyvinvointiinsa, sillä hän tiedostaa, että hyvinvoivana jaksaa paremmin työelämässä. Nämä kuluttajat haluavat edistää hyvinvointiaan, mutta samalla he haluavat myös viihtyä, liikkua ja saada kulttuurisia elämyksiä. (Suontausta & Tyni, 2005, 115–116.)

2.3.1 Wellness-matkailijasegmentit

Suontausta ja Tyni esittelevät kirjassaan Wellness-matkailu (2005) seuraavanlaiset wellness-matkailijasegmentit:

1. Nuoret (20–24-vuotiaat), jotka käyttävät enimmäkseen fitness- ja wellness-palveluita. Tulotasoltaan he ovat keskiluokkaa. Tämän asiakasryhmän merkityksen odotetaan kasvavan.

2. Nuoret perheet, jolla on pieniä lapsia. Tämä segmentti käyttää kylpylöiden sekä vesipuistojen palveluita. 2000-luvun alussa tämän segmentin osuus oli pieni, mutta syntyvyyden kasvaessa tämän asiakasryhmän ennustetaan kasvavan.
3. Aikuiset (40–50-vuotiaat), jotka käyttävät ennaltaehkäiseviä hoitoja ja hakevat rentoutumiskokemuksia kylpyläkohteissa. Tällä hetkellä tämä on wellness-sektorin tärkein segmentti, sillä sairauksien ehkäiseminen on noussut tärkeään rooliin.
4. Iäkkäämpi sukupolvi (50–60-vuotiaat), jotka käyttävät perinteisiä lääketieteellisiä hoitopalveluita. Tämän ryhmän viipymä kohteessa on yleensä muita pidempi, sillä hoitajaksot kestävät usein 2-3 viikkoa. Myös tämän segmentin osuus on nykyisin tärkeä.

(Suontausta & Tyni, 2005, 116.)

Neljännessä luvussa esiteltävät tutkimuksen tulokset puoltavat edellä mainittua ikäjakaumaa, sillä yli puolet asiakastyytyväisyyskyselyyn vastanneista (67 %) oli iältään 40-vuotiaita tai vanhempia.

3 TAMPEREEN KYLPYLÄ

Kuten jo edellä mainittiin, Tampereen Kylpylä on oiva esimerkki terveysturkailukohteesta. Tampereen Lapinniemen vanhan puuvillakehräämön tunnelmallisessa miljöössä on ollut kylpylätoimintaa vuodesta 1990 lähtien. Vuonna 2000 Tampereen Kylpylä siirtyi Holiday Club – ketjun omistukseen. Holiday Club on kotimainen hotelliketju, johon kuuluu kahdeksan kylpylähotellia ympäri Suomea. Omistajan vaihdoksen yhteydessä alkuun pantiin

kylpylähotellin toiminnan laajentaminen. Kylpylän yhteyteen valmistui hotelli, joka palvelee asiakkaita lomailijoista työmatkajiin. (www.holidayclubhotels.fi.)

Hotellissa on 70 kahden hengen huonetta ja 22 sviittiä. Kehräämörakennuksessa on lisäksi 45 yksilöllistä huoneistoa. Tampereen Kylpylästä on mahdollista ostaa myös lomaosakkeita. Kylpylässä on lisäksi erinomaiset palvelut ja valmiudet kokousten järjestämiseen, niinpä se on yksi Suomen suosituimmista alle 150 hengen kokouskeskuksista. Erikoisuutena mainittakoon allasosaston luolakabinetti, jossa on mahdollista järjestää kylpytakkikokouksia. (www.holidayclubhotels.fi.)

Pääaltaan lisäksi Kylpylän allasosastolta löytyvät poreallas, mineraaliallas, kylmäallas ja lastenallas, sekä vesiputous, vastavirta ja vesihierontapisteitä. Saunaosastolla on suomalaisen saunan lisäksi höyrysauna. Nälkäisiä kylpylävieraita palvelevat ravintoa Arthur, Cafe Bar Ida, allasosaston allasbaari, Suomen ainoa vinylilevyjä soittava ravintola, Pub Vinyli sekä kesäisin kesäterassi. (www.holidayclubhotels.fi.)

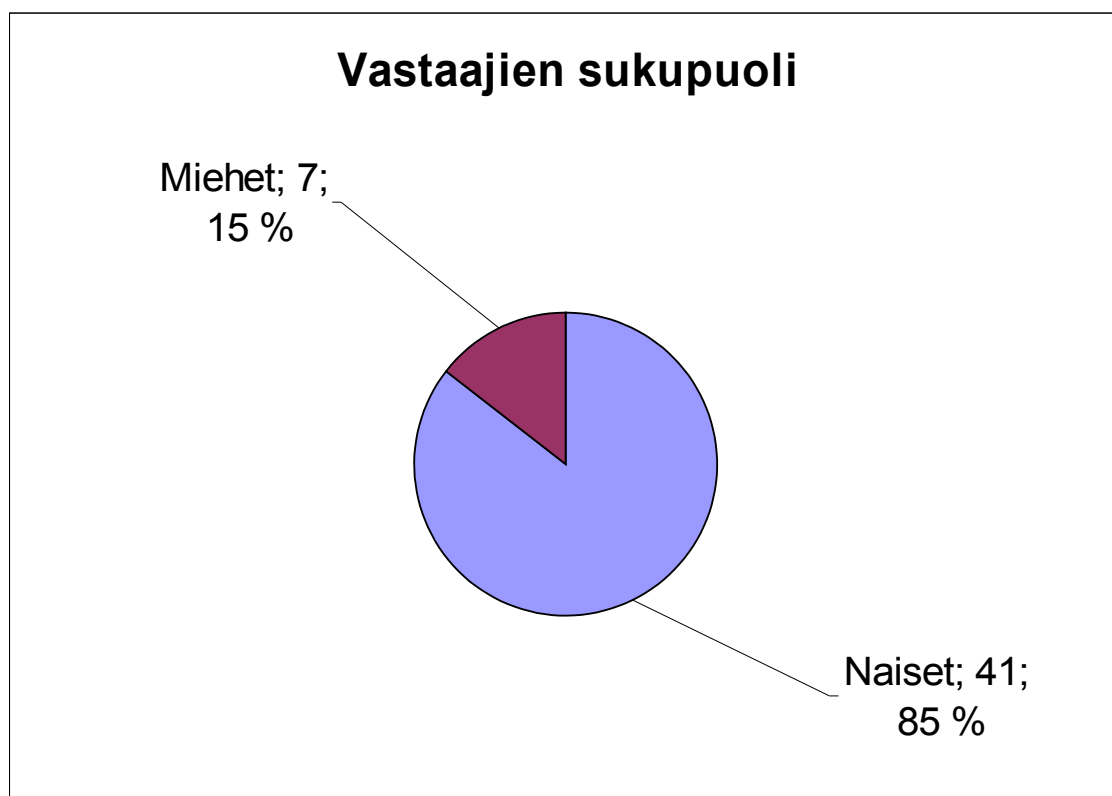
3.1 Tampereen Kylpylän hoito-osasto ja sen asiakkaat

Tampereen Kylpylän rauhallinen allasosasto sekä luksustason hoito-osasto tarjoavat hyvänolon elämyksiä. Kehon ja mielen hyvinvointiin panostava hoito-osasto tarjoaa elämyksiä hyvinvoinnista ja hemmottelusta kiinnostuneille. Hoito-osaston palveluvalikoimaan kuuluvat muun muassa erilaiset hieronnat, vartalohoidot, käsi- ja jalkahoidot, kylvyt, kosmetologipalvelut sekä fysioterapia. (www.holidayclubhotels.fi.)

Naisten aseman vahvistuminen yhteiskunnassa on mahdollistanut naisille taloudellisen riippumattomuuden sekä roolien vahvistumisen työelämässä. Nämä seikat ovat osaltaan merkittävästi vaikuttaneet wellness-ajattelun leviämiseen. Tällä hetkellä noin 70 prosenttia wellness-matkoista päättävistä kuluttajista on naisia. (Suontausta & Tyni, 2005, 57.) Ei tullut siis täytenä yllätyksenä, että suurin osa (85 %) Tampereen Kylpylän hoito-osastolla toteutettuun asiakastyytyväisyyskyselyyn vastanneista asiakkaista oli naisia. Ikäjakaumaa tarkasteltaessa enemmistöksi nousivat 50-vuotiaat tai vanhemmat (35 % vastaajista) ja seuraavana tulivat 40–49-vuotiaat asiakkaat (27 % vastaajista). Vastaajista reilusti yli puolet (73 %) oli tamperelaisia tai lähikuntien asukkaita, joten he olivat Kylpylässä päivävieraina.

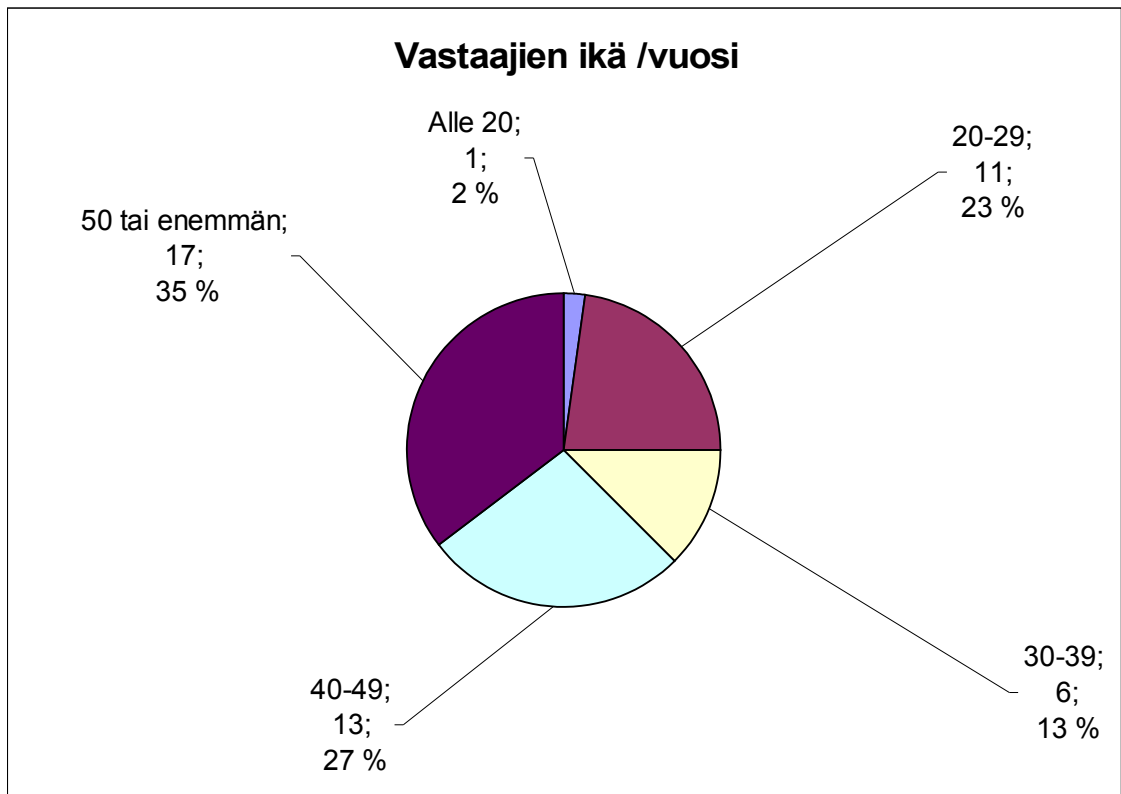
4 TUTKIMUKSEN TULOKSET

4.1 Demografiset tekijät



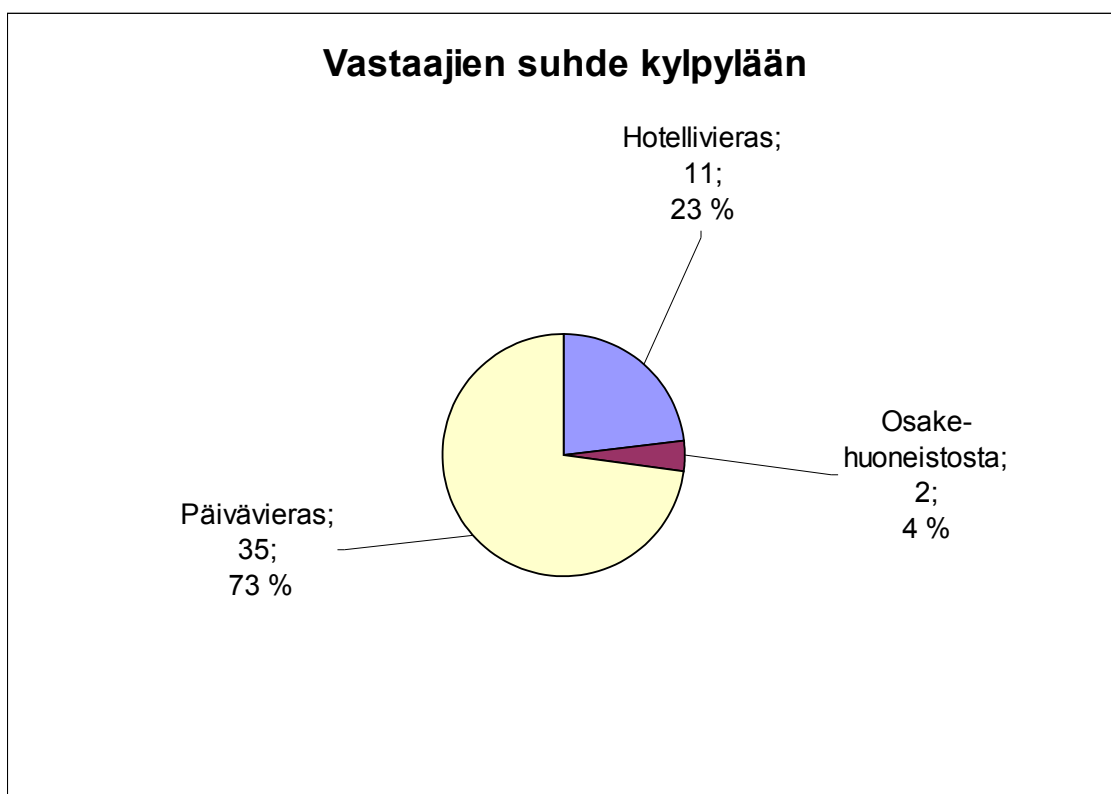
Kuvio 3. Vastaajien sukupuoli

Vastaajista 41 (85 %) oli naisia ja 7 (15 %) miehiä. Koska naisten osuus vastaajista oli huomattavasti miehiä suurempi, sukupuolten välisten mielipideerojen tutkiminen ei olisi tuottanut vertailukelpoisia tuloksia. Siksi päätin tutkia eroavatko eri ikäryhmien vastaukset toisistaan.



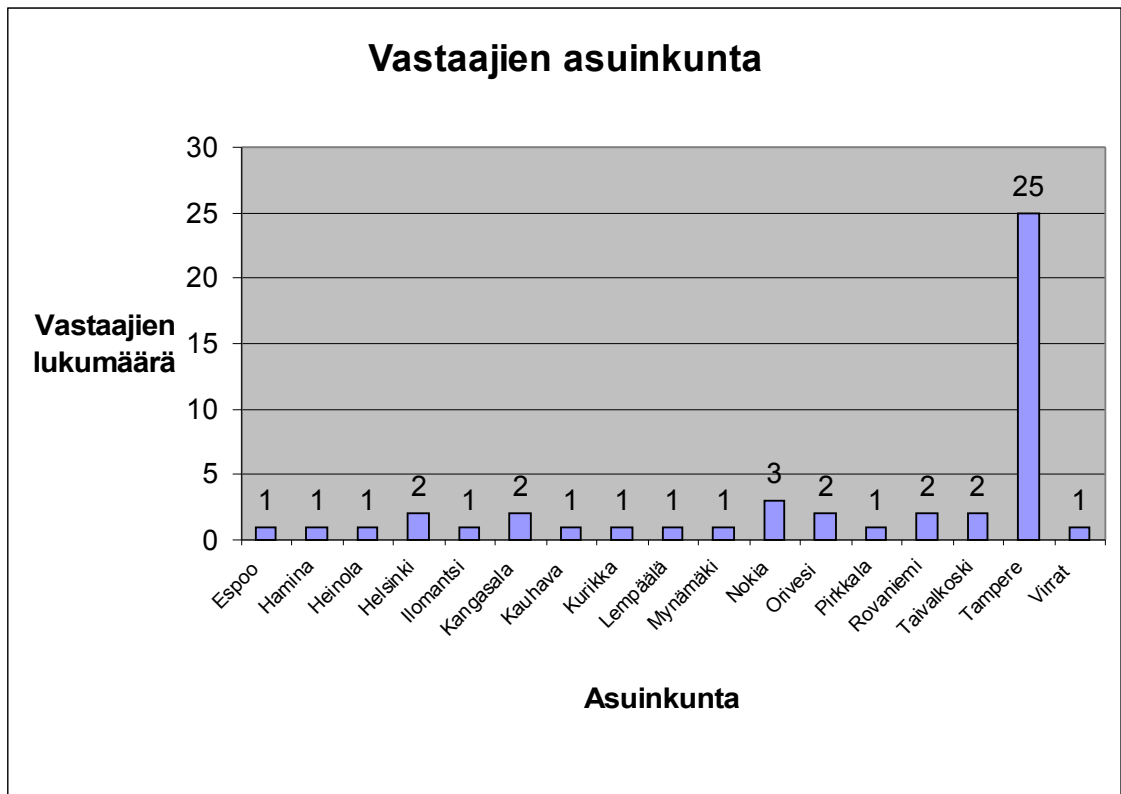
Kuvio 4. Vastaajien ikä

Vastaajista 1 (2 %) oli alle 20-vuotias, 11 (23 %) kuului ikäryhmään 20–29-vuotiaat, 6 (13 %) oli 30–39-vuotiaita, 13 (27 %) oli iältään 40–49-vuotiaita ja 17 (35 %) oli 50-vuotiaita tai vanhempia.



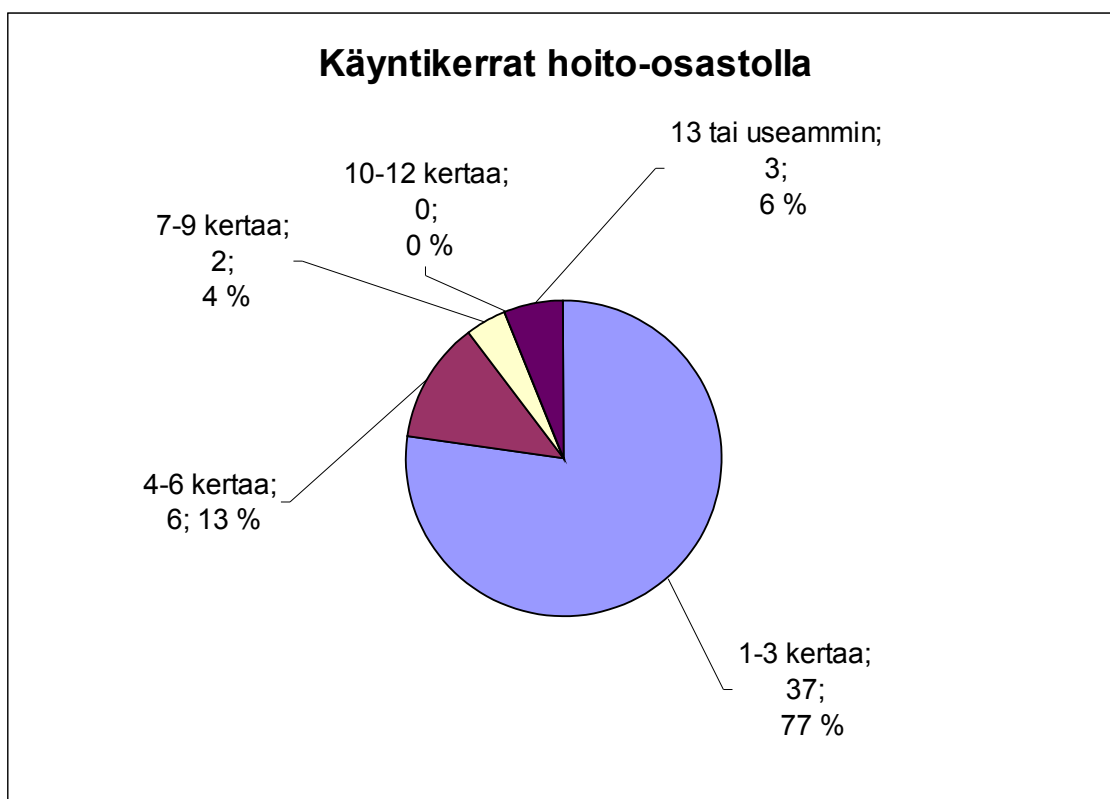
Kuvio 5. Vastaajien suhde kylpylään

Vastaajista 11 (23 %) oli hotellivieraita, 2 (4 %) osakehuoneistoista ja 35 (73 %) päivävieraita.



Kuvio 6. Vastaajat asuinkunnittain

Kuten kuviosta 4 nähdään, suurin osa vastaajista (52 %) on tamperelaisia. Myös naapuri- ja lähikuntien alueelta oli paljon vastaajia. Tämä selittää sen, miksi päivävieraiden osuus vastaajista oli niin suuri (kuvio 3), sillä lähialueilta hoitoon tullessaan asiakas ei tarvitse yöpymistä hoitonsa yhteydessä.



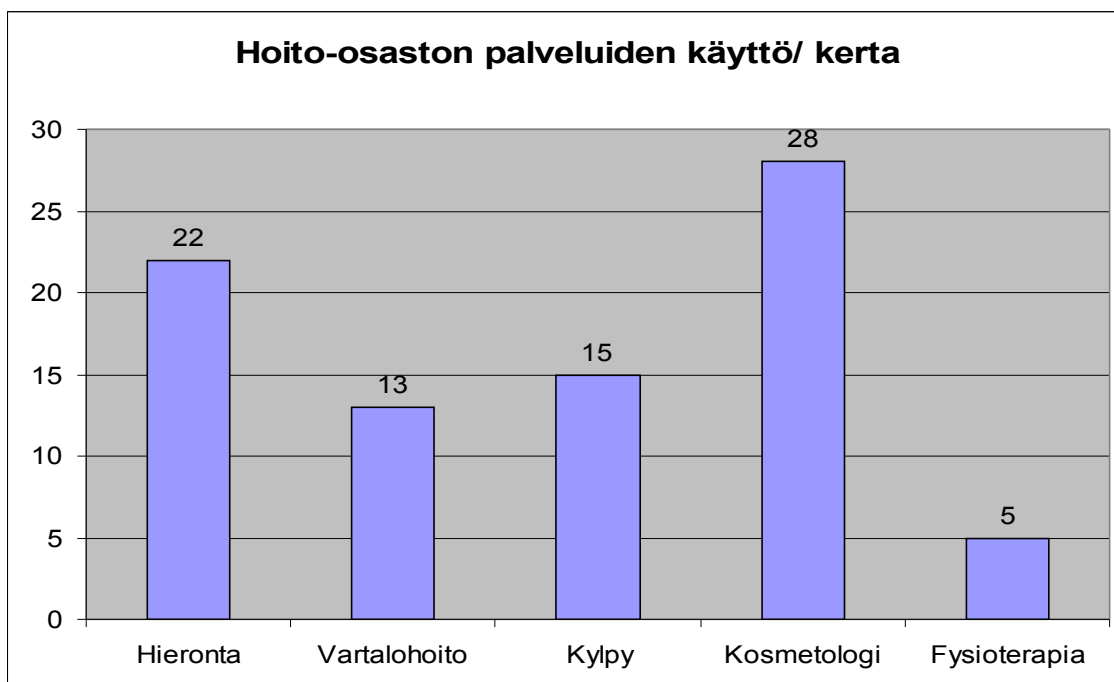
Kuvio 7. Käyntikerrat hoito-osastolla

Vastaajista 37 (77 %) oli käyttänyt hoito-osaston palveluita 1-3 kertaa, 6 vastaajaa (13 %) 4-6 kertaa, 2 (4 %) 7-9 kertaa ja 3 (6 %) oli käynyt 13 kertaa tai useammin. Yksikään vastaajista ei kuulunut ryhmään 10–12 kertaa käyneet.

Taulukko 2. Käyntikerrat hoito-osastolla ikäryhmittäin

Käyntikerrat hoito-osastolla	alle 20-vuotiaat	20–29-vuotiaat	30–39-vuotiaat	40–49-vuotiaat	50-vuotiaat tai vanhemmat
1–3 kertaa	1	10	6	8	12
4–6 kertaa		1		5	
7–9 kertaa					2
10–12 kertaa					
13 tai useammin					3
Yhteensä	1	11	6	13	17

Taulukko 1 osoittaa, että kaikissa ikäluokissa oli eniten 1-3 kertaa käyneitä. Taulukosta on havaittavissa myös se, että ikäluokassa 50-vuotiaat tai vanhemmat on erottunut selkeä kanta-asiakkaiden ryhmä (3 vastaajaa käynyt 13 kertaa tai useammin ja 2 vastaajaa 7-9 kertaa).



Kuvio 8. Hoito-osaston palveluiden käyttö

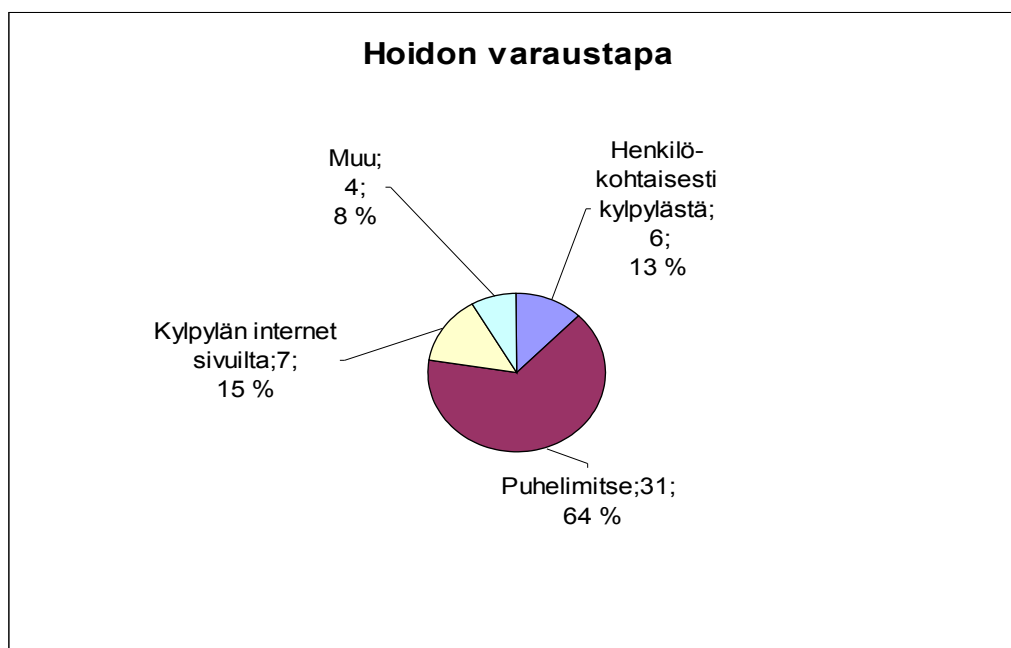
Vastaajista 22 oli käynyt hoito-osaston hieronnoissa, 13 vartalohoidoissa, 15 kylvyissä, 28 kosmetologilla ja 5 fysioterapiassa. Vastaajilla oli mahdollisuus merkitä kaikki käyttämänsä palvelut.

Taulukko 3. Hoito-osaston palveluiden käyttö ikäryhmittäin

	alle 20- vuotiaat	20–29- vuotiaat	30–39- vuotiaat	40–49- vuotiaat	50-vuotiaat tai vanhemmat
Hieronta		6	3	5	8
Vartalohoito		3	2	5	3
Kylpy		6		4	5
Kosmetologi		5	3	9	11
Fysioterapia	1			1	3
Yhteensä	1	20	8	24	30

Taulukosta 2 nähdään, että ikäryhmissä 20–29- vuotiaat ja 30–39-vuotiaat hoito-osaston palveluiden käyttö jakautuu melko tasaisesti pois lukien fysioterapia. Ikäluokissa 40–49-vuotiaat ja 50-vuotiaat ja vanhemmat kosmetologipalveluiden osuus käyntikerroista on huomattavasti kohonnut. Tämä viestii sitä, että omasta kauneudenhoidosta ollaan kiinnostuneita ja siihen ollaan valmiita panostamaan.

4.2 Tukijärjestelmäkontaktit



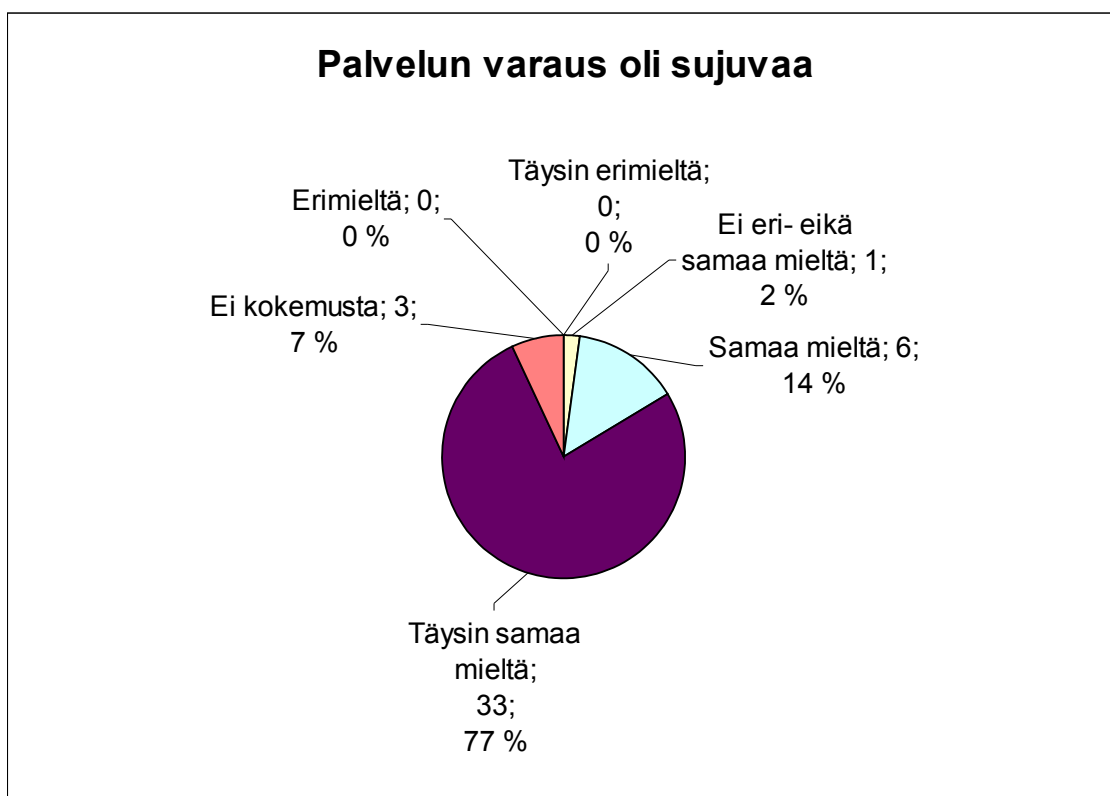
Kuvio 9. Hoidon varaustapa

Vastaajista 6 (13 %) oli varannut käyttämänsä hoidon henkilökohtaisesti kylpylästä, puhelimitse varauksen oli hoitanut 31 (64 %) vastaajaa. Kylpylän internetsivuilta varauksen oli tehnyt 7 (15 %) vastaajaa. 4 vastaajaa (8 %) valitsi hoidon varaustavaksi muun. Näissä tapauksissa vastaajan ystävä oli varannut hoidon.

Taulukko 4. Hoidon varaustapa ikäryhmittäin

	alle 20-vuotiaat	20–29-vuotiaat	30–39-vuotiaat	40–49-vuotiaat	50-vuotiaat tai vanhemmat
Henkilökohtaisesti kylpylästä				1	5
Puhelimitse	1	7	4	9	10
Kylpylän internetsivuilta		3		3	1
Muu		1	2		1
Yhteensä	1	11	6	13	17

Taulukosta 4 nähdään, että puhelimitse tehty varaus oli suosituin joka ikäryhmässä. 50-vuotiaat tai vanhemmat suosivat muista enemmän henkilökohtaista varaustapaa, muuten merkittäviä eroja ikäryhmien välillä ei ollut.



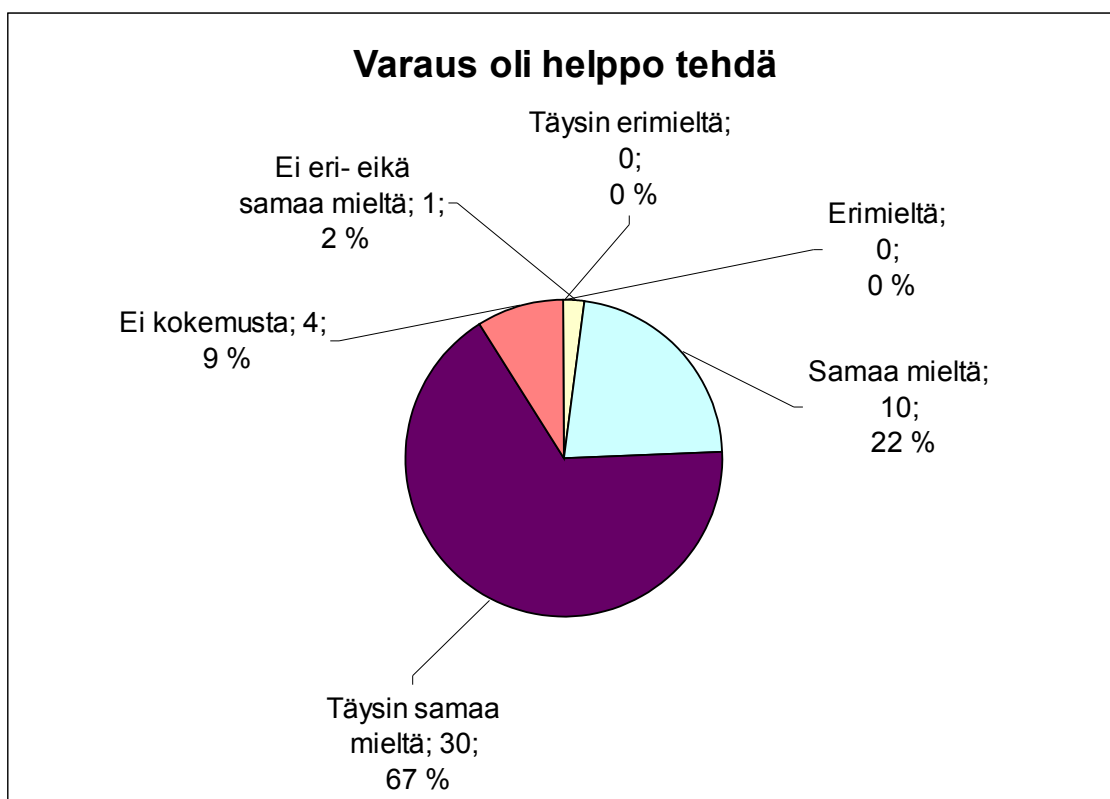
Kuvio 10. Palvelun varaamisen sujuvuus

Siitä, että palvelun varaaminen tapahtui sujuvasti, samaa mieltä oli 6 vastaajaa (14 %), täysin samaa mieltä oli 33 (77 %), 3:lla (7 %) ei ollut kokemusta, 1 vastaajista (2 %) ei ollut eri- eikä samaa mieltä. Yksikään vastaajista ei ollut erimieltä tai täysin erimieltä.

Taulukko 5. palvelun varaamisen sujuvuus ikäryhmittäin

	alle 20-vuotiaat	20–29-vuotiaat	30–39-vuotiaat	40–49-vuotiaat	50-vuotiaat tai vanhemmat
Täysin erimieltä					
Erimieltä					
Ei eri- eikä samaa mieltä					1
Samaa mieltä		1	1	1	3
Täysin samaa mieltä		7	3	11	12
Ei kokemusta	1	2			
Yhteensä	1	10	4	12	16

Taulukosta 5 nähdään, että kaikki ikäryhmät, joista löytyy kokemusta palvelun varaamisesta, ovat pääosin tyytyväisiä varaamisen sujuvuuteen. Eroja ikäryhmien välillä ei ollut.



Kuvio 11. Varauksenteon helppous

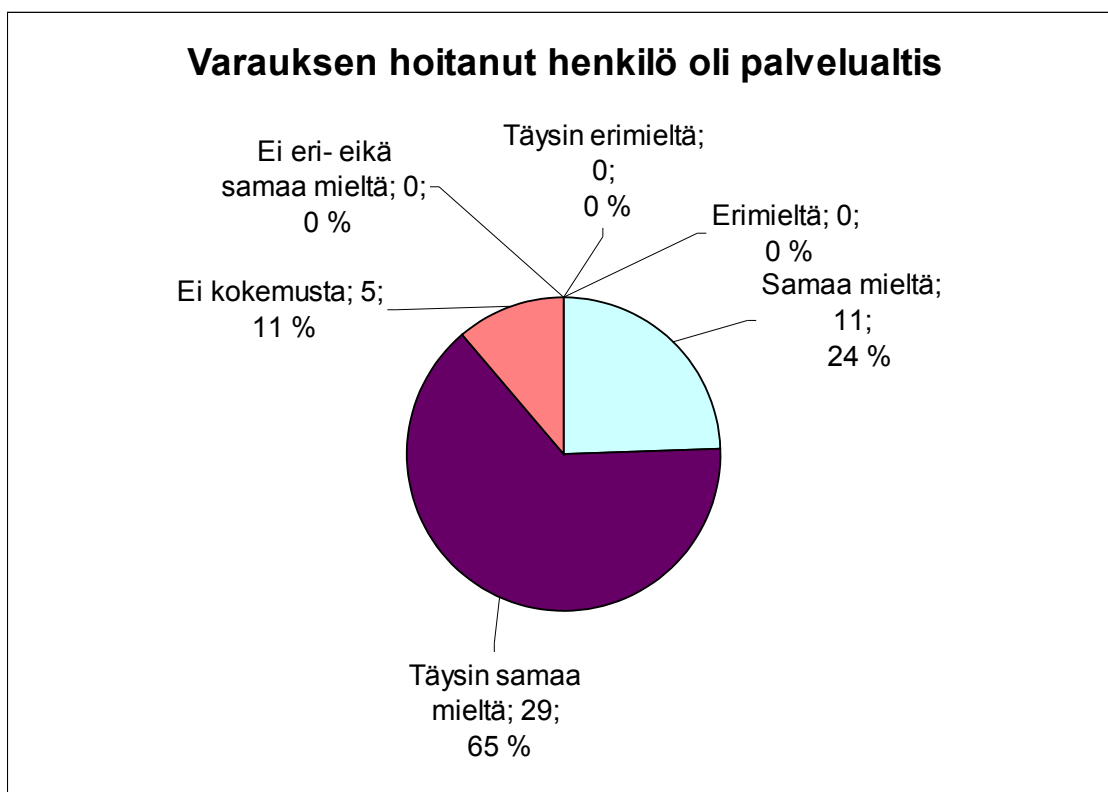
Samaa mieltä siitä, että hoidon varaus oli helppo tehdä, oli 10 (22 %) vastaajaa. Täysin samaa mieltä oli 30 (67 %). 4:llä (9 %) vastaajista ei ollut kokemusta. 1 (2 %) vastaaja ei ollut eri- eikä samaa mieltä. Yhtään vastausta ei tullut kohtiin: erimieltä ja täysin erimieltä.

Taulukko 6. Hoidon varaamisen helppous ikäryhmittäin

	alle 20- vuotiaat	20–29- vuotiaat	30–39- vuotiaat	40–49- vuotiaat	50-vuotiaat tai vanhemmat
Täysin erimieltä					
Erimieltä					
Ei eri- eikä samaa mieltä					1
Samaa mieltä		2		1	7
Täysin samaa mieltä		7	4	11	8
Ei kokemusta	1	1			
Yhteensä	1	10	4	12	16

Taulukosta 6 nähdään, että enemmistö joka ikäryhmästä, joista löytyy kokemusta hoidon varaamisesta, on täysin samaa mieltä siitä, että hoidon varaaminen on helppoa. Merkittävää eroa ikäryhmien välillä ei ollut.

4.3 Henkilöstökontaktit



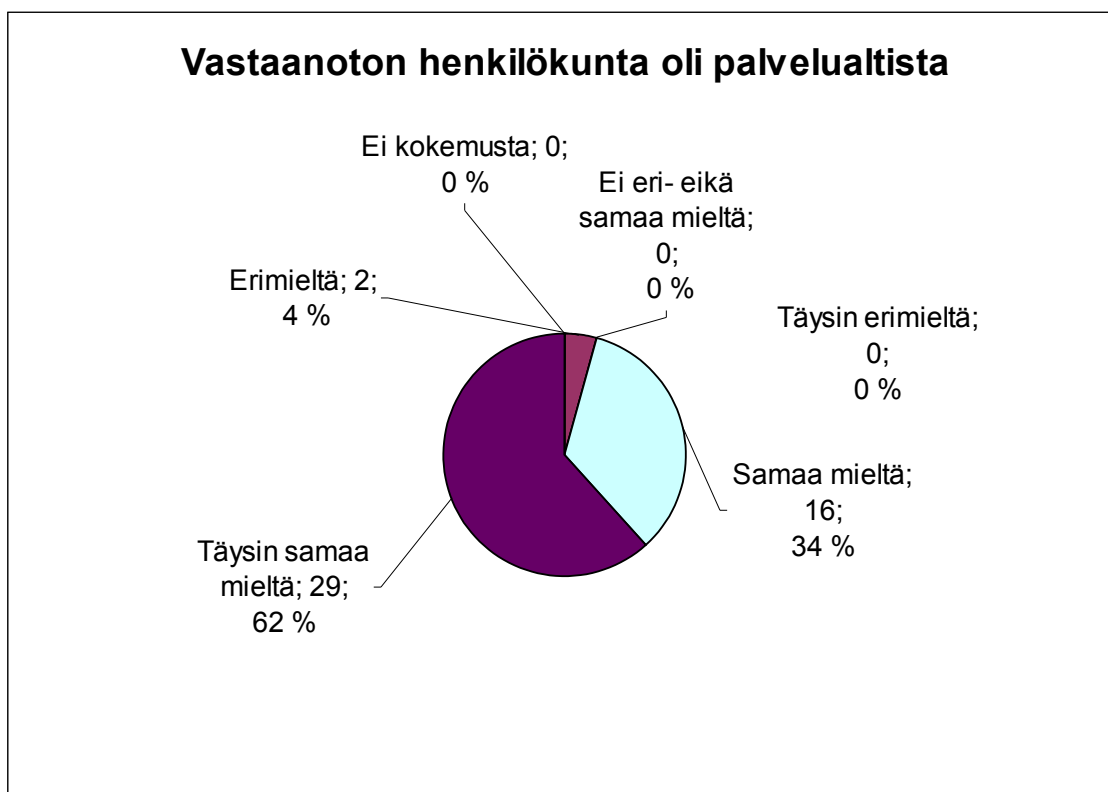
Kuvio 12. Varauksen hoitaneen henkilön palvelualltius

11 (24 %) vastaajista oli samaa mieltä siitä, että varauksen hoitanut henkilö oli palvelualltis. Täysin samaa mieltä oli 29 (65 %) vastaajaa. 5:llä (11 %) ei ollut kokemusta. Yhtään vastausta ei tullut kohtiin: ei eri- eikä samaa mieltä, erimieltä ja täysin erimieltä.

Taulukko 7. Varauksen hoitaneen henkilön palvelualltius ikäryhmittäin

	alle 20-vuotiaat	20–29-vuotiaat	30–39-vuotiaat	40–49-vuotiaat	50-vuotiaat tai vanhemmat
Täysin erimieltä					
Erimieltä					
Ei eri- eikä samaa mieltä					
Samaa mieltä		2		2	7
Täysin samaa mieltä		6	4	10	9
Ei kokemusta	1	2			
Yhteensä	1	10	4	12	16

Taulukosta 7 nähdään, vastaajat ikään katsomatta olivat samaa tai täysin samaa mieltä siitä, että hoidon varauksen hoitanut henkilö oli palvelualltis.



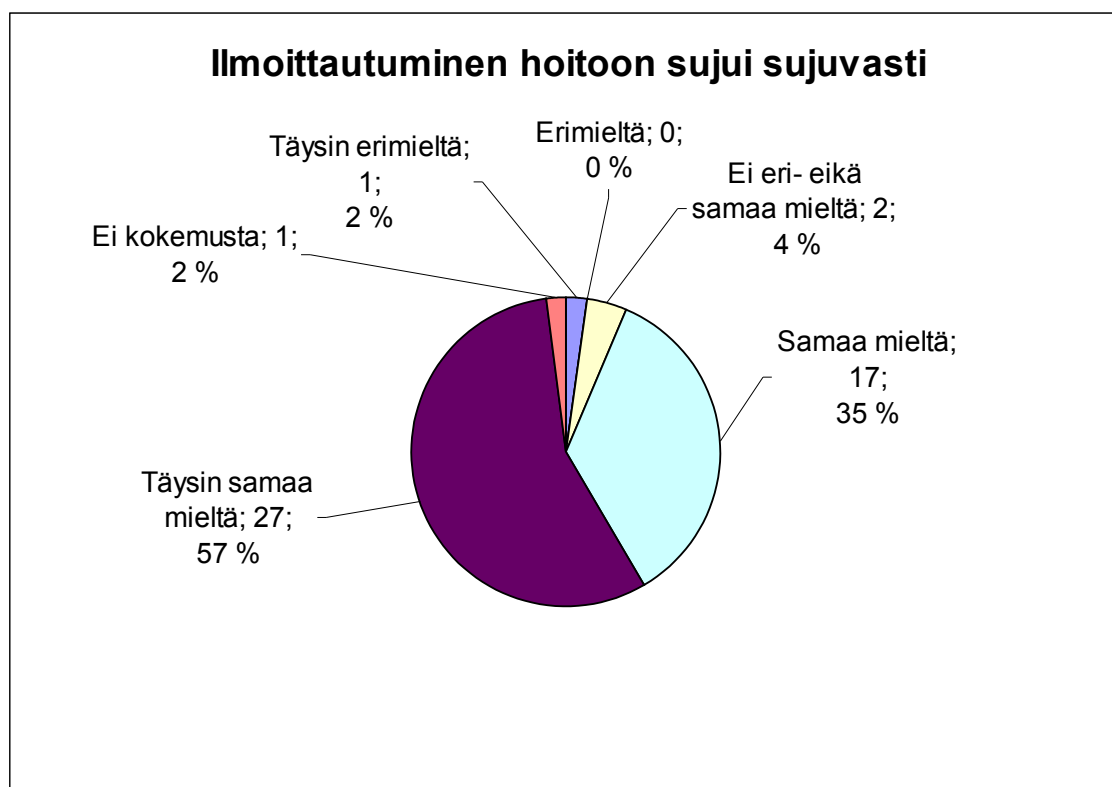
Kuvio 13. Vastaanoton henkilönunnan palveluallttius

16 (34 %) vastaajaa oli samaa mieltä siitä, että vastaanoton henkilökunta oli palvelualltista. Täysin samaa mieltä oli 29 (62 %) vastaajaa. Erimieltä oli 2 (4 %) vastaajaa. Yhtään vastausta ei tullut kohtiin: ei kokemusta, ei eri- eikä samaa mieltä ja täysin erimieltä.

Taulukko 8. Vastaanoton henkilökunnan palveluallttius ikäryhmittäin

	alle 20- vuotiaat	20–29- vuotiaat	30–39- vuotiaat	40–49- vuotiaat	50-vuotiaat tai vanhemmat
Täysin erimieltä					
Erimieltä			1		1
Ei eri- eikä samaa mieltä					
Samaa mieltä	1	3	2	3	7
Täysin samaa mieltä		8	3	10	8
Ei kokemusta					
Yhteensä	1	11	6	13	16

Taulukko 8 ilmentää, että yksittäistapauksia lukuun ottamatta kaikki ikäryhmät olivat samaa tai täysin samaa mieltä siitä, että vastaanoton henkilökunta oli palvelualltista. Eroja ikäryhmien välillä ei ollut.



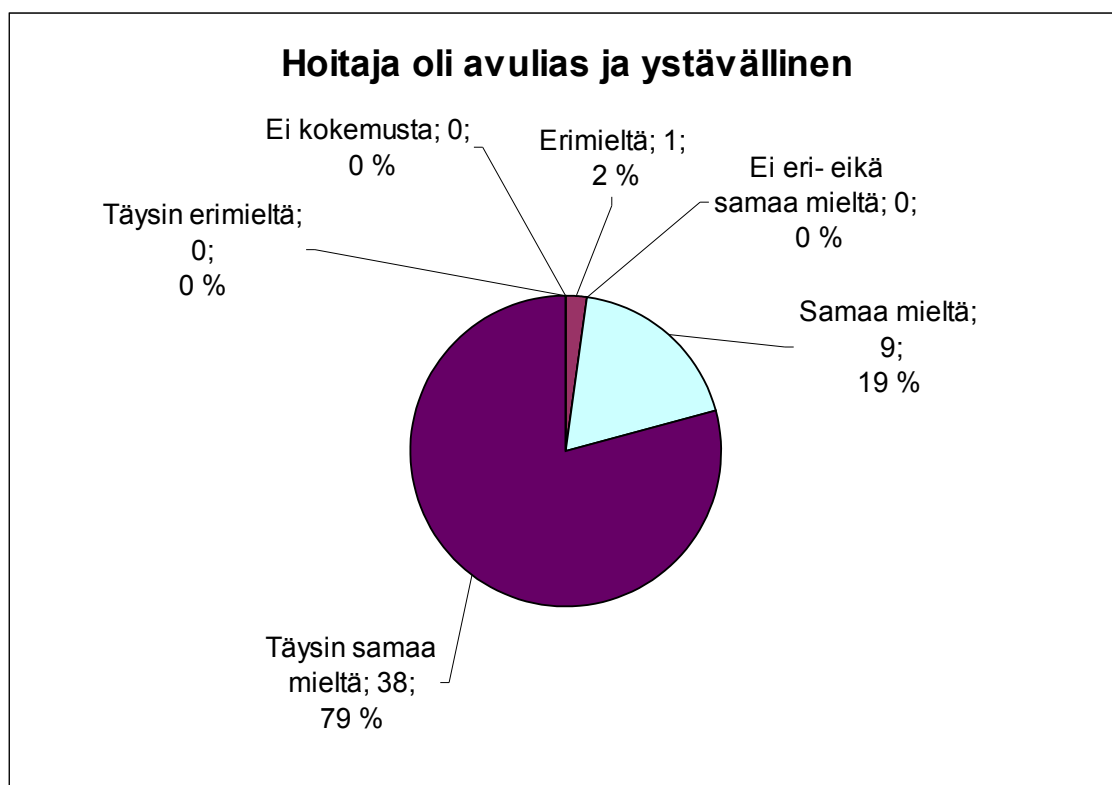
Kuvio 14. Hoitoon ilmoittautumisen sujuvuus

17 (35 %) vastaajaa oli samaa mieltä siitä, että ilmoittautuminen hoitoon sujui sujuvasti. Täysin samaa mieltä oli 27 (57 %) vastaajaa. 1:llä (2 %) vastaajista ei ollut kokemusta ja 1 (2 %) oli täysin erimieltä. 2 (4 %) vastaajaa eivät olleet eri- eikä samaa mieltä. Yhtään vastausta ei tullut kohtaan: erimieltä.

Taulukko 9. Hoitoon ilmoittautumisen sujuvuus ikäryhmittäin

	alle 20- vuotiaat	20–29- vuotiaat	30–39- vuotiaat	40–49- vuotiaat	50-vuotiaat tai vanhemmat
Täysin erimieltä					1
Erimieltä					
Ei eri- eikä samaa mieltä					2
Samaa mieltä		4	1	2	7
Täysin samaa mieltä		7	5	11	7
Ei kokemusta	1				
Yhteensä	1	11	6	13	17

Kaikki ikäryhmät, joilta löytyi kokemusta hoitoon ilmoittautumisesta, olivat pääosin samaa tai täysin samaa mieltä, siitä että hoitoon ilmoittautuminen sujui sujuvasti. Täysin erimieltä ollut vastaaja kertoi vastaanotossa olleen ruuhkaa hänen saapuessaan paikalle.



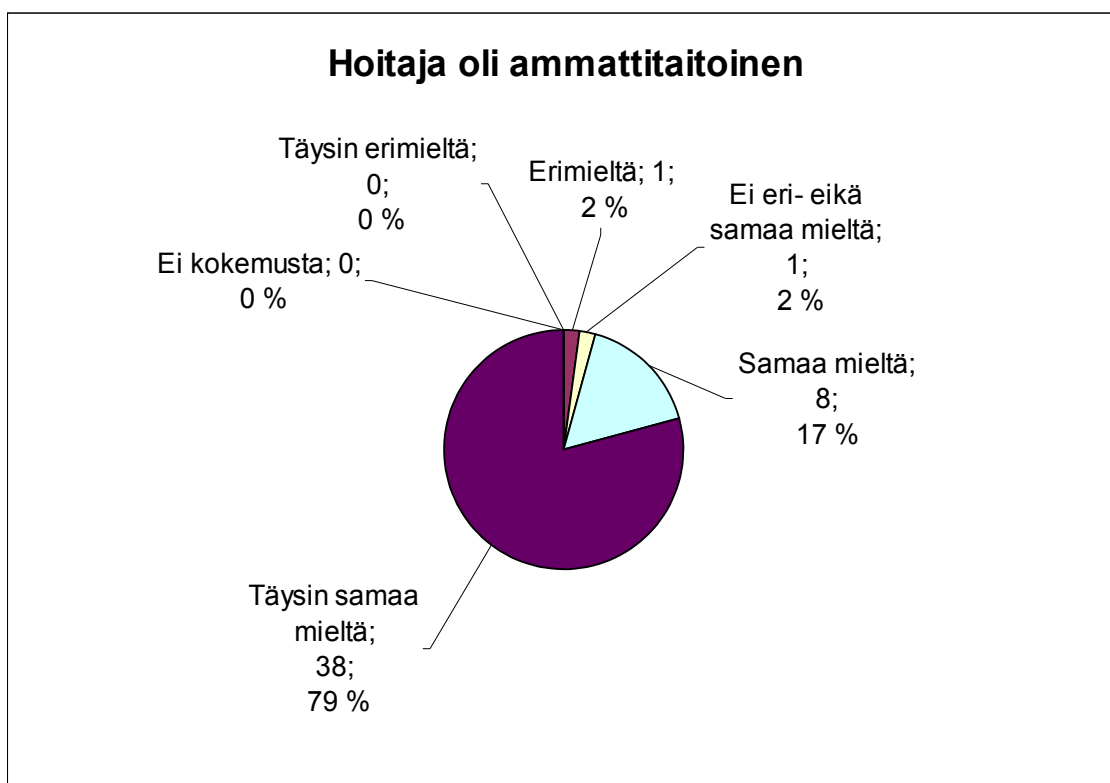
Kuvio 15. Hoitajan avuliaisuus ja ystävällisyys

Hoitajan avuliaisuudesta ja ystävällisyydestä samaa mieltä oli 9 (19 %) vastaajaa, täysin samaa mieltä oli 38 (79 %). Erimieltä oli 1 (2 %) vastaaja. Yhtään vastausta ei tullut kohtiin: täysin erimieltä, ei kokemusta, ei eri- eikä samaa mieltä.

Taulukko 10. Hoitajan avuliaisuus ja ystävällisyys ikäryhmittäin

	alle 20- vuotiaat	20–29- vuotiaat	30–39- vuotiaat	40–49- vuotiaat	50-vuotiaat tai vanhemmat
Täysin erimieltä					
Erimieltä					1
Ei eri- eikä samaa mieltä					
Samaa mieltä	1	2		1	5
Täysin samaa mieltä		9	6	12	11
Ei kokemusta					
Yhteensä	1	11	6	13	17

Taulukosta 10 nähdään, että suuri enemmistö kaikista ikäryhmistä oli samaa tai täysin samaa mieltä siitä, että heitä hoitanut henkilö oli avulias ja ystävällinen.



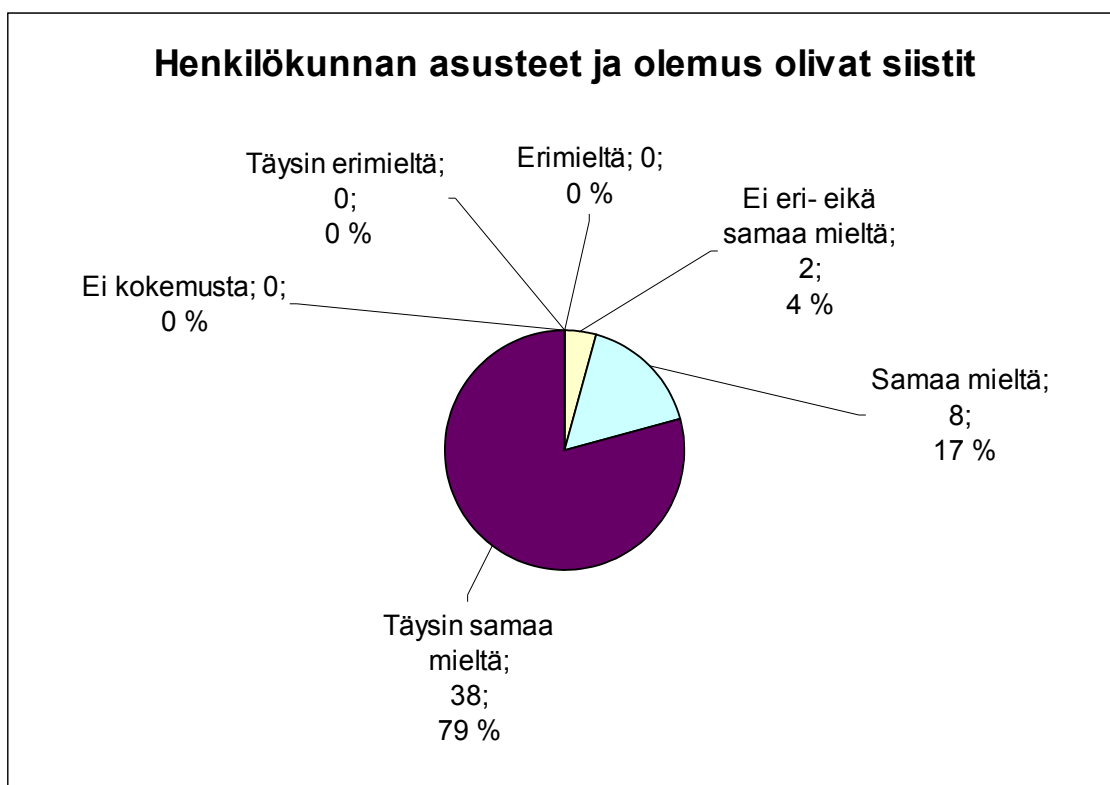
Kuvio 16. Hoitajan ammattitaitoisuus

8 (17 %) vastaajaa oli samaa mieltä, että hoitaja oli ammattitaitoinen, 38 (79 %) oli täysin samaa mieltä hoitajan ammattitaitoisuudesta. 1 vastaaja (2 %) oli erimieltä ja 1 (2 %) ei ollut eri- eikä samaa mieltä. Yhtään vastausta ei tullut kohtiin: ei kokemusta ja täysin erimieltä.

Taulukko 11. Hoitajan ammattitaitoisuus ikäryhmittäin

	alle 20- vuotiaat	20–29- vuotiaat	30–39- vuotiaat	40–49- vuotiaat	50-vuotiaat tai vanhemmat
Täysin erimieltä					
Erimieltä					1
Ei eri- eikä samaa mieltä			1		
Samaa mieltä		2		2	4
Täysin samaa mieltä	1	9	5	11	12
Ei kokemusta					
Yhteensä	1	11	6	13	17

Taulukosta 11 nähdään, että yksittäistapauksia lukuun ottamatta kaikki ikäryhmät olivat täysin samaa mieltä siitä, että heitä hoitanut henkilö oli ammattitaitoinen.



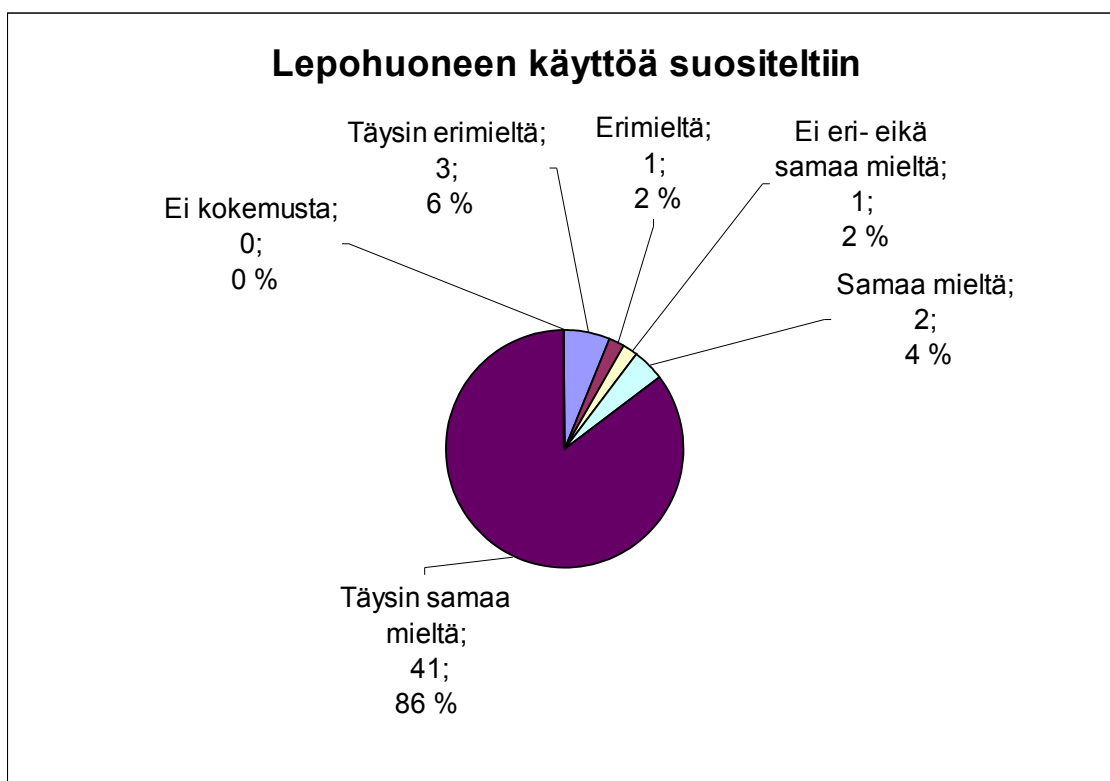
Kuvio 17. Henkilökunnan asusteet ja olemus

Henkilökunnan asusteiden ja olemuksen siisteystestä 8 (17 %) oli samaa mieltä, 38 (79 %) täysin samaa mieltä. Ei eri- eikä samaa mieltä oli 2 (4 %) vastaajaa. Yhtään vastausta ei tullut kohtiin: ei kokemusta, täysin erimieltä ja erimieltä.

Taulukko 12. Henkilökunnan asusteiden ja olemuksen siisteys ikäryhmittäin

	alle 20- vuotiaat	20–29- vuotiaat	30–39- vuotiaat	40–49- vuotiaat	50-vuotiaat tai vanhemmat
Täysin erimieltä					
Erimieltä					
Ei eri- eikä samaa mieltä					2
Samaa mieltä		2		2	4
Täysin samaa mieltä	1	9	6	11	11
Ei kokemusta					
Yhteensä	1	11	6	13	17

Taulukosta 12 selviää, että suuri enemmistö kaikkien ikäryhmien vastaajista oli täysin samaa mieltä siitä, että hoito-osaston henkilökunnan asusteet ja olemus olivat siistit. Eroja ikäryhmien mielipiteissä ei ollut.



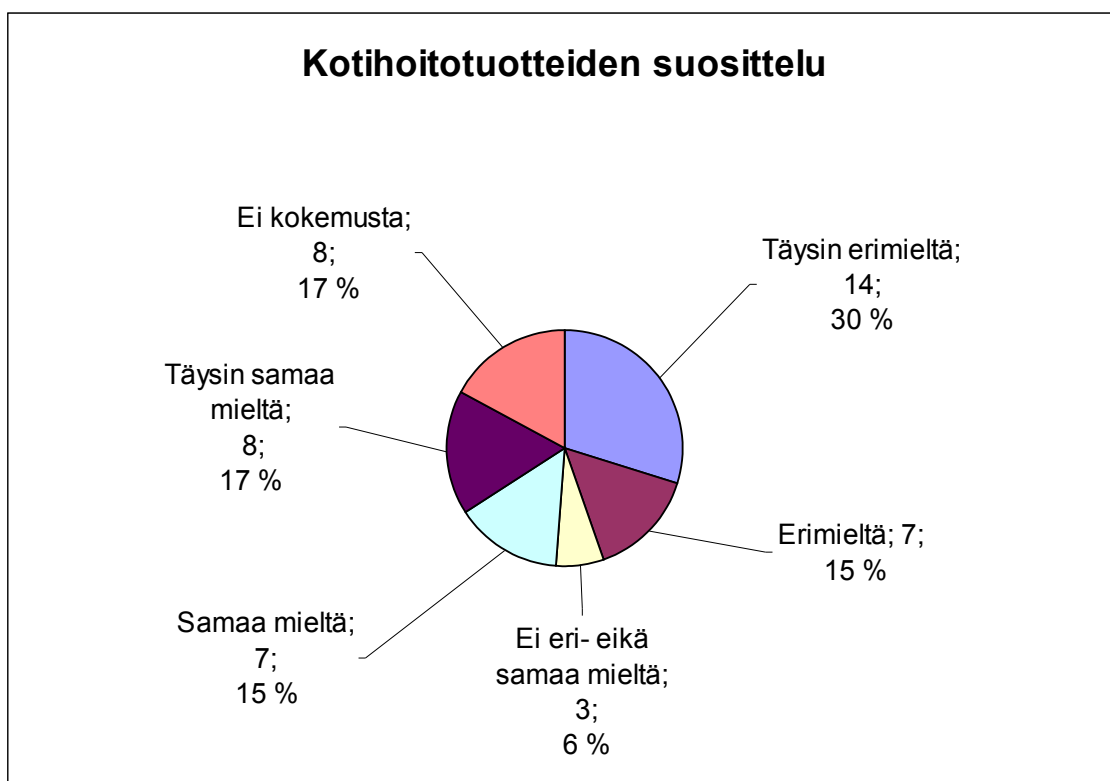
Kuvio 18. Lepohuoneen käytön suosittelu

Samaa mieltä siitä, että lepo huoneen käyttöä suositeltiin hoidon jälkeen, oli 2 (4 %) vastaajaa. 41 (86 %) oli täysin samaa mieltä, että lepo huoneen käyttöä suositeltiin. Täysin erimieltä oli 3 (6 %) vastaajaa, 1 (2 %) oli erimieltä ja 1 (2 %) ei ollut eri- eikä samaa mieltä. Yhtään vastausta ei tullut kohtaan: ei kokemusta.

Taulukko 13. Lepohuoneen käytön suosittelu ikäryhmittäin

	alle 20- vuotiaat	20–29- vuotiaat	30–39- vuotiaat	40–49- vuotiaat	50-vuotiaat tai vanhemmat
Täysin erimieltä					3
Erimieltä					1
Ei eri- eikä samaa mieltä	1				
Samaa mieltä		1		1	
Täysin samaa mieltä		10	6	12	13
Ei kokemusta					
Yhteensä	1	11	6	13	17

Taulukosta 12 selviää, että suurin osa 20–29 –vuotiaista yli 50-vuotiaisiin vastaajiin oli täysin samaa mieltä siitä, että heille suositeltiin lepo huoneen käyttöä hoidon jälkeen. Alle 20-vuotias vastaaja ei ollut samaa eikä eri mieltä. Muutama yli 50-vuotias vastaaja oli täysin erimieltä lepo huoneen suosittelusta.



Kuvio 19. Kotihoitotuotteiden suosittelu

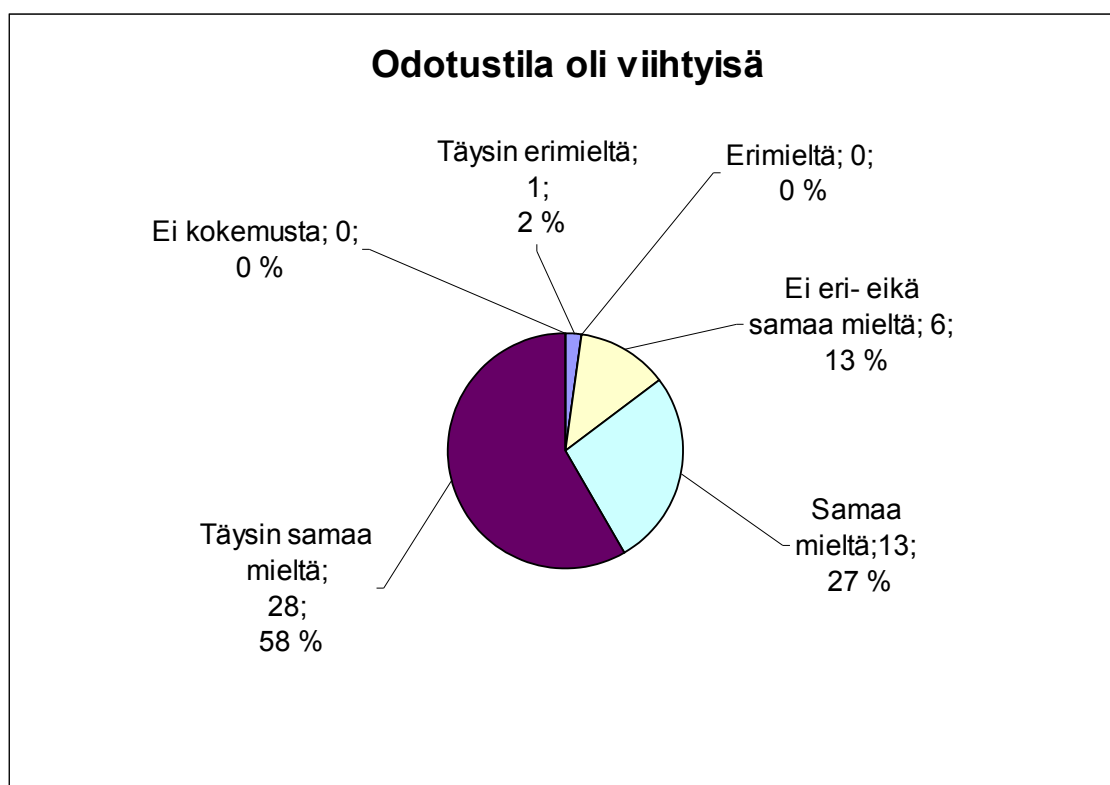
Samaa mieltä siitä, suositteliko hoitaja kotihoitotuotteita, oli 7 (15 %) vastaajaa. Täysin samaa mieltä oli 8 (17 %) vastaajaa. Ei eri- eikä samaa mieltä oli 3 (6 %), erimieltä 7 (15 %), täysin erimieltä 14 (30 %). Kahdeksalla (17 %) ei ollut kokemusta kotihoitotuotteiden suosittelusta.

Taulukko 14. Kotihoitotuotteiden suosittelu ikäryhmittäin

	alle 20-vuotiaat	20–29-vuotiaat	30–39-vuotiaat	40–49-vuotiaat	50-vuotiaat tai vanhemmat
Täysin erimieltä	1	3	2	6	3
Erimieltä		3	1		3
Ei eri- eikä samaa mieltä			1		2
Samaa mieltä		1	1	1	4
Täysin samaa mieltä			1	4	3
Ei kokemusta		4	1	1	2
Yhteensä	1	11	6	13	17

Taulukosta 14 nähdään, että kysymys kotihoitotuotteiden suosittelusta jakaa mielipiteitä. Tämä johtuu varmasti siitä, minkälaisessa hoidossa asiakas on käynyt. (Esimerkiksi kosmetologipalveluita käyttäneelle on helppo suositella kosmetiikkatuotteita). Ikäryhmien välillä ei ollut merkittäviä mielipide-eroja.

4.4 Miljökontaktit



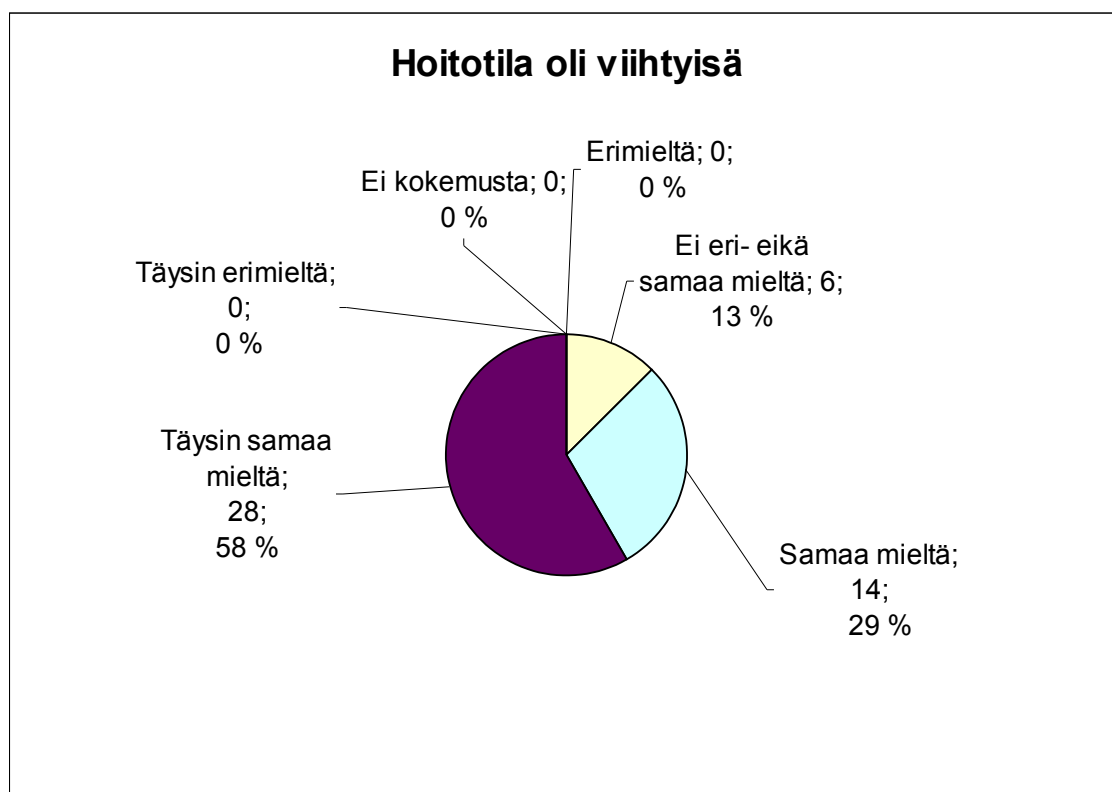
Kuvio 20. Odotustilan viihtyisyys

Samaa mieltä siitä, että hoito-osaston odotustila oli viihtyisä, oli 13 (27 %) vastaajaa. Täysin samaa mieltä oli 28 (58 %), täysin erimieltä oli 1 (2 %) ja ei eri- eikä samaa mieltä oli 6 (13 %) vastaajaa. Yhtään vastausta ei tullut kohtiin: ei kokemusta ja erimieltä.

Taulukko 15. Odotustilan viihtyisyys ikäryhmittäin

	alle 20-vuotiaat	20–29-vuotiaat	30–39-vuotiaat	40–49-vuotiaat	50-vuotiaat tai vanhemmat
Täysin erimieltä					1
Erimieltä					
Ei eri- eikä samaa mieltä		1	1	1	3
Samaa mieltä		4	2	5	3
Täysin samaa mieltä	1	6	3	7	10
Ei kokemusta					
Yhteensä	1	11	6	13	17

Taulukko 15 ilmentää, että kaikki ikäryhmät olivat pääosin todella tyytyväisiä tai tyytyväisiä odotustilan viihtyisyyteen.



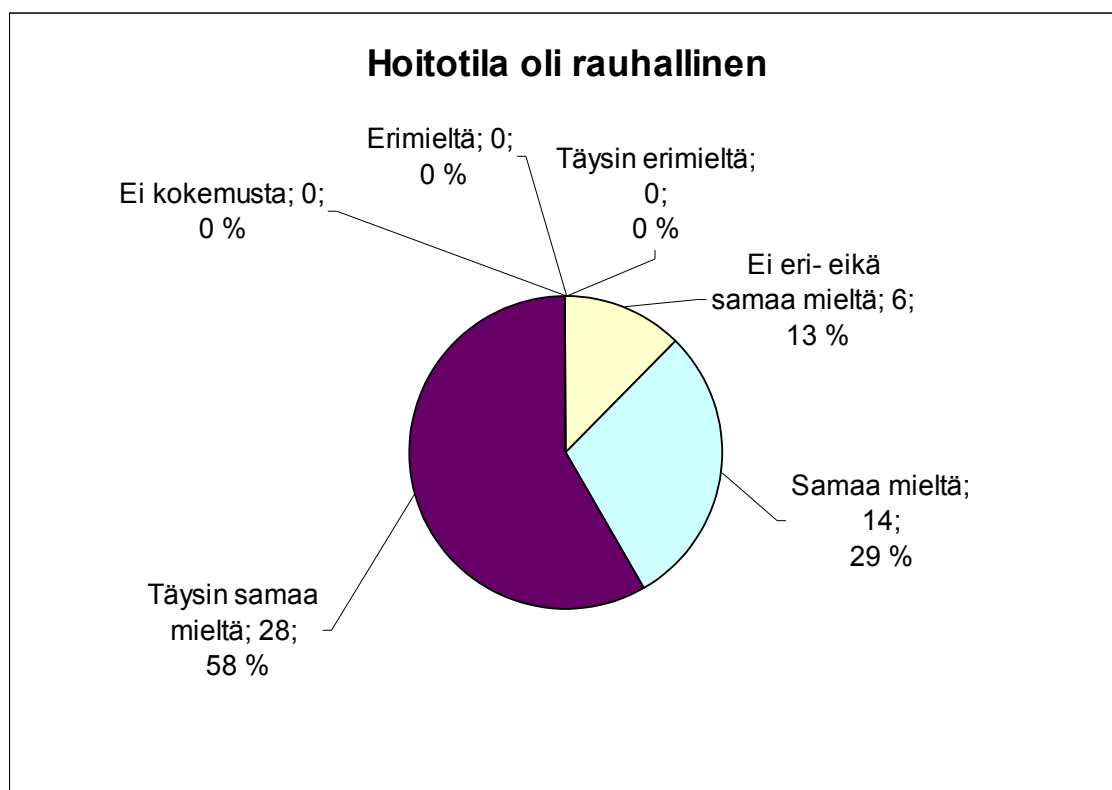
Kuvio 21. Hoitotilan viihtyisyys

Vastaajista 14 (29 %) oli samaa mieltä siitä, että hoitotila oli viihtyisä, täysin samaa mieltä hoitotilan viihtyisyydestä oli 28 (58 %) vastaajaa. Hoitotilan viihtyisyydestä ei eri- eikä samaa mieltä oli 6 (13 %) vastaajaa. Yhtään vastausta ei tullut kohtiin: täysin erimieltä, erimieltä ja ei kokemusta.

Taulukko 16. Hoitotilan viihtyisyys ikäryhmittäin

	alle 20- vuotiaat	20–29- vuotiaat	30–39- vuotiaat	40–49- vuotiaat	50-vuotiaat tai vanhemmat
Täysin erimieltä					
Erimieltä					
Ei eri- eikä samaa mieltä	1		1		4
Samaa mieltä		6	1	8	3
Täysin samaa mieltä		5	4	5	10
Ei kokemusta					
Yhteensä	1	11	6	13	17

Taulukosta 16 nähdään, että myös hoitotilaa pidettiin viihtyisänä. Suurin osa 20–29- vuotiaista yli 50-vuotiaisiin oli samaa tai täysin samaa mieltä siitä, että hoitotila oli viihtyisä. Muutama yksittäinen vastaaja ei ollut asiasta eri- eikä samaa mieltä.



Kuvio 22. Hoitotilan rauhallisuus

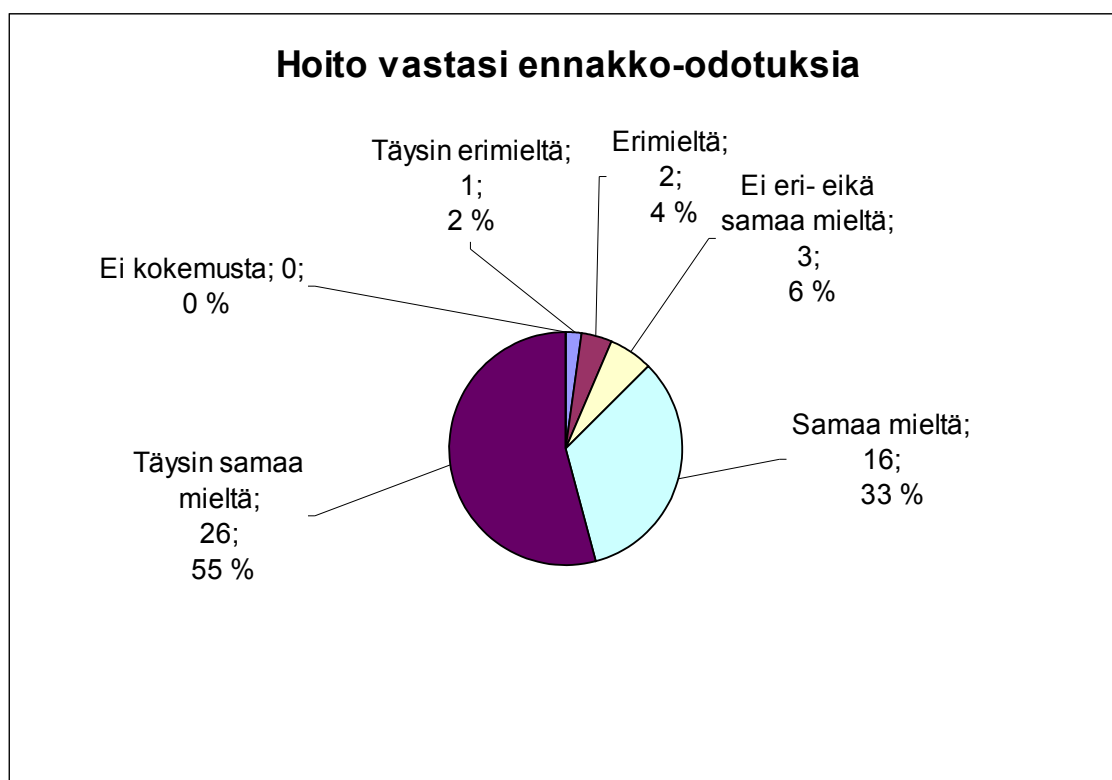
Siitä, että hoitotila oli rauhallinen, samaa mieltä oli 14 (29 %) vastaajaa, täysin samaa mieltä oli 28 (58 %). Ei eri- eikä samaa mieltä oli 6 (13 %) vastaajaa. Yhtään vastausta ei tullut kohtiin: ei kokemusta, erimieltä ja täysin erimieltä.

Taulukko 17. Hoitotilan rauhallisuus ikäryhmittäin

	alle 20- vuotiaat	20–29- vuotiaat	30–39- vuotiaat	40–49- vuotiaat	50-vuotiaat tai vanhemmat
Täysin erimieltä					
Erimieltä					
Ei eri- eikä samaa mieltä	1	1		1	3
Samaa mieltä		3	2	5	4
Täysin samaa mieltä		7	4	7	10
Ei kokemusta					
Yhteensä	1	11	6	13	17

Taulukosta 17 nähdään, että enemmistö vastaajista oli täysin samaa mieltä siitä, että hoitotila oli rauhallinen. Eroja ikäryhmien vastauksilla ei ollut.

4.5 Matkailupalvelukontaktit



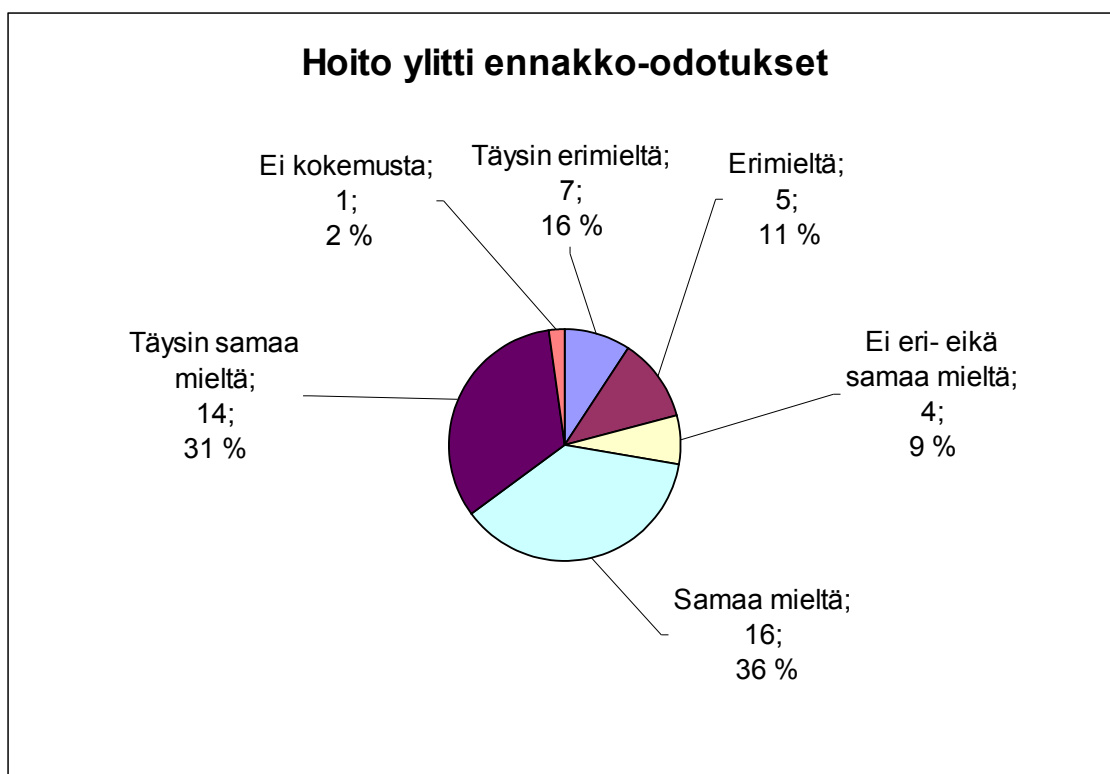
Kuvio 23. Hoidon ennako-odotuksia vastaavuus

16 (33 %) vastaajaa oli samaa mieltä siitä, että heidän saamansa hoito vastasi heidän ennako-odotuksiaan. Täysin samaa mieltä oli 26 (55 %) vastaajaa. Ei eri- eikä samaa mieltä oli 3 (6 %) vastaajista, erimieltä oli 2 (4 %) ja täysin erimieltä 1 (2 %) vastaaja. Yhtään vastausta ei tullut kohtaan: ei kokemusta.

Taulukko 18. Hoidon ennako-odotuksia vastaavuus ikäryhmittäin

	alle 20- vuotiaat	20–29- vuotiaat	30–39- vuotiaat	40–49- vuotiaat	50-vuotiaat tai vanhemmat
Täysin erimieltä					1
Erimieltä				1	1
Ei eri- eikä samaa mieltä		1	2		
Samaa mieltä	1	3	2	3	7
Täysin samaa mieltä		7	2	9	8
Ei kokemusta					
Yhteensä	1	11	6	13	17

Taulukosta 18 ilmenee, että enemmistö kaikkien ikäryhmien vastaajista oli samaa tai täysin samaa mieltä siitä, että hoito vastasi ennako-odotuksia.



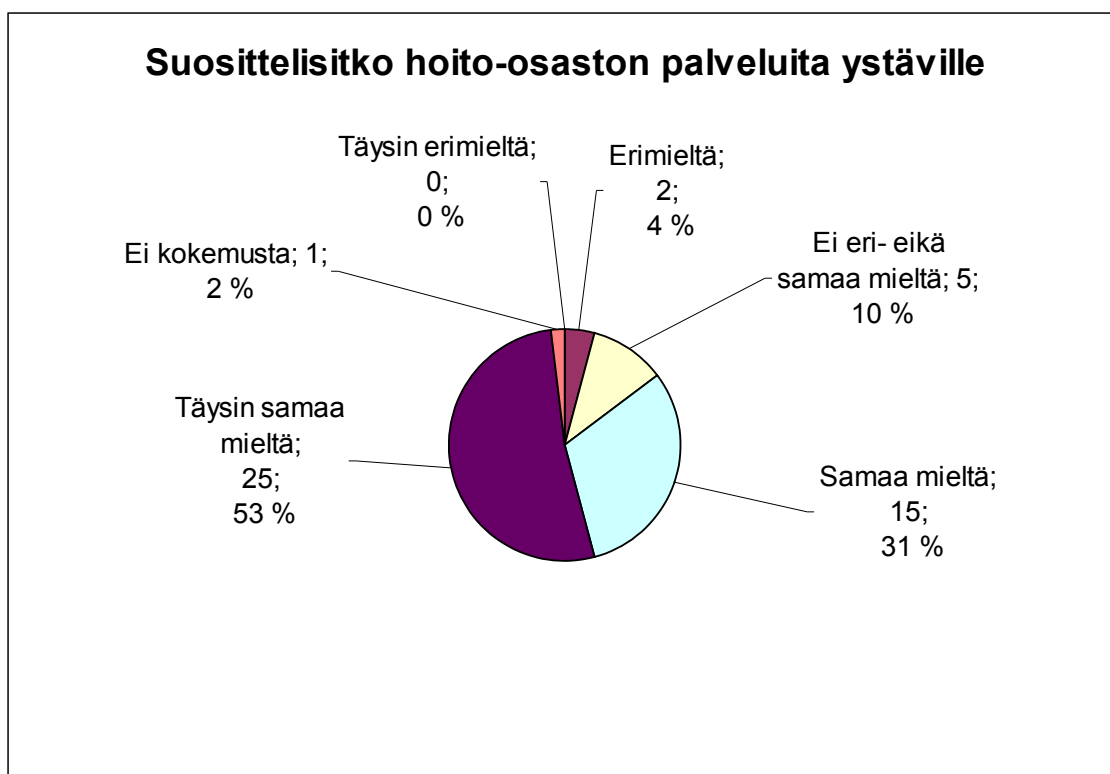
Kuvio 24. Hoidon ennakko-odotukset ylittävyys

16 (36 %) vastaajista oli samaa mieltä siitä, että heidän saamansa hoito ylitti heidän ennakko-odotuksensa. Täysin samaa mieltä oli 17 (37 %). Ei eri- eikä samaa mieltä oli 3 (7 %), erimieltä oli 4 (9 %) ja täysin erimieltä 5 (11 %) vastaajaa. Yhtään vastausta ei tullut kohtaan: ei kokemusta.

Taulukko 19. Hoidon ennakko-odotukset ylittävyys ikäryhmittäin

	alle 20- vuotiaat	20–29- vuotiaat	30–39- vuotiaat	40–49- vuotiaat	50-vuotiaat tai vanhemmat
Täysin erimieltä			2	1	2
Erimieltä	1		1	2	
Ei eri- eikä samaa mieltä		1		2	
Samaa mieltä		6	1	2	8
Täysin samaa mieltä		3	2	5	6
Ei kokemusta					
Yhteensä	1	10	6	12	16

Taulukosta 19 nähdään, että enemmistö 20–29-vuotiasta, 40–49-vuotiaista sekä yli 50- vuotiaista vastaajista oli samaa tai täysin samaa mieltä siitä, että heidän saamansa hoito ylitti ennakko-odotukset. Selkeitä eroja eri ikäryhmien mielipiteissä ei ollut havaittavissa.



Kuvio 25. Hoito-osaston palveluiden suosittelu

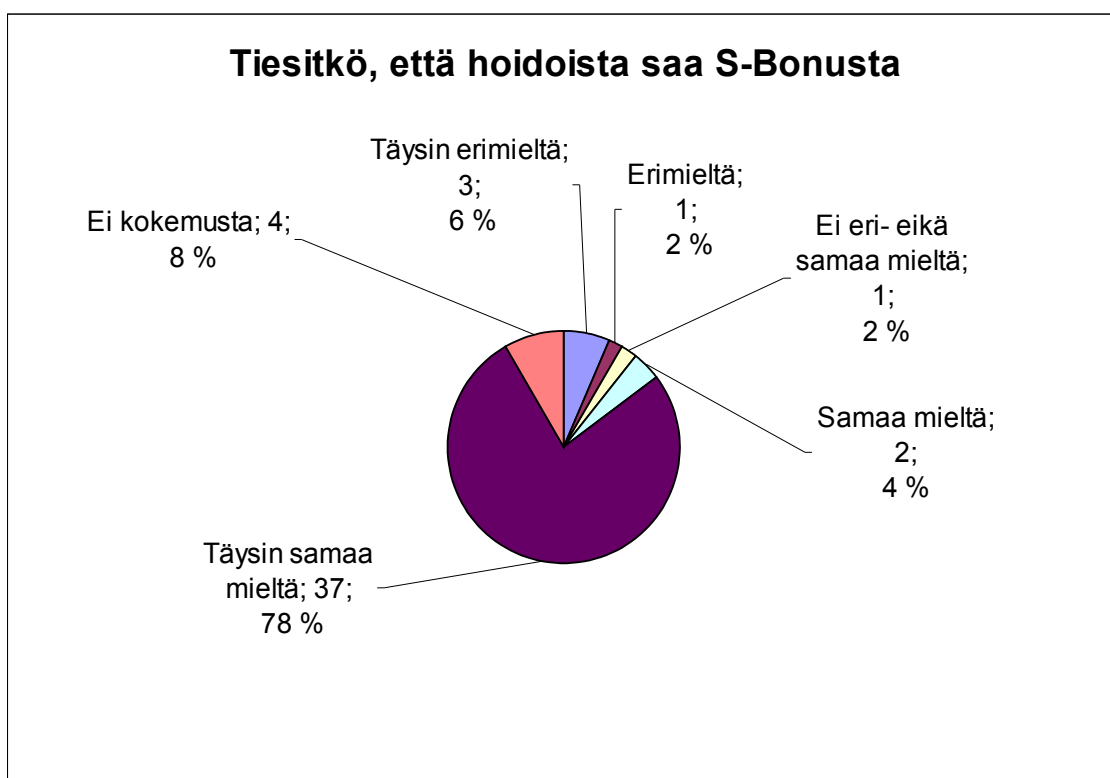
Kysyttäessä suosittelisiko vastaaja hoito-osaston palveluita ystävilleen 16 (33 %) oli samaa mieltä. 26 (55 %) oli täysin samaa mieltä. Ei eri- eikä samaa mieltä oli 3 (6 %) vastaajaa ja erimieltä 2 (4 %). 1:llä (2 %) ei ollut kokemusta. Yksikään vastaajista ei ollut täysin erimieltä.

Taulukko 20. Hoito-osaston palveluiden suosittelu ikäryhmittäin

	alle 20-vuotiaat	20–29-vuotiaat	30–39-vuotiaat	40–49-vuotiaat	50-vuotiaat tai vanhemmat
Täysin erimieltä					
Erimieltä				1	1
Ei eri- eikä samaa mieltä	1		2		
Samaa mieltä		3	1	4	8
Täysin samaa mieltä		8	3	7	8
Ei kokemusta				1	
Yhteensä	1	11	6	13	17

Taulukosta 20 selviää, että enemmistö ikäryhmistä 20–29-vuotiaat yli 50 vuotiaisiin on samaa tai täysin samaa mieltä siitä, että he suosittelisivat hoito-osaston palveluita ystävilleen. Mainittavia eroja ikäryhmien välillä ei ollut.

4.6 Vastaajien tietoisuus S-Bonuksen kertymisestä sekä kuukauden tarjouksista



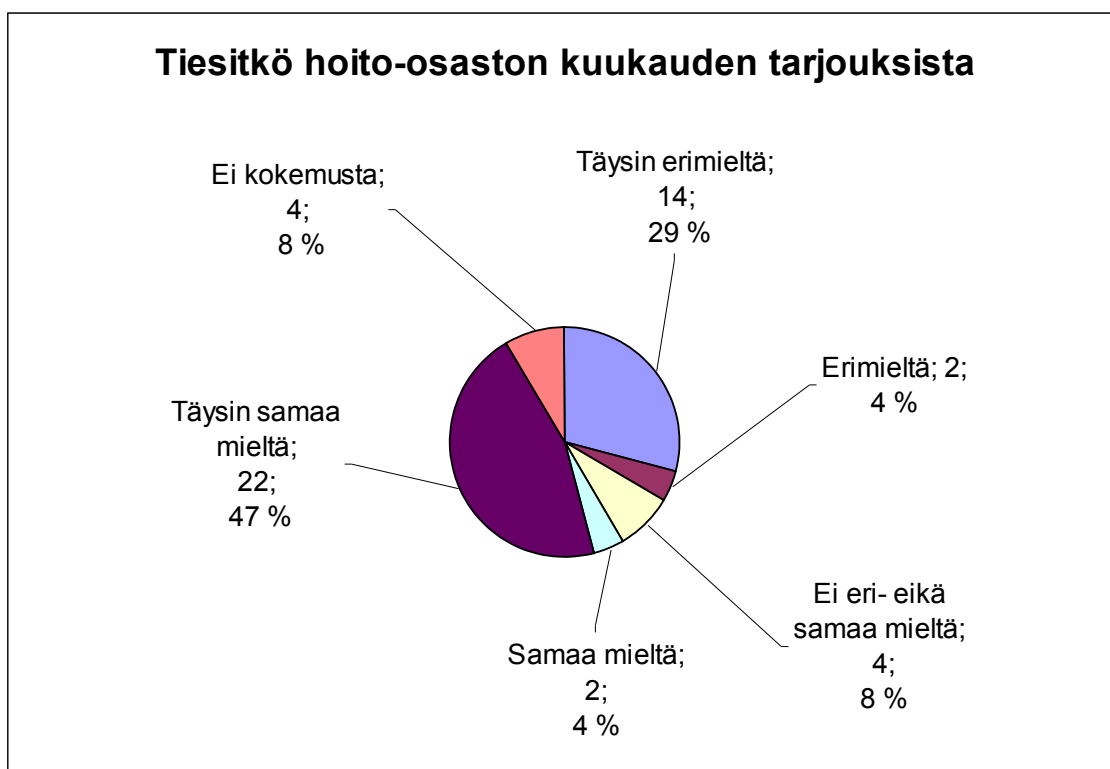
Kuvio 26. Tietoisuus S-Bonuksen kertymisestä

2 (4 %) vastaajista oli samaa mieltä siitä, että he tiesivät hoitojen kerryttävän S-Bonusta. 37 (78 %) oli täysin samaa mieltä. Ei eri- eikä samaa mieltä oli 1 (2 %), erimieltä oli 1 (2 %) ja täysin erimieltä 3 (6 %) vastaajaa. 4:llä (8 %) ei ollut kokemusta.

Taulukko 21. Tietoisuus S-Bonuksen kertymisestä ikäryhmittäin

	alle 20-vuotiaat	20–29-vuotiaat	30–39-vuotiaat	40–49-vuotiaat	50-vuotiaat tai vanhemmat
Täysin erimieltä		1	1	1	
Erimieltä					1
Ei eri- eikä samaa mieltä					1
Samaa mieltä					2
Täysin samaa mieltä	1	8	5	10	13
Ei kokemusta		2		2	
Yhteensä	1	11	6	13	17

Taulukosta 21 nähdään, että enemmistö kaikkien ikäryhmien vastaajista oli hyvin tietoisia siitä, että hoidot kerryttävät S-Bonusta.



Kuvio 27. Tietoisuus hoito-osaston kuukauden tarjouksista

Kysyttäessä tiesivätkö vastaajat hoito-osaston kuukauden tarjouksista, 2 (4 %) oli samaa mieltä. Täysin samaa mieltä oli 22 (47 %). Ei eri- eikä samaa mieltä oli 4 (8 %) vastaajaa, erimieltä 2 (4 %), täysin erimieltä oli 14 (29 %) vastaajaa. 4:llä (8 %) ei ollut kokemusta.

Taulukko 22. Tietoisuus hoito-osaston kuukauden tarjouksista ikäryhmittäin

	alle 20-vuotiaat	20–29-vuotiaat	30–39-vuotiaat	40–49-vuotiaat	50-vuotiaat tai vanhemmat
Täysin erimieltä	1	3	3	2	5
Erimieltä				1	1
Ei eri- eikä samaa mieltä				1	3
Samaa mieltä		1	1		
Täysin samaa mieltä		6	1	7	8
Ei kokemusta		1	1	2	
Yhteensä	1	11	6	13	17

Taulukosta 22 nähdään eri ikäryhmien tietoisuus Tampereen Kylpylän kuukauden hoitotarjouksista. Tietoisuudessa on hajontaa useimmissa ikäryhmissä. Enemmistö 20–29-vuotiaista yli 50 vuotiaisiin on tietoinen tarjouksista, mutta ikäryhmissä on myös tarjouksista täysin tietämättömiä.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET

5.1 Demografiset tekijät

Tutkimuksesta ilmeni, että tyypillisin hoito-osaston asiakas on tamperelainen tai lähikunnista tullut 40-vuotias tai vanhempi nainen. Hän on Kylpylässä päivävieraana ja on käyttänyt hoito-osaston palveluita 1-3 kertaa. Osastolla hän on käynyt joko hieronnassa tai kosmetologilla.

5.2 Tukijärjestelmäkontaktit

Suosituin palvelun varaustapa kaikissa niissä ikäryhmissä, joista löytyi kokemusta, oli puhelimitse tehty varaus. Kaikki ikäryhmät olivat myös tyytyväisiä palvelun varaamisen helppouteen ja varauksenteon sujuvuuteen.

5.3 Henkilöstökontaktit

Ikäryhmästä riippumatta vastaajat olivat pääosin tyytyväisiä Tampereen Kylpylän hoito-osaston ja vastaanoton henkilökunnan palveluasenteeseen. Vastaajat olivat yksimielisiä siitä, että varatessaan hoito-osaston palveluita varauksen hoitanut henkilö oli palvelualtis. Myös hoitoon ilmoittautuessaan enemmistö asiakkaista oli todella tyytyväisiä henkilökunnan palvelualltiuteen ja ilmoittautumisen sujuvuuteen.

Yksittäistapausta lukuun ottamatta, kaikki vastaajat iästä riippumatta olivat samaa tai täysin samaa mieltä siitä, että heitä hoitanut henkilö oli avulias ja ystävällinen sekä ammattitaitoinen. Vastaajat kokivat hoitajien asusteiden ja olemuksen siisteiksi. Suurin osa vastaajista oli täysin samaa mieltä siitä, että heille oli suositeltu lepohuoneen käyttöä hoidon jälkeen, vain muutama yli 50-vuotias oli erimieltä. Kotihoitotuotteiden suosittelusta kysyttäessä kaikkien ikäryhmien vastauksissa oli suurta hajontaa. Tämä selittyy osaltaan sillä, että esimerkiksi kosmetologilla käyneelle on helpompi suositella kotihoitotuotetta kuin fysioterapiassa käyneelle.

Saatujen tulosten valossa voidaan sanoa, että hoito-osaston asiakkaat ikään katsomatta ovat todella tyytyväisiä Kylpylässä ja hoito-osastolla kohtaamiinsa henkilöstökontakteihin, sillä moni vastaajista vielä kehui saamaansa palvelua kyselylomakkeen lopussa olleessa terveiset/kehitysehdotukset – osiossa.

5.4 Miljöökontaktit

Kysyttäessä hoito-osaston odotustilan ja hoitotilan viihtyisyydestä suurin osa vastaajista koki ne viihtyisiksi. Muutama vastaaja ei ollut samaa eikä eri mieltä asiasta. Suurin osa vastaajista koki hoitotilan myös rauhalliseksi, muutama ei ollut samaa eikä eri mieltä. Kehittämisehdotuksissa muutama asiakas toivoi odotustilaan luettavaa. Iästä riippumatta vastaajat olivat kuitenkin pääosin tyytyväisiä kohtaanansa miljöökontakteihin.

5.5 Matkailupalvelukontaktit

Kysyttäessä hoidon ennako-odotusten vastaavuutta, suurin osa vastaajista oli samaa tai täysin samaa mieltä siitä, että heidän saamansa hoito vastasi heidän ennako-odotuksiaan. Muutama 40-vuotias tai vanhempi vastaaja oli asiasta eri mieltä. Hoidon ennako-odotusten ylittävyydestä valtaosa vastaajista oli sitä mieltä, että hoito myös ylitti heidän ennako-odotuksensa.

Kriittisempiä hoidon ennako-odotusten ylittävyydessä olivat 30–39-vuotiaat, 40–49-vuotiaat sekä 50-vuotiaat ja vanhemmat. Muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta kaikki vastaajat olivat valmiita suosittelemaan Tampereen Kylpylän hoito-osaston palveluita ystävilleen, joten voidaan todeta, että iästä riippumatta myös matkailupalvelukontakteihin oltiin tyytyväisiä.

6 LOPUKSI

Tutkimuksen perusteella voidaan sanoa, että Tampereen Kylpylän hoito-osaston asiakkaat ovat iästä riippumatta pääosin todella tyytyväisiä kohtaamiinsa henkilöstö-, matkailupalvelu-, miljöö-, ja tukijärjestelmäkontakteihin. Tutkimus on kuitenkin vain suuntaa antava, sillä alle 20-vuotiaita oli vain yksi vastaaja, ja 30–39-vuotiaita kuusi, joten näiden ikäryhmän vastuksia ei voida yleistää. Myös muiden ikäryhmien vastaajia olisi saanut olla enemmän.

Kyselylomakkeeseen olen tyytyväinen, sillä sen avulla saadut vastaukset valottivat mielestäni hyvin asiakastyytyväisyyden tilaa ja täten vastasivat tutkimuksen alussa esitettyihin kysymyksiin. Toki tarkentavilla lisäkysymyksillä olisi saatu syvällisempiä vastauksia, mutta perusteellisemmän tutkimuksen aikaansaattamiseksi olisi tarvittu useamman sivun mittainen lomake, mikä olisi toisaalta voinut nostaa kynnystä vastata kyselyyn.

Parannettavaa työtavoistani löytyi, sillä minun ja Tampereen Kylpylän edustajan olisi ennakolta pitänyt sopia kuinka monta kyselykaavaketta he hoito-osastolle tulostaisivat, jotta kyselyn vastausprosentti olisi saatu selville. Kaiken kaikkiaan olen kuitenkin tyytyväinen lopputulokseen.

Jotta tietoisuus asiakastyytyväisyyden tilasta säilyisi, vastaavan tutkimuksen voisi toteuttaa jonkin ajan kuluttua uudelleen. Tutkia voisi myös miten Suontaustan ja Tynin esittämät wellness-matkailijasegmentit toteutuvat Tampereen Kylpylässä.

LÄHTEET

Kirjalliset lähteet

Albanese, P. & Boedeker, M. 2002. Matkailumarkkinointi. 2. uudistettu painos. Helsinki: Edita Prima Oy.

Heikkilä, T. 1999. Tilastollinen tutkimus. 2. uudistettu painos. Helsinki: Oy Edita Ab.

Kuusisto, N. 1997. Hotelliyrityksen asiakastytyväisyys. Tampereen yliopisto. Yrityksen taloustieteen ja yksityisoikeuden laitos. Pro gradu- tutkielma.

MEK. 2005. Hyvinvointi- ja terveysturmatkailun peruskartoitus. Matkailun edistämiskeskus, MEK. Helsinki

Müller, H. & Lanz-Kaufman, E. 2001. Wellness Tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry. Journal of Vacation Marketing 7 (1), 15–17.

Suontausta, H. & Tyni, M. 2005. Wellness-matkailu – hyvinvointi matkailun tuotekehityksessä. Helsinki: Edita Prima Oy

Elektroniset lähteet

Holiday Clubin sähköinen tiedote. Julkaistu 24.1.2003. Tulostettu 2.1.2009.
<http://cobalt.eurorscg.fi/hcf.evolvis.net/index.php?pageName=kylpyla-tiedote>

Holiday Club Tampereen Kylpylä. 2009. Tampereen Kylpylän allasosaston kotisivu. Luettu 2.1.2009.
<http://www.holidayclubhotels.fi/allasosasto-tampere.html>

Holiday Club Tampereen Kylpylä. 2009. Tampereen Kylpylän hoito-osaston kotisivu. Luettu 2.1.2009.
<http://www.holidayclubhotels.fi/hoidot-tampere.html>

Holiday Club Tampereen Kylpylä. 2009. Tampereen Kylpylän kotisivu. Luettu 2.1.2009.
<http://www.holidayclubhotels.fi/tampereen-kylpyla.html>

Holiday Club Tampereen Kylpylä. 2009. Tampereen Kylpylän ravintoloiden kotisivu. Luettu 2.1.2009.
<http://www.holidayclubhotels.fi/ravintolat-tampere.html>

LIITE

Asiakastyytyväisyyskyselylomake

Arvoisa asiakas

Tampereen kylpylän hoito-osasto haluaa palvella Teitä entistä paremmin ja siksi pyydän mielipidettänne osaston palvelusta. Asiakastytyväisyyden ylläpitämisen ja kehittämisen kannalta mielipiteenne on erittäin tärkeä.

Kertokaa kokemuksenne ympäröimällä kustakin kohdasta lähinnä mielipidettänne vastaava vaihtoehto tai vastaamalla avoimiin kysymyksiin. Jos teillä ei ole kokemusta jostain asiasta, ympyröikää kohta 0. Kaikki vastaukset käsitellään luottamuksellisesti.

Täytetyn lomakkeen voitte jättää kylpylän vastaanottoon.

Toteutan tämän asiakastytyväisyyskyselyn yhdessä Tampereen kylpylän kanssa osana matkailualan restonomin opinnäytetyötäni Pirkanmaan ammattikorkeakouluun.

Etukäteen arvokkaasta palautteestanne kiittäen

Maria Järvinen

Oletteko

- | | |
|---|--------|
| 1 | Nainen |
| 2 | Mies |

Minkä ikäinen olette

- | | |
|---|-------------------------|
| 1 | Alle 20-vuotias |
| 2 | 20–29-vuotias |
| 3 | 30–39-vuotias |
| 4 | 40–49-vuotias |
| 5 | 50-vuotias tai vanhempi |

Oletteko hotellivieras, osakehuoneistosta tai päivävieras?**Kotipaikkakuntanne****Kuinka monta kertaa olette käyttäneet Tampereen kylpylän hoito-osaston palveluita viimeisimmän kolmen vuoden aikana?**

- | | |
|---|------------------------|
| 1 | 1–3 kertaa |
| 2 | 4–6 kertaa |
| 3 | 7–9 kertaa |
| 4 | 10–12 kertaa |
| 5 | 13 kertaa tai useammin |

Mitä hoito-osaston palveluista olette käyttäneet? (voitte ympyröidä kaikki käyttämäne vaihtoehdot)

- | | |
|---|---------------------|
| 1 | Hieronta |
| 2 | Vartalohoito |
| 3 | Kylpy |
| 4 | Kosmetologipalvelut |
| 5 | Fysioterapia |

Miten varasitte käyttämäne palvelun?

- | | |
|---|---------------------------------|
| 1 | Henkilökohtaisesti kylpylöstä |
| 2 | Puhelimitse |
| 3 | Kylpylän internetsivujen kautta |
| 4 | muu _____ |

Hoidon varaaminen

	täysin erimieltä	eri-mieltä	ei eri- eikä samaa mieltä	samaa mieltä	täysin samaa mieltä	ei kokemusta
Palvelun varaaminen oli sujuvaa	1	2	3	4	5	0
Varaaminen oli helppo tehdä	1	2	3	4	5	0
Varauksen hoitanut henkilö oli palvelualtis	1	2	3	4	5	0

Vastaanoton toiminta

Vastaanoton henkilökunta oli palvelualtista	1	2	3	4	5	0
Ilmoittautuminen hoitoon sujui sujuvasti	1	2	3	4	5	0

Hoitotilat	täysin erimieltä	eri-mieltä	ei eri-samaa mieltä	eikä samaa mieltä	samaa mieltä	täysin samaa mieltä	ei kokemusta
Odotustila oli viihtyisä	1	2	3	4	5	0	
Hoitotila oli viihtyisä	1	2	3	4	5	0	
Hoitotila oli rauhallinen	1	2	3	4	5	0	

Hoido-osaston henkilökunta

Hoitaja oli avulias ja ystävällinen	1	2	3	4	5	0
Hoitaja oli ammattitaitoinen	1	2	3	4	5	0
Henkilökunnan olemus ja asut olivat siistit	1	2	3	4	5	0
Henkilökunta kertoi mahdollisuudesta käyttää lepohuonetta hoidon jälkeen	1	2	3	4	5	0
Henkilökunta suositteli kotihoitotuotteita	1	2	3	4	5	0

Palvelun laatu

Saamanne hoito vastasi ennako-odotuksianne	1	2	3	4	5	0
Saamanne hoito ylitti odotuksenne	1	2	3	4	5	0
Suosittelisitteko Tampereen kylpylän hoito-osaston palveluita ystäville	1	2	3	4	5	0

S-Bonus ja tarjoukset

Tiesittekö, että Tampereen Kylpylän palveluista saa S-Bonusta	1	2	3	4	5	0
Oletteko tietoinen Tampereen Kylpylän kuukauden hoitotarjouksista	1	2	3	4	5	0

Tähän voitte kirjoittaa terveisenne/ kehittämehdotuksenne/ Tampereen kylpylän hoito-osastolle

KIITOS VASTAUKSISTANNE!

Täytetyn lomakkeen voitte palauttaa kylpylän vastaanottoon