

Teemu Romppanen

Asiakaspalautekysely Original Sokos Hotel Valjuksen kokoustiloista



Restonomi
Matkailun koulutus
Kevät 2020



KAMK • University
of Applied Sciences

Tiivistelmä

Tekijä(t): Romppanen Teemu

Työn nimi: Asiakaspalautekysely Original Sokos Hotel Valjuksen kokoustiloista

Tutkintonimike: Restonomi (AMK)

Asiasanat: Kokoustilat, asiakastyytyväisyys

Kokous tarkoittaa ihmisten kokoontumista. Kokoukset voivat vaihdella hyvin paljon, ne voivat olla yksinkertaisia aamupalavereita tai monimuotoisempia kokouksia. Kokouksen kesto vaihtelee ja se voi sisältää erilaisia tapahtumia useissa eri paikoissa. Tarkoituksena kokouksessa on yhdessä keskustella, päättää, tiedottaa ja valita henkilöitä eri tehtäviin. Kokoustilojen viihtyvyys, tarkoituksenmukaisuus ja toimivuus ovat onnistuneen kokouksen edellytyksiä. On tärkeää, että tilojen määrää ja laatua arvioidaan huolellisesti sekä osallistujien että järjestäjien ja esiintyjien näkökulmasta.

Opinnäytetyön toimeksiantajana oli Original Sokos Hotel Valjus. Original Sokos Hotel Valjus on Osuuskauppa Maakuntaan kuuluva hotelli. Se kuuluu Sokos Hotels hotelliketjuun, joka on Suomen laajin ja tunnetuin hotelliketju. Siihen kuuluu yhteensä 50 hotellia, jotka sijaitsevat Suomessa, Pietarissa ja Tallinnassa. Opinnäytetyön tarkoituksena oli tehdä asiakaspalautekysely Sokos Hotel Valjuksen kokoustiloista ja saada kehittämisideoita kokoustiloihin liittyen. Tavoitteena oli, että Sokos Hotel Valjus voi kehittää kokouspalveluita asiakaspalautekyselyn tulosten pohjalta. Tutkimusongelmana oli, mitä mieltä Sokos Hotel Valjuksen kokousasiakkaat ovat kokoustiloista ja -palveluista.

Tulostetut kyselylomakkeet laitettiin esille Original Sokos Hotel Valjuksen kokoustiloihin 6.5.2019. Kokoustilojen varaaja täytti kyselylomakkeen kokouksen lomassa tai sen päätyttyä, jonka jälkeen lomakkeelle oli varattu suljettava kirjekuori. Kokouksen jälkeen ravintola Sulon tarjoilijat keräsivät kirjekuoret. Lomakkeita oli jaossa kuukauden ajan, mutta kyselylomakkeita oli täytetty niin vähän määräaikaan mennessä, joten kyselyn vastaamisaikaa jatkettiin, jotta saataisiin vastauksia enemmän ja näin myös tutkimuksen luotettavuus paransi. Kyselylomakkeiden jakaminen päättyi 1.8.2019. Vastauksia kyselyyn tuli yhteensä 16 kappaletta.

Tutkimuksen tuloksina saatiin erilaisia kehitysideoita kokoustiloihin. Kokoustiloissa koettiin olevan puutteita ATK-välineistön osalta. Tulostin koettaisiin tarpeellisena kokoustiloissa, jotta esimerkiksi kokouspöytäkirjan voisi tulostaa heti kokouksen päätyttyä. Langaton kuvanheijastus puuttuu kokoustiloista ja se koetaan tarpeellisena vastaajien mukaan, koska tällöin ei tarvitse viritellä johtoja ja kytkentöjä. Langattomaksi kuvatykiksi asiakkaat ovat ehdottaneet Barcoa. Myös näytön peilaus Mivacast-ohjelma olisi tarpeellinen kokoustiloihin.

Muita kehitysehdotuksia olivat kokousemäntä, joka tulisi tilaisuuden aluksi käymään asiat läpi. Henkilökuntaa on ollut kesken kokouksen vaikea tavoittaa. Kehitysehdotuksena on myös, että tilaisuuteen osallistujille jaettaisiin avainkortit, jotta arvotavarat saisi lukkojen taakse. Sisustuksen osalta palautetta on annettu tilan kolkkoudesta ja ehdotettu esimerkiksi maisematapettia, joka toisi lämpöä tilaan.

Abstract

Author(s): Romppanen Teemu

Title of the Publication: A customer feedback survey about Sokos Hotel Valjus' meeting rooms

Degree Title: Bachelor of Hospitality Management (AMK)

Keywords: Meeting facilities, customer satisfaction

Meetings are gatherings of people, which differ according to their length, frequency and content. The duration of meetings varies and may include different events in several different locations. The purpose of the meeting is to discuss, decide, inform and jointly select people for different tasks. A successful meeting requires comfort, convenience and a functioning conference room. Therefore, it is important that the quality of conference facilities is assessed by the attendees, participants and organizers.

This thesis was commissioned by Original Sokos Hotel Valjus, which is a member of the Osuuskauppa Maakunta Cooperative. It belongs to the Sokos Hotels hotel chain, which is the largest and most well-known hotel chain in Finland, including 50 hotels located in Finland, St. Petersburg and Tallinn. The purpose of the thesis was to conduct a customer feedback survey about Sokos Hotel Valjus' meeting rooms and to obtain development ideas. The aim was for Sokos Hotel Valjus to be able to develop conference services based on the results of the customer feedback survey. The research problem was to establish the opinion of Sokos Hotel Valjus' conference customers about the hotel's meeting facilities and services.

Printed questionnaires were distributed in the meeting rooms of Original Sokos Hotel Valjus from May 6, 2019. Every meeting room holder filled in the questionnaire during or after the meeting and placed it in a sealable envelope retrieved by the waiters of the hotel restaurant. The questionnaires were distributed for one month, but so few questionnaires had been completed by the deadline, it was necessary to extend it to improve the reliability of the survey. The distribution of questionnaires ended on 1 August 2019. A total of 16 responses were received.

As a result of the research, various development ideas for meeting rooms were obtained. There were perceived shortcomings in the meeting facilities regarding computer equipment. A printer would be considered necessary to enable the printing of the minutes immediately after the meeting. The meeting rooms lack wireless image projection, perceived as necessary by the respondents to avoid having to connect cables and adjust connections. The respondents suggested Barco as a wireless image projector. Also, screen mirroring with Mivacast would be required.

Another development suggestion was a meeting hostess to introduce conferences and events. Also, it has been difficult to reach staff during meetings. The development proposal is to distribute key cards to the participants so that they can leave their valuables safely in the facility. The facilities were considered bleak and for example, landscape wallpaper was suggested to add warmth.

Sisällys

| | | |
|-------|--|----|
| 1 | Johdanto | 1 |
| 2 | S-ryhmä..... | 2 |
| 2.1 | Osuuskauppa Maakunta..... | 3 |
| 2.2 | Original Sokos Hotel Valjus..... | 3 |
| 3 | Kokouspalvelut | 5 |
| 3.1 | Erilaiset kokoukset | 5 |
| 3.2 | Kokoustilat ja niiden suunnittelu..... | 6 |
| 3.3 | Kokoustilat hotelleissa..... | 8 |
| 4 | Asiakastyytyväisyys..... | 10 |
| 5 | Tutkimuksen toteutus..... | 13 |
| 5.1 | Tutkimusongelma..... | 13 |
| 5.2 | Tutkimusmenetelmä | 13 |
| 5.2.1 | Kvantitatiivinen tutkimus | 13 |
| 5.2.2 | Kvalitatiivinen tutkimus..... | 15 |
| 5.3 | Kyselylomakkeen laadinta..... | 15 |
| 5.4 | Tutkimuksen käytännön toteutus | 17 |
| 5.5 | Luotettavuus..... | 19 |
| 6 | Tulokset ja kehitysehdotukset..... | 21 |
| 6.1 | Kokoustilojen käyttö..... | 21 |
| 6.2 | ATK-välineistö..... | 25 |
| 6.3 | Tilojen kalustus ja mukavuus..... | 25 |
| 6.4 | Kahvitori | 27 |
| 6.5 | Yleisarvosana ja kehitysehdotukset | 28 |
| 7 | Pohdinta | 30 |
| | Lähteet | 32 |
| | Liitteet | |

1 Johdanto

Kokous tarkoittaa ihmisten kokoontumista. Kokoukset voivat vaihdella hyvin paljon, ne voivat olla yksinkertaisia aamupalavereita tai monimuotoisempia kokouksia. Kokouksen kesto vaihtelee ja se voi sisältää erilaisia tapahtumia useissa eri paikoissa. Tarkoituksena kokouksessa on yhdessä keskustella, päättää, tiedottaa ja valita henkilöitä eri tehtäviin. (Rautiainen & Siiskonen 2003, 24.)

Asiakaspalautteen merkitys yrityksen toimintaa ohjaavana ja kehittävänä tekijänä on korostunut. Asiakaspalaute nähdään arvokkaana mahdollisuutena kehittää yrityksen toimintaa asiakaslähtöisemmäksi. Sitä tulee kerätä systemaattisesti ja monikanavaisesti säännöllisin väliajoin. (Aarnikoivu 2005, 67.)

Valitsin työn aiheeksi Sokos Hotel Valjuksen kokoustilojen asiakastytyväisyyskyselyn, koska olen tehnyt töitä Valjuksen vastaanotossa koulun ohella. Valjuksessa on tehty uudistustöitä vastikään ja näin ollen kokoustilatkin ovat tehty uusiksi. Toimeksiantaja eli Original Sokos Hotel Valjus saa työstäni tietoa, kuinka heidän uudet kokoustilansa toimivat varaajien mielestä. Työ on ajankohdainen, sillä uudistustöiden jälkeen ei ole tehty asiakastytyväisyyskyselyä kokoustiloista.

Opinnäytetyön tarkoituksena on tehdä asiakaspalautekysely Original Sokos Hotel Valjuksen kokoustiloista ja tehdä kehittämisideoita kokoustiloihin liittyen. Tavoitteena on, että Sokos Hotel Valjus voi kehittää kokouspalveluita asiakaspalautekyselyn tulosten pohjalta. Tutkimusongelmana on, mitä mieltä Sokos Hotel Valjuksen kokousasiakkaat ovat kokoustiloista ja -palveluista.

Asiakaspalautekysely toteutettiin 6.5. - 1.8.2019 välisenä aikana. Asiakkaiden vastaukset kerättiin käsin täytettävillä lomakkeilla, jonka sisällön suunnittelin teorian tietoon ja kokoustilojen uudistuksiin pohjautuen. Vastauksia saatiin yhteensä 16 kappaletta. Opinnäytetyön kvantitatiivisen osion tulokset on analysoitu PSPP-ohjelmalla. Kvalitatiivisen osion tulokset on analysoitu induktiivista sisällönanalyysejä käyttäen.

2 S-ryhmä

S-ryhmä on suomalainen asiakkaiden omistama vähittäiskaupan ja palvelualan yritysverkosto. Sillä on yli 1800 toimipaikkaa ympäri Suomen. S-ryhmän muodostavat osuuskaupat ja Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta eli SOK tytäryhtiöineen. Osuuskaupat ovat osuustoiminnallisia yrityksiä, joissa omistajia kutsutaan asiakasomistajiksi, sillä he ovat myös asiakkaita omistajuuden rinnalla. Osuuskauppoihin kuuluu 19 itsenäistä alueosuuskauppaa ja niiden omistama SOK. Lisäksi niihin kuuluu kuusi paikallisosuuskauppaa. Verkostot ulottuvat koko maahan ja toiminnassa on alueellinen painotus. (Tietoa S-ryhmästä 2020.)

SOK eli Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta toimii osuuskauppojen keskusliikkeenä. Se tuottaa osuuskaupoille asiantuntija-, hankinta- ja tukipalveluita. SOK:n tehtävänä on myös vastata koko S-ryhmän eri ketjujen kehittämisestä ja strategisesta ohjauksesta. Sen liiketoiminta täydentää S-ryhmän tarjontaa sekä kotimaassa, että lähialueilla. SOK-yhtymästä puhuttaessa tarkoitetaan taas SOK:ta ja sen tytäryhtiöitä. Valtakunnallisten ja alueellisten tytäryhtiöiden lisäksi SOK harjoittaa Pietarissa ja Virossa matkailu- ja ravitsemiskauppaa sekä marketkauppaa. Suomalaisille asiakasomistajille tästä on hyötyä, koska se mahdollistaa esimerkiksi isommat hankintaerät ja tätä kautta halvemmat hinnat tuotteille. (Tietoa S-ryhmästä 2020.)

S-ryhmä tarjoaa tavaratalo- ja erikoisliikekaupan, matkailu- ja ravitsemiskaupan, marketkaupan, liikennemyymälä- ja polttonestekaupan sekä rautakaupan palveluita. Joidenkin osuuskauppojen alueelta löytyy myös maatalouskaupan ja autokaupan toimipaikkoja. Asiakasomistajille on tarjolla kattavat pankkipalvelut S-Pankin kautta. (Tietoa S-ryhmästä 2020.)

S-ryhmän toiminnan tarkoituksena on tuottaa kilpailukykyisiä etuja ja palveluita asiakasomistajille. Osuuskaupat on perustettu tuottamaan laadukkaita ja kohtuuhintaisia palveluita ja tuotteita jäsenilleen ja tämä on yhä tavoitteena. S-ryhmän arvoihin kuuluu uudistaa toimintaa jatkuvasti, olla asiakkaita varten, kantaa vastuuta ihmisistä ja ympäristöstä sekä toimia tuloksellisesti. Visiona on olla kaupparyhmä, joka tuottaa ylivoimaista hyötyä sekä helppoutta omasta kaupasta. Strategisista tavoitteista keskeisiä ovat asiakastyytyvyyden kasvattaminen ja kannattavuuden parantaminen. (Arvot, strategia ja visio 2020.)

2.1 Osuuskauppa Maakunta

Osuuskauppa Maakunta on monialayritys, joka on perustettu vuonna 1917. Tuolloin sen toiminta-ajatus määriteltiin ytimekkäästi: "Puolueettoman Maakunnan tarkoituksena on toimittaa väestölle sen tarvitsemia tuotteita ja kerätä sekä välittää maatalouden tuotteita edelleen". Alusta alkaen toimialueena on ollut koko Kainuun maakunta. Osuuskauppa Maakunnan omistavat noin 35 000 kainuulaista asiakasomistajaa. Sen toimialoja ovat matkailu- ja ravitsemiskauppa, polttonestekauppa sekä päivittäis- ja käyttötavarakauppa. Liikevaihdoltaan Osuuskauppa Maakunta on Kainuun suurin rekisteröity yritys ja se työllistää suoraan noin 450 kainuulaista. (Osuuskauppa Maakunta 2020.)

2000-luvun aikana Maakunta on investoinut Kainuuseen yhteensä yli 120 miljoonaa euroa. Esimerkiksi vuonna 2011 Maakunnalla oli vähintään yksi myymälä kaikissa toimialueensa kunnissa, sekä hotelli ja – ravintolatoimintaa Vuokatissa ja Kajaanissa. (Maakunnan historia 2020.)

Osuuskauppa Maakunta tekee myös yhteistyötä aktiivisesti eri kainuulaistoimijoiden kanssa. Sen keskeisenä ajatuksena onkin, että Maakunnan mukanaolo erilaisissa tapahtumissa ja hankkeissa kohdentuu kainuulaisten ihmisten hyväksi. Tavoitteena Maakunnalla on avoimen ja aidon yhteistyön avulla luoda edellytykset kotiseudun ja sen palvelurakenteen kehittämiseksi. Samalla se myös lisää alueen vetovoimaa ja viihtyisyyttä. (Vastuullisuus ja yhteistyökumppanit 2020.)

2.2 Original Sokos Hotel Valjus

Original Sokos Hotel Valjus on Osuuskauppa Maakuntaan kuuluva hotelli. Se kuuluu Sokos Hotels hotelliketjuun, joka on Suomen laajin ja tunnetuin hotelliketju. Siihen kuuluu yhteensä 50 hotellia, jotka sijaitsevat Suomessa, Pietarissa ja Tallinnassa. (Sokos Hotels- yksilöllinen monille 2019.) Hotelliketjun toiminnassa tunnusomaista on, että ketjulla on tasovaatimuksia. Nimi kuvaa myös tasoa ja laatua hotellissa. Hotellin brändi syntyy, kun ketjulla on muutakin lisäarvoa kuin yrityskuvansa, jotain mitä ei voi jäljittää. Ketjuhotellit haluavat antaa samaa laatua jokaisessa hotellissa ja palvelukonsepti on sama. Tavoitteena on, että ketjuhotellit eroavat muista kilpailijoistaan selvästi. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 40.)

Sokos Hotels ketjun hotellit aikaisemmin painottuivat keskustoihin kaupungeissa. Vapaa-ajan kohteet tulivat mukaan, kun ketju haki laajentumista. Sokos Hotels ketjuun kuuluu kolme eri brändiä ja ne ovat: Break, Original sekä Solo. Break Sokos Hotellit muodostuvat vapaa-ajankohteista, jotka sijaitsevat lähellä urheilukeskuksia tai niihin kuuluvat kylpyläpalvelut. Original Sokos Hotellit ovat hotelleja kaupunginkeskustoissa, jotka ovat asiakkaiden saavutettavissa helposti. Solo Sokos Hotellit ovat laadukkaimpia sekä tasokkaimpia Sokos ketjun hotelleja. Ne ovat klassikoita tai korkean tason vuoksi syntyneet sellaisiksi. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 42.)

Original Sokos Hotel Valjus sijaitsee Kajaanin keskustassa. Valjuksen tarina alkoi melkein sata vuotta sitten Valjuksen Antin kaupasta. Vuosien kuluessa kaupasta kehkeytyi suosittu hotelli Valjus ja loppujen lopuksi Osuuskauppa Maakunta otti ohjat sekä uudisti rakennuksen keskustahotelliksi. Valjus sijaitsee Kajaanin kaupungin keskustassa kauppakadulla ja näin ollen kaikki palvelut ovat lähellä ja sinne on helppo saapua. (Hotelli 2019.)

Valjuksesta löytyy yhteensä 97 huonetta ja monta eri huoneluokkaa. Eri huoneluokkia ovat: Standard single, Standard Twin, Superior, Superior queen, Sviitti ja teemahuoneet. Valjuksessa on myös monia kokoustiloja, joita ovat Saima, Kajana, Devon, Marian Viinikellari sekä Kataja saunakabinetti. Saima, Kajana ja Devon ovat vasta uudistettuja ja liikkuvien väliseinin yhdisteltäviä tiloja. Nämä kokoustilat ovat varustettu myös laadukkaalla kokoustekniikalla. Luokkamuodossa Saimaan, Kajanaan ja Devoniin mahtuu 32-52 henkilöä ja yhtenä isona tilana 150 henkilöä. (Kokous- ja juhlapalvelut 2019.)

S-ryhmän hotelleissa on työmatkustajille suunnattu yhteinen kanta-asiakaskortti, joka on nimeltään S-Card. S-Card on maksullinen ja se pitää uusia vuosittain. Etuja S-Cardilla on euromääräinen ateriaetu, jonka saa aina yhtä majoitus yötä kohden. Kortilla saa iltapäivälehdet, sekä S-Cardilla saa kerrytettyä pisteitä. Kortilla saa myös alennuksia kuntosalista, parkkipaikasta, sekä muilta yhteistyökumppaneilta riippuen hotelleista. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 42.)

3 Kokouspalvelut

Kokous tarkoittaa ihmisten kokoontumista. Kokoukset voivat vaihdella hyvin paljon, ne voivat olla yksinkertaisia aamupalavereita tai monimuotoisempia kokouksia. Kokouksen kesto vaihtelee ja se voi sisältää erilaisia tapahtumia useissa eri paikoissa. Tarkoituksena kokouksessa on yhdessä keskustella, päättää, tiedottaa ja valita henkilöitä eri tehtäviin. (Rautiainen & Siiskonen 2003, 24.)

3.1 Erilaiset kokoukset

Kokousjärjestelyt sisältävät muun muassa juomat ja ruuat, oheisohjelmaa, sosiaalisia tapahtumia, kuljetuksen, virkistysmahdollisuuksia ja majoituksen. Kokouksia voi olla monenlaisia, joihinkin voi osallistua tuhansittain ihmisiä, kun taas toisiin vain muutamia. Tässä on listaus muutamista esimerkeistä. (Rautiainen & Siiskonen 2003, 24.)

Yhdistyksen kokoukset ovat kokouksia, jotka on järjestetty yhdistysten jäsenten aloitteesta. Myyntinäyttely on kokousmuoto, jossa yhtenä osana on myös tulojen hankkiminen, motivoivan ja kouluttavan merkityksen ohella. Osallistujat maksavat yleensä osallistumisestaan. Yritysten kokoukset ovat kokouksia, jotka järjestetään yleensä, jos halutaan esitellä uutuus tuotteita tai tietoja. Sillä pyritään yleensä kouluttamaan asiakkaita tai vauhdittamaan myyntiä. Kokouksen tarkoituksena on kouluttaa ja motivoida. Kannustuskokoukset järjestetään palkkioiden tai tunnustusten jakamisen vuoksi. Pääpaino kokouksessa on suunnattu yksittäisiin osallistujiin ja luonteeltaan kokous on motivoiva. Yleensä hinnan vuoksi laadusta ei tingitä. Lääketieteelliset ja muut tieteelliset kokoukset ovat luonteeltaan teknisiä ja kokouksia järjestetään säännöllisesti. Kokouksen luennoitsijoiden pitää esitellä etukäteen tiivistelmä luennosta. Esitelmistä sekä esitetyistä luennoista kootaan julkaisu. Kokouksen ideana on syventää tietoja ja taitoja. Kokous sisältää yleensä näyttelyjä. (Rautiainen & Siiskonen 2003, 24.)

Yhdistyksen tai jonkin yhteisön säännöt voivat velvoittaa pitämään kokouksen säännöllisin väliajoin ilman tarkempaa syytä. Kokousten tavoitteet vaihtelevat suuresti ja usein yhdellä kokouksella onkin useita eri päämääriä ja tavoitteita. Olipa kokouksen laatu tai muoto mikä tahansa, yhteistä erilaisille kokouksille on, että niiden tavoitteet on määritelty ja mietitty tarkasti. (Blinikka & Kuha 2004, 12-13.)

Erilaisia kokoustilaisuuksia on useita. Yleisimpiä ovat konferenssi eli kokous, kongressi, neuvottelu ja yleiskokous. Konferenssi koostuu keskustelusta, asioiden selvittelystä ja ongelmanratkaisusta. Konferenssi on kongressiin verrattuna luonteeltaan valikoidumpi sekä kooltaan pienempi. Konferenssilla on myös selkeät tavoitteet. (Blinnikka & Kuha 2004, 14.)

Kongressi on säännöllisesti järjestettävä kokoontuminen, johon voi kokoontua satoja tai jopa tuhansia saman ryhmittymän edustajia ja se järjestetään usein tietyn aiheen käsittelyä varten. Kongressit kestävät yleensä useita päiviä ja ne sisältävät monia samanaikaisia istuntoja. Kansainvälisen kongressin osanottajamäärä on vähintään 30 henkilöä, ainakin puolet on ulkomailta ja vähintään neljästä eri maasta. (Blinnikka & Kuha 2004, 14)

Neuvottelu on niin sanottu yleiskäsite, millä tarkoitetaan useiden eri henkilöiden kokoontumista samaan tilaan jotain ennalta määrättyä toimintaa varten. Se järjestetään säännöllisesti tai tarpeen mukaan. Esimerkkejä neuvotteluista ovat komiteaistunnot ja vuotuiset yleiskokoukset. Yleiskokous on jonkin seuran, organisaation tai liiton virallinen kokous. Siihen osallistuu tietty ennalta määrätty osa sen jäsenistä. Jäsenet päättävät sääntömääräisistä asioista, toimintasuunnitelmista ja budjetin ja tilinpäätöksen hyväksymisestä. Yleiskokouksissa noudatetaan tiettyjä menettelytapoja. (Blinnikka & Kuha 2004, 14.)

3.2 Kokoustilat ja niiden suunnittelu

Kokoustilojen viihtyvyys, tarkoituksenmukaisuus ja toimivuus ovat onnistuneen kokouksen edellytyksiä. On tärkeää, että tilojen määrää ja laatua arvioidaan huolellisesti sekä osallistujien että järjestäjien ja esiintyjien näkökulmasta. Kokouspaikan on sovittava kyseisen kokouksen teemaan ja sen tulisi edesauttaa omalta osaltaan kokouksen tavoitteiden toteutumista. Kokouksen ohjelma myös määrittää paljon sen, millainen kokoustilan on oltava esimerkiksi atk-välineistöltään ja kuinka monia tiloja tarvitaan. Kokoustilat eivät ole tilaisuuden onnistumisen näkökulmasta tärkeimpiä arviointikohteita, mutta tilojen toimimattomuus voi pilata koko kokouksen osallistujan näkökannalta. (Blinnikka & Kuha 2004, 106.)

Eri tieteen alojen tapahtumat ovat nykyään hyvin erikoistuneita, joten kokouskeskusten on vaikea olla sopivia jokaiseen tapahtumaan tai kokoukseen. Kuitenkin yhden tilaisuuden aikana tarvitaan

erikokoisia tiloja poikkeuksetta. Kokouskeskuksissa tulisi olla tiloja, mitkä ovat varsinaisia juhlasaleja tai pääsaleja ja niiden tulee olla tarpeeksi isoja vastamaan osanottajien tarpeita. Usein tarvitaan myös toinen pienempi tila, joka on noin puolet juhlasalia tai pääsalia pienempi. On hyvä olla myös muutamia pienempiä tiloja, jotka ovat neljänneksen pääsalin tilasta. Lisäksi joskus tarvitaan muutamia pienempiä huoneita, jotka sopivat esimerkiksi posterinäyttelyyn, lämpiöksi, kaupalliseen tai tieteelliseen näyttelyyn. (Rautiainen & Siiskonen 2003, 56.)

Suunniteltaessa rakennusta on hyvä huomioida nämä vaatimukset. Liikuteltavat ja tilaa jakavat rakenteet, jotka ovat mahdollisemman ääneneristäviä. Suositeltavia ovat myös ryhmähuoneet kokouskeskuksen käyttöasteen kannalta. Lehdistön, asiantuntijoiden tai seminaarituloiksi tarkoitettuja vip-tiloja on hyvä olla. Istumapaikoilta pitää olla hyvä näköyhteys audiovisuaalisiin esityksiin, sekä puhujan korokkeelle. Kiinteät istuimet ovat epäkäytännöllisiä, sillä istuma järjestelyt voivat vaihdella. Pöytiin sekä istuimiin, jotka ovat kiinteitä tarvitaan myös kaapelit, jotta sähköiset mikrofonit, äänityslaitteet ja tulkkuslaitteet, pystytään ottamaan käyttöön. Ulkopuolelle kokouksiloja laitetaan merkki siitä, että tilat ovat käytössä. Joko sähköinen merkkivalo tai muu merkki, josta sen voi huomata. Liikkuminen pyörätuoleilla tiloihin, sekä tiloista pois on mahdollistettava sitä tarvitseville. Rakennuksessa on hyvä olla myös useita pistokkeita, jotta tarvittavat laitteistot saadaan kytkettyä. Kokous tilat ovat hyvä olla pimennettäviä täysin tarvittaessa. Kalusteet, jotka ovat siirreltäviä on hyvä olla kuljetettavissa helposti varastoihin, jotka saadaan lukittua. (Rautiainen & Siiskonen 2003, 57.)

Opiskelutiloille on nimetty kuusi kriteeriä, jotta tila tukee maksimaalisen oppimisprosessin toteuttamista. Näiden asioiden toteutuessa uusien asioiden omaksuminen kokouksissa on tehokkaampaa. Opiskelutilan koko ja muoto on yksi vaikuttava tekijä. Mitä suurempi tila, sen joustavampi ja taas päinvastoin, mitä pienempi kokouksutila on, sitä intiimimpi kokous on. Suorakulmainen muoto on hyvä, koska se mahdollistaa osallistujien näkyvyyden ja katsekontaktit. (Blinnikka & Kuha 2004, 111)

Akustiikan laatu ja melun torjunta on myös yksi kriteeri. Akustiikka syntyy huoneen tiiviyydestä, muodosta ja pintojen käsittelystä. Jos tila on tarkoitettu ryhmäkeskusteluun, sen pintojen tulisi imeä enemmän ääntä itseensä. Kuuluvuus taas on erityisen tärkeää silloin, kun mukana on henkilöitä, joille aihe on täysin vieras tai esitetään vieraalla kielellä. (Blinnikka & Kuha 2004, 111.)

Valaistus ja näköpiiri on oleellinen osa kokoustilojen viihtyvyyttä. Kaikkein tarkimmin silmät näkevät valaistuksessa, joka jäljittelee luonnonvaloa ja värilämpötila on korkea. Hehkulamppu esimerkiksi on harvoin tarpeeksi kirkas työskentelyyn tai lukemiseen. Kirkas valo myös lisää aktiivisuutta ja vireyttä. Tärkeää on huolehtia kokoustilassa, ettei heijastuksia, varjoja tai muita mahdollisia esteitä synny, sillä ne voivat vaikeuttaa oppimista ja luennon seuraamista. (Blinnikka & Kuha 2004, 112.)

Kokoustilan viihtyvyyteen ja oppimiseen vaikuttaa lämmitys- ja jäähdytysjärjestelmien säädeltävyys ja joustavuus. Järjestelmien tulee olla tarpeeksi helppokäyttöisiä ja jokaiseen tilaan oma säätöjärjestelmä. Kokoustilojen lämpötila tulisi tarkistaa ennen kokouksen alkua ja myös sen aikana. (Blinnikka & Kuha 2004, 113.)

Materiaalien pinnat ja värit kokoustiloissa ovat ristiriitainen tekijä, koska useiden tutkimusten mukaan osa väestöstä havaitsee värit eri tavalla kuin valtaväestö. Väreillä on kulttuurin kautta opittuja asioita, sekä symbolisia ja historiallisia merkityksiä. Ajatellaan, että vaaleat ja kirkkaat värit antavat vaikutelman etenemisestä, kun tummat puolestaan kertovat perääntymisestä. Pintojen värien kokoustiloissa ei kannata olla niin hallitsevia, että ne kilpailevat esitysten kesken. (Blinnikka & Kuha 2004, 114.)

Oppimiseen ja asioiden mieleen painamiseen kokouksissa vaikuttaa teknologia. ICT-laitteiden käyttäminen kokouksissa on lisääntynyt ja kehittynyt huimasti vuosien aikana. Teknisen välineistön avulla havainnollistaminen on parantunut. Sen vuoksi nykyaikaisiin kokoustiloihin vaaditaan toimiva ja helppokäyttöinen tekniikka. (Blinnikka & Kuha 2004, 114.)

3.3 Kokoustilat hotelleissa

Yleisimpiä kokouksiin käytettyjä tiloja ovat hotellit, laivat ja kongressi- ja messukeskukset. Suomen hotelleista noin 80 % tarjoaa kokouspalveluita. Kaikkein parhaiten hotellit soveltuvat pienten tapahtumien järjestämiseen. Hyvin yleistä on, että kokoushotellit sijaitsevat kaupunkien keskustassa. Etuna pidetään sitä, että kokoustilojen yhteydessä on osallistujille myös majoitus- ja ravintolatilat. Usein kokoushotelleilla on käytössään myös viihtyisät vapaa-ajan tilat, kuten saunat, kuntosali, uima-altaat ja ravintolat. Hotelleissa kokoustiloina ovat luento- ja ryhmätilat, sekä auditoriot. (Blinnikka & Kuha 2004, 106-107.)

Kongressit tai konferenssit, jotka ovat osallistuja määriltään suuria vaativat myös paljon valmistelutöitä ennakkoon. Tämänkaltaisissa hotelleissa on silloin yleensä erillinen henkilökunta, joka vastaa kokouksien toiminnasta. He hoitavat ja myyvät kokouksiin tarjoilut, tilat, sekä majoitustilat, joita tarvitaan. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 143.)

On tärkeää muistaa kokousohjelman suunnitteluvaiheessa, että aikataulusta ei saa muodostua liian tiivistä osallistujille. Kokouspäivän aikana tulisi olla riittävästi taukoja. Kokousohjelmaan yleensä sisältyy kaikille luento, joka on yhteinen. Lisäksi päivän aikana voi olla ryhmätöitä tai työpajoja. Kokousohjelmaa voi myös piristää paikkakunnan tarjoamalla retkillä, oheisohjelmalla tai nähtävyyksillä. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 143.)

Tärkeä osa kokousta on myös ruokailu ja siihen kannattaakin panostaa. Hotelleissa ruokapöydän voi kattaa vaikkapa paikallisilla herkuilla. Ruuasta yleensä jää kokoukseen osallistujille mieleen mukavia muistoja. Hotellin ravintolan tulee kuitenkin saada ajoissa kokoukseen osallistujien määrä, erikoistoiveet sekä allergiat. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 143.)

Hotelleissa yleensä on runsaasti erikokoisia ja erilaisia kokoustiloja, kuten konferenssihuoneita tai kabinetteja sekä luokkahuonetyyppisiä kokoustiloja. Tiloissa on yleensä monipuolinen varustetaso: videotykki, tietokone, valokangas, fläppitaulu, videoneuvotteluvälineet, dokumenttikamera, sekä mikrofoni. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 143.)

Kokouksen tuotteet useimmiten muodostuvat päivän kokouspaketeista, joihin sisältyy mm: Kokousemännän palvelut, kokoustilan vuokra, kahvileivät, aamu- ja iltapäiväkahvit ja buffet-lounas. Tilaisuuden tai kokouksen ajalle tuodaan usein kahvitori, jossa on esimerkiksi teetä, kahvia, tuoremehua, hedelmälajitelma ja keksejä. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 143.)

4 Asiakastyytyväisyys

Asiakaspalvelua ei pysty suunnittelemaan, toteuttamaan ja kehittämään menestyksekkäästi ilman asiakkuuksien tuntemusta. Asiakaspalvelusta ei ole olemassa yhtä oikeaa toimintamallia tai totuutta, jonka voisi sellaisenaan viedä jokaisen organisaation toimintaan. Ongelmana asiakaspalvelussa onkin usein, että se on hyvin pitkälle kuluneita sloganeita asiakkaan arvostamisesta, mutta asiakkaan arvo ei aidosti konkretisoidu yrityksen käytännöissä. Usein yrityksissä todetaan asiakkaan arvon ymmärtäminen ja oletetaan hyvän palvelun toteutuvan toiminnassa. Usein voi-kin käydä niin, että palvelut voivat perustua enemmänkin yrityksen omiin kuvitelmiin palvelun-
sosta, eikä asiakkaiden näkemyksiin. Asiakastyytyväisyyskyselyiden avulla asiakkaiden äänen kuu-
luminen mahdollistuu. Kyselyitä hyödynnetään yleensä systemaattisesti ja tehdään tarvittavia toi-
menpiteitä niiden pohjalta. (Aarnikoivu 2005, 37.)

Johtamisen välineenä hyödynnetään asiakaspalautetta. Asiakaspalautteen merkitys yrityksen toi-
mintaa ohjaavana ja kehittäväenä tekijänä on korostunut. Asiakaspalautte nähdään arvokkaana
mahdollisuutena kehittää yrityksen toimintaa asiakaslähtöisemmäksi. Sitä tulee kerätä syste-
maattisesti ja monikanavaisesti säännöllisin väliajoin. Asiakastyytyväisyystutkimuksissa kartoite-
taan esimerkiksi tekijöitä, joita asiakas kokee positiivisiksi asiakaspalvelutilanteissa, asiantunte-
musta ja ystävällisyyttä asiakaspalvelutilanteessa, tilojen viihtyvyyttä, asiakkaan tarpeita ja asiak-
kaan mielipidettä tuote- ja palveluvalikoimasta. Tutkimuksen avulla saadun informaation avulla
yrityksen toiminnalle voidaan määrittää suuntaviivoja ja tavoitetasoja. (Aarnikoivu 2005, 67.)

Yrityksen toimintaprosesseissa asiakkaan arvostuksen osoittaminen on kahden kaappa, sillä yritys
hyötyy ja asiakas hyötyy. Tyytyväinen asiakas ostaa palveluita uudelleen, mikä näin ollen mahdol-
listaa yrityksen toiminnan jatkumisen. Nykyään myyjä ja ostaja- asetelman sijaan korostetaan yri-
tyksen ja asiakkaan välistä kumppanuussuhdetta. Asiakaskeskeisyys ei tulevaisuudessa ole enää
yrityksen valinta, vaan ennemminkin selviytymisen edellytys. Muutospaineita yritysten toimin-
taan tulee myös asiakkaan muuttumisesta, sillä nykyään asiakas on yhä kriittisempi, vaativampi
ja uskottomampi kuin ennen. Asiakkaat vaativat laadukkaana asiakaspalvelun lisäksi halpaa hintaa
ja nykyisin asiakkaat eivät ole läheskään aina valmiita maksamaan asiakaspalvelusta. Halvan hin-
nan ja laadukkaana asiakaspalvelun yhtälöön vastaaminen on hyvin haasteellista, sillä yritysten jat-
kuvuuden edellytyksenä on voiton tuottaminen. (Aarnikoivu 2005, 14.)

Asiakaspalvelutilannetta voi kutsua nimellä totuuden hetki, koska sillä viitataan tapahtuman ainutkertaisuuteen, palvelutilanne kun ei toistu koskaan täysin samanlaisena. Asiakaspalvelutilanteeseen vaikuttavat asiakas itse, asiakaspalvelija, yritys ja erilaiset tilannetekijät, jotka voivat liittyä esimerkiksi asiakkaan ympäristöön ja asiakaspalvelijaan. Asiakaspalvelijan tausta, persoona, palveluasenne, kokemukset ja osaaminen vaikuttavat asiakkaan kohtaamiseen. Samalla tavalla myös asiakkaan tausta, persoona, kokemukset ja asenne vaikuttavat tilanteeseen.

Yrityksen imago ja maine vaikuttavat asiakkaan asennoitumiseen. Asiakas ei ole välttämättä muodostanut tietoisesti mielikuvaa yrityksestä ja palvelutilanteeseen liittyvistä odotuksistaan, mutta hän on kuitenkin muodostanut laajemman kokemustaustansa perusteella mielikuvan palvelun odotettavissa olevasta laadusta. Ensivaikutelma on tärkeää asiakaspalvelutilanteessa ja siihen vaikuttaa asiakkaan mielikuva kyseisestä yrityksestä. Uusi informaatio, joka syntyy ensivaikutelmassa joko tukee asiakkaan olemassa olevaa mielikuvaa tai muuttaa sitä. Näin ollen asiakkaan ensivaikutelma asiakaspalvelutilanteessa rakentaa yrityksen mainetta. (Aarnikoivu 2005, 93.)

Yritykset, jotka toimivat asiakaspalvelulähtöisen toimintatavan mukaan, keskeisin asiakaslupaus on ratkaista jollain tapaa asiakkaan tarpeita. Sen saavuttamiseksi yrityksen on kyettävä pitämään asiakas aktiivisesti mukana osana toimintaa. Asiakkaat vaikuttavat jopa päivittäin siihen, millä tavalla jokin palvelu tai tuote toteutetaan. Yrityksellä, joka toimii näin, on siis oltava hyvin joustava toimintamalli, jota pystytään tarvittaessa muuttamaan asiakkaiden toiveiden mukaan. (Lindroos & Lohivesi 2010, 115-116.)

Silloin kun asiakas kokee saaneensa palvelua yksilönä, on kyse todellisesta asiakaspalvelulähtöisyydestä. On tärkeää, että asiakkaan henkilökohtaiset mieltymykset ja tarpeet huomioidaan. Peruspiirteenä asiakaslähtöisessä toimintamallissa on asiakkaan huomioiminen palvelujen tarjoajan oman toiminnan puitteissa. (Lindroos & Lohivesi 2010, 116.)

Asiakasuskollisuus ja asiakastyytyväisyys vaihtelevat paljon eri toimialojen välillä. Jossain yrityksessä asiakasuskollisuus voi olla hyvinkin korkea, vaikka asiakastyytyväisyys ei sitä olisikaan. Tällaisissa tilanteissa toimittajan vaihtokustannukset ja siihen liittyvät haitat ovat usein niin suuria, että vaikka asiakkaat eivät olisi tyytyväisiä palveluun, niin siitä huolimatta ollaan uskollisia yritykselle ja jäädään vanhan yrityksen asiakkaiksi. (Lindroos & Lohivesi 2010, 117.)

Usein asiakkaan tyytyväisyys ei vielä takaa tämän palaamista. Tyytyväinenkin asiakas voi vaihtaa palveluntarjoajaa esimerkiksi kokeilun- tai vaihtelunhalusta. Jotta asiakas saataisiin palaamaan, asiakas pitäisi saada yllättymään positiivisesti saamansa palvelun sisältöön, tasoon ja laatuun.

Asiakaspalvelukyselyiden avulla voidaan selvittää, miten palveluntarjoaja kykenee tyydyttämään oman näkökulmansa mukaisesti nähdyt asiakaslisäarvot. Riskinä kuitenkin on, että tehdään oletus, että asiakkaan tarpeet olisivat samoja, kuin oman yrityksen sisäisen näkökulman mukaiset tarpeet. Jos asiakas siirtyy toiselle kilpailijalle, voi käydä niin, että asiakkaan todelliset tarpeet jäävätkin näiden selvitysten ulkopuolelle, eikä oikeaa syytä vaihtamiseen saada tietoon. (Lindroos & Lohivesi 2010, 117-118.)

Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavia tekijöitä on olemassa ainakin kahdenlaisia ja ne ovat ns. hygieniatekijät ja ns. erottavat tekijät. Hygieniatekijöiksi kutsutaan asioita, joiden tulisi olla vähintään tietyllä minimitasolla asiakassuhteen säilymiseksi. Erilaisia hygieniatekijöitä ovat mm. erilaiset tuotteiden peruspalvelutekijät ja perusominaisuudet. Erottavat tekijät ovat taas sellaisia, mitkä synnyttävät aitoa kilpailuetua. Niiden avulla asiakas huomaa eroa eri yritysten välillä ja niiden avulla onnistutaan luomaan positiivinen kokemus asiakkaalle. (Lindroos & Lohivesi 2010 117-118.)

Asiakastyytyväisyyttä on mahdollista parantaa aina, kun asiakas ottaa yhteyttä. Syynä voi olla rekламаatio tai jokin muu mahdollinen syy, mutta jokainen kontakti on tärkeä asiakastyytyväisyyden kannalta ja on tärkeää hyödyntää kaikki mahdolliset asiakaskontaktit. Usein hiljainen asiakas onkin erittäin vaikea tapaus, kun ei saada tietää tarkalleen, mitä mieltä hän saamastaan palvelusta on. (Lindroos & Lohivesi 2010, 118.)

5 Tutkimuksen toteutus

5.1 Tutkimusongelma

Tutkimusongelma on muodoltaan selkeä ja yksiselitteinen, mutta kuitenkin hyvää tutkimusongelmaa on vaikea määritellä. Siihen sisältyy kysymys siitä, mitä kyseisestä aiheesta halutaan tietää ja tutkia. Kvalitatiivisissa tutkimuksissa tutkimusongelmat ovat usein ”mitä” ja ”miten”- tyyppisiä kysymyksiä. Tutkimusongelmat voivat myös muuttua usein matkan varrella, koska ongelmat selviävät vasta tutkimuksen edetessä. Sen tehtävänä on estää tutkijaa lähtemästä sivupoluille ja pitää tutkimus kasassa. Ongelma voi olla hyvin pikkutarkka tai sitten tutkimukselle voi asettaa laajemman yleisluonteisen tutkimustehtävän. (Heikkilä 2014, 38.)

Tekemässäni tutkimuksessa tutkimusongelmana on, mitä mieltä Sokos Hotel Valjuksen kokousasiakkaat ovat kokoustiloista ja -palveluista. Haluan tutkimukseni avulla saada selville asiakkaiden kokemuksia ja mielipiteitä kokoustiloista ja keskityn vain heidän antamaansa palautteeseen ja kehitysideoihin.

5.2 Tutkimusmenetelmä

5.2.1 Kvantitatiivinen tutkimus

Kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimuksen avulla selvitetään prosenttiosuuksiin ja lukumääriin liittyviä kysymyksiä, joten se edellyttää tarpeeksi suurta ja edustavaa otosta. Tutkimusaineiston hankinnassa yleensä käytetään standardoituja tutkimuslomakkeita, joissa on valmiit vastausvaihtoehdot. Asiat kuvataan yleensä numeerisesti ja tulokset havainnollistetaan kuvioin tai taulukoin. Myös eri asioiden välisiä riippuvuuksia tai ilmiössä tapahtuvia muutoksia voidaan selvittää. Aineistosta saadut tulokset yleistetään tutkittuja havaintoyksiköitä suurempaan joukkoon tilastollisen päättelyn avulla. Yleensä kvantitatiivisen tutkimuksen avulla voidaan kartoittaa olemassa oleva tilanne, mutta asioiden syitä ei pysty selvittämään tarkasti. (Heikkilä 2014, 15.)

Kvantitatiivisen tutkimuksen keskeisiä piirteitä ovat johtopäätökset aiemmista tutkimuksista ja aiemmat teoriat. Keskeistä on myös hypoteesien esittäminen ja käsitteiden määrittely. Usein tehdään aineiston keruun suunnitelma tai koejärjestelyitä ja niissä on tärkeää muistaa, että havaintoaineisto soveltuu numeeriseen mittaamiseen. Usein täytyy tehdä tarkat koehenkilömäärittelyt ja otantasuunnitelmat, joissa määritellään perusjoukko, mihin tulosten tulee perustua ja tästä perusjoukosta otetaan vielä otos. Muuttujat muodostetaan taulukkomuotoon ja aineisto saateetaan tilastollisesti käsiteltävään muotoon. Päätelmät tehdään havaintoaineiston tilastolliseen analysointiin pohjautuen. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 136.)

Kvantitatiivisen tutkimuksen tarvittavat tiedot hankitaan muiden keräämistä tilaistoista, tietokannoista, rekistereistä tai tiedot kerätään itse. Kun kerää itse aineiston on tutkimusongelman perusteella päätettävä mikä tiedonkeruumenetelmä tutkimukseen soveltuu ja mikä on kohdeyhmä. Eri tiedonkeruumenetelmiä ovat puhelin- tai käyntihaastattelu, postikysely tai informoitu kysely. Informoitu kysely on henkilökohtaisen haastattelun ja kirjekyselyn välimuoto, jossa haastattelija vie ja noutaa kyselylomakkeet. Jokaisella tiedonkeruumenetelmällä on hyvät ja huonot puolet ja asioita, jotka vaikuttavat valintaan ovat tutkimuksen tavoite, asian luonne, aikataulu ja budjetti. (Heikkilä 2014, 17.)

Kvantitatiivinen tutkimusprosessi alkaa tutkimusongelman määrittämisellä, jolloin valitaan aihealue, asetetaan tavoitteet ja hankitaan taustatietoja. Seuraava vaihe on tutkimussuunnitelman tekeminen, sekä kirjallisuuteen ja aikaisempiin tutkimuksiin perehtyminen. Aikaisempien tutkimusten tuloksien avulla tässä vaiheessa on mahdollista tehdä hypoteeseja tulevan tutkimuksen tuloksista. Suunnitelman tekemisen jälkeen luodaan tiedonkeruuväline, esimerkiksi kyselylomake. Tutkimus toteutetaan eli tiedot kerätään, jonka jälkeen ne käsitellään sekä analysoidaan. Viimeisessä vaiheessa tulokset raportoidaan, tehdään johtopäätökset ja pyritään hyödyntämään saatuja tuloksia. (Heikkilä 2014, 9.)

Kyselytutkimuksessa käytetään mittarina väitteiden ja kysymysten kokoelmaa. Sillä voidaan mitata erilaisia ilmiöitä, kuten arvoja ja asenteita. Mittarit tehdään itse tai käytetään aiemmin tehtyä valmista mittaria soveltaen omaan tutkimukseen sopivaksi. Valmiina oleviin mittareihin täytyy kuitenkin suhtautua varauksella, koska ei ole itsestäänselvyys, että ne toimivat toisessa yhteydessä. (Vehkalahti 2014, 12.)

5.2.2 Kvalitatiivinen tutkimus

Kvalitatiivisessa eli laadullisessa tutkimuksessa kuvataan todellista elämää. On tärkeää muistaa, että todellisuus on moninainen. Todellisuutta ei voi kuitenkaan paloittaa osiin mielivaltaisesti. On mahdollista löytää suhteita moneen suuntaan, sillä tapahtumat samanaikaisesti muokkaavat toinen toisiaan. Tutkimusmenetelmässä yritetään tarkastella kokonaisvaltaisesti tutkimuskohdetta. Arvolähtökohdista ei voi irtisanoutua, sillä juuri arvot muokkaavat mitä ja miten yritämme ymmärtää tutkimiamme asioita. Objektiivisuutta ei voi saavuttaa perinteisessä mielessä, koska se, mitä tiedetään ja tutkija kietoutuvat yhteen saumattomasti. Laadullisessa tutkimuksessa pyrkimyksenä on paljastaa tai löytää tosiasioita kuin todentaa olemassa olevia väittämiä. (Hirsjärvi ym. 2015, 160.)

Kvalitatiivisen tutkimuksen tyypillisiä piirteitä ovat tiedon hankinnan kokonaisvaltaisuus ja aineiston kokoaminen todellisissa, luonnollisissa tilanteissa. Tiedon keruun instrumenttina suositetaan ihmistä: tutkija siis luottaa enemmän keskusteluihin tutkittavien kanssa ja omiin havaintoihinsa, kuin mittausvälineillä hankittuun tietoon. Laadullisessa tutkimuksessa aineiston hankinnassa käytetään metodeja, joissa tutkittavien ”ääni” ja näkökulmat pääsevät esille. Teemahaastattelu, ryhmähaastattelut, osallistuva havainnointi ja erilaisten dokumenttien sekä tekstien diskursiiviset analyysit ovat laadullisen tutkimuksen metodeja (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2015, 164.)

Perusanalyysimenetelmänä laadullisessa tutkimuksessa on sisällönanalyysi. Sitä voidaan käyttää laadullisen tutkimuksen perinteissä. Laadullisen tutkimuksen analyysimenetelmiä on useita erinimisiä, mutta ne perustuvat periaatteessa tavalla tai toisella sisällönanalyysiin (Hirsjärvi & Hurme 2004.) Tutkimuksen kohdejoukko valitaan tarkoituksenmukaisesti ja satunnaisotoksen menetelmää ei käytetä. Tutkimus toteutetaan joustavasti ja suunnitelmat muuttuvat olosuhteiden mukaisesti. Tutkimuksen edetessä muotoutuu myös tutkimussuunnitelma. Aineistoa tulkitaan ja tapauksia käsitellään ainutlaatuisina. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2015, 164.)

5.3 Kyselylomakkeen laadinta

Lomakehaastattelu on yksi kvantitatiivisen tutkimuksen aineistonkeruumenetelmistä. Kerättyjen aineistojen avulla voi testata erilaisia hypoteeseja, sekä kerätty aineisto voidaan kvantifioida. Lo-

makehaastattelu on täysin strukturoitu kysymysten ja tutkimuksen toteutuksen osalta, sillä tavoitteena on saada vastaus jokaiseen kysymykseen annettujen vaihtoehtojen sisällä oikeassa järjestyksessä. Siinä ei voi kysyä mitä tahansa, vaan siinä tulee aina kysyä tutkimuksen tarkoituksen ja ongelmanasettelun kannalta merkitykselliset kysymykset. (Tuomi & Sarajärvi 2004, 76-77.)

Kyselylomakkeen suunnitteleminen vaatii kirjallisuuteen tutustumista, tutkimusongelman pohtimista, käsitteiden määrittelyä ja tutkimusasetelman valitsemista. Lomaketta suunniteltaessa pitää ottaa huomioon, miten aineisto käsitellään. Tulee tietää mitä ohjelmaa tietojen käsittelyyn käytetään, kuinka tiedot syötetään ja kuinka ne raportoidaan. Kun suunnittelee kysymyksiä ja niiden vastausvaihtoehtoja tulee selvittää, kuinka tarkkoja vastauksia halutaan ja kuinka tarkkaa tietoa on mahdollista saada. (Heikkilä 2014, 45.)

Ennen kuin kyselylomakkeen laatiminen aloitetaan, tutkimuksen tavoite tulee olla täysin selvillä. On tiedettävä, mihin kysymyksiin vastauksia etsitään. Myös taustatekijät on selvitettävä eli ne asiat, joilla voi olla vaikutusta tutkittaviin asioihin, jos niistä ei ole etukäteen teorian tietoa. Täytyy myös varmistaa, että tutkittava asia saadaan selvitettyä asetettujen kysymysten avulla. Kysymyksiä ei voi muuttaa tai parannella enää tiedonkeruun jälkeen. (Heikkilä 2014, 46.)

Tutkimuslomakkeen laatimiseen liittyy useita eri vaiheita. Laatiminen aloitetaan nimeämällä tutkittavat asiat. Seuraavaksi suunnitellaan lomakkeen rakenne ja muotoillaan kysymykset. Lomake tulee testata ja sen jälkeen korjata sen rakenne ja kysymykset, jolloin saadaan lopullinen vastauslomake. (Heikkilä 2014, 46.)

Kyselylomakkeen kysymyksiä ja väitteitä kutsutaan osioiksi. Tärkeää kokonaisuuden kannalta on osioiden sisältö ja se, mitä ulottuvuuksia niillä pyritään mittaamaan. Eri osioita voidaan kutsua avoimiksi tai suljetuiksi. Avoimiin osioihin vastataan vapaamuotoisesti ja suljettuihin osioihin vastausvaihtoehdot annetaan valmiiksi lomakkeessa. Valmiit vaihtoehdot eivät saa mennä päällekkäin, eli niiden on oltava toisensa poissulkevia. Kyselytutkimuksissa käytetään yleisimmin suljettuja osioita, mutta usein myös avoimia osioita tarvitaan. Molemmissa on omat hyvät ja huonot puolensa. Valmiiden vastausvaihtoehtojen avulla mittaaminen on selkeämpää ja tietojen käsittely helpompaa. Sanallisia vastauksia taas on työläämpiä käsitellä, mutta joissain tilanteissa avoimet osiot toimivat suljettuja vaihtoehtoja paremmin, sillä niistä saatetaan saada tutkimuksen kannalta tärkeää ja yksityiskohtaisempaa tietoa. (Vehkalahti 2014, 22-25.)

Laadin tekemäni kyselylomakkeen Wordia apuna käyttäen. Kyselylomakkeeseen jaottelin eri kategorioihin kuuluvat asiat otsikoittain, jotta se selkeyttäisi asiakkaille mistä tarkalleen halutaan

tietoa. Käytin kyselylomakkeessa enemmän suljettuja osioita, joissa on valmiit vastausvaihtoehdot. Suljettuihin osioihin vastaaminen on nopeampaa kokouksen/tapahtuman lomassa ja näin myös sain tietää numeerisia tietoja eri kategorioista, kuten keskiarvon. Avoimia osioita kyselylomakkeessa käytin saadakseni konkreettisia kehitysideoita.

5.4 Tutkimuksen käytännön toteutus

Tulostetut kyselylomakkeet laitettiin esille Original Sokos Hotel Valjuksen kokoustiloihin 6.5.2019. Lomakkeita oli jaossa kuukauden ajan, mutta kyselylomakkeita oli täytetty niin vähän määrään mennessä, joten päätin jatkaa kyselyn vastaamisaikaa, jotta saisin vastauksia enemmän ja näin myös tutkimuksen luotettavuus paranisi. Päätin kyselyn 1.8.2019. Vastauksia kyselyyn tuli yhteensä 16 kappaletta.

Kokoustilojen varaaja täytti kyselylomakkeen kokouksen lomassa tai sen päätyttyä, jonka jälkeen lomakkeelle oli varattu suljettava kirjekuori. Kokouksen jälkeen Ravintola Sulon tarjoilijat keräsivät kirjekuoret.

Kvalitatiivisessa analyysissä puhutaan usein deduktiivisesta ja induktiivisesta analyysistä. Jako perustuu tulkintaan, jota tutkimuksessa on käytetty päättelyn logiikkana. Näitä ovat deduktiivinen eli yleisestä yksittäiseen tai induktiivinen eli yksittäisestä yleiseen (Tuomi & Sarajärvi 2013, 95.) Induktiivisen analyysin avulla tutkija pyrkii paljastamaan odottamattomia seikkoja. Siksi lähtökohdaksi ei ole hypoteesin tai teorian testaaminen vaan aineiston tarkastelu yksityiskohtaisesti ja monitahoisesti (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2015, 164).

Valitsin avointen kysymysten sisällönanalyysimenetelmäksi induktiivisen menetelmän, koska kyselyssä oli paljon vastaajien yksittäisiä mielipiteitä, jotka halusin yleistää yhdeksi kokonaisuudeksi. Aineistoa täytyi myös tarkastella yksityiskohtaisesti ja analyttisesti.

Avoimia kysymyksiä kyselylomakkeessa oli kaksi: ”8. Muut terveiset keittiön väelle” ja ” 10. Onko teillä kehitysideoita tai palautetta kokoustiloihin liittyen?”. Analysoin kummankin avoimen kysymyksen erikseen alleviivaamalla samankaltaisia ilmauksia vastauksista. Valitsin vain ne vastaukset, jotka vastasivat esitettyyn kysymykseen. Pelkistin vastaajien alkuperäisilmaukset ja jaottelin niitä allekkain aihealueittain. Jaoin pelkistetyt ilmaukset alaluokkiin ja lopulta yhteisiin yläluokkiin. Joillekin ilmauksille ei tullut yläluokkaa, koska niitä ei voinut yhdistää alaluokkaa pidemmälle.

Määrällisen tutkimuksen aineisto käsitellään tilastollisesti ja tulokset esitetään yleensä myös prosenttitaulukoiden tai muiden kaavioiden avulla (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2015, 140). Aineiston käsittelyssä on kolme vaihetta ja ne ovat: lomakkeiden tarkistus, aineiston muuttaminen sellaiseen muotoon, jossa sitä voidaan käsitellä numeraalisesti ja tallennetun aineiston tarkistaminen (Vilka 2007, 105).

Tutkimusaineiston läpi käyminen alkaa, kun aineiston keräämisen määräaika on umpeutunut. Aineiston käsittelyllä tarkoitetaan lomakkeilla saadun aineiston tarkistamista, tietojen syöttämistä ja tallentamista sellaiseen muotoon, että sitä voi tutkia numeraalisesti. Lomakkeiden tiedot tarkistetaan ja arvioidaan vastausten laatu, sekä tarvittaessa poistetaan asiattomasti tai vajaasti täytetyt lomakkeet. Tärkeä asia aineiston tarkistamisessa on arvioida tutkimuksen kato, mikä tarkoittaa puuttuvien tietojen määrää tutkimuksessa. (Vilka 2007, 106.)

Aineiston käsittely aloitetaan siitä, että lomakkeet numeroidaan juoksevilla numeroinnilla. Numerointi on tärkeää, koska sen avulla voidaan tarkistaa yksittäisen havaintoyksikön tallennetut tiedot. Jokaisen havaintoyksikön tiedot kirjataan ja tallennetaan taulukkoon. Taulukkoa, johon tiedot syötetään ja tallennetaan, kutsutaan havaintomatriisiksi, joka on sama kuin aineisto. Havaintomatriisissa yhdelle vaakariville tulee yhden vastaajan kaikkien muuttujien tiedot eli tutkitavat asiat. Pystysarakkeessa oleva numerotieto on muuttujan arvo. (Vilka 2007, 111.)

Lopuksi tehdään aineiston tarkistus, jossa kolme tärkeää asiaa ovat muuttujien nimet ja arvot, vastattujen lomakkeiden laatu ennen tallentamista ja jokaisen lomakkeen tietojen syöttö havaintomatriisiin. Muuttujat tarkistetaan, jos ne on määriteltä, yhdisteltä tai luokiteltä aineiston keräämisen jälkeen. Muuttujien arvot täytyy tarkistaa ja väärillä vaihteluväleillä olevat arvot löydetään, kun koko aineisto on syötetty ja tallennettu havaintomatriisiin. Jos virheitä ilmenee, tulee etsiä havaintoyksikköä koskeva lomake ja korjattava arvot oikeiksi. Tavoitteena on, että analyysivaiheessa muuttujien virheellinen määrittely ei johda tutkimuksen tulkintavirheisiin. (Vilka 2007, 113-114.)

Määrällisessä tutkimuksessa analyysimenetelmän tulee olla sellainen, joka antaa tietoa tutkittavasta asiasta. Tutkimusta suunniteltaessa pyritään ennakoimaan sopiva analyysimenetelmä, joka sopii tutkimuskysymyksiin ja tutkimusongelmiin. (Heikkilä 2004, 183, Vilkan 2007, 199 mukaan.) Analyysitapa tulee valita sen mukaan, tutkitaanko yhtä vai useamman muuttujan välistä riippu-

vuotta. Jos tutkitaan yhtä muuttujaa, käytetään sijaintilukuja, joista yleisimpiä ovat moodi ja keskiarvo. Kun halutaan tietää, miten havaintoarvot poikkeavat toisistaan, käytetään havaintolukuja. Esimerkkejä havaintoluvuista ovat vaihteluväli ja keskihajonta. (Vilka 2007, 119.)

Moodi eli tyyppiarvo on keskiluku, joka sopii parhaiten nominaaliasteikon muuttujille. Se saadaan havaintoja ryhmittelemällä ja on se arvo, joka sisältää havaintoja eniten tai jossa havainto esiintyy useimmin. Frekvenssi kuvaa havaintojen lukumäärää jossakin luokassa, ryhmässä tai koko aineistossa. Se kuvaa, kuinka monta erilaista havaintoa aineistossa tai luokassa on ja sen avulla voidaan myös ilmoittaa lukumäärällisesti eri havaintotyytit. Mediaani on keskiluku, jolla kuvataan jakauman keskimmäistä havaintoa. Muuttujan kaikki havainnot asetetaan suuruusjärjestykseen ja keskikohdan molemmin puolin jää yhtä monta havaintoa. Sen avulla voidaan analysoida, miten havainnot ovat painottuneet keskimmäisen havainnon suhteen. (Vilka 2007, 121–122.)

Analysoin määrällisten kysymysten vastaukset PSPP-ohjelmalla. Aluksi numeroin kaikki kysymyslomakkeet, jotta tarkistaminen on helpompaa ja luotettavaa. Tein PSPP-ohjelmaan havaintomatriisin eli syötin kaikki kyselylomakkeen kysymykset ja vastausvaihtoehdot. Tämän jälkeen jokaisen vastaajan vastaukset tuli käydä yksittäin läpi ja syöttää ne ohjelmaan numeroin. Kun sain kaikki vastaukset syötettyä, ohjelmalla pystyi analysoimaan vastauksia. Päätin tehdä kaikista kysymyksistä taulukot, joissa näkyy vastauksien lukumäärä, keskiarvo, moodi, keskihajonta, minimi, maksimi ja mediaani. Tein myös tuloksista havainnollistavia ympyräkaavioita ja pylväskaavioita.

5.5 Luotettavuus

Kvantitatiivisen tutkimuksen luotettavuudelle ensimmäinen edellytys on, että tutkimus tulee tehdä tieteelliselle tutkimukselle asetettujen kriteerien mukaan. Mittauksen luotettavuutta ja hyvyttä kuvataan käsitteillä validiteetti ja reliabiliteetti. Ne muodostavat yhdessä tutkimuksen kokonaisluotettavuuden. (Heikkilä 2014, 176.)

Validiteetti kuvaa sitä, missä määrin onnistuttiin mittaamaan juuri sitä mitä oli tarkoitus mitata. Esimerkiksi haastattelu- ja kyselytutkimuksissa siihen vaikuttaa, kuinka onnistuneita kysymykset ovat eli voiko niiden avulla saada ratkaisun tutkimusongelmaan. Validiutta on vaikea tarkastella jälkikäteen. (Heikkilä 2014, 177.)

Opinnäytetyössäni onnistuin saamaan selville asiakkaiden mielipiteitä Valjuksen kokoustiloista ja niiden palveluista. Sain selville kokoustilojen eri osa-alueiden toimivuuden, joten kysymysten asettelu onnistui hyvin. Jälkikäteen ajateltuna avoimia kysymyksiä olisi voinut olla asiakaspalautelomakkeessa enemmän, jotta tarkempaa ja yksityiskohtaisempaa tietoa kehitettävistä osa-alueista olisi saatu.

Reliabiliteetti mittauksessa määritellään kyvyksi tuottaa ei- sattumanvaraisia tuloksia. Reliabiliteetti jaetaan tutkimuksen sisäiseen ja ulkoiseen reliabiliteettiin. Sisäinen reliabiliteetti todetaan mittaamalla sama tilastoyksikkö useampaan kertaan ja jos mittaustulokset ovat samat, niin näin ollen mittaus on reliaabeli. Ulkoinen reliabiliteetti tarkoittaa, että mittaukset ovat toistettavissa myös muissa tilanteissa ja tutkimuksissa. Jos reliabiliteetti on alhainen, se alentaa myös mittarin validiteettia. Reliabiliteetti taas on riippumaton validiudesta. (Heikkilä 2014, 178.)

Luotettavuutta voi alentaa eri virheet aineistoa hankittaessa. Näitä virheitä ovat mittausvirheet, käsittelyvirheet, peitto- ja katovirheet ja otantavirheet. Mittaus- tai käsittelyvirhe voi syntyä mittaukseen vaikuttavien häiriötekijöiden, mittarin tai mittausmenetelmän heikkouden vuoksi tai mitattavien käsitteiden hankaluuden takia. Myös mittausvälineet voivat olla epätarkkoja. Peittovirhe syntyy silloin, jos tutkittavasta perusjoukosta ei löydy ajallaan olevaa luetteloa tai rekisteriä. Otantatutkimukseen liittyy otannasta aiheutuvia satunnaisvirheitä eli otantavirheitä. (Heikkilä 2014, 177.)

Tein kyselylomakkeesta mahdollisimman selkeän ja yksinkertaisen, jotta mittausvirheitä ei satuisi ainakaan sen vuoksi, ettei kyselyyn vastannut henkilö ymmärrä kysymystä tai ymmärtää sen väärällä tavalla. Kyselyn tuloksia analysoidessani kävin lomakkeet useaan kertaan läpi, jotta käsittelyvirheitä vältytään. Syötettyäni tiedot PSPP-ohjelmaan, tarkistin kaikki lomakkeista syöttämäni tiedot toiseen kertaan, jotta virheiden mahdollisuus vähenisi ja luotettavuus paranisi näin ollen.

Tutkija arvioi tutkimusraportissa koko tutkimuksen luotettavuutta käytettävissä olevien tietojen perusteella. On hyvin tärkeää tutkimuksen luotettavuuden kannalta, että otos on tarpeeksi suuri ja edustava, vastausprosentti korkea ja kysymykset mittaavat oikeita asioita tutkimusongelmaan perustuen. (Heikkilä 2014, 178.)

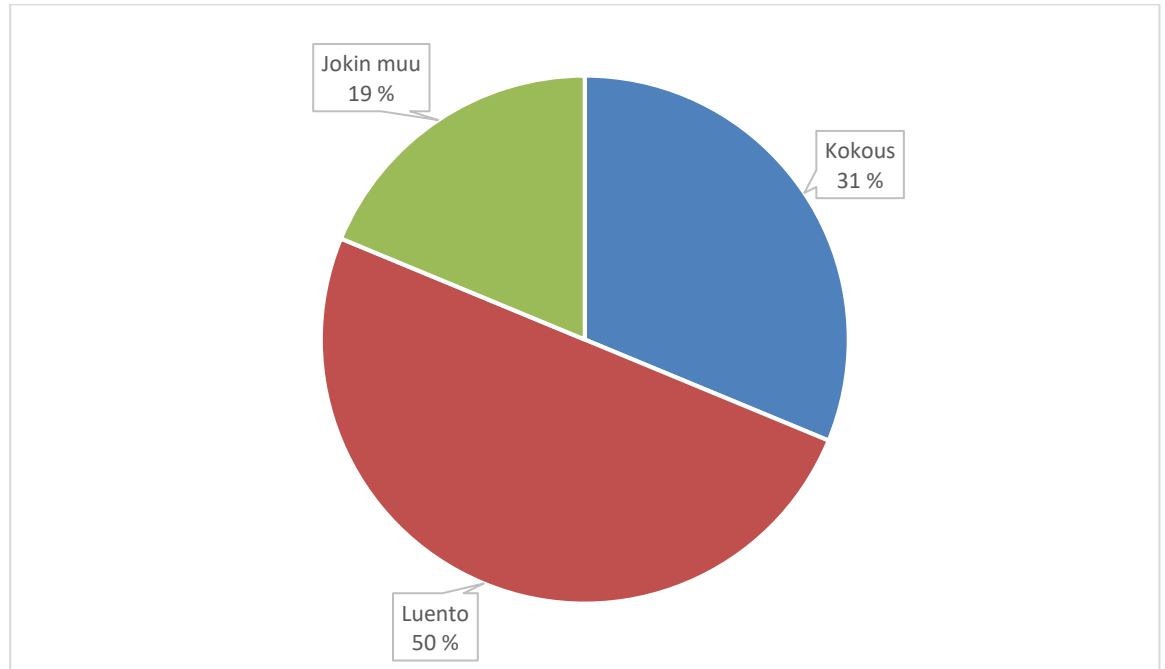
Tutkimukseni luotettavuutta heikentää vähäinen vastausmäärä. Pidensin kyselyyn vastaamisaikaa, jotta vastauksia tulisi enemmän, mutta tästä huolimatta otos jäi pieneksi.

6 Tulokset ja kehitysehdotukset

Tässä luvussa esittelen keskeisimmät tulokset keräämästäni kyselyaineistosta. Tulosten esittely on jäsennelty siten, että aluksi kerron kokoustilojen käytöstä (käyttötarkoitus, käytetty kokoustila, kokouksen osallistujien lukumäärä, kokoustiloihin ohjaaminen, kokoustan varaaminen ja tarvittava apu henkilökunnalta). Tämän jälkeen tarkastelen omina alalukuina ATK-välineistöä, tilojen kalustusta ja mukavuutta, kahvitoria, yleisarvosanaa kokoustiloille ja kehitysehdotuksia.

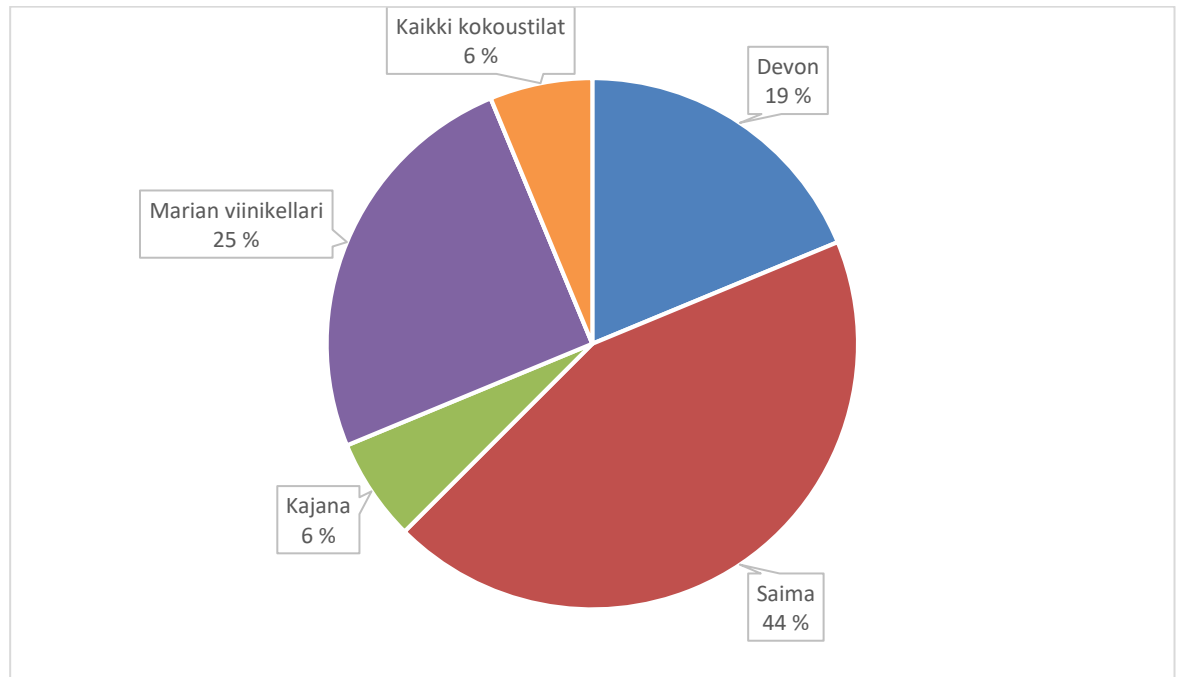
6.1 Kokoustilojen käyttö

Puolet (50 %) kyselyyn vastaajista oli käyttänyt kokoustilaa luennon pitämiseen (kuvio 1). Noin kolmasosa (31 %) vastaajista oli käyttänyt sitä kokouksen järjestämiseen ja loput (19 %) olivat vastanneet käyttötarkoitukseksi jokin muu. Vastaajat olivat sanallisesti kertoneet, mikä muu käyttötarkoitus oli ollut ja vastauksina olivat: kurssi, sidosryhmätilaisuus, seminaari, koulutus ja arviointitilaisuus.



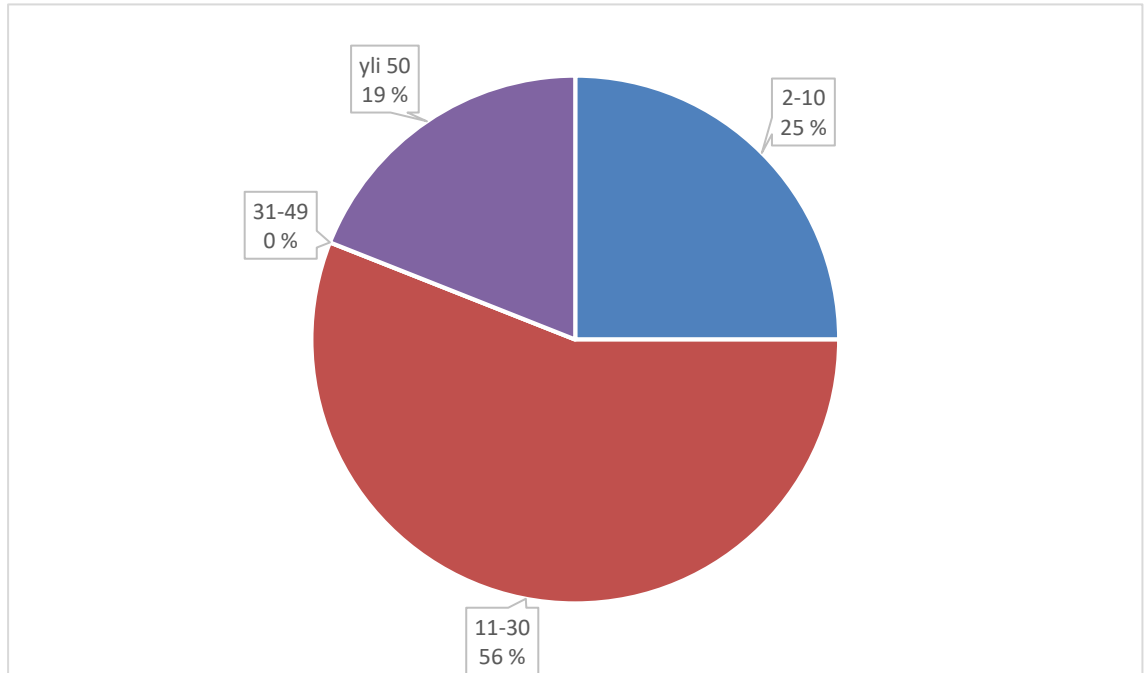
Kuvio 1. Kokoustilan käyttötarkoitus (n=16)

Lähes (44 %) vastaajista oli käyttänyt kokoustilana Saimaa, neljäsosa (25 %) Marian Viinikellaria, viidesosa (19 %) Devonia, 6 % Kajanaa ja 6 % kaikkia kokoustiloja yhtä aikaa (kuvio 2). Saunakabinettia ei ollut käyttänyt kukaan vastaajista.



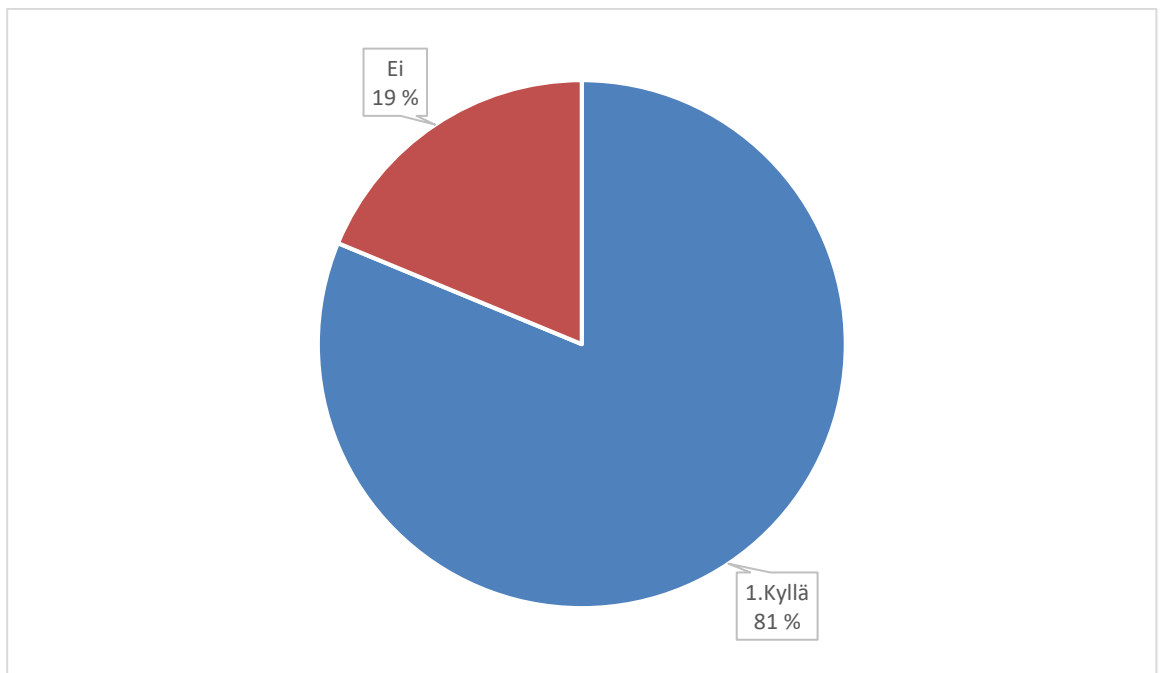
Kuvio 2. Käytössä ollut kokoustila (n=16)

Noin puolet (56 %) vastaajista oli vastannut kokouksessa olleen osallistujia 11-30 henkilöä (kuvio 3). Neljäsosa (25 %) vastaajista vastasi osallistujia olleen 2-10 henkilöä ja loput vastaajista (19 %) vastasi yli 50 henkilöä.



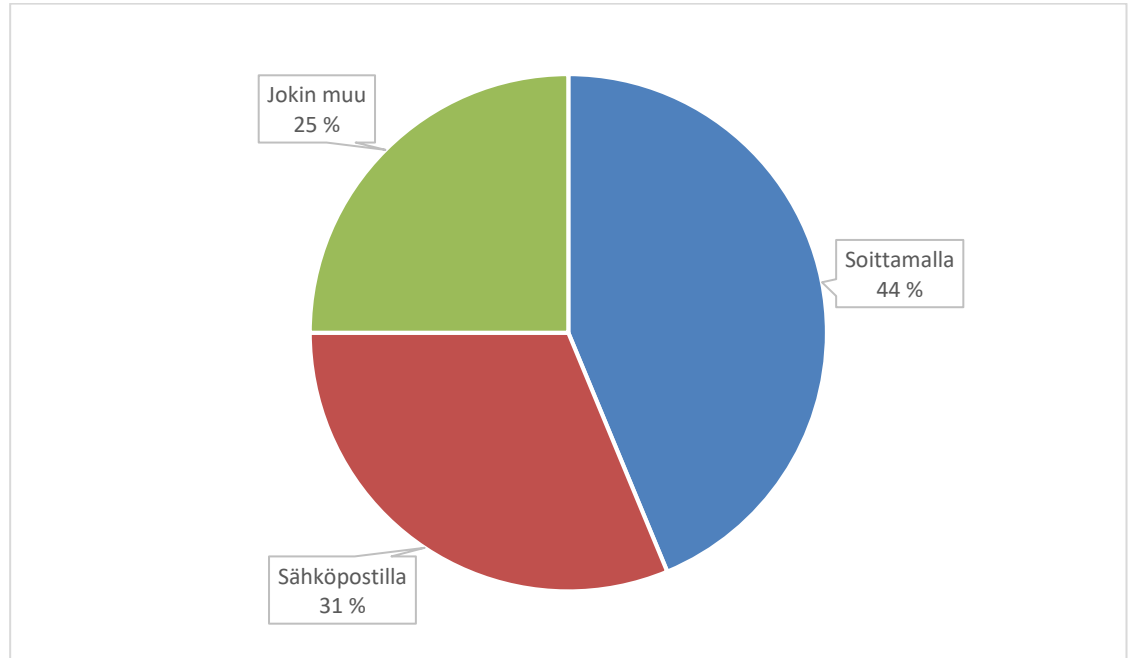
Kuvio 3. Kokouksen osallistujien lukumäärä (n=16)

Enemmistö (81 %) vastaajista oli sitä mieltä, että kokoustiloihin on ollut selkeä ohjaus (kuvio 4). Noin viidesosa (19%) vastaajista oli kokenut, että ohjaaminen ei ole ollut selkeää.



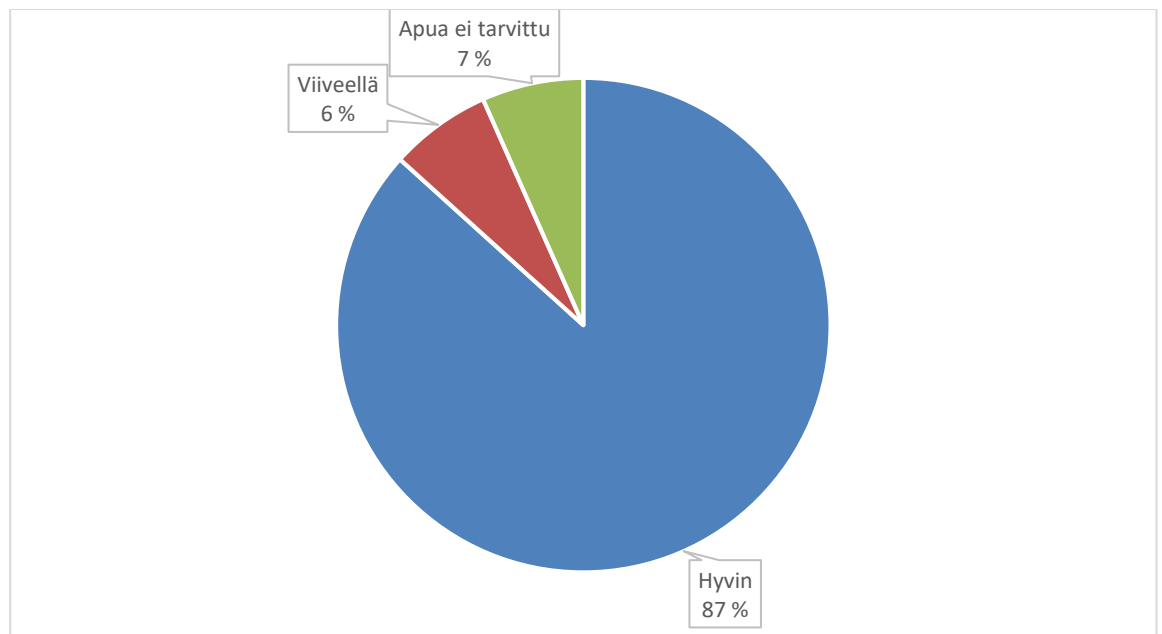
Kuvio 4. Kokoustiloihin ohjaaminen (n=16)

Lähes puolet (44 %) vastaajista oli varannut kokoustilan soittamalla (kuvio 5). Lähes kolmasosa (31 %) vastaajista oli tehnyt varauksen sähköpostilla ja neljäsosa (25 %) jollain muulla tavalla ja kertoneet tavaksi verkkosivujen kautta.



Kuvio 5. Kokoustilan varaaminen (n=16)

Enemmistö (87 %) vastaajista oli kokenut saaneensa apua henkilökunnalta hyvin (kuvio 6). Vastaajista 7% ei ollut tarvinnut apua ja 6 % vastasi saaneensa apua viiveellä.



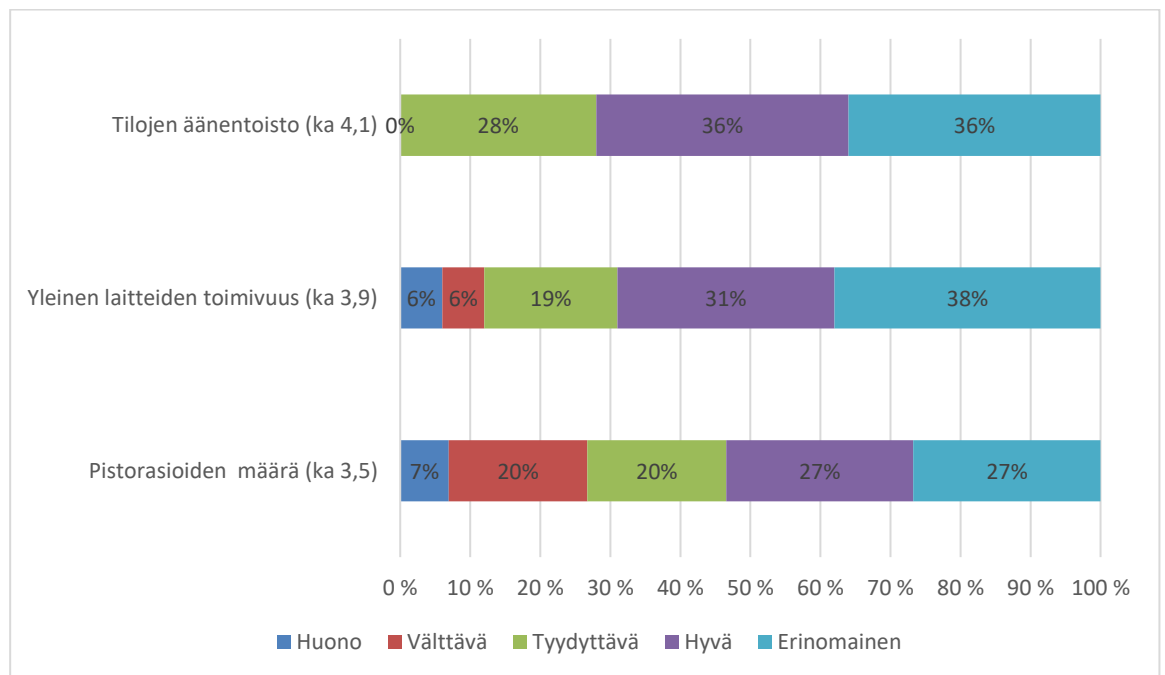
Kuvio 6. Tarvittava apu henkilökunnalta (n=15)

6.2 ATK-välineistö

Kyselyyn vastanneista 36 % oli vastannut äänentoiston olleen erinomainen ja 36 % sen olleen hyvä (kuvio 7). Vastaajista 28 % koki sen olleen tyydyttävä. Keskiarvo annetuista vastauksista oli 4,1.

Vastaajista 38% oli vastannut laitteiden toimivuuden olleen erinomainen ja 31 % sen olleen hyvä (kuvio 7). Vastaajista 19 % oli sitä mieltä, että laitteiden toimivuus oli tyydyttävä ja 6 % välttävä. Loput 6 % olivat sitä mieltä, että laitteiden toimivuus oli huono. Keskiarvo annetuista vastauksista oli 3,9.

Noin neljäsosa (27 %) vastaajista oli vastannut pistorasioiden määrän olleen erinomainen ja 27 % määrän olleen hyvä (kuvio 7). Viidesosa (20%) vastasi sen olleen tyydyttävä ja 20 % välttävä. Vastaajista 7 % oli sitä mieltä, että pistorasioiden määrä on huono. Keskiarvo annetuista vastauksista oli 3,5.



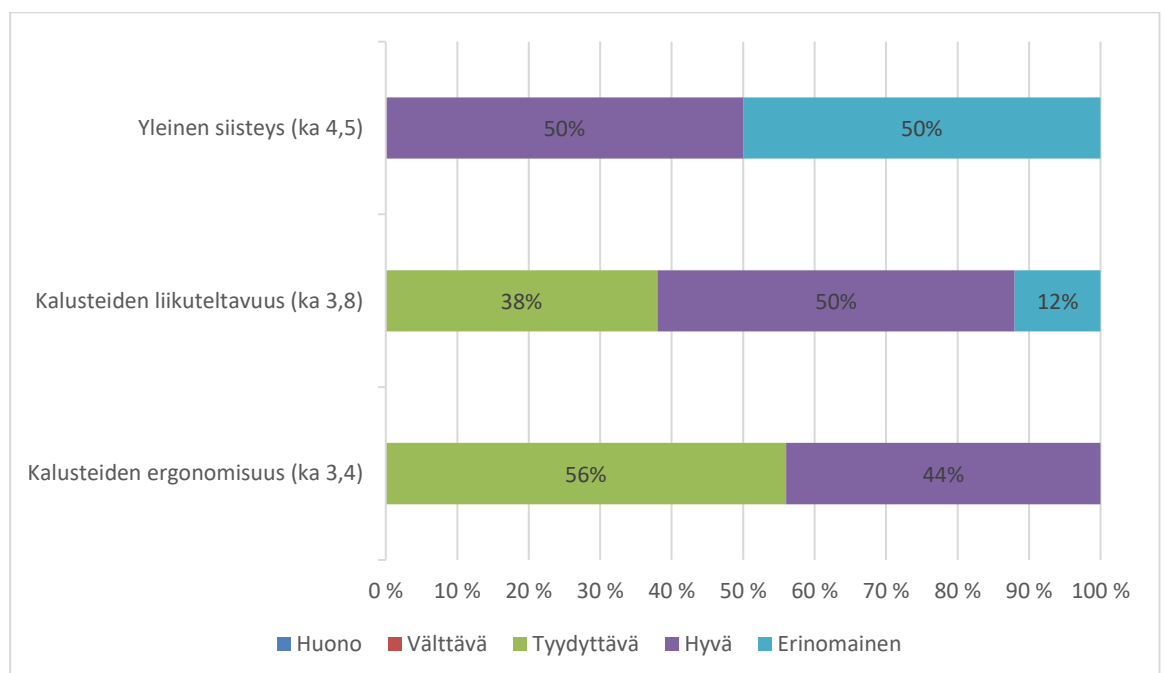
Kuvio 7. Tilojen äänentoisto, pistorasioiden määrä ja yleinen laitteiden toimivuus (N=14-16)

6.3 Tilojen kalustus ja mukavuus

Puolet (50%) vastaajista on kokenut yleisen siisteyden olleen erinomainen ja 50 % on vastannut sen olleen hyvä (kuvio 8). Keskiarvo annetuista vastauksista oli 4,5.

Puolet vastaajista (50%) vastasi kalusteiden liikuteltavuuden olevan hyvä (kuvio 8). Vastaajista 38% koki liikuteltavuuden olevan tyydyttävä ja 12 % vastasi erinomainen. Kukaan vastaajista ei ollut sitä mieltä, että kalusteiden liikuteltavuus olisi huono tai välttävä. Keskiarvo annetuista vastauksista oli 3,8.

Vastaajista hieman yli puolet (56%) vastasi kalusteiden ergonomisuuden olevan tyydyttävä (kuvio 8). Vastaajista 44% taas vastasi ergonomisuuden olevan hyvä. Kukaan vastaajista ei vastannut ergonomian olevan erinomainen, välttävä tai huono. Keskiarvo annetuista vastauksista oli 3,4.

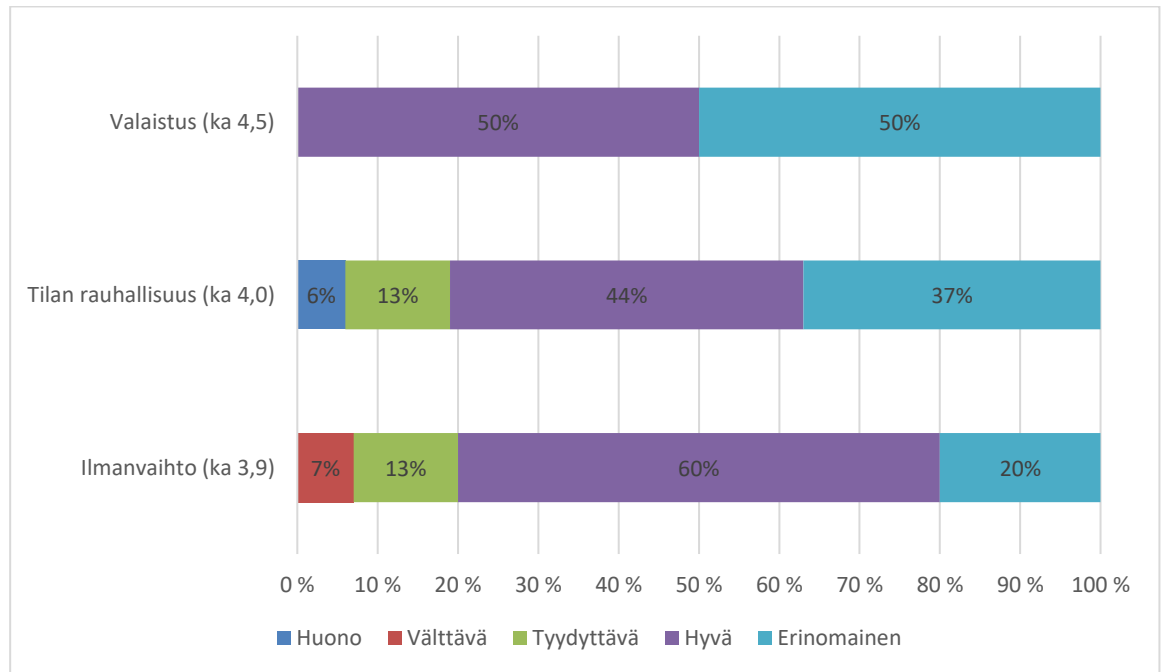


Kuvio 8. Kalusteiden ergonomisuus, kalusteiden liikuteltavuus ja yleinen siisteys (N=16)

Puolet (50 %) vastaajista on kokenut valaistuksen kokoustilassa olleen erinomainen (kuvio 9). Vastaajista 50% taas on vastannut valaistuksen olleen hyvä. Keskiarvo annetuista vastauksista oli 4,5.

Hieman alle puolet vastaajista (44 %) on vastannut kokoustilan rauhallisuuden olleen hyvä ja 37 % erinomainen (kuvio 9). Vastaajista 13 % on vastannut rauhallisuuden olleen tyydyttävä ja 6 % on kokenut rauhallisuuden olleen huono. Keskiarvo annetuista vastauksista oli 4,0.

Vastaajista 60 % on kokenut ilmanvaihdon olleen hyvä kokoustilassa ja 20% on kokenut sen erinomaiseksi (kuvio 9). Vastaajista 13 % on kokenut sen tyydyttäväksi ja 7 % välttäväksi. Keskiarvo annetuista vastauksista oli 3,9.



Kuvio 9. Valaistus, ilmanvaihto ja rauhallisuus (N=15-16)

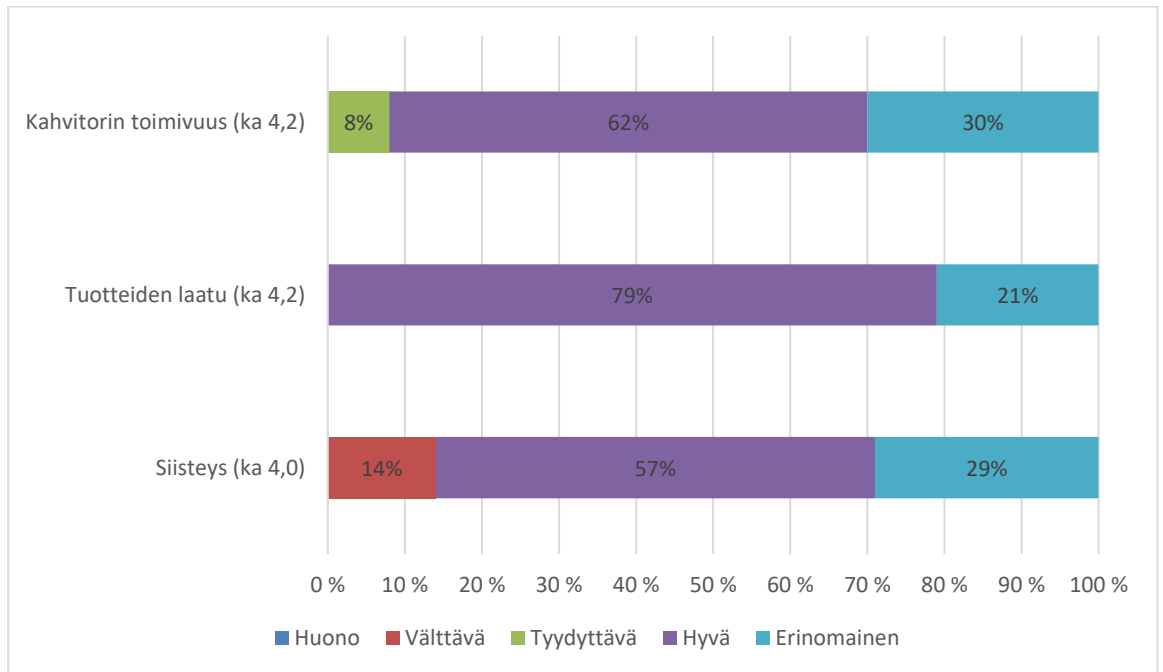
6.4 Kahvitori

Vastaajista 62 % on kokenut kahvitorin toimivuuden olleen hyvä (kuvio 10). Vastaajista 30 % on kokenut sen erinomaisena ja loput 8 % tyydyttävänä. Keskiarvo annetuista vastauksista oli 4,2.

Kahvitorin tuotteiden laatu on ollut hyvä 79 % mukaan ja 21 % on vastannut sen olleen erinomainen (kuvio 10). Keskiarvo annetuista vastauksista oli 4,2.

Hieman yli puolet (57 %) on vastannut kahvitorin siisteyden olleen hyvä ja 29 % erinomainen (kuvio 10). Vastaajista 14% on vastannut siisteyden olleen välttävä. Keskiarvo annetuista vastauksista oli 4,0.

Kaikki vastaajat ovat olleet sitä mieltä, että erikoisruoat on otettu huomioon kahvitorin tilauksissa ja valikoimassa.



Kuvio 10. Kahvitorin toimivuus, tuotteiden laatu ja siisteys (N=13-14)

6.5 Yleisarvosana ja kehitysehdotukset

Kokoustilojen yleisarvosanaksi annettu keskiarvo oli 8,5. Alhaisin annettu arvosana oli 7 ja korkein arvosana 10. Yleisin annettu arvosana on ollut 8.

Ensimmäinen avoin kysymys kyselylomakkeessa oli: *”Muut terveiset keittiön väelle.”* Kyselyyn vastanneista suurin osa oli kirjoittanut kiitoksia ja kehunut ruokaa ja tarjoiluja. Kehitysehdotuksia tuli muutama, joista ensimmäinen oli teevalikoima. Asiakkaat olivat toivoneet monipuolisempaa teevalikoimaa, sekä erityisesti Earl Grey teetä oli toivottu. Ehdotuksena oli myös, että tee tarjottaisiin haudutettuna. Palautteena keittiön väelle oli myös, että jossain annoksessa osa ruuasta oli ollut hieman kylmää, joten siihen voisi kiinnittää enemmän huomiota. Palvelun hitaudesta oli myös annettu yksi palaute, asiakas oli toivonut tilaisuuden alkuun nopeaa ruokailua, mutta ei ollut saanut palvelua tarpeeksi nopeasti toiveisiinsa nähden.

Toinen avoin kysymys kyselylomakkeessa oli: *”Onko teillä kehitysideoita tai palautetta kokoustiloihin liittyen?”* Isoimpana ongelmana on vastaajien mukaan koettu ATK-välineistön viat ja puutteet. ATK:n toimimattomuudesta on mainittu saunakabinetin osalta, sekä USB-kaapeli ei ole ollut sopiva tietokoneeseen ja on näin vaikeuttanut työskentelyä ja vienyt aikaa.

Kokoustiloissa koettiin olevan puutteita ATK-välineistön osalta. Tulostin koettaisiin tarpeellisena kokoustiloissa, jotta esimerkiksi kokouspöytäkirjan voisi tulostaa heti kokouksen päätyttyä. Langaton kuvanheijastus puuttuu kokoustiloista ja se koetaan tarpeellisena vastaajien mukaan, koska tällöin ei tarvitse viritellä johtoja ja kytkentöjä. Langattomaksi kuvatykiksi asiakkaat ovat ehdottaneet Barcoa. Myös näytön peilaus Mivacast-ohjelma olisi tarpeellinen kokoustiloihin.

Muita kehitysehdotuksia olivat kokousemäntä, joka tulisi tilaisuuden aluksi käymään asiat läpi. Henkilökuntaa on ollut kesken kokouksen vaikea tavoittaa. Kehitysehdotuksena on myös, että tilaisuuteen osallistujille jaettaisiin avainkortit, jotta arvotavarat saisi lukkojen taakse. Sisustuksen osalta palautetta on annettu tilan kolkkoudesta ja ehdotettu esimerkiksi maisematapettia, joka toisi lämpöä tilaan.

7 Pohdinta

Opinnäytetyöni aihe on työelämälähtöinen, koska sain aiheen suoraan Sokos Hotel Valjuksen työntekijöiltä. Kokoustilat on vasta uudistettu ja ne on tehty vastaamaan asiakkaiden tarpeita, mutta minkäänlaista tutkimusta asiakkaiden tyytyväisyydestä tai kehitystarpeista ei ole tehty remontin jälkeen. Minua kiinnosti aihe myös sen vuoksi, että työskentelen Sokos Hotel Valjuksessa ja on tärkeää tietää asiakkaiden mielipiteitä hotellin eri osa-alueista. Työn toteutus myös onnistui sujuvasti töiden ohessa ja tiesin reaaliajassa, montako kyselylomaketta oli täytetty.

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tehdä asiakaspalautekysely Sokos Hotel Valjuksen kokoustiloista ja tehdä kehittämisideoita kokoustiloihin liittyen. Tavoitteena oli, että Sokos Hotel Valjus voi kehittää kokouspalveluita asiakaspalautekyselyn tulosten pohjalta. Tavoitteessa onnistuttiin, koska sain tutkimuksen avulla kerättyä tietoa, kuinka Valjuksen kokoustiloja voidaan kehittää vastaamaan asiakkaiden tarpeita paremmin. Kehittämisehdotuksia ja -ideoita olisi voinut tulla vielä enemmän ja laajemmin, mutta vähäinen kyselyn vastaajamäärä varmasti oli syynä tähän.

Arvioidessani omaa oppimistani ja työskentelyäni, huomasin kehittyneeni opinnäytetyöprosessin edetessä. Kun aloitin tekemään opinnäytetyötä, useimmat tutkimuksiin liittyvät käsitteet olivat minulle vieraita ja jouduinkin hankkimaan teoretietoa tutkimuksen tekemisestä laajasti, jotta pääsin alkuun. Ajattelin myös, että opinnäytetyön aihe ja teoria on selkeä ja melko suppea, mutta työtä tehdessäni vasta huomasin, miten monista eri asioista tulee hankkia teoretietoa. Opinnäytetyötä tehdessäni opin arvioimaan tiedon luotettavuutta kriittisesti. Opin, mistä luetettavaa tietoa tulee etsiä ja mitkä ovat luotettavia lähteitä.

Aluksi opinnäytetyöni edistyi täysin aikataulun mukaisesti. Suunnittelu- ja toteutusvaihe eteni suunnitelman mukaisesti, mutta raportointi vei minulta eniten aikaa. Suurin syy siihen varmasti on, että aloitin keväällä 2019 työskentelyn kokopäiväisesti, kun koulun läsnäolotunnit päättyivät.

Tutkimukseni luotettavuutta heikentää vastausten vähäinen määrä. Toteutin tutkimuksen 6.5. - 1.8.2019 välisenä aikana ja vastauksia tuli tänä aikana yhteensä 16. Alun perin minulla oli tarkoitus toteuttaa tutkimus yhden kuukauden aikana, mutta jatkoin kyselyyn vastaamisaikaa, jotta vastauksia tulisi enemmän. Jälkeenpäin ajateltuna tutkimusaikaa olisi voinut vielä mahdollisesti pidentää, jotta vastauksia olisi tullut enemmän. Luotettavuutta parantaa kuitenkin se, että syötin

kyselylomakkeiden tulokset PSPP-ohjelmaan tarkasti ja tarkistin luvut useaan kertaan mittausvirheiden varalta. Induktiivista sisällönanalyysia tehdessäni käytin alkuperäisilmaisuja, joista jaotelin asiat eri ala- ja yläluokkiin.

Original Sokos Hotel Valjuksen kokoustiloihin liittyen on tehty aiempi tutkimus vuonna 2017. Opinnäytetyön nimi on "Huomisen kokouspalvelut Original Sokos Hotel Valjuksessa" ja tekijä on Henna Kontio. Tutkimuksessa on selvitetty kokousasiakkaiden mielipiteitä ja kokemuksia siitä, millaiset puitteet ovat osa huomisen kokouspalveluita ja mitä kokous vaatii onnistuakseen palveluntarjoajalta palveluja. Tuloksina on saatu, että oleellisin asia onnistuneessa kokouksessa on helposti tavoitettava henkilökunta ja tekniikan toimivuus. (Kontio 2017, 37-39.) Opinnäytetyössäni selvitin, onko kokoustiloihin ollut selkeä ohjaus, ja onko henkilökunnalta saanut tarvittaessa hyvin apua. Molempiin kysymyksiin enemmistö vastaajista oli vastannut saaneensa apua hyvin ja kokoustiloihin ohjauksen olleen selkeää, joten tämä on hyvin toteutunut Valjuksen kokoustiloissa. Tekniikan toimivuuden osalta kehitettäviä osa-alueita löytyi. Tilojen äänentoiston keskiarvoksi on annettu 4,1 eli se on koettu melko hyvänä. Yleisen laitteiden toimivuuden keskiarvoksi oli annettu 3,9 ja 6% vastaajista oli kokenut sen huonona, joten näin ollen hieman kehittämisen varaa laitteiden toimivuudessa vielä on. Pistorasioiden määrän keskiarvoksi on annettu 3,5 ja vastaajista myös 7 % on ollut sitä mieltä, että pistorasioiden määrä on huono, joten sen osalta kehitettävää löytyy.

Lähteet

Aarnikoivu, H. 2005. Onnistu asiakaspalvelussa. Helsinki: WSOY.

Arvot, strategia ja visio. 2020. S-ryhmän internetsivut. Viitattu 5.3.2020.

<https://s-ryhma.fi/tietoa-meista/arvot-strategia-ja-visio>

Blinnikka, P. & Kuha, M. 2004. Ideasta kokoukseksi. Asiakaslähtöisten kokousten ja kongressien järjestäminen. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisu.

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2015. Tutki ja kirjoita. (20. painos) Helsinki: Tammi.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2004. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Tammi.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.

Hotelli. 2019. Sokos Hotel Valjus. Viitattu 18.2.2019. <https://www.sokoshotels.fi/fi/kajaani/sokos-hotel-valjus>

Kokous- ja juhlapalvelut. 2019. Sokos Hotel Valjus. Viitattu 18.2.2019. <https://www.sokoshotels.fi/fi/kajaani/sokos-hotel-valjus/kokous-ja-juhlat>

Lindroos, J.-E. & Lohivesi, K. 2010. Onnistu strategiassa. Helsinki : Sanoma Pro Oy.

Kontio, H. 2017. Huomisen kokouspalvelut Original Sokos Hotel Valjuksessa. Opinnäytetyö, Ylempi AMK. Kajaanin ammattikorkeakoulu. Viitattu 29.3.2020.

<http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2017122022218>

Maakunnan historia. 2020. Viitattu 5.3.2020.

<https://www.s-kanava.fi/web/maakunta/historia>

Osuuskauppa Maakunta. 2020. Viitattu 5.3.2020.

https://www.s-kanava.fi/web/maakunta/etusivu-p_p_id-article_war_skanavaportlets_instance_trip266izy4k-p_p_lifecycle-0-p_p_state-normal-p_p_mode-view-p_p_col_id-column-6-p_p_col_pos-3-p_p_col_count-4

Sokos Hotels - Yksilöllinen monille. 2019. Viitattu 18.8.2019

<https://www.sokshotels.fi/fi/tietoa-meista>

Tietoa S-ryhmästä. 2020. S-ryhmän internetsivut. Viitattu 4.3.2020.

<https://s-ryhma.fi/tietoa-meista/tietoa-s-ryhmasta>

Tuomi, J. & Sarajärvi, S. 2004. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.

Rautiainen, M. & Siiskonen, M. 2005. Hotellin asiakasliikenne ja kannattavuus. Helsinki: Restamark.

Rautiainen, M. & Siiskonen, M. 2015. Majoitustoiminta ja palveluosaaminen. Helsinki: Restamark.

Vastuullisuus ja yhteistyökumppanit. 2020. Viitattu 5.3.2020.

<https://www.s-kanava.fi/web/maakunta/vastuullisuus-ja-sponsorointi>

Vehkalahti, K. 2014. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsinki: Finn Lectura.

Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa: Määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Tammi.

Liitteet

Liite 1 Kyselylomake Sokos Hotel Valjuksen kokoustiloista

Liite 2 Induktiivinen sisällönanalyysi

Liite 3 Kvantitatiivisten kysymysten taulukot

ASIAKASPALAUTEKYSELY SOKOS HOTEL VALJUksen KOKOUSTILOISTA

Olen Teemu Romppanen ja opiskelen Kajaanin ammattikorkeakoulussa restonomiksi. Teen opin-
näytetyönäni asiakaspalautekyselyn Original Sokos Hotel Valjuksen kokoustiloista. Vastaamalla
kysymyksiin olette mukana kehittämässä Valjuksen kokoustiloja ja olisin erittäin kiitollinen, jos
vastaisitte kyselyyn. Valmiin oppinäytetyön voitte löytää internetistä Theseuksesta.

- Yksi kyselyyn vastanneista saa lahjakortin ravintola Suloon, jätättehän sähköpostiosoitteenne alle.

S-posti osoitteenne: _____

Teemu Romppanen

teemuromppanen@kamk.fi

Ympyröi sopivin vaihtoehto.

1. Mikä oli kokoustan käyttötarkoitus?

1) Kokous 2) Luento 3) Juhla 4) jokin muu, mikä? _____

2. Mitä kokoustilaa käytitte?

1) Devon 2) Saima 3) Kajana 4) Marian Viinikellari 5) Saunakabinetti

3. Mikä oli kokouksen osallistujien arvioitu lukumäärä?

1) 2-10 2) 11-30 3) 31-50 4) yli 50

4. Oliko kokoustiloihin selkeä ohjaus?

1) Kyllä 2) Ei

5. Kuinka varasitte kokoustan?

1) Soittamalla 2) Sähköpostilla 3) Jokin muu, mikä? _____

6. Saitteko apua tarvittaessa?

1) Hyvin 2) Viiveellä 3) En saanut apua 4) Apua ei tarvittu

7. Arvioi asteikolla 1-5 seuraavien asioiden toimivuutta.

1= Huono 2= Välttävä 3= Tyydyttävä 4=Hyvä 5= Erinomainen

ATK-Välineistö

| | | | | | |
|----------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Tilojen äänentoisto | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|

| | | | | | |
|-----------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Pistorasioiden määrä | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|

| | | | | | |
|-------------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Yleinen laitteiden toimivuus | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|

Tilojen kalustus ja mukavuus

| | | | | | |
|---------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Kalusteiden ergonomisuus | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|

| | | | | | |
|-----------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Kalusteiden liikuteltavuus | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|

| | | | | | |
|---------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Yleinen siisteys tilassa | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|

| | | | | | |
|------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Valaistus | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------------------|----------|----------|----------|----------|----------|

| | | | | | |
|--------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Ilmanvaihto | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------------------|----------|----------|----------|----------|----------|

| | | | | | |
|---------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Tilan rauhallisuus | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|

Kahvitori

| | | | | | |
|-----------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Kahvitorin toimivuus | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|

| | | | | | |
|-------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Tuotteiden laatu | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|

| | | | | | |
|-----------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Siisteys | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------|----------|----------|----------|----------|----------|

| | | |
|---|--------------|-----------|
| Erikoisruoat oli otettu huomioon | Kyllä | Ei |
|---|--------------|-----------|

8. Muut terveiset keittiön väelle:

9. Minkä yleisarvosanan annatte kokousteiloille asteikolla 4-10? _____

10. Onko teillä kehitysideoita tai palautetta kokousteiloihin liittyen?

Kiitos palautteestanne!

Induktiivinen sisällönanalyysi

Kysymys 8. Muut terveiset keittiön väelle.

| Alkuperäinen ilmaus | Pelkistetty ilmaus | Alaluokka | Yläluokka |
|---|---|-----------------------------|-------------------|
| <i>"Teepusseja voisi olla eri laatuja enemmän, nyt pelkkä musta perustee kuten Earl Grey puuttui."</i> | Teepusseja eri laatuja lisää. | Monipuolisempi teevalikoima | Keittiön toiminta |
| <i>"Teetä toivoisin haudutettuna, kuten aamupalalla. Jos pusseissa, niin perus Earlgreytä löytyisi myös. Nyt oli van yksi pussi."</i> | Tee haudutettuna ja Earlgrey teetä valikoimaan. | | |
| <i>"Ruoka oli erinomaista, mutta parsu vähän kylmää."</i> | Osa ruuasta on ollut hieman kylmää. | Ruuan tarjoilulämpötila | |
| <i>"Ajatus oli, että nopea ruokailu tilaisuu- den alkuun. Oli hidasta!"</i> | Palvelu ollut hidasta. | Palvelun hitaus | |

Kysymys 10. Onko teillä kehitysideoita tai palautetta kokoustiloihin liittyen?

| Alkuperäinen ilmaus | Pelkistetty ilmaus | Alaluokka | Yläluokka |
|---|--|------------------------|----------------------------------|
| <i>"Yhdessä salissa (saunakabinetti) ei toiminut tekniikka. Meni aikaa hukkaan."</i> | Tekniikka ei toiminut. | ATK:n toimimattomuus | ATK-välineistön viat ja puutteet |
| <i>"Tietokoneen usb-kaapelia ei ollut sopivaa tavalliseen tietokoneeseen."</i> | USB-kaapeli ei ollut sopiva. | | |
| <i>"Tulostus olisi ollut hyvä, joten kokouksen pöytäkirjan olisi voinut tulostaa."</i> | Tulostin tarpeellinen kokoustilaan. | Puuttuvat ATK-välineet | |
| <i>"Langaton kuvan heijastus kuten Barco olisi ollut ajanmukaisempi."</i> | Langaton kuvan heijastus tarpeellinen. | | |
| <i>"Langattoman tykin käyttö paikallaan esim. Barco on enemmän tätä päivää. Ei tarvitse leikkiä johdoilla ja kytkennöillä."</i> | Langaton tykki tarpeellinen. | | |
| <i>"Mivacast-ohjelma näyttöön?"</i> | Mivacast ohjelma tarvitaan. | | |

| | | | |
|---|--|-------------------------|--------------|
| "Kokousemäntä, joka tulisi käymään asiat aluksi läpi. Nyt piti etsiä henkilökuntaa, ehkä resurssipula?" | Kokousemäntä olisi hyvä olla. | Asiakaspalvelu | Viihtyvyyys |
| "Tilaan toisi lämpöä esim. maisematapetti ja siihen ylhäältä johdettu lämmin valaistus. Nyt tila on kolkko, kun ei ole ikkuna." | Tila on kolkko, kun ei ole ikkuna, lämpö toisi maisematapetti. | Sisustus | |
| "Avainkortti osallistujille, että saa lompakot lukkojen taakse." | Osallistujille avainkortti arvotavaroiden vuoksi. | Arvotavaroiden säilytys | Turvallisuus |

Taulukko 1. Kokousterian käyttötarkoitus

| | |
|---------------------|-------------|
| Vastauksia | 16 |
| Keskiarvo | 2,06 |
| Moodi | 2,00 |
| Keskihajonta | 1,06 |
| Minimi | 1,00 |
| Maximi | 4,00 |
| Mediaani | 2 |

Taulukko 2. Käytössä ollut kokousteria

| | |
|---------------------|-------------|
| Vastauksia | 16 |
| Keskiarvo | 2,63 |
| Moodi | 2,00 |
| Keskihajonta | 1,41 |
| Minimi | 1,00 |
| Maximi | 6,00 |
| Mediaani | 2 |

Taulukko 3. Osallistujien lukumäärä

| | |
|---------------------|-------------|
| Vastauksia | 16 |
| Keskiarvo | 2,13 |
| Moodi | 2,00 |
| Keskihajonta | 1,02 |
| Minimi | 1,00 |
| Maximi | 4,00 |
| Mediaani | 2 |

Taulukko 4. Oliko kokoustiloihin selkeä ohjaus?

| | |
|---------------------|-------------|
| Vastauksia | 16 |
| Keskiarvo | 1,19 |
| Moodi | 1,00 |
| Keskihajonta | 0,40 |
| Minimi | 1,00 |
| Maximi | 2,00 |
| Mediaani | 1 |

Taulukko 5. Kokoustilojen varaaminen

| | |
|---------------------|-------------|
| Vastauksia | 16 |
| Keskiarvo | 1,81 |
| Moodi | 1,00 |
| Keskihajonta | 0,83 |
| Minimi | 1,00 |
| Maximi | 3,00 |
| Mediaani | 2 |

Taulukko 6. Saitteko tarvittaessa apua henkilökunnalta?

| | |
|---------------------|-------------|
| Vastauksia | 15 |
| Keskiarvo | 1,27 |
| Moodi | 1,00 |
| Keskihajonta | 0,8 |
| Minimi | 1,00 |
| Maximi | 4,00 |
| Mediaani | 1 |

Taulukko 7. Äänentoisto

| | |
|-------------------|------|
| Vastaajia | 14 |
| Keskiarvo | 4,07 |
| Moodi | |
| Keskiha- jonta | 0,83 |
| Minimi | 3,00 |
| Maximi | 5,00 |
| Mediaani | 4 |

Taulukko 8. Pistorasioiden määrä

| | |
|-------------------|------|
| Vastaajia | 15 |
| Keskiarvo | 3,47 |
| Moodi | |
| Keskiha- jonta | 1,30 |
| Minimi | 1,00 |
| Maximi | 5,00 |
| Mediaani | 4 |

Taulukko 9. Yleinen laitteiden toimivuus

| | |
|--------------|------|
| Vastaajia | 16 |
| Keskiarvo | 3,88 |
| Moodi | 5,00 |
| Keskihajonta | 1,20 |
| Minimi | 1,00 |
| Maximi | 5,00 |
| Mediaani | 4 |

Taulukko 10. ergonomisuus

| | |
|-------------------|------|
| Vastaajia | 16 |
| Keskiarvo | 3,44 |
| Moodi | 3,00 |
| Keskiha- jonta | 0,51 |
| Minimi | 3,00 |
| Maximi | 4,00 |
| Mediaani | 3 |

Taulukko 11. Kalusteiden liikuteltavuus

| | |
|-------------------|------|
| Vastaajia | 16 |
| Keskiarvo | 3,75 |
| Moodi | 4,00 |
| Keskiha- jonta | 0,68 |
| Minimi | 3,00 |
| Maximi | 5,00 |
| Mediaani | 4 |

Taulukko 12. Yleinen siisteys

| | |
|-------------------|------|
| Vastaajia | 16 |
| Keskiarvo | 4,50 |
| Moodi | |
| Keskiha- jonta | 0,52 |
| Minimi | 4,00 |
| Maximi | 5,00 |
| Mediaani | 5 |

Taulukko 13. Valaistus

| | |
|-------------------|------|
| Vastaajia | 16 |
| Keskiarvo | 4,50 |
| Moodi | |
| Keskiha- jonta | 0,54 |
| Minimi | 4,00 |
| Maximi | 5,00 |
| Mediaani | 5 |

Taulukko 14. Ilmanvaihto

| | |
|-------------------|------|
| Vastaajia | 15 |
| Keskiarvo | 3,93 |
| Moodi | 4,00 |
| Keskiha- jonta | 0,80 |
| Minimi | 2,00 |
| Maximi | 5,00 |
| Mediaani | 4 |

Taulukko 15. Tilan rauhallisuus

| | |
|-------------------|------|
| Vastaajia | 16 |
| Keskiarvo | 4,06 |
| Moodi | 4,00 |
| Keskiha- jonta | 1,06 |
| Minimi | 1,00 |
| Maximi | 5,00 |
| Mediaani | 4 |

Taulukko 16. Kahvitorin toimivuus

| | |
|-------------------|------|
| Vastaajia | 13 |
| Keskiarvo | 4,23 |
| Moodi | 4,00 |
| Keskiha- jonta | 0,60 |
| Pienin arvo | 3,00 |
| Suurin arvo | 5,00 |
| Mediaani | 4 |

Taulukko 17. Tuotteiden laatu

| | |
|-------------------|------|
| Vastaajia | 14 |
| Keskiarvo | 4,21 |
| Moodi | 4,00 |
| Keskiha- jonta | 0,43 |
| Pienin arvo | 4,00 |
| Suurin arvo | 5,00 |
| Mediaani | 4 |

Taulukko 18. Siisteys

| | |
|-------------------|------|
| Vastaajia | 14 |
| Keskiarvo | 4,00 |
| Moodi | 4,00 |
| Keskiha- jonta | 0,96 |
| Pienin arvo | 2,00 |
| Suurin arvo | 5,00 |
| Mediaani | 4 |

Taulukko 19. Yleisarvosana kokoustiloista asteikolla 4-10

| | |
|---------------------|-------------|
| Vastauksia | 15 |
| Keskiarvo | 8,5 |
| Moodi | 8,0 |
| Keskihajonta | 0,93 |
| Pienin arvo | 7,0 |
| Suurin arvo | 10,0 |
| Mediaani | 8,5 |