

Laura Kuittinen, Pihla Ylitalo

Kajaanin vesiliikuntakeskus Kaukaveden asiakastyytyväisyystutkimus

Kaukavesi
VESILIIKUNTAKESKUS KAJAANI



Liikunnanohjaaja
AMK

Kevät 2016



KAJAANIN
AMMATTIKORKEAKOULU
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

TIIVISTELMÄ

Tekijä(t): Kuittinen Laura & Ylitalo Pihla

Työn nimi: Kajaanin vesiliikuntakeskus Kaukaveden asiakastyytyväisyystutkimus

Tutkintonimike: Liikunnanohjaaja (AMK), liikunnan ja vapaa-ajan ko.

Asiasanat: asiakastyytyväisyys, asiakastyytyväisyystutkimus, kysely, kvantitatiivinen tutkimus, tutkimus, palvelu, laatu, vesiliikuntakeskus

Opinnäytetyön aiheena oli asiakastyytyväisyyden tutkiminen Kajaanin vesiliikuntakeskus Kaukavedessä. Opinnäytetyön tavoitteena oli kartoittaa Kaukaveden asiakkaiden tarpeet ja toiveet vesiliikuntakeskuksen toiminnan kehittämisen kannalta sekä kehittää Kaukaveden toimintaa asiakaslähtöisesti saatujen tulosten perusteella.

Opinnäytetyö koostuu johdannosta, palveluntarjoajan eli Kajaanin vesiliikuntakeskus Kaukaveden esittelystä, teoriaosuudesta, tutkimuksen toteuttamisesta, tutkimuksesta saaduista tuloksista sekä pohdinnasta. Teoriaosuudessa käsitellään asiakastyytyväisyyttä ja sen mittaamista, asiakastyytymättömyyttä, tuotetta ja palvelun laatua.

Tutkimusmenetelmänä käytettiin kvantitatiivista tutkimusmenetelmää ja tutkimus toteutettiin vuoden 2016 maaliskuuhun vaihteessa viikoilla 12 ja 13. Aineisto kerättiin sekä sähköisellä että paperisella kyselylomakkeella. Sähköisen lomakkeen kautta vastauksia tuli 158 ja paperisia lomakkeita 58 eli vastauksia saatiin yhteensä 216 kappaletta. Vastaukset käsiteltiin SPSS-tilasto-ohjelmalla.

Kyselyssä kartoitettiin tyytyväisyyttä Kaukaveden eri palveluiden osalta (muun muassa vesiliikunta, kuntosali ja kahviopalvelu). Kyselylomakkeessa oli sekä vaihtoehtokysymyksiä että arvoasteikolla 4-1 arvosteltavia kysymyksiä, josta 4 = olen erittäin tyytyväinen – 1 = olen erittäin tyytymätön. Tutkimustulokset on esitetty tässä opinnäytetyössä kirjallisen osuuden lisäksi taulukoin.

Tutkimustuloksista kävi ilmi, että asiakkaat olivat suurimmalta osin erittäin tyytyväisiä tai tyytyväisiä Kaukaveden kokonaisuutena. Suurimmat tyytymättömyyteen vaikuttavat tekijät olivat kuntosalin koko ja tilaratkaisu, pysäköintialueen toimivuus, hintataso ja aukioloajat.

ABSTRACT

Author(s): Kuittinen Laura & Ylitalo Pihla

Title of the Publication: Customer Satisfaction Survey for Kaukavesi Aqua Center in Kajaani

Degree Title: Bachelor of Sports Studies

Keywords: customer satisfaction, customer satisfaction survey, survey, questionnaire, quantitative, service, quality, aqua center

The subject of this thesis is a customer satisfaction survey for Kaukavesi Aqua Center in Kajaani. The aim was to find out how satisfied customers had been with the services and products of Kaukavesi Aqua Center during the first two years since the center was opened. No customer satisfaction surveys had been made at Kaukavesi earlier.

This thesis includes an introduction, presentation of the service provider, theory, implementation of the survey, results, and discussion. The theory part elaborates customer satisfaction and its development, customer dissatisfaction, service and quality.

The data was collected with a quantitative questionnaire in March and April 2016 during weeks 12 and 13. The questionnaire was available both in electronic form and on paper. A total of 216 answers were received: 158 in electronic form and 58 on paper. The answers were processed with the SPSS program.

The questionnaire focused on customer satisfaction with different products and services of Kaukavesi such as water sports, gym and cafeteria services. The questions were both multiple choice and scaled with values from one to four (4 = highly satisfied – 1 = highly dissatisfied). The results of the survey are visualized with charts in the thesis.

The results showed that customers were mainly highly satisfied or satisfied with the services and products of Kaukavesi. The functionality of the parking area, prices, opening hours and size of the gym caused most dissatisfaction among the customer

SISÄLLYS

1 JOHDANTO.....	1
2 VESILIIKUNTAKESKUS KAUKAVESI.....	2
3 ASIAKASTYYTYVÄISYYS	7
3.1 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen	7
3.2 Asiakastyytyväisyydestiedon hyödyntäminen.....	11
3.3 Asiakastyytymättömyys	11
4 TUOTE JA PALVELUN LAATU.....	13
4.1 Laajennettu tuote.....	14
4.1.1 Laajennettu tuote – case Kaukavesi	16
5 ASIAKASPALVELU	17
6 TAVOITE JA TARKOITUS.....	19
6.1 Tutkimusongelmat	19
7 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN	20
7.1 Tutkimusmenetelmät	21
7.2 Tutkimuslomakkeen rakenne	23
7.3 Aineiston käsittely.....	24
7.4 Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti.....	24
8 TULOKSET	26
8.1 Käyttäjryhmät eri palveluiden osalta	29
8.2 Asiakastyytyväisyys eri palveluissa ja niiden välillä	36
8.3 Yhteenveto tuloksista	41
8.4 Vapaamuotoinen palaute	44
9 POHDINTA.....	45
9.1 Johtopäätökset tutkimuksen tuloksista	46
9.2 Palveluiden kehittäminen	47

9.3 Tutkimuksen luotettavuus.....	48
9.4 Tutkimuksen eettisyys	48
9.5 Jatkotutkimusaiheet.....	49
9.6 Ammatillinen kehittyminen	50
LÄHTEET	52
LIITTEET	

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön aiheena on Kajaanin vesiliikuntakeskus Kaukaveden asiakastyytyväisyys ja sen tutkiminen. Vesiliikuntakeskus Kaukaveden asiakastyytyväisyyttä tutkitaan asiakastyytyväisyyskyselyn avulla. Kyselyssä mitataan asiakkaiden tyytyväisyyttä Kaukaveden palveluihin kahden ensimmäisen käyttöönottovuoden perusteella ja saatujen tulosten pohjalta pohditaan mahdollisia kehittämisideoita.

Kajaanin vesiliikuntakeskus Kaukavesi on avattu 2013 marraskuussa ja kaupungin vanha, vuonna 1977 rakennettu, uimahalli on tällöin poistunut käytöstä. Vesiliikunnan lisäksi Kaukavesi tarjoaa muun muassa kuntosalipalveluita, ohjattua liikuntaa, kokoustilojen vuokrausmahdollisuuden ja kahviopalveluja. Aiemmat asiakastyytyväisyystutkimukset ovat koskeneet ainoastaan vanhaa uimahallia ja sen toimintaa, sekä ne on suoritettu melko suppeasti.

Opinnäytetyönä toteutettavan tutkimuksen avulla selvitetään kuinka hyvin uusi vesiliikuntakeskus on palvellut asiakaskuntaa ja sen tarpeita. Kaukaveden asiakastyytyväisyystutkimuksen avulla mitataan kahden ensimmäisen vuoden käyttäjäkokemuksia eri osa-alueittain ja kokonaisuutena.

Tutkimuksen tulosten avulla voidaan suunnitella ja kehittää vesiliikuntakeskuksen toimintaa sekä pyrkiä ottamaan entistä enemmän huomioon asiakkaiden toiveet ja tarpeet. Opinnäytetyön tavoitteena on lisäksi kehittää asiakastyytyväisyyskyselyn toteuttamista ja laatua.

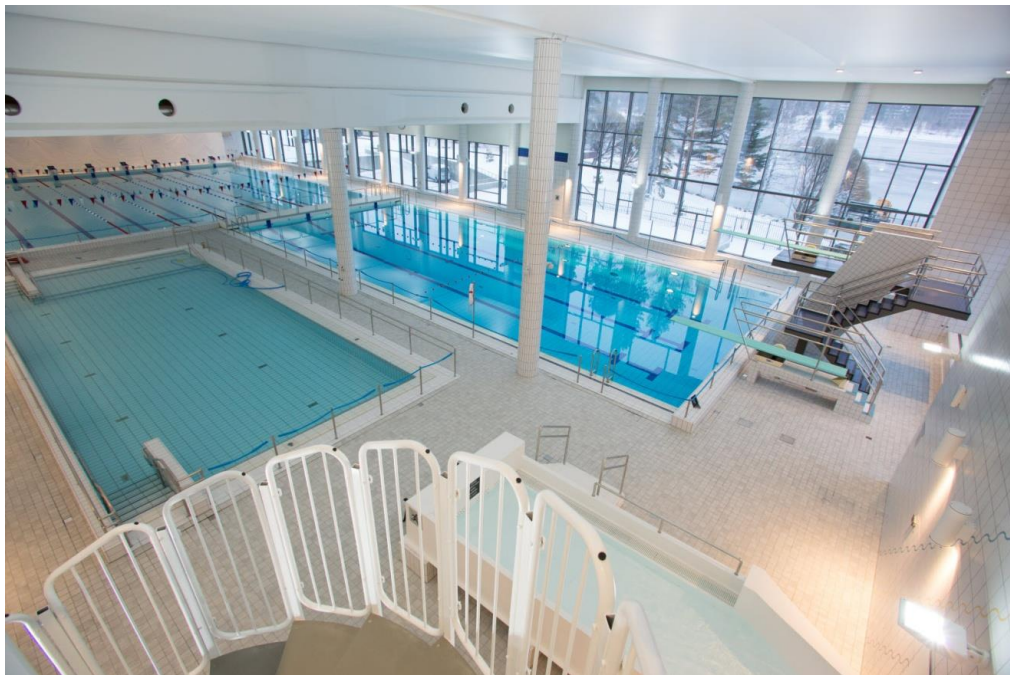
Työn toimeksiantajana ovat Kajaanin kaupunki ja vesiliikuntakeskus Kaukavesi. Yhteyshenkilönä opinnäytetyössä toimeksiantaja puolelta toimii Ulla Pikkarainen, Kajaanin kaupunki.

Teoriaosuudessa käsitellään muun muassa asiakastyytyväisyyttä käsitteenä, sen tutkimista ja siihen vaikuttavia tekijöitä. Lisäksi teoriaosuudessa käsitellään tutkimuksessa saadut tulokset, niiden pohjalta tehdyt kehittämis ehdotukset sekä omaa pohdintaa.

2 VESILIIKUNTAKESKUS KAUKAVESI

Kaukavesi sijaitsee Kajaanin keskustan välittömässä läheisyydessä Kajaaninjoen rannassa. Kaukavesi on avattu marraskuussa 2013 ja se on Kajaanin kaupungin ylläpitämä vesiliikuntakeskus. Monipuolisen vesiliikunnan harrastamisen lisäksi palvelutarjontaan kuuluu myös hyvin varusteltu kuntosali, ohjatut liikuntapalvelut, kahviopalvelut, kokoustilojen vuokrausmahdollisuus sekä solarium. Itsenäisenä yrittäjänä vesiliikuntakeskuksen tiloissa toimii myös hieroja. Vuonna 2015 kävijämäärä oli yhteensä noin 295 500. (Kajaanin Kaupunki 2016.)

Kaukaveden yhteensä noin 1 160 neliötä vesipinta-alaltaan kattavaan allasosastoon kuuluu yksi iso allas, jossa on kahdeksan 25 metrin rataa ja siirrettävän välisillan avulla neljää rataa on mahdollista käyttää 50 metrin ratana. Lisäksi ison altaan syvässä päässä on hyppytorni yhden ja kolmen metrin ponnauslaudoilta. Allasosastolta löytyy myös liukumäki, opetusallas, lastenallas, sekä pieni kylpyläosasto, josta löytyy hierontapisteitä ja kylmä- ja kuuma-altaat. (Kajaanin Kaupunki 2016.)



Kuva 1. Kaukaveden allasosasto (Scandichotels 2016).



Kuva 2. Kaukaveden kuntosali (Kaukavesi Facebook 2016).

Allasosastolla on mahdollista harrastaa muun muassa kuntouintia, vesijuoksua sekä osallistua ohjattuihin vesijumppiin. Lisäksi järjestetään sekä lasten että aikuisten uimakouluja ja tekniikkakursseja. Kaukaveden palveluita käytetään aktiivisesti myös eri seurojen ja yhdistysten toimesta, esimerkiksi Kajaanin Uimaseura (KaUs), Kajaanin Urheilusukeltajat, Velmut Vesikot sekä kansalaisopisto. (Kajaanin Kaupunki 2016.)

Allasosaston, toimiston ja teknisten tilojen toiminnasta vastaa Kajaanin Kaupunki ja palvelupisteen, laitoshuollon ja kahvion toiminnasta vastaa Kajaanin Mamselli –liikelaitos (Kaukavesi liitelehti 2015).

Vuoden 2016 alusta lähtien Kaukaveden aukioloajat ovat olleet maanantai ja keskiviikko klo 6-20.30, tiistai, torstai ja perjantai klo 8-20.30 sekä viikonloppuisin lauantaina klo 10–19 ja sunnuntai 11–18 (Kajaanin Kaupunki 2016).

Kaukaveden palveluita on mahdollista käyttää kerta- ja sarjarannekkeilla uinnin ja kuntosalin osalta sekä yhdistelmärannekkeella, joka sisältää sekä uinnin että kuntosalin käytön. Kausirannekkeita voi ostaa kolmen ja kuuden kuukauden ran-

nekkeina sekä sarjarannekkeita 10-, 20- tai 50 – kerran rannekkeina. (Kajaanin Kaupunki 2016.)

Palveluita voi käyttää myös vuoden kerrallaan voimassaolevalla erityisrannekeella ("e - ranneke"), jolle on omat myöntämisperusteensa esimerkiksi Kela-kortin tai lääkärin asettaman diagnoosin tai lääketieteellisen selvityksen perusteella. Kriteerinä ovat vesiliikunnan tai kuntosalitoiminnan tutkitusti myönteiset vaikutukset henkilön toimintakykyyn. Erityisrannekkeen tavoitteena on aktivoida henkilöä omaehtoisen liikunnan pariin. (Kajaanin Kaupunki 2016.)

Uintimaksut	
▪ Aikuiset 7,40 €	
▪ Alle 18-vuotiaat, opiskelijat, varusmiehet 5,40 €	
▪ Työttömät, eläkeläiset 5,40 €	
▪ Lapset 4-7 vuotta 2,80 €	
▪ Lapset 0-3 vuotta 0,00 €	
▪ Perheuinti 2 aikuista + 1-2 lasta (4 - 12 vuotta) 13,60 €	
▪ Perheuinti 1 aikuinen + 2-3 lasta (4 - 12 vuotta) 13,60 €	
Aamu-uinti (klo 06.00-08.00)	
▪ Aikuiset 6,80 €	
▪ Alle 18-vuotiaat, opiskelijat, varusmiehet 4,80 €	
▪ Työttömät, eläkeläiset 4,80 €	
Kuntosali	
▪ Aikuiset 6,80 €	
▪ Alle 18-vuotiaat, opiskelijat, varusmiehet 4,50 €	
▪ Työttömät, eläkeläiset 4,50 €	
▪ Kuntosali (klo 06.00 - 08.00, aikuiset) 6,30 €	
Uinti ja kuntosali	
▪ Aikuiset 9,10 €	
▪ Alle 18-vuotiaat, opiskelijat, varusmiehet 6,80 €	
▪ Työttömät, eläkeläiset 6,80 €	
Erityisranneke	
▪ Erityisumaranneke (sis. uinti tai kuntosali)	114 €/ vuosi/ hlö + rannekemaksu 8 €/ranneke
▪ Yhdistelmäranneke (sis. uinti ja kuntosali)	228 €/ vuosi/ hlö + rannekemaksu 8€/ranneke

Sarjarannekkeet

Sarjarannekkeen rannekemaksu 8,00 €. Rannekemaksua ei palauteta.
Rannekkeelle ladatut ostokerrat ovat voimassa ostopäivästä 1 vuoden.
Suunniteltua vuosittaista huoltotaukoa ei hyvitetä

Uinti tai kuntosali

- Aikuiset

10 kpl	67,00 €
20 kpl	131,80 €
50 kpl	312,00 €

- Opiskelijat, varusmiehet, työttömät, eläkeläiset

10 kpl	44,30 €
20 kpl	87,50 €
50 kpl	196,70 €

- Alle 18-vuotiaat

10 kpl	39,10 €
20 kpl	76,20 €

- Lapset 4-7-v uinti

10 kpl	26,80 €
--------	---------

Uinti ja Kuntosali

- Aikuiset

10 kpl	87,60 €
20 kpl	168,90 €
50 kpl	396,60 €

- Opiskelijat, varusmiehet, työttömät, eläkeläiset

10 kpl	63,90 €
20 kpl	124,60 €
50 kpl	287,70 €

- Alle 18-vuotiaat

10kpl	53,60 €
20 kpl	105,10 €

Kausirannekkeet

Kausirannekkeen rannekemaksu 8,00 €. Rannekemaksua ei palauteta

Uinti

- Aikuiset

3kk	226,60 €
6kk	396,60 €

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alle 18-vuotiaat, opiskelijat, varusmiehet, työttömät, eläkeläiset 	
3kk	155,50 €
6kk	271,90 €
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lapset alle 15 vuotta 	
3kk	94,80 €
6kk	176,10 €
Kuntosali	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aikuiset 	
3kk	158,60 €
6kk	271,90 €
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alle 18-vuotiaat, opiskelijat, varusmiehet, työttömät, eläkeläiset 	
3kk	74,20 €
6kk	138,00 €
Uinti ja kuntosali	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aikuiset 	
3kk	309,00 €
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alle 18-vuotiaat, opiskelijat, varusmiehet, työttömät, eläkeläiset 	
3kk	185,40 €
Solarium	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 1 krt 	7,40 €
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 5 krt 	34,00 €
Vuokrattavat	
Uima-asu tai pyyhe	4,50 €
Uimakoulut	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lapset / 5 krt 	55,60 €
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aikuiset / 5 krt 	87,60 €
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lasten vesiliikuntakerho / 8 krt 	63,00 €
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aikuisten uintitekniikkakurssi / 3krt 	53,60 €
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aikuisten uintitekniikkakurssi / 7 krt 	97,90 €
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aikuisten uintiklinikka / 1krt 	uintimaksu + 32,00 €
Ohjatut vesiliikuntaryhmät	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kerta 	uintimaksu + 1,80 €
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lukukausi 	uintimaksu + 25,00 €

Kuvio 1. Hinnasto (Kajaanin Kaupunki 2016).

3 ASIAKASTYYTYVÄISYYS

Asiakastyytyväisyys on suhteellinen ja aina subjektiivinen, yksilöllinen näkemys. Yrityksen toiminnasta jokaisella asiakkaalla on erilaiset odotukset, jotka ovat syntyneet muun muassa aiempien kokemusten, muiden ihmisten kertomusten, yrityksestä kertovien artikkeleiden tai esimerkiksi markkinointiviestinnän perusteella. (Rope & Pöllänen 1998, 56–60). Asiakkaan odotukset vaikuttavat siihen, koetaanko asiakastyytyväisyys negatiivisena vai positiivisena (Ylikoski 2001, 49).

Asiakastyytyväisyys on laadun kehittämisen kannalta ehdoton painopistealue. Tyytyväiset asiakkaat ovat menestyvän yrityksen kulmakivi. Asiakastyytyväisyystutkimuksen tulosten perusteella voidaan myös ennakoida myynnin kehitystä. Asiakastyytyväisyyden määrittäminen ja mittaus tulee kohdistaa ja tehdä oikein, jotta niitä voidaan hyödyntää suorituskyvyn ennakoinnissa. Asiakkaan tarpeiden, odotusten ja arvojen muuttuminen aiheuttaa muutostarpeita myös tyytyväisyyden määrittämistapoihin sekä mittareihin. (Lecklin 2006, 99–106.)

3.1 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen

Asiakastyytyväisyyden mittaaminen tarkoittaa tutkimusmenetelmin tehtyä tutkimusta asiakastyytyväisyydestä sekä siihen kytkeytyvistä seikoista. Ilman toimivaa järjestelmällistä tapaa selvittää asiakastyytyväisyyttä on mahdotonta toteuttaa tuloksellista asiakastyytyväisyyden kehittämistä. Perusajatuksena on, että asiakastyytyväisyys on yksi keskeisimmistä mittareista yrityksen menestymismahdollisuuksia selvitettäessä ja analysoitaessa sekä tämän hetkisen tilanteen että tulevaisuuden kannalta. Jos asiakastyytyväisyys ei ole vähintäänkin hyvällä tasolla, ei pitkällä tähtäimellä voida olettaa yrityksen menestymistä, vaikka taloudellinen tulos olisi hyvä. (Rope & Pöllänen 1998, 56–60.)

Asiakastyytyväisyystutkimuksen tavoitteet voidaan jakaa neljään vaiheittain etenevään osaan, jotka ovat:

1. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavien tekijöiden selvittäminen
2. Tutkittavan kohteen tämänhetkisen asiakastyytyväisyyden tason mittaaminen
3. Toimenpide-ehdotusten tuottaminen
4. Asiakastyytyväisyyden kehittymisen seuraaminen

(Ylikoski 2001, 156.)

Asiakastyytyväisyystutkimus luokitellaan jatkuvaksi tutkimukseksi. Jatkuvalla tutkimuksella tarkoitetaan jatkuvasti tai säännöllisin väliajoin toteutettavaa tutkimusta, jossa seurataan tutkittavan asian (esimerkiksi asiakastyytyväisyys) kehitystä. Asiakastyytyväisyystutkimuksen tavoitteena on saada mahdollisimman yksityiskohtaista tietoa asiakastyytyväisyydestä sekä tekijöistä, jotka ovat olleet tyytyväisyyden ja tyytymättömyyden aiheuttajia. (Rope & Pöllänen 1998, 84–87.)

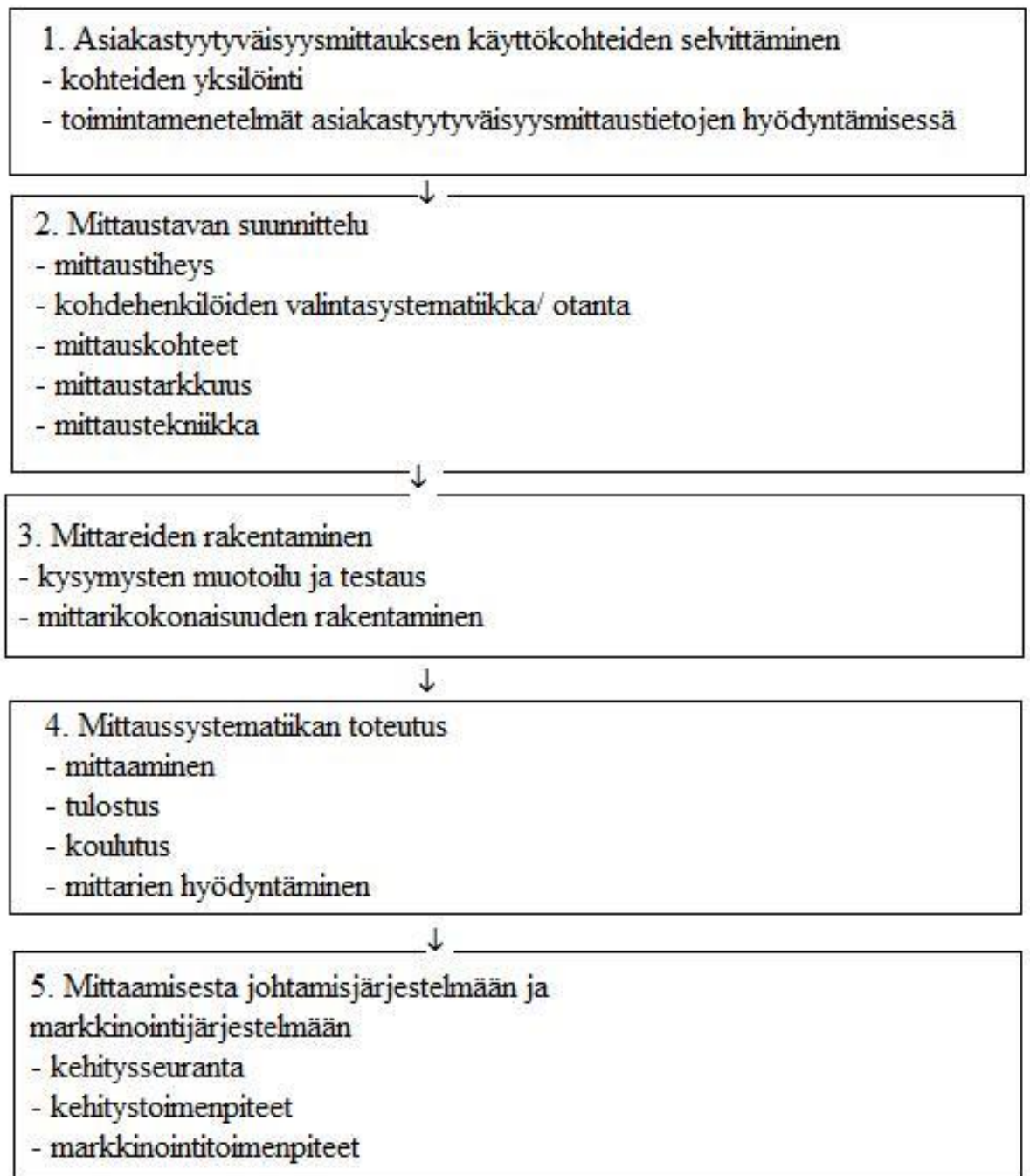
Eri aloilla asiakastyytyväisyys muodostuu erilaisista elementeistä. Vaikka asiakastyytyväisyyttä mitattaisiin säännöllisesti, ilman toimenpiteitä ja toiminnan kehittämistä ei saada palveluita ja tuotteita kehitettyä. Toiminnan ja palveluiden kehittämisen ja kehittymisen kannalta asiakastyytyväisyyden mittaaminen näyttää tärkeää roolia. (Ylikoski 2001, 149).

Tiedonkeruumenetelmän tulee olla helposti toteutettavissa, sisältää useita kysymyksiä kattavasti, taloudellinen toteuttaa, tietojenkäsittelyyn soveltuva sekä asiakkaan kannalta helppo vastata. Asiakastyytyväisyystutkimuksen avulla tulee saada selvitetyn ennakoitu odotustaso (kokonaisuutena ja eri kriteereistä erikseen), kokemustaso (kokonaisuutena ja kriteereitten) ja toimintojen ominaisuuksien merkitys. (Rope & Pöllänen 1998, 84–87.)

Toimivan asiakastyytyväisyystutkimuksen toimivuuden yleiset kriteerit ovat reliabiliteetti (tutkimuksen luotettavuus), validiteetti (tutkimuksen pätevyys), järjestelmällisyys, lisäarvon tuottaminen ja automaattinen toimintaan kytkeytyminen. Jotta asiakastyytyväisyys saadaan selvitetyn, tulee asiakastyytyväisyystutkimuksen mitata tyytyväisyyttä, mikä merkitsee sitä, että kaikki eri tyytyväisyyteen kyt-

keytyvät osatekijät tulee olla sisällytettyinä tutkimuksessa. Tyytyväisyyteen kytkeytyvistä osatekijöistä muodostuu kokonaisuus, jonka perusteella saadaan toiminnasta, palveluista, tuotteista ja laadusta kokonaiskuva. (Rope & Pöllänen 1998, 83–85; Hayes 1998, 2-3.)

Selvittämismateriaalin rakentamisen ja toteuttamisen vaiheet asiakastyytyväisyyden osalta noudattavat kuvion 2 kaavaa, jossa perustana ovat ne kaikki käyttökohteet, joihin asiakastyytyväisyystietoa aiotaan käyttää. Käyttökohteet sanelevat suorat vaatimukset siitä, millaista tietoa ja millä otannalla sekä miten tarkasti selvitettyinä tiedot tulee asiakkailta kerätä. (Rope & Pöllänen 1995, 56–110.)



Kuvio 2. Asiakastyytyväisyysmittauksen toteuttamisvaiheet (Rope & Pöllänen 2006, 60).

3.2 Asiakastyytyväisyystiedon hyödyntäminen

Asiakastyytyväisyystieto voidaan hyödyntää moniin eri tarkoituksiin. Tyytyväisyystiedon käyttöalueet voidaan listata muun muassa seuraavasti

1. Yrityksen toiminnanlaadun ongelmakohtien selvittäminen
2. Toiminnan tason ylläpitäminen
3. Kannuste-/ johtamisjärjestelmän perustana toimiminen
4. Palautetiedon saaminen asiakkailta systemaattisesti/ asiakkaiden arvostusten selvittäminen
5. Kanta-asiakkaisiin tai muihin asiakasryhmiin suuntautuvan markkinoinnin toteuttaminen

(Rope & Pöllänen 2006, 61.)

On tärkeää rakentaa asiakastyytyväisyystiedon selvittämismenetelmä ja – järjestelmä siten, että tiedon käyttöalueet voidaan hyödyntää yrityksessä täysimääräisesti vaikka niitä ei heti käytettäisikään. On tarkoituksenmukaisempaa pyrkiä rakentamaan toimiva asiakastyytyväisyystiedonkeruujärjestelmä kerralla laajalajaisesti kuin aina uusien hyödyntämistarpeiden myötä rakentaa uusi. (Rope & Pöllänen 2006, 60–62.)

3.3 Asiakastyytymättömyys

Asiakastyytyväisyyden toinen puoli on asiakastyytymättömyys. Asiakastyytymättömyyden selvittäminen antaa laadunkehittämisen kannalta vähintään yhtä paljon kuin tyytyväisyyden mittaaminen. Yrityksen kannalta tyytymättömät asiakkaat ovat riskiryhmä, sillä he ovat usein jo valmiita äänestämään jaloillaan ja rahoillaan sekä levittämään negatiivisia kokemuksia ympärilleen. Lecklinin (2006, 113)

mukaan tyytymättömät asiakkaat pitäisi voida tunnistaa ja jatkotutkimuksilla identifioida tyytymättömyyden syyt ja korjaavin toimenpitein hoitaa ne kuntoon.

Varsinaisten asiakastyytyväisyystutkimusten lisäksi tietoa tyytymättömyydestä voidaan saada myös erilaisista asiakasprosesseihin liittyvistä mittareista. Tyypillisiä tyytymättömyyttä indikoivia mittareita ovat asiakasvalitusten lukumäärä, hyvitysten osuus, palautusten määrä ja osuus, alennukset huonon laadun perusteella, takuukorjaukset, jälkitoimitukset ja niin edelleen. Edellä mainitut mittaavat laatukustannuksia ja kuuluvat asiakastyytymättömyyttä aiheuttavaan ulkoisten virhekustannusten ryhmään. (Lecklin 2006, 113.)

4 TUOTE JA PALVELUN LAATU

Käsitteenä tuote voi tarkoittaa palvelua, tavaraa tai näiden yhdistelmiä, aatetta, yhteiskunnallista kampanjaa tai muuta sellaista. Tuotteilla tarkoitetaan etujen, hyötyjen ja ominaisuuksien yhdistelmiä, jotka voidaan asiakkaalle konkretisoida. Tuote muodostuu kolmesta kerroksesta, jotka ovat ydintuote, mielikuvatuote ja laajennettu tuote. Asiakas ei osta sinänsä tuotetta, vaan hän ostaa sen tarjoamaa mielihyvää ja hyötyjä. (Korkeamäki, Lindström, Ryhänen, Saukkonen & Selinheimo 2002, 46–48.)

Palvelu on aineeton, sitä ei voi varastoida, patentoida tai esitellä sellaisenaan valmiina tuotteena. Ominaista palvelulle on, että asiakkaalle tarjotaan jotain aineetonta, jota tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti. Aineettomaan palveluun voi liittyä myös lisänä myös aineellisia osia, esimerkiksi ruokaa tai ostettavia tuotteita, joita voidaan arvioida ja kokeilla konkreettisesti. Palvelulle ominaista on myös se, että tarjonta ja kysyntä ovat usein huipussaan eri aikaan. Palvelu on aina osana kokonaisuutta ja sen avulla voidaan vaikuttaa kokemuksiin. (Kompula & Boxberg 2002, 8-15.)

Asiakkaalla on yrityksen tuotteista tietty odotusarvo, johon vaikuttavat muun muassa asiakkaan tarpeet, yrityksen imago, aiemmat kokemukset sekä kilpailevat toimittajat. Odotukset liittyvät tuotteiden laatuun, ammattimaisuuteen ja asiantuntevuuteen sekä ratkaisujen toimivuuteen, uskottavuuteen, osaamiseen ja yhteistyökykyyn. Asiakkaalla on ennakkokäsityksiä ja mielikuvia tuotteiden lisäksi myös palveluista, yrityksestä sekä palveluprosessista yleensä. Mielikuvat ja ennakkokäsitykset syntyvät asiakkaalle muun muassa mainonnan, suusanallisen tiedon ja aiempien kokemusten perusteella. Asiakas arvioi laatua vertailemalla odotuksiaan saamaansa palveluun. Yleisesti vaatimukset ja odotukset kasvavat ajan kuluessa. (Lecklin 2006, 91–94.)

Tuotteen tulee olla laadukas, jotta se menee hyvin kaupaksi eli laatu ei siis ole itseisarvo. Tuotteen hyvä tai huono laatu syntyy vasta käyttövaiheessa, jolloin

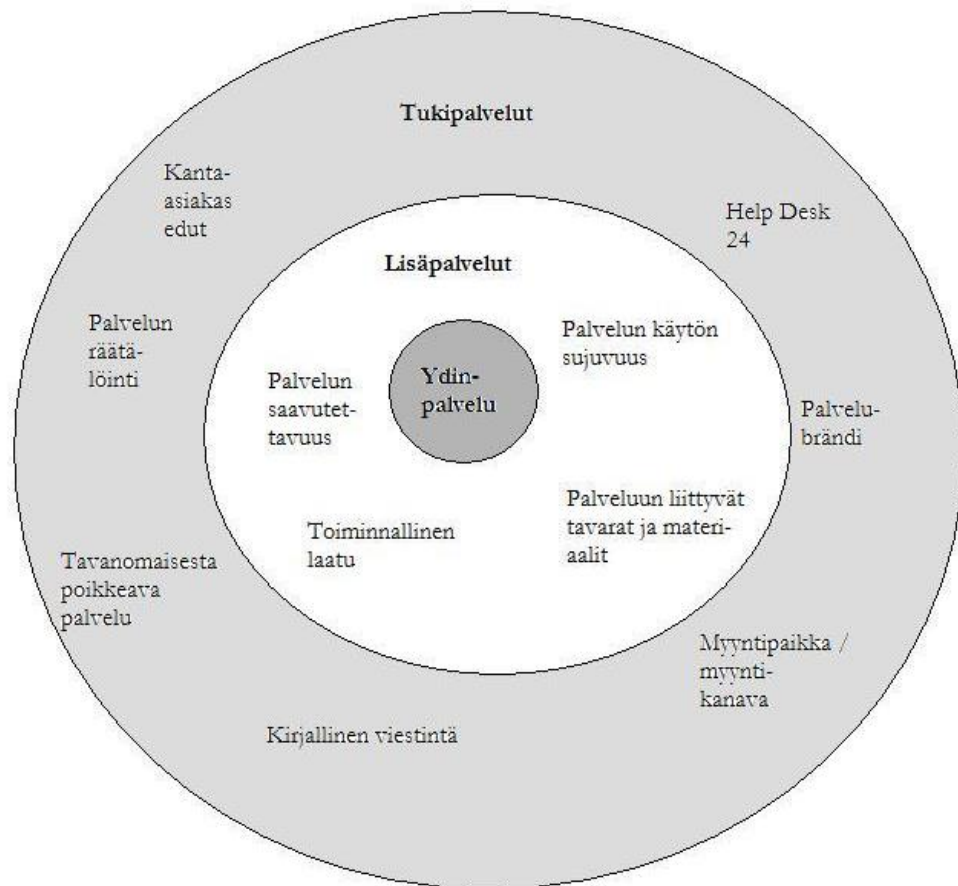
tuotteen arviointiin pääsevät mukaan myös asiakkaat. Suurin kustannuserä yritykselle on heikko laatu. Tuotteen suhteellisen laadun eli asiakkaan arvion tuotteen laadusta verrattuna kilpailijoiden vastaavan tuotteen laatuun on tärkeä menestymistä selvittävä tekijä. (Lahtinen & Isoviita, 2001.)

Laadun arvioi aina asiakas. Laatutaso on mielikuvista muodostuva, hyvin subjektiivinen käsite. Yritys viestittää laatumielikuvan asiakkailleen muun muassa tuotteen teknisinä ominaisuuksina, muotoiluna, pakkauksena, ulkonäkönä, palveluina ja tuotenimenä. Osatekijät, joista laatu koostuu, ovat tuotteen tekninen laatu sekä asiakaslaatu. Teknisellä eli fyysisellä laadulla tarkoitetaan tuotteen teknistä tasoa ja toimivuutta suunnittelun ja valmistuksen osalta. Asiakaslaatu koostuu asiakkaan kokemasta laadusta sekä asiakkaan näkökulmasta yrityksen laatuun verrattuna kilpailijoihin. Asiakaslaatu muodostuu mielikuvamaailman ehdoilla ja siihen eniten vaikuttavat päätekijät ovat liitännäispalvelut ja mielikuva. (Lahtinen & Isoviita, 2001.)

4.1 Laajennettu tuote

Tuote on asiakkaalle hyötypaketti, jonka hyötyjä markkinoija tuo esille markkinoinnin keinoilla. Markkinoitavat tuotteet muodostuvat kaikesta, mitä voidaan markkinoida. Markkinoinnin näkökulmasta tuotteiksi voidaan lukea fyysiset tuotteet (aineelliset hyödykkeet), palvelutuotteet (aineettomat hyödykkeet), paikkakunnat, ihmiset, erilaiset yhteisöt ja organisaatiot sekä ideat. Tuotteeksi käsitetään kaikki se, jota voi markkinoida ostettavaksi, käytettäväksi, kulutettavaksi tai huomattavaksi. (Lahtinen & Isoviita 2001, 104–109.)

Tuote ymmärretään kokonaisuutena, joka muodostuu kerroksista ja jossa muut osat täydentävät perustana olevaa ydintuotetta. Eri kerrokset tuotteessa ovat ydintuote, avustavat osat ja laajennettu tuote. Vaikka lähes kaikkia tuotetyyppejä voidaan tarkastella näin, on huomattava, että eri osat painottuvat erityyppisillä tuotteilla eri tavoin. Palvelutuotetta voidaan tarkastella kuvion 3 mukaisesti. (Bergström & Leppänen 2003, 172–209).



Kuvio 3. Palvelutuotteen kerrokset (Bergström & Leppänen 2003, 173.)

Tarkeastelu kerroksittain koskee tuotteiden osalta niin tavaroita kuin palveluitakin. Palveluiden osalta puhutaan ydinpalvelusta, lisä- ja tukipalveluista. Ydinpalvelu on se perusta, jolle yrityksen toiminta alun perin on perustettu. Lisäpalvelu on usein välttämätön osa palvelua, esimerkiksi lentoasemalla lähtöselvitys ennen lentomatkaa. Tukipalveluilla tuotetaan kilpailuetua muihin nähden, esimerkiksi kotiinkuljetus. Palvelukokonaisuutta nimitetään palvelupaketiksi. (Bergström & Leppänen 2003, 172–209.)

Lisäarvon tuottaminen asiakkaalle pelkän varsinaisen tuotteen avulla saattaa olla vaikeaa, sillä useat yritykset usein tarjoavat hyvin samankaltaisia tuotteita. Asiakas vertailee tuotteita omiin odotuksiinsa laajempaan arviointiin perustuen. Laajennettu tuote käsittää yrityksen palveluympäristön, vuorovaikutuksen asiakkaan

ja yrityksen välillä, asiakkaan oman osallistumisen tuotteen syntymiseen sekä saavutettavuuteen liittyvät tekijät. (Komppula & Boxberg 2002,14.)

Liikeideassa määritellään yrityksen liikeidean lisäksi siihen kuuluvat ydintuotteet. Yrityksellä voi olla esimerkiksi vuodenaikojen ja sesonkien vaihtelun mukaan useita liikeideoita, joiden lisäksi käytetään tukipalveluita. Asiakkaan osallistuminen ja valinnan vapaus edustavat asiakkaan kokemusta palvelutapahtumasta eli prosessin tuotosta. (Komppula & Boxberg 2002, 14.)

4.1.1 Laajennettu tuote – case Kaukavesi

Ydintuotteena Kaukavedessä on vesiliikunta kaikkine osa-alueineen eli uinti, vesijuoksu, rentoutuminen, vesiliukumäki sekä hyppytorni. Kaukaveden tapauksessa voidaan puhua enemmänkin ydinpalvelusta ydintuotteen sijasta.

Lisäpalveluita Kaukavedessä ovat palvelut, joita on kehitetty ydinpalvelun ympärille, muun muassa kuntosali, ohjatut liikuntapalvelut sekä vesiliikunnan että kuntosalin osalta, kahviopalvelut, kokoustilojen vuokrausmahdollisuus, solarium ja erilaiset palvelupaketit esimerkiksi syntymäpäiväjuhlat maskotteineen. Lisäpalveluna voidaan pitää myös mahdollisuutta ostaa palveluita sarja- sekä kausirannekkeina.

Tukipalveluiksi Kaukaveden osalta voidaan lukea palveluiden sijainti, markkinointi eri kanavissa, räätälöidyt palvelupaketit (esim. yrityksille suunnatut työkykyä ylläpitävät, niin sanotut Tyky-paketit) sekä maksutapana käyvät liikunta- ja kuntosetelit (esim. Smartum). Tukipalveluksi voidaan laskea myös mahdollisuus vuokrata ja lainata tarvittavia välineitä (uima-asu, räpylät, jne.).

Varsinaista kanta-asiakasetua, joka voitaisiin lukea yhdeksi tukipalveluksi, ei ole tällä hetkellä käytössä. Sarja- ja kausirannekkeitä voidaan osittain mieltää myös kanta-asiakaseduksi, sillä palveluiden säännöllinen käyttö tulee näillä vaihtoehdoilla asiakkaalle kertamaksuja edullisemmaksi.

5 ASIAKASPALVELU

Asiakaspalvelu on tuotteeseen tai palveluun liittyvää kanssakäymistä asiakkaan kanssa (Kannisto & Kannisto 2008, 9). Asiakaspalvelu on toimintaa, jonka tarkoitus on opastaa ja auttaa asiakasta. Yrityksen sisäiset ja ulkoiset tekijät vaikuttavat asiakaspalveluun. Asiakaspalvelun kokonaisvaltainen kehittäminen edellyttää huolellista suunnittelua ja testaamista palvelukonseptin osalta. Palvelukonseptissa määritellään ketä palvellaan, millä tavoin palvellaan, kuinka paljon palvelua tarjotaan ja miten palvelu tuottaa arvoa asiakkaalle (Bergström & Leppänen 2002, 179–181.)

Asiakaspalvelu on kaikkien opittavissa oleva taito, sillä palvelutilanteissa asiakkaat haluavat tulla kohdelluiksi yksilöinä, joiden tarpeita, tuntemuksia, persoonaa ja ideoita kunnioitetaan. Yksilöllisyyden tarpeella tarkoitetaan nöyryyttä ottaa asiakas vakavasti sekä kuunnella hänen tarpeitaan. Kaikki asiakkaiden hyväksi tehty työ on asiakaspalvelua. (Lahtinen & Isoviita 2001, 42–45.)

Huomioon otettavia seikkoja ovat sekä palveltavat asiakkaat että omat resurssit asiakaspalvelua suunniteltaessa. Asiakaspalvelua voidaan käyttää myös yhtenä kilpailukeinona. Tällöin on tunnettava kilpailijoiden tavat palvella asiakasta ja pyrittävä erottumaan positiivisella tavalla kilpailijoista, jotta asiakkaat kokevat saavansa enemmän. (Bergström & Leppänen 2002, 180–182.)

Asiakaspalvelu on markkinoinnin yksi tärkeimmistä kilpailukeinoista, sillä tavaroita on helppo kopioida, mutta hyvien ihmissuhdetaitojen ja hyvän palvelukonseptin kopioiminen on sitä vastoin vaikeaa. Kilpailukeinona palvelu on voimakasvaikutuksinen, sillä palvelusta ei aina välttämättä makseta erikseen. (Lahtinen & Isoviita 2001, 45–48.)

Hyvä palvelu koostuu neljästä osatekijästä, jotka ovat palvelukulttuuri eli kaikki mitä asiakas näkee, kokee ja aistii palveluyhteisössä, palvelupaketti eli asiakkaiden tarpeita tyydyttävä palveluiden muodostama kokonaisuus, palvelutuotanto eli vaihteittainen tapahtumasarja palveluiden tuottamisessa sekä palvelun laatu

eli asiakkaan arvio seurauksena edellisistä osatekijöistä palveluntuotantoprosessin jokaisessa vaiheessa (Lahtinen & Isoviita 2001, 50–57.)

6 TAVOITE JA TARKOITUS

Opinnäytetyönä tehtävän asiakastyytyväisyystutkimuksen toteutus ja tulosten analysointi perustuvat ennalta valittuihin tutkimusmenetelmiin sekä niiden pohjalta laadittuun asiakastyytyväisyystutkimuslomakkeeseen. Tutkimuksen toimeksiantajan toiveena oli saada tuloksia mahdollisimman laaja-alaisesti eri kohdealueista ja käyttäjäryhmistä.

Opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella toteuttaa tutkimusprosessi kokonaisuudessaan, toimeksiantajan toiveet ja tarpeet huomioonottaen. Tarkoituksena oli saada mahdollisimman laaja-alaisesti kattavia tuloksia, joiden pohjalta pystytään suunnittelemaan toiminnan ja palveluiden kehittämistä sekä toteuttamaan vastaavanlaisia tutkimuksia myös jatkossa.

6.1 Tutkimusongelmat

Opinnäytetyön tutkimusongelmat ovat:

1. *Kuinka tyytyväisiä asiakkaat ovat Kajaanin vesiliikuntakeskus Kaukaveden toimintaan ja palveluihin?*
2. *Kuinka toimintaa voisi kehittää?*

7 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

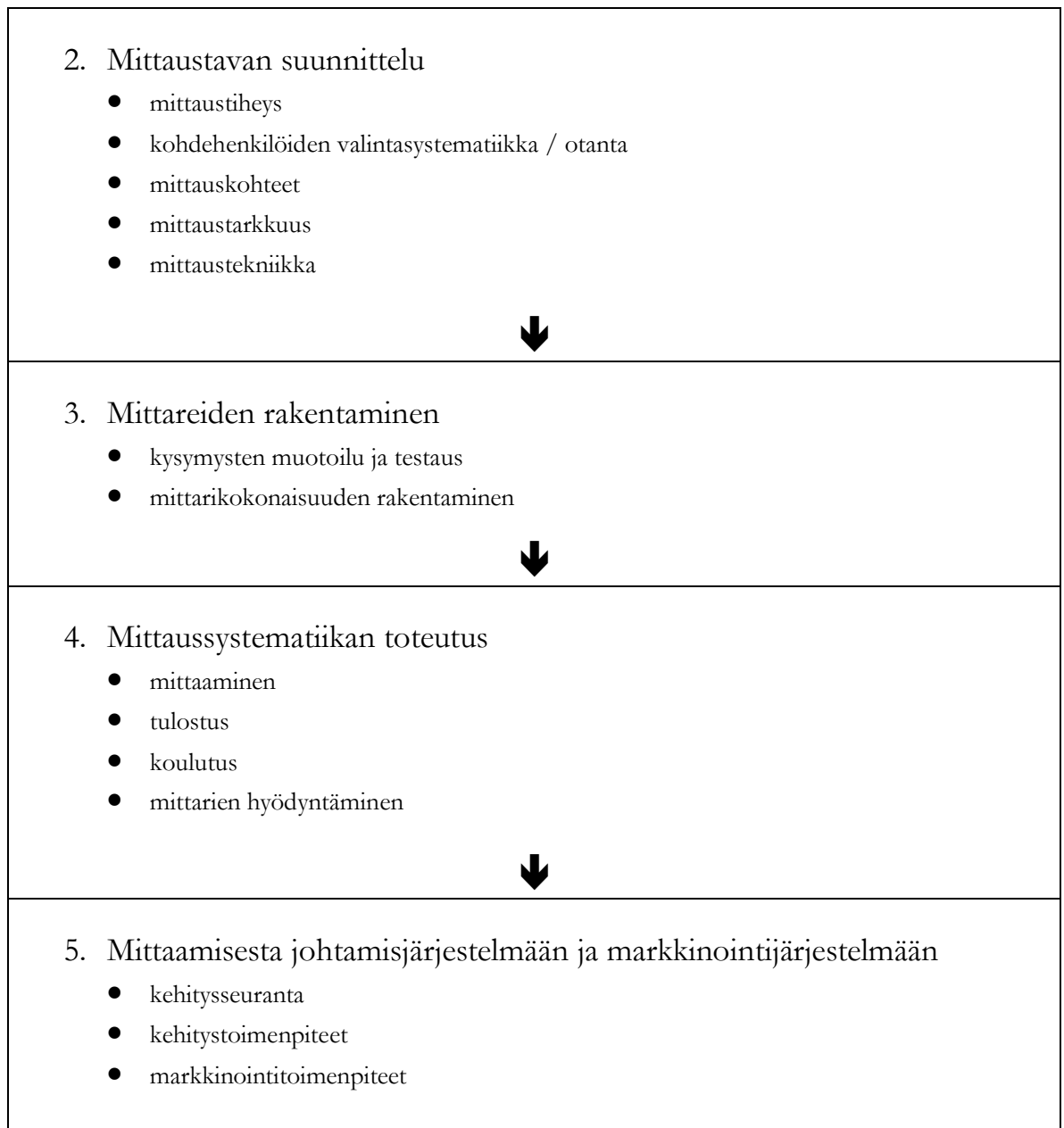
Aiemmin toteutettujen, vesiliikuntaa tarjoavien yritysten ja keskuksien, asiakastyytyväisyystutkimusten perusteella asiakastyytyvyyteen vaikuttavia tekijöitä ovat olleet muun muassa eri palveluiden tarjonta (kuntosali, kahvila/ ravintola, ohjattu vesiliikunta sekä muut oheispalvelut), asiakaspalvelun laatu, henkilökunnan osaaminen ja ammattitaito, siisteys ja hygienia, turvallisuus, tilat sekä palveluiden hinta-taso ja saavutettavuus (aukioloajat, sijainti). (Uimahallien asiakastyytyväisyys 2010, 2010 1-30.) Aiemmin toteutetuissa tutkimuksissa teoriapohja on painottunut pääosin asiakastyytyvyyden määrittämiseen, asiakaspalveluun ja sen eri osa-alueisiin sekä niiden tarkasteluun, markkinointiin ja tutkimuksen toteuttamiseen ja tulosten analysointiin (Karjalainen, 2008; Kempainen, 2014; Paananen, 2013; Sulasmaa, 2010).

Tutkimus Kajaanin vesiliikuntakeskusta Kaukaveden asiakastyytyvyydestä toteutettiin vuoden 2016 maaliskuussa 21.3.–3.4. välisenä aikana. Vastausaika kyselyyn oli kaksi viikkoa. Kysely toteutettiin Kaukavedessä paikanpäällä täytettävällä paperiversiolla sekä Kajaanin kaupungin Internetsivuilla että Kaukaveden Facebook sivuilla sähköisessä muodossa. Toteutus suoritettiin sekä sähköisessä muodossa että paperiversiolla toimeksiantajan pyynnöstä, jotta eri käyttäjäryhmät tavoitettaisiin mahdollisimman kattavasti. Asiakastyytyväisyystutkimuksen kohderyhmänä olivat kaikki vesiliikuntakeskuksen palveluita käyttävät asiakkaat. Tutkimuksessa tarkastellaan tuloksia eri kohderyhmistä (ikä ja käyttäjäryhmät eri palveluiden osalta mm. allasosasto /kuntosali) ja niiden välillä. Tutkimus toteutettiin kuvion 4 kulkukaavion mukaisesti.

1. Asiakastyytyväisyysmittauksen käyttökohteiden selvittäminen

- kohteiden yksilöinti
- toimintamenetelmät asiakastyytyväisyysmittaustietojen hyödyntämisessä





Kuvio 4. Asiakastyytyväisyysmittauksen toteuttamisvaiheet (Rope & Pöllänen 2006, 60).

7.1 Tutkimusmenetelmät

Kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän avulla selvittäään prosenttiosuuksia ja lukumääriä sekä eri asioiden riippuvuuksia. Niitä kuvataan numeeristen suureiden avulla ja tuloksia voidaan havainnollistaa kuvioin ja/ tai taulukoin. (Heikkilä 2004,

16–21.) Asiakastyytyväisyyskyselyyn vastaajat käyttävät arvioinnissa mittarina porrastettua asteikkoa. Tilastollisessa tutkimuksessa tutkijan tulee ymmärtää matemaattisten toimenpiteiden jälkeen saatuja tuloksia ja tulkita ne lukijalle. Laskutoimituksia ei tarvitse tehdä itse kehittyneiden tietokoneiden ja tietokoneohjelmistojen myötä. On kuitenkin tärkeä ymmärtää mistä koneen antamat luvut muodostuvat, jotta tuloksia voi tulkita monipuolisesti ja oikein. Tästä syystä menetelmään perehtyminen on tärkeää. Tilastollinen tutkimus perustuu tilastotieteen käyttöön. (Valli 2015, 15.)

Tässä, opinnäytetyönä toteutetussa, asiakastyytyväisyystutkimuksessa käytettiin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää. Kvantitatiivista tutkimusmenetelmää käytettiin vastausvaihtoehto kysymysten muodossa. Tyytyväisyyttä mitaavissa kysymyksissä vaihtoehdot jaoteltiin asteikolla 1-4, jossa:

1 = *En ole lainkaan tyytyväinen*

2 = *En ole tyytyväinen*

3 = *Olen tyytyväinen*

4 = *Olen erittäin tyytyväinen*

0 = *En ole käyttänyt / ei kokemusta*

Ennen varsinaisen kyselyn toteuttamista tutkimuksessa käytettävä lomake (liite 1) hyväksyttiin ohjaavan opettajan lisäksi myös toimeksiantajalla. Kyselylomake esiteltiin kohderyhmään kuuluvilla henkilöillä ennen varsinaisen tutkimuksen toteuttamista. Esitestauksessa kyselylomake lähetettiin kahdeksalletoista säännöllisesti Kaukaveden palveluita käyttävälle henkilölle ja kyselylomake viimeisteltiin lopulliseen muotoonsa saadun palautteen perusteella (vastauksia esitestauslomakkeeseen saatiin kymmenen kappaletta). Ennen lopullisen asiakastyytyväisyystutkimuslomakkeen julkaisua korjausta vaativat lähinnä sanamuodot ja muutamien kysymysten selkeyttäminen helpommin ymmärrettävään muotoon.

Käsitteenä tilastot ovat lukusarjojen ilmaistuja reaalisia olioita tai tapahtumia koskeva esitys joka on saatu aikaan yhdistämällä yksittäistapauksia. Tilasto on siis yhteenveto lukuisten yksittäisten tapausten pohjalta, jossa esiintyvä tieto esitetään usein joko kuvioiden tai taulukoiden muodossa. Tilastotiede käsitteenä puolestaan on kokemusperäisen eli empiirisen ja numeerisen tietoaineiston hankinnan suunnittelua, tietojen keräämistä, esittämistä sekä analysointia käsittelevä tiede. Sen avulla pyritään analysoimaan eri tavalla kerättyjä aineistoja, tekemään johtopäätöksiä, ennustamaan muutoksia ja määrittelemään erilaisten tapahtumien todennäköisyyttä. Se toimii apuvälineenä tulosten tulkitsemisessä. (Valli 2015, 15–17.)

7.2 Tutkimuslomakkeen rakenne

Kyselylomakkeen laadinnassa tulee kiinnittää huomiota sen rakenteeseen, jotta vastaaja säilyttää mielenkiinnon lomakkeen täyttämiseen alusta loppuun asti. Lomakkeen tulee olla kohderyhmä huomioon ottaen sopivan mittainen sekä selkeä sisällöltään ja ulkoasultaan. Valmiit vastausvaihtoehdot numeroidaan ja eteneminen tapahtuu loogisesti osa-alue kerrallaan. (Valli 2015, 42–44.) Jotta voidaan tarkistaa aiottujen kysymysten ja kysymysosoiden muodostamien kokonaisuuksien tarkoituksenmukaisuus sekä ymmärrettävyys, tulee kyselylomake esitellä varsinaista tutkimusryhmää vastaavilla henkilöillä eli näytteellä ennen varsinaisen kyselyn toteuttamista. Lomakkeen esitelmänsä kaiken kaikkiaan parantaa reliabeliutta sekä osittain myös validiutta. (Tähtinen, Laakkonen & Broberg 2011, 21–25.)

Hyviä puolia kyselylomakkeella suoritettussa tutkimuksessa ovat tutkijan näkyväisyys sekä mahdollisuus esittää runsaasti kysymyksiä. Lisäksi kysymys esitetään jokaiselle vastaajalle samassa muodossa. Kyselylomakkeella on hyvä tavoitettavuus ja saavutettavuus otantaan. Haittapuolia kyselylomakkeella suoritettussa tutkimuksessa on kysymysten väärinymmärtäminen, sillä vastaaja ei voi esittää tarkentavia kysymyksiä kysymyksistä. Tämä heikkous pyritään estämään

yksiselitteisillä ja helposti ymmärrettävillä kysymyksillä. Koska vastaajaryhmää ei ole rajattu, ei ole takeita kuuluuko jokainen vastaaja kohderyhmään. Lisäksi on vaarana, että lopullinen vastausprosentti voi jäädä pieneksi. (Valli 2015, 44–46.)

Nykyään käytetään edelleen paljon paperille tulostettuja lomakkeita, mutta niiden rinnalle ovat tulleet sähköiset kyselyt eri muodoissaan. Verkkokyselyjen vahvuuksia ovat visualisuus sopivissa määrin, nopeus (kyselyn toimittaminen vastaajille ja palautuminen lähettäjälle) sekä taloudellisuus. Yksi verkkokyselyiden hyödyistä paperikyselyyn verrattuna on tutkijan työmäärän väheneminen, sillä tulokset ovat jo valmiiksi sähköisessä muodossa. Samalla poistuvat syöttövaiheen lyöntivirheet. (Valli 2015, 47–48.)

7.3 Aineiston käsittely

Kysely toteutettiin Digium – ohjelmalla, sillä työn tilaajalla on kyseinen ohjelma käytössään. Tulosten yhteenvetoon ja analysointiin käytettiin tilasto-ohjelma SPSS. Tuloksia havainnoitiin tekstin lisäksi myös taulukoin ja graafisin kuvioin.

Asiakastyytyväisyystutkimuksessa saadun havaintoaineiston analysointi aloitetaan tarkastelemalla tutkimuksen kannalta keskeisiä muuttujia käyttäen frekvenssi-keskiarvo esityksen tunnuslukuja. Keskeisien muuttujien yleiskatsauksessa tarkastellaan esimerkiksi muuttujien keskiarvoja keskihajontoineen tai jakaumia, niiden suhdetta normaalijakaumiin, poikkeavien tapausten määrään eri muuttujissa ja niin edelleen. Edellä mainittujen analysointi suoritetaan SPSS – ohjelman avulla. (Tähtinen ym. 2011, 59.)

7.4 Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti

Opinnäytetyön onnistumisen arvioinnissa otetaan huomioon tutkimuksen reliabiliteetti eli luotettavuus ja toistettavuus näkökulmat tutkimusta suunniteltaessa ja toteutettaessa. Otetaan myös huomioon tutkimuksen validiteetti eli tutkimuksen

pätevyyttä sekä tutkimuksen kykyä mitata sitä, mitä sillä oli tarkoitus mitata. (Hirsjärvi ym. 2004.)

Tutkimuksen reliabiliteetti taataan laajalla otoksella, sillä vastausmäärän odotettiin olevan melko suuri laajan käyttäjäkunnan ja suurien käyttäjämäärien perusteella. Lisäksi reliabiliteettia tukee tutkimuksen tekotapa ja tekijöiden oma kokemus alalta. Molemmilla opinnäytetyön tekijöillä on kokemusta sekä vesiliikuntayritysten käyttäjänä että työntekijänä useamman vuoden ajalta.

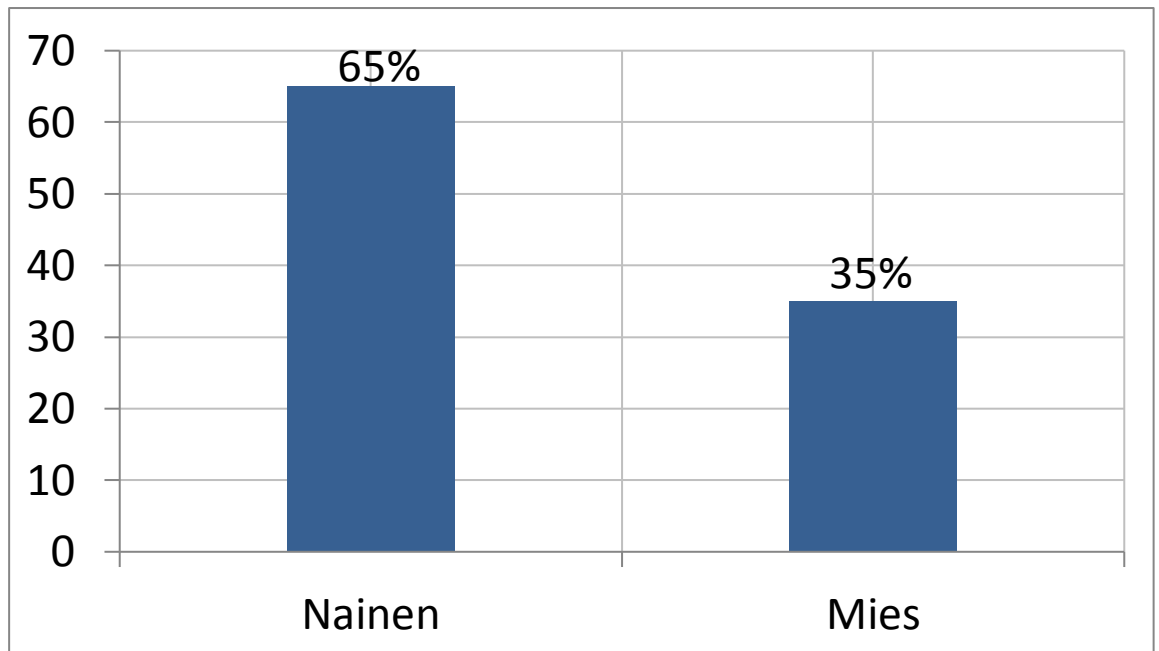
Validiteetti varmistetaan etukäteen huolellisella suunnittelulla ja harkitulla tiedonkeruulla. Tutkimuslomakkeessa käytettävien kysymysten tulee mitata oikeita asioita yksiselitteisesti, kaikki tutkimusongelmat kattaen. (Hayes 1998, 33–36.)

Opinnäytetyön onnistumista arvioidaan sekä teoriaosuuden kattavuudella että itse tutkimuksen toteuttamisen onnistumisella ja saatujen tulosten tulkitsemisen onnistumisella. Lisäksi onnistumiseen vaikuttaa saatujen tulosten perusteella laaditut kehittämissuositukset ja pohdinta osuus. Onnistumista arvioidaan kokonaisuudessaan sekä ammattikorkeakoulun ohjaavan opettajan taholta, muiden opiskelijoiden vertaispalautteella sekä toimeksiantajan osalta.

8 TULOKSET

Asiakastyytyväisyystutkimukseen saatiin vastauksia yhteensä 216, joista 58 oli paperiversioita ja loput sähköisessä muodossa täytettyjä lomakkeita.

Vastaajista 65 % oli naisia ja 35 % miehiä, neljä vastaajista ei kertonut sukupuoltaan (kuvio 5). Vastaajien iän keskiarvo oli 45,6 vuotta vanhimman vastaajan ollessa 78 vuotta ja nuorimman 11 vuotta.

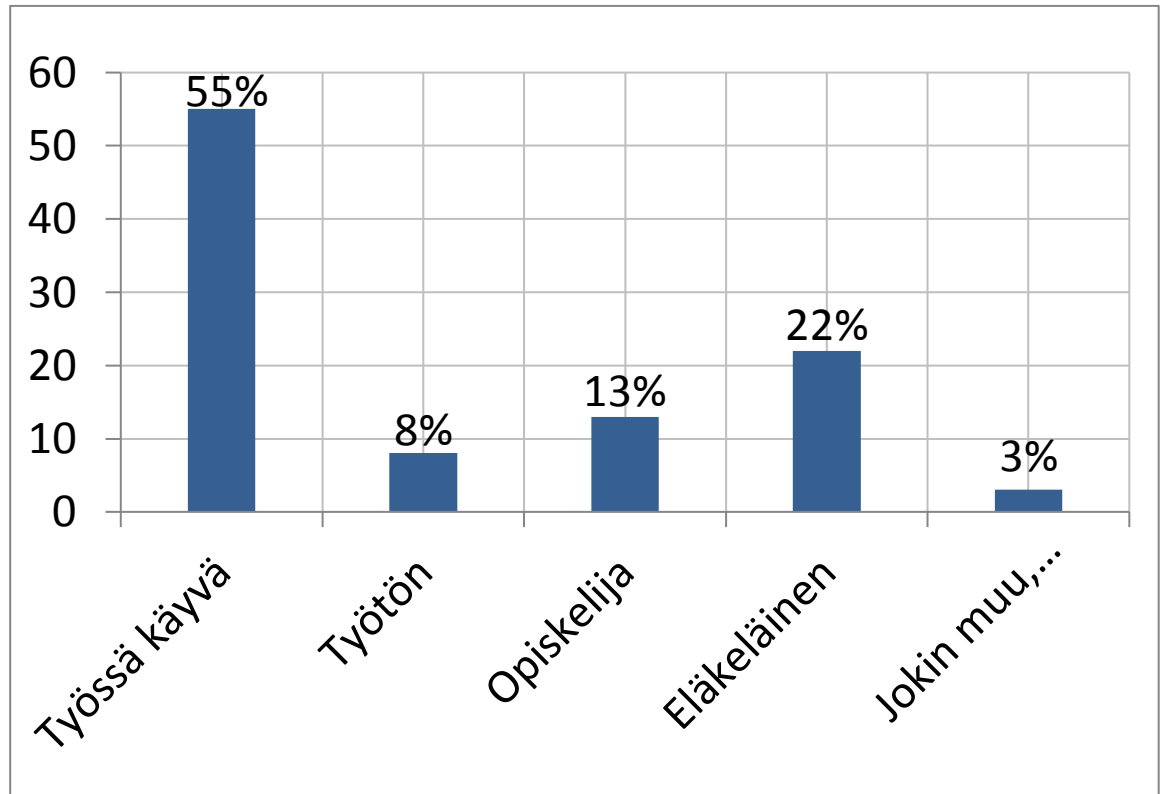


Kuvio 5. Asiakastyytyväisyystutkimukseen osallistuneiden sukupuolijakauma (n = 212).

Vastaajista suurin osa ilmoitti asuinpaikkakunnakseen Kajaanin (173 kpl). Seuraavaksi eniten asuinpaikkakunnaksi oli ilmoitettu Iisalmi ja Paltamo (molempia kolme kappaletta). Muita vastaajien asuinpaikkakuntia paikkakuntia olivat Helsinki (2 kpl), Tampere (2 kpl) ja Sotkamo (2 kpl) sekä yksi kappale seuraavia: Sastamala, Oulu, Sukeva, Tuusula, Kuhmo, Karkkila, Vantaa, Kitee, Valtimo, Ristijärvi ja Otanmäki.

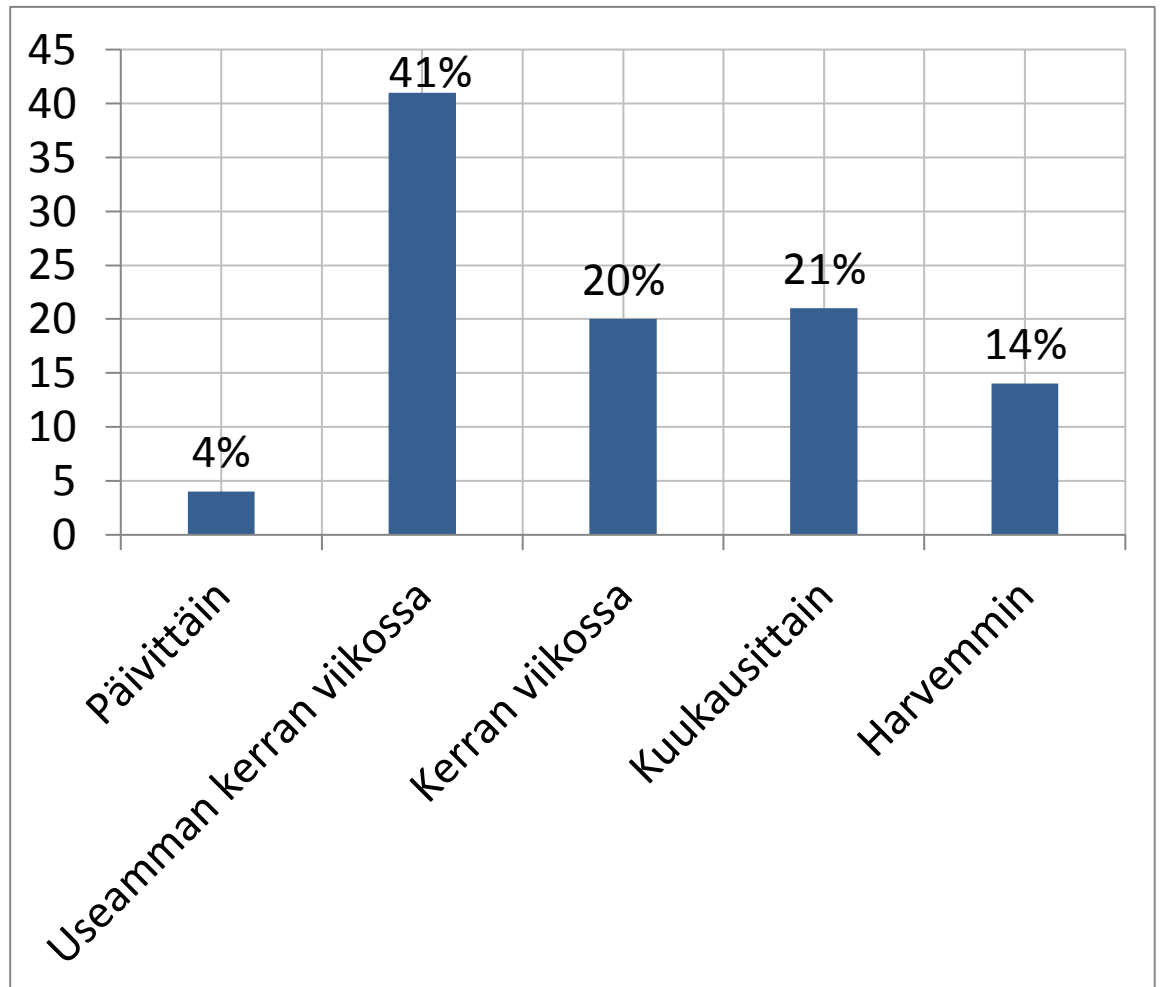
Vastaajista yli puolet oli työssä käyviä (55 %). Seuraavaksi suurin vastaajaryhmä oli eläkeläiset (22 %). Opiskelijoita vastaajista oli 13 %, työttömiä 8 % ja 3 % vas-

tasi vaihtoehdon ”jokin muu, mikä”. Avoimeen kohtaan ”jokin muu, mikä” vastauksina olivat yrittäjä, sairausloma, hoitovapaa (2kpl), sairaspäiväraha ja äitiysloma. Seitsemän vastaajista jätti kysymyksen tyhjäksi. (Kuvio 6.)



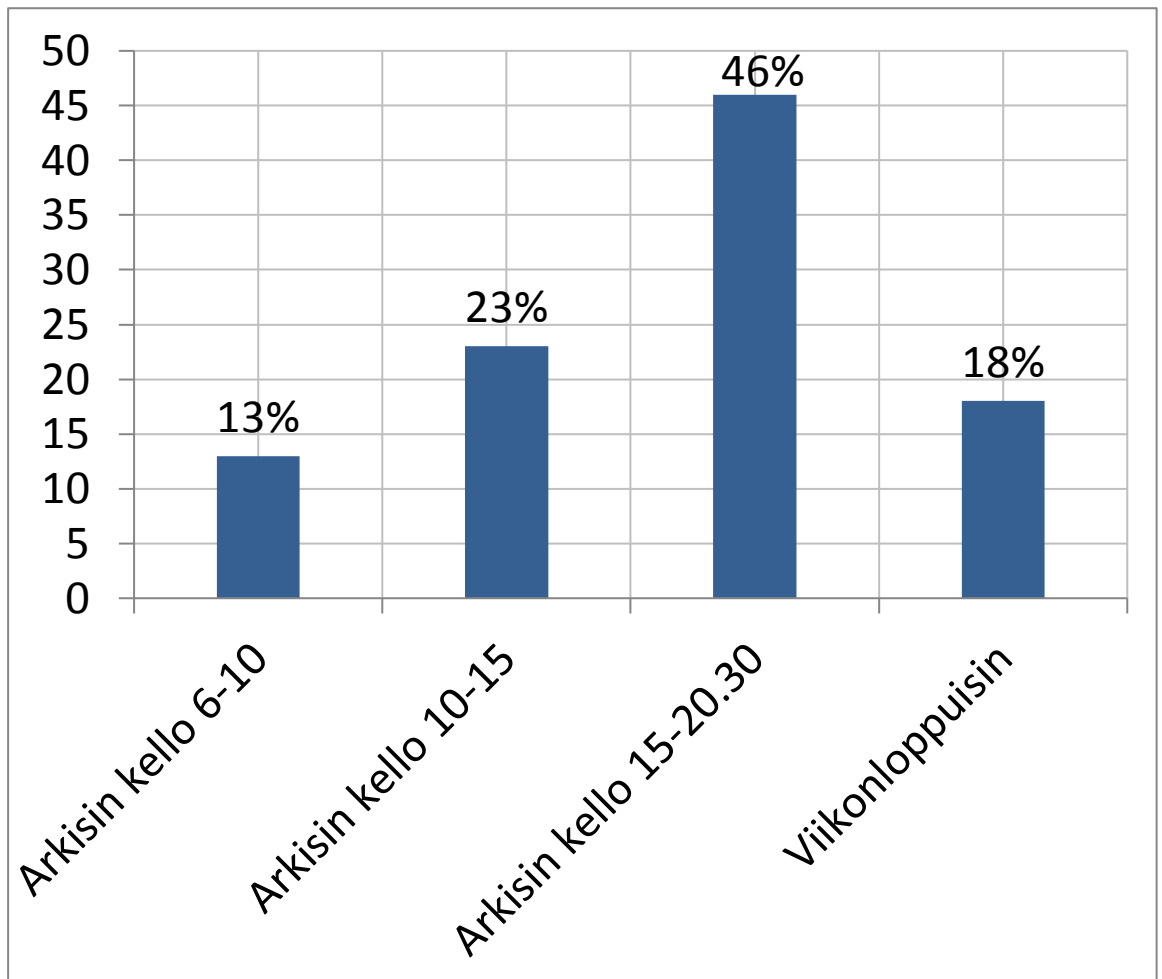
Kuvio 6. Asiakastyytyväisyystutkimukseen vastanneiden elämäntilanne (n = 209).

Kuviosta 7 käy ilmi, että vastaajista 44 % käyttää Kaukaveden palveluita useamman kerran viikossa. Päivittäin palveluita käyttää vastaajista 4 %. Kuitenkin suurin osa, yhteensä 55 %, vastaajista käyttää palveluita kerran viikossa, kuukausittain tai harvemmin.



Kuvio 7. Asiakastyytyväisyystutkimukseen vastanneiden käyttöaktiivisuus Kaukaveden palveluiden osalta (n = 212).

Asiakastyytyväisyystutkimukseen vastanneista 46 % on Kaukaveden palveluiden iltakäyttäjiä. Toiseksi eniten (23 %) vastanneista käytti Kaukaveden palveluita arkin kello 10–15 välisenä aikana. Palveluita arkiamuisin kello 6-10 vastanneista oli 13 % ja viikonloppukäyttäjiä oli 18 %. Vastauksista selvisi, että enemmistö (55 %) käytti Kaukaveden palveluita pääsääntöisesti ystävän tai perheen kanssa. Pääsääntöisesti yksin palveluita käyttäviä vastaajista oli 42 %. Vastaajista uima- tai urheiluseuran vuorolla kävijöitä oli kaksi prosenttia ja oma asiakkaan / ohjaajan / avustajan kanssa kävijöitä oli yksi vastaaja eli kaikista vastaajista 0,5 %. Kaksi vastaajaa jätti vastaamatta tähän kohtaan. (Kuvio 8.)

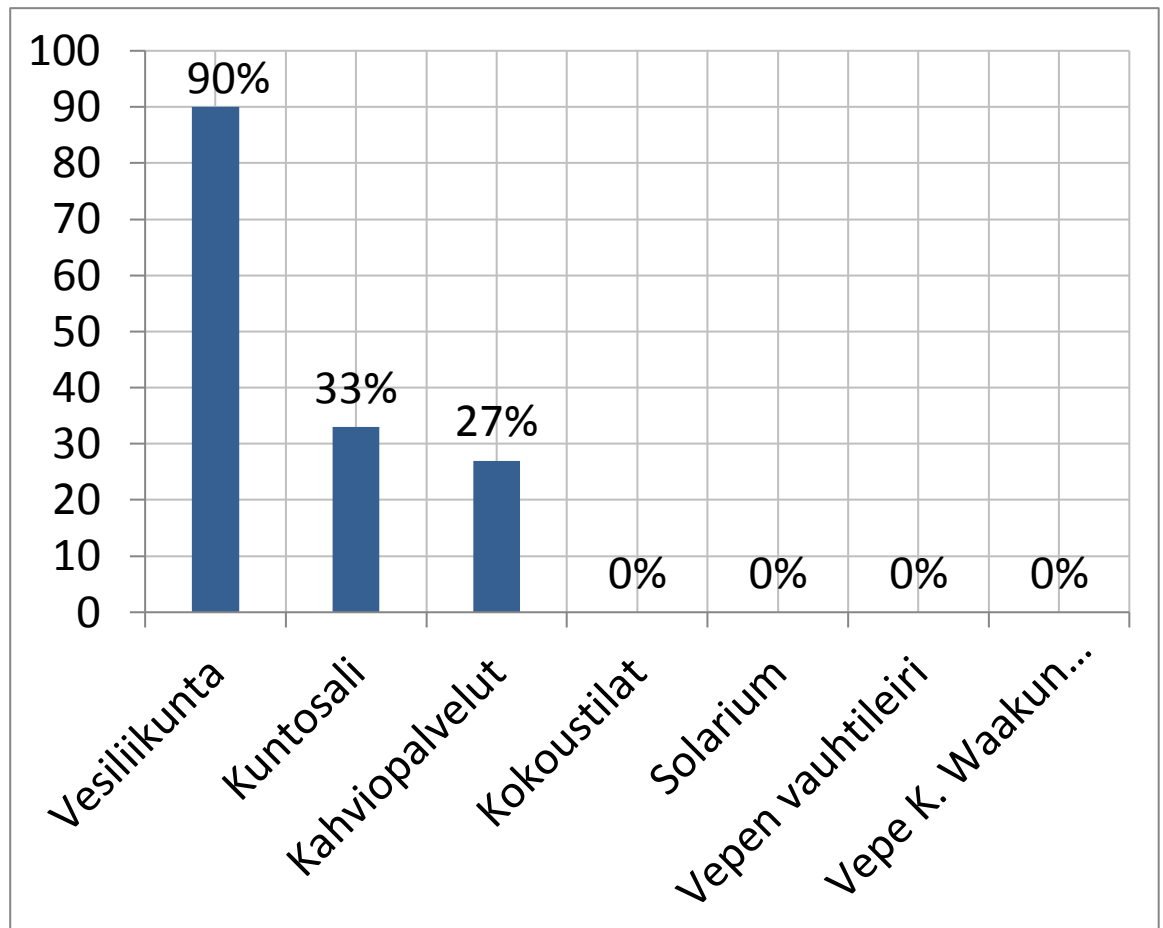


Kuvio 8. Asiakastyytyväisyystutkimukseen osallistuneiden Kaukaveden palveluiden pääsääntöinen käyttöajankohta (n = 212).

8.1 Käyttäjäryhmät eri palveluiden osalta

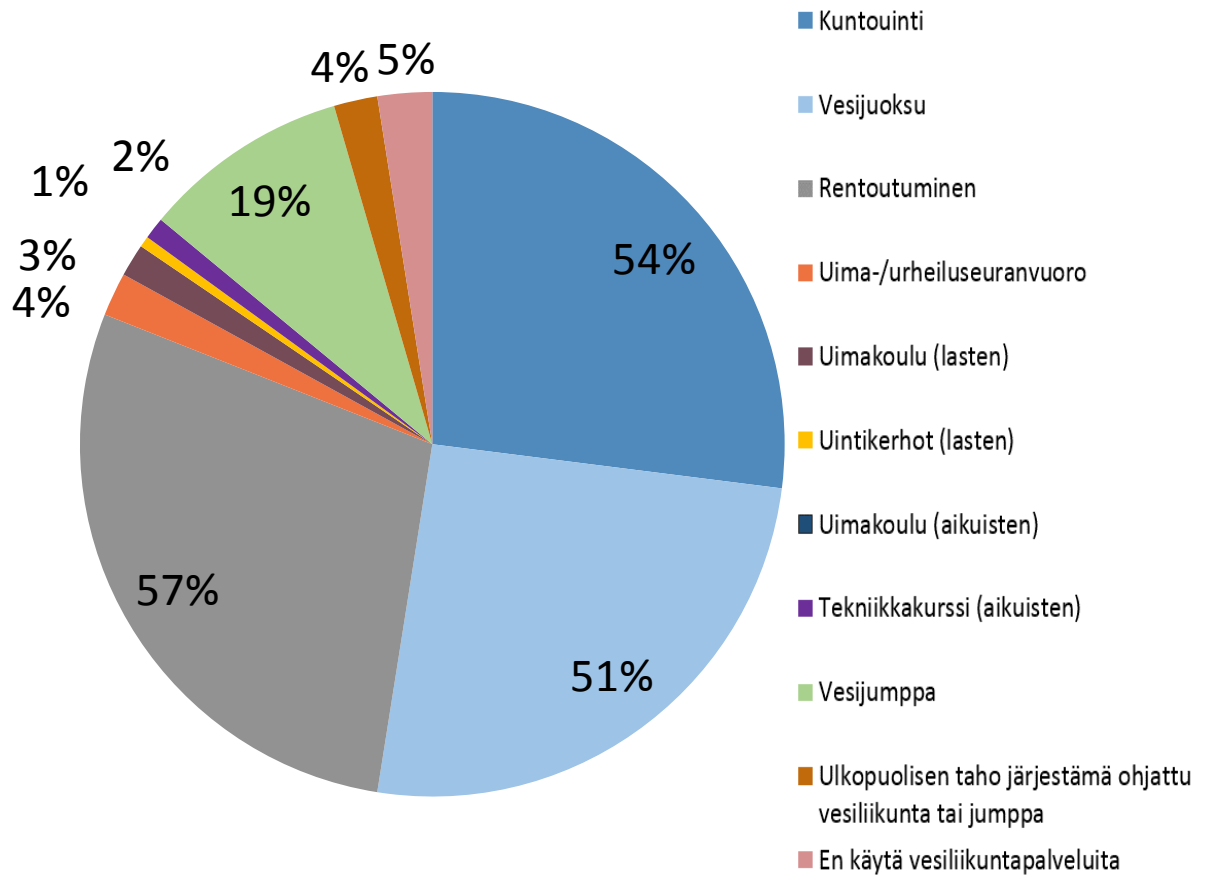
Kaukaveden palveluista käytetään asiakastyytyväisyystutkimuksessa saatujen tulosten mukaan eniten vesiliikuntapalveluita (90 %) ja seuraavaksi suosituin palvelu oli kuntosali (33 %). Muita Kaukaveden palveluita käytetään tulosten mukaan seuraavanlaisesti: kahviopalvelut 27 % ja kokoustilat, solarium sekä Vepen vauhtileiri kaikista 0,5 %. Vastausvaihtoehdoista Vepe K. Waakun synttäripaket-

tiin ei tullut yhtään vastausta. Tähän kysymykseen oli mahdollista vastata useampi kuin yksi vaihtoehto. (Kuvio 9).



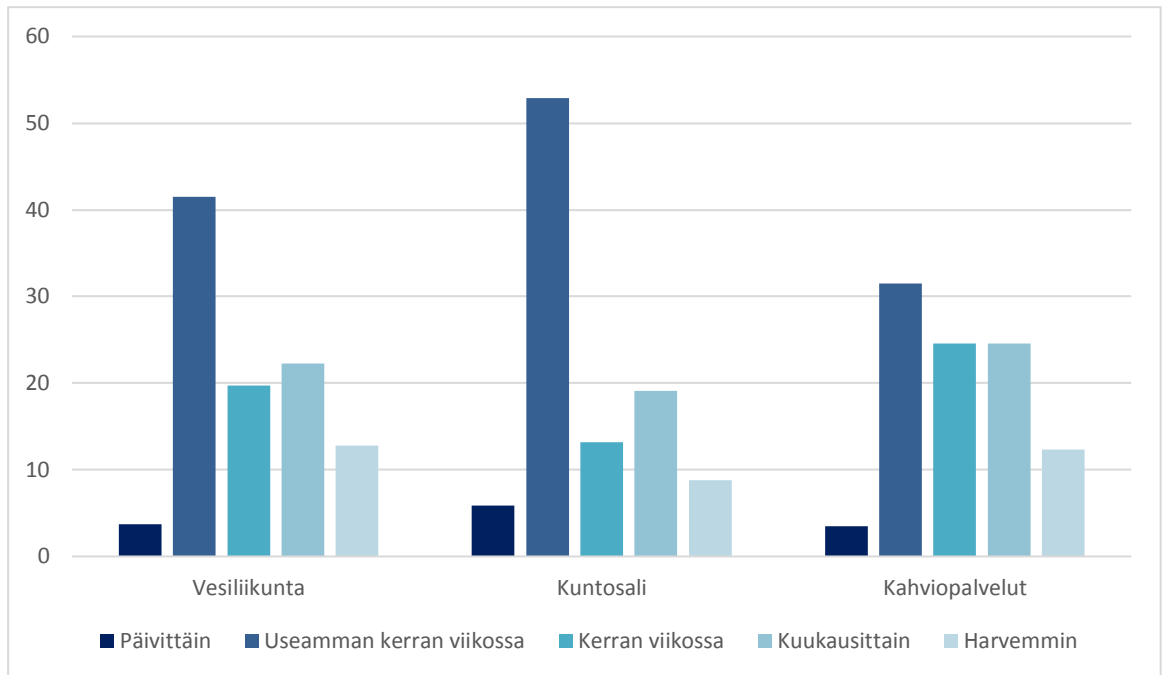
Kuvio 9. Käyttäjät eri palveluiden osalta (n = 209).

Vesiliikuntapalveluista kolme käytetyintä osa-aluetta olivat rentoutuminen 57 %, kuntouinti 54 % ja vesijuoksu 51 %. Tähän kysymykseen vastaajalla oli mahdollisuus valita useampi kuin yksi vaihtoehto. Seuraavaksi eniten vastanneista käytti vesijumpaa (19 %). Muita vesiliikuntapalveluita käytettiin suhteessa vähemmän verrattuna edellisiin. Tähän syynä voi olla esim. uimakoulujen ja –kerhojen rajoitettu osallistujamäärä ja satunnaiset ajankohdat, jolloin kyseisiä palveluita on tarjolla. Vastausvaihtoehto aikuistenuimakoulu ei saanut vastauksia. (Kuvio 10.)



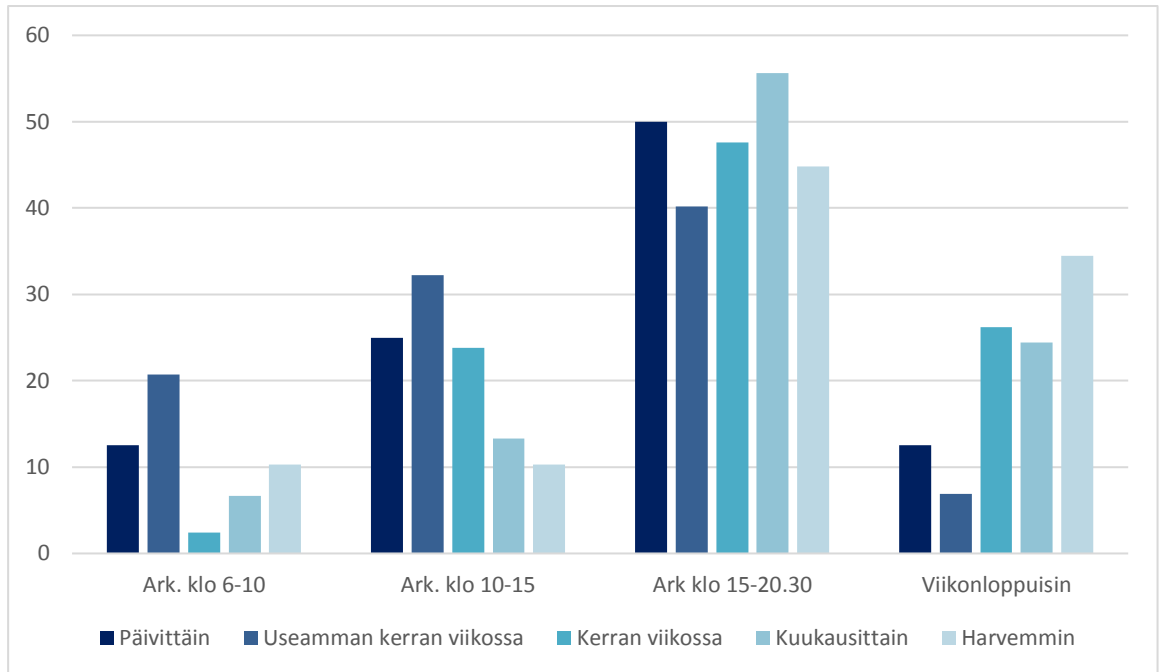
Kuvio 10. Vesiliikuntapalveluiden käyttö (n = 203).

Tutkimuksessa saatujen tulosten perusteella ristiintaulukoimalla vertailtiin eri palveluiden käyttöä aktiivisuuden mukaan (kuvio 11). Tässä kävi ilmi, että sekä vesiliikunnan, kuntosalin ja kahviopalveluiden osalta päivittäin Kaukaveden palveluita käyttäviä oli selvä vähemmistö. Sekä vesiliikunta- että kuntosalipalveluita käyttävät ovat enimmäkseen useamman kerran viikossa Kaukaveden palveluita käyttäviä. Kerran viikossa, kuukausittain tai harvemmin Kaukaveden palveluita käyttäviä oli vesiliikunnan osalta hieman enemmän kuin kuntosalin osalta. Kahviopalveluita käytettiin kaikkien osalta melko tasaisesti, pois lukien päivittäin palveluita käyttävät. Yhteenvedona tästä voidaan tulkita, että useamman kerran viikossa palveluita käyttäviä asiakkaita on enemmistö kaikkien palveluiden osalta. (Kuvio 11.)



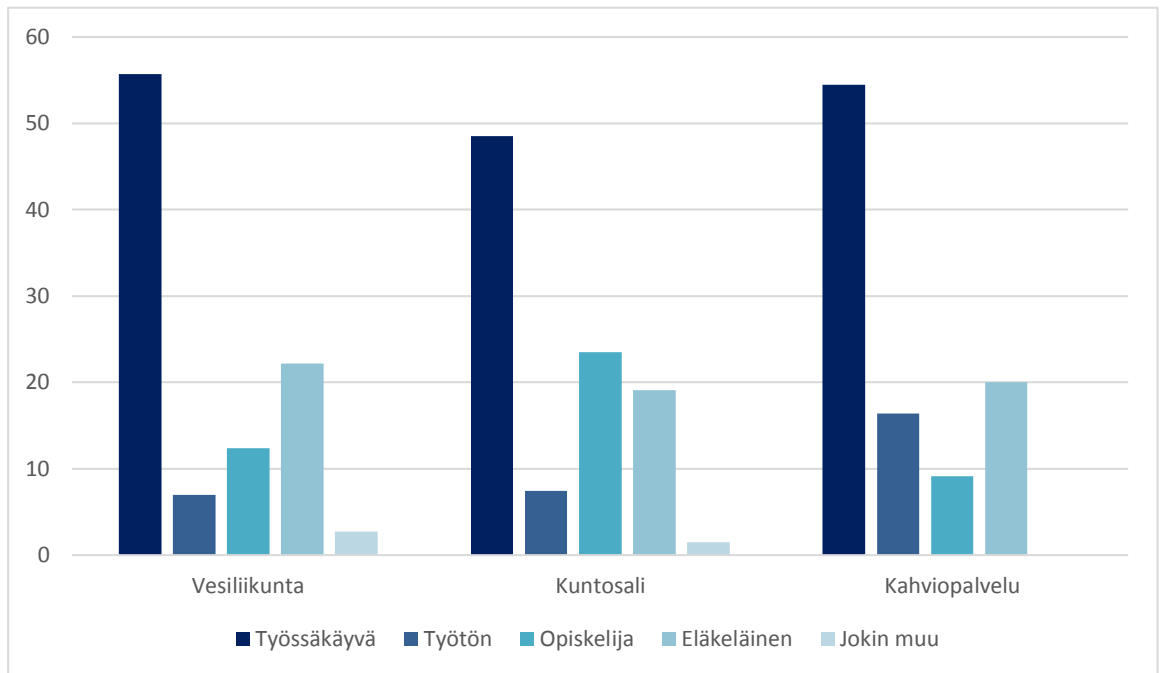
Kuvio 11. Palveluiden käyttöaktiivisuus.

Kuviosta 12 käy ilmi, että suosituin käyttöaika on arkisin klo 15–20.30 kaikkien käyttäjien osalta. Aktiivikäyttäjät eli päivittäin tai useamman kerran viikossa käyttäjät suosivat arki-aikoja, sitä vastoin viikonloppuisin suurin osa on harvemmin palveluita käyttävä asiakasryhmä eli kerran viikossa, kuukausittain tai harvemmin kävijöitä.



Kuvio 12. Eri käyttäjäryhmien suosimat käyttöajankohdat.

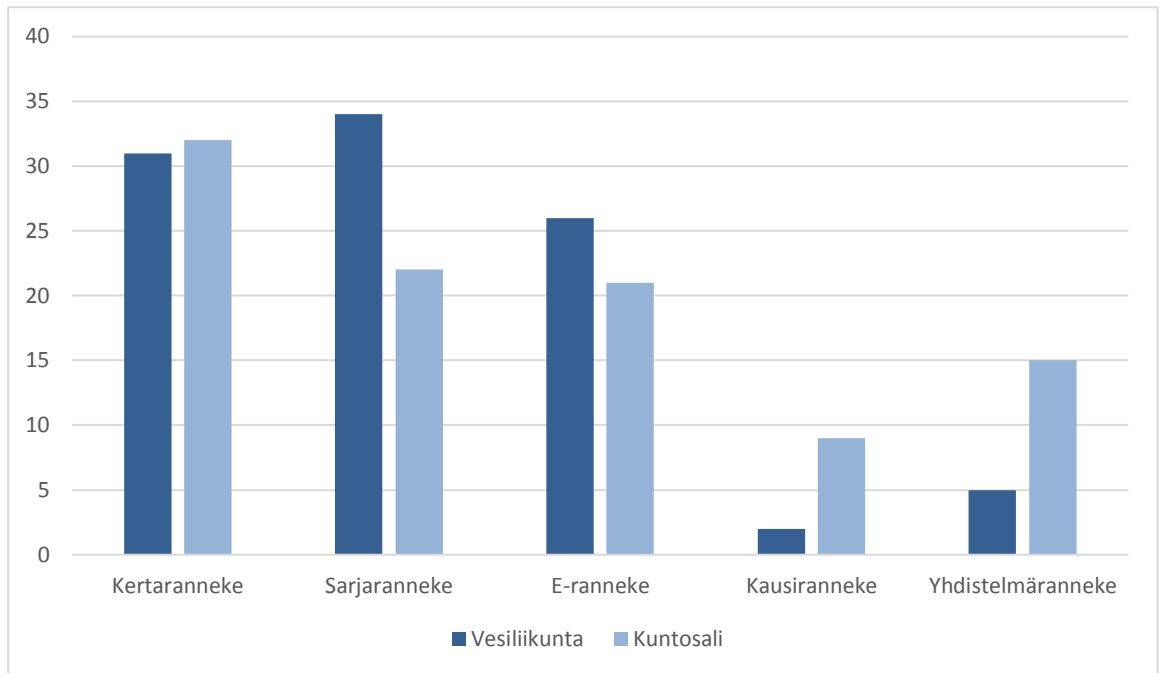
Enemmistö sekä vesiliikunta-, kuntosali-, että kahviopalveluita käyttävistä on työssäkäyviä. Vesiliikunnan osalta seuraavaksi eniten palveluita käyttävät eläkeläiset ja opiskelijat, työttömät ja jossain muussa elämäntilanteessa olevat. Kuntosalin osalta työssäkäyvien jälkeen seuraavaksi aktiivisin käyttäjäryhmä on opiskelijat, eläkeläiset, työttömät ja jossain muussa elämäntilanteessa olevat. Kahviopalveluiden osalta eläkeläiset ja työttömät ovat suurin käyttäjäryhmä työssäkäyvien jälkeen, kun taas opiskelijat käyttävät tätä palvelua vähemmän. (Kuvio 13.)



Kuvio 13. Palveluiden käyttö elämäntilanteen perusteella.

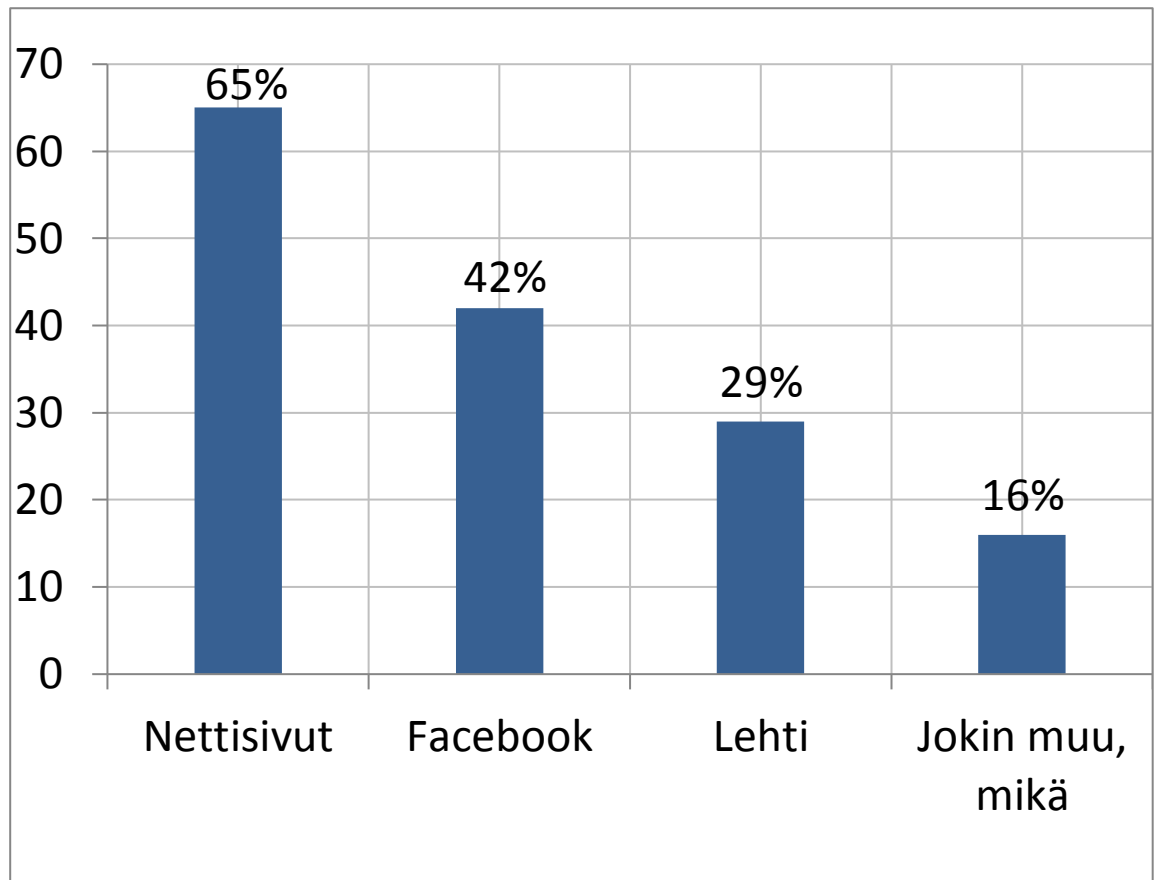
Kaukaveden vesiliikuntapalveluita käytetään asiakastytyväisyystutkimuksessa saatujen tulosten perusteella eniten sarjarannekkeella (34 %). Seuraavaksi eniten käytetään kertaranneketta (31 %) ja e- ranneketta (26 %). Yhdistelmäranneketta käytetään viiden prosentin osalta vastaajista sekä kausiranneketta yhteensä kaksi prosenttia kaikista vastaajista. Uima- tai urheiluseuran rannekkeita käytettiin yhden prosentin osalta. (Kuvio 14.)

Kaukaveden kuntosalipalveluita käytetään eniten kertarannekkeella (32 %) ja sarjarannekkeella (22 %). E-rannekkeella kuntosalipalveluita käyttäviä oli 21 %. Yhdistelmärannekkeella kuntosalipalveluita käyttäviä oli 15 %. Kausirannekkeella kuntosalipalveluita käytti yhteensä 9 % ja uima- tai urheiluseuranranneketta käytti yksi prosentti vastaajista. (Kuvio 14.)



Kuvio 14. Palveluiden käyttö eri rannekevaihtoehdoilla (vesiliikunta n = 204, kuntosali n = 81).

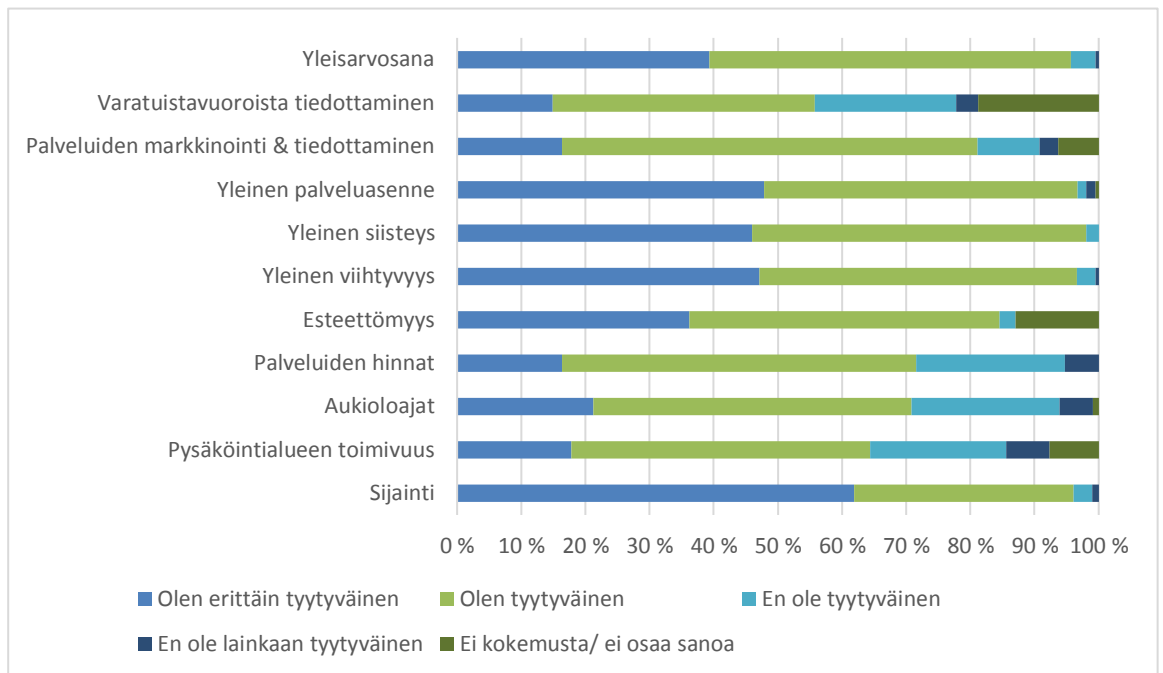
Tietoa Kaukaveden palveluista ja ajankohtaisista asioista oli saatu asiakastytyväisyystudkimuksen mukaan eniten nettisivuilta (65 %) ja seuraavaksi eniten Facebookista (42 %) ja kolmanneksi eniten lehdestä (29 %). Muita tahoja (16 %) joista tietoa oli saatu, olivat muun muassa työntekijät ja henkilökunta, sähköposti, puskaradio, Kaukavedestä paikanpäällä, kassa, toimisto/aulainfo, kokemus, tuttavat ja ystävät, moniste, Instagram, Kaukaveden ständi, radio ja kunto-ohjaaja. (Kuvio 15.)



Kuvio 15. Mistä käyttäjät olivat saaneet tietoa Kaukaveden palveluista ja ajan-kohtaisista asioista (n=202).

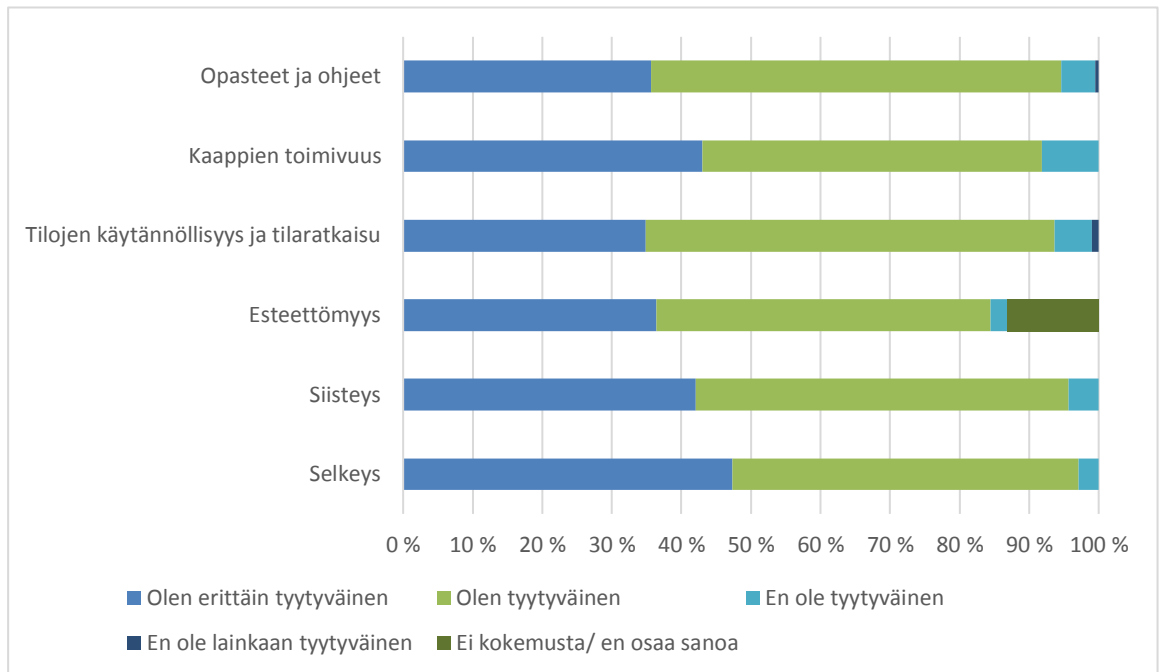
8.2 Asiakastyytyväisyys eri palveluissa ja niiden välillä

Kuviosta 16 käy ilmi, että pääsääntöisesti asiakkaat ovat Kaukaveden erittäin tyytyväisiä tai tyytyväisiä yleisarvosanan ja sijainnin osalta. Asiakaskunnassa tyytymättömyyttä esiintyy yleisten tekijöiden osalta eniten aukioloja, palveluiden hintoja ja pysäköintialueen toimivuutta kohtaan. (Kuvio 16.)



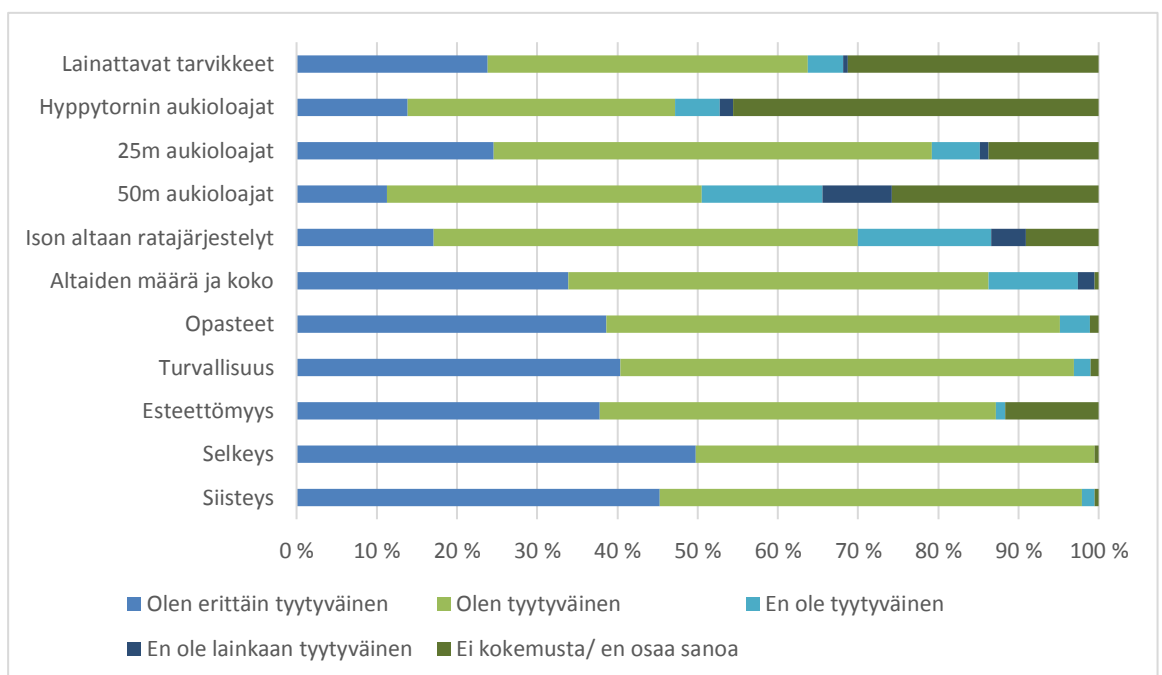
Kuvio 16. Tyytyväisyys yleisiin tekijöihin vesiliikuntakeskus Kaukavedessä ja sen toiminnassa.

Asiakkaat ovat pääsääntöisesti erittäin tyytyväisiä tai tyytyväisiä kaikkiin osaluaisiin puku-, suihku-, ja saunatiloissa kuvion 17 mukaan. Poikkeamaa on kohdassa kaappien toimivuus, jossa 8,2 % on vastannut olevansa tyytymätön. Vain kohtiin opasteet ja ohjeet sekä tilojen käytännöllisyys ja tilaratkaisu, muutama on vastannut olevansa täysin tyytymättömiä.



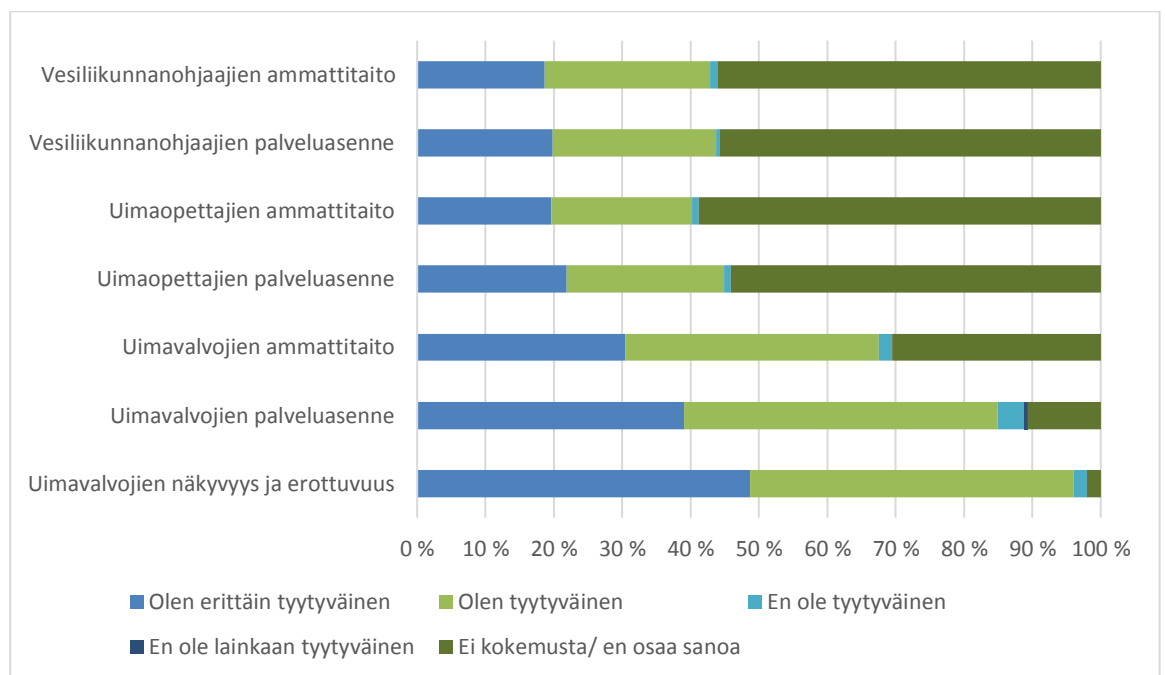
Kuvio 17. Tyytyväisyys puku-, suihku-, ja saunatiloihin.

Tyytyväisimpiä asiakkaat olivat kuvion 18 mukaan opasteihin, turvallisuuteen, selkeyteen ja siisteysteen. Eniten tyytymättömyyttä aiheuttavat 50 metrin aukiolot, ison altaan ratajärjestelyt sekä jonkin verran altaiden määrä ja koko.



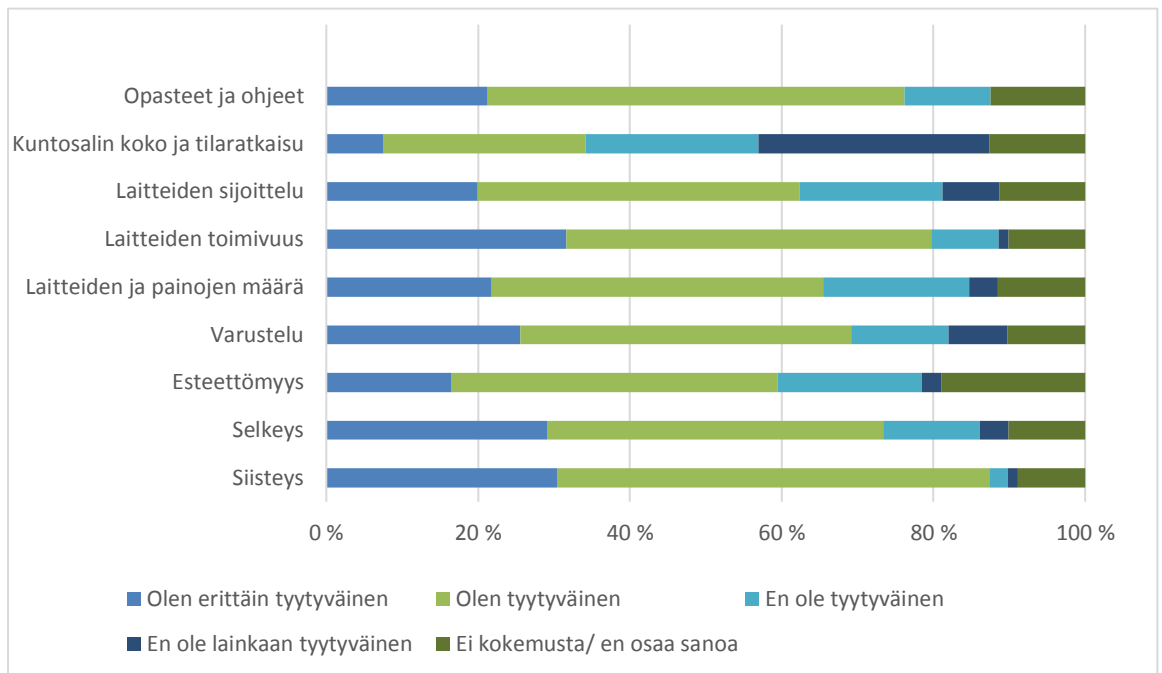
Kuvio 18. Tyytyväisyys allasosastoon.

Asiakkaat ovat olleet kaikissa kohdissa erittäin tyytyväisiä tai tyytyväisiä allasosaston henkilökuntaan. Vain pieni (3,9 %) tyytymättömyys nousee kohdassa uinninvalvojen palveluasenne. Muissa kohdissa tyytymättömyys on vain prosentin verran. (Kuvio 19.)



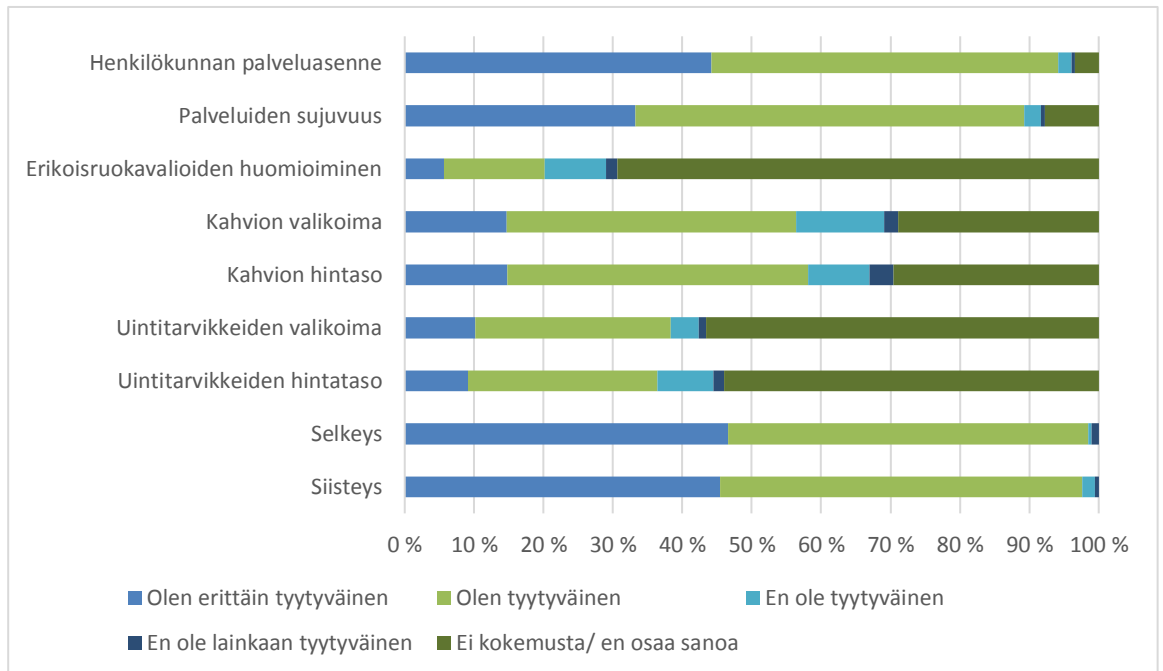
Kuvio 19. Tyytyväisyys allasosaston henkilökuntaan.

Kuviossa 20 asiakkaat olivat pääsääntöisesti tyytyväisiä kuntosaliin. Koko ja tilaratkaisu, laitteiden sijoittelu sekä varustelu ovat suurimmat tyytymättömyyden tekijät. Kuntosalin koko ja tilaratkaisu oli ainoa osa-alue, jossa esiintyi suuremmalta osin myös vastausvaihtoehtona ollutta ”en ole lainkaan tyytyväinen” vastauksia.



Kuvio 20. Tyytyväisyys kuntosaliin.

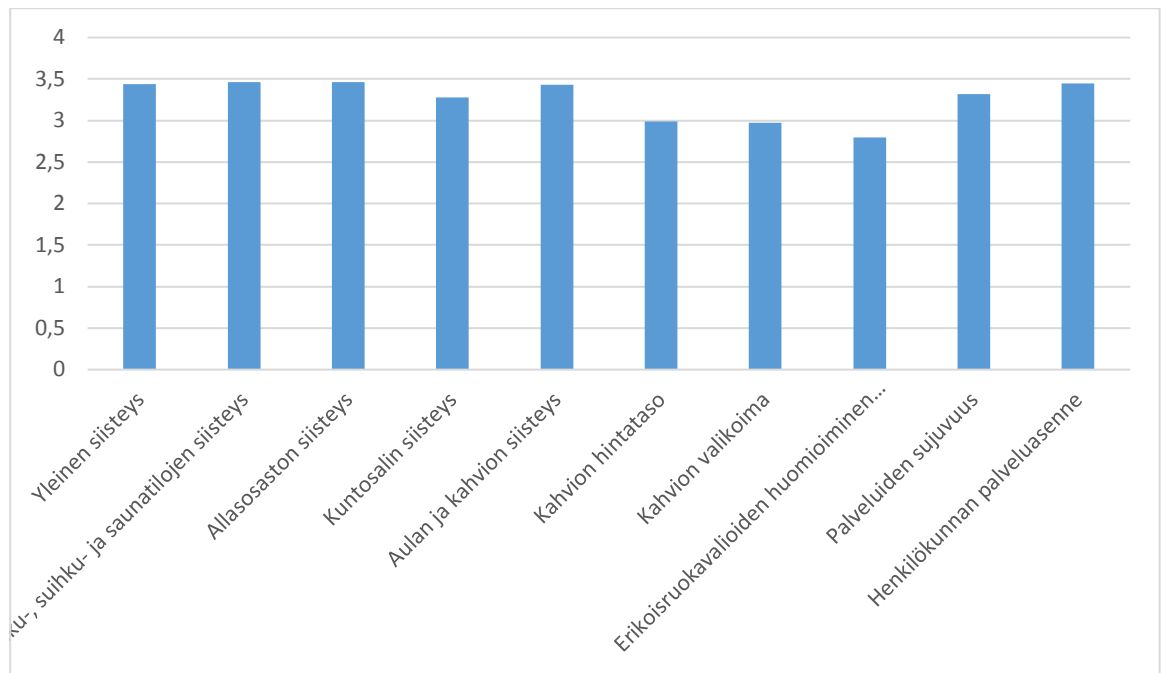
Kuviosta 21 käy ilmi, että asiakkaat ovat suurimmaksi osaksi erittäin tyytyväisiä ja tyytyväisiä henkilökunnan palveluasenteeseen, palveluiden sujuvuuteen, selkeyteen ja siisteys. Tyytymättömyyttä on jonkin verran kohdissa sekä kahvion että uintitarvikkeiden valikoimaan ja hintatasoon. Erityisruokavalioiden huomioiminen, uintitarvikkeiden valikoima ja uintitarvikkeiden hintataso olivat kohtia, joista suurimmalla osalla vastanneista ei ole kokemusta asiasta tai eivät ole käyttäneet kyseistä palvelua.



Kuvio 21. Tyytyväisyys lipunmyynti-, ja kahviopalveluihin.

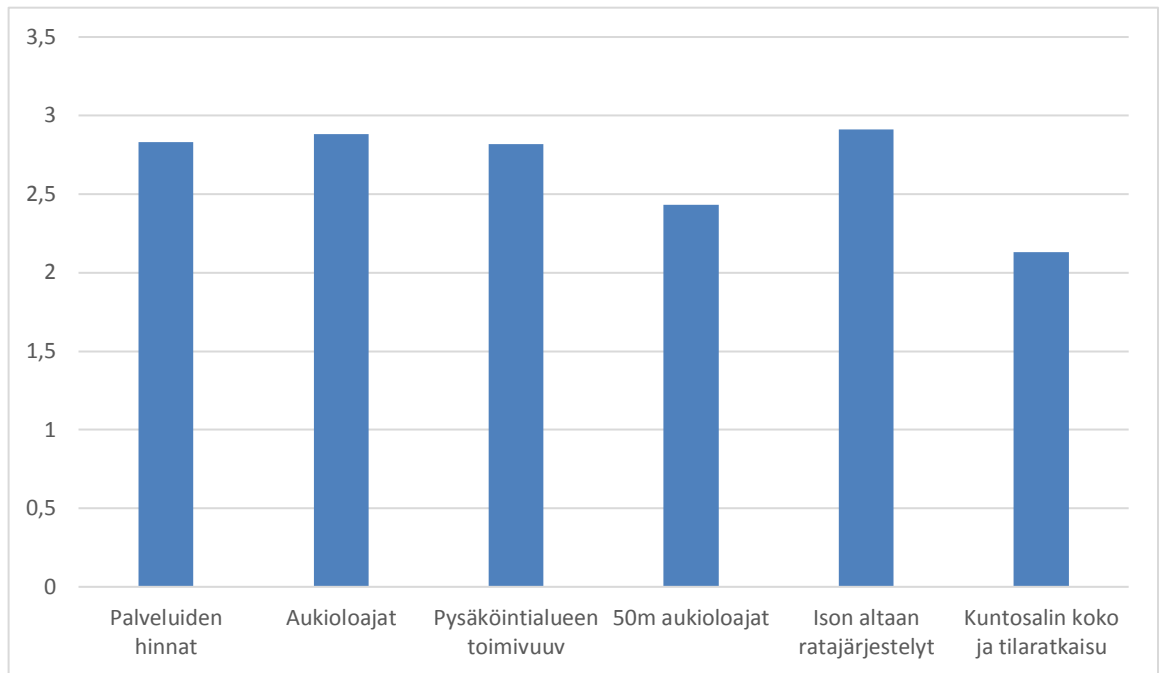
8.3 Yhteenveto tuloksista

Kajaanin liikelaitoksen Mamsellin tarjoamien palveluiden keskiarvo on hyvä (3,46–2,88). Parhaat arvosanat saivat yleinen siisteys, puku-, suihku-, ja saunatilojen siisteys, allasosaston siisteys sekä henkilökunnan palveluasenne. Kahvion hintataso, kahvion valikoima sekä erikoisruokavalioiden huomioiminen valikoimassa olivat ainoita alle arvosanan 3 saaneet kohdat. (Kuvio 22).



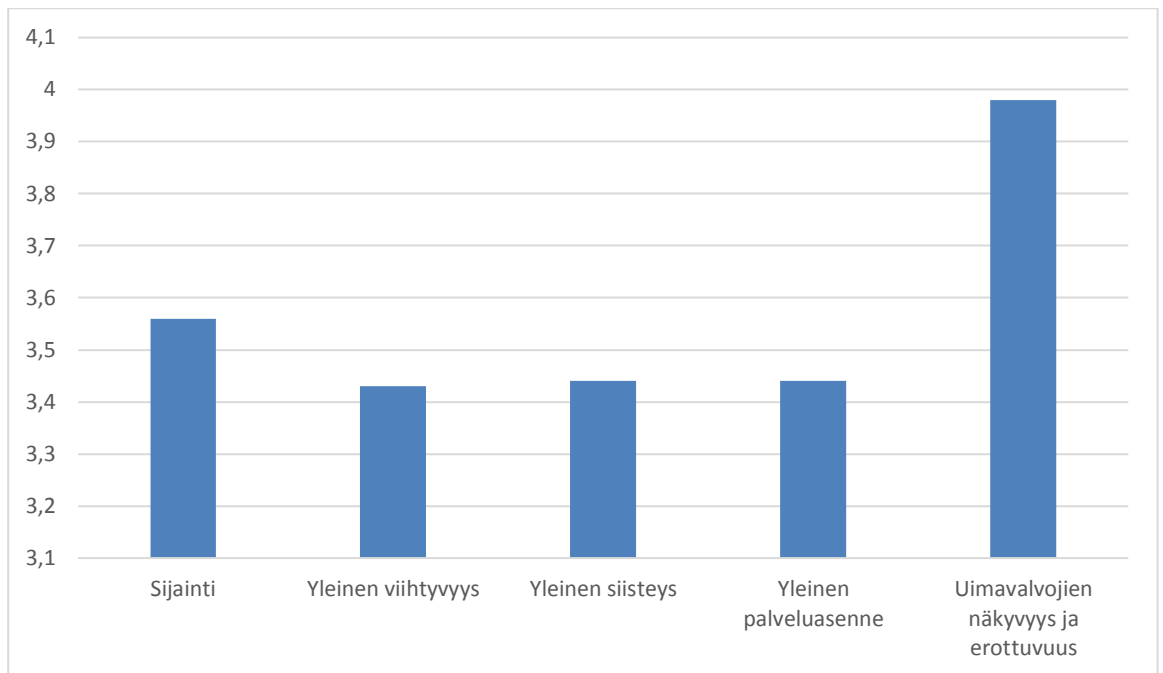
Kuvio 22. Mamsellin tarjoamat palvelut.

Keskiarvoltaan eniten tyytymättömyyttä aiheuttavia yleisiä tekijöitä olivat palveluiden hinnat, aukioloajat ja pysäköintialueen toimivuus. Allasosaston puolelta pienimmät keskiarvot tulivat 50 metrin ratojen aukioloajoista ja ison altaan ratajärjestelyistä. Koko kyselystä pienimmän keskiarvon arvosanaltaan (2,13) sai kuntosalin koko ja tilaratkaisu. (Kuvio 23.)



Kuvio 23. Keskiarvoltaan eniten tyytymättömyyttä aiheuttaneet osa-alueet.

Kuviossa 24 on koottu yhteen taulukkoon asiakastyytyväisyyskyselyssä suurimman keskiarvon saaneet osa-alueet. Yleinen siisteys ja viihtyvyys olivat yleisesti ja eri osa-alueittain eriteltynä kohtia, joihin oltiin erittäin tyytyväisiä tai tyytyväisiä ja näin ollen niiden arvosanojen keski-arvot olivat korkeita. Kaukaveden sijainti, yleinen palveluasenne sekä erityisesti uimavalvojen näkyvyys ja erottuvuus keräsivät myös arvosanojen keski-arvoltaan korkeat lukemat.



Kuvio 24. Keskiarvoltaan suurimmat arvosanat tyytyväisyyden osalta.

8.4 Vapaamuotoinen palaute

Kyselyn lopussa oli mahdollista antaa vapaamuotoista palautetta ja kehitysehdotuksia (Liite 2). Vapaamuotoisen palautteen perusteella tyytymättömyyden osalta esille nousee samoja asioita, joita varsinaisen kyselyinkin tulokset kertovat. Kehuja saivat ne osa-alueet, jotka myös varsinaisten tulosten osalta olivat pääosin joko erittäin tyytyväisiä tai tyytyväisiä vastauksia keränneitä kohtia.

Palautetta oli annettu paljon parkkialueesta ja sen toimimattomuudesta sekä aukioloajoista. Erityisesti toivottiin pidempiä aukioloaikoja illasta, viikonloppuisin ja juhlapyhinä. Myös palveluiden hinta-tasoa pidettiin yleisesti korkeana. Kuntosalin koko ja ruuhkaisuus saivat negatiivista palautetta ja kehitysideoita jonkin verran. Asiakkaiden puutteellisia peseytymistottumuksia ja hajusteiden käyttöä kritisoitiin muutamien palautteiden osalta, sekä annettiin myös kehitysehdotuksia asian parantamiseksi. Yleisesti ottaen Kaukavesi sai avoimen palautteen osalta paljon kehuja varsinkin viihtyvyyden, siisteyden ja yleisilmeensä osalta.

9 POHDINTA

Tässä osuudessa pohditaan yhteenvetona johtopäätöksiä saaduista tuloksista sekä kehittämisideoita toiminnan suhteen. Lisäksi käsitellään tutkimuksen toteuttamista kokonaisuutena sekä sen onnistumista, tutkimuksen luotettavuutta ja eettisyyttä sekä omaa ammatillista kehittymistä.

Vesiliikuntayrityksissä on jonkin verran toteutettu asiakastyytyväisyystutkimuksia, joten tietolähteitä ja vertailukohteita oli saatavilla. Näiden pohjalta otimme jonkin verran esimerkkejä ja vinkkejä siihen, mitä tutkimuksen toteuttamisessa tulee erityisesti ottaa huomioon ja onko joitain tiettyjä asioita jotka ovat nousseet esille kehityskohteina vastaavanlaisissa tutkimuksissa.

Tutkimusmenetelmänä käytettiin kvantitatiivista menetelmää. Tutkimus toteutettiin kyselylomakkeella, joka sisälsi vaihtoehtovastauksia. Kyselylomakkeen loppuun laitettiin myös avoimen palautteen antomahdollisuus. Avoimia palautteita ei kuitenkaan analysoitu tarkemmin opinnäytetyössä, vaan niistä koottiin ainoastaan lyhyt yhteenveto, sillä ne tulivat pääasiallisesti vain työn toimeksiantajan käyttöön.

Tutkimusmenetelmä valittiin tutkimuksen toteuttamiseksi kohtuullisen suureksi oletetun vastausmäärän perusteella. Aiemmin jo vanhan uimahallin aikaan toteutettujen kyselyiden vastausmäärä oli ollut useita satoja ja nyt uuden vesiliikunta-keskuksen käyttäjämäärä on moninkertaistunut. Tutkimusmenetelmien avulla voidaan mm. eritellä eri käyttäjäryhmien asiakastyytyväisyyttä käytettyjen palveluiden osalta ja niiden välillä. Tavoitteena on erotella saatua palautetta eri otoksien perusteella. Näitä otoksia ovat esim. hintaluokan perusteella, aktiivisuuden mukaa ja käyttäjäryhmien avulla.

Tutkimuksen vastauksia saatiin loppujen lopuksi 216 kappaletta eli määrä jäi suhteellisen vähäiseksi ennako-odotusten perusteella. Vastausmäärä oli kuitenkin sen verran kattava, että tutkimusta voidaan pitää luotettavana ja toistetta-

vissa olevana. Jatkotutkimuksia ajatellen tutkimuksesta tiedottamiseen ja tutkimuksen markkinointiin tulisi kiinnittää erityisesti huomiota, mikäli vastausmäärää haluttaisiin kasvattaa. Tämän tutkimuksen kohdalla saattoi olla, että kohderyhmään kuuluvat eivät olleet tietoisia tutkimuksesta ja samaan aikaan oli käynnissä Suomen Uimaopetus ja Hengenpelastusliiton (SUH) ”Ui Kesäksi Kuntoon” –kampanja, joka vei oman osuutensa näkyvyydestä paikan päällä Kaukavedessä. Myös sähköisen lomakkeen markkinointia ja näkyvyyttä tulisi tehostaa jatkoa ajatellen, jotta asiakkaan löytäisivät helpommin linkin kyselyyn.

Kyselylomakkeen pituus oli haastava toteutuksen kannalta, koska haluttiin saada mahdollisimman kattavasti vastauksia eri osa-alueittain ja näin ollen kyselyn lopullinen pituus oli useamman sivun verran. Tämä saattaa joiden vastaajien kohdalla vaikuttaa vastaushalukkuuteen. Jatkoa ajatellen, kannattaisi ehkä toteuttaa yleisen kyselyn lisäksi tiettyjen osa-alueiden asiakastytyväisyystutkimus erillisenä, jolloin itse kyselystä saataisiin lyhyempi ja sitä myötä mahdollisesti myös enemmän vastauksia. Myös tulokset saataisiin tällöin kohdistettua vain tiettyyn osa-alueeseen ja sen kehittämiseen.

9.1 Johtopäätökset tutkimuksen tuloksista

Tutkimuksen tuloksista käy ilmi, että pääsääntöisesti asiakkaat ovat erittäin tyytyväisiä tai tyytyväisiä Kajaanin vesiliikuntakeskus Kaukaveden toimintaan ja palveluihin. Tutkimukseen osallistuneet olivat laajasti eri ikä- ja käyttäjäryhmistä sekä käyttivät vesiliikuntakeskuksen palveluita eri aktiivisuustason mukaan. Tämä oli hyvä asia, sillä näin saatiin tulokset kattamaan asiakastytyväisyyttä laajalaisemmin eri palveluiden ja eri käyttäjäryhmien osalta. Tutkimukseen osallistuneita oli myös useammasta eri ikäluokasta ja eri elämäntilanteissa olevista asiakkaista, joten tämän avulla voidaan jatkossa räätälöidä palveluita tarkemmin vastaamaan eri kohderyhmien odotuksia ja tarpeita.

Tyytymättömyyttä aiheuttaviksi tutkimuksen tuloksissa nousi esille parkkialueen toimimattomuus, aukioloajat ja palveluiden hintataso. Kuntosalin koko ja tilarat-

kaisu aiheutti melko paljon asiakkaiden tyytymättömyyttä, joten tähän kannattaisi erityisesti panostaa toiminnan ja palveluiden kehittämisessä.

Voidaan kuitenkin olettaa, että toiminnan kannalta tärkeimmät pääpisteet vesiliikuntakeskuksessa kuitenkin olivat pääosin kunnossa ja asiakkaat olivat tyytyväisiä allasosastoon, henkilökuntaan sekä turvallisuuteen.

Keskiarvoja tyytyväisyyden osalta tarkasteltaessa erityisesti uimavalvojen näkyvyys ja erottuvuus on hyvällä mallilla (3,98). Myös muut suuren tyytyväisyyden osa-alueet eli siisteys, viihtyvyys, palveluasenne ja sijainti olivat yli keskiarvoltaan yli 3 (asteikolla 1-4).

Keskiarvoja tyytymättömyyttä aiheuttavien tekijöiden osalta tarkasteltaessa käy kuitenkin ilmi, ettei mikään osa-alue oli radikaalisti keskiarvoltaan huonolla tasolla. Kaikki arvosanojen keskiarvot myös eniten tyytymättömyyttä aiheuttavista tekijöistä olivat yli 2 lähes 2,5 (asteikolla 1-4).

9.2 Palveluiden kehittäminen

Saatujen tulosten perusteella vesiliikuntakeskuksen toimintaa tulisi kehittää asiakaslähtöisesti aukioloaikojen ja tiedottamisen perusteella. Yksi vaihtoehto saataisi olla aukioloaikojen muokkaaminen tietyin aikaväleihin, jotta löydettäisiin sekä toiminnan että asiakkaiden kannalta hyvä ratkaisu. Tiedottamisen suhteen olisi hyvä hyödyntää myös nykyaikaista sosiaalisen median ja sähköisten tiedotusvälineiden osuutta, unohtamatta perinteistä sanomalehteä ja tiedotusta paikan päällä.

Hintatason suhteen kehittämis ehdotuksena voisi olla esimerkiksi ajoittaiset kampanjat, joilla saataisiin houkutelua lisää asiakkaita sekä voitaisiin lisätä jo olemassa olevien asiakkaiden käyttöastetta. Markkinointia ja näkyvyyttä olisi hyvä lisätä, jotta saataisiin herätettyä asiakkaiden mielenkiintoa entistä enemmän se-

kä lisättäisiin asiakkaiden tietoisuutta vesiliikuntakeskuksen toiminnasta sekä mahdollisuuksista.

Kuntosalin toiminnan osalta olisi hyvä miettiä, voisiko tilaratkaisun muuttamisella sekä laitteiden ja painojen sijoittelulla parantaa asiakastytyvyyttä ja olisiko mahdollista kenties laajentaa kuntosalia isommaksi.

9.3 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttavat useat tekijät. Mielekkäimpiä tutkimukseen vaikuttavia tekijöitä ovat kvantitatiivisessa tutkimuksessa kuinka otos edustaa perusjoukkoa ja mittaamisessa on minimoitu virheiden mahdollisuus. Opinäytetyön luotettavuuden kannalta tärkeää on arvioida tutkimusmenetelmiä, niiden toteutustapaa ja toteuttamista sekä kuinka hyvin nämä toimivat kyseisessä tutkimuksessa. Toteutustapaan lukeutuvat tavoitteiden saavuttaminen sekä aineistokerääminen. Tässä työssä tutkimus menetelmänä oli kvantitatiivinen menetelmä ja aineisto kerättiin kyselylomakkeella.

Asiakastytyvyytutkimuksessa luotettavuutta lisää suuri otanta. Tässä tutkimuksessa vastauksia tuli 216, mikä on verrattain vähän verrattuna vuosittaiseen kävijämäärään yli 200 000 (Kainuun Sanomat, 2015). Kuitenkin vastauksia saatiin tasaisesti eri käyttäjäryhmistä (aktiivikäyttäjät, harvemmin kävijät) mikä antaa kattavan kuvan Kaukaveden palveluiden käytöstä.

9.4 Tutkimuksen eettisyys

Tutkimusta toteutettaessa kohdataan tutkimuksen eettisyyteen liittyviä kysymyksiä. Tärkeimpiä eettisyyteen vaikuttavia tekijöitä ovat aiheen valinta, vastausten käsittely ja rehellisyys. Eettisyyden pohdinta alkaa jo aiheen valinta vaiheessa, sillä tutkimukseen tekoon ja valintaan vaikuttaa kenen ehdoilla tutkimus toteutuu (Hirsjärvi ym. 2009, 26–27). Tämän tutkimusaiheen valinnassa kohtasivat tekijöi-

den oma tausta ja mielenkiinto aiheeseen sekä opinnäytetyön tilaajan tarve aiheelle, sillä uuteen uimahalliin ei ollut aiemmin tehty kattavaa kyselyä.

Kysely oli avoinna vapaaehtoisille vastaajille ja tutkimuksen alkuun laadimme vastaajille saatekirjeen, missä vakuutimme annettavien tietojen pysyvän nimetöminä ja luottamuksellisina sekä vastausten tulevan vain tutkimuksen toteuttajien nähtävillä. Paperiset lomakkeet hävitettiin asianmukaisesti niiden käsittelyn jälkeen. Osallistujia sai vapaaehtoisesti jättää yhteystietonsa arvonta varten. Tulokset on raportoitu huolellisesti ja tuloksia muuttamatta. Koko opinnäytetyöprosessin aikana pyrimme toimimaan eettisten periaatteiden perusteella eli tarkasti, rehellisesti ja huolellisesti.

Kyselylomakkeen selkeyteen tulisi jatkossa kiinnittää entistä enemmän huomiota. Vaikka kyselylomake pyrittiin tekemään mahdollisimman selkeäksi sekä helposti ymmärrettäväksi ja testattiin ennen kyselyn toteuttamista, siitä huolimatta muutamia vastauksia oli merkitty ohjeistuksesta poiketen tai oli tehty oma vastausvaihtoehto, eikä näitä täten pystytty huomioimaan lopullisissa tuloksissa.

9.5 Jatkotutkimusaiheet

Jatkotutkimusaiheina vesiliikuntakeskus Kaukavedessä voisi olla jonkin tietyn asiakasryhmän käyttäjätottumusten, toiveiden ja tarpeiden kartoittaminen, jotta palveluita voitaisiin kehittää tehokkaammaksi eri käyttäjäryhmien osalta.

Lisäksi säännöllinen asiakastyytyväisyyden mittaaminen ja tulosten vertaaminen myös jatkossa on tärkeä osa toiminnan ja kehittymisen kannalta.

Näyttäisi, että jatkotutkimuksia on laitettu jo vireille, sillä tekeillä on e-rannekkeella palveluita käyttävien asiakkaiden osalta.

9.6 Ammatillinen kehittyminen

Liikunnan yhteiskunta-, johtamis- ja yrittäjäosaamisen näkökulmasta tavoite oli saada asiakkaiden tarpeet ja toiveet kartoitettua vesiliikuntakeskuksen toiminnan kehittämisen kannalta sekä kehittää vesiliikuntakeskuksen toimintaa asiakaslähteisesti. Tavoitteet opinnäytetyöprosessiin muodostuivat pääosin tämän kompetenssin kautta.

Opinnäytetyön tavoitteisiin pedagogisen ja liikuntadidaktisen osaamisen näkökulmasta oli osata ottaa huomioon asiakastyytyväisyyskyselyssä vesiliikuntakeskuksen asiakaskunta sekä kehittää eri kohderyhmien palveluita ja tarjontaa. Pedagogiset ja liikuntadidaktiset tavoitteet tulivat esille erityisesti palveluiden osalta, jotka liittyvät uinninopetukseen ja – ohjaukseen. Tavoitteena oli, että näitä palveluita voidaan arvioida ja kehittää saatujen tulosten perusteella.

Opinnäytetyön tavoitteena oli myös päästä toteuttamaan tutkimusta ja analysoidaan tulosten perusteella tarvittavia kehityskohteita. Lisäksi tavoitteisiin kuului opinnäytetyöprosessin myötä luoda mahdollisia kontakteja työelämään.

Ammatillista kehittymistä tapahtui prosessin aikana jokaisella koulutusalamme kompetenssien osa-alueella. Ensimmäisen osa-alueen liikunnanyhteiskunta-, johtamis- ja yrittäjäosaamisen näkökulmasta saimme hyvin opinnäytetyön tilaajan toiveet ja tarpeet kartoitettua haluamalla laajuudella. Pedagogisen ja liikuntadidaktisen osaamisen näkökulmasta otimme huomioon kaikki asiakasryhmät tarjoamalla mahdollisuutta vastata kyselyyn sekä paperisena että sähköisenä versiona. Huomioimme kyselyssä uimahallin tarjoamaa pedagogista puolta kysymällä tarjotun uinninopetuksen laatua ja käyttäjien aktiivisuutta sen osallistumiseen. Tiedonkäsittely taidot kehittyivät molemmilla opinnäyttyöntekijöillä. Käsitelimme tuloksia osin suoraan Digiumin kautta sekä tarkempaa käsittelyä SPSS-tilasto-ohjelman välityksellä. Tämä on eduksi myös tulevaisuudessa, kun työssä tarvitaan isojenkin tietomassojen käsittelytaitoa.

Opinnäytetyön tekemisen kautta ymmärrämme mistä palveluntarjonta kokonaisuudessa koostuu ja osaamme kategorisoidusti ehdottaa tarvittavia muutoksia oikeille osa-alueille. Toivomme, että tämän tutkimuksen pohjalta vesiliikuntakeskus pystyy hyödyntämään saatuja tuloksia ja tekemään halutessaan toimenpiteitä sitä vaativille osille sen toiminnassa.

Asiakastyytyväisyys ei aiheena ollut haastava, mutta uuden, ison vesiliikuntakeskuksen kaikkien palveluiden ja osa-alueiden huomioiminen yhdessä kohtuullisen mittaisessa tutkimukseen yhdistettynä tilaan toiveisiin toi haasteita toteutukseen. Haastavuutta toi myös kyselyn tekeminen Digiumilla, sillä ohjelma ei ollut ennestään tuttu ja tutkimukseen tehty kysely piti saada lisäksi paperina versiona.

Uimahalli oli jo ennestään tuttu ympäristö työn ja vapaa-ajan kautta, mikä helpotti kokonaisuuden hahmottamista ja auttoi keskittymään muihin tutkimuksen osiin. Toisaalta ympäristöstä emme saaneet mitään uutta jatkoa ajatellen.

LÄHTEET

- Alaja, E. 2000. Arpapelää? Urheilumarkkinoinnin käsikirja. Jyväskylä: Gummerus
- Ala-Mutka, J. & Talvela, E. 2004. Tee asiakassuhteista tuottavia, Asiakaslähtöinen liiketoiminnan ohjaus. Jyväskylä: Gummerus
- Bergström, S. & Leppänen, A. 2003. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita
- Bergström, S. & Leppänen, A. 2008. Markkinoinnin maailma. Helsinki: Edita.
- Blythe, J. 2009. Key Concepts in Marketing. California: Sage
- Hayes, B. 1998. Measuring Customer Satisfaction – Survey Design, Use, and Statistical Analysis Methods. USA: ASQ
- Heikkilä, T. 2004 Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Publishing Oy
- Hirsjärvi, S. & Remes, P. & Sajavaara, P. 2009 (tai uudempi painos). Tutki ja kirjoita. Jyväskylä: Gummerus
- Kajaanin Kaupunki. 2016. Vesiliikuntakeskus Kaukavesi. Viitattu 23.2.2016 <http://www.kajaani.fi/palveluopas/liikunta/sisaliikuntapaikat-8>
- Kannisto, P. & Kannisto S. 2008. Asiakaspalvelu –Tiedettä, taikuutta vai talonpoikaisjärkeä? Tampere: Amk-Kustannus Oy
- Karjalainen, E. 2008. Asiakastyytyväisyyskysely – Lauttasaaren liikuntakeskus. Kajaanin ammattikorkeakoulu. Matkailun koulutusohjelma. Opinnäytetyö. (<https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/7433/mmm5melinak.pdf?sequence=1>)
- Kaukavesi liitelehti nro 1/2016. 2016.

- Kemppinen, A. 2014. Asiakastyytyväisyyskysely Iisalmen uimahallin palvelut. Vertaileva tutkimus. Savonia ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö. (<http://www.theseus.fi/handle/10024/79167>).
- Komppula, R. & Boxbeg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita Publishing Oy
- Korkeamäki, A. & Lindström, P. & Ryhänen, T. & Saukkonen, M. & Selinheimo, R. 2002. Asiakasmarkkinointi. Porvoo: WSOY
- Kotler, P. 2005 Kotlerin Kanta – Markkinoinnin Maailmanauktoriteetti Vastaa Kysymyksiin. Helsinki: WSOY
- Lahtinen, J. & Isoviita, A. 2001. Asiakaspalvelun ja markkinoinnin perusteet. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy
- Lecklin, O. 2006. Laatu yrityksen menestystekijänä. Hämeenlinna: Karisto Oy
- Moilanen, J. 2014. Kauaveden menot karkasivat. Kainuun Sanomat. (<http://www.kainuunsanomat.fi/kainuun-sanomat/kainuu/kauaveden-menot-karkasivat/>)
- Paananen, T. 2013. Asiakastyytyväisyyskysely Suonenjoen uimahallille. Savonia ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö. (https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/62583/Paananen_Tommi.pdf?sequence=1)
- Pesonen, H. & Lehtonen, J. & Toskala, A. 2002. Asiakaspalvelu vuorovaikutuksena. Jyväskylä: Gummerus
- Rope, T. & Pöllänen, J. 1998. Asiakastyytyväisyysjohtaminen. Juva: WSOY
- <https://www.scandichotels.fi/tarjoukset/kylpylaloma-perhe-kajaani> (valokuva al-
lasosastosta)

Sulasmaa, P. 2010. Seinäjoen Uimahalli – Urheilutalon asiakastyytyväisyystutkimus. Seinäjoen ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö.

(https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/15684/Sulasmaa_Petri.pdf?sequence=1).

Tähtinen, J. & Laakkonen, E. & Broberg, M. 2011 Tilastollisen aineiston käsittelyn ja tulkinnan perusteita. Turku: Painosalama Oy

Uimahallien asiakastyytyväisyyskysely 2010: Vesiliikunnan harrastaminen uimahallissa ja näkemykset omasta uimahallista. Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliitto Ry. Viitattu 18.2.2016

(http://www.suh.fi/files/615/Uimahallien_asiakastyytyvaisuus_2010_tulostusversio.pdf)

Valli, R. 2015 Johdatus tilastolliseen tutkimukseen. Jyväskylä: PS-kustannus

Ylikoski, T. 2001 Unohtuiko Asiakas? Keuruu: Otava

LIITTEET

Asiakastyytyväisyyskysely **KAUKAVESI****Ennakkotiedot:**

Ikä: _____ vuotta

Sukupuoli: mies _____

nainen _____

Oletko: työssäkäyvä _____

työtön _____

opiskelija _____

eläkeläinen _____

muu, mikä? _____

Asuinpaikkakuntasi: _____

Palveluiden käyttö:**1. Käytän Kaukaveden palveluita:**

_____ päivittäin

_____ useamman kerran viikossa

_____ kerran viikossa

_____ kuukausittain

_____ harvemmin

2. Käytän Kaukaveden palveluita pääsääntöisesti:

_____ arkisin kello 6-10

_____ arkisin kello 10–15

_____ arkisin kello 15–20.30

_____ viikonloppuisin

3. Käytän Kaukaveden palveluita useimmiten:

_____ yksin

_____ ystävän tai perheen kanssa

_____ uimaseuran- tai urheiluseuran vuorolla

_____ oman asiakkaan, ohjaajan tai avustajan kanssa

4. Käytän Kaukaveden palveluista (voit valita myös useamman vaihtoehdon):

_____ vesiliikunta

_____ kuntosali

_____ kahviopalvelut

_____ kokoustilat

_____ solarium

_____ Vepen vauhtileiri

_____ Vepe K. Waakun synttäripaketti



5. Käytän vesiliikuntapalveluista seuraavia (voit valita useamman vaihtoehdon):

- kuntouinti
- vesijuoksu
- rentoutuminen
- uimaseuran vuoro
- uimakoulu(lasten)
- lasten uintikerhot
- uimakoulu(aikuisten)
- tekniikkakurssi(aikuisten)
- vesijumppa
- ulkopuolisen tahon järjestelmä ohjattu vesiliikunta tai – jumppa
- en käytä vesiliikuntapalveluita

6. Käytän allasosastolla seuraavia (voit valita useamman vaihtoehdon):

- isoallas
- opetusallas
- tenava-allas
- monitoimiallas
- kuuma-allas
- kylmäallas
- liukumäki
- hyppypaikat

7. Käytän vesiliikuntapalveluita:

- kertارانnekkeella
- sarjarannekkeella
- eritysrannekkeella ("e-ranneke")
- 3kk rannekkeella
- 6kk rannekkeella
- yhdistelmäranneke
- uimaseuran ranneke

8. Käytän kuntosalipalveluita:

- kertارانnekkeella
- sarjarannekkeella
- eritysrannekkeella ("e-ranneke")
- 3kk rannekkeella
- 6kk rannekkeella
- yhdistelmäranneke
- uimaseuran ranneke

9. Olen saanut tietoa Kaukaveden palveluista ja ajankohtaisista asioista (voit valita useamman vaihtoehdon):

- nettisivut
- facebook

_____ lehti

_____ joku muu, mikä?

Kuinka tyytyväinen olet seuraaviin asioihin Kajaanin vesiliikuntakeskuksessa ja sen toiminnassa?

Merkitse vastauksesi kunkin kysymyksen kohdalle rastittamalla numero, joka vastaa tyytyväisyyttäsi.

Asteikko on:

4 = olen erittäin tyytyväinen

3 = olen tyytyväinen

2 = en ole tyytyväinen

1 = en ole lainkaan tyytyväinen

0 = en ole käyttänyt/ ei kokemusta

10. Yleisen tekijät

	4	3	2	1	0
sijainti					
pysäköintialueen toimivuus					
aukioloajat					
palveluiden hinnat					
esteettömyys					
yleinen viihtyisyys					
yleinen siisteys					
yleinen palveluasenne					
palveluiden markkinointi/tiedottaminen tiedotusvälineissä					
varatuista vuoroista tiedottaminen					
yleisarvosana Kaukavedestä kokonaisuutena					

Kommentit/ perustelut/ palaute/ kehitysehdotukset:

11. Puku-, suihku- ja saunatilat

	4	3	2	1	0
selkeys					
siisteys					
esteettömyys					
tilojen käytännöllisyys ja tilaratkaisu					
kaappien toimivuus					
opasteet ja ohjeet					

Kommentit/ perustelut/ palaute/ kehitysehdotukset:

12. Allasosasto:

	4	3	2	1	0
siisteys					
selkeys					
esteettömyys					
turvallisuus					
opasteet					
altaiden määrä ja koko					
ison altaan ratajärjestelyt					
50 metrin ratojen aukioloajat					
25 metrin ratojen aukioloajat					
hyppytornin aukioloajat					
lainattavat tarvikkeet					

Kommentit/ perustelut/ palaute/ kehitysehdotukset:

13. Kuntosali:

	4	3	2	1	0
siisteys					
selkeys					
esteettömyys					
varustelu					
laitteiden ja painojen määrä					
laitteiden toimivuus					
laitteiden sijoittelu					
kuntosalin koko ja tilaratkaisu					
opasteet ja ohjeet					

Kommentit/ perustelut/ palaute/ kehitysehdotukset:

14. Lipunmyynti ja kahvio:

	4	3	2	1	0
siisteys					
selkeys					
uintitarvikkeiden hintataso					
uintitarvikkeiden valikoima					
kahvion hintataso					
kahviotuotteiden valikoima					
erikoisruokavalioiden huomioiminen kahviotuotteiden valikoimassa					
palveluiden sujuvuus					
henkilökunnan palveluasenne					

Kommentit/ perustelut/ palaute/ kehitysehdotukset:

15. Henkilökunta:

	4	3	2	1	0
uimavalvojen näkyvyys ja erotuvuus					
uimavalvojen palveluasenne					
uimavalvojen ammattitaito					
uimaopettajien palveluasenne					
uimaopettajien ammattitaito					
vesiliikunnanohjaajien palveluasenne					

vesiliikunnanohjaajien ammatti-taito					
--------------------------------------	--	--	--	--	--

Kommentit/ perustelut/ palaute/ kehitysehdotukset:

Avoin palaute /kehitysehdotukset:

Kiitos palautteestasi ja käyttämästäsi ajasta!



Yhteystiedot arvontaa varten:

Nimi_____Puhelinnumero_____

Avoin palaute/kehittämisehdotukset:

Hinnat ovat todella korkeat, etenkin opiskelijalle

Pesutiloissa pitäisi olla valvontaa, kaikki eivät peseydy ennen uimaan menoa. Tai kastautuvat vain uimapuku päällä. Tosi ällöttävää uida tai vesijuosta jonkun hajuvesihirmun vieressä tai lähellä

Lippujen hinnat on kyl liian korkeet. Parkkialue on liian ahdas ku nykyään on melko isoja autoja ni saa melko paljon vääntää ja kääntää. Aukiolot oli paremmat silloin ku kaukavesi avattiin. Ja se on tyhmää et kaukavesi on kiinni silloin ku järvivesi on vielä kylmää. Huolto kuukausi voisi ihan hyvin heinäkuun puolesta välistä ja kestää vaikka elokuun loppuun ku tarkenee uida järvessä

Parkkipaikan löytäminen on joskus haastavaa!

Hymyä kassalle.

Miksi naissiivoajat ovat miesten pesutiloissa kun siellä on miehiä?

Hinnat ovat turhan korkeat kunnalliseksi liikuntapaikaksi. Muuten Kaukavesi on siisti ja monipuolinen liikuntapaikka.

Aukioloajat huonot (vkonloppu illat), uimaseuran ratavuorot välillä ahtaat, parkkipaikka ahdas, pesuhuoneessa lokeroja vähän.

Joustavuus on Neuvostoajalta

Aukioloajat liian lyhyet kuntosalilla. Klo 16 jälkeen koko ilta yhtä ruuhkaa. Ei ole mukava mennä salille kun joutuu jonottamaan laitteisiin. Kuntosali muutenkin liian pieni.

ihana uimahalli, jossa köyn aina, kun kotipaikkakunnalla vierailen

Viikonloppuisin saisi aueta aikaisemmin ja olla iltaisin 21 asti auki joka päivä

maahanmuuttajien opastamista kaivataan, kuntosalin laitteita voisi tarkistella ja huoltaa

kuntosali voisi olla pidempään auki:)

Ulkopaikkakuntalaisena, mutta säännöllisesti kuukausittain Kaukavedessä kuntosalilla ja uimassa käyvänä en ole tyytyväinen rannekkeen hintaan. Käyn välillä samalla reissulla sekä salilla että uimassa ja minulla on tähän sopiva ranneke. Joskus käyn kuitenkin vain jommassa kummassa, jolloin joudun erikseen ostamaan kertamaksulla lipun tai tuhlaamaan kalliista yhdistelmärannekkeesta lipun. Tähän kaipaisin kehitystä!

Loistavaa asiakaspalvelua kassoilla

Aukioloajat voisivat olla viikonloppuisin pidemmät. Aamuisin olisi ihana tulla aikaisin vesijuoksemaan. Samoin vesijuoksijoille pitäisi olla enemmän tilaa käytössä, ja näiden syiden takia olen lopettamassa käymistä ystävän kanssa

Hinta on korkea, eikä hintaan ole kovinkaan paljon vaikutusta, ostaako kertarannekkeen vai sarjalipun. Esim. ensimmäinen osto rannekkeen kanssa on kalliimpi kuin yksittäisiä ostettaessa. Se on selkeä haittapuoli ja rajoittaa hallin käyttöä. Lisäksi kun sukeltaa, niin huomaa aika paljon likoja kaakeleissa ja vedessä, eli ei vaikuta niin kovin siistiltä

Astmaatikkona ja hajusteista rajuja oireita saavana mielestäni enemmän pitäisi tiedottaa hajusteiden käytöstä. Myös kunnollisen peseytymisen merkityksen korostaminen on tärkeää. Lian lisäksi puutteellisesti peseytyvät tuovat allastilaan tuoksuja joiden vuoksi me herkäät joudumme poistumaan tiloista ja turvautumaan lisälääkitykseen. E-rannekkeen olemassaolo on itselleni ja monille muille elintärkeä asia ja toivonkin että se pysyisi saatavilla eikä hinta nousisi. Kroonista sairautta potevana uimahalli on suurimman osan vuodesta ainut paikka jossa pystyn liikkumaan ja kuntoutumaan. Toivottavasti halli pysyy kunnossa eikä pääse muodostumaan home tai muita vaurioita jotka estäisivät meiltä herkistyneiltä hallin käytön.

Kuntouimarina toivoisin mahdollisuutta uida useammin 50m:n radalla.

aukioloajat viikonloppuisin, ennen oli paremmat!

Myöhempään auki edes joinakin iltoina

Kuntosalin laajennus. Kuntosalitilat ovat välillä todella ruuhkautuneita.

Pesutilojen "pyyhelokerikot" voisi olla hieman 'sentti sinne tänne' isommat. Uintivyöteline olisi käytännöllisempi harvemmillä ja isommilla "tapeilla".

rannekeiden voimassaoloaika rajattomaksi ehdottomasti... kerrat on ostettu, niin ne pitäisi myös voida käyttää silloin kun itselle käy!

Pitkät uintiradat voisivat olla auki pidempään ja aikaan jolloin ei ole varattuja seurojen vuoroja.

Parkkipaikkoja lisää

Lisää pysäköintitilaa tarvitaan ehdottomasti

Aukeaisi aikaisemmin esim. klo 9

Haluaisin suunnuntaiaamun aukioloajat takaisin

Poikkeavista aukioloajoista ei löydy netistä nykyisin tietoa. Enkä löydä enää Kaukaveden omia sivuja, vaan joudun Kajaanin yleisille sivuille, jotka ohjaavat Facebookiin, joka taas ohjaa takaisin kaupungin sivuille. Toivon, että enitset Kaukaveden sivut palautettaisiin. Toivon lisäksi lisää pysäköintipaikkoja. Lisäksi toivon, että vaikkapa parina arkipäivänä siirretäisiin aukioloa alkupäivästä iltaan (klo.21 asti kuten oli aiemmin). Ja vielä toivoisin, että sunnuntaina Kaukavesi olisi auki ainakin klo.19 asti.

Vessoja pitäisi olla enemmän

viikonloppuna oli aiemmin todella mukavaa käydä vesijuoksussa, nykyinen aukeaa liian myöhään

Viikonlopun aukioloaika ylöisölle saisi alkaa klo 8.00. Aukioloajan myöhäisempi ajankohta on syksystä lähtien ollut suurin syy miksi uimahallikäynnit on jäänyt hyvin vähäisiksi. Asun yli 10 km:n päässä keskustasta ja aikaisempina vuosina kävin joka viikonloppu uimassa aamuisin ja menin sen jälkeen kauppaan suorittamaan viikon ruokaostokset. Sen jälkeen menin kotiin ja vapaapäivää jäi muidenkin asioiden hoitamiseen. Nyt tilanne on ollut sellai-

nen, että myöhäisempi aukioloaika 'pilaa' koko vapaapäivän ohjelman ja joku harrastus on ollut pakko jättää välistä. Minun tapauksessa olen joutunut vähentämään uintiharrastusta.

sarjarannekkeelle 3v voimassaolo

Työssäkäyvälle aukioloajat ovat suppeat, 50 m allas saisi olla useammin auki, kuntosali on ahdas.hinnat korkeat!

poreallas ja höyrysauna puuttuu

Perheemme valinta lomaillessa Katinkullassa. Pienten lasten kanssa oikein toimiva paikka. Plussaa siisteys ja edullisuus sekä esimerkiksi pääsiäisen aukioloajat. Alemmalla kerralla oli ilo seurata kun koululaisryhmästä huolehdittava hyvin ja kaikki saivat käyttöönsä uimalasit ja räpylät. Ehdottoman mieluisa ajanviette näin lomalaisen näkökulmasta.

Etuovella "turhan" 5cm kynnyks (betonilaatta) pyörätuolin käyttäjille (voisiko viistää ?).

Naisten suihkun vessaan voisi laittaa koukut, joihin laittaa uimapuvun roikkumaan wc-käynnin ajaksi

Henkilökunnan parkkipaikat yhteen riviin

Muutokset ajoista nettisivullekin

Kuntosalille kaipaisin kevyempää tankoa vapaille painoille, kuntosalilla vähän turhan ahdasta vapailta painoilla, kahvakuulalla tai jumppamatoilla tehtävään harjoitteluun

hinnat eläkeläisille kohtuuttomat

hyvä

Perjantaille kuuden vuoro

Maanantaina eläkeliiton passiryhmän vesivoimistelu pitäisi alkaa aikaisemmin. Nykyinen aika on liian myöhä

Viikonloppuna voisi aueta aiemmin

VIIKONLOPPUISIN AUKI KELLO KAHDEKSAN

Kaikk orait

Viikonloppun aukiolot: ainakin toisena päivä jo aamusta auki klo 8 ja muutenkin pyhien yhteydessä ei ajatella aamuihmisiä ollenkaan! Esim pääsiäisenä liian kova tungos -> puku- ja suihkutilat sekä monitoimiallas liian ahtaat. Lastenliput liian kalliit, jos esim 2 lasta ikä 9 ja 12 v tulevat kahdestaan ja maksuon yht 10,80 ei kaikilla ole varaa käydä usein

vesiliikunta monitoimialtaassa lyhytkasvuisille. kuntosalille pikku tyyny tueksi laitteissa.

ilman lämpötila allasosastoilla on hieman liian viileä, varsinkin pakkasten aikaan. ps en ymmärä miten pienten lasten vanhemmat tarkenevat olla altaan reunalla.

Lauantai auki 8.00 ->

Viikonloput pidempään auki. Polkupyöräparkki ahdas sulan maan aikaan ja talvella auramaton, vaikea saada pyörä telineeseen, jäät ja lumet auramatta! Siksiipiä pyörät ovat usein sikinsokin. Polkupyörän jalkapää ilmaan kun lumi ja jääkerros on mustan telineen juurella, ei ole aurattu (käsin). Koneauraus ei riitä!

Biojäteastia kahvioon

Todella hyvä paikka ja siistissa kunnossa. Kunhan vain pysyy siinä. Pysäköintialue ok, ihmiset pysäköivät vähän miten sattuu, jää hukkatilaa ja paikkoja

Hyvää palvelua joka pisteessa 4+

Hieno paikka, hyvä että rakennettiin!

Pitemmät aukioloajat, etenkin viikonloppuisin ja juhlapyhinä!

Pysäköinti aina tupella, siksi paikka on väärä ja yleisesti ottaen, ympäristöltään ahtaan tuntuinen

Aukioloajat: juhlapyhinäkin voisi edes kerran (jos on useita peräkkäisiä pyhiä) avata aamulla. Palveluiden hinnat: Vesijumpan tämän vuoden kertaranneke korotus oli liian suuri verrattuna muihin korotuksiin, 1.20 eurosta 1.80euroon.

Loma-aikoina tarve käyttää olisi paljon suurempi kuin tarjonta. Ovelta puuttuu aukioloajat, aina ei muista katsoa netistä. Useamman kerran sattunut loma-aikojen lähellä, että aukiolo on rajoittanut käyttöä.

Ei suuria hinnankorotuksia enään, muutoin kaikki hyvin :)

Parkkipaikka liian ahdas isommalla autolla kulkevalle.

Kuntosalille lisää tilaa

Kesällä enempi auki

Aukioloajat viikonloppuna ovat hieman aneemiset. Niitä voisi kyllä laajentaa. Muuten Kaukavesi on hyvä ja viihtyisä vesiliikuntapaikka kuntouinnin ja perheen kanssa lasten lutrausuinnin harrastajalle.

Kallis

Lippupakettien hintoihin toivoisin pientä viilausta, että ne eivät olisi suunnilleen samantaiset kuin yksittäisrannekkeet.

Hintoja alemmaksi niin, että jopa opiskelijoilla olisi varaa käydä uimassa säännöllisesti. Asumis- ja opintotukien jälkeen ei jää kauheasti rahaa muuhunkuin vuokraan, ruokaan ja vähän muuhun. Uimahallin hinnoilla ei raaski siellä käydä ellei ole samaan aikaan töissä, joka ei ole kaikille mahdollista. Itselläni oli talvella tapana käydä uimahallilla osana elämäntapa remonttia, mutta keväällä vaihtui lenkkeilyyn hintojen takia.

Aukioloajoista oli 'porua' ja niihin tuli onneksi muutos hiukan takaisinpäin. Toivottavasti jatkossa huomioidaan tämän 'palvelun' tärkeys kansalaisille - tarvitseeko viimeisen tunnin, puolen tunnin olla tuottava? Kuitenkin kyse on ihmisten hyvinvoinnista, ja meillä on nyt niin

hyvä halli, että se menee hukkaan yhdenkin käyttäjän vaihtaessa sen toiseen harrastukseen.

Kaukavesi on hieno uimahalli, jossa työskentelee ammattilaisia oikealla asenteella. Yksi parannusehdotus - aukioloajat yksinkertaisiksi.

Aina välillä näkee vesijuoksemassa vanhempia rouvia jotka ovat täydessä meikissä altaassa sekä niitä jotka eivät kastele hiuksiaan, mutta eivät käytä uimalakkiakaan. Joskus olisi kiva käydä uimassa, niin ettei siellä ole lapsia sukeltellessaan altaan reunalta vesijoiden syvässä päädyssä. Uimavalvojat käyvät kyllä heitä ohjeistamassa, mutta kaikille ei näytä menevät ohjeet ja opastukset perille, tämän vuoksi olisi kiva joskus ns. "aikuisten vuoro" Joskus olisi kiva käydä uimassa myöhempään kuin nykyiset aukioloajat antavat mahdollisuuden, vaikka kerran vuodessa kuutamoinnit =)

Jos rannekkeita joskus joudutaan vaihtamaan, voisi valita hiukan joustavamman mallisen rannekkeen. Pukukopit ovat varsinkin talvisaikaan ahtaansorttisia. Olisi hyvä, jos meille kävellen tulijoille (ja paksusti pukeutuneille) olisi isompia pukukoppeja. Kaiken kaikkiaan entisen uimahallin hyvin muistaen Kaukavesi on kerrassaan hieno paikka, valoisa, avara, puhdas ja kotoisa. Henkilökunta mukavaa ja näkyvää. Erytyskiitos siistijöille, jotka tekevät huolellista työtä ja käyvät kohteet läpi riittävän usein. Se varsinkin on hienoa, että ei tarvitse vaihtaa vaatteita sorassa ja murassa edes rospuuttoaikaan. Kaukavesi tarjoaa parasta vastinetta verorahoille.

Uimahallin aukioloaikoja pitäisi jatkaa, jotta sopisi paremmin uimaan ja kuntoilemaan. Rakennetaan hieno halli ja jätetään sitten palvelut käyttämättä henkilöstö menojen säästön takia. En ymmärrä.

Biojäteroskis pukutiloihin.

Viikonloppuna klo 8 aukeamisaika takaisin, sinne mahduttiin kyllä

sarjarannekkeet voimaan useammaksi vuodeksi

Viikonloppu aamuihin lisää aukioloaikaa.

Hinnat eläkeläisille kohtuuttomat, kuntosali ja uintihinnat Kajaanissa moninkertainen verrattuna useisiin muihin kuntiin ja kaupunkeihin. Esim. Oulu, Joensuu, Iisalmi, Kuopio, Espoo, Suomussalmi yli 65 vuotiaalle 35- 185 euroa vuosi yleisillä vuoroilla, joissakin rajattu päiväsaikaan. Kajaanissa vastaavasta suolainen hinta, halvimmillaan 750-800 euroa vuosi???? Ehdotankin, että erityisranneke hinta 228 euroa/vuosi olisi yli 65 vuotiaalle, koska kuntoon hoitava ikäihminen todennäköisesti pystyy elämään kotonaan pidempään ja näin säästää kunta kalliilta laitoshoidolta.

Kuntosalin kertamaksu on 6,80 ja uinnin 7,40. On käsittämätöntä, että 10 kerran ranneke-maksu on uinnille ja salille sama 67,00. Kuntosalin käyttäjälle rannekkeen hankkimisen etu on ihan olematon: 10 snt/kerta. Siihen kun maksat 8 euron maksun rannekkeesta, niin saat käydä 80 kertaa salilla, että saat edes rannekemaksun kuoletettua! Uijalle etu on kuitenkin 70 snt/kerta. Tähän olisi syytä tulla muutos! Kausirannekkeen kohdalla kuitenkin hinta uijalle ja salilla kävijälle on eri, niin kuin kuuluu ollakin, kun kertamaksukin on eri.

Miksi kajaanilasset kuukausi tai sarjarannekeen ostanut saavat uida Otanmäen maauimalassa ilmaiseksi? Voivathan he maksaa rahalla uimakerrasta summan jonka se maksaa heille rannekkeella uidessaan. Tai summan minkä uinti maksaa kertarannekkeella uides-sa. Hajusteiden ja kaikenlaisten tuoksujen käyttö on paha ongelma hajusteallergigoille + astmaatikoille joiden käyttöä asiakkaat eivät näytä lopettavan. Tähän minulla ei ole neuvoa. Vielä maksoin viime kesänä maksoin Otanmäen maauimalan kausilipusta vajaan sa-tasen, jolla sain uida vajaan neljä kuukautta. Vuosirannekkeen oikeutetut saavat uida vuo-den! 14 eurolla. Voisiko m-uimalan kausilipun hintaa tarkistaa.

Kaikki hyvin

TOIVOMUS! Kun soittaa Kaukaveteen voisitteko laittaa viestin vastaajaan esim moneltako kyseisenä päivänä aukeaa Pääsiäisen aikaan huono/ vaikea löytää illoin on avoinna!!!!!! Heikko tasoista palvelua VASTAAJAPALVELU KIITOS!!!! Niin on muuallakin

Aukioloajat pidemmiksi! Uimahalli on ollut vaihtoehtoinen ajanviettopaikka vanhoille sekä nuorille viettää aikaa illalla sekä aamulla. Viikonloppuisin avattava klo 8 ja oltava auki klo21. Terveysvaikutuksen huomattavia miesten keskuudessa jos uimahalli kilpailee baa-rien kanssa ajanviettopaikasta pe ja la iltaisin. On typerää säästää aukioloajoista kun tämmöinen helmi tänne Kajaaniin rakennettu

Tälläinen upea paikka tehdään, eikä pidetä kunnolla auki paikkakuntalaisille/ kainuulaisille. Vedotaan säästöihin henkilökunnan palkkauksessa! Mitä tällaisen vesimassan lämmitys maksaa esimerkiksi? Onko halli tehty meille tavantallaajille vai hotel Scandicin asiakkaille? Kysyn vaan. Valvojien pitäisi useammin käydä suihkutiloissa, koska kaikki eivät riisu uimapukuaan.

Porealtaille aikarajoitus esim 15 min kerta

Harmi kun lauantaina ei aukea aiemmin 8 olisi hyvä.

Joskus tuoksuu hajuvedet vesijuoksualtaassa voimakkaalta. Joskus kaikki eivät peseydy ohjeiden mukaisesti (naiset!) Vesijuoksu alue saisi olla isompi. Monitoimialtaassa toisinaan viihtyvät aika pitkään hieromalaitteissa.

Vesijuoksualtaalla joskus tuoksuu hajuvedet (naisten). Pesu- ja saunapuolella joskus näkee ettei peseydytä niinkuin ohjeet käskää.

Miksi kaukaveden sanoma melkein aina kadoksissa, eikö se kuulu myös asiakkaiden käyttöön. Viimeaikoina lehdet varmaan henkilökunnan käytössä

Kaikenkaikkiaan olen erittäin tyytyväinen kaukaveteen siis 5

Pyöräparkki, talvella aurata lumesta ja jäädästä. Saunassa naisten, löylyvedenottoa paikka selkeämmäksi. Vieressä olevat pyyhekoukukset ja niissä olevat pitkät lattiaan asti ulottuvat pyyheliinat peittävät vedenottoa paikan ja pyyheliinat ovat märkiä. Kahta keskimmäistä koukuriviä siirtää kauemmaksi sijansa verran? Tulee esille "ruuhka-aikaan".

Huomio! Hajusteettomuuten kiinnittäminen, käy henkeen ja keuhkoihin juoksualtaassa kun eräät tulevat tuoksut iholla sinne.

Joka työpisteessä palveluasenne 4++ hyvää palvelua lapsista ikäihmisiin! Kiva käydä kun myönteinen ilmapiiri talossa, kuntoutuu sekä fyysisesti että psyykkisesti Lapset saavat hyvää opetusta! Hyviä tapahtumia

Uimahousut jalassa olivat saunassa ja suihkussa kuriin, eli maahanmuuttajat. Niiden on oltava maassa maan tavalla, koska ollaan suomessa.

Ehdottomasti puututtava niihin, jotka eivät sääntöjä noudata ts. mustalaiset ja maahanmuuttajat. Valvottava peseytymiset ja altaassa olemiset. Väärin käyttäytyville poistaminen hallista ja porttikielto. Myös vesijuoksijat kuriin, heidän on pysyttävä omilla radoilla eikä tultava uimareiden radoille. Edes jollekin illalle aukiolo 21.00 saakka! (Oulussa taitaa olla jopa 22 saakka)

Kaukavesi on Kainuun paras vesiliikuntakeskus. Aukioloaika rajoittaa käyttöä. Kertakäyttö-
rannekkeet pitäisi olla erivärisiä kuin monikäyttö-
rannekkeet.

Uimapuku päällä peseytyjiä on tiedottamisesta huolimatta. Pitkät hiukset kiinni, ja niin ettei ne loju vedessä. Juuri värjätyt hiukset päästävät väriä kastuessaan. Kaiuttimien kautta tulevat tiedotukset eivät kuulu selkeästi altaassa ollessa. Tiedottamista eli infoa voisi tulla kaiuttimista. Valvontaa lisää pesutiloihin. Missä viipyy hälytyspainike pesu/pukutiloista.

Kuntosali ja uintiranneke yhdessä edullisemmaksi. Hyvinvointialtaan neljä suihkua eivät useinkaan riitä. Joutuu odottelemaan vuoroa. Eikä ilkeä olla tarpeeksi kun toiset odottaa.

Kiva ja hieno paikka.

Allasbaari, poreamme

Eipä valittamista! Näin hiihdon harrastajana voisi "mainostaa" vierestä lähtevää latua.

Kuntosalille lisää tilaa!
