



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän

Asiakastutkimus: Korso Gym ja Ladies Gym

Tulus, Niko

2017 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Asiakastutkimus: Korso Gym ja Ladies Gym

Niko Tulus
Liiketalous
Opinnäytetyö
Huhtikuu, 2017

Niko Tulus

Asiakastutkimus: Korso Gym ja Ladies Gyms

Vuosi 2017 Sivumäärä 49

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia kahden Vantaalla sijaitsevan kuntosalin, Korso Gymin ja Ladies Gymin, asiakkaiden tyytyväisyyttä saamaansa palveluun. Palveluun liittyvät muun muassa kuntosalin tilat, laitteet ja ryhmäliikuntatunnit. Lisäksi kysyttiin asiakkaiden kuntosalilla käynnin tottumuksista sekä toiveita uusista kuntosalilaitteista ja -välineistä.

Opinnäytetyön teoreettinen osuus keskittyi palveluun ja palvelun laatuun. Käytiin myös läpi, kuinka palvelun laatua voidaan mitata. Tutkimus tehtiin määrällisenä tutkimuksena, joka toteutettiin kuntosalien auloihin jätetyillä kyselylomakkeilla, joihin asiakkaat saivat vastata itsenäisesti. Vastauksia saatiin Korso Gymillä 35 kappaletta ja Ladies Gymillä 47 kappaletta. Asiakastutkimuksen vastaukset purettiin ja tulokset käytiin läpi graafisia kuvioita apuna käyttäen. Vastauksista tehtiin johtopäätöksiä ja kehitysehdotuksia kuntosaleille.

Tutkimuksen avulla Korso Gym ja Ladies Gym saivat tärkeää tietoa asiakkaidensa mielipiteistä. Tutkimuksen avulla kyseiset kuntosalit voivat parantaa palveluitaan ja näin kasvattaa asiakastyytyväisyyttä. Tulokset olivat kuntosalien kesken samankaltaisia. Asiakkaat olivat tyytyväisiä kuntosalin ilmapiiriin ja ryhmäliikuntatunteihin sekä niiden ohjaajiin. Parannusta haluttiin siisteyteen sekä laitteiden kuntoon. Ladies Gymillä oltiin lisäksi tyytymättömiä ryhmäliikuntatuntien valikoimaan ja aikatauluihin sekä kuntosalilaitteiden sijoitteluun.

Tutkimusta voidaan pitää onnistuneena ja kuntosalit saivat siitä käyttökelpoista tietoa. Jatko-tutkimusehdotuksia nousi esille muutama. Ladies Gymillä voitaisiin tehdä ryhmäliikuntatuntien valikoimasta ja aikatauluista kysely. Aihe, jota ei tässä tutkimuksessani käsitelty oli viestintä. Asiakkaiden tyytyväisyydestä viestintää kohtaan voitaisiin tehdä tutkimus. Verkkosivut ovat ilmeisesti uudistumassa ja Korso Gym myös avasi juurin oman Facebook-sivuna, joten tutkimus olisi myös siinä mielessä ajankohtainen.

Asiasanat: Asiakastyytyväisyys, Palvelu, Palvelun laatu, Kuntosali

Niko Tulus

Customer Satisfaction Survey: Korso Gym and Ladies Gym

Year	2017	Pages	49
------	------	-------	----

The purpose of this thesis was to examine customer satisfaction of the two gyms in Vantaa, Korso Ladies Gym and Gym. Satisfaction was measured by doing a survey which included questions about gym facilities, equipment and group exercise classes. In addition, customers were asked about their gym habits and wishes of new equipment.

The theoretical framework of the thesis focused on service and quality of service. It also discusses how quality of service can be measured. The study was conducted customer satisfaction survey which the customers answered independently. Total number of filled customer satisfaction surveys were 35 pieces from Korso Gym and 47 pieces from Ladies Gym. Conclusions and suggestions for development were made based on survey answers. The results were analysed with utilization of diagrams. Customer survey responses was demolished, and the results were reviewed using graphical patterns. Conclusions and suggestions were made based on the survey results.

The study of Korso Gym and Ladies Gym customer satisfaction gave important information to the gyms. With results of this study gyms can improve their services and increase customer satisfaction. The results were similar between the gyms. Customers were pleased with the atmosphere of the gyms and group training lessons, as well as group training instructors. Improvements were desired to cleanliness and condition of the gym equipment. Also in Ladies Gym customers were not pleased with the selection and scheduling of group exercise classes together with gym equipment placement.

The study was successful and the gyms got useful information. A few suggestions for further research emerged. First in Ladies Gym a study about group exercise classes focusing to selection of classes and scheduling. Secondly a subject, which was not discussed in this research was communication. Customer satisfaction survey focusing to communication could be performed. Website of Korso Gym have been redeveloped and Korso Gym also opened a Facebook page, so research would be current in that sense.

Keywords: Customer satisfaction, Services, Quality of service, Gym

Sisällys

1	Johdanto	6
2	Tutkimuksen kohde	6
	2.1 Korso Gym	6
	2.2 Ladies Gym	7
3	Tutkimuksen tarkoitus ja tutkimuskysymykset	8
4	Palvelu	9
	4.1 Palvelun määritelmä.....	9
	4.2 Palvelun laatu.....	12
5	Tutkimus	18
	5.1 Tutkimusmenetelmä	18
	5.2 Kyselylomakkeen rakentaminen	18
	5.3 Tutkimuksen suorittaminen käytännössä	19
	5.4 Tutkimuksen luotettavuus ja pätevyys	20
6	Tutkimuksen tulokset	20
	6.1 Korso Gym	21
	6.1.1 Vastaaajien taustatiedot ja kuntosalilla käynnin tottumukset	21
	6.1.2 Ryhmäliikunta.....	24
	6.1.3 Kuntosali	27
	6.1.4 Avoimet kysymykset - Vapaa sana.....	30
	6.2 Ladies Gym	31
	6.2.1 Vastaaajien taustatiedot ja kuntosalilla käynnin tottumukset	31
	6.2.2 Ryhmäliikunta.....	35
	6.2.3 Kuntosali	37
	6.2.4 Avoimet kysymykset - Vapaa sana.....	40
7	Yhteenveto	41
	7.1 Oman oppimisen arviointi	41
	7.2 Johtopäätökset tuloksista	42
	7.3 Jatkotutkimusehdotukset	42
	Lähteet	43
	Kuviot.....	44
	Liitteet.....	45

1 Johdanto

Suomessa on ollut jo muutaman vuoden ajan niin sanottu ”fitness-buumi” ja ihmiset ovat yhä enemmän kiinnostuneita omasta hyvinvoinnistaan ja terveydestään. Tämän myötä kuntosaliharjoittelu on yleistynyt kansan keskuudessa. Kuntosalien määrä on tämän myötä myös kasvanut ja tarjonta laajentunut. Kilpailu on kovaa ja salien tulee tarjota laadukasta palvelua pysyäkseen kilpailussa mukana. Kuntosalien vahva suuntautumien spesifeille kohderyhmille alkaa yleistyä ja on olemassa kuntosaleja, jotka ovat auki ympäri vuorokauden, vain naisille suunnattuja saleja ja CrossFit-harjoittelulle pyhitettyjä saleja. Myös niin sanotut halpaketju-kuntosalit yleistyvät ja tiukentavat hintakilpailua salien keskuudessa.

Koska liikuntapalveluja tarjoava ala muuttuu jatkuvasti ja on kehittyvä toimiala, on yrityksille ehdottoman tärkeää tietää mitä asiakkaat ajattelevat sen palveluista ja hinnoittelusta, jotta he voivat kehittää palvelujaan ja toimintatapojaan asiakkaiden toiveiden mukaisesti. Lisäksi yrityksille on varmasti hyödyllistä tietää vastaavatko asiakkaiden mielipiteet yrityksen omaa käsitystä palvelujen laadusta ja asiakastyytyväisyydestä.

Tämän opinnäytetyön aiheena on asiakastyytyväisyyskysely kahdelle kuntosalille, Korso Gymille ja Ladies Gymille. Kyselyn avulla kuntosalit saavat ensiarvoisen tärkeää tietoa palveluistaan ja asiakkaiden mielipiteistä sekä toiveista. Näiden tietojen avulla kuntosalit voivat kehittää palveluitaan ja parantaa asiakastyytyväisyyttä.

2 Tutkimuksen kohde

Tämän opinnäytetyön case-yrityksinä toimivat kaksi yksityistä kuntosalia, Korso Gym ja Ladies Gym. Kuntosalit ovat samassa omistuksessa ja niiden palvelutarjonta on samankaltainen. Merkittävin ero saleilla on se, että Ladies Gym on tarkoitettu vain naisille ja Korso Gym on perinteinen kaikille avoin kuntosali.

2.1 Korso Gym

Korso Gym on vuonna 2007 perustettu kuntosali, joka sijaitsee Korsossa, Vantaalla. Sen palveluihin kuuluvat kuntosali ja ryhmäliikuntatunnit sekä muun muassa solarium ja Korso Gym - SHOP. Palvelutarjonnasta löytyvät näiden lisäksi kuntoiluohjelmien tekeminen, harjoittelun ohjaaminen, ravinto-opastus sekä muu liikunnan ja kuntoilun tietotaito, joita ammattitaitoinen henkilökunta tarjoaa. Salin perustajana ja omistajana toimii Petri Jousa.

Korso Gymillä saavat harjoitella kaikki 15 vuotta täyttäneet, eikä salille vaadita jäsenyyttä, vaan salikortin voi ostaa esimerkiksi kuukauden ajaksi. Erilaisia korttivaihtoehtoja ovat muun

muassa kolmen kuukauden kortti, puolen vuoden kortti ja vuoden kortti kuntosalille. Kymmenen kerran sarjakortteja on myös mahdollista hankkia ja nämä kortit ovat voimassa kolme kuukautta. Kuntosalikortin saa myös aamupäiviksi 5.00-14.00 hieman tavallista korttia edullisemmin. Avainkortilla kuntosalilla on mahdollista harjoitella kello 5.00-23.00. Valikoimassa on myös erilaisia yhdistelmäkortteja, joilla voi kuntosalin lisäksi käyttää eri ryhmäliikuntatunteja. (Korso Gym.)

Korso Gymillä on hyvin laaja valikoima erilaisia ryhmäliikuntatunteja. Kuntosalin valikoimassa on yli 20 erilaista tuntia, kuten BodyPump, spinning, kahvakuula, zumba, syvävenyttely, jooga ja monia muita. Tunneille ilmoittautuminen tapahtuu pääasiassa Korso Gymin verkkosivujen kautta, mutta jokaiselle tunnille jätetään myös paikkoja henkilöille, jotka haluavat ilmoittautua puhelimitse. (Korso Gym.)

Korso Gymin kuntosali jakautuu kahteen eri osaan. Toisella puolella on laaja valikoima erilaisia painopakallisia- ja vipuvarsikuntosalilaitteita, taljoja ja muun muassa kehonpainoharjoitteluun tarkoitettu teline, jossa voi tehdä leuanvetoja, dippipunnerruksia sekä vatsalihasliikkeitä. Salin toinen puoli on niin sanottu vapaapainopuoli, josta löytyvät penkkipunnerruspaiikat, kyykkytelineet, kattava kokoelma käsipainoja sekä muutamia eri kuntosalilaitteita. Sallilla on myös aerobiseen harjoitteluun tarkoitettuja laitteita eli juoksumattoja, crosstraineereita, kuntopyöriä ja soutulaitteita. Ryhmäliikuntatiloja on kaksi, joista toisessa toteutetaan Indoorcycling-tunnit ja toisessa muut ryhmäliikuntatunnit.

2.2 Ladies Gym

Ladies Gym on vuonna 2011 perustettu vain naisille suunnattu kuntosali. Se on Korso Gymin perustajan Petri Jousan toinen kuntosali. Salin asiakkaat saavat käyttää myös Korso Gymin palveluita ilman lisämaksua. Korso Gymin naisasiakkailta on myös mahdollisuus käyttää yhtä lailla Ladies Gymin palveluita.

Ladies Gymin säännöt ja palvelut ovat hyvin pitkältä täysin samat kuin Korso Gymillä. Kuntosalin laitevalikoima on kattava ja nykyaikainen. Ryhmäliikuntavalikoimaan kuuluvat muun muassa fascia training, bodypilates, kuntojumppa, functional training, core, zumba, kiinteytys, kahvakuula, keppijumppa, syvävenyttely ja yoga flow. Indoorcycling-tilaa Ladies Gymillä ei ole. Palveluihin kuuluvat myös personal trainer, sauna ja infrapunasauna, solarium, lastenleikkipaikka sekä Ladies Gym-tuotevaunu, josta voi ostaa lisäravinteita ja muita terveystuotteita. (Ladies Gym.)

Ladies Gymille ei vaadita jäsenyyttä Korso Gymin tapaan ja korttivaihtoehdot ovat samat kuin Korso Gymillä. Vaihtoehtoja on kertakäynnistä vuodentakorttiin sekä erilaisia yhdistelmäkortteja, joilla pääsee myös ryhmäliikuntatunneille. (Ladies Gym.)

3 Tutkimuksen tarkoitus ja tutkimuskysymykset

Tutkimuksen aiheena on “Mitä mieltä Korso Gym ja Ladies Gym kuntosalien asiakkaat ovat kyseisten yritysten liikuntapalveluista?” Tutkimus suoritetaan kvantitatiivisella tutkimuksella ja tarkemmin asiakastyytyväisyyskyselyllä. Kyselyn avulla voidaan saada suuri määrä vastauksia, jolloin tutkimustuloksesta tulee luotettava. Kvantitatiivinen tutkimus perustuu mittaamiseen, josta saatua aineistoa käsitellään tilastollisin menetelmin. Tutkimus edellyttää “riittävää” määrää havaintoyksiköitä, jotta tulokset olisivat luotettavia. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa siis yksinkertaisimmillaan kerätään pieneltä joukolta ilmiöön kuuluvista henkilöistä tietoa kyselylomakkeella. Tämän pienen joukon, jota kutsutaan myös otokseksi, oletetaan edustavan kaikkia ilmiöön vaikuttavia henkilöitä, eli koko perusjoukkoa. Näin tutkimuksen voidaan katsoa edustavan koko joukkoa eli populaatiota, jota ilmiö koskettaa. (Kananen 2011, 17.)

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa käytetään määrällisiä mittareita, eli kuinka paljon kuinka paljon jokin tekijä vaikuttaa johonkin toiseen tekijään. Vastauksia käsitellään tilastollisin menetelmin. (Kananen, 2011, 18.) Määrällinen tutkimus alkaa teoriaosuudesta, josta mitattavat asiat muodostetaan (Vilka 2007, 26).

Ihmisten kuntosalilla käynnin syyt voidaan todeta olevan yleisesti tiedossa. Halutaan laihtua, kasvattaa lihasmassaa tai parantaa peruskuntoa. Kuntosalin valinnan perusteet ovat usein muun muassa seuraavia: sijainti, hinta, palvelut ja ilmapiiri. Voidaan siis sanoa, että tutkittava ilmiö tunnetaan melko hyvin. Juuri kvantitatiivisessa tutkimuksessa tutkittava ilmiö tulee tuntea hyvin. Mittauksia ei voi suorittaa, jos ei tiedä mitä mitata. Kvantitatiivisen tutkimuksen pyrkimyksenä onkin yleistää. (Kananen 2011, 18.)

Tutkimuksella pyritään saamaan erityisesti tietoa kuntosalin asiakkaista, ryhmäliikuntatunneista ja kuntosalin laitevalikoimasta. Ensimmäiseksi pyritään saamaan tietoa asiakkaista. Selvitetään muun muassa, milloin he käyvät salilla, kuinka usein, mitä palveluita he käyttävät ja harjoittelevatko he tasaisesti läpi vuoden vai tuleeko kuntosaliharjoitteluun tauko jonain aikana vuodesta. Toimeksiantajan toiveesta selvitetään myös käyttävätkö kuntosalin naisasiakkaat molempia saleja. Yrityksen on hyvä tietää asiakkaansa ja heidän tottumuksensa sekä tarpeensa. Näin yritys voi muokata palvelujaan asiakkaille sopiviksi ja parantaa asiakastyytyväisyyttä.

Toisena aihealueena tutkimuksessa on ryhmäliikuntatunnit. Ryhmäliikuntatunnit ovat hyvin tärkeä osa kyseisten kuntosalien palveluita, joten niistä tiedonsaanti ja niiden parantaminen ovat merkittävässä roolissa yrityksen menestymisen kannalta. Ryhmäliikuntaosiossa selvitetään muun muassa asiakkaiden mielipiteitä ryhmäliikuntatiloista, -välineistä ja -ohjaajista. Laadukkaat ryhmäliikuntatunnit ovat loistava kilpailukeino kiristyvässä kuntosalien välisessä

kilpailussa. Niiden avulla voidaan erottua muista saleista ja houkutella pitkäaikaisia asiakkaita.

Kolmantena aihealueena tutkimuksessa on kuntosali ja erityisesti sen laitekanta. Pyritään saamaan tietoa asiakkaiden mielipiteistä koskien muun muassa salin yleistä siisteyttä, kuntosalilaitteiden sijoittelu, turvallisuutta ja laitekantaa. Kuntosalien laitekanta on melko kattava ja laaja, mutta varsinkin Korso Gymillä osa laitteista on jo melko vanhoja ja kuluneita. Tästä syystä on hyvä saada tietää, millaisia laitteita asiakkaat kaipaavat salille.

Kyseisten aihealueiden perusteella muodostuivat tutkimuskysymykset seuraaviksi:

- Millaiset kuntosalilla käynnin tottumukset Korso Gymin ja Ladies Gymin asiakkailta on?
- Mitä mieltä asiakkaat ovat ryhmäliikuntatunneista ja niiden ohjaajista?
- Mitä mieltä asiakkaat ovat kuntosalilaitteista ja kaipaavatko he uusia laitteita salille?

4 Palvelu

Seuraavaksi käsitellään aihetta palvelu ja sen ominaisuuksia. Aluksi käydään läpi palvelun määritelmää. Käsitellään palvelun ominaisuuksia ja tunnuspiirteitä sekä mitä hyötyä hyvästä palvelusta on yritykselle. Käydään läpi myös miksi asiakas ostaa palveluita ja mitä hän niiltä odottaa. Tämän jälkeen siirrytään palvelun laatuun. Käydään läpi mitä on palvelun laatu, mistä se koostuu ja mitä hyötyä laadukkaasta palvelusta on yritykselle. Kerrotaan myös, kuinka palvelun laatua voidaan mitata ja käydään läpi kaksi mittausmenetelmää.

4.1 Palvelun määritelmä

Yleinen ajattelutapa jo 1980 - luvulta asti on ollut se, että palvelut eroavat tuotteista. Tätä väitettä tukevat vuonna 1993 Fisk, Brown ja Bitner, jotka lisäsivät väittämään neljä piirrettä: aineettomuus, erottamattomuus, epäyhtenäisyys ja katoavaisuus. Nämä palvelun neljä piirrettä erottavat palvelut tuotteista. (Lovelock & Gummeson 2004, 5-6.)

Aineettomuus (intangibility) on näistä neljästä piirteestä kaikista eniten käytetty eroavaisuus tuotteiden ja palveluiden välillä. Palvelu ei ole vain fyysisesti aineeton, eli sitä ei voi koskea, vaan myös henkisesti aineeton. Tällä tarkoitetaan sitä, että palvelusta ei voi muodostaa selkeää ennako-odotusta ennen palvelun hankkimista. Ostettaessa tuote on asiakkaalla usein jonkinlaiset odotukset tuotteen osalta ennen ostotapahtumaa. Esimerkiksi takilta voidaan odottaa istuvuutta ja käyttömukavuutta. Tällaisten ennako-odotusten muodostaminen palveluista on paljon hankalampaa. (Lovelock & Gummeson 2004, 14.)

Toinen neljästä piirteestä, jotka erottavat palvelut tuotteista, on epäyhtenäisyys (variability). Tällä tarkoitetaan sitä, että jokainen palvelutapahtuma on erilainen. On mahdotonta luoda täysin standardoitu palvelu, joka olisi aina samanlainen. Vaikka yrityksessä olisi vain yksi asiakaspalvelija, silti palvelutapahtumat ovat uniikkeja jokaisen asiakkaan kohdalla. Kun asiakaspalvelijoita on useampi, ovat erot vielä suuremmat, koska jokaisella työntekijällä on oma henkilökohtainen tapansa palvella. Palvelutapahtumien ero toki johtaa suurimmalta osin siitä, että jokainen asiakas on uniikki ja heillä on erilaisia vaatimuksia palvelulta. (Lovelock & Gummesson 2004, 19-21.)

Kolmannella piirteellä, erottamattomuudella (inseparability), tarkoitetaan sitä, että palvelut tuotetaan ja kulutetaan usein samanaikaisesti. Asiakas on vahvasti mukana palvelun tuottamisessa ja vaikuttaa omalla läsnäolollaan sekä mielipiteillään. Toki on myös poikkeuksia eli kaikissa palveluissa asiakas ei ole yleensä läsnä ja näin vaikuta palvelun tuottamiseen. Tällaisia palveluita voivat olla esimerkiksi auton huolto ja kodin siivous. (Lovelock & Gummesson 2004, 21-23.)

Viimeinen neljästä piirteestä, jotka erottavat palvelut tuotteista, on katoavaisuus (perishability). Tällä tarkoitetaan sitä, että palvelut ovat olemassa vain niiden tuottamisen ajan, eikä niitä voi varastoida, tallentaa, käyttää uudelleen, jälleenmyydä tai palauttaa. Toki myös tähän piirteeseen löytyy poikkeuksia. Joitakin palveluita voi tallentaa jälkepäin katsottavaksi ja kuultavaksi. Esimerkkeinä oppitunnit, musiikkiesitykset sekä uutislähetykset. (Lovelock & Gummesson, 2004, 23-24.) Jos palvelun kysyntä on tasaista, katoavaisuus ole ongelma yritykselle, mutta kysynnän vaihdellessa siitä tulee ongelma. Tätä ongelmaa voidaan ratkaista muutamalla eri tavalla. Yksi tapa on vaihdella hinnoittelua kysynnän mukaan, alhaisen kysynnän aikaan pyritään houkuttelemaan lisää asiakkaita alhaisemmilla hinnoilla. Korkean kysynnän aikaan hinnat voidaan pitää normaaleina. Korkean kysynnän aikana voidaan myös palkata määräaikaista työntekijöitä auttamaan lisääntyneen asiakasmäärän kanssa. (Kotler 2002, 202.)

Kirjallisuudessa ei kuitenkaan ole selkeää yhteneväisyyttä palvelun tunnusmerkeistä. Osassa kirjoista käsitellään vain osaa näistä neljästä piirteestä ja osassa eroja palveluiden ja tuotteiden välillä on lueteltu enemmän kuin neljä. (Lovelock & Gummesson 2004, 6.)

Grönroos luettelee kirjassaan ”Markkinointi ja palvelut tutuksi” palveluille kolme peruspiirrettä. Näistä ensimmäinen on palvelun prosessiluontoisuus. Palvelu on prosessi, joka koostuu toiminnosta tai joukosta toimintoja. Näissä prosesseissa käytetään useita eri resursseja, kuten ihmisiä, tietoa, järjestelmiä ja infrastruktuureja. Näiden resurssien avulla pyritään löytämään ratkaisu asiakkaan ongelmaan tai tarpeeseen. (Grönroos 2009, 79.)

Toinen ominaispiirre on se, että palvelu tuotetaan ja kulutetaan ainakin jossain määrin samanaikaisesti. Toki esimerkiksi toimitettaessa tuotteita asiakas kiinnittää huomionsa ja kokee vain osan palveluprosessista. Suuri osa tuotantoprosessista on tässä tapauksessa niin sanotusti näkymätöntä ja asiakas kiinnittää huomionsa vain näkyvään osaan. Yrityksen tulisikin keskittyä nimenomaan palveluprosessin näkyvään osaan tarkasti, koska sitä osaa asiakas arvio. (Grönroos 2009, 80.)

Kolmas ominaispiirre on se, että asiakas osallistuu ainakin jossain määrin palvelun tuottamiseen, eikä ole vain palvelun vastaanottaja. Asiakas siis toimii palvelun kanssatuottajana (Grönroos 2009, 80.) Palveluun sisältyy useimmiten jonkinlainen vuorovaikutus asiakkaan ja palveluntarjoajan välillä. Vuorovaikutus ei aina tapahdu vain henkilöiden välillä, vaan asiakas voi myös olla vuorovaikutuksessa yrityksen tarjoaman järjestelmän tai infrastruktuurin kanssa. Onnistunut vuorovaikutus on välttämätöntä yritykselle, jos se aikoo menestyä markkinoinnissaan. (Grönroos 2009, 78.)

Pakkanen, Korkeamäki ja Kiiras luettelevat palvelun ominaisuuksia seuraavasti: ”Palvelu on aineeton ja sitä on vaikea mitata; palvelua ei voi nähdä, kokeilla tai maistaa etukäteen; palvelu tuotetaan vuorovaikutuksessa; asiakas osallistuu palvelun tuotantoon; palvelu on toimintaa; ostaminen tuo vain käyttöoikeuden; palvelua ei voi varastoida sekä palvelua ei voi myydä eteenpäin. (Pakkanen & Korkeamäki & Kiiras 2013, 10.)

Palvelu on ilmiönä monimutkainen, sillä voidaan tarkoittaa niin henkilökohtaista palvelua, palvelua tuotteena tai tarjoamana. Grönroos määrittelee palvelun seuraavasti: ”Palvelu on ainakin jossain määrin aineettomien toimintojen sarjasta koostuva prosessi, jossa toiminnot tarjotaan ratkaisuihin asiakkaan ongelmiin ja toimitetaan yleensä, muttei välttämättä, asiakkaan, palvelutyöntekijöiden ja/tai fyysisten resurssien tai tuotteiden ja/tai palveluntarjoajan järjestelmien välisessä vuorovaikutuksessa.” (Grönroos 2009, 76-77.)

Miksi asiakkaat ostavat palveluja? Vastaus on, koska he kokevat palvelun tuottavan hyötyä tai muuta arvoa itselleen. Usein asiakkaat eivät sinällään etsi juuri palveluita tai tuotteita, vaan niiden tuottamia ratkaisuja, jotka tuovat heillä jotain arvoa. Joskus palveluvaatimuksesta saatetaan tinkiä esimerkiksi halvan hinnan takia. (Grönroos 2009, 25-26.)

Palvelu on myös markkinointia yritykselle. Hyvää palvelua saanut asiakas käyttää yrityksen palveluita uudestaan, huonoa palvelua saanut hyvin todennäköisesti ei. Hyvää palvelua saanut asiakas voi myös kertoa kokemuksistaan muille ja suositella yrityksen palveluita tuttavilleen. Tutun kokemuksiin on helpompi uskoa kuin yrityksen mainoslauseisiin. (Eräsalo 2011, 16.)

4.2 Palvelun laatu

Yrityksien tulee seurata palvelunsa laatua jatkuvasti. Yrityksen tulee osata määrittää, millaiseen palveluun se pyrkii ja miten palvelutapahtumat toteutuvat. Näin itse palvelun laadun mittaaminen mahdollistuu ja palvelua voidaan kehittää. Palvelua ei kuitenkaan saa yhdenmu-kaistaa liikaa, koska asiakkaat haluavat tulla kohdelluiksi yksilöinä, eivätkä liukuhihnatuot-teina. (Bergström & Leppänen 2015, 171-172.)

Palvelun laadun lähtökohtana ovat asiakkaiden odotukset. Odotuksiin voivat vaikuttaa monet asiat. Odotuksia voivat nostaa tutulta saadut kehu-tyksistä, palvelun kallis hinta tai kor-kealaatuista palvelua korostava mainonta. Palvelun laatu koetaan silloin hyväksi, kun asiak-kaan odotukset palvelusta täyttyvät. Jos asiakkaan odotukset ylitetään, voidaan palvelun laa-tua sanoa erinomaiseksi. (Pakkanen, Korkeamäki ja Kiiras 2013, 47.)

Kuntosalin kohdalla asiakkaalla voi olla erityyppisiä odotuksia. Perinteisen kuntosalin, joita Korso Gym ja Ladies Gym edustavat, odotukset liittyvät tilojen siisteyteen, laitevalikoimaan ja laitteiden hyvään järjestykseen sekä mukavaan ilmapiiriin. Kyseisten kuntosalien kohdalla myös laaja ryhmäliikuntavalikoima ja ryhmäliikuntatuntien laatu kuuluvat monien asiakkaiden odotuksiin. Perinteisellä kuntosalilla tarkoitetaan tässä kuntosalia, joka on pääasiassa tarkoi-tettu tavalliselle kuntoilijalle ja soveltuu niin nuorille kuin vanhoille ja naisille sekä miehille.

Palvelukokemus, jonka asiakas kokee, jaetaan tekniseen ja toiminnallisiin osiin. Tekninen osa koostuu koko palveluympäristöstä eli yleisestä siisteydestä, opasteista, kalusteista ja kaikesta muusta, jonka asiakas kohtaa asioidessaan yrityksessä. Teknistä laatua ovat: koneet ja lait-teet; hyvin suunniteltu toimintaympäristö sekä työntekijöiden tiedot, taidot, asiantuntemus ja osaaminen. Toiminnallinen osa koostuu palvelutapahtumisista, kohtaamisista, ilmapiiristä sekä yrityksen henkilöstön ja muiden asiakkaiden välisestä vuorovaikutuksesta. (Pakkanen, Korkeamäki ja Kiiras 2013, 47.)

Teknisen laadun tulee olla kunnossa tai muutoin jopa erinomaisesta toiminnallisesta laadusta ei ole juurikaan mitään apua yritykselle. Esimerkiksi jos kuntosalilla on epäsiistiä ja kuntosa-lilaitteet ovat huonossa kunnossa, tulee asiakas pettymään hyvin todennäköisesti, vaikka asia-kaspalvelu olisi kuinka hyvää tahansa. Tekninen laatu on siis välttämätöntä menestyvälle yri-tykselle ja vähintäänkin asiakkaan minimiodotukset tulee täyttää. Toisaalta kun tekninen laatu on kunnossa, voi juuri toiminnallisella laadulla erottua kilpailijoista. Juuri hyvällä palve-lulla voidaan ylittää asukkaiden odotukset ja mahdollisuus saada kanta-asiakkaita lisääntyy. (Pakkanen, Korkeamäki ja Kiiras 2013, 48.)

Palvelun laatua voidaan parantaa muutamien eri keinoin: lisäämällä palvelun määrää, paranta-malla palvelun saatavuutta, kehittämällä palvelutapaa tai parantamalla palveluympäristöä.

Palvelun laatua heikentäviä seikkoja ovat muun muassa pitkät odotusajat, asiakaspalvelijan osaamattomuus tai epäystävällisyys. (Bergström & Leppänen 2015, 171.)

Yrityksen tulee pyrkiä saamaan jatkuvasti palautetta sen asiakkailta ja kumppaneilta. Palautteenantoon tulee tarjota useita eri kanavia, kuten esimerkiksi henkilökohtainen kontakti, puhelin, sähköinen palautelomake ja sosiaalinen media. Saadessaan niin negatiivista kuin myös positiivista palautetta yritys pystyy korjaamaan heikkouksiaan ja parantamaan entisestään vahvuuksiaan. (Bergström & Leppänen 2015, 173.)

Palvelun laatua voidaan mitata kahdenlaisilla mittausmenetelmillä. Toinen näistä on kvalitatiivisiin mittausvälineisiin perustuva malli, esimerkiksi kriittisten tapahtumien arviontiin perustuvat mallit. Vastaaajia pyydetään kuvailemaan mielikuvaansa palvelusta tai palvelutapaamisista. Kvalitatiivisia menetelmiä käytetään vähemmän kuin seuraavaksi läpikäytäviä attribuuttipohjaisia menetelmiä. Toinen menetelmä on siis attribuuttipohjaiset mallit, jotka perustuvat palvelun ominaisuuksia kuvaaviin attribuutteihin. Tunnetuin menetelmä on SERVQUAL-menetelmä, jossa määritellään joukko attribuutteja, jotka kuvaavat palvelun ominaisuuksia. Sen jälkeen suoritetaan tutkimus, jossa vastaaajia pyydetään antamaan arvosana palvelusta kyseisten attribuuttien osalta. (Grönroos 2009, 113-114.)

Berry, Parasuraman ja Zeithaml antoivat 1980-luvun puolessa välissä palvelun laadulle kymmenen osatekijää. Näiden osatekijöiden pohjalta asiakas muodostaa mielipiteensä palvelun laadusta. (Grönroos 2009, 114.) Ensimmäinen osatekijä on luotettavuus. Asiakkaan tulee luottaa palvelun tuottajan osaamiseen ja asiahallintaan. Tämä luottamus luodaan tuottamalla palvelu virheettömästi ensimmäisellä kerralla. Laskutuksen tulee olla läpinäkyvää eli selkeää ja sovitua. Myös arkistoinnin tulee olla moitteetonta ja palvelu tulee toimittaa sovittuun aikaan. (Berry & Parasuraman & Zeithaml 1985, 47.)

Toinen osatekijä on reagointialttius. Se koskee työntekijöiden halua ja valmiutta palvella. Palvelun tulee tapahtua ajallaan, asiakkaaseen otetaan yhteyttä viivästyksettä ja palvelu on nopeaa. (Berry & Parasuraman & Zeithaml 1985, 47.)

Kolmas palvelun laadun osatekijä on pätevyys. Tällä tarkoitetaan palvelun tuottajan ja tukihenkilöstön ammattitaitoa kyseisen palvelun osalta. (Berry & Parasuraman & Zeithaml 1985, 47.) Esimerkiksi kuntosaliryttäjän tulee omata tietotaito erilaisista kuntosaliharjoittelun muodoista ja niiden vaatimuksista, esimerkiksi tarvittavan laitteiden ja välineiden osalta.

Neljäs osatekijä on saavutettavuus. Tällä tarkoitetaan sitä, että asiakas pystyy saavuttamaan palvelun kohtuullisella vaivalla. Kuntosalin kohdalla tämä tarkoittaa sijaintia, jonne on helppo

saapua ja asiakaspalvelun aukioloaikojen riittävyttä. Myös yhteydenotto puhelimitse tulee olla helposti saatavissa. (Berry & Parasuraman & Zeithaml 1985, 47.)

Viides osatekijä on kohteliaisuus. Tämä sisältää hyvät käytöstavat, kunnioitettavaa asennetta, huomaavaisuutta ja ystävällisyyttä. Myös asiakaspalvelijoiden ulkoinen olemus tulee olla moitteeton. (Berry & Parasuraman & Zeithaml 1985, 47.)

Kuudes osatekijä on viestintä. Asiakkaille tulee puhua niin, että he ymmärtävät mistä palvelusta on kyse, mitä se maksaa ja mistä hinta koostuu. Esimerkiksi käytettävä kieli voi vaihdella asiakkaiden välillä, jotta kommunikointi on selvempää. Asiakasta tulee myös kuunnella. (Berry & Parasuraman & Zeithaml 1985, 47.)

Seitsemäs osatekijä on uskottavuus. Tällä tarkoitetaan sitä, että asiakkaalla on luottamus siihen, että palvelun tuottaja toimii asiakkaan edun mukaisesti. Toiminnan tulee olla rehellisestä. Luottamus tai epäluottamus syntyy muun muassa yrityksen nimestä, maineesta, kontaktihenkilöiden persoonallisuudesta ja niin sanotun kovan myyntityön osuudesta vuorovaikutuksessa. (Berry & Parasuraman & Zeithaml 1985, 47.)

Kahdeksas palvelun laadun osatekijä on turvallisuus. Asiakas ei koe palvelussa vaaroja, riskejä tai epäilyksiä. Syrjäinen sijainti tai epäselvä hinnoittelu voivat esimerkiksi luoda turvattomuuden tunnetta asiakkaassa. Asiakkaalla tulee olla luottamus yritykseen, jotta hän tuntee sen turvalliseksi. (Berry & Parasuraman & Zeithaml 1985, 47.)

Yhdeksäs osatekijä on asiakkaan tarpeiden tunnistaminen ja ymmärtäminen. Asiakkaan erityisvaatimukset tulee selvittää ja jokaista asiakasta tulee kohdella yksilöllisesti. Vakioasiakas tulee tuntea. (Berry & Parasuraman & Zeithaml 1985, 47). Palvelun tuottaja tulee omata ammattitaito, jolla hän voi syventää asiakkaan palveluntarvetta (Grönroos 2009, 215). Esimerkiksi personal trainer voi ammattitaitoisella ohjauksellaan saada alun perin painonpudotusta haluavan asiakkaan innostumaan voimaharjoittelusta. Tällöin asiakas myös todennäköisemmin jatkaa harjoitteluaan pidempää, eikä esimerkiksi lopeta, kun haluttu tavoitepaino on saavutettu.

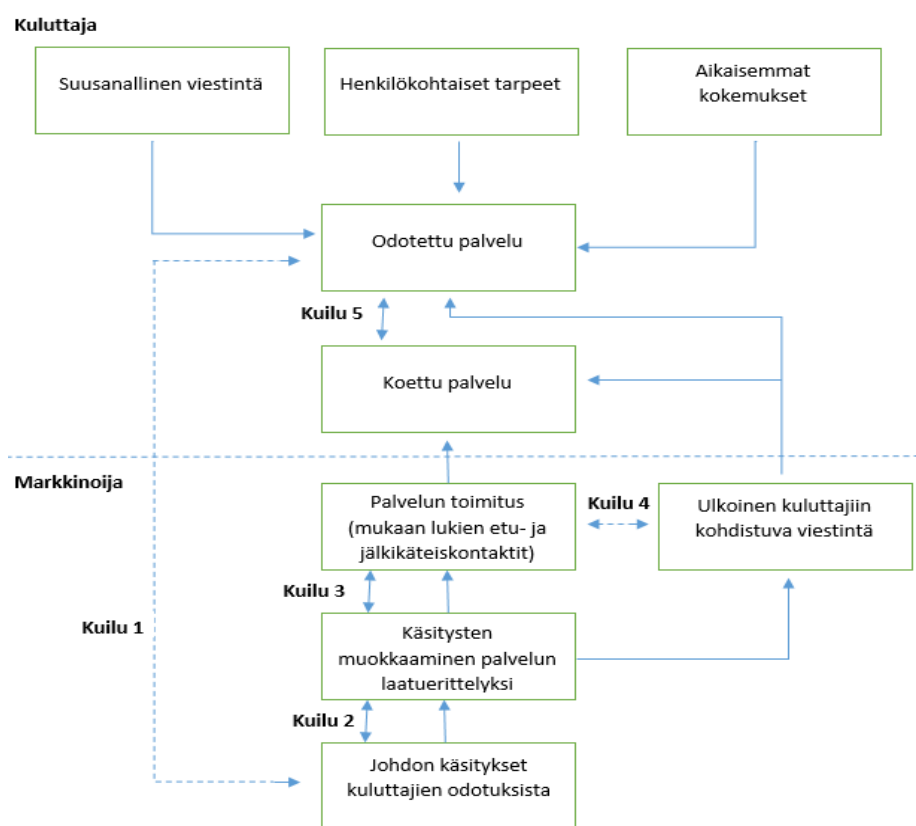
Kymmenes ja viimeinen palvelun laadun osatekijä on palveluympäristö. Palveluympäristöllä tarkoitetaan muun muassa yrityksen fyysisiä tiloja, henkilöstön ulkoista olemusta, palvelussa käytettäviä välineitä ja koneita sekä palvelutiloissa olevat muut asiakkaat. (Berry & Parasuraman & Zeithaml 1985, 47.) Palveluympäristö on varsinkin kuntosaliryityksille erittäin tärkeässä roolissa. Kuntosalia valittaessa varmasti ensimmäinen kriteeri valtaosalle on sijainti lä-

heltä kotoa. Heti tämän jälkeen tulee palveluympäristö. Saleja vertaillaan toisiinsa koon, laitekannan ja ilmapiirin osalta. Nämä ovat kuntosaleille tärkeimpiä kilpailukeinoja. Tämän opinnäytetyön asiakastytyväisyyskyselyssä keskitytään vahvasti näihin osa-alueisiin.

Nämä kymmen osa-aluetta on myöhemmin karsittu viiteen osa-alueeseen, jotka ovat: konkreettinen ympäristö, luotettavuus, reagointialttius, vakuuttavuus ja empatia. Konkreettinen ympäristö sisältää muun muassa toimitilat, laitteiston ja palveluhenkilöstön ulkoisen olemuksen. Vakuuttavuudella tarkoitetaan sitä, että työntekijöiden käytös saa asiakkaat luottamaan yritykseen ja tuntemaan olonsa turvalliseksi. Empatiolla tarkoitetaan sitä, että yritys kohtelee asiakkaitaan yksilöinä, ymmärtää heidän ongelmansa ja toimii heidän etujensa mukaisesti. Myös aukioloaikojen tulee olla asiakaskunnalle sopivat. Luotettavuus ja reagointialttius ovat samat kuin alkuperäisissä kymmenessä osa-alueessa, jotka käytiin läpi aiemmin. (Grönroos 2009, 116.)

SERVEQUAL menetelmällä voidaan mitata miten asiakkaat kokevat palvelun laadun. Menetelmä perustaa aiemmin lueteltuihin viiteen osa-alueeseen ja asiakkaiden palvelua koskevien odotusten ja palvelusta saamien kokemusten vertaamiseen. Osa-aluetta kuvataan attribuuteilla ja vastaajia pyydetään ilmoittamaan mittausasteikkoon mitä he odottivat palvelulta ja millaiseksi he palvelun kokivat. Asteikon ääripäät ovat yleensä ”täysin samaa mieltä” ja ”täysin eri mieltä”. Odotusten ja kokemusten välisten erojen avulla voidaan laskea palvelun kokonaislaatu. Kokonaispistemäärää tärkeämpiä ovat kuitenkin yksittäisten ominaisuuksien tulokset, joista voidaan nähdä palvelun heikkoudet ja vahvuudet. (Grönroos 2009, 116.)

Barry, Parasuraman ja Zeithaml ovat myös kehittäneet niin kutsutun kuiluanalyysimallin kuvaamaan laatuongelmien lähteitä ja tuomaan esiin palvelun laadun parantamiskeinoja. Mallin avulla voidaan osoittaa, kuinka palvelun laatu muodostuu ja miten yrityksen tulee toimia suunniteltaessa haluttua palvelun laatua. Mallin avulla voidaan löytää palvelun laatuun liittyvät ongelmakohdat eli niin sanotut laatukuilut. Laatukuiluja on useita ja ne ovat liitoksissa toisiinsa. Seuraavalla sivulla on kuvio kuiluanalyysimallista, joka käydään läpi tarkemmin seuraavaksi.



Kuvio 1: Palvelun laadun kuiluanalyyysimalli (Grönroos 2009, 144), alkuperäinen lähde Zeithaml, Berry & Parasuraman, Journal of Retailing 1988.

Kuiluanalyyysimalli perustuu nimensä mukaisesti laatukuiluihin, joita mallissa on viisi kappaletta. Laatukuilut johtuvat laadunjohtamisprosessin epäjohtonmukaisuuksista. Kuiluista tärkein on kuilu numero 5, joka johtuu asiakkaan odotusten ja koetun palvelun eroista. Neljä muuta kuilua vaikuttavat tämän kuilun kokoon. (Grönroos 2009, 143-144.)

Ensimmäinen laatukuilu, joka näkyy kuvion vasemmassa laidassa, johtuu yrityksen johdon käsityksistä kuluttajien laatuodotuksista. Yrityksen johto siis näkee kuluttajien laatuodotukset eri tavalla mitä ne oikeasti ovat. Tämän kuilun syitä ovat esimerkiksi epätarkat tiedot markkinatutkimuksista, virheellisesti tulkitut tiedot odotuksista, markkinointitutkimuksen tekemättä jättäminen sekä yrityksessä on liian monta organisaatiokerrosta, jotka pysäyttävät tai hidastavat asiakaskontakteja koskevan tietokuilun. Parannuskeinoja tämän kuilun kaventamiseen on johdon parempi palvelukilpailun piirteiden ymmärrys ja asiakastutkimustoiminnan parannus (Grönroos 2009, 144-145.)

Toinen laatukuilu, joka on kuvion alalaidassa, johtuu palvelunlaatuvaatimusten ja johdon laatu näkemysten eroista. Tämän kuilun syitä ovat esimerkiksi riittämättömät suunnitteluprosessit tai suunnitteluvirheet, suunnittelun huono johto tai organisaation selkeän tavoiteasettelun

puute. Nämä suunnitteluun liittyvien ongelmien laajuus riippuu ensimmäisen kuilun koosta. Kuitenkin vaikka asiakkaiden odotuksista olisi tarkatkin tiedot, laatuvaatimusten suunnittelu voi silti epäonnistua. Syynä on useimmiten se, että johto ei ole aidosti sitoutunut palvelun laatuun, eikä laatua pidetä tärkeänä asiana. Toisaalta kuilu voi myös johtua palvelun toimittajista eli henkilökunnasta. Jos he eivät ole sitoutuneita laatuvaatimuksiin, prosessin lopputulos on tuskin onnistunut. (Grönroos 2009, 145-146.)

Kolmas laatukuilu, joka on kuviossa toisen laatukuilun yläpuolella, johtuu siitä, että palvelun tuotanto- ja toimitusprosessissa ei noudateta laatuvaatimuksia. Syitä tähän laatukuiluun on kolmenlaisia. Ensinnäkin kuilu voi johtua johdon tekemisistä. Johtoon liittyvät ongelmat voivat johtua esimerkiksi työnjohtajien käyttämistä menetelmistä ja laadunvalvontajärjestelmistä, jotka eivät ole rohkaisevia tai laatuikäyttämistä tukevia. Toiseksi kuilu voi johtua työntekijöiden näkemyseroista. Henkilöstä kokee asiakkaiden vaativan erilaista palvelun laatua mitä yrityksen johto on heille laatuvaatimuksissa asettanut. Henkilöstön työtaakka voi myös olla liian suuri tai heidän osaamisensa riittämätön. Kolmanneksi kuilu voi johtua tekniikan ja operatiivisten järjestelmien tuen puutteesta. Niitä ei ole esimerkiksi opetettu kunnolla työntekijöille tai ne eivät vain edistä laadukasta käyttäytymistä. (Grönroos 2009, 147-148.)

Neljä kuilu, joka on kuviossa oikealla, johtuu markkinointiviestinnässä annettujen lupauksen ja toimitetun palvelun eroista. Markkinointiviestinnän kuilun syyt ovat kahdenlaisia. Ensinnäkin ulkoisen markkinointiviestinnän sekä palvelujen tuotannon ja toimituksen suunnittelu ja toteutus eivät täsmää. Markkinointiviestintäkampanjoiden suunnittelussa tulisi olla mukana palvelun tuotantoon ja toimitukseen osallistuvia henkilöitä. Näin markkinointiviestinnän lupaukset saadaan tarkemmiksi ja henkilöstön sitoutuminen kampanjoihin on mahdollisesti suurempi. Toinen syy kuiluun on se, että markkinointiviestinnässä turvaututaan liikaan lupailuun. Tämä ongelma voidaan korjata paremmilla suunnitteluprosesseilla ja johdon aktiivisella valvonnalla. (Grönroos 2009, 148-149.)

Viides kuilu, joka on kuviossa ylhäällä, johtuu koetun palvelun ja asiakkaiden odotuksien eroista. Koko kuiluanalyysimalli perustuu tähän kuiluun ja se määrittää palvelun laadun onnistumisen. Syitä tälle kuilulle voivat olla mikä tahansa edellisistä kuiluista tai niiden yhdistelmistä. Seurauksia yritykselle tästä kuilusta voivat olla esimerkiksi huono laatu ja laatuongelmat, kielteinen suusanallinen viestintä tai jopa liiketoiminnan menetys. (Grönroos 2009, 149.)

Kuiluanalyysimallin avulla yritys voi löytää syyt laatuongelmiin. Se on suoraviivainen tapa löytää erot toimittajan ja asiakkaiden käsitysten väliltä. Kuilujen avulla voidaan määrittellä selkaiset strategiat, jotka takaavat odotusten ja kokemusten johdonmukaisuuden sekä lisäävät asiakastyytyväisyyttä ja myönteisiä laatu-arvioita. (Grönroos 2009, 149.)

5 Tutkimus

Seuraavaksi käydään läpi, kuinka Korso Gymin ja Ladies Gymin asiakastyytyväisyystutkimus toteutettiin. Tässä osiossa käsitellään käytettyä tutkimusmenetelmää, kyselylomakkeen rakentamista sekä tutkimusotetta ja otosta.

5.1 Tutkimusmenetelmä

Tutkimus suoritettiin yhdellä kokonaisvaltaisella kyselyllä, jonka tavoitteena oli selvittää asiakkaiden kuntosalilla käynnin tottumuksia, mielipiteitä ryhmäliikuntatunneista ja kuntosalista sekä selvittää asiakaskunnan toiveita uusista laitteista salille. Tutkimus toteutettiin paperisilla kyselylomakkeilla, jotka jätettiin kuntosalien auloihin asiakkaiden täytettäväksi. Kyselylomake oli neljä sivua pitkä ja jakaantui neljään eri osioon. Ensimmäisessä osiossa kysyttiin asiakkaasta ja hänen salilla käynnin tottumuksista. Toisessa osassa kysyttiin ryhmäliikuntatunneista. Kolmannessa osassa kysyttiin kuntosalista. Neljännessä osassa oli avoimia kysymyksiä, joissa vastaajat saivat halutessaan antaa palautetta kuntosalin toiminnasta ja toivoa uusia laitteita tai välineitä salille.

Kyselytutkimuksen etuna on se, että sen avulla saadaan kerättyä laaja tutkimusaineisto tehokkaasti. Kyselytutkimukseen liittyy kuitenkin myös heikkouksia, yksi näistä on se, ettei voida olla varmoja kuinka huolellisesti ja rehellisesti vastaajat ovat vastanneet kyselyyn. Vastausvaihtoehtojen onnistumisen arviointi voi myös olla hankalaa, eikä tiedetä kuinka paljon väärinymmärryksiä esiintyy vastaajien joukossa. (Hirsjärvi & Remes & Sajavaara 2000, 182.)

Tutkimus toteutettiin paperisena versiona toimeksiantajan toiveesta. Näin saataisiin vastauksia myös asiakkailta, jotka eivät käytä sähköpostia säännöllisesti. Kyselylomakkeet toimitettiin paperisina versioina kuntosalien auloihin. Lomakkeet olivat esillä pöydällä, asiakaspalvelupisteen vieressä. Niiden yhteydessä oli saateviesti, jossa kerrottiin kyseessä olevan asiakastyytyväisyyskysely, joka suoritetaan opiskelijan toimesta opinnäytetyönä. Vastaamalla kyselyyn auttaisi opiskelijaa opinnoissaan ja olisi mahdollista vaikuttaa kuntosalin tulevaisuuteen.

5.2 Kyselylomakkeen rakentaminen

Onnistuneeseen kyselylomakkeeseen vaikuttavat monet tekijät ja lomaketta laatiessa tulee pitää mielessä se, että kun lomake on vastaajalla, mitään ei voida enää korjata. Ensimmäinen seikka, johon tulee kiinnittää huomiota, on se, että vastaajalla on kiinnostusta kyselyn aihepiiriä kohtaan. Vastaajilla tulee olla haluttu tieto, jota tutkimuksella halutaan saada. Yleensä tämä tieto myös motivoi vastaamaan kyselyyn. (Vilka 2007, 64.) Tämän opinnäytetyön kohdalla tämä toteutui, koska kysely toteutettiin kuntosalien aulassa ja kaikki vastaajat olivat salien asiakkaita. Näin heillä oli tieto ja mielipiteet kuntosalin palveluista.

Tutkimusta valmistellessa on myös varmistettava, että kaikilla halutuilla vastaajilla on mahdollisuus vastata kyselyyn. Sähköiseen kyselyyn on mahdotonta vastata, mikäli vastaajalla ei ole mahdollisuutta käyttää tietokonetta tai mobiililaitetta. (Vilka 2007, 64.) Juuri tästä syystä tämän opinnäytetyön kyselyt toteutettiin paperiversioina, haluttiin varmistaa, että kaikilla asiakkailta olisi mahdollisuus vastata kyselyyn.

Tärkeä osa onnistunutta kyselyä on hyvin ja selkeästi muotoillut kysymykset. Kyselylomakkeen tulisi näyttää helposti täytettävältä ja selkeältä. Kysymysten tulisi merkitä samaa kaikille vastaajille. Tästä syystä sellaiset sanat kuin ”usein” tai ”tavallisesti” ovat huonoja, koska ihmiset ymmärtävät ne eri tavoin. Kysymysten on hyvä olla lyhyitä, jolloin ne on helpompi ymmärtää. (Hirsjärvi & Remes & Sajavaara 2000, 189.)

Tässä opinnäytetyössä käytettävän kyselyn alussa on joukko monivalintakysymyksiä, eli kysymyksiä, joissa tutkija on valinnut valmiit vastausvaihtoehdot ja vastaaja valitsee näistä vaihtoehdoista yhden tai useamman, riippuen annetuista ohjeista. Monivalintakysymysten etuna on se, että vastaukset ovat vähemmän kirjavia ja niitä voidaan vertailla mielekkäästi. Monivalintakysymykset myös auttavat vastaajaa tunnistamaan asian, eikä hänen täydy muistaa sitä itse ja vastaaminen helpottuu. (Hirsjärvi & Remes & Sajavaara 2000 186 - 188.)

Yhdeksi kysymysmuodoksi valittiin asenneasteikko. Asenneasteikolla mitataan vastaajan asennetta tai mielipidettä. Asenneasteikoksi valittiin Likertin 5-portainen asteikko, jonka vastausvaihtoehdot ovat seuraavat: 1 täysin samaa mieltä, 2 melko samaa mieltä, 3 ei samaa eikä eri mieltä, 4 melko eri mieltä sekä 5 täysin eri mieltä. Lisäksi lisättiin vastausvaihtoehto ”ei kantaa” Vastaaja valitsee vastauksensa sen perusteella, kuinka voimakkaasti hän on samaa tai eri mieltä väittämän kanssa. (Vilka 2007, 47.)

Kyselyssä käytettiin myös avoimia kysymyksiä. Avoimissa kysymyksissä esitetään kysymys ja jätetään tyhjä tila vastausta varten. Vastaaja saa ilmaista itseään omin sanoin, eikä joudu valitsemaan valmiista vastausvaihtoehdoista. Avoimien kysymysten avulla voidaan vastaajan asiaan liittyvien tunteiden voimakkuutta. (Hirsjärvi & Remes & Sajavaara 2000, 185 - 188.)

5.3 Tutkimuksen suorittaminen käytännössä

Kyselylomakkeita vietiin kummallekin salille 50 kappaletta. Lomakkeet noudettiin kahden viikon kuluttua. Vastauksia saatiin Korso Gymillä 35 kappaletta ja Ladies Gymillä 47 kappaletta. Vastausprosentit olivat siis 66 prosenttia ja 94 prosenttia. Populaatiosta, eli salin asiakkaista pyrittiin saamaan vastauksia tasaisesti molemmilta sukupuolilta ja kaikilta ikäryhmiltä. Tässä onnistuttiinkin muuten hyvin, mutta nuorten vastaajien määrä Korso Gymillä jäi vähäiseksi. Ladies Gymillä vastaukset jakaantuivat tasaisesti eri ikäryhmien kesken.

5.4 Tutkimuksen luotettavuus ja pätevyys

Tutkimuksella pyritään aina saamaan mahdollisimman luotettavaa ja todenmukaista tietoa. Luotettavuutta arvioidaan validiteetti- ja reliabiliteettikäsitteillä. Validiteetilla tarkoitetaan sitä, että mitataan ja tutkitaan oikeita asioita tutkimusongelman kannalta. Reliabiliteetilla tarkoitetaan sitä, että tutkimuksen tulokset ovat pysyviä. Pysyvyydellä tarkoitetaan sitä, että tutkimuksen tulokset pysyvät samankaltaisina eri mittauskerroilla ja eri mittaajien toimesta. (Kananen 2011, 118.)

Reliabiliteetista voidaan irrottaa kaksi osatekijää, jotka ovat stabiliteetti ja konsistenssi. Tutkimus voi mitata ja tutkia oikeita asioita sekä omata korkean reliabiliteetin, mutta ilmiö itsessään muuttaa ajan mukana. Näin myös tulokset vaihtuvat ajan mukana. Stabiliteetti mittaa tutkimuksessa käytettyjen mittarien pysyvyyttä ajassa. Mittarien tulisi saada samat vastaukset eri mittauskerroilla. Opinnäytetyössä stabiliteettiin ei kuitenkaan voi juurikaan kiinnittää huomiota, sillä uusintamittaukset eivät ole mahdollisia. (Kananen 2011, 119-120.)

Konsistenssilla eli yhteneväsyydellä tarkoitetaan sitä, että mittarin eri osat mittaavat samaa asiaa. Konsistenssi tutkimuksessa voidaan todeta mittaamalla sama ilmiö kahdella eri tavalla, jolloin mittaustulokset ovat samat. Esimerkkinä, jos tutkimuksessa halutaan selvittää kuntosalin siisteyttä, kysytään ensin a) Onko kuntosali mielestäsi siisti? ja b) Onko kuntosali mielestäsi likainen? Näiden kahden kysymyksen vastausten tulisi tukea toisiaan. Toiseen tulisi tulla paljon myönteisiä vastauksia ja toiseen kielteisiä. Vaihtoehtoisesti molempiin voi tulla neutraaleja vastauksia. (Kananen 2011, 120.)

Tätä kyseistä tutkimusta Korso Gymin ja Ladies Gymin asiakastyytyväisyydestä on mahdollista soveltaa ja verrata muihin tutkimuksiin. Kuntosalipalveluiden tutkimiseen ja mittaamiseen vaikuttavat samat asiat sekä lainalaisuudet yrityksestä riippumatta. Mitattavat asiat eivät muutu ja yritysten pääperiaatteet ovat samanlaisia.

6 Tutkimuksen tulokset

Seuraavaksi käydään läpi tutkimuksesta saatuja tuloksia. Ensiksi käydään läpi Korso Gymillä saadut tulokset ja näiden jälkeen Ladies Gymin tulokset. Molempien salien kohdalla tulokset on jaettu kolmeen osaan tutkimuskysymysten mukaisesti. Lisäksi neljäntenä osana on vapaa sana, jossa vastaajat saivat halutessaan antaa palautetta kuntosalien toiminnasta.

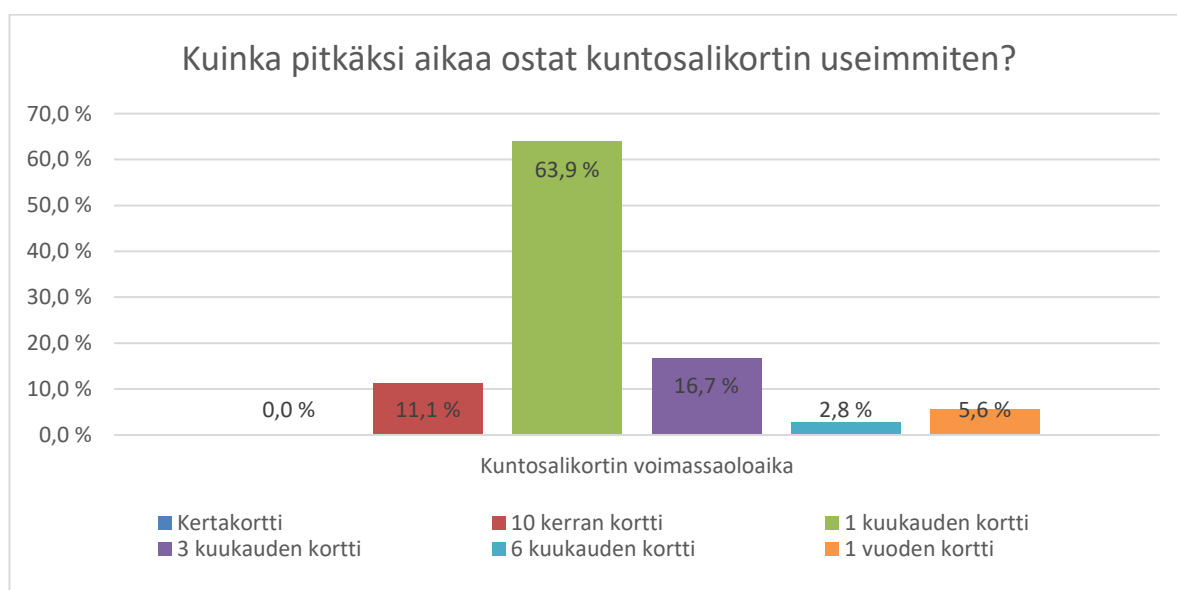
6.1 Korso Gym

Tulokset jaettiin tutkimuskysymysten mukaisesti kolmeen osioon. Ensimmäinen osio käsittelee vastaajien taustatietoja ja kuntosalilla käynnin tottumuksia. Toisessa osiossa käsitellään ryhmäliikuntaa. Kolmannessa osiossa käsitellään kuntosalia ja sen laitekantaa. Lisäksi neljäntenä osana on vastaajien antama palaute salin toiminnasta.

6.1.1 Vastaajien taustatiedot ja kuntosalilla käynnin tottumukset

Kysely aloitettiin vastaajien taustatiedoilla, sukupuolella ja iällä. Vastaajien sukupuolijakauma oli hyvin tasainen, vastanneista miehiä oli 18 ja naisia 17. Kyselyssä saatiin kaikista ikäluokista vastauksia, mutta ikäjakauma vastaajien kesken oli hieman epätasainen. Nuoria vastaajia oli odotettua vähemmän, vain seitsemän vastaajaa 33:sta oli alle 35-vuotias. Suurin osa, 21 vastaajaa 33:sta oli 35 - 55 vuotias. Yli 55-vuotiata vastaajia oli viisi kappaletta. Vastaajien korkea ikä tulee ottaa huomioon kyselyn tuloksia tarkastellessa.

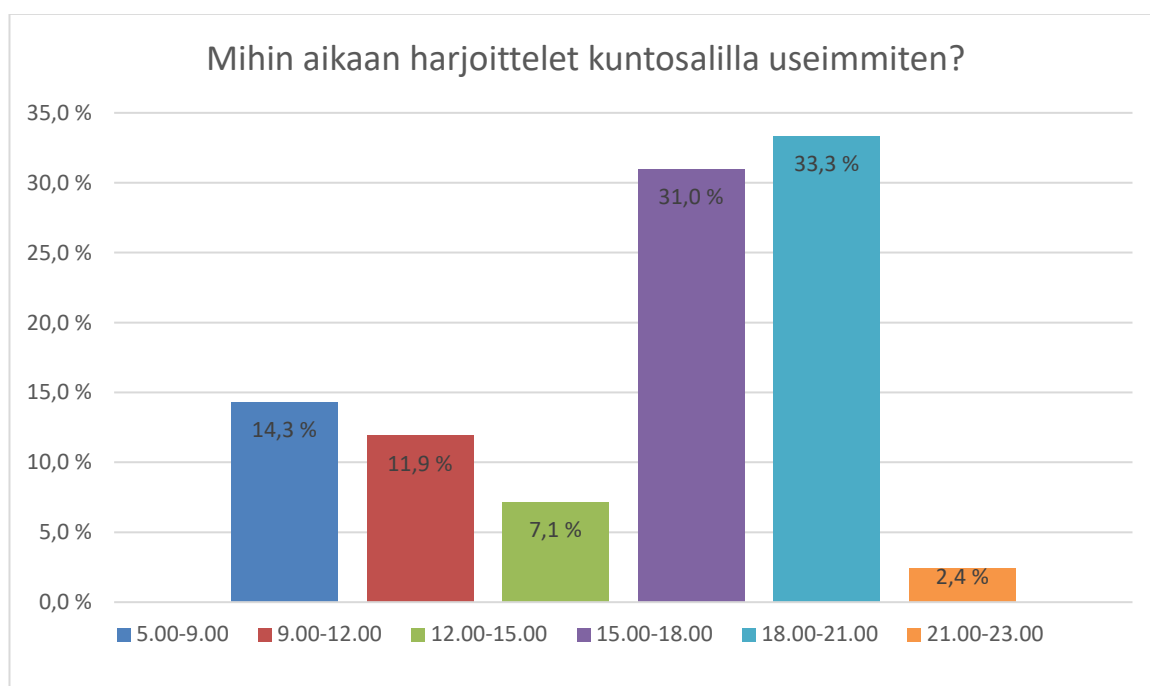
Taustatietojen jälkeen aloitettiin varsinainen kysely ja aluksi käytiin läpi vastaajien kuntosalilla käynnin tottumuksia. Ensimmäinen varsinainen kysymys, kyselylomakkeen kolmas, koski asiakkaiden kuntosalikortin voimassaoloaika. Kuinka pitkäksi aikaa he ostivat kuntosalikortin useimmiten? Selvästi suosituin oli yhden kuukauden kortti, lähes 64 prosenttia vastaajista suosi yhden kuukauden korttia. Seuraavaksi suosituimpia olivat 10-kerran kortti, jonka valitsi noin 11 prosenttia vastaajista ja kolmen kuukauden kortti lähes 17 prosentin vastaajamäärällä. Puolen vuoden ja yhden vuoden valitsivat yhteensä vain alle 10 prosenttia vastaajista.



Kuvio 2: Kuntosalikortin voimassaoloaika, Korso Gym.

Neljännessä kysymyksessä kysyttiin vastaajien viikoittaisten kuntosaliharjoitusten määrää. Vastausvaihtoehtoja oli seitsemän ja ne olivat seuraavat: satunnaisesti, 1-2 kertaa kuukaudessa, 3-4 kertaa kuukaudessa, 2-3 kertaa viikossa, 3-4 kertaa viikossa, 5-6 kertaa viikossa ja yli kuusi kertaa viikossa. Suosituin määrä oli 3-4 kertaa viikossa. Muuten vastaukset jakautuivat melko tasaisesti. Tässä kohdassa selvisi myös se, että asiakkaiden kuntosalilla käyntien määrä vaihteli hieman, koska osa vastaajista oli valinnut useamman vastausvaihtoehdon.

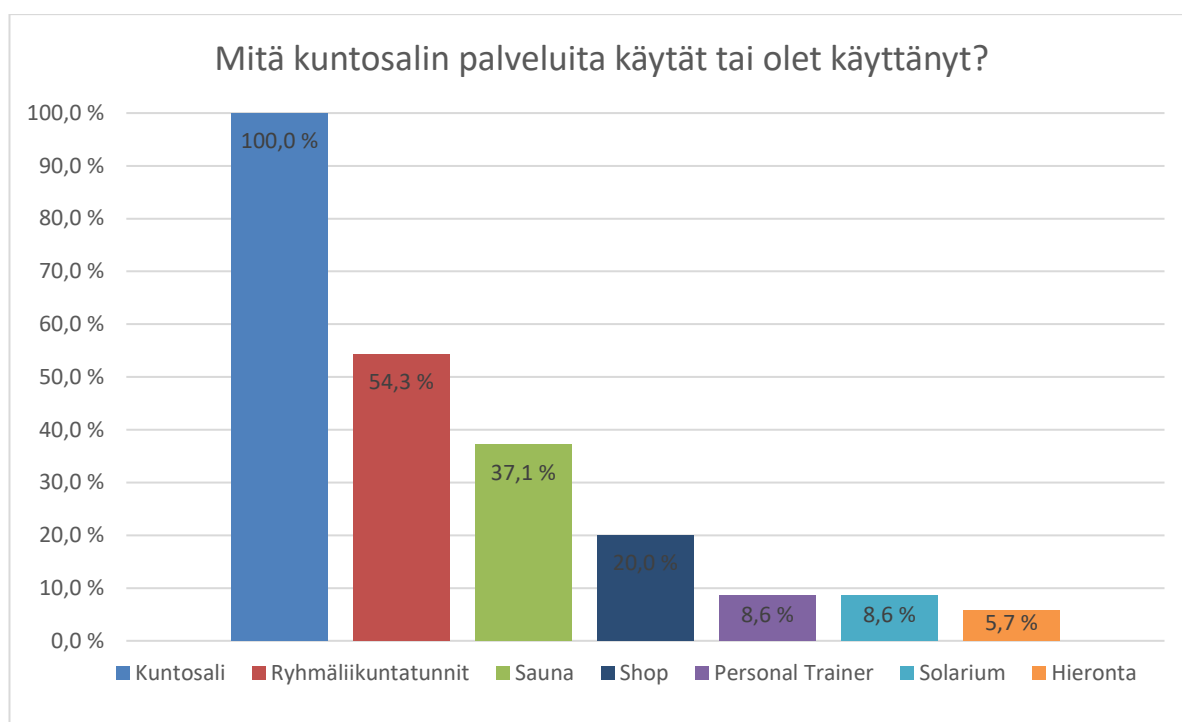
Viides kysymys koski vastaajien kuntosaliharjoituksen ajankohtaa. Kuten saattoi odottaa, suosituin aika oli tavallisen noin kello kahdeksasta neljään kestävä työpäivän jälkeen. Aikaväli 15.00 - 21.00 sai yli 60 prosenttia vastauksista. Myös tässä kysymyksessä muutamat vastaajat olivat valinneet useamman vaihtoehdon ei harjoittelun ajankohta vaihtelee jonkin verran päivien välillä.



Kuvio 3: Kuntosaliharjoittelun ajankohta, Korso Gym.

Seuraavaksi haluttiin saada vastaus siihen, harjoittelevatko asiakkaat tasaisesti läpi viikon. Kuudes kysymys oli muotoiltu seuraavasti: Mihin aikaan viikosta käyt kuntosalilla? Vastausvaihtoehdot olivat: arkipäivinä, viikonloppuna sekä arkipäivinä ja viikonloppuna. Suurin osa vastaajista, noin 75 prosenttia, vastasi viimeisen vaihtoehdon eli ”arkipäivinä ja viikonloppuna”. He siis harjoittelivat tavallisesti läpi viikon, eivätkä pitäneet harjoittelusta taukoa esimerkiksi viikonloppuisin. Noin neljäsosa vastaajista kertoi harjoittelevansa vain arkipäivinä.

Seuraavaksi kysyttiin, mitä palveluita asiakkaat käyttävät tai ovat käyttäneet. Vastauksista käy ilmi se, että niin sanotut kuntosalin tukipalvelut eli solarium, personal trainer ja hieronta eivät ole kovinkaan suosittuja. Käytön ollessa näin pieni, yrityksen tulisi miettiä kuinka tärkeitä nämä tukipalvelut ovat sille. Jos palvelut koetaan tärkeiksi, tulisi miettiä kuinka niitä voidaan parantaa. Saavatko asiakkaat tarpeeksi tietoa näistä palveluista, ovatko palvelut hinnoiteltu oikein tai ovatko ne tarpeeksi laadukkaita.



Kuvio 4: Kuntosalin palvelut, Korso Gym.

Kahdella seuraavalla kysymyksellä pyrittiin saamaan selvää, vaihteleeke vastaajien kuntosaliharjoittelun määrä eri vuodenaikoina. Kysyttäessä milloin vastaajat harjoittelivat eniten, mikään vuodenaika ei noussut esiin. Vastauksista kävi kuitenkin ilmi, että odotetusti kesä on aikaa jolloin monet pitävät taukoa kuntosaliharjoittelusta. Kysyttäessä milloin vastaajat harjoittelevat kuntosalilla vähiten, sai kesä selvästi eniten vastuksia, lähes 90 prosenttia vastauksista. Odotetusti kesä on vuodenaika, jolloin kuntosaliharjoittelijoiden aktiivisuus käydä salilla vähenee. Tämän voi myös todeta kyselyn tuloksista.

Korso Gymin naisasiakkailta on mahdollisuus käyttää myös Ladies Gym kuntosalia samalla avainkortilla samaan hintaan. Toimeksiantajan toiveesta kyselyssä kysyttiin kuinka monia käyttää tätä mahdollisuutta. Vastaajista kahdeksan sanoi käyttävänsä tai ainakin kokeilleensa molempia saleja ja yhdeksän vastasi, ettei ole käyttänyt kuin toista salia. Syitä miksi he eivät olleet käyttäneet molempia saleja tuli muutamia erilaisia. Näistä yleisin oli sijainti, Korson Gym sijaisi lähempänä, eikä pidemmälle haluttu lähteä. Muita syitä olivat viihtymien Korso

Gymillä, Ladies Gymin ryhmäliikuntatuntien aikataulujen sopimattomuus ja 10-kerran korttien käyttö, joilla molempia saleja ei saa käyttää. Vastaukset kysymykseen ”miksi et ole käyttänyt mahdollisuutta käydä myös Ladies Gymillä?” olivat muun muassa seuraavanlaisia:

”Korson keskustan sali lähempänä kotia. Sali on hyvä; ukot eivät haittaa minua.”

”Aikataulut ryhmäliikuntatunneille eivät ole sopineet. Salille ei ole tullut lähdettyä sinne asti.”

”Käytän yleensä 10x korttia ja käsittääkseni pitää olla kk-kortti.”

”Käytän 10 kerran kortteja, joilla sinne Ei pääse.”

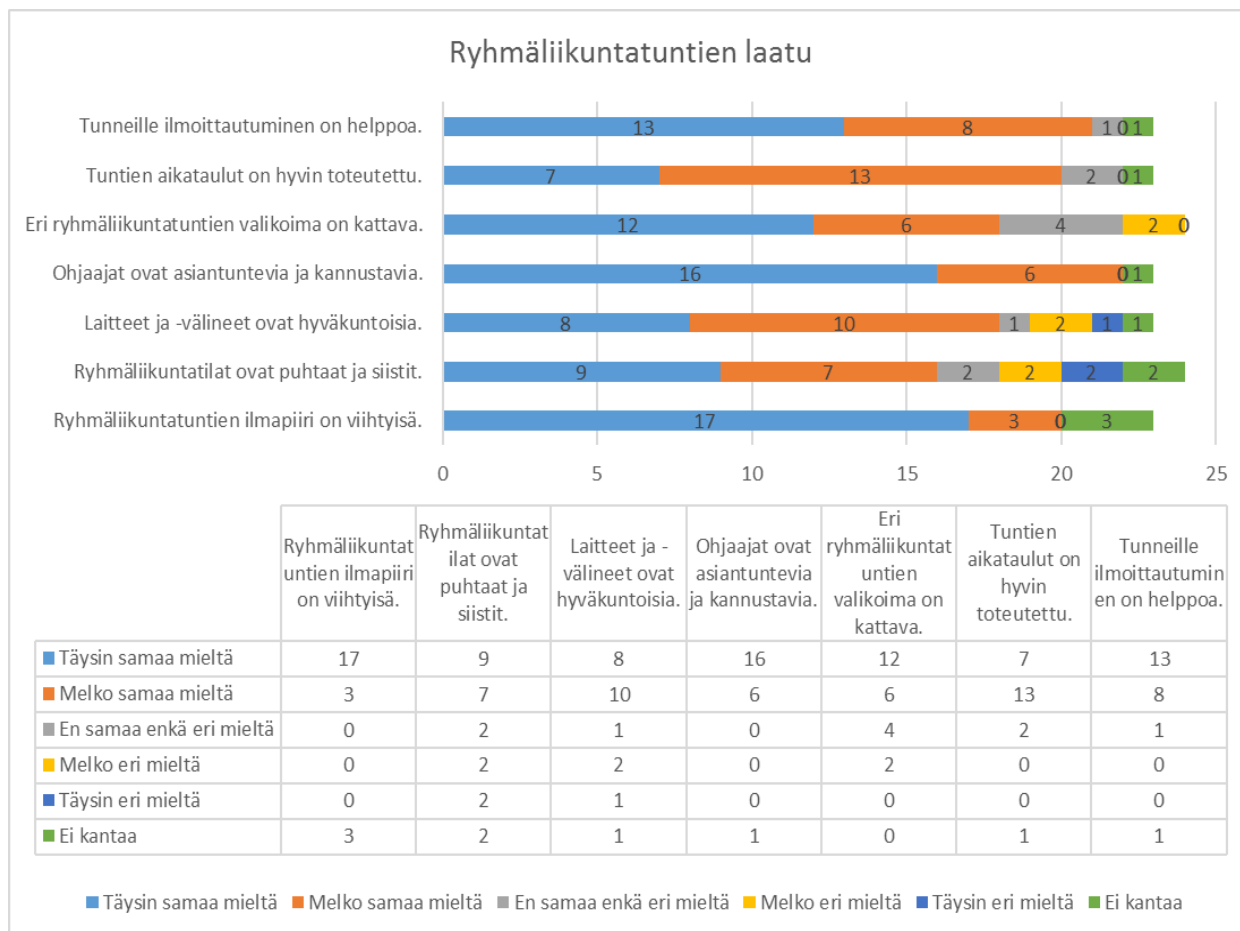
”Sijainti hankala.”

”Asun lähempänä Korso Gyymiä.”

Yhteenvetona tutkimuksen ensimmäisestä osiosta voidaan todeta, että tulokset olivat odotetuja ja yllätyksiä tuli vähän. Se, että kuntosaliharjoittelun ajankohta oli useimmilla iltapäivästä tai illasta ja kesällä monille tuleva harjoittelutauko olivat tiedossa ja saivat vahvistuksen myös tämän kyselyn tuloksista. Merkillepantavin asia tässä osuudessa oli niin sanottujen kuntosalin tukipalvelujen, eli saunan, solariumin, myymälän, hieronnan ja personal trainerin vähäinen suosio. Näiden palvelujen tarpeellisuutta ja parantamista tulisi pohtia ja tehdä tarvittavat muutokset.

6.1.2 Ryhmäliikunta

Kyselyn seuraava osio keskittyi ryhmäliikuntaan. Osia koostui erilaisista väittämistä, ensimmäinen väittämä oli seuraava: ”Ryhmäliikuntatuntien ilmapiiri on viihtyisä”. Väittämille oli annettu kuusi eri vastausvaihtoehtoa, jotka olivat seuraavat: Täysin samaa mieltä, melko samaa mieltä, en samaa enkä eri mieltä, melko eri mieltä, täysin eri mieltä sekä ei kantaa. Väittämiä oli yhteensä seitsemän kappaletta ja ne koskivat ryhmäliikuntatuntien ilmapiiriä, siisteyttä, välineitä, ohjaajia, tuntivalikoimaa, aikatauluja sekä ilmoittautumista. Väittämien jälkeen oli yksi avoin kysymys, jossa vastaajat saivat halutessaan antaa palautetta ryhmäliikuntatunneista ja niiden ohjaajista sekä toivoa uusia ryhmäliikuntatunteja.



Kuvio 5: Ryhmäliikuntatuntien laatu, Korso Gym.

Yllä olevassa taulukossa vastausmäärät on merkitty kappalemäärinä. Vastausten välisten vastausmäärien erot johtuvat siitä, että osa vastaajista ei vastannut kaikkiin vaihtoehtoihin.

Ensimmäiseksi väittämä koski ryhmäliikuntatuntien ilmapiiriä. Vastaajista yhteensä 20 kappaletta eli 87 prosenttia oli tyytyväisiä tai melko tyytyväisiä tuntien ilmapiiriin. Kolme vastaajaa eli 13 prosenttia vastaajista ei ottanut kantaa asiaan. Vastausten pohjalta voidaan todeta, että ryhmäliikuntatuntien ilmapiiri on asiakkaiden mielestä hyvä ja viihtyisä.

Toisessa väittämässä haluttiin saada vastaajien mielipide ryhmäliikuntatilojen siisteydestä. Vaikka suurin osa eli 16 vastaajaa, noin 67 prosenttia, oli samaa tai melko samaa mieltä, että ryhmäliikuntatilat ovat puhtaat ja siistit, niin silti vastauksia saatiin laidasta laitaan. Vastauksista voidaan päätellä, että siisteydessä voisi olla parannettavaa.

Seuraavassa väittämässä haluttiin saada selville vastaajien mielipide ryhmäliikuntalaitteista ja välineistä. Väittämä oli muotoiltu seuraavasti: Ryhmäliikuntalaitteet ja -välineet ovat hyväkuntoisia. Ryhmäliikuntalaitteiden ja -välineiden kuntoon oltiin pääosin tyytyväisiä. Yhteensä 18 vastaajaa 23:sta piti välineitä hyväkuntoisina tai melko hyväkuntoisina.

Seuraavassa väittämässä kysyttiin vastaajien mielipidettä ryhmäliikuntaohjaajista. Tässä vastaajat olivat hyvin pitkälti samaa mieltä ja pitivät ohjaajia asiantuntevina ja kannustavina. Kaikki vastaukset yhtä lukuun ottamatta olivat täysin samaa tai melko samaa mieltä väittämän ”ryhmäliikuntaohjaajat ovat asiantuntevia ja kannustavia” kanssa.

Seuraavaksi haluttiin tietää mitä mieltä vastaajat ovat ryhmäliikuntatuntien valikoimasta. Tässäkin saatiin pääosin positiivisia vastuksia, mutta muutama eriäväkin mielipide tuli.

Seuraava eli kuudes väittämä koski ryhmäliikuntatuntien aikatauluja. Aikatauluihin oltiin pääosin tyytyväisiä, mutta vastauksista voidaan päätellä, että niissä voisi silti olla vielä parantamisen varaa.

Ryhmäliikuntaväittämien viimeinen kohta koski ryhmäliikuntatunneille ilmoittautumisesta ja todetaanko se helpoksi. Vastaajien mielestä tunneille ilmoittautuminen on helppoa.

Ryhmäliikuntaa koskevan osion lopuksi vastaajilla oli mahdollisuus antaa palautetta ryhmäliikuntatunneista tai vaikka toivoa uusia tunteja kuntosalin valikoimaan. Vastauksissa annettiin paljon positiivista palautetta ryhmäliikuntaohjaajille ja toivottiin muun muassa jooga- ja pilates-tunteja. Vastaajat antoivat seuraavia palautteita ja toiveita:

”Hei, saisiko ihanan Wilman Fuscian trainingin Korso Gymille? Esim. klo 18, Kiitos ☐”

”Lansta vakiotunniksi iltaan! Ja ainakin lauantait. Päivillä muutenkin paras meno tunneilla.”

”Rentoutusta ei ole koskaan liikaa => Ihanat ohjaajat <3”

”Säännölliset rullavenyttelytunnit lukkariin”

”TRX-tunteja lisää; vain 2 krt/kk syysohjelmassa.”

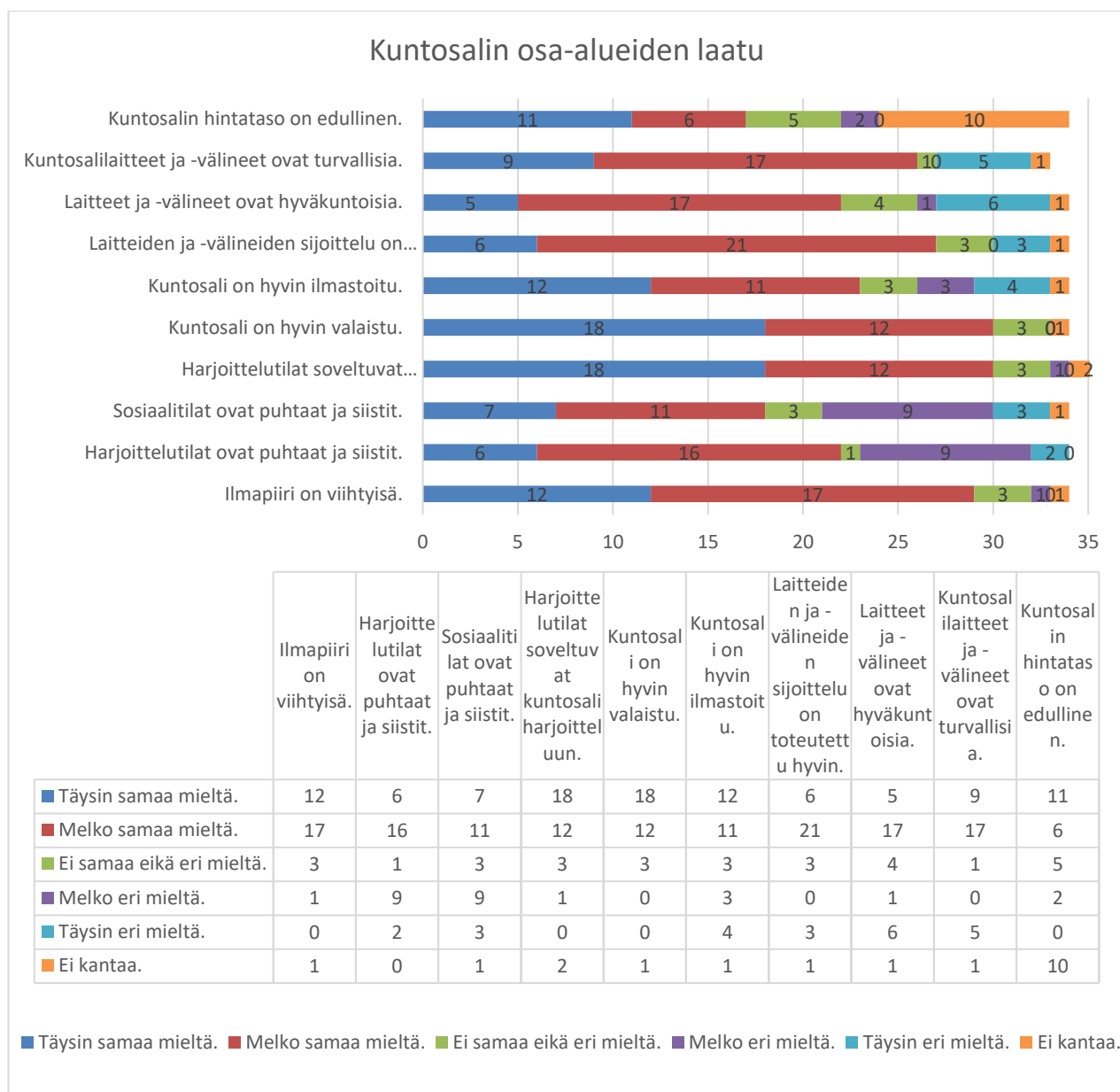
”6 ja ½ Päivi Risten ohjaamalla tunneilla. Niin huippuosaaaja & monipuolinen. IHANA TYYPPI!”

”Päivi on ihan paras! Hän on mahtava ilopilleri ja tsemppari, on palkkansa ansainnut ja enemmänkin. Aamutunnit on mahtava aloitus päivään ja jumpparit ihania.”

Yhteenvedon ryhmäliikuntatunneista voidaan todeta, että vahvuuksia ovat asiantuntevat ja osaavat ohjaajat. Osaavien ohjaajien myötä myös tuntien ilmapiiriä pidetään hyvänä. Tunneille ilmoittautumien, niiden valikoima ja aikataulut ovat myös asiakkaiden mielestä pääpiirteittäin kunnossa. Heikkoutena on ryhmäliikuntatilojen siisteys ja välineiden kunto. Palveluympäristö on tärkeä osa palvelun laatua ja selkeä parannuksen kohde yritykselle.

6.1.3 Kuntosali

Kyselyn seuraava osio käsitteli kuntosalia ja sen ominaisuuksia. Osio koostui väittämistä samalla tavalla kuin edeltävä ryhmäliikuntaosio. Väittämiä oli yhteensä kymmenen ja vastausvaihtoehdot olivat samat kuin edellisessä osiossa. Väittämät koskivat kuntosalin viihtyisyyttä, siisteyttä, sosiaalitylöjä, harjoittelutiloja, valaistusta, ilmastointia, laitteiden sijoittelua, laitteiden kuntoa, turvallisuutta sekä hintatasoa.



Kuvio 6: Kuntosalin osa-alueiden laatu, Korso Gym.

Yllä olevassa taulukossa vastausmäärät on merkitty kappalemäärinä. Vastausten välisten vastausmäärien erot johtuvat siitä, että osa vastaajista ei vastannut kaikkiin vaihtoehtoihin.

Ensimmäinen väittämä koski vastaajien mielipidettä kuntosalin yleisestä ilmapiiristä. Vastaukset olivat pääosin positiivisia, mutta muutama neutraali ja eriäväkin mielipide saatiin. Tuloksista voidaan kuitenkin päätellä, että kuntosalin ilmapiiri on hyvä, kaikkien miellyttäminen on hyvin vaikeaa, ellei mahdotonta.

Seuraavaksi väittämä koski harjoittelutilojen puhtaudesta. Vastauksia saatiin laidasta laitaan. Vain kuusi vastausta 34:sta oli täysin samaa mieltä siitä, että tilat ovat puhtaat. Yhteensä 11 vastausta oli melko eri tai täysin eri mieltä tilojen puhtaudesta. Jos vastauksista pitäisi päätellä jotain, voitaisiin olettaa, että tiloja ehkä siivotaan liian harvoin ja ne pääsevät epäsiisteiksi jonain päivinä viikosta.

Kolmas väittämä koski sosiaalitulojen siisteyttä. Tähän kysymykseen saatiin hyvin vaihtelevia vastauksia. Kun yhteensä 18 vastausta oli sitä mieltä, että tilat ovat puhtaat ja siistit, niin toisaalta yhteensä 12 vastausta oli eri tai melko eri mieltä. Neutraaleja vastauksia tuli kolme kappaletta. Vastauksine perusteella, joko asiakkailta on erilaiset vaatimukset siisteyden osalta, tai siivousten välissä on liian pitkä aika, jolloin sali pääsee epäsiistiksi tiettyinä aikoina viikosta.

Seuraavaksi eli neljäs väittämä koski vastaajien mielipidettä harjoittelutiloista ja tarkemmin kuinka hyvin ne soveltuvat kuntosaliharjoitteluun. Kuten vastauksista näkee, vastaajat pitivät tiloja kuntosaliharjoitteluun sopivina. Yhteensä 30 vastaajaa eli yli 83 prosenttia vastasi täysin samaa mieltä tai melko samaa mieltä.

Viides väittämä käsitteli vastaajien mielipidettä kuntosalin valaistuksesta. Valaistusta pidettiin vastauksien perusteella toimivana, sillä ”täysin samaa mieltä”-vastauksia saatiin peräti 18 kappaletta. Yksikään vastaaja ei ollut tyytymätön salin valaisuun.

Kuntosalin ilmastointia käsittelevän väittämän vastaukset olivat vaihtelevia. Kun yhteensä 23 vastausta oli ilmastointiin tyytyväinen, niin toisaalta seitsemän vastaajaa eivät olleet tyytyväisiä ilmastointiin.

Seuraava väittämä käsitteli kuntosalilaitteiden sijoittelua salilla. Laitteiden sijoitteluun oltiin kyselyn perusteella melko tyytyväisiä, ”melko samaa mieltä”-vastauksia tuli eniten, 21 kappaletta. Toisaalta eriäväkin mielipiteitä saatiin, ”täysin eri mieltä”- vastauksia tuli kolme kappaletta. Korso Gymillä on laaja valikoima erilaisia kuntosalilaitteita ja tilat eivät ole kovin suuret. Laitteiden sijoittelu on tästä syystä hankala, mutta erittäin tärkeä osa kuntosalin toimivuutta. Kyselyn perusteella ainakin joidenkin laitteiden uudelleensijoittelua voitaisiin harjottaa.

Kahdeksas väittämä käsitteli kuntosalilaitteiden kuntoa. Suurin osa vastaajista oli vähintään melko tyytyväinen laitteiden kuntoon. Vastauksista kuitenkin lähes 20 prosenttia eli 6 kappaletta oli väitteen kanssa täysin eri mieltä, joten laitteiden kunnosta voitaisiin varmasti pitää parempaakin huolta.

Seuraava väittämä käsitteli kuntosalilaitteiden turvallisuutta. Suurin osa vastaajista eli yhteensä 28 vastausta piti laitteita vähintään melko turvallisina. Viisi vastausta oli täysin eri mieltä laitteiden turvallisuudesta ja kokivat, että laitteet voisivat olla turvallisempia.

Viimeinen väittämä koski kuntosalin hintatasoa. Pääasiassa hintatasoa pidettiin edullisena ja vain kaksia vastaajaa oli melko eri mieltä siitä, että kuntosalin hintataso on edullinen. Tähän kohtaan moni vastaaja jätti vastaamatta. Syitä vastaamatta jättämiselle voi olla useita, esimerkiksi ehkä asiakkaat eivät tiedä muiden kuntosalien hinnoista ja kokevat, etteivät he voi vastata kysymykseen. Toisaalta vastaamatta jättäminen voi todeta epätyytyväisyytenä nykyiseen hintatasoon, nykyinen hintataso vielä menettelee, mutta edullisempi vaihtoehto houkutelisi. Yrityksen tulee analysoida tämän väittämän vastaukset ja miettiä onko hinnoittelua muutettava. Toisaalta kysymys oli myös melko pitkän monivalintaosuuden viimeinen, joten ehkä osa vastaajista halusi vain saada kyselyn valmiiksi tässä kohtaa, eikä jaksanut miettiä vastauksiaan enää kovin tarkasti.

Tutkimuksen toisessa tutkimuskysymyksessä haluttiin saada tietoa asiakkaiden mielipiteistä koskien kuntosalin laitekantaa. Tämän myötä kyselyyn laitettiin avoin kysymys, jossa vastaajat saivat halutessaan antaa palautetta kuntosalin laitteista ja toivoa uusia laitteita tai välineitä. Kyselyssä saatiin muun muassa seuraavia toiveita:

”Kiertoliikkeitä voisi tehdä laitteilla, johon asetutaan polviseisontaan, alakroppa liikkuu, yläkroppa pysyy paikallaan.”

”Ehjiä mattoja”

”Vinopenkkejä lisää, selkälaitteita, käsipainoja 10-20 Kg, jalkaprässi lisää, käyrätankoja. Pois laitteita ja välineitä, joita ei kukaan käytä!”

”Liikaa crossareita, porraslaite olisi hyvä, vanhat turhat laitteet pois...kuka käyttää jotain niskaletta? Penkkejä enemmän mitä voisi liikutella myös naiset!”

”Sijoittelu ja painojen järjestys voisi olla parempi. (Levyt sikinsokin.)”

”Kyykky - jalka - laitteita”

”Pieniä kahvakuulia enemmän + myös pieniä painoja.”

Yhteenvetona kuntosaliosuudesta voidaan todeta, että kuntosalin asiakkaat pitävät salista ja sen ilmapiiristä, mutta kokevat, että parannettavaa olisi monessa asiassa. Kuntosalin siisteys

ja laitteiden kunto nousivat esiin parannettavina kohteina. Se, että viisi vastaajaa kokee laitteet tai ainakin osan niistä täysin epäturvallisiksi kertoo sen, että laitteiden huoltoon tulisi ehdottomasti panostaa enemmän. Merkillepantavaa on myös hintakysymykseen vastaamattomuus. Kertooko vastaamattomuus tyytymättömyydestä vai eikö kyselyn loppupään kysymykseen enää vain jaksettu vastata? Laitetoiveista nousi esille ainoastaan pienten käsipainojen lisäys, joka oli ainoa toive, jota toivottiin useamman kuin yhden vastaajan toimesta.

6.1.4 Avoimet kysymykset - Vapaa sana

Kyselyn lopuksi oli muutama eri avoin kysymys, joissa vastaajille annettiin mahdollisuus antaa palautetta salin toiminasta. Ryhmäliikuntaa ja kuntosalilaitteita koskevat palautteet käytiin läpi niitä koskevissa osuuksissa. Kyselyn viimeisessä kohdassa vastaajat saivat halutessaan antaa yleistä palautetta salin toiminnasta, mistä he pitävät ja missä olisi heidän mielestään parannettavaa. Sai antaa niin sanotusti ”risuja ja ruusuja”.

Palautetta tuli laidasta laitaan, aloitetaan positiivisella palautteella. Muun muassa henkilökunnalle ja salin yleiselle ilmapiirille annettiin positiivista palautetta.

”Suomen paras liikuntapaikka - täydellinen hinta-laatu suhde □”

”Korso Gymin on aina kiva mennä, kun kaikki on ystävällisiä. Ohjaajat ovat aivan ihania ja jumpan jälkeen on aina hyvällä tuulella. Kiitos.”

”Asiakaspalvelun Kirsi + Emma ovat aina todella ystävällisiä asiakkaille!”

Merkittävä osa palautteesta oli varsin kriittistä. Varsinkin salin siisteyteen ja siivoukseen halutaan parannusta. Useampi vastaaja myös huomauttaa rikkiäisistä laitteista ja pukukaapeista.

”Miesten pukuhuoneessa on useita kaappeja rikki/epäkunnossa.”

”Rikkiäiset laitteet pois, ei korjailta teipeillä yms. Salilla haisee viemäri, olisiko aika puhdistaa? Hygieniä...mistä aloittaisin...eikö saleilla kuuluisi olla puhdistusaineet, toiset hikoilee niin vietävästi ja laitteet ovat limaisia...yök! Ja omistaja voisi kuunnella asiakkaita sekä työntekijöitä, jos on jotain sanomista/ehdotuksia. Ja asiakkaat maksavat, jos ei olisi asiakkaita ei olisi firmaa! Ilmastointi päälle!”

”Saunan lämmitys vähäinen! Nyt kesällä ei ollenkaan, ei edes koulujen alettua niinku ennen, vasta syyskuus taas.”

”Vastaanotossa enemmän hymyä huuleen, kiitos! Salitiloja saisi imuroida huolellisemmin ja kerätä kuntoilijoiden - ikävä kyllä - jättämiä paperipyyhkeitä ym roskia pois. Lattialla ei ole kiva treenata villakoirien kanssa.”

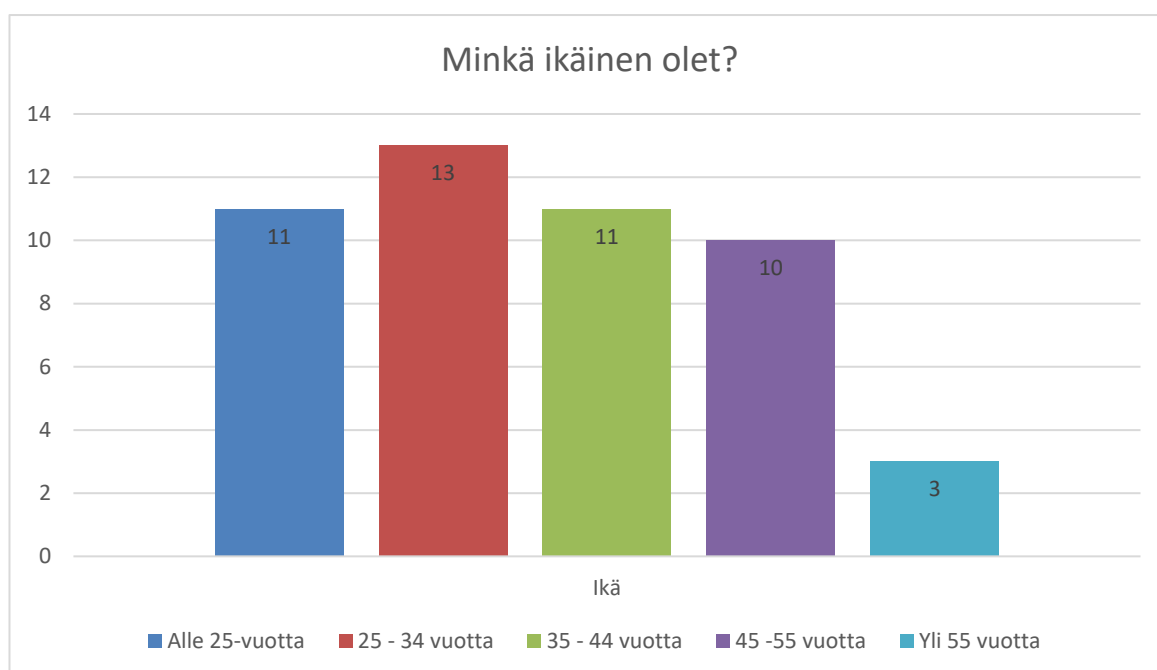
”Asiakaspalveluun iloisempia ilmeitä kiitos, nettisivujen ajankohtaiseen päivitykseen parannusta.”

6.2 Ladies Gym

Tulokset jaettiin tutkimuskysymysten mukaisesti kolmeen osioon. Ensimmäinen osio käsittelee vastaajien taustatietoja ja kuntosalilla käynnin tottumuksia. Toisessa osiossa käsitellään ryhmäliikuntaa. Kolmannessa osiossa käsitellään kuntosalia ja sen laitekantaa. Lopuksi käydään läpi kyselyssä saatuja palautteita salin toiminnasta.

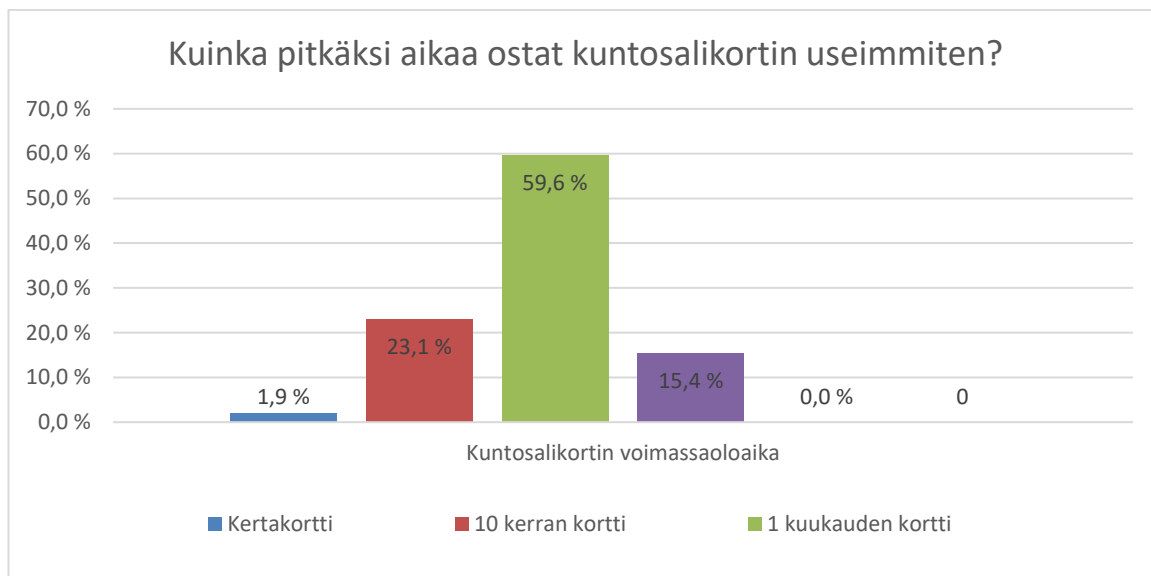
6.2.1 Vastaajien taustatiedot ja kuntosalilla käynnin tottumukset

Kuten kuntosalin nimestä voi päätellä, Ladies Gym kuntosalilla saavat harjoitella vain naiset. Vaikka kysely pidettiin muuten samana kuin Korso Gymillä, tästä syystä kysely aloitettiin Korso Gymin kyselystä poiketen kysymällä vastaajan ikä. Ikäjakauma oli tasainen ja vastaajista vain yli 55-vuotiata oli vähemmän muihin ikäluokkiin nähden.



Kuvio 7: Ikäjakauma, Ladies Gym.

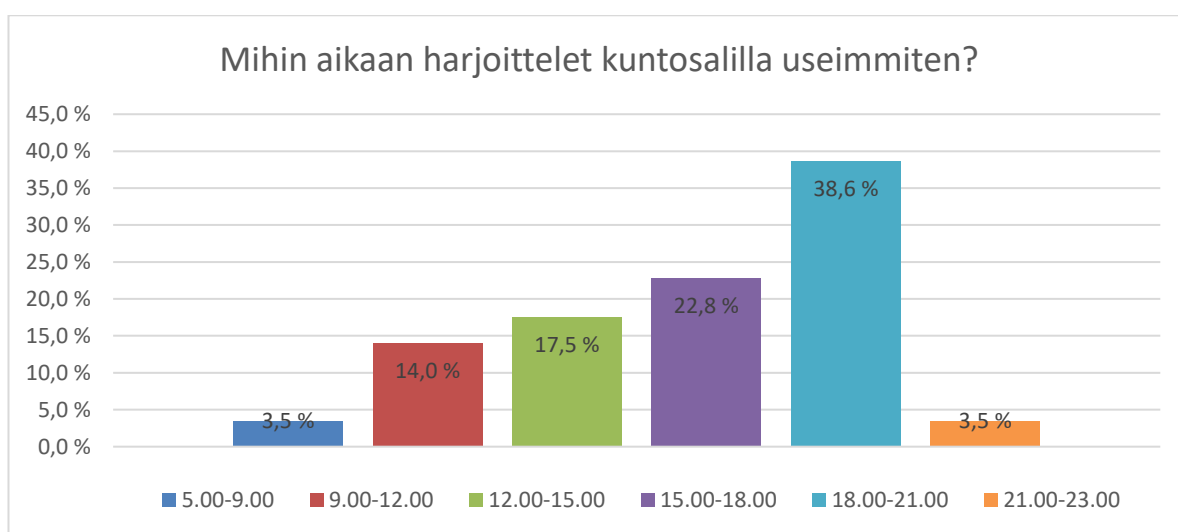
Toinen kysymys käsitteli salikorttia ja tarkemmin kuinka pitkäksi aikaa asiakas sen useimmiten ostaa. Selvästi suosituin vaihtoehto oli yhden kuukauden kortti 31 vastauksella 52 vastauksesta. Seuraavaksi suosituin oli kymmenen-kerran kortti 12 vastauksella ja kolmanneksi suosituin oli kolmen kuukauden kortti kahdeksalla vastauksella.



Kuvio 8: Kuntosalikortin voimassaoloaika, Ladies Gym.

Kolmannessa kysymyksessä pyrittiin saamaan selville, kuinka usein kuntosalin asiakkaat harjoittelivat kuntosalilla viikoittain. Vastauksia saatiin laidasta laitaan, suosituimman määrän ollessa kolme-neljä kertaa viikossa 20 vastauksella 52 vastauksesta. Toiseksi suosituin oli kaksi-kolme kertaa viikossa, jota seurasivat viisi-kuusi kertaa viikossa ja kolme-neljä kertaa kuukaudessa. Mitta-asteikon ääripäistä eli satunnaisesti ja yli kuusi kertaa viikossa harjoittelevista saatiin myös vastauksia. Tästä voidaan todeta, että kyselyn vastaajat kattavat kattavasti kuntoilijasta tavoitteellisesti harjoitteleviin.

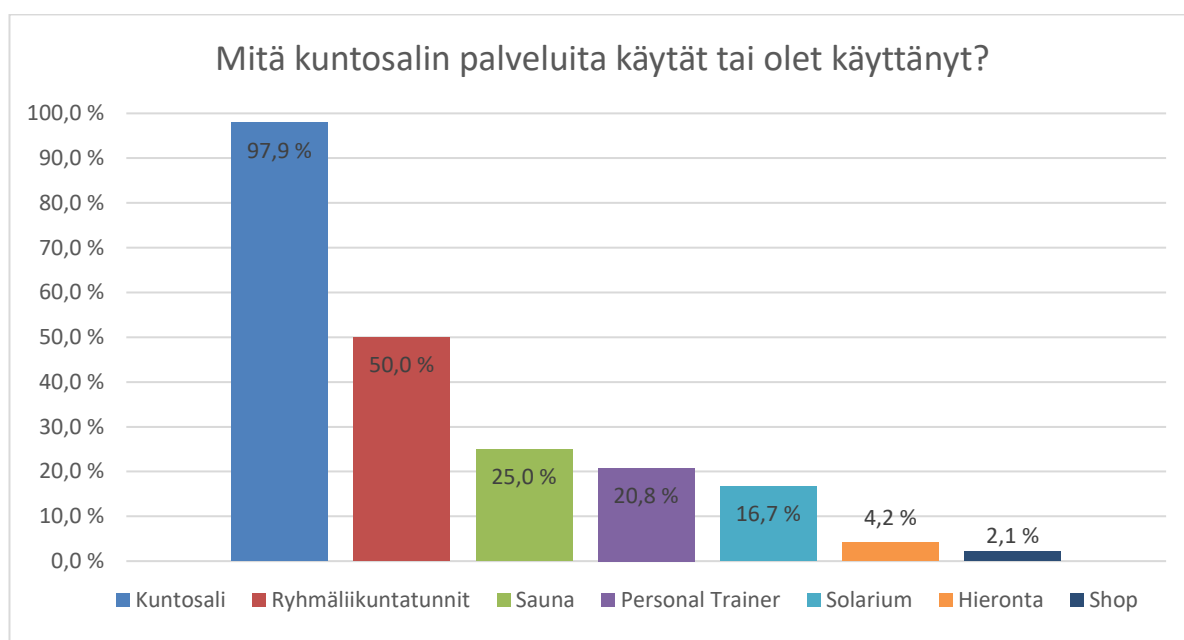
Neljännessä kysymyksessä pyrittiin saamaan selville mihin aikaan asiakkaat harjoittelevat kuntosalilla. Suosituin aika harjoitella oli 18.00-21.00. Vastauksia saatiin kuitenkin laidasta laitaan.



Kuvio 9: Kuntosaliharjoittelun ajankohta, Ladies gym.

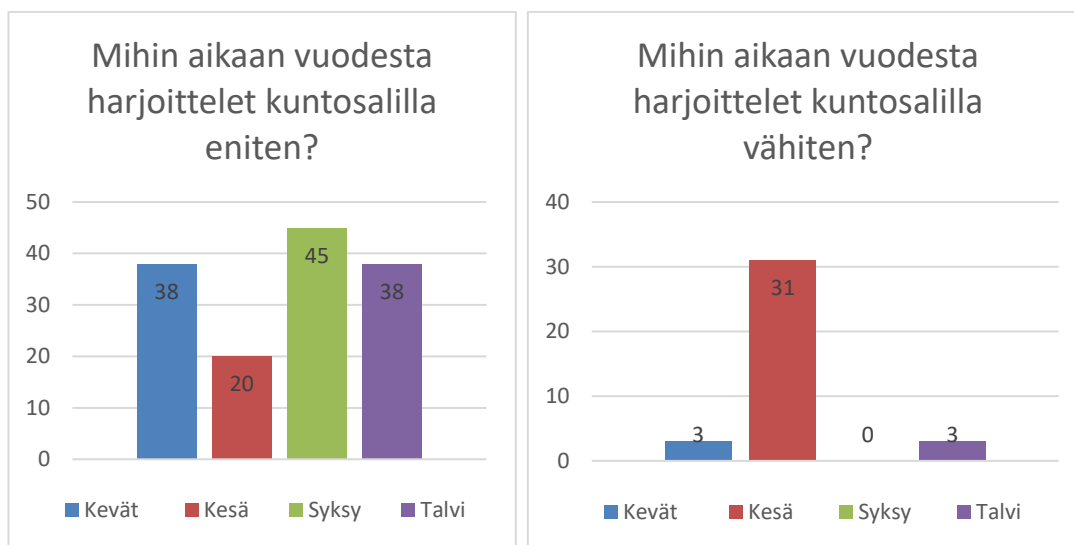
Viidennessä kysymyksessä pyrittiin selvittämään harjoittelevatko vastaajat kuntosalilla läpi viikon, vai keskittykö harjoittelu arkipäiville tai viikonlopulle. Läpi viikon harjoittelu oli kyselyn mukaan suositumpaa kuin vain arkipäivinä harjoittelu. Kukaan kyselyyn vastaaja ei harjoitellut vain viikonloppuisin. Noin 80 prosenttia vastaajista kävi kuntosalilla läpi viikon eli arkipäivinä ja viikonloppuna ja noin 20 prosenttia vain arkipäivinä.

Kuudennessa kysymyksessä selvitettiin mitä kuntosalin eri palveluita vastaajat käyttävät tai ovat käyttäneet. Kaikki vastaajat yhtä lukuun ottamatta käyttävät tai olivat käyttäneet kuntosalia ja puolet vastaajista ryhmäliikuntaa. Saunaa oli käyttänyt neljäsosa ja personal trainereita viidesosa vastaajista. Solariumia oli käyttänyt vajaa 17 prosenttia vastaajista, hierontaa vain kaksi vastaajaa ja myymälää vain yksi vastaaja.



Kuvio 10: Kuntosalipalvelut, Ladies Gym.

Kahdessa seuraavassa kysymyksessä pyrittiin selvittämään, vaihteleeko vastaajien kuntosaliharjoittelun määrä eri vuodenaikoina. Ensin kysyttiin mihin aikaan vuodesta vastaajat harjoittelivat eniten ja heti perään mihin aikaan vuodesta vähiten. Odotetusti kesä on aikaa, jolloin kuntosaliharjoittelu on vähäisintä, tämä käy ilmi myös kysymysten tuloksista.



Kuvio 11: Kuntosaliharjoittelu eri vuodenaikoina, Ladies Gym.

Ladies Gymin asiakkailta on mahdollisuus käyttää myös Korso Gymin kuntosalia samalla avainkortilla samaan hintaan. Toimeksiantajan toiveesta kyselyssä kysyttiin kuinka monia käyttää tätä mahdollisuutta. Vastaajista 12 vastasi käyttävänsä tai ainakin kokeilleensa molempia saleja ja 36 vastasi, ettei ole käyttänyt kuin Ladies Gymin palveluita. Syitä miksi he eivät olleet käyttäneet molempia saleja tuli muutamia erilaisia. Näistä yleisimmät olivat halu käydä vain naisille suunnatulla salilla. Toinen syy oli sijainti, Ladies Gym sijaitsi lähempänä, eikä pidemmälle haluttu lähteä. Muita syitä olivat viihtymien Ladies Gymillä sekä 10-kerran korttien käyttö, joilla molempia saleja ei saa käyttää. Yllättäen muutama vastaaja ei tiennyt mahdollisuudesta käyttää molempia saleja, tiedotuksessa olisi siis varmasti parannettavaa. Vastaukset kysymykseen ”miksi et ole käyttänyt mahdollisuutta käydä myös Korso Gymillä?” olivat muun muassa seuraavia:

”Ei tule liikuttua siellä suunnalla. Ladies Gym on niin lähellä kotia, että käytän mieluummin tätä salia.”

”Koska en ole tiennyt tästä mahdollisuudesta.”

”En ole jaksanut käyttää tätä mahdollisuutta.”

”Haluan käydä naistensalilla ainakin toistaiseksi.”

”Haluan käydä naisten salilla ja matka Korsoon on liian pitkä.”

”Toivoisin, että myös 10x kortilla voisi käydä Korson jumpissa. Jos ei muuten, niin vaikka LG+KG yhteiskortti muutaman € lisämaksusta.”

”Se tuntuu vaikeammalta, koska ryhmäliikuntatunnit täysiä (pitäisi varata paljon etukäteen)”

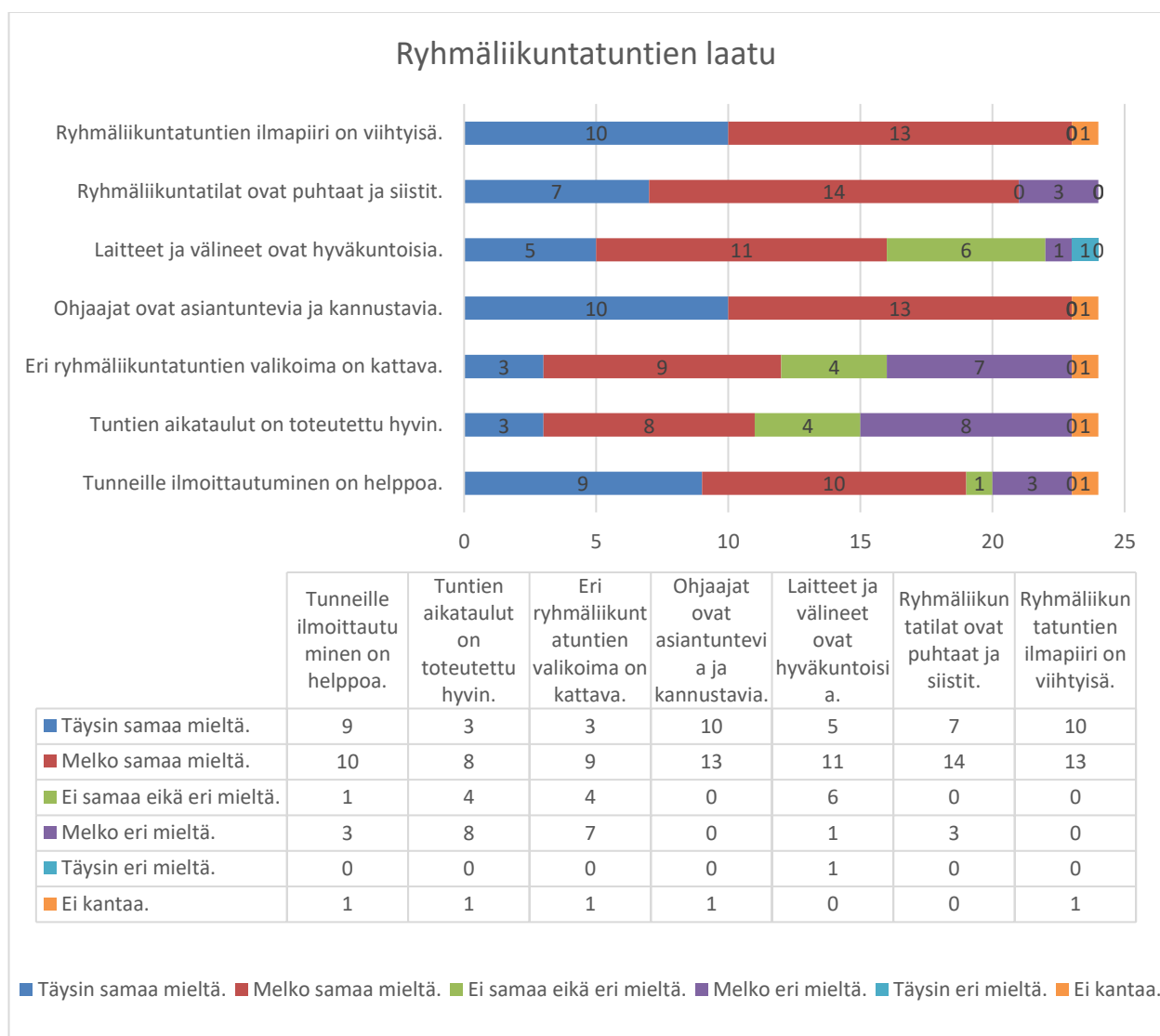
”On ollut ajatuksena, mukavampi tulla vaan tutulle lähisalille.”

Yhteenvetona tutkimuksen ensimmäisestä osiosta voidaan todeta, että tulokset olivat odotetun kaltaisia. Kuntosaliharjoittelun ajankohta oli useimmilla iltapäivästä tai illasta ja kesällä

monille tuleva harjoittelutauko olivat tuloksia, joita saattoi odottaa. Kysyttäessä käyttävätkö asiakkaat molempia saleja, Ladies gymiä ja Korso Gymiä, yllättävää oli se, että osa vastaajista ei tiennyt tämän olevan mahdollista. Asiasta tiedottaminen voisi siis olla parempaa.

6.2.2 Ryhmäliikunta

Kyselyn seuraava osio keskittyi ryhmäliikuntaan. Osia koostui erilaisista väittämistä, ensimmäinen väittämä oli seuraava: ”Ryhmäliikuntatuntien ilmapiiri on viihtyisä”. Väittämille oli annettu kuusi eri vastausvaihtoehtoa, jotka olivat seuraavat: Täysin samaa mieltä, melko samaa mieltä, en samaa enkä eri mieltä, melko eri mieltä, täysin eri mieltä sekä ei kantaa. Väittämiä oli yhteensä seitsemän kappaletta ja ne koskivat ryhmäliikuntatuntien ilmapiiriä, siisteyttä, välineitä, ohjaajia, tuntivalikoimaa, aikatauluja sekä ilmoittautumista. Väittämiä jälkeen oli yksi avoin kysymys, jossa vastaajat saivat halutessaan antaa palautetta ryhmäliikuntatunneista ja niiden ohjaajista sekä toivoa uusia ryhmäliikuntatunteja.



Kuvio 12: Ryhmäliikuntatuntien laatu, Ladies Gym.

Edellisellä sivulla olevassa taulukossa vastausmäärät on merkitty kappalemäärinä. Vastausten välisten vastausmäärien erot johtuvat siitä, että osa vastaajista ei vastannut kaikkiin väittämiin.

Ensimmäiseksi väittämä koski ryhmäliikuntatuntien ilmapiiriä. Vastaajista yhteensä 23 kappaletta eli yhtä vaille kaikki olivat tyytyväisiä tai melko tyytyväisiä tuntien ilmapiiriin. Yksi vastaajista ei ottanut kantaa asiaan. Vastausten pohjalta voidaan todeta, että ryhmäliikuntatuntien ilmapiiri on asiakkaiden mielestä hyvä ja viihtyisä.

Toisessa väittämässä haluttiin saada vastaajien mielipide ryhmäliikuntatilojen siisteydestä. Suurin osa, 21 vastaajaa eli 87,5 prosenttia, oli samaa tai melko samaa mieltä, että ryhmäliikunta tilat ovat puhtaat ja siistit. Jäljelle jäävät kolme vastaajaa olivat melko eri mieltä tilojen puhtaudesta. Vastauksista voidaan päätellä, että siisteys on pääpiirteittäin kunnossa, mutta parannettavaa voisi olla.

Seuraavassa väittämässä haluttiin saada selville vastaajien mielipide ryhmäliikuntalaitteista ja välineistä. Väittämä oli muotoiltu seuraavasti: Ryhmäliikuntalaitteet ja -välineet ovat hyväkuntoisia. Ryhmäliikuntalaitteiden ja -välineiden kuntoon oltiin pääosin tyytyväisiä. Yhteensä 16 vastaajaa 24:sta piti välineitä hyväkuntoisina tai melko hyväkuntoisina. Kuitenkin kuusi vastaajaa vastasi neutraalin vaihtoehdon ja kaksi vastaajaa olivat melko tai täysin eri mieltä. Vastausten jakaantuminen kertoo, että välineistössä olisi vastaajien mielestä parantamisen varaa.

Seuraavassa väittämässä kysyttiin vastaajien mielipidettä ryhmäliikuntaohjaajista. Tässä vastaajat olivat hyvin pitkälti samaa mieltä ja pitivät ohjaajia asiantuntevina ja kannustavina. Kaikki vastaukset yhtä lukuun ottamatta olivat täysin samaa tai melko samaa mieltä väittämän ”ryhmäliikuntaohjaajat ovat asiantuntevia ja kannustavia” kanssa. Yksi vastaaja ei ottanut tähän väittämään kantaa.

Seuraavaksi haluttiin tietää mitä mieltä vastaajat ovat ryhmäliikuntatuntien valikoimasta. Tässä väittämässä vastaukset jakaantuivat. Neljä vastaajaa valitsi vaihtoehdon ”en samaa enkä eri mieltä” ja peräti seitsemän oli melko eri mieltä. Vastausten perusteella ryhmäliikuntatuntien valikoimaa tulisi uudistaa, jotta se vastaisi paremmin asiakkaiden toiveita. Toki kaikkien miellyttäminen on vaikeaa, ellei mahdotonta.

Seuraava eli kuudes väittämä koski ryhmäliikuntatuntien aikatauluja. Tässäkin väittämässä vastaukset jakaantuivat. Neljä vastaajaa valitsi vaihtoehdon ”en samaa enkä eri mieltä” ja

peräti kahdeksan oli melko eri mieltä. Vastauksista voidaan päätellä, että aikatauluissa on vastaajien mielestä parannettavaa.

Ryhmäliikuntaväittämien viimeinen kohta koski ryhmäliikuntatunneille ilmoittautumisesta ja todetaanko se helpoksi. Suurimman osan mielestä tunneille ilmoittautuminen on helppoa. Kolme vastaajaa valitsi vaihtoehdon ”melko eri mieltä” ja yksi ei ottanut kantaa. Ilmoittautumiseen oltiin siis pääosin tyytyväisiä.

Ryhmäliikuntaa koskevan osion lopuksi vastaajilla oli mahdollisuus antaa palautetta ryhmäliikuntatunneista tai vaikka toivoa uusia tunteja kuntosalin valikoimaan. Kommenteissa annettiin muun muassa kehuja ohjaajille sekä toivottiin aikatauluihin ja ryhmäliikuntatuntien ohjelmiin muutoksia. Vastaajat antoivat muun muassa seuraavia palautteita ja toiveita:

”Ohjaajat ovat ihanan innostavia ja inspiroivia. Tykkään siitä, kun tuntien sisällöt vaihtuvat ja kaikilla on oma tyyli.”

”Toivoisin enemmän aamutunteja ja jooga takaisin listalle. Ohjaajat ovat innostavia.”

”Osa ohjaajista on todella hyviä! Muutamalla tunnilla olen kuitenkin turhautunut ohjaajan sekoilun tai löysäilyn vuoksi.”

”Liikuntatilan lattia on aina todella epäsiisti, pitäisi olla joku moppi tms jolla sen voisi puhdistaa.”

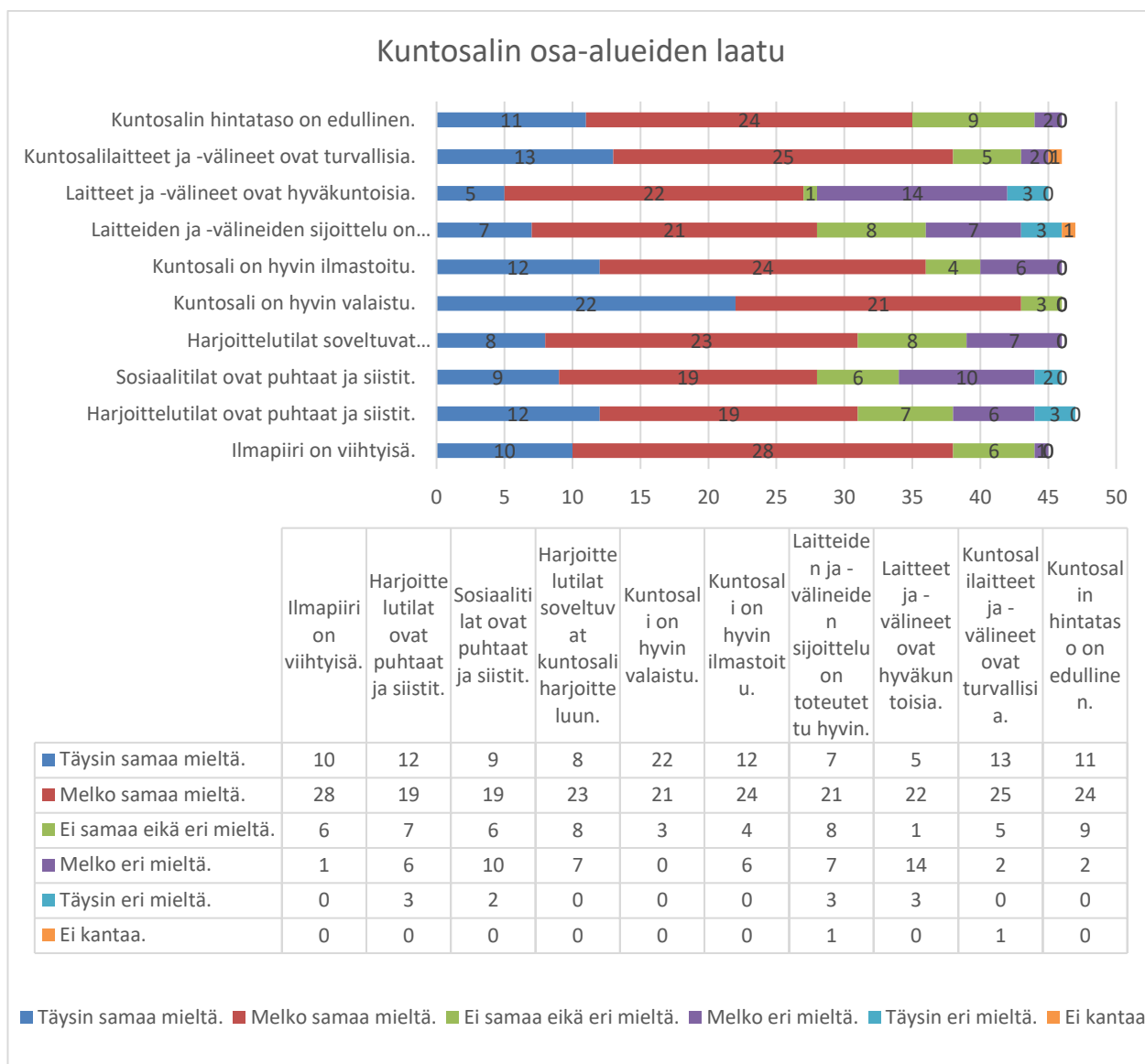
”Mielestäni ryhmäliikuntatunnit ovat hyviä. Ja niitä saisi ehdottomasti olla enemmän!

”Hyviä ohjaajia☺Olisi kiva, jos ohjaajat sanoisivat tunnilla, että jumppaajat palauttaisivat välineet vasta tunnin loputtua. Kesken venyttelyn, kun niitä palautetaan, niin se häiritsee.”

Yhteenvetona ryhmäliikuntaa koskevasta osiosta voidaan todeta, että vastaajat ovat tyytyväisiä ohjaajiin ja tuntien ilmapiiriin. Parannettavia kohteita vastaajien mielestä olisivat tuntien valikoima ja aikataulut. Vastaajien antamat toiveet koskien ryhmäliikuntatunteja olivat sekalaisia, eikä niistä noussut esille mikään yksittäinen tunti tai ajankohta. Yritys voisikin pyrkiä saamaan aiheesta lisää palautetta esimerkiksi uuden kyselyn muodossa.

6.2.3 Kuntosali

Kyselyn seuraava osio käsitteli kuntosalia ja sen ominaisuuksia. Osio koostui väittämistä samalla tavalla kuin edeltävä ryhmäliikuntaosio. Väittämiä oli yhteensä kymmenen ja vastausvaihtoehdot olivat samat kuin edellisessä osiossa. Väittämät koskivat kuntosalin viihtyisyyttä, siisteyttä, sosiaalitylöjä, harjoittelutiloja, valaisua, ilmastointia, laitteiden sijoittelua, laitteiden kuntoa, turvallisuutta sekä hintatasoa.



Kuvio 13: Kuntosalin osa-alueiden laatu, Ladies Gym.

Yllä olevassa taulukossa vastausmäärät on merkitty kappalemäärinä. Vastausten välisten vastausmäärien erot johtuvat siitä, että osa vastaajista ei vastannut kaikkiin väittämiin.

Ensimmäinen väittäjä koski vastaajien mielipidettä kuntosalin yleisestä ilmapiiristä. Vastaukset olivat pääosin positiivisia, mutta muutama neutraali ja yksi eriäväkin mielipide saatiin. Tuloksista voidaan kuitenkin päätellä, että kuntosalin ilmapiiri on hyvällä tasolla.

Seuraavaksi väittäjä koski harjoittelutilojen puhtaudesta. Vastauksia saatiin laidasta laitaan. Suurin osa, yhteensä 31 vastaajaa oli melko tyytyväisiä tai täysin tyytyväisiä salin siisteyteen. Toisaalta yhteensä 13 vastausta oli melko eri tai täysin eri mieltä tilojen puhtaudesta ja neutraalejakin mielipiteitä saatiin seitsemän kappaletta. Jos vastauksista pitäisi päätellä jotain,

voitaisiin olettaa, että tiloja ehkä siivotaan liian harvoin ja ne pääsevät epäsiisteiksi jonain päivinä viikosta. Siisteydessä olisi siis tulosten mukaan parantamista.

Kolmas väittämä koski sosiaalityötilojen siisteyttä. Tähän kysymykseen saatiin hyvin vaihtelevia vastauksia. Kun yhteensä 28 vastausta oli sitä mieltä, että tilat ovat puhtaat ja siistit, niin toisaalta yhteensä 12 vastausta oli eri tai melko eri mieltä. Neutraaleja vastauksia tuli kuusi kappaletta. Vastauksien perusteella voidaan päätellä että, joko asiakkailta on erilaiset vaatimukset siisteyden osalta, tai siivousten välissä on liian pitkä aika, jolloin sali pääsee epäsiistiksi tiettyinä aikoina viikosta.

Seuraavaksi eli neljäs väittämä koski vastaajien mielipidettä harjoittelutiloista ja kuinka hyvin ne soveltuvat kuntosaliharjoitteluun. Kuten vastauksista näkee, vastaajat pitivät tiloja kuntosaliharjoitteluun sopivina. Yhteensä 31 vastaajaa eli yli 67 prosenttia vastasi täysin samaa mieltä tai melko samaa mieltä. Kahdeksan vastaajaa vastasi neutraalin vaihtoehdon ja seitsemän oli melko eri mieltä.

Viides väittämä käsitteli vastaajien mielipidettä kuntosalin valaistuksesta. Valaistusta pidettiin vastauksien perusteella toimivana, sillä ”täysin samaa mieltä”-vastauksia saatiin 22 kappaletta ja melko samaa mieltä vastauksia 21 kappaletta. Yksikään vastaaja ei ollut tyytymättömän salin valaisuun.

Kuntosalin ilmastointia käsittelevän väittämän vastaukset olivat vaihtelevia. Kun yhteensä 28 vastaajaa oli ilmastointiin tyytyväinen, niin toisaalta kuusi vastaajaa valitsi vaihtoehdon melko eri mieltä.

Seuraava väittämä käsitteli kuntosalilaitteiden sijoittelua salilla. Vastaukset jakaantuivat laajasti, vastausten keskiarvon ollessa ”melko samaa mieltä” ja ”ei samaa eikä eri mieltä” vastausten välissä. Vastaukset ovat siis vain juuri ja juuri positiivisen puolella. Tulosten perusteella laitteiden sijoittelua voitaisiin varmasti parantaa.

Kahdeksas väittämä käsitteli kuntosalilaitteiden kuntoa. Myös tämän väittämän vastaukset jakaantuivat laajasti, vastausten keskiarvon ollessa sama ”melko samaa mieltä” ja ”ei samaa eikä eri mieltä” vastausten välistä. Vastaukset ovat siis hieman positiivisen puolella, joten laitteiden kunnosta voitaisiin varmasti pitää parempaakin huolta.

Seuraava väittämä käsitteli kuntosalilaitteiden turvallisuutta. Suurin osa vastaajista eli yhteensä 38 vastaajaa piti laitteita vähintään melko turvallisina. Viisi vastaajaa valitsi neutraalin vastausvaihtoehdon ja kaksi oli melko eri mieltä laitteiden turvallisuudesta.

Viimeinen väittäjä koski kuntosalin hintatasoa. Pääasiassa hintatasoa pidettiin edullisena, yhteensä 35 vastaajaa valitsi vaihtoehdon melko samaa mieltä tai täysin samaa mieltä. Yhdeksän vastaajaa valitsi neutraalin vastausvaihtoehdon ja vain kaksi vastaajaa oli melko eri mieltä siitä, että kuntosalin hintataso on edullinen. Suurin osa vastaajista oli siis tyytyväinen hintatasoon.

Vastaajia pyydettiin myös toivomaan uusia laitteita ja välineitä kuntosalille. Laitteista toivottuin oli niin sanottu porraskone, muita toiveita olivat muun muassa hack-kyykky, vatsalihaslaitteet ja käsipainojen määrän lisäys. Kyselyssä saatiin muun muassa seuraavia toiveita:

”Ns. vatsaprässi, eli vatsalihasliikelaite, jossa liikutetaan istuimessa yhtä aikaa jalkoja ja käsiä lähelle vatsaa. Lempilaite.”

”Käsipainoja lisää (etenkin 5-7 kg). Pohkeita treenaava laite. ”

”Porraskone ja erilaisia jalka/pakaralaitteita.”

”Hack-kyykky! Useampi jalkaprässi, seated leg curl, vinopenkkejä, käsipainoja ja levypainoja, jotka ovat isoja ja ohuita. Niskapehmusteet ovat tosi huonossa kunnossa. Ne pitää uusia useammin.”

”Enemmän tilaa lattiatreeniin. Pohjelihaslaitteita. 25kg levypainoja pari lisää.”

”Kuntopalloja (esim. 6 tai 8kg), kuminauhoja, TRX-harjoitteluvälineitä yms.”

”Jumppamatot olisi hyvä uusia.”

Yhteenvedona kuntosalia koskevasta osuudesta voidaan todeta, että siisteyteen ja laitteiden huoltoon tulisi kiinnittää enemmän huomiota myös Ladies Gymillä. Kaikista tyytymättömiä vastaajat olivat kuitenkin laitteiden sijoitteluun, joten tulisi miettiä miten laitteiden järjestystä voisi parantaa. Laitetoiveista nousivat esille porraslaite, hack-kyykky, vatsalihaslaitteet ja käsipainojen määrän lisäys.

6.2.4 Avoimet kysymykset - Vapaa sana

Kyselyn lopuksi oli muutama eri avoin kysymys, joissa vastaajille annettiin mahdollisuus antaa palautetta salin toiminasta. Ryhmäliikuntaa ja kuntosalilaitteita koskevat palautteet käytiin läpi niitä koskevissa osuuksissa. Kyselyn viimeisessä kohdassa vastaajat saivat halutessaan antaa yleistä palautetta salin toiminnasta, mistä he pitävät ja missä olisi parannettavaa. Sai antaa niin sanotusti ”risuja ja ruusuja”. Palautteissa muun muassa haluttiin parannusta salin siisteyteen sekä laitteiden huoltoon. Toisaalta asiakaspalvelu sai kehuja ja monet pitivät siitä, että oli juuri naisille suunnattu kuntosal. Kyselyssä saatiin muun muassa seuraavia palautteita:

”Mukava, iloinen henkilökunta.”

”Kiva ja näpsäkkä lähisali. Viikonlopun jälkeen vähän rähjäisessä kunnossa pukkarit, mutta ei muuta ”valittamista”.”

”Laitteet usein epäkunnossa! Saunat harvoin päällä/epäkunnossa. Asiakaspalvelu huonoa ja työkeää usein. Asiakaspalvelu harvoin auki. Kaapit pukuhuoneesta rikki. Tiskille joku kello, jolla saa työntekijän paikalle...Sisustus on kiva. Pukuhuoneet tarpeeksi tilavat.”

”Mainonta ja tiedottaminen voisi olla selkeämpää.”

”Saunat saisi olla aina päällä, ei mitään kesätauvoja, aamuisin myös päälle.”

”Asiakkaiden toiveet otettaisiin enemmän huomioon ja vialliset laitteistot kunnostettaisiin mahdollisimman nopeasti.”

”Palautelaatikko/ehdotuslaatikko olisi hyvä.”

7 Yhteenveto

Lopuksi yhteenveto, jossa käydään läpi omaa oppimista, johtopäätöksiä tuloksista sekä kehitysehdotuksia. Annetaan myös jatkotutkimusehdotuksia kuntosaleille.

7.1 Oman oppimisen arviointi

Opinnäytetyön tekeminen on ollut minulle pitkä ja opettava prosessi. Kävin opinnäytetyökurs- sin alkuvuodesta 2016, jolloin myös sain varmistuksen aiheestani. Minulla oli kuitenkin vielä muita kursseja keväällä ja työharjoittelu kesällä, joten sain tuona aikana oikeastaan vain ky- selylomakkeen tehdyksi. Työharjoitteluni jälkeen elokuun lopussa suoritin kyselyn ja aloitin opinnäytetyön tekemisen. Alku tuntui kovin hankalalta, en ollut tehnyt pidempiä kirjoitus- töitä pitkään aikaan ja edes kirjoittamisen aloittaminen tuntui vaikealta. Minulla oli myös ehkä hieman väärä asenne opinnäytetyöprosessia kohtaa. Kuvittelin, että kunhan vain teen jotain, niin saan kyllä työn valmiiksi pikkuhiljaa.

Aluksi siis vain oikeastaan kävin tuloksia läpi. Näin jälkikäteen kysely olisi pitänyt toteuttaa, jollain valmiilla ohjelmalla, kuten Google Forms, Survey Monkey tai muu vastaava, kun nyt tein sen itse alusta loppuun. Valmiin ohjelman kanssa tulokset olisi saanut vähemmällä vai- valla valmiiksi ja niitä olisi voinut analysoida paremmin. Nyt vastausten syöttämiseen ja kuvi- oiden tekemiseen meni todella paljon aikaa.

Tein siis kyselylomakkeen ennen kuin tutustuin tarkemmin teoriaan. Kuvittelin tietäväni pal- velusta ainakin pääpiirteet ja aiheen olevan hyvin suoraviivainen, mutta opin kyllä paljon tu- tustuessani kirjallisuuteen. Onneksi kyselylomakkeesta tuli melko hyvä, enkä oikeastaan muuttaisi sitä kovinkaan paljoa näin jälkikäteen. Käsitykseni ja tietoni palvelusta muuttaivat opinnäytetyötä tehdessä ja uskon pystyväni käyttämään näitä tietoja hyväkseni tulevaisuu- dessa.

En ole ennen tehnyt tutkimustyötä tai mitään näin laajaa kirjoitustyötä. En uskonut prosessin olevan näin vaativa kuin se oli ja on hieno tunne saada näin laaja työ valmiiksi.

Toimeksiantajalta saatu palaute oli lyhyt ja ytimekäs. Hän piti tutkimusta onnistuneena ja tuloksia mielenkiintoisina. Aloite tähän tutkimukseen ei tullut kuntosalien toimesta vaan minä kysyin Petriltä, olisiko mahdollista suorittaa asiakaskysely opinnäytetyönä. Hän vastasi myöntevästi ja halusi olla näin avuksi opinnoissani. Sain tehdä kyselyn lähes kokonaan oman näemykseni mukaan ja varmasti tästä syystä Petrillä ei ollut varsinaisia vaatimuksia tai odotuksia kyselyn ja sen tuloksien suhteen.

7.2 Johtopäätökset tuloksista

Korso Gym ja Ladies Gym saavat huomasti käyttökelpoista tietoa tästä tutkimuksesta. Tuloksista nousi esille paljon parantamisen kohteita, mutta toisaalta myös selkeitä vahvuuksia. Selkein epäkohta oli siisteys, jota tulisi ehdottomasti parantaa. Voisi sanoa, että on jopa hieman outoa, että näin pitkään toimineilla kuntosaleilla on asiakkaiden mielestä siisteydessä puutteita. Vahvuuksia ovat ehdottomasti ryhmäliikuntatunnit ja niiden ohjaajat. Monet asiakkaat tuntuivat olevan kovin tyytyväisiä ohjaajiin ja yritys voisikin mainostaa ryhmäliikuntatunteja enemmän.

Kuntosaleille olisi hyvä saada palautelaatikat, jolloin palautteen antamisen kynnys alentuisi merkittävästi. Palautteen voisi jättää kirjallisesti ja nimettömänä. Näin henkilökunta saisi tietää asiakkaiden kokemista epäkohdista paremmin ja nopeammin. Tähän liittyen kuntosalien laitteet olisi hyvä merkitä numeroin. Näin epäkuntoisista laitteista olisi helpompi antaa palautetta.

7.3 Jatkotutkimusehdotukset

Jatkotutkimusehdotuksia ilmeni useita. Molemmat salit ovat kokeneet nyt vuoden vaihteessa merkittäviä uudistuksia, joten samankaltaisen kyselyn avulla voitaisiin arvioida uudistusten toimivuus. Ladies Gymin tuloksista nousi esiin vastaajien toive ryhmäliikuntatuntien valikoiden ja aikataulujen muuttamisesta. Tästä aiheesta olisi hyvä tehdä tutkimus. Vielä kolmas tutkimuksen aihe olisi viestintä. Tässä tutkimuksessa ei käsitelty viestintää ollenkaan. Omista kokemuksistani voisin sanoa, että ainakin Korso Gymin viestinnässä olisi parannettavaa. Tiedotukset tulevat sähköposteilla, jotka ovat kovin epäselviä ja kuntosalin kotisivut myös vaativat uudistusta. Verkkosivut ovat ilmeisesti uudistumassa ja Korso Gym myös avasi juurin oman Facebook-sivuna, joten tutkimus olisi myös siinä mielessä ajankohtainen. Asiakkaat voisivat kertoa mielipiteensä uudistuksista ja mitä sisältöä he toivoisivat Facebook-sivuilla julkaistavan.

Lähteet

Painetut:

Bergström, S. & Leppänen, A. 2015. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita.

Eräsalo, U. 2011. Palvelu ammattina. Helsinki: Restamark.

Grönroos, C. 2009. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. Porvoo: Talentum.

Hirsjärvi, S. & Remes, P. & Sajavaara, P. 2000. Tutki ja Kirjoita. Helsinki: Tammi.

Kananen, J. 2011. Kvantti: Kvantitatiivisen opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Pakkanen, R. & Korkeamäki, A. & Kiiras, H. 2013. Palvelun taitajaksi. Helsinki: Sanoma Pro.

Sähköiset:

Berry, L. & Parasuraman, A. & Zeithaml, V. 1985. A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research (SERVQUAL). Viitattu 1.12.2016.
https://www.researchgate.net/publication/225083670_A_Conceptual_Model_of_Service_Quality_and_its_Implication_for_Future_Research_SERVQUAL

Korso Gym kuntosalin verkkosivut. Viitattu 13.10.2016.
www.korsogym.fi

Kotler, P. 2002. Marketing Management, Millenium Edition. Viitattu 5.1.2017.
http://retawprojects.com/uploads/Marketing_Management.pdf

Ladies gym kuntosalin verkkosivut. Viitattu 13.10.2016.
www.ladiesgym.fi

Lovelock, C. & Gummesson E. Whither Services Marketing? In Search of a New Paradigm and Fresh Perspectives. 2004. Viitattu 30.11.2016.
<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.316.2739&rep=rep1&type=pdf>

Vilkkä, H. 2007. Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Tammi. Viitattu 5.10.2016.
<http://hanna.vilkkä.fi/wp-content/uploads/2014/02/Tutki-ja-mittaa.pdf>

Kuviot

Kuvio 1: Palvelun laadun kuiluanalyysimalli, (Grönroos, 2009, 144), alkuperäinen lähde Zeithaml, Berry & Parasuraman, Journal of Retailing 1988.	16
Kuvio 2: Kuntosalikortin voimassaoloaika, Korso Gym.	21
Kuvio 3: Kuntosaliharjoittelun ajankohta, Korso Gym.	22
Kuvio 4: Kuntosalin palvelut, Korso Gym.	23
Kuvio 5: Ryhmäliikuntatuntien laatu, Korso Gym.	25
Kuvio 6: Kuntosalin osa-alueiden laatu, Korso Gym.	27
Kuvio 7: Ikäjakautuma, Ladies Gym.	31
Kuvio 8: Kuntosalikortin voimassaoloaika, Ladies Gym.	32
Kuvio 9: Kuntosaliharjoittelun ajankohta, Ladies gym.	32
Kuvio 10: Kuntosalipalvelut, Ladies Gym.	33
Kuvio 11: Kuntosaliharjoittelu eri vuodenaikoina, Ladies Gym.	34
Kuvio 12: Ryhmäliikuntatuntien laatu, Ladies Gym.	35
Kuvio 13: Kuntosalin osa-alueiden laatu, Ladies Gym.	38

Liitteet

Liite 1: Kyselylomake	46
-----------------------------	----

Liite 1: Kyselylomake

Korso/Ladies Gym

Asiakaskysely

Valitse sopivin vaihtoehto tai vastaa annetulle paikalle:

1. Sukupuoli Mies Nainen
2. Ikä Alle 25 - vuotta 25 - 34 vuotta
 35 - 44 vuotta 45 - 55 vuotta
 Yli 55 - vuotta
3. Kuinka pitkäksi aikaa ostat kuntosalikortin useimmiten?
 Korttakortti 10-kerran kortti
 1 kuukauden kortti 3 kuukauden kortti
 6 kuukauden kortti 1 vuoden kortti
4. Kuinka usein käyt kuntosalilla?
 satunnaisesti 1 - 2 kertaa kuukaudessa
 3 - 4 kertaa kuukaudessa 2 - 3 kertaa viikossa
 3 - 4 kertaa viikossa 5 - 6 kertaa viikossa
 Yli 6 kertaa viikossa
5. Mihin aikaan vuorokaudesta useimmiten harjoittelet kuntosalilla?
 5.00 - 9.00 9.00 - 12.00
 12.00 - 15.00 15.00 - 18.00
 18.00 - 21.00 21.00 - 23.00
6. Mihin aikaan viikosta käyt kuntosalilla?
 Arkipäivinä Viikonloppuna
 Arkipäivinä ja viikonloppuna
7. Mitä kuntosalin tarjoamia palveluita käytät tai olet käyttänyt? Voit valita useita kohtia.
 Kuntosali Ryhmäliikuntatunnit
 Solarium Sauna
 Personal Trainer Hieronta
 Korso Gym SHOP
8. Mihin aikaan vuodesta harjoittelet kuntosalilla eniten? Voit valita useamman vaihtoehdon.
 Kevät Kesä
 Syksy Talvi
9. Mihin aikaan vuodesta harjoittelet kuntosalilla vähiten? Voit valita useamman vaihtoehdon.
 Kevät Kesä
 Syksy Talvi

Seuraavat kysymykset koskevat ryhmäliikuntatunteja. Jos et ole käynyt salin ryhmäliikuntatunneilla, voit siirtyä kysymykseen 12.

10. Valitse vaihtoehdoista mielestäsi sopivin.

	Täysin samaa mieltä	Melko samaa mieltä	En samaa enkä eri mieltä	Melko eri mieltä	Täysin eri mieltä	Ei kantaa
1 Ryhmäliikuntatuntien ilmapiiri on viihtyisä.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 Ryhmäliikuntatilat ovat puhtaat ja siistit.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 Ryhmäliikuntalaitteet ja -välineet ovat hyväkuntoisia.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 Ryhmäliikuntaohjaajat ovat asiantuntevia ja kannustavia.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 Eri ryhmäliikuntatuntien valikoima on kattava.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 Ryhmäliikuntatuntien aikataulut on hyvin toteutettu.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 Ryhmäliikuntatunneille ilmoittautuminen on helppoa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. Voit halutessasi antaa palautetta ryhmäliikuntatunneista ja niiden ohjaajista. Voit myös toivoa uusia tunteja. Kirjoita palautteesi alle.

13. Korso/Ladies Gym:in naisasiakkaiden on mahdollista käydä harjoittelemassa myös Ladies/Korso Gym:llä. Oletko käyttänyt tätä mahdollisuutta?

Kyllä En

14. Jos vastasit "En", niin mistä syystä?

Avoimia kysymyksiä. Voit halutessasi kertoa mielipiteesi.

15. Millaisia laitteita tai välineitä kaipaisit tälle kuntosalille?

16. Lopuksi voit antaa palautetta henkilökunnalle salin toiminnasta. Saa antaa "risuja ja ruusuja".

Kiitos vastauksestanne!