



**Tallink Silja Oy:n yksittäismatkustajien omatoimisen
lähtöselvityksen kehittäminen Länsiterminali 2:ssa**

Sonja Kaartinen

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Restonomi

Opinnäytetyö

2023

Tiivistelmä

Tekijä(t) Sonja Kaartinen
Tutkinto Restonomi
Raportin/Opinnäytetyön nimi Tallink Silja Oy:n yksittäismatkustajien omatoimisen lähtöselvityksen kehittäminen Länsiterminaali 2:ssa
Sivu- ja liitesivumäärä 43 + 6
<p>Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää ja tutkia kuinka Tallink Silja Oy:n yksittäismatkustajat kokevat omatoimisen lähtöselvityksen nykytilan Länsiterminaali 2:ssa ja kuinka sitä voisi kehittää yrityksen ja yksittäisen matkanvaraajan näkökulmasta. Opinnäytetyö suoritettiin toimeksiantona Tallink Silja Oy:lle.</p> <p>Palvelualoilla itsepalvelu on noussut huimaa vauhtia tavallisen asiakaspalvelun rinnalle. Asiakkaat haluavat hoitaa lähtöselvittämisen prosessin jo hyvissä ajoin ennen matkakohteeseen siirtymistä ja tämän myötä on siirrytty enemmän omatoimiseen lähtöselvittämiseen tavallisten lähtöselvitystiskien sijaan.</p> <p>Opinnäytetyön empiirinen osuus suoritettiin kvantitatiivisena tutkimuksena. Aineistonkeruumenetelmänä toimi kyselylomake, johon vastasi 154 vastaajaa. Johdanto luvussa käydään läpi tutkimuksen aihetta sekä se pitää sisällään tehdyn peittomatriisin, johon sisällytettiin tutkimuksen alaongelmat. Opinnäytetyön tietoperustassa käydään läpi asiakaspalvelun eri muotoja ja tarkemmin asiakaspalvelua ja itsepalvelua sekä niiden eroja ja yhtäläisyyksiä. Tietoperusta käsittelee myös asiakastyytyväisyyttä, asiakkaan päätöksentekoprosessia ja asiakasymmärrystä. Toimeksiantajan esittelyn jälkeen opinnäytetyö käsittelee vastuullista matkailua ja toimeksiantajayrityksen vastuullisuutta.</p> <p>Tutkimuksen tuloksista selvisi, että omatoiminen lähtöselvittäminen on noussut tavallista asiakaspalvelua suosittumaksi ja asiakkaat tekevät omatoimisen lähtöselvityksen mieluummin. Tutkimustuloksissa nousi kuitenkin esiin, että asiakkaat kokevat haasteellisena omatoimisen lähtöselvittämisen toimivuuden, sillä useat vastaukset käsittelivät sitä, kuinka omatoimista lähtöselvittämistä tulisi sujuvoittaa, selkeyttää ja parantaa. Varsinkin teknologialaitteiden avulla tehtävä omatoiminen lähtöselvitys ja sen heikko toimivuus toi vastaajissa esiin harmitusta ja turhautumista. Tuloksista nousi myös esiin, että asiakkaat olisivat valmiita ostamaan lisäpalveluita omatoimisen lähtöselvityksen yhteydessä. Tuloksista pystyttiin myös havaitsemaan, että vastaajat pitivät tärkeämpänä nykyisten teknisten ratkaisujen parantamista, kokonaan uusien kehittämisen sijaan.</p> <p>Tutkimustulosten pohjalta annettiin toimeksiantajayritykselle kehitys-, sekä jatkotutkimusehdotuksia, kuten lisäpalveluiden ostamisen lisäämisen omatoimisen lähtöselvittämisen yhteyteen. Yhtenä jatkotutkimusehdotuksena esitettiin tutkimuksen viemistä myös muihin Tallink Siljan Suomen terminaaleihin, jotta nähtäisiin, olisiko myös muissa terminaaleissa tarvetta samankaltaisille toimenpiteille omatoimisen lähtöselvittämisen parantamiseksi.</p>
Asiasanat itsepalvelu, laivamatkailu, asiakaskokemus, matkustajaliikenne

Sisällys

1	Johdanto.....	1
2	Asiakaspalvelun eri muodot	3
2.1	Asiakaspalvelu	3
2.2	Itsepalvelu.....	3
3	Asiakastyytyväisyys	6
3.1	Asiakaskokemus.....	6
3.2	Asiakkaan päätöksentekoprosessi	7
3.3	Asiakasymmärrys.....	8
4	Vastuullinen ja kestävä matkailu.....	10
5	Toimeksiantajan esittely – Tallink Silja Oy	13
5.1	Tallink Silja omatoiminen lähtöselvitys.....	14
5.2	Vastuullisuus Tallink Siljalla.....	16
5.2.1	Ympäristövastuu	16
5.2.2	Sosiaalinen vastuu.....	17
5.2.3	Taloudellinen vastuu	18
6	Tutkimuksen toteutus	19
6.1	Tutkimusmenetelmien valinta	19
6.2	Tutkimuksen toteutusvaihe.....	20
6.3	Aineiston analysointi	21
7	Tutkimustulokset	23
7.1	Omatoimisen lähtöselvityksen nykytila.....	23
7.2	Omatoimisen lähtöselvityksen kehittäminen	29
7.3	Vastaajaryhmä	32
8	Pohdinta	36
8.1	Johtopäätökset.....	36
8.2	Tulosten hyödyntäminen toimeksiantajalle	38
8.3	Tutkimuksen luotettavuusmenetelmät.....	39
8.4	Oma oppiminen.....	39
	Lähteet	41
	Liitteet.....	44
	Liite 1. Kyselylomake	44

1 Johdanto

Palvelualalla on merkittävä asema kansantaloudessamme ja se toimii suurimpana työllistäjänä. Puhuminen palveluyhteiskunnasta ei ole liioiteltua edellä mainittujen seikkojen perusteella. Suomi on kuitenkin selkeästi itsepalveluyhteiskunta, itsepalvelun ihmemaa. Miten voimme ottaa asiakkaan roolin ja tarjota palvelua samalla, kun korostetaan itsepalvelua ja siihen myös kannustetaan? Merkittävä kysymys kuuluukin, miksi laadukasta asiakaspalvelua arvostetaan, kun ”tee se itse”-filosofia ohjaa asiakkaiden toimintaa? (Aarnikoivu 2005, 17–18)

Tämän tutkimuksellisen opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, kuinka Tallink Silja Oy:n yksittäismatkustajat kokevat omatoimisen lähtöselvityksen nykytilan Länsiterminaali 2:ssa ja kuinka sitä voisi kehittää yrityksen ja yksittäisen matkanvaraajan näkökulmasta. Tutkimuksen tavoitteena oli siis löytää selkeitä kehittämis- ja parannusehdotuksia, joilla omatoimisen lähtöselvityksen volyyymi kasvaisi ja sen käyttö olisi mutkatonta. Tutkimusongelman ratkaisemiseksi opinnäytetyö vastaa seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

- Mitä menetelmiä lähtöselvityksessä on nykyisin käytössä?
- Kuinka paljon yksittäismatkustajat käyttävät omatoimista lähtöselvitystä?
- Mikä omatoimisessa lähtöselvityksessä toimii ja mitkä ovat sen haasteet?

Tähän lukuun sisällytettiin myös peittomatriisi (taulukko 1), joka koostuu tutkimuksessa esitetyistä alaongelmista ja niihin liittyvistä tietoperustan ja tuloksien luvuista, sekä kyselylomakkeen kysymyksien numeroista. Peittomatriisi auttaa opinnäytetyön lukijaa muodostamaan tutkimuksesta loogisen lopputuloksen ja yleisvaikutelman. (Haaga-Helia 2022)

Taulukko 1. Peittomatriisi (mukaillen Haaga-Helia 2022)

Alaongelmat	Tietoperusta (luku)	Tulokset (luku)	Lomakkeen kysymykset
1. Mitä menetelmiä lähtöselvityksessä on nykyisin käytössä?	5.1	7.1	1–2
2. Kuinka paljon yksittäismatkustajat käyttävät omatoimista lähtöselvitystä?	5.1	7.1	3–5
3. Mikä omatoimisessa lähtöselvityksessä toimii ja mitkä ovat sen haasteet?	5.1	7.2	6–13

Opinnäytetyön toimeksiantajana on Tallink Silja Oy. Idea tutkimuksen tekemiselle lähti siitä, että opiskelija työskentelee tällä hetkellä toimeksiantajayrityksessä, jossa keskusteltiin mahdollisesta tutkimuksen aiheesta. Vastaavanlaisesta aiheesta oli tehty tutkimus aiempina vuosina, mutta koska itsepalvelun ja omatoimisen lähtöselvittämisen tavat ovat kehittyneet ja muuttuneet sekä volyymi itsepalvelulle kasvanut, oli aihetta perusteltua tutkia uudelleen. Tämän lisäksi toimeksiantaja halusi aihetta tutkittavan, jotta he saisivat konkreettisia kehitysehdotuksia tehdä omatoimisesta lähtöselvittämisestä vieläkin parempaa asiakkailleen. Tutkimuksen päätarkoituksena oli kerätä aineistoa siitä, millaisena asiakkaat näkevät itsepalvelun ja omatoimisen lähtöselvittämisen sekä kerätä konkreettisia parannusehdotuksia siitä, miten omatoimista lähtöselvittämistä voisi vielä parantaa.

Tutkimus toteutettiin Länsiterminaali 2:ssa. Aineistoa kerättiin kahden viikon ajan, jotta varmistuttiin riittävän isosta otannasta ja vastaajaryhmästä. Lisäksi vastaajia haluttiin löytää yli kansalaisuusrajojen. Kohderyhmänä olivat kaikki omatoimisen lähtöselvityksen tehneet matkustajat. Opinnäytetyö toteutettiin kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena.

Tämän opinnäytetyön rakenne koostuu kahdesta osuudesta, teoriaosuudesta ja tutkimuksesta. Teoriaosuudessa käsitellään asiakaspalvelua ja vielä tarkemmin itsepalvelua. Teoria kattaa myös asiakastyytyväisyyden ja vastuullisen matkailun käsitteet. Opinnäytetyön viidennessä luvussa esitellään toimeksiantaja Tallink Silja Oy, sekä avataan yrityksen lähtöselvittämistä ja heidän vastuullisuuttaan. Keskeisiä asiasanoja opinnäytetyössä ovat itsepalvelu, laivamatkailu, asiakaskokemus ja matkustajaliikenne. Teoreettisen viitekehyksen jälkeen opinnäytetyössä käydään läpi empiirinen osa, eli tutkimus. Aluksi käsitellään tutkimusmenetelmiä ja aineistonkeräystä sekä niihin liittyvää toteutusta ja analysointia. Sen jälkeen käsitellään tutkimustuloksia, eli omatoimisen lähtöselvittämisen nykytilannetta sekä puutteita ja haasteita. Opinnäytetyön lopussa käydään läpi pohdintaa ja johtopäätöksiä, sekä kuvataan opinnäytetyön onnistumista. Viimeisenä osana on lähdeluettelo sekä liitteinä aineistonkeruuväline eli kyselylomake.

2 Asiakaspalvelun eri muodot

Tämä luku käsittelee opinnäytetyön tutkimuksen teoriaa eli asiakaspalvelua ja itsepalvelua. Ensimmäisenä käydään läpi asiakaspalvelun käsitettä ja siihen liittyviä näkökulmia. Toisena käsitellään itsepalvelua ja siihen liittyvää terminologiaa ja kuinka asiakkaat ajattelevat itsepalvelusta.

2.1 Asiakaspalvelu

Asiakaspalveluksi kutsutaan tilannetta, jossa asiakaspalvelija kohtaa asiakkaan ja käyttää toiminnassaan yrityksen arvoja antaessaan asiakaspalvelua asiakkaalle. (Aarnikoivu 2005, 16) Aarnikoivun (2005) mukaan asiakaspalvelusta ei ole yhtä universaalia tai valmista kaavaa, joita voisi soveltaa suoraan kaikkiin organisaatioihin (Aarnikoivu 2005, 37).

Koska asiakkaista on tullut vaativampia yhteiskunnan kehittyessä, haluavat ja odottavat asiakkaat nykyään sekä halpoja hintoja ja samalla erinomaista asiakaspalvelua. Aarnikoivun (2005) mukaan asiakkaat eivät nykypäivänä ole aina edes valmiita maksamaan saamastaan asiakaspalvelustaan. Vaihtoehtoisesti erinomaiseen asiakaspalveluun ja halpaan hintaan vastaaminen on yritykselle todella vaikeaa, sillä yrityksen toiminnan edellytyksenä on se, että he tekevät tuottoa ja saavat voittoa. (Aarnikoivu 2005, 14)

Rubanovitsch ja Aalto (2013) määrittelee asiakaspalvelun tärkeyden jopa niin, että vaikka tuote tai palvelu olisi kuinka laadukas tasoltaan, on yrityksen tärkein perusta ensiarvoisesti laadukkaassa asiakaspalvelussa. (Rubanovitsch & Aalto 2013) Asiakaspalvelu on usein nähty yrityksissä kustannuksena, mutta viimevuosien aikana asiakaspalvelusta on tullut erittäin tärkeä osa yrityksen päivittäistä toimintaa. Asiakaspalvelu onkin aina vain useammin asiakaskokemuksen keskiössä, kun halutaan kehittää asiakaskokemusta. Nämä kulkevatkin siksi aivan käsikädessä. Koska digitalisaatio on kasvanut erittäin nopeasti, on asiakas enää harvemmin tekemisissä yrityksen edustajan tai työntekijän kanssa, kun hän asioi yrityksessä. Tämän takia jokainen kohtaaminen on entistä tärkeämmässä arvossa. Asiakaskokemuksen kantilta silti pelkkä asiakaspalvelun kehittämiseen keskittyminen ei riitä vaan yrityksiltä vaaditaan enemmän. (Korkiakoski & Karhinen 2019)

2.2 Itsepalvelu

Itsepalvelu tulee englannin kielen termistä self-service. Tieto- ja viestintäteknikka ja itsepalveluteknologia ovat räjähtäneet käsiin matkailualalla ja lentoliikenteessä. Yleisesti hyväksytyn määritelmän mukaan itsepalveluteknologiat ovat teknologisia käyttöliittymiä, joiden avulla asiakkaat voivat tuottaa palvelun ilman palvelutyöntekijän osallistumista. Itsepalvelun

käytöstä on hyötyä sekä palvelua tarjoaville yrityksille, että sitä käyttäville ihmisille. Yrityksen näkökulmasta katsottuna itsepalvelun käyttö voi lisätä tuottavuutta ja tehokkuutta, vähentää korkeita työvoimakustannuksia sekä edistää kilpailutilanteen luomista ja erilaistumista. Itsepalvelu auttaa myös saatavuudessa ja se tuo enemmän tapoja maksaa, enemmän yksityisyyttä sekä tavan kontrolloida palvelutilannetta. (Castillo-Manzano & López-Valpuesta 2013.)

Lähtöselvittämisen prosessi hoidetaan nykyään yhä useammin ennen matkustajien saapumista esimerkiksi terminaaleihin ja tämän myötä on tapahtunut merkittävä siirtyminen pois lähtöselvitystiskeistä itsepalvelukioskeihin. (Benckendorff, Xiang, & Sheldon 2019) Esimerkkeinä toimivat lentoasemien itsepalvelukioskit. Nämä kioskit on yhdistetty lentoyhtiön järjestelmään, ja matkustajat voivat tehdä lähtöselvityksen syöttämällä nimensä ja määränpäänsä, varausnumeronsa, kanta-asiakasjäsenkorttinsa tai passinsa. Matkustajat voivat tehdä lähtöselvityksen lentoasemalla myös mobiililaitteillaan, joka antaa sähköiset maihinnousukortit ja matkatavaratunnisteet noudettavaksi. Matkustajalle voidaan ilmoittaa koneeseen nousuajoista ja porttitiedoista, ja hän voi myös saada erikoistarjouksia, kuten matkustusluokkien korotuksia, etuoikeutetun koneeseen nousun ja auloihin pääsyn. (Benckendorff ym. 2019)

Mobiilisovellukset kommunikoivat langattomasti lentoyhtiön järjestelmän kanssa, joten matkustajien tila ja tiedot päivittyvät automaattisesti, kun heidät kirjataan lähtöselvitykseen. Matkustajakortit voidaan tallentaa sähköisesti mobiililaitteeseen lentoyhtiön sovelluksen tai Google Walletin kaltaisten sovellusten avulla. Tulevaisuudessa itsepalveluselvitysautomaatit todennäköisesti häviävät lentoasemien lähtöalueilta ja lentoasemilla saatetaan nähdä myös virtuaalisia palveluagenteja, jotka opastavat matkustajia lähtöselvityksessä. (Benckendorff ym. 2019)

Kun itsepalvelusisäänkirjautumis- ja uloskirjautumisterminaalit yleistyvät, on tarkasteltava teknologioiden soveltuvuutta niiden käyttötarkoitukseen. Tavallaan ne ovat vastoin perinteistä vieraanvaraisuuden käsitettä ja vaikeuttavat epäonnistuneen palvelun korjaamista. Ne myös vähentävät ihmissuhdekontaktien määrää ja sosiaalista osallistumista, joita jotkut kulttuurit arvostavat suuresti. Teknologia voi myös aiheuttaa ahdistusta joissakin kulttuuri-, ikä- ja elämäntaparyhmissä. Fisher ja Beatsonin (2002) tekemässä tutkimuksessa he huomasivat, että kulttuurierot vaikuttavat siihen, miten matkailijat suhtautuvat itsepalveluteknologiaan. Turistit, jotka tulevat kulttuureista missä luokkaerot ovat suurempia, pitävät palveluhenkilöstöä alempana sosiaaliluokkana ja odottavat, että he palvelevat vieraita. Matalan kulttuurieron omaavat turistit taas näkevät palveluhenkilöstön yleensä tasa-arvoisempana. Tutkimus myös kertoo, että isomman kulttuurieron omaavat turistit hyväksyvät itsepalveluteknologian epätodennäköisemmin sekä ovat vähemmän halukkaita käyttämään tuntematonta itsepalveluteknologiaa. Tutkimuksessa korostetaan, että on tärkeää ymmärtää teknologiaan liittyviä kulttuurien välisiä eroja, ja osoitetaan,

että yritysten olisi huolehdittava siitä, että teknologiaa hyödynnetään sopivalla tasolla erityyppisille vieraille. (Fisher & Beatson 2002)

Vaikka itsepalveluteknologia voi lisätä tehokkuutta, tutkimukset ovat osoittaneet, että monet asiakkaat pitävät itsepalveluteknologiaa merkityksettömänä tai toivovat teknologista taukoa lomansa aikana (Rosenbaum & Wong 2015). Harkittaessa erilaisia konsepteja, joiden avulla voitaisiin edistää asiakkaiden kokemusta, on tärkeää pitää mielessä, että jokainen asiakas asettaa arvoa hieman erilaisille asioille. Jotkut yksilöt pitävät itsepalvelua houkuttelevimpana palvelumuotona, kun taas toiset kokevat sen epäedullisena. Tietyt asiakkaat odottavat välitöntä henkilökohtaista vuorovaikutusta, kun taas enemmistö suorittaa ostoprosessin pääosin itsenäisesti. Asiakasdatan kasvaessa yksin datan analysointi ei ole riittävää; yritysten on omaksuttava aktiivinen rooli asiakasyymmärryksen syventämisessä. (Korkiakoski & Gerdt 2016)

Asiakkaille tulee tarjota vaihtoehtoja, mahdollisuus valita henkilölle itselleen palvelumuoto, joka on hänelle sopivin. Usein itsepalvelu nähdään kuitenkin vastakkaisena käsitteenä asiakaspalvelulle. Monille asiakkaille itsepalvelu on yrityksen parasta tarjoamaa asiakaspalvelua, mutta se ei päde kaikkiin asiakkaisiin. Asiakaspalvelun laadun ja itsepalvelun välillä ei ole ristiriitaa. Kun itsepalvelu on vaihtoehto asiakaspalvelulle, jonka asiakas valitsee omatoimisesti, se muuttuu osaksi asiakaspalvelua. Kun itsepalvelun käyttäjämäärän volyymi kasvaa, vapauttaa se resursseja yrityksessä niille asiakkaille, jotka haluavatkin henkilökohtaisempaa palvelua itsepalvelun sijaan. Näin ollen, itsepalvelu ei ole uhka asiakaspalvelijoille tai asiakaspalvelulle, vaan päinvastoin ennemmin mahdollisuus. (Aarnikoivu 2005, 17–19)

Asiakkaiden suhtautuminen itsepalveluun on keskeinen tekijä itsepalvelun ja henkilökohtaisen palvelun rinnalla. Itsepalveluun suhtautuminen vaihtelee asiakkaan motivaation ja toimintakyvyn mukaan jokaisella yksilöllä. Olennaista on henkilön motivaatio itsepalvelun käyttöön. Negatiivista motivaatiota muodostuu, kun toimintakykyinen asiakas kokee joutuneensa pakotetuksi itsepalvelun käyttöön. Itsepalvelun ongelmat koostuvat joukosta asiakkaita, jotka eivät halua (positiivista motivaatiota) eivätkä ole kyvykkäitä (osaamista tai taitoa) käyttämään itsepalvelua. Näille kahdelle ryhmälle on olennaista tarjota henkilökohtaisempaa palvelua, itsepalvelun sijaan. Ihanteellinen asiakasryhmä itsepalveluiden kehittämisessä koostuu henkilöistä, joilla on sekä positiivista motivaatiota sekä hyvää toimintakykyä käyttää itsepalvelua. Täytyy kuitenkin muistaa, että osa asiakkaista ei kuitenkaan pysty käyttämään itsepalvelua, vaikka heillä olisikin siihen tarvittava positiivinen motivaatio. Tämä asiakasryhmä koostuu niistä henkilöistä, jotka kokevat, etteivät voi käyttää itsepalvelua heistä riippumattomista syistä, kuten esimerkiksi näkövammaisen henkilö, joka ei kykene asioimaan itsepalveluautomaatilla. (Aarnikoivu 2005, 17–19)

3 Asiakastyytyväisyys

Asiakastyytyväisyys kytkeytyy vahvasti asiakaskokemukseen ja voidaankin sanoa asiakastyytyväisyyden olevan asiakaskokemuksen jälkeinen vaihe. Yksinkertaisesti se siis tarkoittaa sitä, kuinka yritys on onnistunut täyttämään asiakkaan odotukset ja onko yritys pystynyt vastaamaan näihin odotuksiin. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 144)

Armstrong ja Kotlerin (2017) mukaan asiakastyytyväisyys tarkoittaa sitä, missä määrin tuotteen tai palvelun on koettu toimivan niin, että se vastaa ostajan odotuksia. Jos siis tuotteen tai palvelun laatu ei vastaa asiakkaan odotuksia, asiakas on tyytymätön, jos tuotteen tai palvelun laatu vastaa odotuksia, asiakas on tyytyväinen. Jos taas tuotteen tai palvelun laatu ylittää odotukset, on asiakas erittäin tyytyväinen tai ilahtunut. Useimmat tutkimukset osoittavat, että korkeammalla asiakastyytyväisyydellä yritys johtaa suurempaan asiakasuskollisuuteen, mikä taas auttaa yritystä parempaan tulokseen. Tyytyväiset asiakkaat eivät ainoastaan asioi uudelleen yrityksessä, vaan heistä tulee yritykselle niin sanottuja markkinointikumppaneita, sillä he kertovat mielellään myös hyvistä kokemuksistaan muille. (Armstrong & Kotler 2017, 42)

Asiakastyytyväisyyden varmistaminen on iso osa asiakassuhdetta, ja mitä laajemmin asiakas osataan palvella, sitä parempi ja luotettavampi voidaan asiakassuhteesta oletettavan muodostuvan. Rubanovitschin ja Aallon (2013) mukaan asiakkaan tulisi saada yrityksen jokaiselta asiakaspalvelijalta samanlaista ja tasalaatuista palvelua, jokaisessa toimipisteessä. Asiakas perustaa joko positiivisen tai negatiivisen mielipiteen yrityksestä kaiken kokemansa, kuulemansa ja näkemänsä perusteella. (Rubanovitsch & Aalto 2013) Kuitenkin Saarijärvi ja Puustinen (2020) on sitä mieltä, että asiakastyytyväisyys ei taas vastaa kunnolla kysymykseen, jos halutaan tietää, miksi esimerkiksi asiakaskokemus on ollut positiivinen tai negatiivinen. Heidän mielestään asiakastyytyväisyys on enemmän vain vaikutus henkilön asiakaskäyttäytymiseen (Saarijärvi & Puustinen 2020, 151).

Kokonaisvaltaisesti voidaankin siis sanoa, että asiakastyytyväisyys ydin on siinä, että asiakkaan tarpeet huomioidaan ja niihin löydetään ratkaisu. Rubanovitsch ja Aalto (2013) määrittelee samanlailla kuin myös Armstrong & Kotler (2017), että asiakastyytyväisyys on asiakasuskollisuuden isoin tekijä, sillä arvokkainta yritykselle on, kun asiakas suosittelee yritystä muille ollessaan tyytyväinen (Rubanovitsch & Aalto 2013).

3.1 Asiakaskokemus

Asiakaskokemus tulee englanninkielisestä termistä "customer experience", joka alkoi saamaan suosiota 2000-luvun alun bisnesmaailmassa. Asiakaskokemus tarkoittaa lyhykäisyydessään

kokonaisuutta siitä, miten asiakas kohtaa tilanteet ja millaiset mielikuvat ja tunnetilat asiakkaalle syntyy yrityksen toiminnan tuloksena. Asiakaskokemus on siis kokonaisuus yksilöllisiä tulkintoja, joita asiakas tekee. Tämän vuoksi asiakaskokemus ei ole vain rationaalinen päätös vaan se on kokonaisvaltainen kokemus, joka on voimakkaasti asiakkaan tunteiden ja alitajuntaisesti tehtyjen tulkintojen vaikutuksen alainen. Tämän takia yritys ei voi täysin hallita sitä, millainen asiakaskokemus asiakkaalle muodostuu, mutta sen sijaan yritys voi kuitenkin päättää millaisia kokemuksia he pyrkivät tarjoamaan. (Löytänä & Korteso 2014)

Asiakaskokemuksen voidaan sanoa syntyvän kolmesta osa-alueesta, minkä perusteella asiakkaan aito ja pysyvä kokemus muodostuu kokonaisvaltaisesti esimerkiksi yritystä kohtaan. Nämä kolme osa-aluetta ovat fyysinen kohtaaminen, digitaalinen kohtaaminen sekä tiedostamaton kohtaaminen. Fyysinen kohtaaminen on näistä tunnetuin ja sillä tarkoitetaan sitä, kun asiakas kohtaa yrityksen edustajan henkilökohtaisesti vastakkain. Digitaalinen kohtaaminen on noussut digitalisaation myötä fyysisen kohtaamisen rinnalle ja sillä tarkoitetaan asiakaskohtaamista, joka tapahtuu digitaalisessa ympäristössä. Tässä asiakas tekee itse tiedonhakuja muun muassa internetissä ja etsii tuloksia pulmiinsa. Kolmantena on tiedostamaton kohtaaminen jossa asiakkaan aiemmat tiedot, assosiaatiot ja näkemykset vaikuttavat asiakaskokemuksen syntymiseen. (Ahvenainen, Gylling & Leino 2017, 33)

Asiakaspalveluakin tärkeämpää on asiakkaalle kehittyvä asiakaskokemus hänen ostoprosessinsa jälkeen. Siksi ei ole merkitystä siltä osin, käyttääkö asiakas esimerkiksi itsepalvelua vai asioiko hän asiakaspalvelijan kanssa. Samat periaatteet ovat käytössä molemmilla palvelutavoilla, sillä nykyään digitalisaation myötä muun muassa itsepalveluautomaatitkin tervehtivät asiakkaita, tavallisen asiakaspalvelijan tapaan. Perinteisillä kassoilla asiakaspalvelijan kanssa asioiminen on kuitenkin heikentynyt, ja asiakkaat suosivat entistä enemmän itsepalvelua. Tämä saattaa johtua siitä, että asiakkaat haluavat tehostaa ja tehdä ostokokemuksensa nopeaksi hoitamalla palvelunsa itse. Itsepalvelukassojen lisääntyttyä, on kysyntä perinteiselle asiakaspalvelulle jäänyt ainakin osittain vähemmälle käytölle. (Korkiakoski & Gerdt 2016)

3.2 Asiakkaan päätöksentekoprosessi

Voidaan sanoa asiakkaan päätöksenteon prosessin jakautuvan kolmeen mahdollisuuteen eli rutiininmukaiseen, rajoittuneempaan tai laajaan palvelua valitessaan. Rutiininmukaisessa päätöksenteossa päätös pohjautuu yleensä rutiineihin ja tottumuksiin, jolloin asiakas ei tarvitse asiakaspalvelijan apua päätöksentekoon. Asiakas haluaa ennemmin punnita vaihtoehtoja ja tehdä ostopäätökset itsenäisesti, eli voitaisiin sanoa, että asiakas palvelee henkilökohtaisesti itsensä. Rajoittuneemmassa päätöksenteossa asiakas harkitsee valintaansa huolellisesti, hän pohtii vaihtoehtojaan ja hänelle päätös on merkityksellinen eikä itsestäänselvyyttä. Rajoittuneemmassa

päätöksenteossa voi olla apuna myös asiakaspalvelija. Laajassa päätöksenteossa tuote voi olla asiakkaalle arvokkaampi hankinta ja näin ollen merkityksellinen hänelle. Asiakkaalle hankinta on osa hänen arvojaan ja identiteettiä, jolloin jos hankinta on virheellinen saattaa se olla hänelle pettymys. Laajassa päätöksenteon prosessissa asiakas etsii itse jatkuvasti tietoa, sekä vertailee vaihtoehtoja ja hintoja. Asiakas pyytää myös asiakaspalvelijan apuunsa päätöksentekoon. (Hämäläinen, Pakkanen, Kiiras & Korkeamäki 2016)

Voidaankin sanoa, että on tärkeää huomata erilaiset tekijät, jotka vaikuttavat asiakkaan päätöksentekoon. Yleisesti jaoteltuna päätöksentekoon vaikuttaa aina henkilön järki, tunteet ja mukavuus. Koska tämä jako on vain karkea, niin se ei aina ole ehdoton tai päde kaikissa tilanteissa, sillä sama asiakas voi toimia eri tilanteissa tai erilaisina päivinä eri tavoin. Niin sanotusti järjellä päätöksiä tekevät asiakkaat arvostavat tuotteiden tuotetietoja ja ominaisuuksia sekä he haluavat tietää tuotteen käyttötavoista. Järjellä ohjautuvat asiakkaat ovat valmiita käyttämään enemmän aikaa päätöksentekoonsa ja vertailemaan erilaisia vaihtoehtoja, joita on saatavilla huolellisesti. Tunneohjautuvat asiakkaat arvostavat hyvää palvelua ja pitävät näkyvästi upeasta esteettisestä ympäristöstä palvelutilanteessa. Tunneohjautuvat asiakkaat eivät usein mieti kauaa ja siksi tekevätkin usein päätöksensä hetken mielijohteessa eikä harkiten. He kenen päätöksenteko riippuu mukavuudesta, tarkoittaa sitä, että he arvostavat valintojensa eli palvelun tai tuotteen käyttöä, helppokäyttöisyyttä, näppäryyttä puntaroiden. Näitä asiakkaita ohjaa päätöksentekoprosessissaan mukavuuden tunne ja heitä usein kiinnostaa myös kuulla kokemuksia asiakaspalvelijoilta tuotteesta, jotta he kokevat saavansa apua ja tukea päätöksentekoon. (Hämäläinen ym. 2016)

3.3 Asiakasymmärrys

Yrityksen työntekijät ovat omien tuotteidensa tai palveluidensa asiantuntijoita. Yrityksissä käytetään paljon aikaa myös siihen, että työntekijöitä perehdytetään tietämään tuotteistaan, sillä työntekijät haluavat myös oppia niistä lisää. Tämän takia usein työntekijät ovatkin erittäin lähellä yritystä ja sen tuotteita ja palveluita, että heidän on vaikeaa nähdä tuotteet tai palvelut asiakkaan näkökulmasta. He kuitenkin tuntevat yrityksen tuotteistuksen paremmin, kuin asiakkaansa. Yrityksen ja sen työntekijöiden voi siis olla hankalaa nähdä, mistä lähtökohdista lähdetään liikkeelle, kun asiakas asioi yrityksessä. Asiakasymmärrys terminä tarkoittaa kirjaimellisesti asiakkaan ymmärtämistä, mutta tärkeimpänä kuitenkin heidän motivaationsa ymmärtämistä. Yritysten tulisi kerätä tietoa siitä, minkä kaltaisia heidän asiakkaansa ovat, milloin he kokevat tarvetta asioida yrityksessä tai sen kanssa ja millaisissa asioissa he kokevat yrityksen kanssa haasteita. Asiakasymmärrys auttaakin siinä, kun kysytään, miksi asiakas toimii tietyissä tilanteissa tietyllä tavalla. Asiakasymmärryksen parantaminen ja kehittäminen auttaa yritystä tuottamaan

laadukkaampia tuotteita tai palveluita, sekä antamaan parempaa asiakaspalvelua asiakkailleen. Tästä syystä asiakasymmärryksen tulisikin aina pohjautua tietoon, jota on kerätty useista eri lähteistä niin, että se on mahdollisimman monipuolista. (Holma, Laasio, Ruusuvuori, Seppä, Tanner & Kiukas 2021, 67–69)

Tästä samaa mieltä on myös Ahto ym. (2016) sillä he kirjoittavat tekstissään, että on ensiluokkaisesta tärkeää, että yrityksellä on tiedossaan tarpeeksi asiakkaistaan tietoa, joita on kerätty monista eri lähteistä. Tällä tavoin asiakasymmärrys voidaan maksimoida ja optimoida parhaalle mahdolliselle tasolle. Ahto ym. (2016) kirjoittaa myös, että välillä tietoa on melkein liiaksi, joten yrityksen tulisi löytää oikea suhde tiedon keräämiselle ja sen analysoimiselle, jotta tieto ja asiakasymmärrys on laadukasta. (Ahto, Kahri, Kahri & Mäkinen. 2016)

Saarijärven & Puustisen (2020) mukaan yritysten tulisi muuttaa asiakkaan käsitystä hänen odottamasta asiakaskokemuksesta niin, ettei se ole asiakkaan odottamaa vaan yrityksen tarjoamaa. Silloin sanotaan, että yritys muuttaa nimenomaan asiakasymmärrystään heidän tarjoamiinsa palveluihin tai tuotteisiin. Heidän mukaansa yrityksen tulisi panostaa asiakasymmärryksen kehittämiseen ja tutkia sitä enemmän. (Saarijärvi & Puustinen 2020)

4 Vastuullinen ja kestävä matkailu

Tässä luvussa käydään läpi vastuullista ja kestävä matkailua. Vastuullista ja kestävä matkailua käsitteinä käytetään usein toistensa synonyymeinä, mutta niiden välillä on selkeä ero. Vastuullinen matkailu ei siis ole identtinen käsite kestävä matkailun kanssa. Kestävyys on päämäärä, jonka voi saavuttaa henkilö, joka ottaa vastuun yhdessä muiden kanssa sen tavoittamiseksi. Vastuullinen matkailu taas tarkoittaa vastuun kantamista matkailun kestävydestä. (Blinnikka 2020)

Kestävä kehitys on yleisesti ilmaistuna toimintaa, mikä vastaa nykyisen yhteiskunnan tarpeisiin samalla varmistuen, ettei se vaaranna tulevilta sukupolvilta kykyä tyydyttää omia tarpeitaan. Jo vuonna 1987 New Yorkissa YK:n Brundtlandin komissiossa käsiteltiin kestävä kehitystä ensimmäisen kerran, joten aihe ei ole uusi. Vuonna 2015 YK:n jäsenmaat sopivat huippukokouksessaan toimintaohjelmasta, jossa määriteltiin kestävä kehityksen tavoitteista vuoteen 2030 asti. Tämä toimintaohjelma sai nimekseen Agenda2030 ja tähtää kestäväan kehitykseen missä talous, ympäristö ja ihminen otetaan huomioon yhtä vertaisesti, sekä pyritään poistamaan äärimmäinen köyhyys maailmasta. Tavoitteet kestävälle kehitykselle saivat nimekseen "Sustainable Development Goals" eli lyhyemmin, SDG. (FCG 2018)

Kestävä matkailu viittaa matkailuun, missä otetaan huomioon ympäristövaikutukset, mutta myös taloudelliset ja sosiaaliset vaikutukset. Kestävä matkailun tulee varmistaa samalla, että ympäristön, yritysten, matkailukohteiden, matkailijoiden ja paikallisten tarpeet otetaan asianmukaisesti huomioon. Kestävä matkailun tulisi siis käyttää säästeliäästi ympäristön luonnonvaroja, mitkä auttavat ylläpitämään luonnon monimuotoisuutta ja luonnon perintöä. Kestävä matkailun tulisi myös kunnioittaa kulttuuriperintöä sekä arvoja ja varmistaa kulttuurien välistä yhteistyötä ja ymmärrystä. Myös pitkän tähtäimen taloudellinen näkökulma tulisi ottaa huomioon kestävässä matkailussa. Yhteiskuntaan tulisi luoda hyvät olot työllistymiselle ja ottaa huomioon paikallisyhteisön tarpeet sekä vähentää taloudellista diskriminaatiota. (FCG 2018)

Vastuullinen matkailu tulee englannin kielen termistä "responsible tourism", tarkoittaa yritysten ja sidosryhmien vastuullisuutta, jotka ottavat osaa matkailuliiketoimintaan. (García-Rosell 2017, 229) Vastuullinen matkailu voidaankin siis nähdä ja tarkastella monin eri tavoin riippuen eri sidosryhmien näkökulmasta vastuulliseen matkailuun, esimerkiksi matkailijan näkökulmasta vastuullinen matkailu voisi olla lähialueiden tai kotimaan matkailua (Blinnikka 2020).

Visit Finlandin mukaan vastuullisen matkailun liiketoiminta on taloudellisesti kannattavaa toimintaa, jossa otetaan huomioon yrityksen vaikutukset suoraan ja epäsuorasti ympäröivään yhteiskuntaan. Kestävä kehitystä ja vastuullista matkailua pidetään päämääränä, jonka saavuttamiseksi yritys vastuuta harjoitetaan. Vastuullisuuden ja kestävyden tulisikin siis näkyä sanoissa ja teoissa,

kun yritys harjoittaa liiketoimintaa. Yrityksille tämän vuoksi suositellaan vastuullisen matkailun periaatteiden kunnioittamista ja seuraamista kaikissa sen osa-alueissa. Visit Finland saattoi ajan tasalle vuonna 2018 matkailun periaatteet, jotka auttavat matkailuyritysten kestävien toimintatapojen käyttöönotossa. (Kaavio 1.) Kestävän ja vastuullisen matkailun tapojen käyttöönotto matkailuyritysten jokapäiväiseen elämään mahdollistaa tulevaisuuden elinkeinojen säilymisen ja kasvun ilman luonnon ja kulttuuriperinnön haitallista häviämistä. (Visit Finland s.a.)



Kaavio 1. Vastuullisen matkailun periaatteet (mukaillen Visit Finland s.a.)

Matkailutoiminnan vaikutuksia voidaan arvioida useasta eri näkökulmasta kuten sosiaalisesta-, ympäristö-, kulttuurisesta-, poliittisesta- ja taloudellisesta näkökulmasta. Sosiaalisella vastuulla tarkoitetaan sitä, kun hyödyt matkailuliiketoiminnasta jakautuvat tasaväkisesti eri toimijoiden ja sidosryhmien kesken, mutta myös, että sen negatiiviset vaikutukset olisivat erittäin pienet lähellä asuvien yhteisöjen elämään. Ympäristövastuussa ensisijaista on se, että ympäristönvaikutukset huomioidaan. (García-Rosell 2017, 229–230) Veijola (2023) kirjoittaa teoksessaan, että matkailun suunnittelun on integroiduttava kestävään ympäristösuunnitteluun, joka tukee kaikkien eliölajien ja ekosysteemien hyvinvointia. Tällä tavoin matkailun yhteiskunnallinen rooli laajenee taloudellisen toimialakeskeisyyden ulkopuolelle, muuttuen kulttuuriseksi ja ekologiseksi voimavaraksi, joka vastustaa ilmaston lämpenemistä ja luontokatoa. Teoksessa Veijola (2023) esittää, että matkailun

suunnittelulla on ja tulisi olla merkittävämpi rooli matkailun kehittämisessä ja sen sovittamisessa kulttuuri- ja luontoympäristöihin. Lisäksi hän korostaa, että matkailun vastuullisuuteen voidaan parhaiten vaikuttaa yhteistyöllä ja monipuolisella tiedolla. (Veijola 2023, 15–16)

Matkailutoiminnalla yritetään minimoida haitallisia vaikutuksia luonnolle niin, että sen kantokyky ja mahdollisuus uusiutua huomioidaan. Kulttuurisessa vastuussa tulisi aina huomioida paikallinen kulttuuri sekä kunnioittaa ja arvostaa kulttuuriperintöä ja turvata sen monimuotoisuuden jatkaminen. Taloudellinen vastuu on termi sille, että matkailuliiketoiminnan tulisi olla taloudellisesti tuottavaa. Jos matkailu on taloudellista, se ei saisi koskaan kasvattaa epätasa-arvoa, eikä vaikuttaa negatiivisesti muihin elinkeinoihin, vaan sen tulisi tuottaa tulevaisuuteen työpaikkoja ja tuottoa. Vastuullinen matkailu ei suoranaisesti kerro matkailun muodosta, vaan enemmän siitä, jos matkailu noudattaa periaatteita vastuullisuudesta. Kestävyuden saavuttamiseksi tulisi yritysten sekä matkailijoiden ottaa yhdessä vastuu vastuullisuudesta ja sen noudattamatta jättämisestä. Vastuullinen matkailu ilmenee, kun se toteutetaan paikallisten yhteisöjen ja ympäristön tarpeiden huomioon ottaen. Olennaisesti se koskee toisen osapuolen kunnioittamista. (García-Rosell 2017, 229–230)

5 Toimeksiantajan esittely – Tallink Silja Oy

Tallink Silja Oy on Suomessa Helsingissä ja Turussa toimiva matkustaja- sekä rahtiliikennevarustamo, joka kuuluu osaksi virolaista AS Tallink Gruppia. Yhtiöllä on myös toinen tytäryhtiö Sally Ab, joka toimii Maarianhaminassa. Vuonna 2006 Tallink Finland Oy sekä Silja Oy Ab yhdistyivät yhdeksi varustamoksi, josta syntyi yritykselle sen nykyinen nimi. Varustamalla liikennöivät suomen lipun alla kulkevat Silja Linen laivat Helsingin ja Turun terminaaleista Tukholmaan, liikennöiden Ahvenanmaan kautta, sekä Tallink-brändin alla olevat laivat Tallinnaan ja Tallinnan ja Tukholman välillä. Yrityksen arvot koostuvat neljästä osa-alueesta, jotka ovat ammattimaisuus, yhteistyö, sitoutuminen ja ilo. (Tallink Silja 2023a.)

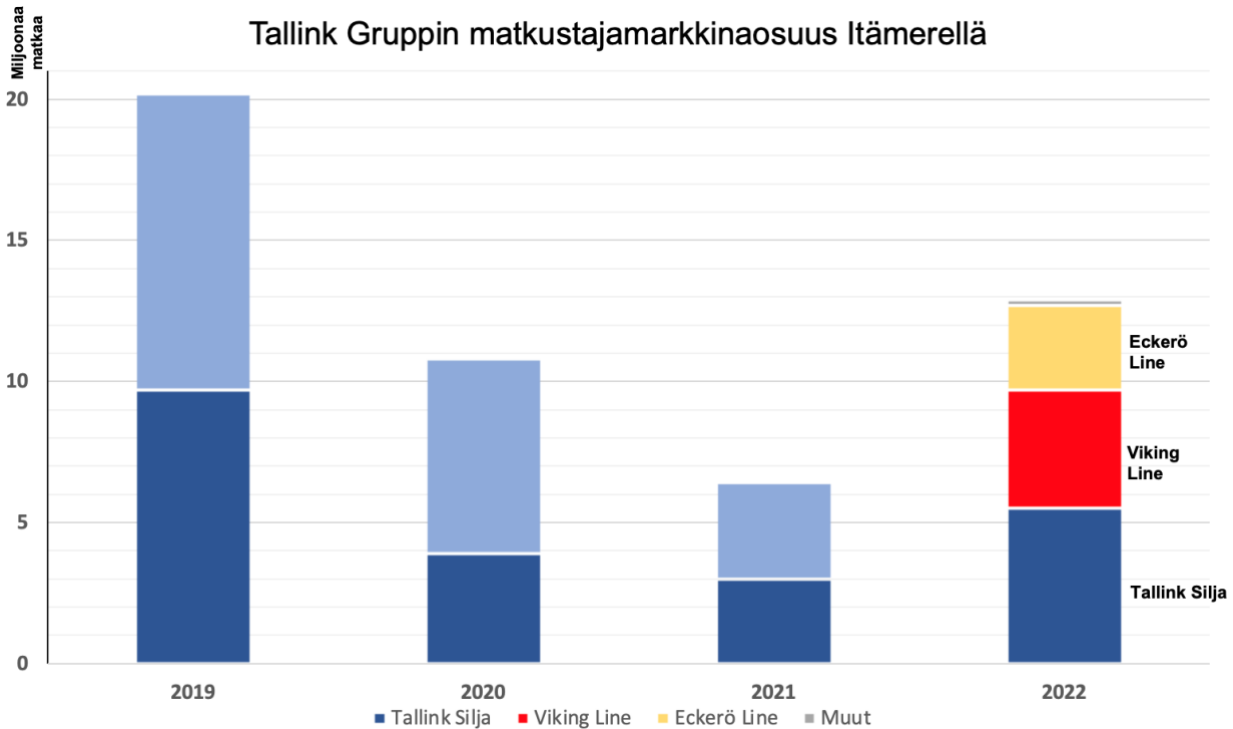
Vuonna 2022 yrityksen liikevaihto oli 400.9 miljoonaa euroa. Varustamalla liikennöi 2.6 miljoonaa matkustajaa sekä 172 tuhatta rahtiyksikköä. Suomessa yrityksessä työskentelee noin 250 työntekijää maatehtävissä ja noin 700 työntekijää merellä, mutta kokonaisuudessa konsernissa työskentelee 5115 työntekijää. (AS Tallink Grupp 2023a.)

AS Tallink Gruppin pääkonttori sijaitsee Tallinnassa ja yritys toimii useassa eri maassa. Yritys on erittäin monipuolinen, sillä he esimerkiksi omistavat merenkulkualan ja laivojen lisäksi esimerkiksi hotelleja neljä kappaletta. Hotelleista kolme sijaitsee Tallinnassa, Virossa ja yksi Riassa, Latviassa myyden yhteensä 1046 huonetta. Hotellien lisäksi yritys omistaa on myös AS Tallink Takso nimisen taksiliikennettä Tallinnassa tarjoavan yrityksen, sekä kolme ravintolaa Tallinnan keskustassa. (AS Tallink Grupp 2023b)

Tallink Siljan visiona on olla markkinoiden edelläkävijä Euroopassa, tarjoamalla huippuosaamista vapaa-ajan ja liikematkustuksessa sekä merikuljetuspalveluissa. Yrityksen pitkän aikavälin tavoitteet kannattavuuden kasvattamiseksi on pyrkiä mahdollisimman suureen asiakastyytyväisyyteen, parantaa kannattavuutta ja vahvistaa johtavaa asemaa kotimarkkinoilla, kehittää laaja valikoima laadukkaita asiakkaille suunnattuja palveluita ja pyrkiä uusiin kasvumahdollisuuksiin. Yritys hallinnoi myös optimaalista kapasiteettia ydinreittien kysynnän perusteella joko liikennöimällä tai vuokraamalla aluksia. Tallink Silja operoi kuudella lauttareitillä ja tällä hetkellä yrityksellä on 15 alusta, joista yhdeksän liikennöi ja kuusi ovat joko lyhyt, - tai pitkäaikaisessa vuokrasopimuksessa. (AS Tallink Grupp 2023a.)

Helsingin Länsiterminaali 2:sta liikennöi Helsingin ja Tallinnan välillä kaksi pika-alusta, joita kutsutaan "shuttle" aluksiksi. Näitä aluksia ovat Megastar ja MyStar. Shuttle aluksilla matkustaja pääsee ylittämään reitin kahdessa tunnissa. Asiakas voi myös ostaa erilaisia matkapaketteja, jotka on esitelty alaluvussa 5.1. Helsingin ja Tallinnan välillä liikennöi myös Victoria I alus, jolla matkustaja voi tehdä reittimatkan kolmessa tunnissa Tallinnaan, tai yöpyä laivassa ja tehdä 22 h

kestoisen risteilyn. Tallink Gruppın matkustajamarkkinaosuus on 42 prosenttia Itämeren liikennöinnistä (kuva 1.) kun huomioon otetaan kolme varustamoaa. Yhtiön suurimmat matkustajamäärät olivat vuonna 2022 Itämeren ympäröivistä maista, sillä matkustajista oli 48 prosenttia suomalaisia, 24 prosenttia virolaisia, 10 prosenttia ruotsalaisia. (AS Tallink Grupp 2023b.)



Kuva 1. Kuva matkustajamarkkinaosuudesta Itämeren liikennöinnistä (mukaillen AS Tallink Grupp 2022a.)

5.1 Tallink Silja omatoiminen lähtöselvitys

Tallink Siljalla voi tehdä omatoimisen lähtöselvityksen esimerkiksi seuraaville Länsiterminaali 2:sta lähteville matkoille: Helsingin ja Tallinnan välinen reittimatka, 5 h- ostosristeily, Päivä Tallinnassa - risteily (meno- sekä paluumatka ovat samana päivänä), Tallink hotellimatka Tallinnaan tai 22 h- risteily. Yrityksellä on erilaisia tapoja tehdä omatoiminen lähtöselvitys ennakoon 24 tuntia ennen tai viimeistään puoli tuntia ennen lähtöä joko matkapuhelimella, tai internetissä. Lähtöpäivänä lähtöselvityksen tekeminen onnistuu myös terminaalin lähtöselvitysautomaatilla tai asiakaspalvelijan kanssa lähtöselvitystiskillä. Lähtöselvitystiskillä asiakas saa yksilöllisempää palvelua asiakaspalvelijalta, mutta 1.2.2021 alkaen lähtöselvitystiskillä suoritettuihin lähtöselvityksiin on lisätty 5 € suuruinen palvelumaksu (kuva 2.), joka koskee jokaista vähintään 18-vuotiasta varauksella olevaa matkustajaa yhteen suuntaan. (Tallink Silja 2023b.)



Kuva 2. Kyllti Länsiterminaali 2:ssa (Kaartinen 19.10.2023.)

Matkapuhelimella lähtöselvittäessään asiakas voi ladata Tallink Siljan mobiilisovelluksen, johon hän kirjautuu Club One kanta-asiakastiedoillaan tai syöttämällä matkan varausnumeron sekä varaukselta löytyvän turvanumeron. Kun asiakas on tehnyt lähtöselvityksen mobiilisovelluksella, ilmestyy sovellukseen matkustamiseen tarvittava laivaannousukortti, joka sisältää Aztec-koodin, jolla asiakas pääsee laivaan. (Tallink Silja 2023b.)

Tietokoneella lähtöselvittäessään asiakkaan tulee mennä henkilökohtaiseen sähköpostiinsa, jonne lähetetään ennen matkaa linkki, mikä ohjaa asiakkaan lähtöselvityssivulle. Lähtöselvitys tehdään tietokoneella myös syöttämällä matkan varausnumero sekä varaukselta löytyvä turvanumero. Kun asiakas on tehnyt lähtöselvityksen tietokoneella, tulee hänen tulostaa laivaannousukortti mukaansa, jolla hän pääsee laivaan. (Tallink Silja 2023b.)

Lähtöselvitys terminaalissa onnistuu lähtöpäivänä lähtöselvitysautomaatilla (kuva 3.), joita löytyy Länsiterminaali 2:sen lähtevien matkustajien aulasta. Lähtöselvityksen voi tehdä automaattilla kolmella eri tavalla, jotka ovat: syöttämällä varausnumero sekä turvanumero laitteeseen, syöttämällä Club One kanta-asiakaskortti laitteen lukijaan, tai skannaamalla varausvahvistuksessa olevan Aztec-koodin. Näiden jälkeen lähtöselvitysautomaatti näyttää yhteenvedon asiakkaan varauksesta, jonka jälkeen asiakas painaa ”lähtöselvitä” nappia ja automaatti tulostaa asiakkaalle laivaannousukortin. (Tallink Silja 2023b.)



Kuva 3. Lähtöselvitysautomaatti Länsiterminaali 2:ssa (Kaartinen 19.10.2023.)

On yrityssalaista tietoa, kuinka paljon prosentuaalisesti yksittäismatkustajat käyttävät tällä hetkellä omatoimista lähtöselvitystä. Näin ollen tutkimuksessa ei voida käyttää lähtötietoina tai vertailuun tämänhetkistä tietoa omatoimisen lähtöselvityksen käyttöasteesta tai siitä, mikä omatoimisessa lähtöselvityksessä toimii ja mitkä ovat sen haasteet.

5.2 Vastuullisuus Tallink Siljalla

Tallink Silja toimii aralla Itämeren toiminta-alueella, jonka takia yritys pitää huolta ja panostaa ympäristövastuuseen. Yrityksellä on ympäristötekojen lisäksi myös vastuullisuudessaan huomioitu lapset ja nuoret eli tämä kattaa sosiaalista vastuuta. Taloudellinen vastuu yrityksellä on merenkulun vaikutuksesta Suomen elinkeinoelämään. (Tallink Silja 2023c.) Näitä kaikkia vastuullisuuden lajeja avataan yrityksen toimintamallien näkökulmasta tarkemmin seuraavaksi alaluvuissa.

5.2.1 Ympäristövastuu

Tallink Siljan koko konsernille ympäristöstä välittäminen ja sen suojeleminen on tärkeä ja iso osa heidän strategiaansa. Yritys tekee paljon töitä ympäristövastuun hyväksi, sillä yritys toimii Itämerellä ja haluaa toiminnallaan huolehtia tästä ainutlaatuisesta elinympäristöstä. Yritys myös kannustaa muita sidosryhmiään, asiakkaitaan ja yhteistyöpartnereita toimimaan samalla tavalla, ympäristö

huomioiden. Konsernille tunnustettiin vuonna 2008 maailmallakin tunnettu ympäristöjärjestelmäsertifikaatti, joka kantaa nimeä ISO 14001. Sertifikaatti myönnetään yrityksille, jotka osoittavat ympäristönsuojelua sekä kantaa vastuuta ympäristöasioistaan. (Tallink Silja 2023d.)

Yritys ottaa ympäristövastuun huomioon heidän toimintamalleissaan. Päästöjä yritys on vähentänyt muun muassa vaihtamalla polttoaineensa vähärikkiseen, ajamalla aluksia hitaammalla vauhdilla, jolloin pienemmällä teholla syntyy vähemmän päästöjä, käyttämällä maasähköä sekä putsaamalla alusten pohjia sukeltajien avulla, jolloin vedenvastus on pienempi ja polttoainetta kuluu vähemmän. Yrityksen jätteiden kierrätystä ja käsittelyä sekä heidän jätteistään syntyviä määriä valvotaan ja säännöstellään heidän aluksillaan MARPOL (Marine Pollution) mukaan. Tallink Silja kierrättää aluksillaan asianmukaisesti kaikki jätteet, kuten biojätteet, muovit, lasit, metallit, pahvit sekä ongelmajätteen. Yritys on myös luopumassa aluksillaan kaikesta turhasta muovista, kuten ostokasseista ja juomapilleistä. Näihin on löydetty ekologiset vaihtoehdot kuten paperiset kassit sekä biohajoavat juomapillit. Yritys on luopunut myös osakseen Club One kanta-asiakaskorteistaan, jotka ovat muovisia, sillä niitä annetaan pääasiallisesti enää yli 65-vuotiaille asiakkaille. Asiakkaat voi ladata kanta-asiakaskorttinsa muun muassa puhelinsovelluksen avulla matkapuhelimeensa. (Tallink Silja 2023d.)

Tallink Silja tekee myös yhteistyötä ympäristön hyväksi kumppaneidensa kanssa. Konserni aloitti muun muassa yhteistyön vuonna 2023 John Nurmisen Säätiön kanssa, jolla he keräävät varoja Itämeren suojelemiseksi. Tallink lahjoittaa kaksi senttiä jokaisesta heidän laivallaan vuoden 2023 aikana myydystä Tallink & Silja Line vesipullostaan Itämeren suojelemiseen. Tallink Silja on myös Helsingin kaupungin ja elinkeinoelämän yhteistyöverkoston ilmastokumppani, mikä tarkoittaa, että yritys toimii päästöjen vähentämiseksi. Tallink Silja on sitoutunut esimerkiksi vähentämään Helsinki-Tukholma välisen reitin alusten polttoaineenkulutusta 0,5 prosenttia vuodessa sekä pääkonttorin paperijätettä 5 prosenttia vuodessa. (Tallink Silja 2023d.)

5.2.2 Sosiaalinen vastuu

Tallink Silja haluaa panostaa vastuullisuus hankkeissaan erityisesti lapsiin sekä nuoriin ja siksi yritys on jo tehnyt pitkään edistävää työtä lapsiperheiden ja junioriurheilun hyväksi. Tallink Silja on yhteistyössä muun muassa we4you, Hope ry:n ja Lastenklonikoiden Kummit ry:n kanssa. (Tallink Silja 2023c.)

Lastenklonikoiden Kummien kanssa Tallink Silja on ollut yhteistyössä jo vuodesta 2011. Yritys on mahdollistanut muun muassa laitehankintoja Suomen eri yliopistollisiin keskussairaaloihin, joka on edesauttanut potilaiden hoitoa ja turvallisuutta. Lahjoitusten määrä on 460 600 €. Tallink Silja on

myös toteuttanut risteilyjä potilasperheille muun muassa Tallinnaan ja Tukholmaan, jotta perheet saisivat mahdollisuuden irrottautua hetkeksi sairaalan arjesta. (Tallink Silja 2023e.)

Osana Tallink Siljan sosiaalisen vastuullisuuden toimintaa on myös ollut jo pitkään verenluovuttaminen Veripalvelulle. Tallink Siljalla on ”VeriRyhmä” niminen tiimi, jotka käyvät toistuvasti ja usein luovuttamasta verta. Heille on myös myönnetty useampana vuonna aktiivisesta luovutuksesta Veripalvelun kunniakirja. Tiimi ansaitsi myös muun muassa vuonna 2019 platinaisen kunniakirjan aktiivisesta luovuttamisesta. Tähän kunniakirjaan vaaditaan vuoden aikana 50 luovutuskertaa, mutta yritys saavutti niitä 90. (Tallink Silja 2023f.)

5.2.3 Taloudellinen vastuu

Taloudellinen vastuu on yrityksellä suuri, sillä esimerkiksi Suomeen tulevasta rahdista tulee meren kautta noin 80 prosenttia. Laivojen kanssa kulkeva tavara kattaa muun muassa elintarvikkeita, päivittäistavaroita sekä lääkkeitä. Meriteitse kulkeva rahti on tärkeää Suomen huoltovarmuudelle, sillä ulkomaankaupan merkitys näkyy erityisesti Suomen ja Ruotsin ja Suomen ja Viron välillä tapahtuvasta rahtiliikenteessä. Meriteitse Suomen viennin osuus on 90 prosenttia ja tuonnista 80 prosenttia. Tästä 60 prosenttia kuljetetaan matkustajalautoilla tavarannuonnissa ja 50 prosenttia tavarantuonnissa. (Tallink Silja 2023c.)

Matkustajavarustamot mainostavat Suomea matkakohteena päivittäin laajalti esimerkiksi Euroopassa, Pohjoismaissa, Baltiassa ja jopa Aasiassa. Suomalaiset varustamot ovat tehneet tätä työtä markkinoinnin eteen jo vuodesta 1959, kun Suomen matkustaja-, - ja autolauttaliikenne aloitettiin. Taloustutkimus Oy:n mukaan ulkomaiset merimatkoilijat toivat Suomeen vuonna 2016 yhteensä 684 miljoonaa euroa. Suomeen saapuvat matkustaja-autolautat tuovat usein matkoilijoita perheineen omilla henkilöautoilla, jotka sitten liikkuvat ympäri Suomea. Tämä tarkoittaa siis sitä, että laivamatkailun positiiviset taloudelliset vaikutukset näkyvät laajalti koko Suomessa, koska vaikutukset leviävät matkoilijoiden mukana. (Tallink Silja 2023c.)

Suomalaiset matkustaja-, - ja autolautat ovat tehty ja suunniteltu korkeimpiin mahdollisiin jään kestävyysluokkiin. Tallink Siljan laivat pystyvät siis käsittelemään jäätä talvisin itse, eikä apua tarvitse pyytää valtion jäänmurtajilta. Suomalaiset matkustaja-autolautat myös pitävät avoinna jääväyliä Etelä-, - ja Lounais-Suomen satamiin asti. Tämä tarkoittaa siis säästöjä Suomen valtiolle joka talvi, koska jäänmurtajia ei tarvita kaikilla reiteillä. Matkustaja-autolautat toimivat ilman korvausta ympäri vuorokauden koko talven aikana toimien siis yksityisinä jäänmurtajina. Suurin osa Tallink Gruppinn laivoista on rakennettu Suomessa, joten yritys työllistää myös lähiympäristön taloutta työllistämällä telakat ja sidosryhmät rakennuttamiseen. (Tallink Silja 2023c.)

6 Tutkimuksen toteutus

Tämän opinnäytetyön tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena tutkimuksena, jossa tutkimusaineistoa kerättiin kahden viikon aikana kohderyhmältä. Tutkimuksen aineistonkeruuväline oli jaettu kolmeen osa-alueeseen, ja painopisteinä olivat omatoimisen lähtöselvittämisen nykytila ja omatoimisen lähtöselvittämisen kehittäminen. Tässä luvussa käsitellään tämän opinnäytetyön empiirinen osuus, eli tutkimusmenetelmien valinta, tutkimuksen toteutusvaihe, sekä aineiston analysointi.

Tutkimustulokset esitellään seuraavassa luvussa 7, tutkimustulokset.

6.1 Tutkimusmenetelmien valinta

Tutkimusmenetelmä valittiin kvantitatiiviseksi eli määrälliseksi tutkimukseksi, sillä tutkimuksella haluttiin saavuttaa suuri vastaajamäärä sekä useita eri ihmisryhmiä. Tutkimusmenetelmällä uskottiin löydettävän syy-seuraussuhteita tutkittavasta aiheesta. Kvantitatiivinen tutkimus oli myös tutkijalle entuudestaan tuttu aiempien tutkimusten perusteella.

Kvantitatiivinen tutkimus on määrällinen tutkimus, joka pohjautuu lukumääriin. Siksi siitä voidaan käyttää myös nimeä tilastollinen tutkimus, sillä sen tulisi pohjautua suureen otokseen.

Aineistonkeruu tapahtuu tutkimuslomakkeita käyttäen, josta vastaajalla on valmiit vastausvaihtoehdot. Tutkimuksen tulokset analysoidaan numeerisina, mutta esimerkiksi kaavioiden tai taulukkojen muodossa. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa pyritään vastaamaan kysymyksiin kuten Missä?, Mikä?, Kuinka usein?, Paljonko? ja sen takia tutkimus vastaa yleensä nykytilanteeseen, mutta sillä ei voida syvemmin selvittää syitä. (Heikkilä 2014, 15)

Määrällisessä tutkimuksessa yleisin aineiston keräämisen tapa on kyselylomake. Siitä voidaan käyttää myös erilaisia nimiä kuten joukkokysely, postikysely tai survey-tutkimus, joka kertoo siitä, että kysely on standardoitu eli toisin sanoen vakioitu. Vakioitu kysely tarkoittaa sitä, että kysely on muodostettu asiasisällöltään niin, että kaikki vastaajat saavat samat kysymykset. Kyselylomakkeen käyttö tapahtuu konkreettisesti niin, että vastaaja lukee kysymykset ja vastaa niihin.

Kyselylomakkeen käyttö sopii hyvin, jos vastaajaryhmä on suuri ja erillään oleva, sillä kyselylomakkeen käytössä vastaaja jää aina automaattisesti anonymiksi. Kyselylomakkeen suurin riski on siinä, että sen vastausmäärä jää pieneksi, jolloin voidaan sanoa tutkimuksessa käyneen tutkimusaineiston kato. (Vilkkä 2021, 76–77)

Tutkimusongelmana on ”Mikä on omatoimisen lähtöselvityksen nykytilanne ja kuinka sitä tulisi kehittää yrityksen ja yksittäisen matkanvaraajan näkökulmasta?” Tutkimusongelman ratkaisemiseksi opinnäytetyö vastaa seuraaviin tutkimuskysymyksiin: Mitä menetelmiä lähtöselvityksessä on nykyisin käytössä?, Kuinka paljon yksittäismatkustajat käyttävät omatoimista

lähtöselvitystä? ja Mikä omatoimisessa lähtöselvityksessä toimii ja mitkä ovat sen haasteet? Tutkimuksen tavoitteena oli siis löytää selkeitä kehittämis- ja parannusehdotuksia, joilla omatoimisen lähtöselvityksen volyyymi kasvaisi ja sen käyttö olisi mutkatonta.

Tutkimuksen populaatio on kaikki Länsiterminaali 2:sta käyttävät asiakkaat. Tutkimus tehtiin otantatutkimuksena koska kaikkia populaation havaintoyksiköitä ei ollut mahdollista tavoittaa tutkimuksen käytössä olevat resurssit huomioiden. Otannan koko, jolla tutkimus suoritettiin, oli 154 havaintoyksikön otos, josta saadut tulokset voidaan olettaa olevan yleistettävissä populaatioon. Kohderyhmänä käytettiin Länsiterminaali 2. odotusaulassa jo lähtöselvityksen tehneitä asiakkaita. Havaintoyksiköt valittiin satunnaisesti.

6.2 Tutkimuksen toteutusvaihe

Tutkimuksen aineistonkeruu tapahtui aineistonkeruuvälineellä, joka oli kyselylomake tutkimusongelman ratkaisemiseksi. Tutkija päätyi käyttämään kyselylomaketta, sillä se sopi isolle kohderyhmälle ja tutkija halusi saada paljon vastauksia ja aineistoa. Tutkija loi kyselylomakkeen selvittämään tutkimusongelmaa sekä toimeksiantajalta saamien tutkimusaiheiden perusteella. Kyselylomake muodostettiin internetissä Webropol-ohjelmalla ja muokattiin sekä opinnäytetyön ohjaajan, että toimeksiantajan kommenttien perusteella kaksi kertaa. Kyselylomake myös testattiin ennen sen julkaisemista kolmella tutkijan läheisellä henkilöllä, jotka voisivat olla potentiaalisia asiakkaita ja kohderyhmää tutkimukselle. Kyselylomake testattiin myös tutkijan kolmella kollegalla sen puolesta, että kyselylomakkeen terminologia on oikeanlaista ja mukailee toimeksiantaja yrityksen käyttämää kieltä. Näiden kommenttien perusteella kyselylomake sai lopullisen muotonsa. Tutkija käänsi kyselylomakkeen kysymykset englannin sekä viron kielelle sen saavutettavuuden kannalta. Näin saatiin dataa yli kansalaisuusrajojen.

Tutkija loi kyselyyn nettilinkin sekä QR-koodin, joka johti kyselyn sivulle. QR-koodilla vastaajat pystyivät avaamaan kyselylomakkeen omaan matkapuhelimeensa ja vastaamaan sitä kautta. Tutkija keräsi dataa käymällä terminaalissa kasvotusten pyytämässä matkustajia vastaamaan kyselyyn, sen jälkeen, kun he olivat tehneet lähtöselvityksen ja siirtyneet odotusaulaan odottamaan ennen laivaan nousun aloittamista. Tutkija käytti QR-koodin lisäksi tablettitietokonetta missä kysely oli valmiina vastattavaksi, jotta saavutettaisiin kaikki matkustajat, sillä osa vastaajista eivät halunneet tai pystyneet käyttämään omaa matkapuhelinta kyselyn vastaamiseen.

Tutkimus suoritettiin kahden viikon aikana niin, että ensimmäisen viikon jälkeen tutkija analysoi aineiston määrää ja laatua. Tutkija päätti jatkaa aineistonkeruuta myös toisella viikolla, sillä ensimmäisen viikon jälkeen saatua aineistoa ei ollut riittävästi saatavilla. Kyselylinkki avattiin 6.10. ja suljettiin 19.10. Kyselyyn kerättiin vastauksia Länsiterminaali 2:ssa Helsingissä paikan päällä

terminaalissa niin arkipäivinä, kuin viikonloppuna sen takia, että saataisiin dataa kokonaisvaltaisesti eri viikonpäivinä matkustavista matkustajista. Kyselyn vastauksia kerättiin shuttle-alusten laivaan nousun yhteydessä, sekä myös yhden risteilyaluksen lähdön yhteydessä, jotta saatiin laaja kuva kaikenlaisista matkustajista ja heidän lähtöselvitys käyttäytymisestään. Kysely koostui 17 kysymyksestä, joista viisi oli avointa kysymystä. Loput 12 olivat monivalintakysymyksiä, joissa vastaaja valitsi yhden vastausvaihtoehdon, joka kuvasti parhaiten hänen kokemustaan omatoimisesta lähtöselvittämisestä. Kysymykset olivat aseteltu väittämiksi, jotta vastaaminen olisi helppoa ja kysymykset helposti ymmärrettävissä. Kaikki muut kysymykset kyselystä olivat pakollisia vastata, paitsi viisi avointa kysymystä. Kysely oli jaettu kolmeen osaan aihealueittain, jotta kyselyn rakenne olisi selkeä ja vastaaja ei kokisi kyselyä liian pitkänä, jotta vastaaminen keskeytyisi. Kyselyn aihealueet ja kolme osaa olivat: Osa 1. Omatoimisen lähtöselvityksen nykytila, Osa 2: Omatoimisen lähtöselvityksen kehittäminen ja Osa 3: Vastaajaryhmä. Ennen kyselyyn vastaamista, oli ensimmäisellä sivulla saatekirje tutkimuksen tekijän ja tutkimuksen taustasta, kyselyn kestosta, kyselyn anonymiteetistä ja aineiston tuhoamisesta aineiston analysoinnin jälkeen, sekä lyhyt ohje kuinka kyselyyn tulisi vastata.

Valintakysymyksissä vastausvaihtoehdot oli viisi ja vastausvaihtoehdoissa käytettiin Likert-asteikkoa. Vastausvaihtoehdot olivat 0 = ei kokemusta, 1 = täysin eri mieltä, 2 = jokseenkin eri mieltä, 3 = jokseenkin samaa mieltä, 4 = täysin samaa mieltä. Vastausvaihtoehdoissa haluttiin jättää pois vaihtoehto, jossa vastaajalla olisi mahdollisuus vastata neutraalisti, milloin hänellä ei olisi tunteita kumpaakaan suuntaan, eli voitaisiin sanoa, että vastaus olisi keskeltä asteikkoa. Vaihtoehdoissa oli kuitenkin vaihtoehto. 0 = ei kokemusta, jos vastaajalla ei ollut kokemusta esitetystä väittämästä. Tästä tutkija sai myös dataa esimerkiksi siitä, käyttävätkö kaikki matkustajat itsepalvelua.

6.3 Aineiston analysointi

Kyselylomakkeella tutkija sai kerättyä edustavan määrän aineistoa vastaajilta. Kyselyyn vastasi yhteensä 154 henkilöä, jonka jälkeen kysely suljettiin sillä, avoimet vastaukset alkoivat toistamaan itseään, eli voitiin todeta, että tutkimuksen saturaatiopiste oli saavutettu. Aineiston määrän uskottiin antavan vastauksia tutkimuskysymyksiin ja edustavan populaatiota.

Kyselyn sulkemisen jälkeen aineistoa analysoitiin Webropol-ohjelmalla. Webropolissa suoritettiin aineistolle myös ristiintaulukointeja. Tämän jälkeen aineiston tulokset vietiin Webropol-ohjelmasta Exceliin, jotta saataisiin selkeämpi kuva tutkimustuloksista. Excelissä tutkimustuloksista pystytään myös koostamaan erilaisia taulukoita. Aineiston analysoinnissa käytettiin myös ristiintaulukointia, jotta tutkimustuloksista saataisiin enemmän tietoa. Ristiintaulukointi toi selville esimerkiksi, onko iällä, kansalaisuudella, sukupuolella tai matkustustiheydellä väliä matkustajien mielipiteisiin

omatoimisesta lähtöselvittämisestä tai millaiset henkilöt suosivat lähtöselvitystä. Kyselyn tutkimustulokset käydään läpi luvussa 7. kyselyn osa-, ja kysymys kerrallaan.

7 Tutkimustulokset

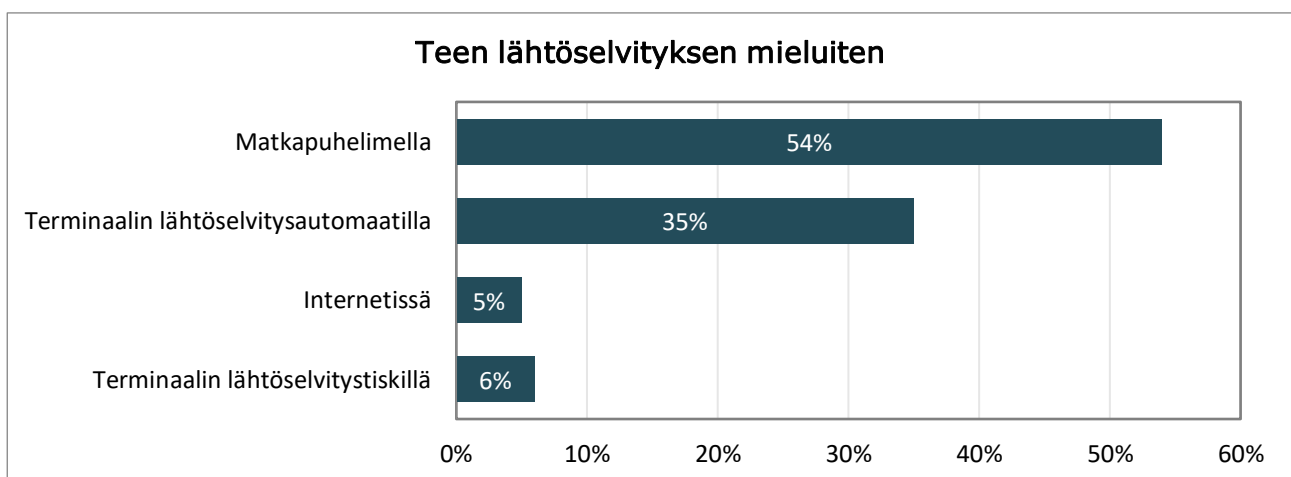
Tässä luvussa käsitellään opinnäytetyön tutkimustuloksia. Luvussa 6 käytiin läpi tarkemmin tutkimuksen toteutus sekä aineiston analysointi ja kuten luvussa mainittiin, saatiin vastauksia kyselylomakkeeseen yhteensä 154 kappaletta. Tulokset esitetään kyselylomakkeen osa-, ja kysymys kerrallaan. Johtopäätökset käydään läpi seuraavassa luvussa 8. pohdinta ja johtopäätökset. Tutkimuksen tuloksissa n=vastaaajamäärä.

Kyselyn valintakysymyksissä vastausvaihtoehtoja oli viisi ja vastausvaihtoehtoisissa käytettiin Likert-asteikkoa. Vastausvaihtoehdot olivat 0 = ei kokemusta, 1 = täysin eri mieltä, 2 = jokseenkin eri mieltä, 3 = jokseenkin samaa mieltä, 4 = täysin samaa mieltä.

7.1 Omatoimisen lähtöselvityksen nykytila

Kyselyn ensimmäisen osan kysymyksissä (kysymykset 1–8, liite 1) käsiteltiin vastaajien mieltymyksiä omatoimisesta lähtöselvityksestä sekä heidän mielipiteitään omatoimisen lähtöselvityksen nykytilasta. Nämä kysymykset olivat tutkimuksen suhteen tärkeimmät, jonka takia ne oli sijoitettu heti kyselylomakkeen alkuun.

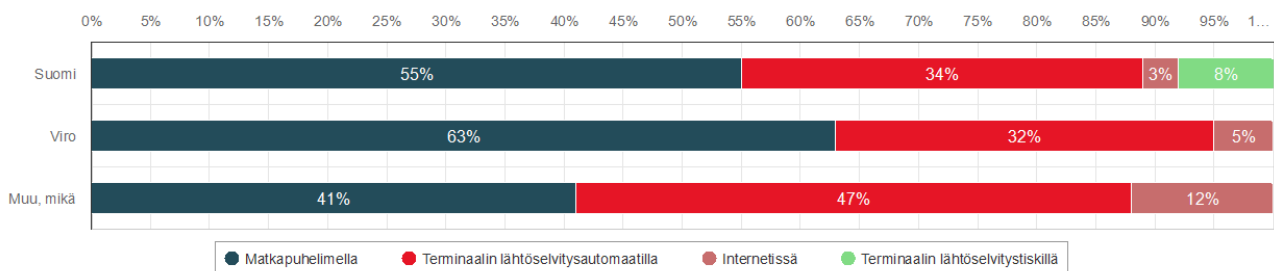
Ensimmäisessä kysymyksessä (kuvio 1) haluttiin selvittää asiakkaiden mieluisinta lähtöselvitystapaa. Kysymyksessä esitetyt vaihtoehdot ovat kaikki mahdolliset lähtöselvitystavat, jotka yrityksellä on käytössä. Viimeisen vastausvaihtoehto ”terminaalien lähtöselvitystiskillä” ei ole varsinaisesti omatoiminen lähtöselvitystapa, mutta kysymyksessä haluttiin myös kartoittaa niitä asiakkaita, jotka eivät tee omatoimista lähtöselvitystä.



Kuvio 1. Teen lähtöselvityksen mieluiten. (n=154)

Hieman yli puolet vastaajista eli 54 prosenttia vastasivat tekevänsä lähtöselvityksen mieluiten matkapuhelimella. Toiseksi eniten vastauksia sai terminaalin lähtöselvitysautomaatilla ja tämän vastasi 35 prosenttia. Loput vastaajista jakautuivat kahden viimeisen vaihtoehdon välille eli 5 prosenttia tekee lähtöselvityksen internetissä ja 6 prosenttia terminaalin lähtöselvitystiskillä, eli ei ollenkaan omatoimisesti.

Ristiintaulukoidessa kansalaisuuden puolesta (kuvio 2) saatiin selville, että suomalaisista (55 %) ja virolaisista (63 %) yli puolet tekevät lähtöselvityksen mieluiten matkapuhelimella. Toiseksi mieluisin tapa heille on terminaalin lähtöselvitysautomaatti. Tuloksista selvisi, että muiden kansalaisuuksien vastaukset menevät lähekkäin suomalaisten ja virolaisten vastauksia, sillä heistä 41 prosenttia tekee lähtöselvityksen matkapuhelimella ja 47 prosenttia terminaalin lähtöselvitysautomaatilla. Koska muita kansalaisuuksia oli vähän, anonymiteetin säilymiseksi heidät on yhdistetty maanosittain. Muiden kansalaisuuksien vastaajista suurin osa oli Euroopasta (n=13), loput (n=4) Etelä-Amerikasta, Pohjois-Amerikasta ja Aasiasta. Ristiintaulukoinnista selvisi myös, että suomalaisista 8 prosenttia (n=9) vastasivat tekevänsä lähtöselvityksen terminaalin lähtöselvitystiskillä, eli ei itsenäisesti. Kaikista kansalaisuuksista suomalaiset olivat ainoita, jotka tekevät lähtöselvityksen lähtöselvitystiskillä.

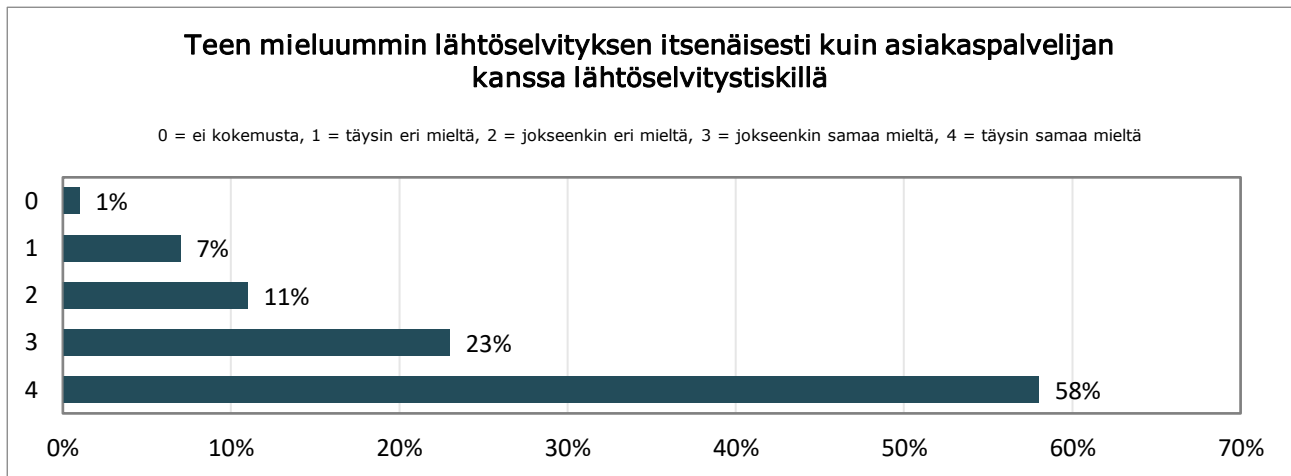


Kuvio 2. Ristiintaulukointi kansalaisuus ja mieluisin lähtöselvitystapa

Ensimmäisessä kysymyksessä oli myös sääntö, jos vastaaja valitsi viimeisen vaihtoehdon eli ”terminaalin lähtöselvitystiskillä”, koska tämä ei ole omatoiminen lähtöselvitystapa. Vastaajalle avautui näkyviin kysymys 2. joka oli avoin kysymys ”Mikä kannustaisi sinua tekemään omatoimisen lähtöselvityksen?” joka ei kuitenkaan ollut pakollinen vastata. Kysymykseen kaksi tuli vastauksia puolet siitä määrästä, jotka valitsivat tämän vaihtoehdon. Avoimissa vastauksissa mainittiin, että vastaajia kannustaisi omatoiminen lähtöselvitys muun muassa: lähtöselvitys sovelluksen paremmalla toimivuudella ja sen helppokäyttöisyydellä.

Tutkija halusi selvittää, miten asiakkaat tekevät lähtöselvityksen mieluiten, eli itsenäisesti (omatoimisesti) vai asiakaspalvelijan kanssa (kuvio 3). Kysymykseen vastanneista valtaosa eli 58 prosenttia vastasi olevansa täysin samaa mieltä, että tekevät lähtöselvityksen itsenäisesti. 23

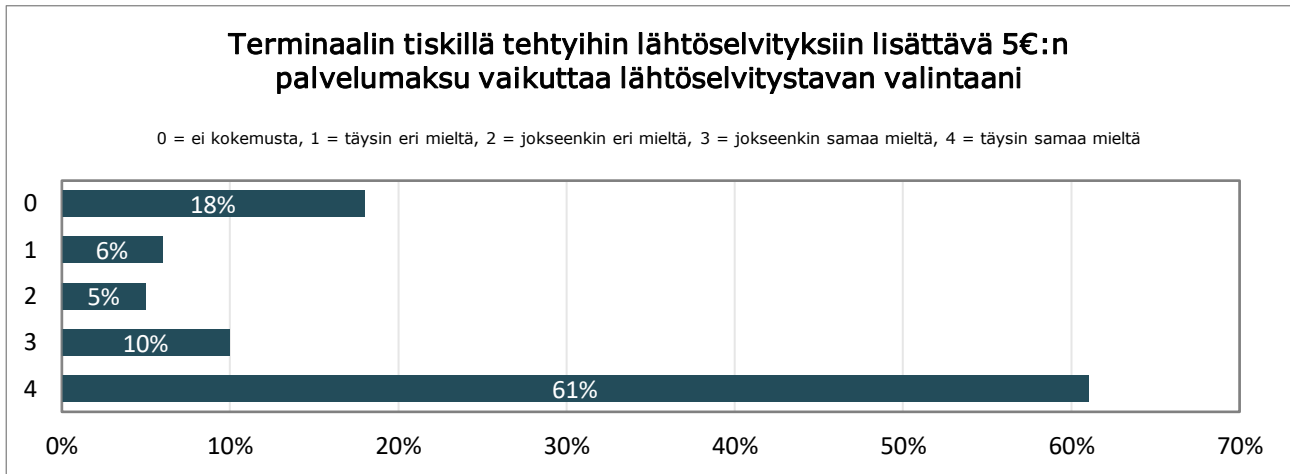
prosenttia oli jokseenkin samaa mieltä. Loput 11 prosenttia jokseenkin eri mieltä ja 7 prosenttia täysin eri mieltä, eli mieluummin asiakaspalvelijan kanssa lähtöselvitystiskillä kuin itsenäisesti.



Kuvio 3. Teen mieluummin lähtöselvityksen itsenäisesti kuin asiakaspalvelijan kanssa lähtöselvitystiskillä (n=154)

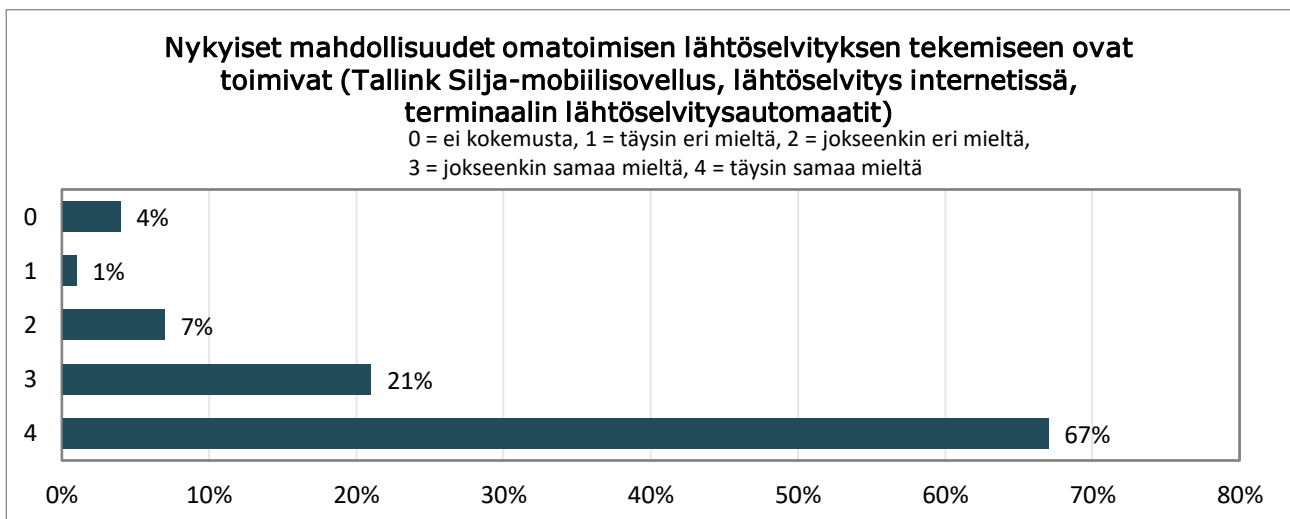
Ristiintaulukoidessa tätä kysymystä iän kautta, saatiin selville selkeä yhteys iän ja omatoimisen lähtöselvityksen välillä. Tutkija huomasi, että täysin samaa mieltä siitä, että asiakas tekee lähtöselvityksen mieluummin itsenäisesti vastasi yli puolet 18–24,- 25–34,- 35–44- ja 45–54-vuotiaista. Kun taas jokseenkin eri mieltä tai täysin eri mieltä itsenäisesti kuin asiakaspalvelijan kanssa olivat 55–64,- ja 65 tai enemmän olevat vastaajat. Laskettaessa täysin eri mieltä ja jokseenkin eri mieltä vastauksien prosentuaalinen määrä, saatiin vanhempiin ikäryhmiin luvuksi 54 prosenttia 55–64-vuotiaille sekä 50 prosenttia 65 tai enemmän ikäisille.

Seuraava kysymys käsitteli 5€:n palvelumaksun vaikutusta lähtöselvitystavan valintaan (kuvio 4). Kyselyyn vastanneista selkeästi suurin osa oli sitä mieltä (61 %), että 5€:n palvelumaksu vaikuttaa heidän lähtöselvitystavan valintaan. Jokseenkin samaa mieltä oli 10 prosenttia (n=16). Tuloksista vain murto-osalla ei tällä palvelumaksulla ollut merkitystä sille, kuinka he tekevät lähtöselvityksen. Tuloksista selvisi myös, että 18 prosenttia (n=28) ei ole kokemusta 5€:n palvelumaksusta.



Kuvio 4. Terminaalin tiskillä tehtyihin lähtöselvityksiin lisättävä 5€:n palvelumaksu vaikuttaa lähtöselvitystavan valintaan (n=154)

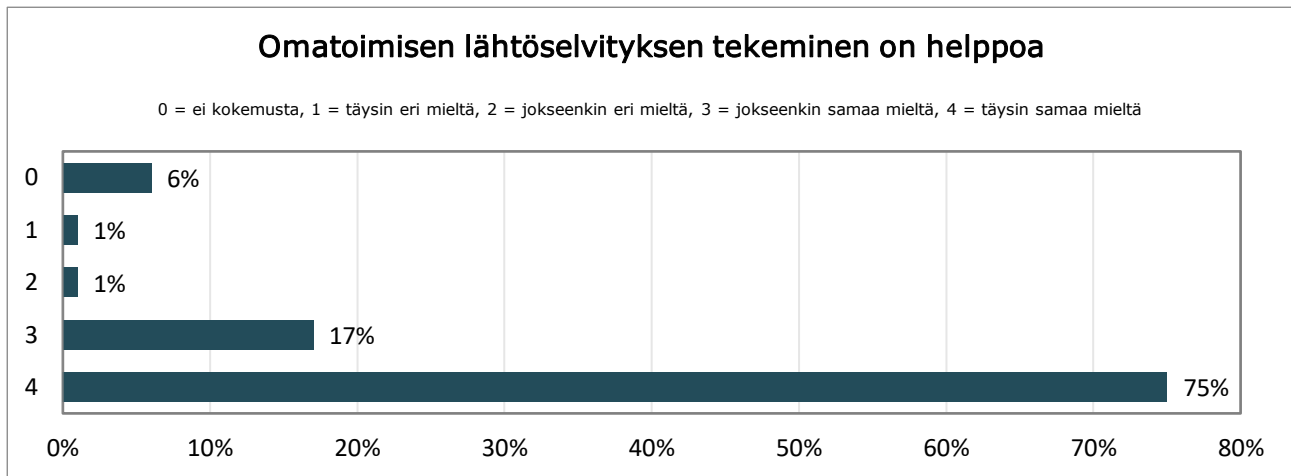
Tutkija halusi tietää, mitä mieltä vastaajat ovat nykyisistä mahdollisuuksista tehdä omatoimista lähtöselvitystä (kuvio 5). Valtaosa vastaajista (67 %) oli täysin samaa mieltä siitä, että nykyiset mahdollisuudet ovat toimivat. Seuraavana suurin osa oli jokseenkin samaa mieltä (21 %). Pieni osa vastaajista oli kuitenkin jokseenkin eri mieltä nykyisten lähtöselvitystapojen toimivuudesta (7 %).



Kuvio 5. Nykyiset mahdollisuudet omatoimisen lähtöselvityksen tekemiseen ovat toimivat (Tallink Silja-mobiilisovellus, lähtöselvitys internetissä, terminaalin lähtöselvitysautomaatit) (n=154)

Kysyttäessä omatoimisen lähtöselvityksen helppoudesta (kuvio 6) vastaajista 75 prosenttia oli sitä mieltä, että omatoimisen lähtöselvityksen tekeminen on helppoa. Jokseenkin samaa mieltä oli vastaajista 17 prosenttia. Loput vastanneista, jotka olivat eri mieltä, olivat yhden prosentin verran

vastanneista. Tähänkin kysymykseen tuli jonkin verran vastauksia, että vastaajilla ei ole kokemusta omatoimisesta lähtöselvityksestä (n=9).



Kuvio 6. *Omatoimisen lähtöselvityksen tekeminen on helppoa* (n=154)

Seuraava kysymys kyselylomakkeessa oli avoin, mutta ei pakollinen vastata. Kysymys kuului ”Mitkä tai minkälaiset asiat parantaisivat lähtöselvityksen asiakaskokemustani?”. Tähän avoimeen kysymykseen tuli vastauksia 51 kappaletta (taulukko 2). Koska kysymys oli rajattu niin vastaukset pystyttiin luokittelemaan.

Taulukko 2. *Mitkä tai minkälaiset asiat parantaisivat lähtöselvityksen asiakaskokemustani?* (n=51)

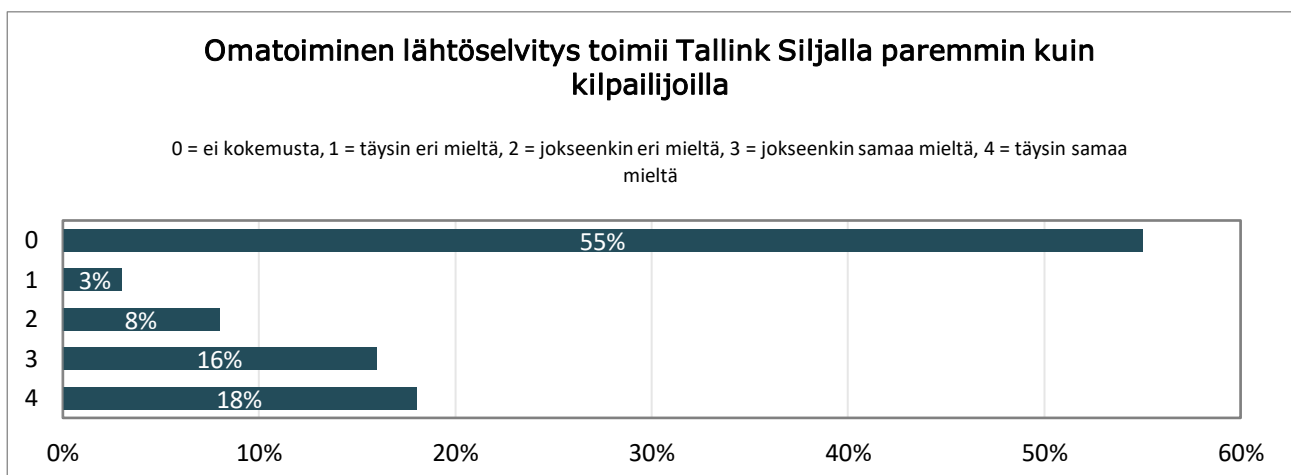
Vastauksen luokka	Mainintojen määrä
Omatoimisen lähtöselvityksen teko voisi olla sujuvampaa, selkeämpää, parempaa (mobiilisovellus, internet ja lähtöselvitysautomaatti)	18
Kaikki toimii hyvin nyt ja/tai ei tarvitse parantaa tai muuttaa	13
5€:n palvelumaksun poistaminen	5
Paremmat ohjeet lähtöselvityksen tekemiseen	4
Omatoimisen lähtöselvityksen yksinkertaisuus	3
Automaattinen muistutus tekstiviestillä/sähköpostilla kun lähtöselvitys on tehtävissä	3

Eniten vastauksia tuli koskien omatoimisen lähtöselvityksen sujuvuutta, selkeyttä tai paremmuutta (n=18). Tämä vastaus kattoi kaikki lähtöselvitystavat eli mobiilisovelluksen, internetin ja lähtöselvitysautomaatin käytön. Vastauksissa mainittiin myös, että ”applikaatio ilmoittaisi selvästi, että lähtöselvitys on tehty” ja että ”sovellus toimii ajoittain todella huonosti, joten sille olisi hyvä

saada tehtyä jotain”. Myös yksi vastaus kuului näin ” Jostain syystä sovelluksessa lähtöselvitys ei ole aina avoinna lähtöpäivänä.” Seuraavaksi eniten vastauksia tuli siitä, että kaikki toimii hyvin nyt, eikä mitään tarvitsisi parantaa tai muuttaa (n=13). 5€:n palvelumaksun poistamista vastattiin viisi kertaa ja siihen liittyvät vastaukset olivat kaikista pisimpiä. Vastajat sanoivat muun muassa ” lippujen hinnat ovat muutenkin korkeita, joten ei ole mielestäni kohtuullista, että lisäksi pitäisi vielä maksaa lähtöselvityksestä. ei ole myöskään reilua, että kaikilta ei maksua peritä” ja ” tuntuu turhalta asiakkaan juoksuttamiselta, kun ensin jonottaa tiskille, josta ohjataankin lähtöselvitysautomaateille. Palvelumaksu on myös epäreilu, koska autolla matkustavilta sitä ei veloteta, eikä risteilylle lähtiessä” sekä ” huonoa palvelua kun eka jonotat tiskille ruuhkassa ja sitten automaatille jossa asiat ei toimi. virkailijat silti tekevät siellä parhaansa”.

Vastauksissa toivottiin myös parempia ohjeita lähtöselvityksen tekemiseen (n=4). Muita vastauksia koskien asiakaskokemusta parantaisi oli seuraavia:” Jos terminaalissa olisi ollut selkeämmin esillä se että tiskillä lähtöselvitys maksaa.” ja ” Se, että kaikki lipputyypit voitaisiin lähtöselvittää omatoimisesti.” sekä ” Mobiilissa jos pystyisi lähtöselvittämään varauksen kaikki matkustajat kerralla, eikä jokaista erikseen.” Kolmesti vastauksissa (n=3) mainittiin myös omatoimisen lähtöselvityksen yksinkertaistaminen. Muita vastauksia avoimissa vastauksissa asiakaskokemuksen parantamiseksi mainittiin muun muassa ”tukihenkilö tai avustaja” sekä ” Samalla varauksella oli auto ja jalkamatkustajia, joten lähtöselvitys ei onnistunut puhelimella.”

Tutkija halusi myös selvittää, mitä mieltä vastaajat ovat Tallink Siljan kilpailutilanteesta, jos arvioidaan omatoimista lähtöselvitystä (kuvio 7). Selkeästi vastaajista yli puolet (n=85) eli 55 prosenttia vastasi, että heillä ei ole kokemusta kilpailijoiden omatoimisesta lähtöselvityksestä. Vähemmistöä olivat myös selkeästi täysin (n=4) tai jokseenkin (n=13) eri mieltä olevat vastaajat. Täysin (n=28) tai jokseenkin (n= 24) samaa mieltä vastaajista oli yhteensä 34 prosenttia.

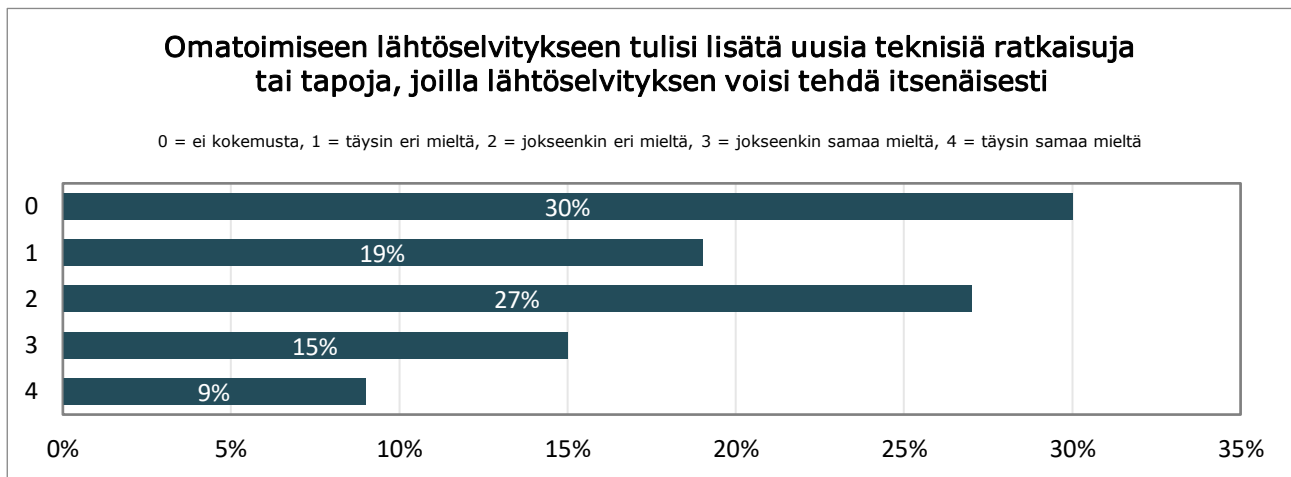


Kuvio 7. Omatoiminen lähtöselvitys toimii Tallink Siljalla paremmin kuin kilpailijoilla (n=154)

7.2 Omatoimisen lähtöselvityksen kehittäminen

Kyselyn toisen osan kysymyksissä (kysymykset 9–13, liite 1) käsiteltiin omatoimisen lähtöselvityksen kehittämistä. Tämä osa käsitteli vastaajien mielipiteitä miten omatoimista lähtöselvittämistä voisi parantaa esimerkiksi uusilla teknisillä ratkaisuilla. Vastaajilta haluttiin myös tietää olisiko heillä kiinnostusta hankkia lisäpalveluita lähtöselvittämisen yhteydessä, ja jos olisi, niin millaisia he olisivat valmiita ostamaan.

Ensimmäisessä lähtöselvityksen kehittämistä koskevassa kysymyksessä (kuvio 8) haluttiin selvittää, ovatko vastaajat sitä mieltä, että omatoimiseen lähtöselvitykseen tulisi lisätä uusia teknisiä ratkaisuja tai tapoja, joilla lähtöselvityksen voisi tehdä itsenäisesti. Tähän vastaajista eniten vastasi (n=46) eli 30 prosenttia, että heillä ei ole kokemusta. Toiseksi eniten vastauksia tuli jokseenkin eri mieltä, ja näin vastasi 27 prosenttia vastaajista.



Kuvio 8. Omatoimiseen lähtöselvitykseen tulisi lisätä uusia teknisiä ratkaisuja tai tapoja, joilla lähtöselvityksen voisi tehdä itsenäisesti (n=154)

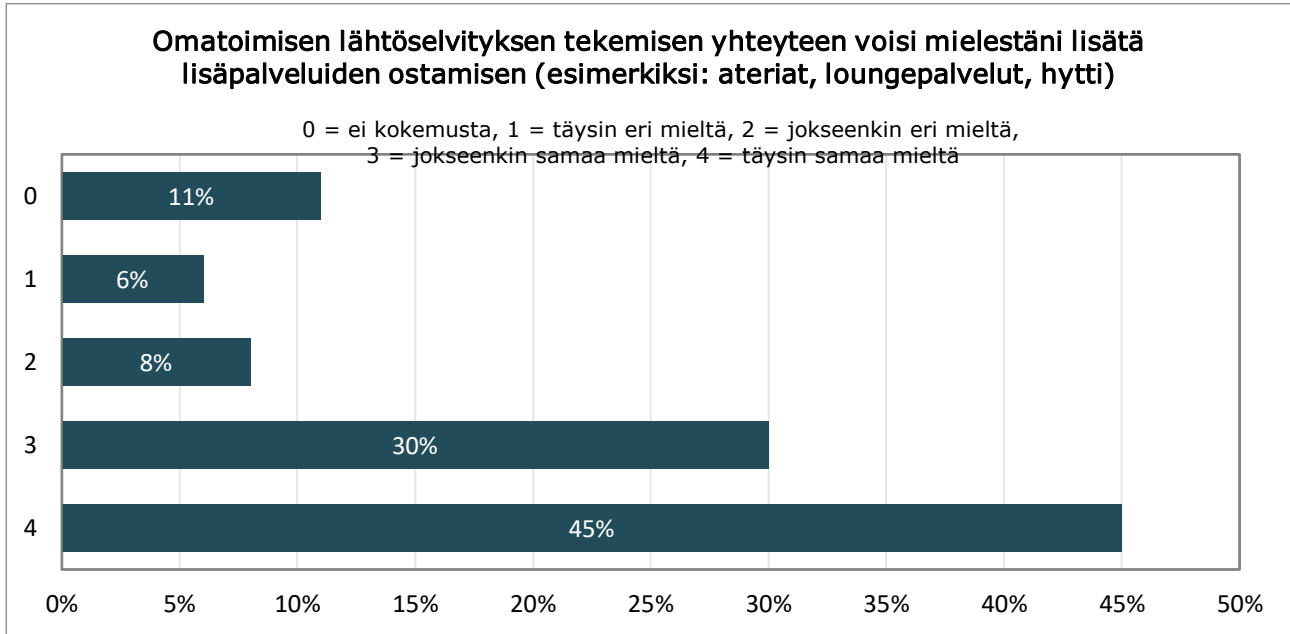
Seuraava kysymys oli avoin kysymys ja tarkentava jatkokysymys edelliselle kysymykselle, mutta ei pakollinen vastata. Kysymys kuului ” Jos vastasit kysymykseen 9. myöntävästi, niin millaisia teknisiä ratkaisuja tai tapoja lisäisit itsenäiseen lähtöselvitykseen?” (taulukko 3). Vastauksia tuli yhteensä 24 kappaletta. Koska kysymys oli rajattu niin vastaukset pystyttiin luokittelemaan. Eniten vastauksia tuli koskien puhelinlippua/QR-koodia, joka lähetettäisiin asiakkaille lähtöselvityksen tekemisen jälkeen. Tästä esimerkkinä oli yksi avoin vastaus, joka kuului näin ” Kun teet lähtöselvityksen puhelimella, tulee viesti/sähköposti 'Tässä sinun lippusi'. Viisi vastaajaa oli sitä mieltä, että kaikki jo olemassa olevat tekniset ratkaisut ja tavat ovat nyt hyviä, tai he eivät osanneet vastata kysymykseen.

Taulukko 3. Jos vastasit kysymykseen 9. myöntävästi, niin millaisia teknisiä ratkaisuja tai tapoja lisäisit itsenäiseen lähtöselvitykseen? (n=24)

Vastauksen luokka	Mainintojen määrä
Puhelinlippu/QR-koodi (tekstiviestillä lähetettävä)	5
En osaa sanoa / on hyvä nyt	5
Parantaisi jo olemassa olevia teknisiä ratkaisuja	4
Ilmoitus, että lähtöselvitys on jo tehty / lippu löytyisi helpommin	3
Varauksen tietojen muuttaminen itse (päivämäärä, lähtöaika)	2

Neljä vastaajaa parantaisi jo olemassa olevia teknisiä ratkaisuja. Kolme vastasi, että haluaisivat ilmoituksen, kun lähtöselvitys on tehty. Ja kaksi vastaajaa mainitsi, että varauksen tietojen muuttaminen kuten päivämäärän tai lähtöajan vaihtaminen onnistuisi itse esimerkiksi mobiilisovelluksella. Muita avoimia vastauksia, näiden luokiteltujen ulkopuolella oli esimerkiksi ”Lähtöselvitys olisi mahdollista 24h lähtöaikaa myös automaateilla” ”lisää automaatteja”, ”Jotakin millä tämä onnistuisi helposti. Voikohan finnair tai muiden lentoyhtiöiden prosessia hyödyntää”. ja ”Varaukset, joissa on kaikenlaisia kuponkeja voisi myös lähtöselvittää mobiilisovelluksella. Nyt ei pysty, jos on joku kuponki, mikä pitää olla fyysisesti mukana”

Kysyttäessä voisiko omatoimisen lähtöselvityksen tekemisen yhteyteen lisätä lisäpalveluiden ostamisen (kuviokuva 9) kuten esimerkiksi ateriat, loungepalvelut tai hytti oli vähän alle puolet vastaajista (n=69) eli 45 prosenttia täysin samaa mieltä. Seuraavaksi eniten tuli myös vastauksia eli 30 prosenttia vaihtoehtoon jokseenkin samaa mieltä. Vastaajista vain muutamat olivat joko täysin tai jokseenkin eri mieltä.



Kuvio 9. Omatoimisen lähtöselvityksen tekemisen yhteyteen voisi mielestäni lisätä lisäpalveluiden ostamisen (esimerkiksi: ateriat, loungepalvelut, hytti) (n=154)

Seuraava kysymys oli avoin kysymys ja tarkentava jatkokysymys edelliselle kysymykselle, mutta ei pakollinen vastata. Kysymys kuului ” Jos vastasit kysymykseen 11. myöntävästi, niin millaisia lisäpalveluita ostaisit omatoimisen lähtöselvityksen yhteydessä?” (taulukko 4.) Vastauksia tuli yhteensä 77 kappaletta. Koska kysymys oli rajattu niin vastaukset pystyttiin luokittelemaan. Eniten avoimia vastauksia oli ruokailu/ateriat ja näitä oli 34 kappaletta. Niiden lisäksi muita avoimia vastauksia, näiden luokiteltujen ulkopuolella oli esimerkiksi ” Pöytävaraus ravintolaan (juomat valmiina omassa pöydässä)”. Toiseksi eniten tuli lounge vastauksia (n=14) ja muita avoimia vastauksia tähän liittyen oli esimerkiksi ”Aterioita mahdollisesti tai lounge palvelut. Etenkin jos lounge palveluiden hinta olisi hieman edullisempi, kun muualla ja sitä tarjottaisiin näkyvästi ja infolla.”. Kolmanneksi eniten vastattiin hyttiä ja ruokailua samassa vastauksessa. Neljänneksi eniten pelkkää hyttiä. Siihen liittyen oli myös muita tarkempia avoimia vastauksia kuten ” Olisi todella hyvä jos omatoimisen lähtöselvityksen voisi lisätä esim. Hytti koska välillä jonot asiakaspalveluun on pitkät.” ja ”Joskus tuleekin tarve ostaa joku ruokailu tai hytti niin olisi hyvä että olisi tällainen mahdollisuus”. Viimeisenä luokiteltuja vastauksia oli kuusi kappaletta ja vastaajat olivat vastanneet upgrade. Tämä tarkoittaa matkustusluokan korotusta. Muita avoimia vastauksia kysymykseen millaisia lisäpalveluita ostaisit omatoimisen lähtöselvityksen yhteydessä, vastattiin esimerkiksi: ”lemmikkilippu”, ”auton varaus” ja ”maapalvelut (bussikuljetukset ja pääsyliput)”. Muita kommentteja vastattiin ” Itse en ostaisi, mutta kuvittelisin että tämä voisi olla hyvä lisämyyntivaltti Tallinkille” ja ”Joskus tuleekin tarve ostaa joku ruokailu tai hytti niin olisi hyvä että olisi tällainen mahdollisuus” sekä ” Luulen, että olisi kaupallisesti kannattavaa ehdottaa esim hyttiä

lähtöselvityksen yhteydessä. Kuitenkin sivu pitäisi pitää selkeänä, eikä valinnat saisi häiritä itse lähtöselvitystä. Hinta tieto olisi kiinnostava. Esim. tieto halvimmasta hyttivaihtoehdosta, joka olisi mahdollisuus vaikka varata täppäämällä lähtöselvityksen yhteydessä”

Taulukko 4. Jos vastasit kysymykseen 11. myöntävästi, niin millaisia lisäpalveluita ostaisit omatoimisen lähtöselvityksen yhteydessä? (n=77)

Vastauksen luokka	Mainintojen määrä
Ruokailu / Ateriat	34
Lounge	14
Hytti ja ruokailu	12
Hytti	8
Upgrade	6

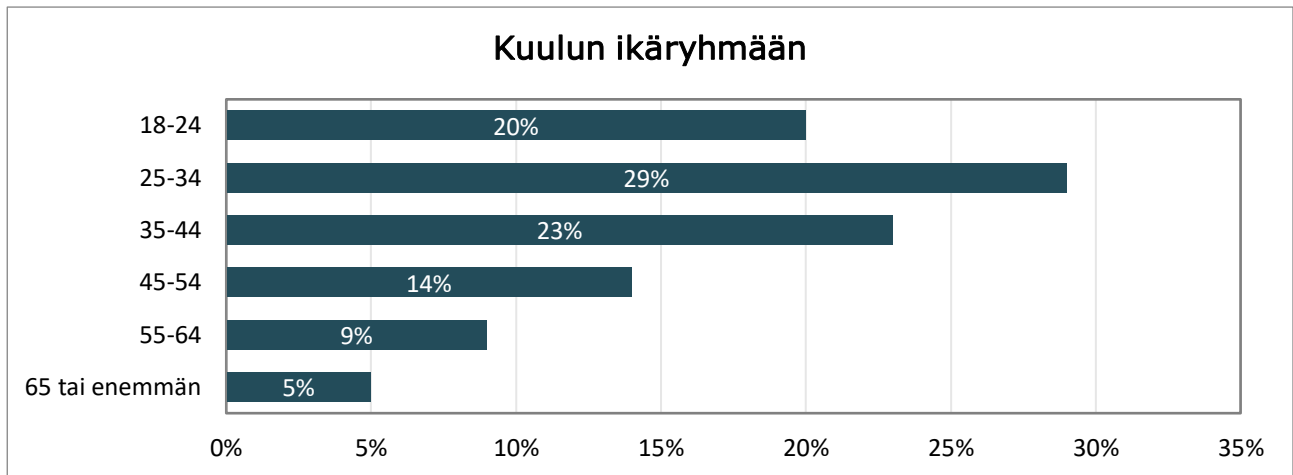
Viimeinen kysymys ennen kolmatta osaa ja taustakysymyksiä oli myös avoin, eikä pakollinen vastata. Kysymys kuului ”Muut kehitysehdotukset tai kommentit koskien omatoimista lähtöselvitystä”. Vastauksia tuli yhteensä 18 kappaletta. Koska tutkija ei ollut rajannut kysymystä niin vastauksia ei pystytty luokittelemaan muiden avoimien kysymysten kaltaisesti. Tutkija ei myöskään käy läpi kaikkia vastauksia anonymiteetin ja vähäisen vastausmäärän takia. Vastauksissa ilmeni kuitenkin viisi kertaa, että vastaajilla ei ollut kommentteja. Muita asioita, joita nousi vastauksista esiin, oli esimerkiksi ”tällä hetkellä ei voi lähtöselvitettyä varausta enää muuttaa (reitti ja muut lisäykset), mielestäni muutosmahdollisuus pitäisi olla jo lähtöselvitettäviin varauksiin” ja ”Kunhan koko prosessin pystyisi hoitamaan mobiililla alusta loppuun yksinkertaisesti ja helposti.”. Myös lähtöselvitysaunomaateista oli vastattu kaksi kertaa ja vastaukset kuuluivat näin ”Automaatit olisi hyvä olla lähempänä ovia, selkeampi tila kun saapunut terminaaliin että mihin voi mennä tekeen itsenäisesti lähtöselvityksen. Selkeä linjaus milloin pitää maksaa 5e ja milloin ei.” ja ”Automaatti voisi ilmoittaa, jos lähtöselvitys on jo tehty esimerkiksi mobiilisovelluksessa eikä lähettä lähtöselvitystiskille.”

7.3 Vastaajaryhmä

Tutkija sijoitti viimeisen osan eli kyselylomakkeen taustakysymykset (kysymykset 14–17, liite 1) koskien vastaajaryhmää kyselyn loppuun. Tutkija päätyi tähän ratkaisuun siksi, että vastaajalla pysyisi mielenkiinto vastata kyselyyn, kun sen rakenne alkaa suoraan aiheetta pohtivilla kysymyksillä, eikä taustakysymyksillä. Tämä järjestys loi myös kuvan siitä, että kysely ei ole kestoiltaan niin pitkä, mikä yleensä pitää mielenkiinnon yllä. Tässä luvussa käydään läpi kaikki kyselyn taustakysymykset. Kyselyn taustakysymykset koskivat vastaajaryhmää, eli haluttiin

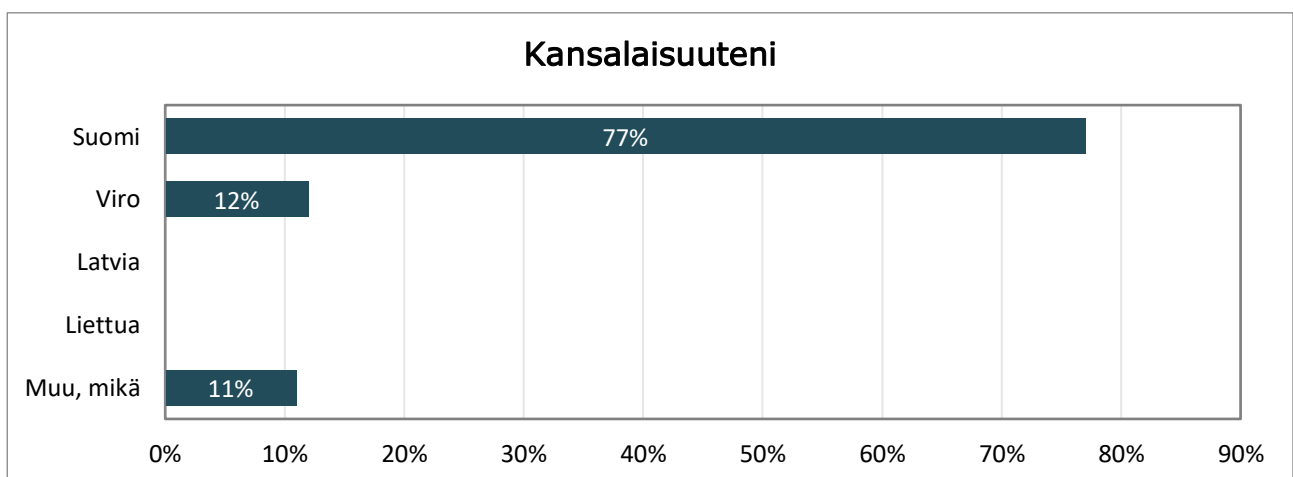
selvittää minkä ikäisiä vastaajat ovat. Mikä vastaajien kansalaisuus ja sukupuoli on. Sekä viimeisenä, että kuinka usein he matkustavat Länsiterminali 2:sta Tallink Siljan laivoilla.

Tulosten perusteella iän puolesta oli suurta hajontaa (kuvio 10). Noin kolmasosa (29 %) vastaajista kuului 25–34 ikävuoden ikäryhmään. Toiseksi ylin vaihtoehto oli 35–44-vuotiaat (23 %). Vastaajia saatiin kuitenkin kaikkiin sektoreihin, mutta vähiten vastaajia oli 65 tai enemmän ikäryhmässä (5 %).



Kuvio 10. *Kuulun ikäryhmään* (n=154)

Taustakysymyksissä haluttiin myös tutkia vastaajien kansalaisuutta (kuvio 11). Kansalaisuutta haluttiin selvittää siksi, että tutkimustuloksia saataisiin yli kansalaisuusrajojen. Suurin osa vastaajista (77 %) oli suomalaisia. Seuraavaksi eniten (12 %) vastaajista oli virolaisia. Muita kansalaisuuksia oli 11 prosenttia. Vaihtoehtoa Latvia tai Liettua ei valinnut yksikään vastaajista.



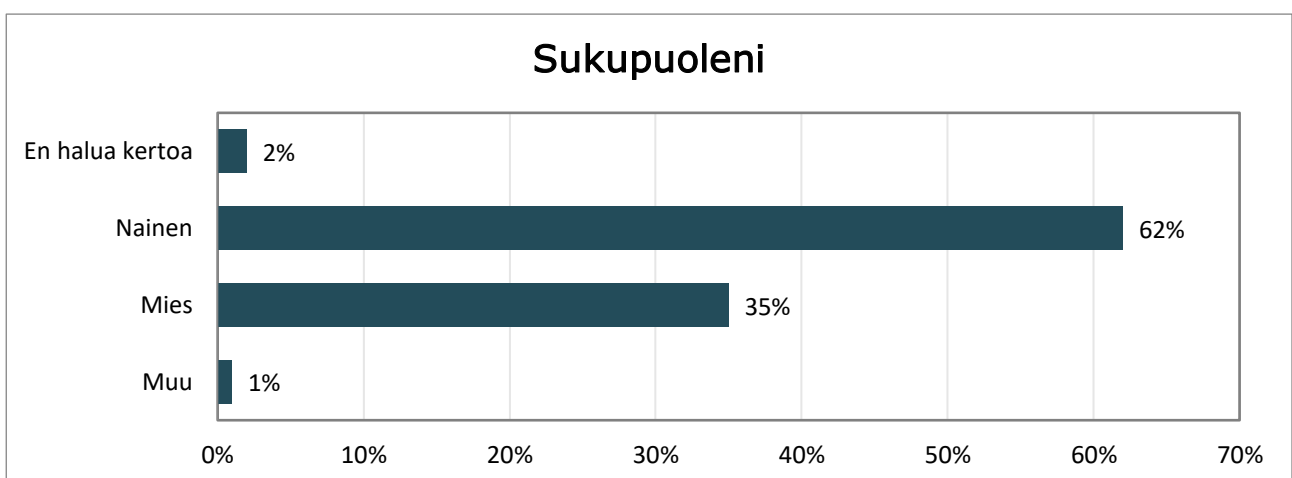
Kuvio 11. *Kansalaisuuteni* (n=154)

Vastattaessa vaihtoehdon ”muu, mikä” aukesi vastaajalle pakollinen avoimen kentän vastaus, johon hän pystyi kirjoittamaan kansalaisuutensa. Tutkija luokitteli vastaajien kansalaisuudet maanosien mukaan, jotta anonymiteetti vastauksissa säilyy. Anonymiteetin säilymiseksi tutkija loi näistä ”muu” kansalaisuuksista taulukon (taulukko 5), josta voidaan nähdä lukumäärä vastaajista ja siitä, mihin maanosaan vastaajat sijoittuvat. Taulukko ei kuitenkaan kerro vastaajien tarkempaa kansalaisuutta heidän maansa perusteella vähäisten vastausmäärien vuoksi. Vastauksien perusteella vastaajia oli eniten Euroopasta (n=13).

Taulukko 5. Muu, mikä kansalaisuuksien määrä maanosittain

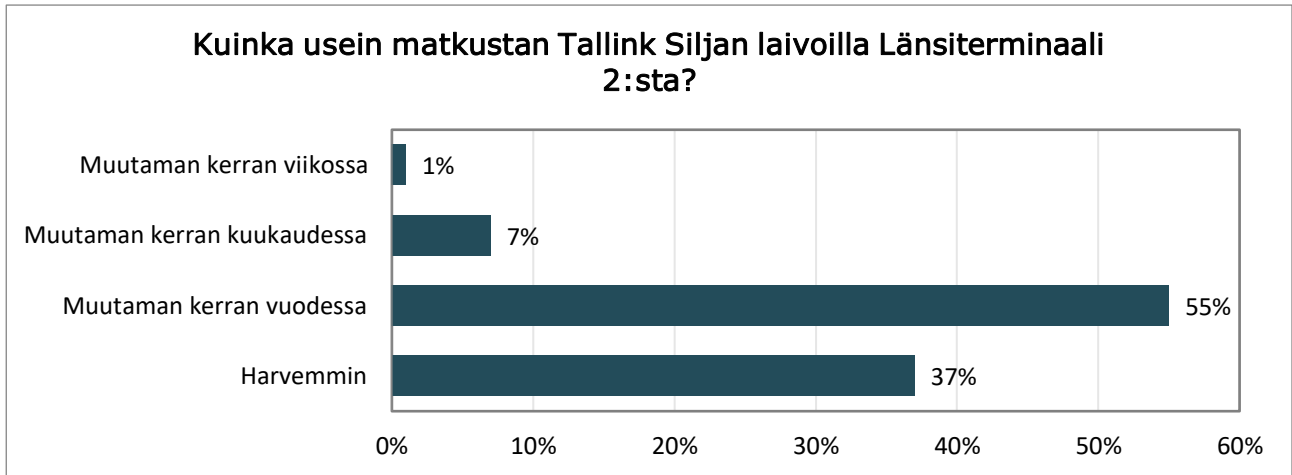
Kansalaisuus	Mainintojen määrä
Eurooppa	13
Etelä-Amerikka	2
Pohjois-Amerikka	1
Aasia	1

Selkeästi suurin osa kyselylomakkeeseen vastanneista (62 %) oli sukupuoleltaan naisia (kuvio 12). Miehiä oli 35 prosenttia. Tehdessä ristiintaulukointia sukupuolesta, ei ”muu” kategoriaa otettu huomioon, koska vastauksia oli niin vähän, etteivät henkilöiden anonymiteetti kärsi. Siksi ristiintaulukoinnissa, jossa käytettiin sukupuolta osana taulukointia, otettiin huomioon vain nainen ja mies. Vastaajista oli myös kaksi prosenttia, jotka eivät halunneet kertoa tutkimukseen sukupuoltaan.



Kuvio 12. Sukupuoleni (n=154)

Viimeisenä taustakysymyksenä tutkija halusi selvittää kuinka usein vastaajat matkustavat Tallink Siljan laivoilla Länsiterminali 2:sta (kuvio 13). Kaikkia vastauksia tarkastellessa vähän yli puolet vastaajista (55 %) vastasi matkustavansa muutaman kerran vuodessa. Harvemmin kuin muutaman kerran vuodessa valitsi 37 prosenttia vastaajia. Kuitenkin useammin kuin tämä eli muutaman kerran viikossa tai kuukaudessa vastasi yhteen laskettuna 8 prosenttia vastaajista (n=12).



Kuvio 13. Kuinka usein matkustan Tallink Siljan laivoilla Länsiterminali 2:sta? (n=154)

8 Pohdinta

Tässä luvussa käydään läpi pohdinta sekä johtopäätökset tutkimustuloksista. Tämä luku pitää myös sisällään tulosten hyödyntämisen toimeksiantajalle sekä jatkokehitys-, ja jatkotutkimusehdotukset. Lopuksi käydään läpi tutkimuksen luotettavuusmenetelmät sekä pohditaan ja arvioidaan omaa oppimista opinnäytetyön aikana.

Tämän tutkimuksellisen opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, kuinka Tallink Silja Oy:n yksittäismatkustajat kokevat omatoimisen lähtöselvityksen nykytilan Länsiterminaali 2:ssa ja kuinka sitä voisi kehittää yrityksen ja yksittäisen matkanvaraajan näkökulmasta. Tutkimuksen tavoitteena oli löytää selkeitä kehittämis- ja parannusehdotuksia, joilla omatoimisen lähtöselvityksen volyymi kasvaisi ja sen käyttö olisi mutkatonta.

8.1 Johtopäätökset

Tutkimuksen tulosten analysoinnin kautta saatiin selville kehitysehdotuksia omatoimiseen lähtöselvitykseen. Tuloksista kävi ilmi, että suurin osa vastaajista tekee lähtöselvityksen omatoimisesti ja saatavilla olevista vaihtoehdoista mieluiten matkapuhelimella. Tästä samaa mieltä oli myös teoriaosuudessa Benckendorff, Xiang, & Sheldon (2019), sillä heidän mukaansa lähtöselvittämisen prosessi hoidetaan nykyään yhä useammin ennen matkustajien saapumista esimerkiksi terminaaleihin (Benckendorff, Xiang, & Sheldon 2019). Vastauksista selvisi myös, että esimerkiksi virolaiset asiakkaat harvemmin asioivat ollenkaan asiakaspalvelijan kanssa, ellei heidän ole pakko. Suomalaiset taas asioivat asiakaspalvelutiskillä.

Ristiintaulukoinnissa iän puolesta saatiin kattavia tuloksia siitä, että vanhemmille ikäryhmille omatoimisen lähtöselvityksen tekeminen ei ole mieluisaa. 55–64,- ja 65 tai enemmän vuotta olevat mieluiten asioisikin asiakaspalvelijan kanssa lähtöselvitystiskillä. Tätä tukee myös teoriaosuudessa Fisher ja Beatsonin (2002) tekemä tutkimus, jonka mukaan teknologia voi myös aiheuttaa ahdistusta joissakin kulttuuri-, ikä- ja elämäntaparyhmissä (Fisher & Beatson 2002).

Iso teema, joka nousi aineistossa esille, oli 5€:n palvelumaksu ja se vaikuttaako se asiakkaiden lähtöselvitystavan valintaan. Tuloksista kävi ilmi, että yli puolet vastaajista oli täysin samaa mieltä ja avoimessa kysymyksessä ”mitkä tai minkälaiset asiat parantaisivat lähtöselvityksen asiakaskokemustani?” palvelumaksun poistaminen nousi uudelleen esiin. Varsinkin avoimissa vastauksissa vastaajat kokivat 5€:n palvelumaksun epäreiluksi, sillä sitä ei oteta kaikilta asiakkailta tai aina kaikissa palvelutilanteissa, tai esimerkiksi auto-, - tai risteilymatkustajilta. Vastaajat pitivät myös 5€:n palvelumaksua kalliina jo kalliissa lippuhinnoissa. Vastaajat pitivät epämieluisana esimerkiksi asiakkaiden juoksuttamisen palvelutiskiltä lähtöselvitysauteilla välttääkseen

palvelumaksun sen jälkeen, kun he olivat jo jonottaneet saadakseen palvelua. Aarnikoivun (2005) mielestä asiakkaille tulisi tarjota mahdollisuus valita itselleen sopivin palvelumuoto (Aarnikoivu 2005). Tämä on kuitenkin ristiriidassa sen kanssa, että yritys veloittaa 5€:n palvelumaksun jos asiakas haluaa palvelua itsepalvelun sijaan. Koskiakoski ja Gerdtin (2016) mukaan jotkut yksilöt pitävät itsepalvelua houkuttelevimpana palvelumuotona, kun taas toiset kokevat sen epäedullisena. Tietyt asiakkaat odottavat välitöntä henkilökohtaista vuorovaikutusta, kun taas enemmistö suorittaa ostoprosessin pääosin itsenäisesti (Korkiakoski & Gerdt 2016). Tämän takia ehkä 5€:n palvelumaksun voisi poistaa, jotta asiakkaalla olisi mahdollista valita hänelle sopivin palvelumuoto.

Vaikka suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että omatoimisen lähtöselvityksen tekeminen on helppoa, olen siitä eri mieltä sen perusteella mitä opin teorian kautta. Aarnikoivun (2005) mukaan negatiivista motivaatiota muodostuu, kun toimintakykyinen asiakas kokee joutuneensa pakotetuksi itsepalvelun käyttöön. Itsepalvelun ongelmat koostuvat joukosta asiakkaita, jotka eivät halua tai eivät ole kyvykkäitä käyttämään itsepalvelua. Näille kahdelle ryhmälle on olennaista tarjota henkilökohtaisempaa palvelua, itsepalvelun sijaan. (Aarnikoivu 2005) Siksi koen, että asiakkailla tulisi olla mahdollisuus valita itsepalvelun ja asiakaspalvelun väliltä.

Toinen teema, joka nousi vastauksissa esille, oli omatoimisen lähtöselvittämisen sujuvoittaminen, selkeyttäminen sekä parantaminen. Tämä koski kaikkia omatoimisia lähtöselvitystapoja. Varsinkin avoimissa kysymyksissä nousi esiin, että mobiilisovelluksen toimivuus ei täytä asiakkaiden tarpeita. He haluaisivat toimivimmat ratkaisut jo olemassa oleville keinoille omatoimisen lähtöselvityksen tekemiselle ennemmin kuin uusia teknisiä ratkaisuja. Varsinkin sovelluksen heikko toimivuus ja se, että omatoiminen lähtöselvitys ei toimikkaan lähtöpäivänä tuo vastauksissa esiin harmitusta ja turhaantumista.

Yllättävää tuloksissa oli, kuinka moni vastaaja päätyi vastaamaan ei pakollisiin avoimiin kysymyksiin kysyttäessä millaisia lisäpalveluita ostaisit omatoimisen lähtöselvityksen yhteydessä. Kaiken kaikkiaan kyselyyn vastanneista puolet vastasivat tähän avoimeen kysymykseen. Koska reilusti yli puolet myös vastaajista vastasivat olevansa jokseenkin samaa mieltä tai täysin samaa mieltä siitä, että omatoimisen lähtöselvityksen yhteyteen voisi lisätä lisäpalveluiden ostamisen, pitäisin tätä myös tutkijan näkökulmasta hyvänä jatkokehitysehdotuksena toimeksiantaja yritykselle. Avoimissa vastauksissa nousi myös esiin, että asiakkaat pitäisivät arvokkaana ja hyvänä lisävalttina yritykselle, jos tällainen muutos tehtäisiin omatoimiseen lähtöselvitykseen, että lisäpalveluiden ostaminen olisi mahdollista lähtöselvittämisen yhteydessä. Myös suorat lainaukset avoimista vastauksista puhuivat sen puolesta, että vastaajilla olisi tarvetta saada lähtöselvityksen yhteydessä esimerkiksi ostettua hytti tai ruokailu matkalle. Tätä tukee myös Löytänä ja Kortesuon

kirjoitus (2014) tekstissään siitä, että yritys ei voi täysin hallita sitä, millainen asiakaskokemus asiakkaalle muodostuu, mutta sen sijaan yritys voi kuitenkin päättää millaisia kokemuksia he pyrkivät tarjoamaan (Löytänä & Korteso 2014). Lisäämällä esimerkiksi tämänkaltaisia palveluita, joille selkeästi on kysyntää, parantaisi myös asiakaskokemusta.

Vastaajaryhmän osalta tutkija on tyytyväinen saamaansa hajontaan. Sekä ikäryhmän että kansalaisuuden ja sukupuolen osalta tutkimuksessa oli diversiteettiä. Ikäryhmässä oli selkeästi isoin hajonta ja vastauksia saatiin reilusti jokaisesta ikäryhmästä niin, että tulokset olivat luotettavia. Iän puolesta nähtiin myös, että selkeästi nuoret aikuiset eli 25–34-vuotiaat vastasivat kyselyyn mieluiten. Kansalaisuuden osalta tekijä osasi odottaa, että eniten vastauksia tulisi suomalaisilta, sillä tutkimus tehtiin Helsingissä. Oli kuitenkin hienoa nähdä, että vastauksia saatiin yli kansalaisuusrajojen, joka oli yksi tekijän prioriteeteista tutkimusta tehdessä. Sukupuolen osalta naiset olivat kiinnostuneita vastaamaan kyselyyn enemmän kuin miehet. Silti tutkimuksessa saatiin selville laajalti sukupuolten mielipiteitä omatoimisesta lähtöselvittämisestä.

8.2 Tulosten hyödyntäminen toimeksiantajalle

Toimeksiantaja on antanut suullisesti palautetta opinnäytetyöstä läpi sen tekoprosessin. Lopullinen versio tuloksineen lähetettiin toimeksiantajalle, joka antoi opinnäytetyöstä kirjallisen palautteen, joka kuului seuraavasti.

” Hieno kokonaisuus, jossa on otettu huomioon monet näkökulmat teoriassa ja kerrottu paljon taustatietoa liittyen aihepiiriin. Tallink Siljalla on tavoitteena nostaa itsepalvelun prosentuaalista määrää ja opinnäytetyöstä saadaan työkaluja ja ideoita yhtiölle kehittää olemassa olevia itsepalvelutoimintoja lähtöselvityksen suhteen. Kyselystä käy hyvin ilmi kansallinen vaihtelevuus tuloksien osalta. Avoimista vastauksista saamme arvokasta tietoa oman toiminnan kehittämiseksi ja muuttamiseksi, esimerkiksi lähtöselvitysmaksun osalta, sekä minkälaiset asiat parantaisivat asiakaskokemusta lähtöselvityksessä. Näitä asioita voimme nostaa tiimin kesken ja keskittyä mahdollisiin haasteisiin työssä.”

Tekijän mielestä tutkimuksessa löydettiin vastauksia esitettyyn tutkimusongelmaan. Tämän takia jatkotutkimusehdotuksena voisi olla tehdä vastaavanlaisia tutkimuksia myös muihin Tallink Siljan Suomen terminaaleihin. Näin saataisiin enemmän tietoa siitä, miten eri puolilla suomea asuvat henkilöt kokevat omatoimisen lähtöselvittämisen.

Tulosten perusteella kehitysehdotuksena toimeksiantajayritykselle antaisin nykyisten lähtöselvitystapojen päivittämisen. Esimerkiksi mobiilisovelluksen heikko toiminta stabiloitaisiin ja yksinkertaistettaisiin, jotta se vastaisi paremmin asiakkaiden käyttötarpeita. Myös Länsiterminaali 2. voisi lisätä lähtöselvitysaunomattien määrää, jotta se vastaisi matkustajamäärien kapasiteettiin. Myös avoimista vastauksista esiin nousseet ongelmat lähtöselvitysaunomattien kanssa tulisi saada korjattua.

8.3 Tutkimuksen luotettavuusmenetelmät

Reliabiliteetti ja validiteetti ovat olennainen osa tutkimuksen laadussa ja luotettavuudessa. Yksinkertaisesti reliabiliteetti tarkoittaa tulosten pysyvyyttä ja validiteetti pätevyyttä eli tutkittiinko tutkimuksessa oikeita asioita. Reliabiliteetin tulosten pysyvyys tarkoittaa sitä, että jos tutkimus tehtäisiin samanlailla uudelleen, saataisiinko siitä samanlaiset tulokset? Validiteetti kertoo siitä, että tutkittava aihe on oikea. Jos näiden osa-alueiden määrittäminen eivät ole tutkimuksessa tehty oikein on vaarana tutkimuksen epäonnistuminen. Kerättävän ja analysoitavan tutkimusaineiston tulee olla aitoa ja sitä tulee olla riittävästi, jotta johtopäätökset ja tulokset saadaan tehtyä oikein. (Kananen 2019)

Tarkastellessa tätä opinnäytetyötä ja sen validiteettia tutkija totesi Webropol-kyselylomakkeen vastanneen hyvin tutkimuskysymyksiin. Kyselylomakkeessa oli kysytty tutkimuksen kannalta tärkeitä ja oikeita asioita. Tutkimuslomakkeessa oli kuitenkin muutama kysymys, joihin tuli paljon "ei kokemuksia" vastauksia. Yksi niistä oli "Omatoiminen lähtöselvitys toimii Tallink Siljalla paremmin kuin kilpailijoilla" joista vastaajista 55 prosenttia vastasi, että heillä ei ole kokemusta. Jälkikäteen tutkija olisi voinut pohtia kysymysten erilaisella asettelulla olisiko kysymykset voineet olla silloin esimerkiksi helpommin ymmärrettävissä vastaajien mielestä. Toinen syy voi myös olla, että nämä paljon "ei kokemuksia" vastauksia saaneet kysymykset olleet vastaajien mielestä relevantteja kyselylomakkeeseen nähden.

Pohtiessa opinnäytetyötä reliabiliteetin pohjalta tutkija kokee tulosten olevan melkein pysyviä. Vastauksia haluttiin saada omatoimisen lähtöselvityksen tehneiltä asiakkailta ja siinä onnistuttiin, mutta koska kyseessä on matkailuala niin vastausten määrä ja laatu voivat vaihdella päivittäin, jos tutkimus tehtäisiin uudelleen. Syy tähän on asiakasmäärien vaihtuvuus terminaalissa eri viikonpäivinä ja lähtöaikoina, joten saadut tutkimustulokset varmasti riippuvat myös niistä. Tutkija epäilee, että näistä syistä ei päästäisi aivan samoihin tutkimustuloksiin, jos tutkimus tehtäisiin uudestaan.

8.4 Oma oppiminen

Opinnäytetyön suunnittelu alkoi kesällä 2023 kun tekijä oli ollut vuoden tässä kohtaa toimeksiantaja yrityksessä töissä. Koska tekijällä oli vuodessa muodostunut selkeä kuva Tallink Siljasta yrityksenä sekä laaja kokonaiskuva siitä, mitä lähtöselvitys ja omatoiminen lähtöselvitys on, oli työhön ryhtyminen helppoa. Siksi idea tehdä opinnäytetyö toimeksiantajana tuntui luontevalta opintojen ollessa loppusuoralla samalla loppusuoralla. Idea opinnäytetyön tutkimukselle tuli kuitenkin toimeksiantajalta, joka halusi aiheita tutkittavan. Yhdessä pohdittuna toimeksiantajan

kanssa tekijä varmistui siitä, että haluaa tehdä tutkimuksen tästä aiheesta, sillä piti sitä itsekin tärkeänä ja halusi perehtyä tutkimaan aihetta.

Opinnäytetyöprosessi käynnistyi kunnolla elokuussa, kun opinnäytetyön aihe jätettiin ja aineistonkeruu aloitettiin. Ensimmäiset kuukaudet opinnäytetyön tekemisestä tekijä teki samalla töitä toimeksiantaja yrityksessä, joten aikaa ei jäänyt niin paljoa työstää esimerkiksi teoriaa eteenpäin. Työ ei myöskään edennyt loogisesti eteenpäin, sillä teoriaosuus oli kesken, kun tekijä ryhtyi suunnittelemaan aineistonkeruuvälinettä. Työlle oli asetettu valmistumisaikatauluksi marraskuun puoliväli, ja työ pysyi kuitenkin hyvin aikataulussaan, sillä se valmistui ajallaan. Opinnäytetyö eteni suunnitelmien mukaan ja tekijällä oli jokaisessa opinnäytetyöseminaarissa jotain esitettävää, mutta silti ajankäytön hallinta olisi voinut olla parempaa. Tekijällä oli haasteita kirjoittamisen kanssa, sillä keskivaikea lukihäiriö verotti jonkin verran tekstin tuottamisesta. Tekijällä oli myös haasteita ajankohtaisen teorian löytämisestä teoriaosuuteen. Tekijä kuitenkin kokee onnistuneensa lopulta löytämään oikeanlaisen teoriaosuuden tukemaan tutkimusta. Tutkimusosuus onnistui tekijän mielestä hyvin, sillä aineistonkeruuvälineenä toiminut kyselylomake valmistui nopeasti ja siitä tuli selkeä ja toimiva. Myös itse aineistonkeruu onnistui hyvin ja vastauksia ja aineistoa saatiin enemmän, kun mitä tekijä odotti saavansa.

Kokonaisuudessaan opinnäytetyön tekeminen oli opettavainen kokemus ja tekijä on tyytyväinen opinnäytetyöhön. Koska tekijä oli tottunut opiskelemaan etänä koko koulutusohjelmansa ajan, ei yksin opinnäytetyön tekeminen tuntunut raskaalta. Vaikeinta oli kuitenkin työhön ryhtyminen ja sen aloittaminen. Tutkimuksen tekeminen oli mielekästä ja oli hienoa saada paljon aineistoa sekä analysoida sitä. Oli myös mielenkiintoista lukea ja oppia itsepalvelusta ja digitalisaatiosta, sillä nämä näkyvät työpaikalla arjessa päivittäin. Opinnäytetyö antoi paljon, sekä vahvisti jatkokouluttautumista ja urahaaveita matkailualalle. Oli mukava huomata, että lukihäiriöstä huolimatta työ valmistui ajallaan ja tekijä oli tyytyväinen työn lopputulokseen. Tekijä huomasi myös vahvuutensa sosiaalisuudessa sekä kielitaidossa, sillä tutkimusaineiston kerääminen kasvotusten sekä suomalaisilta, että ulkomaalaisilta vastaajilta oli mielekästä ja koko opinnäytetyöprojektin luontevin osuus.

Lähteet

Aarnikoivu, H. 2005. Onnistu asiakaspalvelussa. Talentum Media. Luettu: 4.10.2023.

Ahto, O., Kahri, A., Kahri, T., & Mäkinen, M. 2016. Bulkista brändiksi: Käsikirja kasvuun ja kannattavuuteen. Docendo. Luettu: 15.11.2023.

Ahvenainen, P., Gylling, J., & Leino, S. 2017. Viiden tähden asiakaskokemus: Tee asiakkaistasi faneja. 1. painos. Kauppakamari. Luettu: 4.9.2023.

Armstrong, G., & Kotler, P. 2017. Marketing: An introduction. 13. painos. Pearson Education Limited. Luettu: 4.11.2023.

AS Tallink Grupp. 2023a. Q2 2023. AS Tallink Grupp. Luettavissa: <https://www.tallink.com/documents/12397/184161807/AS-Tallink-Grupp-Q2-2023-Presentation.pdf/2e67d549-0b9d-c4fd-bb5f-f20b8dd01984?t=1690445803394> Luettu: 4.10.2023.

AS Tallink Grupp 2023b. TALLINK GRUPP IS THE LEADING SHORT CRUISE AND FERRY OPERATOR. Luettavissa: <https://www.tallink.com/documents/12397/184161810/2023-07-Tallink-Grupp-Factsheet-v3.pdf/c3fb76e3-233a-c8f8-b2dc-d0a6da6db77b?t=1691490360673> Luettu: 4.10.2023.

Benckendorff, P., Xiang, Z., & Sheldon, P. J. 2019. Tourism information technology. 3. painos. CABI. Luettu: 11.10.2023.

Blinnikka, P. 2020. Mitä on vastuullinen matkailu? Mitä eroa on kestäväällä ja vastuullisella matkailulla? Luettavissa: <https://blogit.jamk.fi/turbinaattori/2020/09/08/mita-on-vastuullinen-matkailu-mita-eroa-on-kestavalla-ja-vastuullisella-matkailulla/> Luettu 5.11.2023.

Castillo-Manzano, J. I., & López-Valpuesta, L. 2013. Check-in services and passenger behaviour: Self service technologies in airport systems. Teoksessa Computers in human behavior, Elsevier Ltd. Luettu: 15.11.2023.

FCG SUUNNITTELU JA TEKNIikka OY. 2018. Kestävän matkailun nykytila, haasteet ja kehittämistarpeet. Luettavissa: https://www.businessfinland.fi/48e79a/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/loppuraportti_selvitys_kestavan_matkailun_nykytila_ja-kehittamistarpeet-.._.pdf Luettu: 4.11.2023.

- Fisher, G. & Beatson, A. 2002. The impact of culture on self-service on technology adoption in the hotel industry. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*. Luettu: 11.10.2023.
- García-Rosell, J.-C. 2017. Vastuullinen matkailu. Teoksessa Björk, P., Edelheim, J., & Ilola, H. (toim.). *Matkailututkimuksen avainkäsitteet*, s. 229–234. Lapland University Press. Rovaniemi. E-kirja. Luettu 4.10.2023.
- Haaga-Helia. 2022. Raportointiohje pitkille raporteille ja opinnäytetyölle. Luettavissa: https://www.haaga-helia.fi/sites/default/files/file/2022-01/raportointiohje_pitkille_raporteille_ja_opinnaytetoille_2022.pdf Luettu: 20.11.2023.
- Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. 9. uudistettu painos. Edita. Luettu: 07.09.2023.
- Holma, L., Laasio, K., Ruusuvuori, M., Seppä, S., Tanner, R., & Kiukas, A. 2021. Menestys syntyy asiakaskokemuksesta: B2B-johtajan opas. Alma Talent. Luettu: 15.11.2023.
- Hämäläinen, M., Pakkanen, R., Kiiras, H., & Korkeamäki, A. 2016. *Palvelun taitajaksi*. 9., päivitetty painos. Sanoma Pro Oy. Luettu: 15.11.2023.
- Kaartinen, S. 19.10.2023. *Kyltti Länsiterminaali 2:ssa*. Oma kokoelma. Helsinki.
- Kaartinen, S. 19.10.2023. *Lähtöselvitysautomaatti Länsiterminaali 2:ssa*. Oma kokoelma. Helsinki.
- Kananen, J. 2019. *Opinnäytetyön ja pro gradun pikaopas: Avain opinnäytetyön ja pro gradun kirjoittamiseen*. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Luettu: 18.11.2023.
- Korkiakoski, K., & Gerdt, B. 2016. *Ylivoimainen asiakaskokemus: Työkalupakki*. Talentum Pro. Luettu: 11.10.2023.
- Korkiakoski, K., & Karhinen, R. 2019. *Asiakaskokemus ja henkilöstökokemus: Uusi aika, uudenlainen johtaminen*. Alma Talent. Luettu: 17.11.2023.
- Löytänä, J., & Korteso, K. 2014. *Asiakaskokemus: Palvelubisneksestä kokemusbisnekseen*. Alma Talent. Luettu: 4.9.2023.
- Rubanovitsch, M. D., & Aalto, E. 2013. *Myy enemmän - myy paremmin*. 8., päivitetty painos. Johtajatiimi. Imperial Sales. Luettu: 4.11.2023.
- Rosenbaum, M. & Wong, I. 2015. If you install it, will they use it? Understanding why hospitality customers take “technological pauses” from self-service technology. *Journal of Business Research*. Luettu: 11.10.2023.

Saarijärvi, H., & Puustinen, P. 2020. Strategiana asiakaskokemus: Miksi, mitä, miten? Docendo.
Luettu: 4.11.2023.

Tallink Silja 2023a. Tallink Silja Oy lyhyesti. Luettavissa: <https://fi.tallink.com/tietoa-tallink-siljasta#tabs-content-1> Luettu: 7.9.2023.

Tallink Silja 2023b. SELF CHECK-IN. Luettavissa: <https://fi.tallink.com/self-check-in#checkinmobile>
Luettu: 16.10.2023.

Tallink Silja 2023c. Vastuullisuus Tallink Siljalla. Luettavissa: <https://fi.tallink.com/vastuullisuus>
Luettu: 30.10.2023.

Tallink Silja 2023d. Ympäristö. Luettavissa: <https://fi.tallink.com/vastuullisuus-ymparisto> Luettu:
30.10.2023.

Tallink Silja 2023e. Lastenklonikoiden Kummit. Luettavissa: <https://fi.tallink.com/kummit> Luettu:
14.11.2023.

Tallink Silja 2023f. Ojenna auttava käsi Veripalvelulle. Luettavissa:
<https://fi.tallink.com/vastuullisesti-tallink-silja-kannustaa-ojentamaan-auttavan-kaden-veripalvelulle>
Luettu 14.11.2023.

Vilkka, H. 2021. Tutki ja kehitä. 5., päivitetty painos. PS-kustannus. Luettu: 5.11.2023.

Visit Finland s.a. Vastuullinen matkailu. Luettavissa: <https://www.visitfinland.fi/liiketoiminnan-kehittaminen/vastuullinen-matkailu> Luettu: 6.11.2023.

Veijola, S. 2023. Matkailunkestävä Suomi?: Vastuullinen suunnittelu kulttuuri- ja luontoympäristöissä. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. <https://doi.org/10.21435/tl.283> Luettu:
5.11.2023.

Liitteet

Liite 1. Kyselylomake

Tallink Silja Oy:n omatoimisen lähtöselvityksen kehittäminen Länsiterminaali 2:ssa

 Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (*)

Tämä kyselylomake on osa Haaga-Helia (AMK) matkailun restonomiopiskelijän opinnäytetyötä. Opinnäytetyön aiheena on tutkia Tallink Silja Oy:n yksittäismatkustajien omatoimista lähtöselvitystä Länsiterminaali 2:ssa, sen nykytilaa ja kehittämiskohteita. Opinnäytetyön toimeksiantaja on Tallink Silja Oy.

Kyselylomakkeen avulla kerätty aineisto on vain tutkimuksen tekijän saatavilla ja käytettävissä. Aineisto tuhoetaan tutkimuksen valmistuttua.

Kyselyyn vastataan täysin anonymisti ja sen vastaamiseen kuluu aikaa noin 5-10 minuuttia.

Kiitos vastauksestasi!



Kysymykset esitetään aihealueittain. Ellei toisin mainita, valitkaa kokemustanne parhaiten kuvaavaa vaihtoehtoa vastaava numero, tai kirjoittakaa vastauksenne sille varattuun tilaan.

Vastausvaihtoehdot:

- 0 = Ei kokemusta
- 1 = Täysin eri mieltä
- 2 = Jokseenkin eri mieltä
- 3 = Jokseenkin samaa mieltä
- 4 = Täysin samaa mieltä

Seuraava

25% Valmis

Tallink Silja Oy:n omatoimisen lähtöselvityksen kehittäminen Länsiterminaali 2:ssa

 Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (*)

Osa 1: Omatoimisen lähtöselvityksen nykytila

1. Teen lähtöselvityksen mieluiten *

- Matkapuhelimella
- Terminaalin lähtöselvitysautomaatilla
- Internetissä
- Terminaalin lähtöselvitystiskillä

2. Mikä kannustaisi sinua tekemään omatoimisen lähtöselvityksen?

3. Teen mieluummin lähtöselvityksen itsenäisesti kuin asiakaspalvelijan kanssa lähtöselvitystiskillä *

(0 = ei kokemusta, 1 = täysin eri mieltä, 2 = jokseenkin eri mieltä, 3 = jokseenkin samaa mieltä, 4 = täysin samaa mieltä)

- 0 1 2 3 4

4. Terminaalin tiskillä tehtyihin lähtöselvityksiin lisättävä 5€:n palvelumaksu vaikuttaa lähtöselvitystavan valintaan *

(0 = ei kokemusta, 1 = täysin eri mieltä, 2 = jokseenkin eri mieltä, 3 = jokseenkin samaa mieltä, 4 = täysin samaa mieltä)

- 0 1 2 3 4

5. Nykyiset mahdollisuudet omatoimisen lähtöselvityksen tekemiseen ovat toimivat (Tallink Silja-mobiilisovellus, lähtöselvitys internetissä, terminaalien lähtöselvitysaumatit) *

(0 = ei kokemusta, 1 = täysin eri mieltä, 2 = jokseenkin eri mieltä, 3 = jokseenkin samaa mieltä, 4 = täysin samaa mieltä)

0 1 2 3 4

6. Omatoimisen lähtöselvityksen tekeminen on helppoa *

(0 = ei kokemusta, 1 = täysin eri mieltä, 2 = jokseenkin eri mieltä, 3 = jokseenkin samaa mieltä, 4 = täysin samaa mieltä)

0 1 2 3 4

7. Mitkä tai minkälaiset asiat parantaisivat lähtöselvityksen asiakaskokemustani?

8. Omatoiminen lähtöselvitys toimii Tallink Siljalla paremmin kuin kilpailijoilla *

(0 = ei kokemusta, 1 = täysin eri mieltä, 2 = jokseenkin eri mieltä, 3 = jokseenkin samaa mieltä, 4 = täysin samaa mieltä)


0 1 2 3 4

Edellinen

Seuraava

50% Valmis

Tallink Silja Oy:n omatoimisen lähtöselvityksen kehittäminen Länsiterminaalissa

 Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (*)

Osa 2: Omatoimisen lähtöselvityksen kehittäminen

9. Omatoimiseen lähtöselvitykseen tulisi lisätä uusia teknisiä ratkaisuja tai tapoja, joilla lähtöselvityksen voisi tehdä itsenäisesti *

(0 = ei kokemusta, 1 = täysin eri mieltä, 2 = joihinkin eri mieltä, 3 = joihinkin samaa mieltä, 4 = täysin samaa mieltä)

0 1 2 3 4

10. Jos vastasit kysymykseen 9. myöntävästi, niin millaisia teknisiä ratkaisuja tai tapoja lisäisit itsenäiseen lähtöselvitykseen?

11. Omatoimisen lähtöselvityksen tekemisen yhteyteen voisi mielestäni lisätä lisäpalveluiden ostamisen (esimerkiksi: ateriat, loungepalvelut, hytti) *

(0 = ei kokemusta, 1 = täysin eri mieltä, 2 = joihinkin eri mieltä, 3 = joihinkin samaa mieltä, 4 = täysin samaa mieltä)

0 1 2 3 4

12. Jos vastasit kysymykseen 11. myöntävästi, niin millaisia lisäpalveluita ostaisit omatoimisen lähtöselvityksen yhteydessä?

13. Muut kehitysehdotukset tai kommentit koskien omatoimista lähtöselvitystä

[Edellinen](#)[Seuraava](#)

75% Valmis

Tallink Silja Oy:n omatoimisen lähtöselvityksen kehittäminen Länsiterminali 2:ssa

 Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (*)

Osa 3: Vastaajaryhmä

Seuraavia tietoja käytetään ainoastaan vastauksien analysoinnin apuna erilaisten vastaajaryhmien näkemysten havainnollistamiseksi.

14. Kuulun ikäryhmään *

- 18-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55-64
- 65 tai enemmän

15. Kansalaisuuteni *

- Suomi
- Viro
- Latvia
- Liettua
- Muu, mikä

16. Sukupuoleni *

- En halua kertoa
- Nainen
- Mies
- Muu

17. Kuinka usein matkustan Tallink Siljan laivoilla Länsiterminali 2:sta? *

- Muutaman kerran viikossa
- Muutaman kerran kuukaudessa
- Muutaman kerran vuodessa
- Harvemmin

Edellinen

Lähetä