

Eckerö Linen suomalaisten asiakkaiden kokemukset ja mielikuvat virolaisesta puhelinpalvelusta

Sirja Heiskanen

Opinnäytetyö

Matkailun liikkeenjohdon koulutusohjelma

7.5.2012



Matkailun liikkeenjohdon koulutusohjelma

<p>Tekijä tai tekijät Sirja Heiskanen</p>	<p>Aloitusvuosi 2009</p>
<p>Raportin nimi Eckerö Linen suomalaisten asiakkaiden kokemukset ja mielikuvat virolaisesta puhelinpalvelusta</p>	<p>Sivu- ja liitesivumäärä 53 + 4</p>
<p>Opettajat tai ohjaajat Päivi Mattsoff</p>	
<p>Tässä opinnäytetyössä tutkittiin Eckerö Line -laivayhtiön suomalaisten asiakkaiden suhtautumista puhelinpalvelussa saamaansa palveluun viroa äidinkielenään puhuvilta ja Tallinnasta palvelevilta virkailijoilta. Eckerö Linen myyntipalvelu toimii sekä Helsingissä että Tallinnassa ja suomalaisten asiakkaiden puheluihin vastataan Suomessa ja Virossa.</p> <p>Tietoperustan keskeisiä aiheita ovat kulttuuri ja sen luokittelut, kulttuurienvälinen viestintä sekä asenteet suomalaisten ja virolaisten välillä. Tietoperustassa on tärkeää selvittää, miten kulttuurierot ja asenteet vaikuttavat kansallisuuksien välisessä viestinnässä ja, mitkä tekijät saattavat estää onnistunutta viestintää. Lisäksi tietoperustassa esitellään toimeksiantajan ja myyntipalvelun toimintaa.</p> <p>Opinnäytetyö tehtiin talven 2011 ja kevään 2012 aikana. Tutkimusmenetelmänä käytettiin määrällistä eli tilastollista tutkimusta ja tiedonkeruumenetelmänä sähköpostikyselyä, joka lähetettiin Webropol -ohjelman kautta. Perusjoukko koostui 320 Eckerö Linen suomalaisista asiakkaista, jotka olivat tehneet varauksen puhelinmyynnin kautta. Tutkitavista 160 oli sellaisia, joiden varauksen oli tehnyt suomalainen virkailija Helsingissä ja 160 varaukset oli tehnyt virolainen virkailija Tallinnassa.</p> <p>Kyselyyn vastasi 141 asiakasta aikavälillä 30.3.–7.4.2012, vastausprosentin ollessa 44,1. Tulosten mukaan virolaisiin suhtaudutaan myönteisesti ja virolaisten virkailijoiden suorittamat palvelutilanteet ovat olleet pääosin myönteisiä kokemuksia. Asiakaspalvelijan kulttuuritaustalla ei ole valtaosan mielestä merkitystä ja suomalaisen palvelun saamista tärkeämpänä pidetään palvelun tehokkuutta, asiantuntevuutta ja nopeutta. Kulttuurierot eivät ole este palveluntarjoamiselle, mutta kielelliset haasteet asettavat tiettyjä rajoitteita hyvälle palvelulle. Virolaisten virkailijoiden suomen kielen taitoon tulisi kiinnittää huomiota ja pyrkiä kehittämään sitä.</p>	
<p>Asiasanat Kulttuuri, viestintä, asenteet, asiakaspalvelu, Eckerö Line, Viro</p>	

Degree Programme in Tourism Management

<p>Author or authors Sirja Heiskanen</p>	<p>Year of entry 2009</p>
<p>The title of thesis Perceptions of customer service provided by Estonian phone centre employees Case Eckerö Line</p>	<p>Number of pages and appendices 53 + 4</p>
<p>Supervisor or supervisors Päivi Mattsoff</p>	
<p>The purpose of this bachelor's thesis is to study how Finnish customers of the Finnish shipping company Eckerö Line perceives the customer service they receive via telephone from Estonian clerks in other words service persons with Estonian as their first language and who are located in Tallinn. The sales department of Eckerö Line operates both in Helsinki and Tallinn and the clerks answer phone calls from Finnish customers in both cities.</p> <p>The essential topics in the theoretical background of this thesis are culture and the ways to categorize it, cross cultural communication and attitudes between Finnish and Estonian people. The aim is to find out what kind of effect cultural differences and attitudes have on the communication between representatives of these two cultures. The theory section also discusses what kind of issues may stand in the way of successful communication. In addition, there will be an introduction of the client company and a description of the operation of the sales department.</p> <p>This bachelor's thesis was made during winter 2011 and spring 2012. The empirical study for this thesis was a quantitative survey that was carried out as an email inquiry using the Webropol software. The sample consisted of 320 Finnish customers of Eckerö Line who made their reservations via the call center. 160 respondents made their reservations with a Finnish clerk located in Helsinki and the other 160 respondents made their reservations with Estonian clerks located in Tallinn.</p> <p>All together 141 customers answered the inquiry between 30th of March and 7th of April 2012 so the response rate was 44.1 %. According to the results Finnish customers perceive Estonians in a positive light and the service received from the Estonian clerks was perceived mostly positively as well. The majority of the customers share the opinion that the cultural background of the clerk is not relevant. They said that it is more important to receive effective, fast and professional service than receive Finnish service. Cultural differences do not seem to be an obstacle in service but linguistic challenges are setting certain restrictions for good service. The conclusion is that the Estonian clerks should improve their Finnish.</p>	
<p>Key words Culture, communication, attitudes, customer service, Eckerö Line, Estonia</p>	

Sisällys

1 Johdanto	1
2 Kulttuurien kohtaaminen palvelutilanteessa.....	3
2.1 Kulttuuri yksilön taustalla	3
2.1.1 Kulttuurin luokitteluja.....	4
2.1.2 Kulttuurialueet S. H. Schwartzin mukaan	6
2.2 Viestintä yhteyden loojana	7
2.2.1 Kulttuurienvälinen viestintä	8
2.2.2 Kielen ja puheen vaikutus viestinnässä.....	9
2.2.3 Tunteen vaikutus viestinnässä.....	10
2.3 Palveluun liittyvä kulttuurisidonnaisuus.....	12
3 Suomalaiset ja virolaiset - kansojen näkemykset toisistaan.....	14
3.1 Asenteiden vaikutus toimintaan	14
3.2 Etniset stereotypiat mielipiteiden perustana.....	15
3.3 Mitä suomalaiset ja virolaiset ajattelevat toisistaan?	16
4 Eckerö Line Ab Oy.....	18
5 Suomalaisien kokemukset virolaisesta puhelinpalvelusta	21
5.1 Tutkimusmenetelmän valinta	21
5.2 Aiheen rajaus ja otos.....	22
5.3 Kyselylomakkeen laatiminen	23
6 Sujuva palvelu on virkailijan kulttuuritaustaa tärkeämpää	26
6.1 Naiset ja miehet vastasivat tasavertaisesti.....	26
6.2 Virolainen ei ole vihollinen.....	29
6.3 ”Kansalaisuudella ei ole väliä, kunhan asia tulee hoidettua”	40
7 Pohdinta ja johtopäätökset	44
7.1 Tutkimuksen luotettavuus.....	46
7.2 Kehitysehdotukset.....	48
7.3 Opinnäytetyöprosessi tekijän näkökulmasta	49
Lähteet.....	51
Liitteet.....	54
Liite 1. Kyselyn saatekirje.....	54
Liite 2. Kyselylomake	55

1 Johdanto

Nykyajan trendi on yritysten tuotannon ja jopa palveluiden siirtäminen tai ulkoistaminen ulkomaille kustannussäästöjen saavuttamiseksi. Hotellien liinavaatteet pesetetään Virossa ja virolaiset varaavat suomalaisille hotellihuoneita suomalaishotelleihin, koska palkkakustannukset ovat pienemmät Suomenlahden eteläpuolella. Pohdittavaksi jääkin, onko ulkomaalaisen työvoiman käyttö asiakkaiden silmissä suotavampaa, jos ulkomaalaiset virkailijat ovat yrityksen omia työntekijöitä ja työpisteen olemassa olo toisessa maassa on välttämättömyys liikeidean toteutumisen kannalta.

”Viro on tyystin erilainen kuin Suomi. Käyttäytymiskoodit ovat erilaisia Suomenlahden molemmin puolin ja kumpia aiheuttavat muutkin asiat kuin kielen nyanssit, jotka voi ymmärtää väärin”, kirjoittaa Eva Lille (2008, 49) Suomen Kuvalehdessä naapurivaltioiden, Suomen ja Viron, eroista. Miten nämä erot näkyvät ja vaikuttavat käytännössä, kun virolaiset yrittävät parhaansa mukaan palvella toisessa kulttuurissa eläviä suomalaisia?

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tutkia Eckerö Line -laivayhtiön suomalaisten asiakkaiden suhtautumista puhelinpalvelussa saamaansa virolaiseen palveluun. Eckerö Linen myyntipalvelu toimii sekä Helsingissä että Tallinnassa ja suomalaisten asiakkaiden puheluihin vastataan Suomessa ja Virossa. Virolaisella palvelulla tarkoitetaan tässä opinnäytetyössä Tallinnasta käsin palvelevien, viroa äidinkielenään puhuvien virkailijoiden palvelua. Työn ideana on kartoittaa mielikuvia sekä virolaiselta virkailijalta palvelua saaneilta asiakkailta että sellaisilta, jotka eivät välttämättä ole tällaista palvelua kohdanneet. Tavoitteena on selvittää, mitä mieltä virolaisilta saadusta palvelusta ollaan ja vaikuttaako asiakkaiden oma asenne mielikuviiin ja kokemuksiin. Lisäksi on tärkeää selvittää, miten virolaisten suorittamat palvelutilanteet ovat menneet ja jos ongelmia on ilmennyt, miksi näin on käynyt.

Toimeksiantaja, Eckerö Linen myyntipalvelu, sai työn alkuperäisidean. Eckerö Linen myyntipalvelu on myös työn tekijän työpaikka. Aiheesta keskustellaan paljon myyntipalvelussa, sillä lähes päivittäin asiakkailta tulee jonkinlaista palautetta virolaisiin virkailijoihin liittyen. Sekä toimeksiantaja että työn tekijä pitävät aiheita erittäin mielenkiintoi-

sena ja hyödyllisenä tutkimuskohteena myyntipalvelun tulevaisuuden kannalta. Riippuen tutkimuksen tuloksista puhelinmyynnissä saatetaan tehdä uudelleenjärjestelyjä ja muuttaa painopistettä entistä enemmän Helsinkiin.

Tietoperustan keskeisiä aiheita ovat kulttuuri ja sen luokittelut, kulttuurienvälinen viestintä sekä asenteet suomalaisten ja virolaisten välillä. Tietoperustassa on tärkeää selvittää, miten kulttuurierot ja asenteet vaikuttavat kansallisuuksien välisessä viestinnässä ja, mitkä tekijät saattavat estää onnistunutta viestintää. Lisäksi tietoperustassa esitellään toimeksiantajan ja myyntipalvelun toimintaa.

Tutkimusmenetelmänä käytettiin määrällistä eli tilastollista tutkimusta ja tiedonkeruumenetelmänä sähköpostikyselyä, joka lähetettiin Webropol -ohjelman kautta. Kyseiset tavat valittiin sen vuoksi, että tavoitettaisiin mahdollisimman suuri joukko ihmisiä ja saataisiin suurta edustusta koskeva mielipide esiin. Perusjoukko koostui Eckerö Linen suomalaisista asiakkaista, jotka ovat tehneet varauksen puhelinmyynnin kautta. Puolet tutkittavista oli sellaisia, joiden varauksen on tehnyt suomalainen virkailija Helsingissä ja toisen puolikkaan varaukset oli tehnyt virolainen virkailija Tallinnassa. Asiakkaat kerättiin yhtiön käyttämästä varausjärjestelmästä satunnaisotannalla. Kysely toteutettiin aikavälillä 30.3.–7.4.2012 ja se lähetettiin 320 asiakkaalle. Vastauksia saatiin yhteensä 141, jolloin vastausprosentti oli 44,1 %.

2 Kulttuurien kohtaaminen palvelutilanteessa

Kahden kulttuurin edustajan välinen viestintätilanne on monitasoinen tapahtuma, jonka sujuminen on monen tekijän summa. Parhaimmillaan se tuottaa osapuolille uusia kokemuksia ja laajentaa näiden maailmankuvaa. Toisaalta vaaranpaikkoja väärinymmärrysten syntymiselle löytyy runsaasti. Erityisesti, jos viestintä tapahtuu puhelimitse, jolloin ei voida tulkita toisen olemusta ja eleitä. Suomalaiset ja virolaiset ovat sukulaiskan-
soja, mutta kulttuuri- ja kielierot ovat silti olennaisia.

2.1 Kulttuuri yksilön taustalla

Kulttuurin voidaan laueasti määritellä tarkoittavan kaikkea ihmisen toimintaa ja tapaa elää. Yksinkertaisimmillaan sitä ilmentävät esimerkiksi käyttäytymistavat, kieli ja vaate-
tus. Syvällisempiä kulttuurin tuntomerkkejä ovat kaikki ne normit, asenteet ja tavat, joita tietyn yhteisön sisällä elävät noudattavat ja, jotka ovat erilaisia toisissa kulttuureis-
sa. Saman kulttuurin sisällä viestitään toisia ymmärtävästi, jolloin sen jäsenet ymmärtä-
vät eleet ja symbolit tietyllä tavalla. Oma kulttuuriperimä näkyy myös sosiaalisissa tilan-
teissa. Fyysinen etäisyys puhekumppaniin, puhenopeus ja äänenvoimakkuus ovat tyypil-
lisiä kulttuurien välillä vaihtelevia asioita, jotka voivat aiheuttaa hämmennystä eri kult-
tuureista tulevien kommunikaatiossa. (Frisk & Tulkki 2005, 6–8; Varis 2011, 18.)

Kulttuuri erottaa ryhmiä toisistaan ja samalla hankaloittaa ryhmien välistä viestintää
(Pitkänen 2005, 124). Esimerkiksi yhden kansallisuuden muodostamaa kulttuuria kutsu-
taan monokulttuuriksi. Monokulttuureissa jäsenillä on yhteinen kieli, käyttäytymismallit
ja arvomaailma, joten kommunikaatio on sujuvaa ja väärinymmärryksien riski vähäinen.
Useammasta monokulttuurista muodostuu monikulttuurisuus, joka tuo ryhmien väliset
erot esiin ja kommunikaatio hankaloituu. (Varis 2011, 17.)

Kulttuuria voidaan kuvata niin sanotulla sipulimallilla, jossa kulttuurin osa-alueet muo-
dostavat eri kerroksia. Uloimmassa kerroksessa ovat symbolit. Symbolit käsittävät sa-
nat, eleet, kuvat ja asiat, jotka ymmärretään tietyllä tavalla tietyn kulttuurin sisällä.
Uloimpaan kerrokseen nämä kuuluvat siksi, että ne ovat helposti kopioitavissa toisiin
kulttuureihin ja niitä katoaa ajan myötä kuin myös syntyy uusia. Seuraavassa kerrokses-

sa on sankarit. Sankarit ovat kulttuurissa arvostettuja eläviä tai kuolleita, fiktiivisiä tai oikeita henkilöitä, jotka jollain tapaa ohjaavat käyttäytymistä. Kolmannen kerroksen rituaalit ovat ryhmän sisäisiä toimintoja, joita tarvitaan sosialisointiin. Uskonnollisten seremonioiden lisäksi rituaaleja ovat esimerkiksi arkielämän tervehdykset sekä tavat, joilla kieltä käytetään puheessa ja kirjallisesti. Symbolit, sankarit ja rituaalit kuvaavat kulttuurisipulin käytännön osuutta, jossa toiminta näkyy ulkopuolisillekin, mutta merkityksen ymmärtää vain kulttuurin sisällä oleva. Kulttuurin ytimen muodostavat arvot, jotka ovat näkymättömissä. (Hofstede, Hofstede & Minkov 2010, 7–9.)

Schwartz (2011, 3–4) esittää eriävän näkemyksen kulttuurista. Hänen mukaansa kulttuuri on ihmisen ulkopuolella oleva asia, joka luo tiettyjä paineita ja odotuksia ärsykkeiden muodossa. Näiden paineiden mukaan yksilöt loppujen lopuksi käyttäytyvät, kun elävät tietyssä sosiaalisessa järjestelmässä. Teorian mukaan yksilöt törmäävät ympäristössään kulttuuriseen paineeseen eli ärsykkeisiin, jotka ohjaavat tiedostamatonta ja tietoisia tarkkaavaisuutta tiettyyn suuntaan. Ärsykkeet määrittävät esimerkiksi kiinnitetäänkö enemmän huomiota yksilöihin vai ryhmään tai ollaanko kiinnostuneita henkistä vai aineellisista asioista. Tässäkin teoriassa arvopainotukset ovat kulttuurin ytimessä.

2.1.1 Kulttuurin luokitteluja

Kulttuureita luokitellaan erilaisin perustein. Luokittelun taustalla on pyrkimys havainnollistaa, kuinka eri kulttuureissa toimitaan esimerkiksi työelämässä ja vapaa-ajalla. Hollandilainen Geert Hofstede loi 1970-luvulla luokittelumallin, joka erittelee kulttuurit neljän ulottuvuuden avulla. Ulottuvuudet ovat valtaetäisyys, individualisuus, maskuliinisuus ja epävarmuuden välttäminen. Hofstede tutki näiden ulottuvuuksien merkitystä 76 maassa. Tutkittaviin maihin kuuluivat myös Suomi ja Viro. (Hofstede, Hofstede & Minkov 2010, 34–35.)

Valtaetäisyyksien kulttuureissa korostuu vallan käyttö ja suhtautuminen auktoriteetteihin. Tällaisissa maissa eriarvoisuus on normaalia, auktoriteetteja kunnioitetaan ja yhteiskunta on yleensä hierarkkinen ja muodollinen. Päinvastaisissa matalan valtaetäisyyden maissa tähtäimenä on tasa-arvo niin perheissä kuin yhteiskunnassakin. Sekä Suomi

että Viro kuuluvat matalan valtaetäisyyden maihin. (Hofstede, Hofstede & Minkov 2010, 54–60.)

Individualistisissa eli yksilöllisissä kulttuureissa pääpaino on oman edun tavoittelemisessa yli perheen tai muun ryhmän parhaan. Vastakohtaiset kollektiiviset kulttuurit ajattelevat perhettä ja sukua ensiarvoisesti. Tällaisissa kulttuureissa on tyypillistä esimerkiksi se, että vanhemmat päättävät lastensa tulevasta puolisoista. Suomi ja Viro ovat molemmat kärjen tuntumassa yksilöllisten kulttuurien listalla. (Hofstede, Hofstede & Minkov 2010, 90–95.) Maskuliinisissa kulttuureissa painotetaan kovia arvoja, kuten menestymistä, suorittamista ja keskinäistä kilpailua. Raha ja korkeat asemat ovat arvossaan ja tärkeintä on pärjääminen muita paremmin. Suomi ja Viro ovat jälleen samalla tasolla ja feminiinisimpien maiden joukossa, joissa pehmeät arvot ovat huipussaan. (Hofstede, Hofstede & Minkov 2010, 137–143.)

Epävarmuuden välttämällä tarkoitetaan sitä, miten kulttuurin sisällä suhtaudutaan epävarmoihin tilanteisiin ja miten turvalliseksi olo niissä tunnetaan. Tällaisissa kulttuureissa löytyy epävarmojen tilanteiden, kuten työttömyyden uhan, varalle omat yhtenäiset toimintamallit. Jos epävarmuutta siedetään hyvin, on suhtautuminen ja kulttuurin edustajien toiminta tilanteissa vapaampaa ja itseohjautuvampaa. Korkean sosiaaliturvan yhteiskunnissa epävarmuutta siedetään hyvin. Tämän ulottuvuuden kohdalla Suomen ja Viron sijoittuminen on suunnilleen puolessa välissä, joten epävarmuutta sekä siedetään että siitä kärsitään molemmissa maissa. (Hofstede, Hofstede & Minkov 2010, 188–193.)

Edward T. Hall esitti toisenlaisen luokitteluperusteen. Hänen mukaansa kulttuurit voidaan jakaa korkean ja matalan kontekstin eli asiayhteyden kulttuureihin. Korkean eli asiakeskeisen kontekstin kulttuureissa saatu sanallinen viesti ei riitä viestin koko sisällön ymmärtämiseen. Asian tulkitsemiseen tarvitaan myös esimerkiksi kehonkielen, intonaation ja ilmeiden onnistunutta ymmärtämistä. Kieltävän vastauksen antamista pidetään epäkohteliaana. Tyypillistä tämä on Aasiassa ja Latinalaisessa Amerikassa. Länsimaita pidetään perinteisinä matalan eli sanakeskeisen kontekstin kulttuureina, joissa sanalliset viestit ovat hyvin suorina ja merkityksekkäitä. Tämä korostuu erityisesti Pohjoismaissa. (Hall 1989, 91–92.)

2.1.2 Kulttuurialueet S. H. Schwartzin mukaan

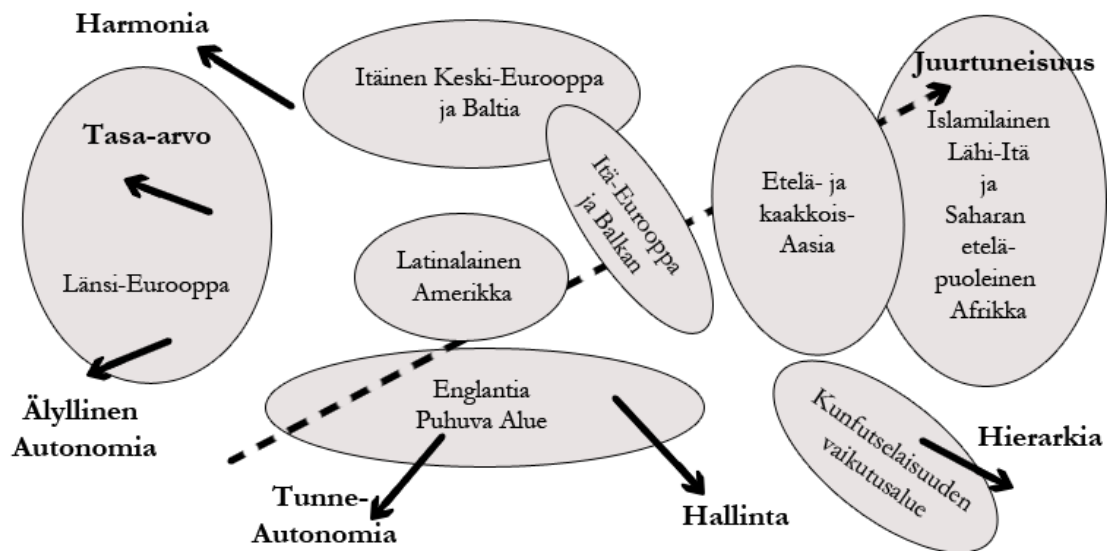
Israelilainen professori S. H. Schwartz (2011, 3–6) aloitti 1980-luvulla 25 vuotta kestäneen arvotutkimuksen, jonka avulla vertailtiin yhteiskunnissa vallitsevia kulttuureita ympäri maailman. Pitkän tutkimuksen tarkoituksena oli pyrkiä kehittämään teoria perusarvoista, jotka tunnistettaisiin kaikissa yhteiskunnissa. Tutkimuksen seurauksena syntyi myös teoria kulttuurisista arvo-orientaatioista. Arvo-orientaatiot liittyvät yhteiskuntien tarpeeseen luoda ratkaisuja ongelmiin. Schwartzin käyttämät ulottuvuudet ovat keskeisiä yhteiskunnallisia ongelmia ja kulttuuriset arvo-orientaatiot taasen ovat näiden ulottuvuuksien ääripäitä.

Ensimmäiseksi ongelmaksi Schwartz määrittelee henkilön ja ryhmän välisten suhteiden ja rajojen luonteen eli kuinka autonomisia tai ryhmäänsä juurtuneita ihmiset ovat. Kaksi ensimmäistä arvo-orientaatiota ovatkin autonomia ja juurtuminen. Autonomian hän jakaa vielä älylliseen autonomiaan ja tunneautonomiaan. Älyllinen autonomia kannustaa itsenäisyyteen ja omien ideoiden seuraamiseen. Tunneautonomia kannustaa tavoittelemaan itselle myönteisiä tunne-elämyksiä. (Schwartz 2011, 6.)

Toinen ongelma tutkailee ihmisten vastuullista ja yhteiskuntarakenteita tukevaa käytöstä. Tästä seuraava tasa-arvo -orientaatio, pyrkii saamaan ihmiset tunnistamaan toisensa tasavertaisiksi ja auttamaan toinen toistaan vapaaehtoisesti. Vastakohtainen pari tälle on hierarkia, jota noudattavat ihmiset tyytyvät siihen rooliin, joka heille valtajärjestyksessä on langennut. (Schwartz 2011, 7.)

Kolmas ongelma koskee ihmisten tapaa käsitellä inhimillisiä ja luonnonvaroja. Harmonia pitää sisällään sopeutumisen ja maailman arvostamisen sellaisena kuin se on. Vastakkaisena ratkaisuna ongelmaan on hallinta, jossa ympäristöä muutetaan omien tai ryhmän päämäärien saavuttamiseksi. Schwartzin seitsemän kulttuurista arvo-orientaatiota ovat siis: juurtuneisuus vastaan autonomia (tunne- tai älyllinen), hierarkia vastaan tasa-arvo ja harmonia vastaan hallinta. (Schwartz 2011, 8.)

Tutkimustulosten perusteella Schwartz pystyi piirtämään kulttuuristen arvojen maailmankartan (kuvio 1).



Kuvio 1. Kulttuurialueet Schwartzin mukaan (Schwartz 2011, 39)

Maailmankartta jakautuu vastausten perusteella kahdeksaan kulttuurisesti samanlaiseen maajoukkoon. Nämä ylikansalliset kulttuurialueet ovat: Länsi-Eurooppa, Englantia puhuva alue, Latinalainen Amerikka, Itäinen Keski-Eurooppa ja Baltia, Itä-Eurooppa ja Balkan, Etelä- ja Kaakkois-Aasia, Konfutselaisuuden vaikutusalue sekä Islamilainen Lähi-itä ja Saharan eteläpuoleinen Afrikka. (Schwartz 2011, 33–37.) Huomion arvoista on se, että Suomi ja Viro kuuluvat eri alueisiin.

Länsi-Eurooppa, johon Suomi kuuluu, korostaa tasa-arvoa, älyllistä autonomiaa ja harmoniaa muita alueita enemmän. Profiili kertoo demokraattisista hyvinvointivaltioista, joissa huolehditaan ympäristöstä. Itäinen Keski-Eurooppa ja Baltia eli Viron alue, on enemmän juurtunut ja hierarkkinen kuin Suomen alue. Profiili on kuitenkin lähempänä Länsi-Eurooppaa kuin Itä-Eurooppaa. Tätä tukevat vahvat historialliset ja kaupalliset suhteet Länsi-Eurooppaan sekä samat uskonnot. (Schwartz 2011, 43–44.)

2.2 Viestintä yhteyden luojana

Kommunikaatio-sana on peräisin latinankielisestä communicationem-sanasta, joka merkitsee yhteisten velvollisuuksien jakamista. Suomen kielessä kommunikaatiosta käytetään usein kotimaisempaa termiä viestintä. Viestinnän peruseriaatteena on, että joku

lähettää viestin sanallisesti tai kirjallisesti ja vähintään yksi vastaanottaa sen. Vastaanottaja voi halutessaan vastata ja antaa palautetta lähettäjälle. Ihmisten välinen viestintä edellyttää molempien osapuolten ymmärrystä viestintätilanteesta sekä käytetystä kielestä. Näidenkin kriteerien täytyessä viestintätilanne on hyvin hauras ja altis viestin vääristymiselle. (Frisk & Tulkki 2005, 24–26.)

Friskin ja Tulkin (2005, 24–26) mukaan halutessaan ilmaista jotakin sanallisesti ihminen luo viestin oman ympäristön, iän ja kokemuksen muokkaamana, jolloin käytössä on myös kielitaito sen osa-alueineen. Kirjallisen viestin harkitsemiseen on enemmän aikaa kuin suullisen ja se vaikuttaa tulokseen. Viestiä siirrettäessä suullisesti häiriötekijöitä voivat olla vaikka kurkkukipu tai änkytys. Vastaanottajaa voivat häiritä ympärillä vallitseva melu tai keskittymisen herpaantuminen, ennen kuin kieli- ja kulttuuritausta vaikuttavat viestin sisällön käsittelyyn.

Myös vastaanottajan asenne ja mielikuva viestijää ja viestiä kohtaan vaikuttavat viestin ymmärtämiseen, koska vastaanottaja muokkaa sisältöä oman maailmankuvansa mukaisesti. Vaikka suullisen viestin lähettäjä voi yrittää korjata mahdollisesti väärin tulkittua viestiä, ei lähettäjä voi koskaan olla täysin varma ymmärsikö vastaanottaja viestin oikein. Palaute antaa viitteitä tästä, mutta senkin antamiseen liittyy samat ongelmat kuin alkuperäisen viestin perillemenoon. Viestijöiden toiminnan lisäksi tilanteeseen vaikuttavat muun muassa aika, paikka, tilanteeseen liittyvät ennako-odotukset sekä etninen kulttuuritausta. Jo samankin kulttuurin sisällä viestin sisällön oikea ymmärrys on haastavaa, saati sitten eri kulttuureista tulevien välillä. (Frisk & Tulkki 2005, 24–26.)

2.2.1 Kulttuurienvälinen viestintä

Kulttuurienvälinen viestintä perustuu ajatukseen siitä, että on olemassa erilaisia kulttuureita ja näiden kulttuurien ”kantajia” eli edustajia. Viestintätilanteissa kantajat edustavat oman kulttuurinsa viestintätapaa. Elekielellä ja muulla suullista viestintää tukevilla keinoilla on suuri merkitys kulttuurienvälisen viestinnän onnistumisessa. Esimerkiksi puhelimen välityksellä käytävää kanssakäymistä hankaloittaa suuresti juuri tukikeinojen puute. Myös tilanteen tuttuudella on vaikutuksensa kommunikaation sujuvuuteen. Jos

viestintätilanne on molemmille osapuolille tuttu, ei kulttuurisidonnaisista eroista aiheudu ongelmaa yhtä herkästi. (Durant & Shepherd 2009, 154–156.)

Kulttuurienvälisessä viestinnässä vaadittavia taitoja kutsutaan kulttuurienvälisiksi kompetensseiksi tai kulttuurikompetensseiksi. Kompetensseilla voidaan arvioida kuinka hyvin henkilö suoriutuu monikulttuurisesta viestintätilanteesta. (Varis 2011, 20.) Niiden avulla kyetään ymmärtämään ja soveltamaan tilanteen vaatimia tapoja ja elekieltä, kun ollaan tekemisissä toisesta kulttuurista tulevan henkilön kanssa. Kulttuurikompetenssit voidaan jakaa neljään eri osioon: kielitaito, kulttuurin tunteminen, kommunikointitapojen tunteminen sekä asenne. (Sinkkonen 2009, 24.)

Kielitaito pitää sisällään kieliopin ja sanaston sekä ääntämisen ja kirjoittamisen hallitsemisen. Kulttuurin tuntemukseen kuuluvat muun muassa kieli, historia ja uskonto. Kommunikointitapojen tunteminen käsittää jo aiemmin käsitellyt korkean ja matalan kontekstin kulttuurien tiedostamisen, sosiaaliset kyvyt ja elekielen. Asenteella haetaan avoimuutta, aitoutta ja ystävällisyyttä. Näiden tekijöiden sujuvuudella ja hallinnalla saavutetaan onnistunut viestintä monikulttuurisessa ympäristössä. (Sinkkonen 2009, 24–25.)

2.2.2 Kielen ja puheen vaikutus viestinnässä

Kieli näyttelee suurta roolia sekä kulttuureissa että viestinnässä. Viestijän kielitaito vaikuttaa ympäristön hahmotuskykyyn. Eri kulttuureista tulevien ja vieraalla kielellä kommunikoivien viestintää hankaloittaa se, että kieliä ei voi sanatarkasti kääntää toiseen: sanastot ja lauserakenteet vaihtelevat kulttuurista riippuen. Vieraan kulttuurin edustaja ei välttämättä voi tietää kunkin kulttuurin tai kielen paikallisia lausahduksia tai erikoisia merkityksiä, jotka saattavat aiheuttaa hankalia, huvittavia tai pahimmassa tapauksessa jopa loukkaavia väärinymmärryksiä. Kulttuurierojen ymmärtäminen voi olla erityisen hankalaa naapurimaiden välillä. Kuvitellaan, että ainoa ero on kielessä ja, että käyttäytymismallit ja olosuhteet ovat samanlaiset kuin kotimaassakin. Mitä enemmän ihminen pitää omasta kulttuuristaan ja ajattelee sen olevan kulttuurinen keskipiste, sitä vaikeampaa hänen on suhtautua positiivisesti toiseen kulttuuriin, jota pitää todennäköisesti alempiarvoisena. (Frisk & Tulkki 2005, 49–52.)

Kulttuurienvälisessä viestinnässä kielen lisäksi tärkeässä osassa on myös nonverbaalinen viestintä. Nonverbaaliseen viestintään kuuluvat kaikki muut vuorovaikutuksen elementit paitsi kieli, esimerkiksi ilmeet, eleet ja äänenpainot (Jyväskylän yliopisto 2011). Prosodiaksi kutsutaan puheessa vaihtelevia ulottuvuuksia, kuten sävelkorkeutta, äänenvoimakkuutta, puheen nopeutta tai artikulaatiota. Keskeisimpiä asioita ovat intonaatio eli sävelkulku, painotus ja rytmi puheessa. Prosodia jäsentää puhetta ja onkin suulliselle viestinnälle yhtä merkittävä kuin kirjallisessa viestinnässä käytettävät sananvälit ja välimerkit. (Kotimaisten kielten keskus 2008.)

Virolainen kielitieteilijä Hille Pajupuu on tutkinut suomen ja viron kielen vuorovaikutuskäyttäytymistä. Pajupuu vertaili suomen puhujien ja viron puhujien keskinäisissä keskusteluissa puheenvuorojen, taukojen ja päällepuhunnan määriä sekä pituuksia. Tulosten perusteella kielten välillä on eroja. Virolaisten keskustelussa puheenvuorot ja tauot ovat lyhyempiä eli virolaiset puhuvat nopeammin ja puhe on tauottomampaa kuin suomalaisilla. Päällepuhuminen voi kestää kauankin virolaisten keskusteluissa, kun taas suomalaisten keskuudessa se on ylipäätään harvinaista. Pajupuu esitti tutkimuksessaan myös oman johtopäätöksen suomalaisten ja virolaisten sijoittumisesta Hallin matalan ja korkean kontekstin kulttuureihin. Pajupuun mukaan suomalainen keskustelukulttuuri on selkeästi virolaista korkeampaa kontekstiltaan. (Vatanen 2009, 16–17.) Toisin sanoen Virossa asiat sanotaan vieläkin suuremmin kuin Suomessa, vaikka Suomi kuuluu matalan kontekstin maihin.

2.2.3 Tunteen vaikutus viestinnässä

Tunneviestintä on käsitteenä varmasti monille vieras. Dunderfeltin (2001, 28–30) mukaan se on osa sanatonta viestintää ja merkitsee tunteiden ja olotilan vaikuttamista kommunikointiin, yleensä viestijän tiedostamatta asiaa. Tunneviestintä vaikuttaa viestintätilanteen tunnelataukseen sekä puheen että elehdinnän kautta, kun taas sitä läheisesti sivuava intuitiivinen viestintä määrittelee viestien sisältöä. Jos ihmisillä on vaikeuksia päästä niin sanotusti samalle aaltopituudelle toistensa kanssa eli ajatella ja käsittää asioita samalla tavalla, viittaa se vaikeuksiin juuri intuitiivisessa viestinnässä. Tunnepuolella asiat voivat olla kunnossa ja ihmiset pitää toisistaan, vaikka keskustelutasolla asiat eivät kohtaa. Tunneviestintää ei saa sekoittaa myöskään puheviestintään. Joskus pu-

heessa käytetään positiivisia ja myönteisiä ilmauksia, mutta keskustelun ilmapiiri on negatiivinen tai epäileväinen. Tällainen kaksoisviestintä tapahtuu yleensä tietoisesti.

Tunneviestintä ei ole aina läsnä, mutta sen syntyyn vaikuttavat keskustelutilanne sekä viestijöiden persoonalliset tyyliä käyttäen tunteitaan. Ihmisen oma tyyli tunteiden käyttämisessä juontaa juurensa lapsuuden ja nuoruuden kasvatuksesta ja koulutuksesta. Myös ihmisen temperamentilla eli tavalla reagoida tunteella, on merkitystä. (Dunderfelt 2001, 31.) Juuri tämän vuoksi tunneviestintä voi olla hyvin merkittävä huomioon otettava asia eri kulttuurien välillä tapahtuvassa viestinnässä. Jokaisella on omat toimintatapansa myös tässä asiassa ja tunteenilmaisutavat voivat erota paljonkin ihmisten välillä. Sen lisäksi, että tunteenilmaisutavat eroavat ihmisten ja kulttuurien välillä, myös tunteiden ja tunnetilojen tulkitseminen tapahtuu kunkin persoonallisella tavalla, jota omat kokemukset ovat muokanneet. Tunneviestintä on herkkää ja ylitulkintojen sekä väärinymmärrysten riski on suuri. (Dunderfelt 2001, 67–69.)

Dunderfeltin (2001, 65–67) mielestä tunneviestintää voi havaita erilaisissa tilanteissa. Kokemus paikan tai ihmisryhmän ilmapiiristä voidaan lukea kuuluvaksi tunneviestinnän kenttään. Samaten toisen henkilön tunnetilan ja yhteisen tunnekkentän aistiminen kuuluvat siihen. Erityisesti ryhmässä eri tunteet tiivistyvät ja sekoittuvat, niitä kuvainnollisesti sinkoilee ympäriinsä ja ulkopuolisen samaan tilaan astuvan on helppo aistia vallitseva tunneilmapiiri.

Tunneviestinnässä esiintyy lisäksi tunteiden siirtämistä toiseen henkilöön. Tätä kutsutaan projektioksi. Projektion tunnistamisella tarkoitetaan ihmisen ymmärrystä siitä, kuinka paljon oma tunnetila vaikuttaa käsitykseen toisesta ihmisestä. Projektio voidaan jakaa kolmeen asteeseen. Ensimmäisellä asteella ihminen havainnoi maailmaa oman, sen hetkisen mielialan mukaan. Jos on hyvä päivä ja iloinen mieli, kaikki asiat tuntuvat onnistuvan hyvin ilman häiriöitä. Jos taas päivä onkin huono ja mieli apea, vastoinkäymiset seuraavat toisiaan ja uutisetkin tuntuvat olevan pelkästään negatiivisia. (Dunderfelt 2001, 69.)

Toisen asteen projektiossa ihminen hyväksyy toisia ihmisiä vain, jos he ovat samanlaisia kuin tämä itse, esimerkiksi temperamentiltaan. Toisenlaiset ihmiset torjutaan. Tähän

asteeseen kuuluu myös se, jos joku ihminen muistuttaa jotakin toista ihmistä menneisyydestä, josta emme pitäneet. Kolmannen asteen projektio on vaikein havaita, sen ollessa hyvin tiedostamatonta. Siinä ihminen siirtää toiseen henkilöön jonkin epämieluisan piirteen itsestään, jota ei välttämättä tunnista omasta persoonallisuudestaan tai halua torjua sen. Tästä seuraa toisen arvosteleminen tai inhoaminen, vaikka kyseinen piirre löytyykin itsestä. (Dunderfelt 2001, 69–70.)

2.3 Palveluun liittyvä kulttuurisidonnaisuus

Palvelu on vuorovaikutustapahtuma asiakkaan ja yrityksen asiantuntijan eli asiakaspalvelijan välillä. Palvelutilanne syntyy asiakkaan tarpeesta ja on yritykselle tärkeää myynti- ja markkinointityötä, vaikka minkäänlaisia kauppoja ei tehtäisikään sen aikana. Kysymys on asiakkaan auttamisesta ja tämän tarpeiden selvittämisestä. Palvelua voidaan antaa erilaisin tavoin, kuten kasvokkain, puhelimitse ja sähköpostitse. Palvelun avulla asiakas muodostaa mielipiteen yrityksestä ja yksikin huonosti sujunut palvelukokonaisuuden osa voi jättää asiakkaalle huonon mielen tai kuvan yrityksestä, vaikka palvelun lopputuotos olisikin mieleinen. Toisaalta, jos asiakas on tyytyväinen saamansa lopputuotteen ja palvelukin on sujunut alusta loppuun moitteettomasti, voi asiakas kokea sen myönteisenä yllätyksenä eli elämyksenä. (Eräsalo 2011, 12.)

Palveluun liittyy erikoispiirteitä. Se on pääasiallisesti aineetonta eikä asiakkaalle jää siitä mitään konkreettista. Sitä vastoin asiakkaalla on tuntemus siitä, miten palvelu on sujunut ja mitä se on tuottanut hänelle. Palvelua myös kulutetaan samanaikaisesti kuin sitä tuotetaan, joka aiheuttaa asiakkaalle odotuksia ja asiakaspalvelijalle paineita onnistumisesta, sillä palvelua ei voida jälkikäteen korjata tai muokata. Asiakas itse osallistuu ja vaikuttaa palvelutilanteen etenemiseen ja asiakkaat kokevat palvelun kukin yksilöllisellä tavallaan. Palvelutilanteessa asiakas on kuin yrityksen vieras ja asiakaspalvelijan tulisi yrityksen edustajana pitää vieraasta mahdollisimman hyvää huolta, jotta tälle syntyisi sellainen kuva, että hän on yritykselle tärkeä. (Eräsalo 2011, 12–14.)

Eräsalo (2011, 105–106) mainitsee sosiaaliset taidot lähtökohdaksi vuorovaikutukselle. Sosiaalisia taitoja kutsutaan myös tunneälyksi. Keskeistä sosiaalisissa taidoissa on kuuntelemiseen, keskustelemiseen ja auttamiseen liittyvä osaaminen. Näillä keinoilla pyritään

selvittämään asiakkaan tarpeita ja odotuksia sekä viestittämään asiakkaan tärkeyttä. Eräsalo nostaa esiin myös sen, että Suomessa päälle puhumista tai puheen keskeyttämistä pidetään epäkohteliaana. Toisissa kulttuureissa tilanne saattaa olla toinen ja esimerkiksi hiljaisuus keskustelun lomassa koetaan kiusallisena ja päälle puhuminen kuuluu keskustelun kulkuun. Palveluammattissa olevan tulisikin tiedostaa, että toisiin kulttuureihin liittyy omanlaisia käyttäytymismalleja.

Palvelukohtaamiseen tai -tilanteeseen ja sen lopputulokseen vaikuttavat kolme tekijää, jotka ovat asiakkaan havainnointi tilanteesta, asiakaspalvelijan ominaisuudet ja tarjolla olevat tuotteet. Asiakkaan käsitykset, odotukset ja havainnointikyky johtavat asiakkaan mielessä onnistuneeseen tai epäonnistuneeseen palvelukokemukseen. Kulttuuritausta vaikuttaa sekä asiakaspalvelijan että asiakkaan ominaisuuksiin eli esimerkiksi kykyihin, asenteisiin ja käyttäytymiseen palvelutilanteessa. Eri kulttuureista tulevilla ihmisillä on myös eroavat käsitykset ja odotukset palvelusta. Tämän vuoksi olisi hyvä tutustua niihin kulttuureihin, joita tiedetään palveltavan. (Mikyong & Jagaratnam 2007, 278–279.)

Mikyong ja Jagaratnam (2007, 275–280) mukaan asiakaspalvelun laatua kulttuurienvälisissä palvelutilanteissa on tutkittu hyvin vähän eikä kirjallisuutta aiheesta löydy juurikaan. He toteavat kuitenkin, että Hofsteden kulttuuriluokittelusta tutuissa yksilöllisissä kulttuureissa, joihin Suomikin siis kuuluu, esiintyy tiettyjä palveluodotuksiin liittyviä tekijöitä. Yksilöllisissä kulttuureissa asiakkaat odottavat tehokasta ja täsmällistä palvelua eikä virheitä siedetä kovin hyvin. Asiakkaina yksilöllisten kulttuurien edustajat ovat vaativia ja odottavat asiakaspalvelijalta yksilöllistä huomiota ja kunnioitusta.

3 Suomalaiset ja virolaiset - kansojen näkemykset toisistaan

Elinkeinoelämän valtuuskunta (EVA) on teettänyt tutkimuksen suomalaisten ja virolaisten ajatuksista toisiaan kohtaan. EVA on suomalaisen elinkeinoelämän tukema järjestö, joka tavoittelee suomalaisen yhteiskunnan menestymistä pitkällä aikavälillä.

EVAn pyrkimyksenä on tuottaa ajankohtaisista ilmiöistä tietoa ja se teettääkin vuosittain useita tutkimuksia suomalaisten arvoista ja asenteista. (EVA 2010.)

3.1 Asenteiden vaikutus toimintaan

Puohiniemen (2002, 5–6) mukaan ”asenteet ovat tapoja, joilla suhtaudutaan ympäröivään maailmaan. Ne ovat myönteisiä, neutraaleja tai kielteisiä toimintavalmiuksia, jotka helpottavat päätettäessä, miten eri tilanteissa tulee käyttäytyä.” Ihminen joutuu muodostamaan kaiken aikaa uusia asenteita, sitä mukaa kun kohtaa uusia asioita. Ajan ilmiöt vaikuttavat vahvasti asenteiden syntymiseen, koska nykymaailmalla on taipumus tuottaa paljon uutta. Pysyvämmät ja vakaammat asenteet liittyvät usein ihmisen ajatteluun etnisistä ryhmistä tai poliittisesta suuntautumisesta. Asenteet ovat osittain tiedostamattomia.

Asenteet auttavat ihmistä ennakoimaan maailmaa ja saavat toiminnan tehokkaammaksi, koska ihmiset tietävät mitä odottaa. Asenteita tarvitaan esimerkiksi ihmissuhteiden luomiseen ja ylläpitämiseen. Ne ohjaavat henkilön toimintaa sosiaalisissa tilanteissa, koska asenteet määrittävät sopivana pidetyt puheenaiheet keskustelussa sekä odotukset toisen käyttäytymisestä. (Erwin 2005, 9.) Erwin (2005, 12) lainaa kirjassaan Gordon Allportin kuuluisaa asenteen määritelmää: ”Opittu taipumus ajatella, tuntea ja käyttäytyä erityisellä tavalla tiettyä kohdetta kohtaan.” Tämä määritelmä tuo Puohiniemen ja Erwinin ajatuksiin verrattuna oppimisen oleelliseksi osaksi asenteiden syntyä. Vaikka asenteet olisivatkin osittain tiedostamattomia, pohjautuvat ne ihmisten omiin kokemuksiin. Kunkin oma sosiaalinen ympäristö ja tapahtumat muokkaavat yksilön asenteita.

Asenteiden määrittelyssä on yleistä puhua asenteiden kolmikomponenttimallista. Kolmikomponenttimalli perustuu ajatukseen siitä, että asenteet muotoutuvat kolmen teki-

jän: tunteen, kognition eli tiedon ja käyttäytymisen yhteisvaikutuksesta. Tunteet kertovat ihmiselle pitääkö hän tiettyä asiaa myönteisenä vai kielteisenä. Tieto auttaa tekemään ratkaisuja, kun nähdään yhteydet asioiden välillä. Käyttäytyminen ilmaisee yksinkertaisesti asenteen mukaisen toiminnan. Aina ihmisen käyttäytyminen ei kuitenkaan ilmennä asennetta. Joskus asenteet piilotetaan käyttäytymisestä, koska siitä pelätään seuraavan paheksuntaa muiden osalta. Näin on esimerkiksi ennakkoluuloisten asenteiden kanssa. (Erwin 2005, 22–23.)

3.2 Etniset stereotyyppit mielipiteiden perustana

Etnisillä stereotyyppioilla tarkoitetaan piirteitä, joiden uskotaan kuvaavan kohderyhmän edustajia. Stereotyyppit ovat ihmisille tarpeellisia; niiden avulla pystymme nopeasti luokittelemaan sosiaalista ympäristöä. Etniset stereotyyppit niin sanotusti kytkeytyvät päälle, kun olemme tekemisissä toisen kansallisuuden edustajan kanssa tai, kun muodostamme tästä kansallisuudesta mielipidettä. Vieraan etnisen ryhmän havainnointiin vaikuttaa usein valikoiva yleinen tietoisuus, josta seuraa yleistäminen koko ryhmää koskevaksi. Niiden heijastaessa asenteitamme kohderyhmää kohtaan, ryhmän edustajien psykologiset ominaisuudet vääristyvät usein. Sosiaaliset tekijät, kuten kulttuuri ja koulutustaso, muovaavat etnisen stereotyyppian sisältöä. Etniset stereotyyppit syntyvät joko suorassa kontaktissa toiseen ryhmään tai vaikutelmien kautta, joita on saatu uutisista tai elokuvista esimerkiksi. (Halonen & Lasonen 2009, 134–135.)

Stereotyyppit syntyvät kun yksilöt keräävät kokemuksia toisesta etnisestä ryhmästä ja muodostuvat stereotyyppioiksi levitessään ryhmän sisällä. Stereotyyppit ovat ensimmäisenä tekijänä vaikuttamassa toiseuden hyväksymiseen. Etnisten ryhmien välinen keskinäinen suhde on keskeisessä asemassa siinä, aiheuttavatko etniset stereotyyppit toisen ryhmän hyväksymisen vai torjumisen. Ryhmien keskinäistä suhdetta määrittelevät kulttuurinen välimatka, kontaktien kesto ja vuorovaikutuksen luonne. Jos toinen etninen kulttuuri koetaan etäisenä, sitä arvostellaan kovemmin. Jotta stereotyyppioiden paikkansa pitävyyttä voitaisiin arvioida, tarvitaan ryhmien välille pitkää ja tiivistä yhteydenpitoa. (Halonen & Lasonen 2009, 136–137.)

Stereotypiat, myös etniset, perustuvat ryhmän kokemuksiin toisesta ryhmästä. Yksilönä ihminen suhtautuu toisen ryhmän edustajaan tietoisella tasolla tuon stereotypian mukaan, mutta hänen tunteella reagoiminen saattaa muuttua, sitä mukaa kun omat kokemukset toisesta ryhmästä karttavat. Toisin sanoen, jos henkilö suhtautuu yleisen käsityksen mukaisesti negatiivisesti tiettyä ryhmää kohtaan, voi hänen asenne ja käytös muuttua omien kokemusten kautta paljon positiivisemmaksi oltaessa henkilökohtaisesti vuorovaikutuksessa toisen ryhmän edustajien kanssa. (Halonen & Lasonen 2009, 142.)

3.3 Mitä suomalaiset ja virolaiset ajattelevat toisistaan?

Elinkeinoelämän Valtuuskunnan (EVA) julkaisemasta Kai Torven (2003) asennetutkimuksesta ”Kumppanit Euroopan Unionissa – suomalaisten ja virolaisten ajatuksia toisistaan” käy ehkä yllättävästikin ilmi sekä suomalaisten että virolaisten suhtautuvan myönteisesti toisiinsa (Torvi 2003). Viron EU-jäsenyyden kynnyksellä toteutetussa Torven tutkimuksessa haastateltiin 985 15–74-vuotiasta suomalaista ja 980 virolaista samasta ikäjakaumasta (Torvi 2003).

Aluksi haastatelluilta tiedusteltiin mielipidettä toisen maan matkailijoista sekä liike-elämän yhteistyökumppaneista. Suomalaisista 70 % suhtautuu myönteisesti tai melko myönteisesti virolaisiin matkailijoihin ja 60 % vastaavasti liike-elämän kumppaneihin. Kielteistä suhtautumista virolaisiin matkailijoihin ei ole juuri lainkaan ja liike-elämän edustajatkin saavat vain 6 % kielteisen arvion. Virolaiset arvioivat suomalaismatkailijat hieman jyrkemmin, noin kymmenen prosenttia vastanneista suhtautuu suomalaisiin melko kielteisesti. Melko myönteisiä tai neutraaleja vastauksia oli kuitenkin yli 70 %. Liike-elämän edustajiin suhtautuminen on samankaltaista kuin suomalaisten arvio virolaisista.

Virolaisilta tiedusteltiin kokevatko he, että suomalaiset eivät pidä virolaisia vertaisinaan. Noin puolet vastanneista piti väittämää totena ja vain viidennes oli sitä mieltä, että suomalaiset eivät koe itseään paremmiksi. Raportissa mainittiin mahdolliseksi syyksi valtamielipiteelle suomalaisten korkeamman elintason ja siitä seuraavan käytöksen Viron matkoilla. Suomalaisilta taasen kysyttiin, kokevatko he Viron olevan läheisempi

maa kuin Ruotsin. Vastaukset jakautuivat niin, että Viron koki läheisemmäksi 42 % ja Ruotsin 39 %. (Torvi 2003.)

Torven (2003) raportista selviää sekä suomalaisten että virolaisten korkeasti koulutettujen vastaajien suhtautuvan myönteisemmin toisiinsa. Erityisesti kysyttäessä Viron EU-jäsenyydestä koituvista hyödyistä Suomelle, tuloksista selviää, että korkeakoulututkinnon suorittaneet pitävät tätä edullisena asiana Suomelle. Noin puolet virolaisista vastaajista pitää suomen kielen opettelemista turhana, etenkin nuoret vastaajat ovat tätä mieltä. Tässäkin kysymyksessä korkeasti koulutetut näkevät kielen opiskelun kuitenkin hyödyllisenä. Torven mukaan vastausten negatiivisuuden voidaan ajatella johtuvan suomalaisten alentuvasta suhtautumisesta virolaisiin ja tästä seuraavasta odotuksesta, että kaikki virolaiset osaavat puhua suomea.

Asennetutkimuksessa tiedusteltiin vielä virolaisilta haastatelluilta mielipidettä Virossa toimivista suomalaisyrityksistä. Lähes puolet vastaajista oli sitä mieltä, että suomalaisyritykset ovat hyviä työnantajia. Kolmanneksella ei ollut käsitystä asiasta ja vain kuudes oli eri mieltä. (Torvi 2003.)

4 Eckerö Line Ab Oy

Eckerö Line Ab Oy on vuonna 1994 perustettu suomalainen laivavarustamo, joka on ahvenanmaalaisen Eckerö-konsernin tytäryhtiö. Yhtiön liikeidea on tarjota Helsingin ja Tallinnan välisiä päivärasteilyjä sekä reitti- ja hotellimatkoja asiakkaille, jotka arvostavat perinteistä risteilytuotetta, hyvää suomalaista palvelua, mukavaa tunnelmaa ja hyvää ruokaa. Noin 90 prosenttia matkustajista on suomalaisia ja pääkohderyhmänä on suuri keskiluokka Suomessa ja Baltiassa. Eckerö Linen vuosittainen matkustajamäärä on viime vuosina kasvanut kohti miljoonan rajapyykkiä. Vuonna 2011 matkustajia oli noin 940 000 ja matkustajamarkkinaosuus reitillä on 13 prosenttia. (Vuorela 2012.)

Varustamolla on kaksi laivaa: matkustajalaiva M/S Nordlandia ja rahtilaiva M/S Translandia. Molemmat laivat liikennöivät Helsinki-Tallinna väliä. Länsisatama Jätkäsaarella toimii Nordlandian kotisatamana ja myyntipalvelun toimipisteenä. Rahtipalvelut ope-roidaan Vuosaaren satamasta. Lisäksi Eckerö Linella on oma matkamyymlä Helsingin keskustassa Mannerheimintiellä. Eckerö Line ilmoitti helmikuussa 2012, että syksyllä 2012 liikenteeseen tulee uusi matkustajalaiva, korvaten M/S Nordlandian. Tällä hetkellä M/S Nordlandia ajaa päivittäin kaksi kertaa Tallinnaan lukuun ottamatta lauantaita. Matkustajapaikkoja on 2000 hengelle, uudelle laivalle matkustajia tulee mahtumaan 2080. (Vuorela 2012.)

Eckerö Linen palveluksessa työskentelee yhteensä hieman alle 300 henkeä. Pääosan henkilöstöstä muodostaa merellä työskentelevät noin 200 laivojen miehistön jäsentä. Maalla työskentelee noin 70 henkilöä myyntipalvelussa, rahdissa ja hallinnossa. Eckerö Linen myyntipalvelu on suurin yksittäinen maaosasto, jossa on yhteensä 40 työntekijää. Myyntipalvelu on yhtenäinen osasto, vaikka se toimiikin sekä Helsingissä että Tallinnassa. Helsingin puhelinpalvelussa on 25 työntekijää ja Tallinnassa 10. (Vuorela 2012.)

Suomessa työskentelevä asiakaspalvelupäällikkö toimii koko myyntipalvelun yhteisenä esimiehenä. Myyntipalvelussa tehdään töitä kahdessa vuorossa ja vuorokohtaiset lähiesimiehet ovat kummassakin kaupungissa omat. Myyntipalvelun työntekijöiden työtehtäviin kuuluu matkustajien ja autojen lähtöselvittäminen sekä matkojen varaaminen ja asiakaspalvelu niin puhelimesta kuin palvelutiskillä. Kaikki Tallinnan myyntipalvelun

työntekijät ovat paikallisia ja suomenkielentaitoisia. Heidän tehtäviinsä kuuluu terminaalin asiakaspalvelun ja Viron puhelinlinjan hoitamisen lisäksi myös Suomen puhelinlinjalle tulevien puheluiden vastaanottaminen. (Vuorela 2012.)

Eckerö Linen asiakkaat voivat varata laivamatkoja nettikaupasta, puhelimitse tai asioiden paikan päällä satamissa tai Helsingin matkamyymälässä. Noin puolet kaikista varauksista tehdään netin välityksellä. Eckerö Line uskoo nettivarausten osuuden kasvavan erityisesti siksi, että yhtiö uusi syksyllä 2011 varausjärjestelmänsä ja samalla vanha nettimyymälä korvattiin uudella verkkokaupalla, joka on yksi matkailualan edistyksellisimpiä verkkomyymälöitä Suomessa. Se eroaa perinteisistä matkanettimyymälöistä sillä, että pääpaino on pelkän varaustyökalun sijaan myynnissä. Verkkokauppa on rakennettu niin, että se tarjoaa asiakkaalle lisäpalveluita houkuttelevassa muodossa, nykyisten vaateverkkokauppojen tapaan. (Vuorela 2012.)

Puhelinvarausten osuus on alle 50 prosenttia, koska matkoja myydään myös matkamyymälässä ja terminaalien palvelutiskeilla. Vuonna 2011 myyntipalveluun tulleiden puheluiden määrä oli melkein 150 000. Näistä puheluista 94 500 soitettiin Suomen puhelinlinjalle ja 43 000 Viron puhelinlinjalle. Tilastoista ei selviä, kuinka moneen Suomen puhelinlinjalle tulleeseen puheluun on vastattu Virossa. Loput 12 500 puhelua olivat ryhmämyynnin puheluita. (Vuorela 2012.)

Eckerö Line käyttää puhelinpalvelussaan työvälineenä Contact center - yhteyskeskuspalvelua eli digitaalisessa muodossa olevaa ”puhelinta” tietokoneella. Contact centerissa voi olla monta eri linjaa, esimerkiksi oma linja yksittäismatkustajille ja toinen ryhmille. Järjestelmä näyttää linjoilla olevien työntekijöiden sekä asiakkaiden määrän ja asiakkaiden mahdollisen jonotusajan. Contact centerin tavoitteena on asiakaspalvelun tehokkuus ja asiakastyytyväisyys, koska työntekijät tietävät koko ajan tilanteen jonotusajan ja odottavien puheluiden suhteen. (Secmeter 2012; Vuorela 2012.)

Contact center -järjestelmä tuottaa organisaatiolle tilastollista tietoa asiakaspalvelusta, jonka avulla palvelutilannetta on helppo seurata. Tilastoista nähdään tulleiden puheluiden kokonaismäärät ja keskimääräiset jonotusajat. Jokainen työntekijä voi nähdä omat päivittäiset tilastonsa. Puhelut myös nauhoittuvat, joten sekä työntekijät että esimiehet

pystyvät kuuntelemaan jälkikäteen puheluita tarkistaakseen puheluiden kulkua tai niiden yleistä laatua. Eckerö Line hyödyntää puheluiden kuuntelua laadun tarkkailussa ja koulutustilanteissa. Contact center auttaa yritystä puheluiden hallinnassa ja tehostaa henkilöstön työkuormituksen seuraamista. (Elisa 2012; Vuorela 2012.)

5 Suomalaisien kokemukset virolaisesta puhelinpalvelusta

Työn tarkoituksena on tutkia Eckerö Linen suomalaisten asiakkaiden kokemuksia ja mielikuvia virolaisilta saadusta puhelinpalvelusta. Tutkimuksen tavoitteena on saada kattava kuva asiakkaiden ajatuksista virolaista palvelua kohtaan. Eckerö Linen myyntipalvelussa on mietitty puhelinpalvelun painopisteen muuttamista entistä enemmän Tallinnasta Helsinkiin. Tutkimuksen avulla on tarkoitus saada vastaus siihen, onko uudelleenjärjestelyihin oikeasti tarvetta.

5.1 Tutkimusmenetelmän valinta

Tutkimusmenetelmä tarkoittaa tapaa, jolla haluttua tutkittavaa asiaa lähestytään. Tutkimusmenetelmän valinta riippuu siitä, mitä halutaan tutkia ja erityisesti millaisia asioita tutkittavasta asiasta halutaan tietää. Yleinen tutkimusmenetelmien jaottelu tapahtuu kvalitatiivisen eli laadullisen ja kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimuksen kesken. Kvalitatiivista tutkimustapaa kuvataan pehmeäksi, joustavaksi ja subjektiiviseksi. Kvantitatiivista tutkimustapaa kuvataan taasen kovaksi, jäykäksi, objektiiviseksi ja yleispäteväksi. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2002, 120–123.)

Tämän opinnäytetyön tutkimusmenetelmäksi valittiin kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus, koska halutaan kartoittaa suuren asiakasjoukon ajatuksia. Kvantitatiivisen tutkimuksen taustalla olevan ajatuksen mukaan todellisuus muodostuu kaikkien havaittavissa olevista tosiasioista. Määrällisen tutkimuksen tunnusmerkkejä ovat muun muassa johtopäätökset aiemmista tutkimuksista, hypoteesien esittäminen, muuttujien mittaaminen taulukkomuotoon ja kerätyn aineiston muuttaminen tilastollisesti käsiteltäväksi. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2002, 129.)

Menetelmää käytetään suurten otosten tutkimiseen ja kysymyksillä saadaan määritettyä prosentiosuuksia ja lukumääriä vastausten avulla. Numeerisen luonteen vuoksi tuloksia havainnollistetaan yleensä kuvioiden ja taulukoiden avulla. Määrällinen tutkimus auttaa selvittämään olemassa olevan tilanteen, mutta ei avaa asioiden syitä. (Heikkilä 2002, 16.)

Kvantitatiivista tutkimusta tehdessään tutkija voi käyttää hyväkseen niin sanottuja työhypoteeseja eli tutkijan odotuksia tuloksista (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2002, 149). Hypoteesien taustalla on yleensä aiemmat tutkimustulokset. Tässä tutkimuksessa ei ole käytettävissä materiaalia aiemmista tutkimuksista, joten voidaan esittää vain oletuksia tuloksista. Oletukset ovat, että Eckerö Linen suomalaiset asiakkaat suhtautuvat neutraalisti tai kielteisesti virolaiseen palveluun ja kokevat erityisesti kommunikaation sujuvuuden haasteet ongelmaksi palvelutilanteissa virolaisten virkailijoiden kanssa. Lisäksi suomalaisten asiakkaiden odotetaan arvostavan ja lähes edellyttävän suomalaisen palvelun saamista Eckerö Linen ollessa täysin suomalainen yritys. Oletuksien taustalla on Eckerö Linen myyntipalvelussa vallitseva yleinen käsitys aiheesta, asiakkaiden palautteen perusteella.

5.2 Aiheen rajaaminen ja otos

Aluksi tarkoituksena oli tutkia Eckerö Linen suomalaisten asiakkaiden kokemuksia virolaisilta saadusta palvelusta, jolloin kysely olisi lähetetty vain niille asiakkaille, joita oli varmuudella palvelut virolainen virkailija. Aiheen pyörittelyn lomassa kohdejoukko laajeni sekä edellä mainittuihin että sellaisiin, jotka ovat saattaneet saada joskus aiemmin virolaista palvelua tai eivät ollenkaan. Pelkästään kokemuseräisen tiedon ohella asiakailta haluttiin kysyä myös heidän puhtaita mielikuvia.

Aihe oli alun perin hyvin tarkasti rajattu ja siinä keskityttiin selkeästi yhteen asiaan. Nyt, kun kohdejoukkoa laajennettiin, on näkökulma hieman laajempi, mutta aihe on edelleen selkeä ja hallittu. Laajempaan näkökulmaan päädyttiin, jotta tutkimukseen saataisiin mahdollisesti vertailua ryhmien kesken, ja myös pelkät asiakkaiden mielipiteet aiheesta ovat toimeksiantajalle tärkeitä.

Perusjoukko, eli tutkimuksen kohteena oleva joukko, koostuu Eckerö Linen suomalaisista asiakkaista, jotka ovat tehneet varauksen myyntipalvelun puhelinmyynnin kautta (Heikkilä 2002, 14). Puolet tutkittavista on sellaisia, joiden varauksen on tehnyt suomalainen ja toisen puolikkaan varaukset on tehnyt virolainen virkailija. Kyseessä on otantutkimus, sillä vain osa perusjoukosta eli otos tutkitaan ja tutkittavat kerätään satunnaisotannalla Eckerö Linen varausjärjestelmästä. (Holopainen & Pulkkinen 2008, 28.)

Otoksen koko on yhteensä 320 asiakasta eli 160 asiakkaan varauksen on tehnyt virolainen virkailija ja 160 asiakkaan suomalainen. On kuitenkin otettava huomioon se, että kaikki tutkittavat ovat saattaneet saada jossakin vaiheessa palvelua virolaiselta virkailijalta. Tutkitut ovat tehneet varauksensa puhelinmyynnissä aikavälillä 1.12.–14.12.2011. Asiakkaiden sähköposteja kerättiin varauksista järjestyksessä niin pitkään, että 320 osoitetta oli koossa.

5.3 Kyselylomakkeen laatiminen

Määrällisen tutkimuksen aineiston keräystavaksi valittiin Webropol-ohjelmalla tehtävä sähköpostikysely. Kyselyn avulla voidaan saada kasaan laaja tutkimusaineisto. Sähköpostikyselyn etuja ovat nopeus ja aineiston helppo keräys. Suurena haasteena on yleensä kato, sillä on vastaajien kiinnostuksesta kiinni, jaksavatko he vastata kyselyyn. (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 2002, 183.)

Kyselyssä käytettiin erilaisia kysymystyyppejä. Monivalintakysymyksissä annettiin valmiit vaihtoehdot, joista vastaaja valitsi itselleen parhaimmin sopivan vaihtoehdon. Monivalintakysymykset mahdollistavat vastausten helpon vertailun. Avoimissa kysymyksissä esitettiin vain kysymys ja vastaukselle jätettiin tilaa. Tällaisilla kysymyksillä voidaan saada esiin ajatuksia mielipiteiden taustalla. Kolmas käytetty kysymystyyppi oli Likertin asteikkoon perustuva. Vastaajalle esitettiin väittämiä ja hänen tuli valita asteikolta oma vaihtoehto sen mukaan, miten voimakkaasti hän on samaa tai eri mieltä väittämän kanssa. (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 2002, 185–188.) Käytetty asteikko oli täysin eri mieltä, jokseenkin eri mieltä, jokseenkin samaa mieltä, täysin samaa mieltä. Asteikkokysymyksissä ei annettu valittavaksi ollenkaan neutraalia vaihtoehtoa, jotta vastaaja haastettaisiin miettimään omaa mielipidettään.

Kyselyllä oli saatteena kirje, jossa asiakkaille kerrottiin kuka tutkimusta tekee ja miksi. Lisäksi siinä mainittiin Eckerö Linen lahjakorteista, jotka arvottaisiin vastanneiden kesken. (Liite 1.) Kyselylomake jaettiin viidelle sivulle ja se sisälsi yhteensä 27 kysymystä. 18 kysymystä suunnattiin kaikille vastaajille ja virolaista palvelua saaneille asiakkaille oli yhdeksän omaa kysymystä. (Liite 2.) Webropol-ohjelma mahdollistaa vastaajien siirtä-

misen tiettyyn kysymykseen heidän vastauksen perusteella määrättyssä kysymyksessä. Tällöin ne, jotka eivät ole saaneet tai eivät tienneet saaneensa virolaista puhelinpalvelua, siirtyivät automaattisesti vastaamaan kaikille tarkoitettuihin kysymyksiin.

Ensimmäisellä sivulla oli kahdeksan kaikille tarkoitettua kysymystä, joilla selvitettiin perustietoja vastaajista, heidän suhteestaan Eckerö Lineen sekä suhtautumisesta virolaisia kohtaan. Vastaajilta kysyttiin sukupuolta, koulutustasoa, miten he yleensä varaavat matkan ja kuinka usein he käyttävät Eckerö Linen palveluita. Lisäksi kysyttiin heidän yleistä suhtautumista virolaisia kohtaan, virolaista asiakaspalvelijaa kohtaan ja ovatko he saaneet puhelinpalvelua virolaiselta virkailijalta.

Kahdelle seuraavalle sivulle jaettiin kysymykset, joilla oli tarkoitus kartoittaa niiden asiakkaiden kokemuksia, jotka ovat virolaista puhelinpalvelua kohdanneet. Vastaajilta tiedusteltiin onko heidän suhtautumisensa virolaisia kohtaan muuttunut heidän saatuaan virolaista palvelua, millainen virolaisten virkailijoiden palvelutyylä on ja millaiseksi he luonnehtisivat palvelukokemusta. Asiakkailta kysyttiin myös puhelun kulusta, sujuiko palvelu, tuliko asiat hoidettua, oltiinko palveluun tyytyväisiä ja, jos ei, mikä saattoi mennä vikaan.

Virolaista palvelua saaneille asiakkaille esitettiin vielä neljä väittämää. Väittämissä esitettiin, että asiakkaat saivat virkailijalta arvokasta lisätietoa Tallinnasta, virkailijan heikko suomen kielen taito häiritsi palvelua, erilainen puhetyyli ja -nopeus saivat virkailijan kuulostamaan epäystävälliseltä ja virkailijan tapa esittää asiat suoraan hämmensi asiakasta.

Neljännellä sivulla esitettiin kaikille vastaajille kuusi väittämää. Väittämien mukaan asiakaspalvelijan kansallisuudella ei ole merkitystä, suomalainen ja virolainen kulttuuri eroavat paljon toisistaan, vastaaja on muodostanut käsityksensä virolaisista Suomessa vallitsevan yleisen käsityksen mukaisesti, aikaisemmat käsitykset virolaisista vaikuttavat suhtautumiseen palvelua kohtaan, virolaisen virkailijan tulisi puhua lähes täydellistä suomea ja, että vastaajan oma tunnetila vaikuttaa palvelukokemukseen.

Viimeisen sivun kysymyksillä pyrittiin selvittämään onko suomalaisen palvelun saaminen tärkeää asiakkaille matkaa varattaessa tai laivalla ja kauanko asiakkaat ovat valmiita jonottamaan puhelinpalvelua yleensä tai erityisesti suomalaista puhelinpalvelua. Viimeinen kysymys oli avoin ja siihen vastaamalla asiakkaat saivat ottaa kantaa siihen, miksi suomalainen palvelu on tai ei ole tärkeää.

Kyselylomakkeen laatiminen oli haastavaa. Teoriaperustan pohjalta tehtävien kysymysten aiheet ovat osittain henkilön tiedostamattomissa olevia asioita, esimerkiksi asenteet, joten kysymysten muotoileminen oli työlästä. Rakenteeltaan ja sisällöltään oikeanlaisten kysymysten muodostaminen vei aikaa, mutta onnistui lopulta. Kysymysten valmistuttua lomake testattiin kolmella tekijän opiskelija- ja työkollegalla. Pienten muutosten jälkeen lomake oli valmis lähetettäväksi.

6 Sujuva palvelu on virkailijan kulttuuritaustaa tärkeämpää

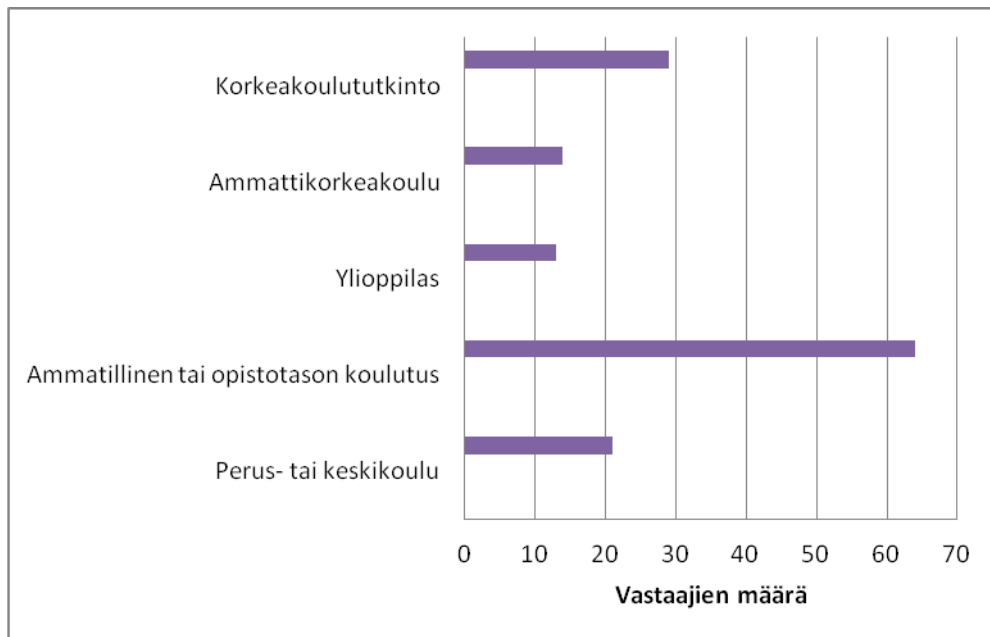
Kyselylomake laadittiin Webropol-ohjelmalla, josta se lähetettiin sähköpostitse yhteensä 320 Eckerö Linen suomalaiselle asiakkaalle. Vastaukset kerättiin aikavälillä 30.3.–7.4.2012. Kyselyyn vastasi yhteensä 141 asiakasta, joten vastausprosentti oli 44,1. Tavoitteena oli saada vähintään 100 vastausta eli tavoitteeseen päästiin. Tutkimustulokset analysoitiin Webropolilla ja Microsoftin Excel -ohjelmalla ja ne esitetään työssä kuvioiden avulla, joissa ”n” viittaa vastaajien lukumäärään.

6.1 Naiset ja miehet vastasivat tasavertaisesti

Ensimmäiset kuusi kysymystä mittasivat demografisia ja aihetta pohjustavia tekijöitä. Kysymykset olivat pakollisia kaikille, joten niihin vastasivat kaikki 141 vastaajaa. Naisten osuus vastanneista oli 72 (51,1 %) ja miesten 69 (48,9 %). Sukupuolijakauman voidaan todeta olevan hyvin tasainen ja se antaakin tasavertaiset lähtökohdat kyselylle.

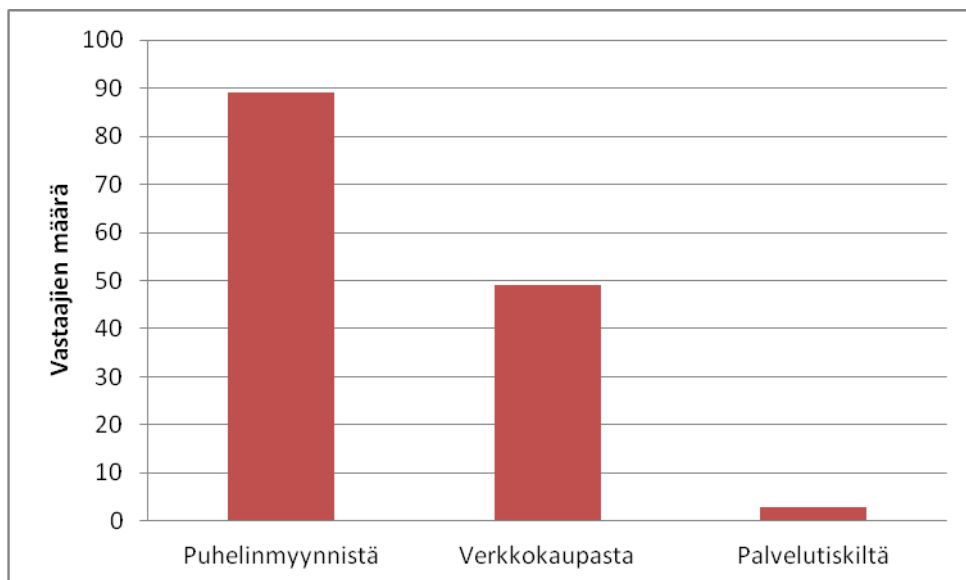
Koulutustasossa on sukupuolijakaumaa suurempaa hajontaa. Pelkän perus- tai kansakoulun käyneitä on 21 (14,9 %). Selvästi suurin joukko on ammatillisen tai opistotason koulutuksen saaneita, heitä on 64 (45,4 %) eli melkein puolet kaikista vastanneista. Vastaajista 13 (9,2 %) on ylioppilaita ja melkein saman verran eli 14 (9,9 %) on ammattikorkeakoulun käyneitä. Korkeakoulututkinnon suorittaneita vastanneista on 29 (20,6 %), joka on toiseksi edustetuin koulutustaso. Korkeasti koulutettuihin voitaneen lukea myös ammattikorkeakoulun käyneet, jolloin tämän ryhmän muodostaa 43 (30,5 %) vastaajaa. (Kuvio 2.)

Vastanneiden koulutustaso poikkeaa hieman koko Suomen väestön koulutusrakenteesta. Vuonna 2010 kolmannes 15 vuotta täyttäneistä suomalaisista oli saanut vain peruskoulutuksen. Keskiasteella koulutettuja oli 39 prosenttia ja korkeasti koulutettuja 28 prosenttia väestöstä. (Tilastokeskus 2011.) Tähän tutkimukseen vastasi näihin lukuihin verraten selkeästi enemmän keskiasteen koulun käyneitä ja vähemmän peruskoulutettuja. Koulutustasoa päätettiin kysyä sen vuoksi, että aiemmasta Torven (2003) tutkimuksesta, suomalaisten ja virolaisten asenteista toisiaan kohtaan, kävi ilmi korkeasti koulutettujen myönteisyys toista kansaa kohtaan.



Kuvio 2. Vastaajien koulutustaso (n = 141)

Kuviosta kolme nähdään, miten kyselyyn vastanneet asiakkaat useimmiten varaavat matkansa. Matkan voi varata puhelinmyynnistä, verkkokaupasta tai asioimalla palvelutiskillä terminaalisissa ja matkamyyvälässä. (Kuvio 3.)



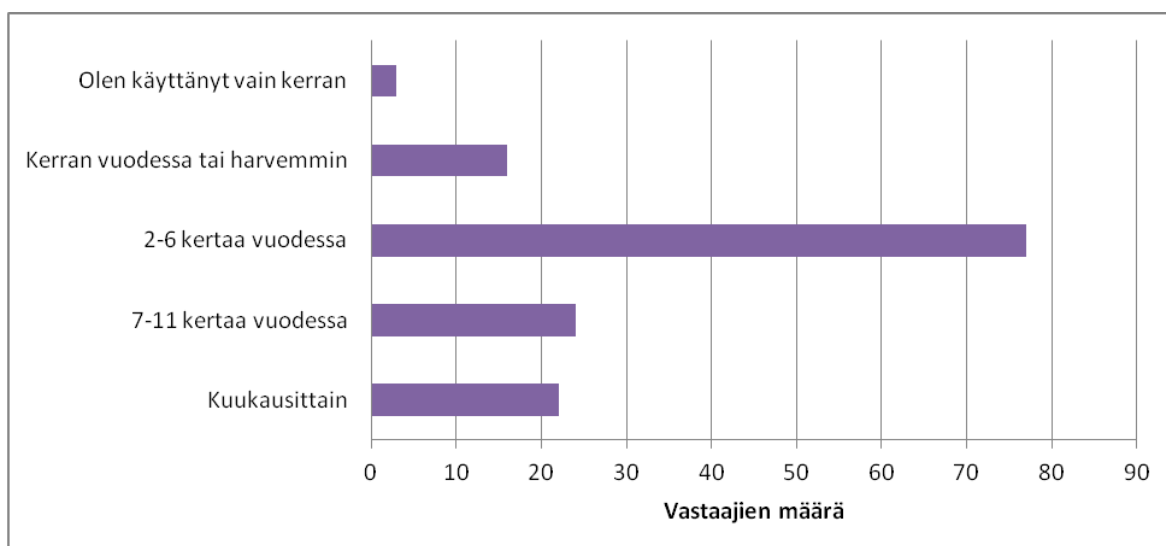
Kuvio 3. Matkan varaustapa (n = 141)

Melkein kaksi kolmannesta eli 89 (63,1 %) vastaajista ilmoittaa varaavansa matkansa yleensä puhelimitse. Verkkokauppaa matkojensa pääasiallisena varauskanavana käyttää 49 (34,8 %) vastaajaa. Vain kolme (2,1 %) asioi useimmiten palvelutiskillä.

Puhelinvaraajien suuri määrä ei tule yllätyksenä, sillä asiakkaat on kerätty puhelimesta

tehtyjen varauksien joukosta. Tutkimuksen luotettavuuden kannalta on hyvä asia, että kyselyyn vastanneista kahdella kolmasosalla on enimmäkseen kokemusta puhelinpalvelun saamisesta. Toisaalta se mahdollistaa myös sen, että suurin osa on saattanut saada puhelimitse virolaista palvelua. (Kuvio 3.)

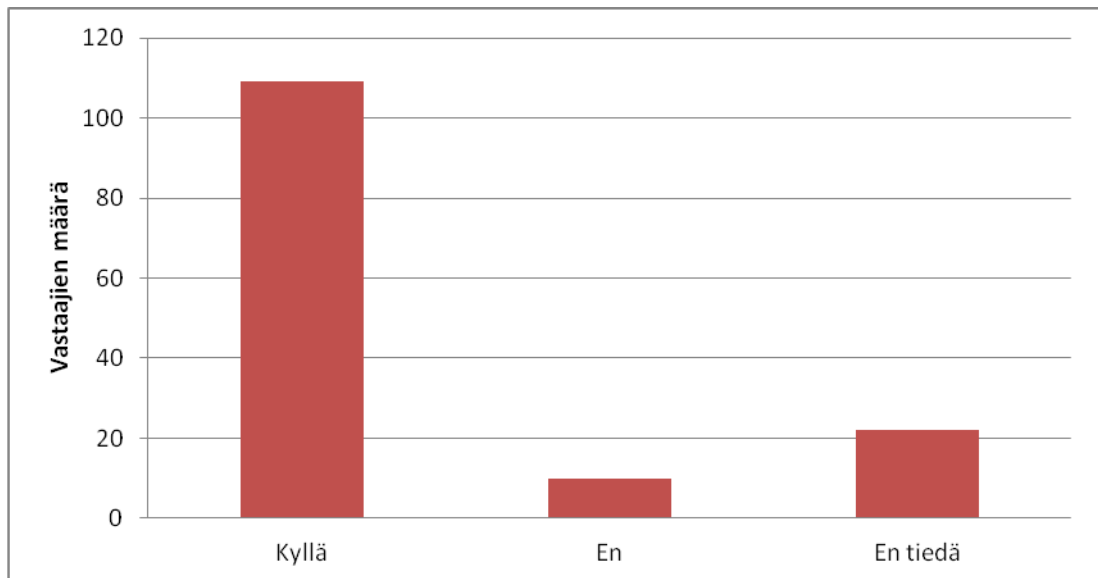
Suurin osa vastanneista käyttää Eckerö Linen palveluita useamman kerran vuodessa. Yleisin vastaus oli 2-6 kertaa vuodessa. Kuukausittain matkustavia vastaajien joukossa oli 22 (15,6 %) ja 7-11 kertaa vuodessa matkustavia 24 (17,0 %), joten vastaajista löytyy todellisia kanta-asiakkaita, joilla on oletettavasti paljon kokemusta puhelinpalvelusta. Suurin yksittäinen ryhmä oli 2-6 kertaa vuodessa matkustavat, joita oli yhteensä 77 (54,6 %) kaikista vastanneista. Kerran vuodessa tai harvemmin matkustaa 16 (11,3 %) asiakasta ja kolme (2,1 %) on käyttänyt vain kerran Eckerö Linen palveluita. (Kuvio 4.)



Kuvio 4. Eckerö Linen palveluiden käyttö (n = 141)

Vastanneista 85 (60,3 %) tuntee henkilökohtaisesti virolaisen henkilön tai henkilöitä. Näin suuri luku on yllätys, vaikka suuri osa vastaajista toki käy Virossa useita kertoja vuodessa tai jopa kuukausittain. Loput 56 (39,7 %) eivät luonnollisesti tunne henkilökohtaisesti virolaista henkilöä. Tällä kysymyksellä haluttiin pohjatietoa tuleviin, asenteita käsitteleviin kysymyksiin.

Kyselyyn vastanneista henkilöistä lähes 80 prosenttia on saanut Eckerö Linen puhelinpalvelussa palvelua virolaiselta virkailijalta (kuvio 5).



Kuvio 5. Palvelun saaminen virolaiselta virkailijalta (n = 141)

Yhteensä 109 (77,3 %) vastaajaa on saanut virolaista puhelinpalvelua. Tämä tarkoittaa sitä, että vertailua virolaista palvelua saaneiden ja saamattomien välillä ei voida toteuttaa. Mutta samalla se tarkoittaa sitä, että vastaukset ovat enemmän kokemusperäisiä kuin pelkkiin mielikuviin nojaavia. Vastaajista 10 (7,1 %) ei ollut saanut virolaista palvelua ja 22 (15,5 %) ei tiennyt, onko jossakin vaiheessa saanut palvelua virolaiselta virkailijalta. Vaihtoehtoissa oli selkeästi tarve kohdalle ”en tiedä”, koska niinkin moni on sen valinnut. (Kuvio 5.)

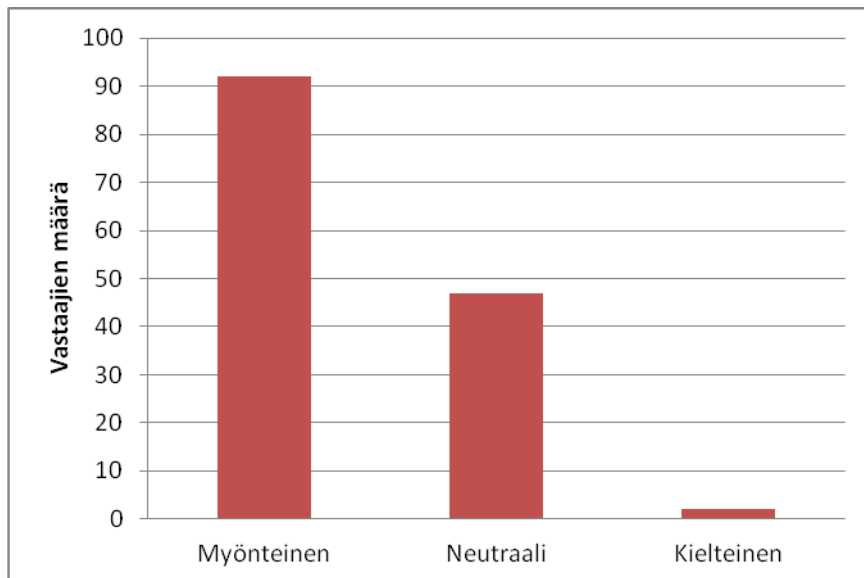
6.2 Virolainen ei ole vihollinen

Seuraavat kysymykset käsittelevät vastaajien asenteita sekä heidän suhtautumistaan virolaisiin ja heiltä saatua palvelua kohtaan. Kysymykset koskevat myös Suomen ja Viron kulttuurieroja ja sitä, millaisia kokemuksia vastaajilla on virolaisten virkailijoiden palvelusta. Kysymykset, joihin on vastannut 141 henkilöä, ovat olleet kaikille pakollisia ja kysymykset, joiden vastaajamäärä on 109, on esitetty vain niille, jotka ovat saaneet tietävästi puhelinpalvelua virolaiselta virkailijalta.

Ensimmäinen todella yllättävä tulos koskee vastaajien suhtautumista virolaisiin. Miltei kaksi kolmasosaa luonnehtii suhtautumistaan virolaisiin kohtaan myönteiseksi.

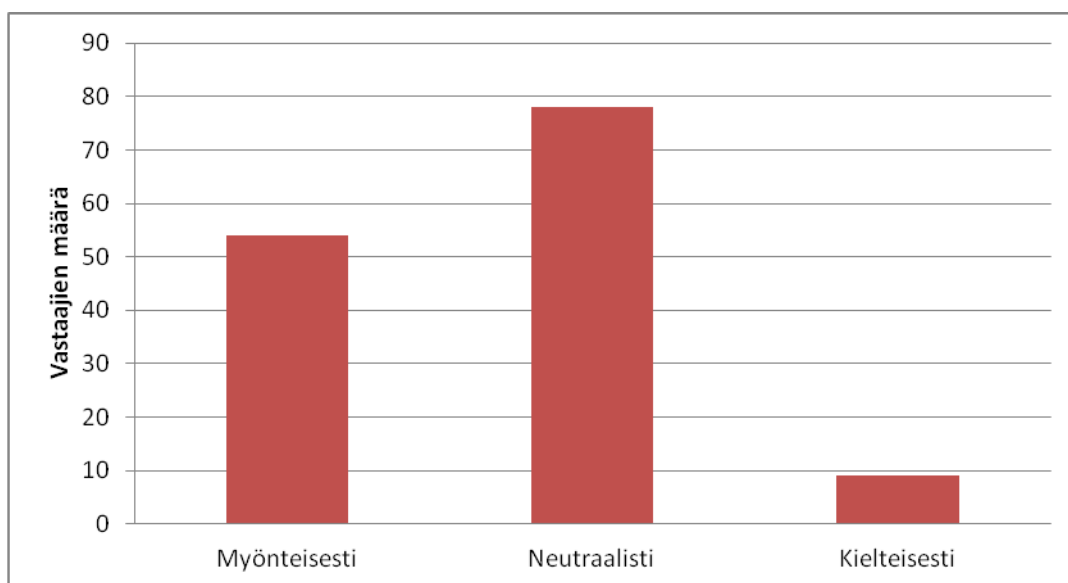
Myönteiseksi suhtautumisensa määritteli 92 (65,2 %) vastaajaa, joka tuntuu todella suurelta määrältä. Neutraaliksi suhtautumisensa kokevia oli 47 (33,3 %) eli tasan

kolmannes vastaajista. Vain kaksi (1,4 %) koki suhtautumisensa virolaisia kohtaan olevan kielteistä. Tämä tulos on ristiriidassa työhypoteesin kanssa, mutta puoltaa Torven tutkimuksen tuloksia, joissa yleissuhtautuminen oli positiivisen puolella, mutta ei suinkaan näin suuressa mittakaavassa. (Kuvio 6.)



Kuvio 6. Suhtautuminen virolaisia kohtaan (n = 141)

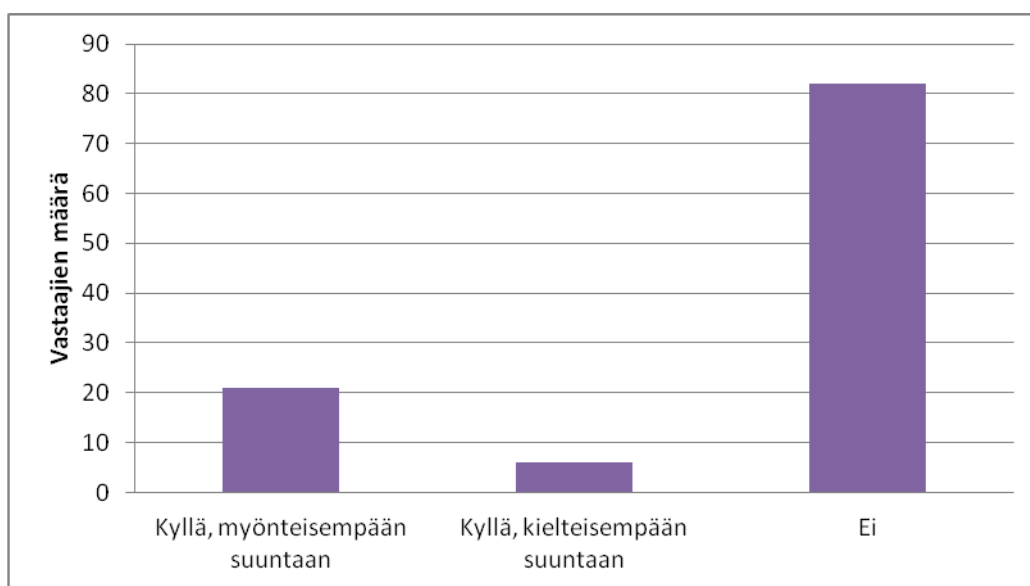
Seuraavan kysymyksen vastaukset eivät ole täysin yhteneväisiä edellisen kysymyksen tulosten kanssa. Vastaajilta tiedusteltiin, miten he suhtautuvat kuullessaan asiakaspalvelijan puhuvan suomea virolaisella korostuksella. (Kuvio 7.)



Kuvio 7. Suhtautuminen asiakaspalvelijan virolaiseen korostukseen (n = 141)

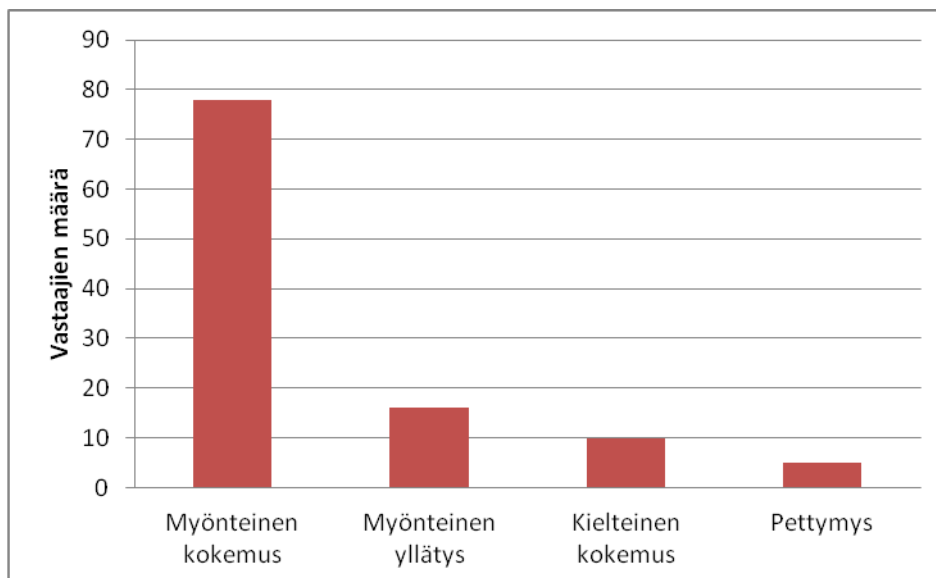
Jos suhtautuminen virolaisia kohtaan oli pääosin myönteistä, virolaiseen asiakaspalvelijaan suhtauduttiin enimmäkseen neutraalisti. Vastaajista 54 (38,3 %) sanoi suhtautuvansa asiakaspalvelijoihinkin myönteisesti. Neutraaleja suhtautumisia oli kuitenkin enemmän, 78 (55,3 %) kappaletta. Edelleenkin kielteisten vastausten vähäinen määrä yllättää, tähän kysymykseen vastasi kielteisesti 9 (6,4%) vastaajaa. (Kuvio 7.)

Virolaista palvelua saaneilta tiedusteltiin, onko heidän suhtautumisensa virolaisia kohtaan muuttunut, kun he ovat saaneet virolaista palvelua. Vastaajat olivat pääosin sitä mieltä, että virolainen palvelu ei ole muuttanut heidän suhtautumistaan virolaisia kohtaan. Yhteensä 82 (75,2 %) vastaajaa ei koe muutosta tapahtuneen. Vastaajista 21 (19,3 %) ilmoitti suhtautumisensa muuttuneen myönteisempään suuntaan ja vain 6 (5,5 %) kielteisempään suuntaan. Tästä voidaan päätellä puheluiden sujuneen suhteellisen hyvin. (Kuvio 8.)



Kuvio 8. Suhtautumisen muuttuminen virolaisen palvelun saamisen myötä (n = 109)

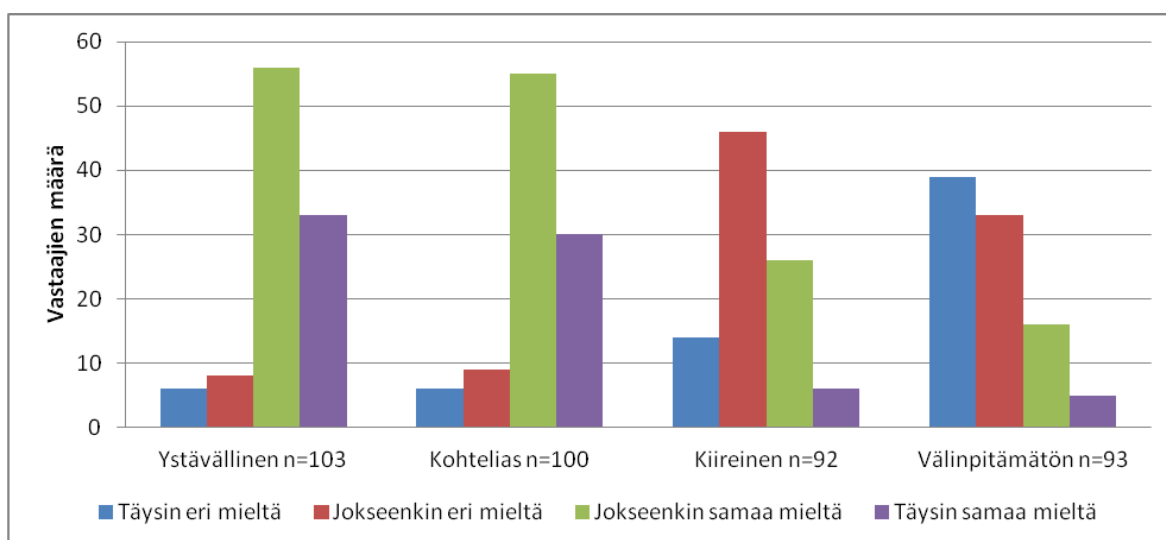
Tuloksien yllättävän myönteinen linja saa jatkoa, kun suomalaiset vastaajat pitävät virolaista palvelua lähes 90-prosenttisesti myönteisenä kokemuksena tai myönteisenä yllätyksenä (kuvio 9).



Kuvio 9. Kokemus virolaisesta palvelusta (n = 109)

Vastanneista 78 (71,6 %) kuvasi palvelukokemuksiaan myönteisiksi ja myönteisenä yllätyksenä sen kokee 16 (14,7 %) vastanneista. Vaihtoehdoista ”kielteisen kokemuksen” oli valinnut 10 (9,2 %) henkilöä ja suorastaan pettymykseksi palvelua kuvasi 5 (5,4 %) vastaajaa. (Kuvio 9.)

Vastaajia pyydettiin arvioimaan virolaisten palvelutyyliä asteikolla täysin eri mieltä, jokseenkin eri mieltä, jokseenkin samaa mieltä tai täysin samaa mieltä. Palvelua kuvaaviksi arvioitaviksi adjektiiveiksi asetettiin ystävällinen, kohtelias, kiireinen ja välinpitämätön. Kysymys oli pakollinen, mutta jokainen kohta ei ollut pakollinen. Vastausmäärät vaihtelivat 92-103 välillä. (Kuvio 10.)

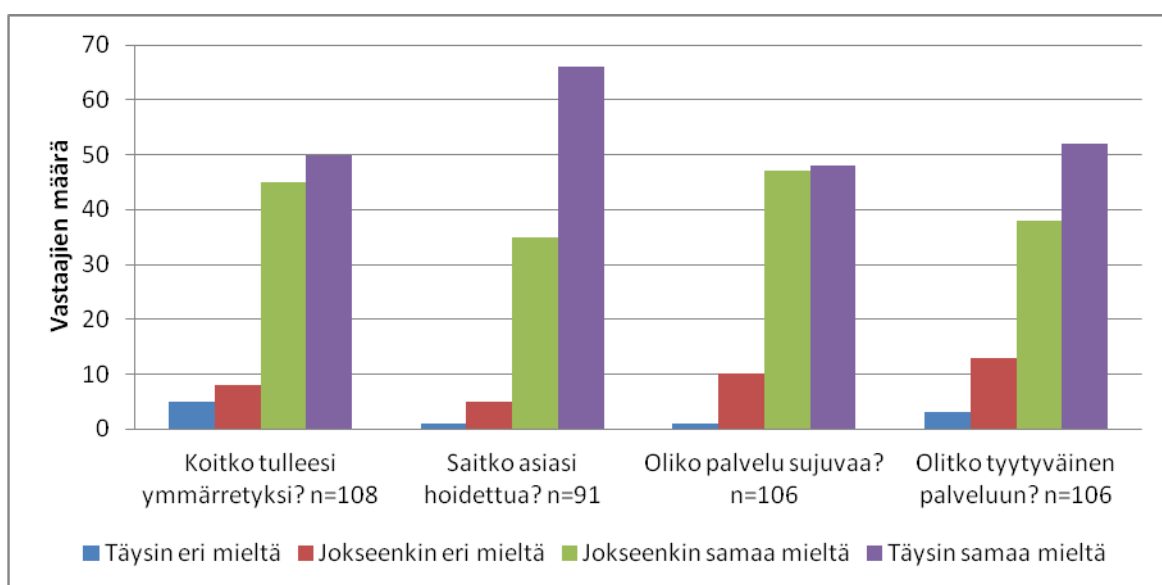


Kuvio 10. Virolaisten virkailijoiden palvelutyylit (n = 92-103)

Tämän kysymyksen kohdalla vastaukset eivät ole ääripositiivisia tai -negatiivisia vaan tulokset olivat enimmäkseen jokseenkin samaa tai eri mieltä. Ystävällisyydestä oltiin eniten jokseenkin samaa mieltä, 54,4 % vastaajan voimin. Täysin samaa mieltä oli 32 %. Saatu palvelu koettiin myös kohteliaana lähes samoin lukemin. Vastaajista 55 % oli jokseenkin samaa mieltä siitä, että palvelu on kohteliasta ja 30 % oli täysin samaa mieltä. Palvelutyylin voidaan siis tulkita olevan sekä ystävällistä että kohteliasta. (Kuvio 10.)

Tasan puolet (50,0 %) vastaajista oli jokseenkin eri mieltä siitä, että palvelutyylisi olisi kiireinen. Jokseenkin samaa mieltä vastaajista oli kuitenkin 28,3 %, sen ollessa toiseksi suosituin vaihtoehto. Välinpitämättömyys keräsi ehdottomimman tuloksen, sillä 41,9 % vastaajista oli täysin eri mieltä siitä, että virolaisten palvelutyylisi olisi välinpitämätöntä. Jokseenkin eri mieltä olevat vahvistivat tätä käsitystä 35,5 %. Jokseenkin samanmielisiä oli kuitenkin 17,2 prosentin verran. Virolaisten virkailijoiden palvelutyylisi ei pidetä kovinkaan kiireisenä eivätkä välinpitämättömänä. (Kuvio 10.)

Seuraavaksi vastaajia pyydettiin arvioimaan palvelutilanteen sisältöä ja onnistumista. Arviointiasteikko oli sama kuin edellisessä kysymyksessä. Vastaajilta kysyttiin kokivatko he tullessa ymmärretyksi, saivatko he asiansa hoidettua, oliko palvelu sujuvaa ja olivatko he tyytyväisiä siihen. Kaikki 109 vastaaja eivät tässä kysymyksessä vastanneet kaikkiin kohtiin vaan vastausmäärät vaihtelivat 91-108 välillä. (Kuvio 11.)

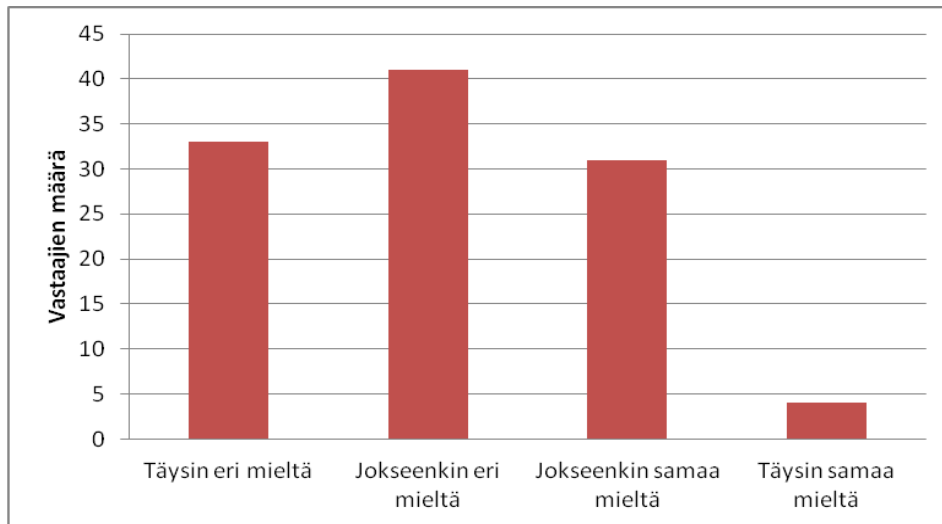


Kuvio 11. Palvelutilanteen kulku (n = 91-108)

Tulokset olivat jälleen myönteisiä. Kaikissa neljässä kohdassa enemmistö oli täysin samaa mieltä väittämän kanssa. Täysin samaa mieltä ymmärretyksi tulemisen kanssa oli 46,3 % ja jokseenkin samaa mieltä 41,7 % vastaajista. Asiatkin ovat tulleet hoidetuksi todella hyvin: 72,5 % oli saanut asiansa hoidettua täysin moitteettomasti ja vain yksi (1) vastaajista oli täysin eri mieltä. Palvelun sujuvuutta arvioitiin ”jokseenkin samaa mieltä” - ja ”täysin samaa mieltä” -vaihtoehdoilla lähes täysin, yhteensä 89,8 prosenttisesti. Vastaajista 49,1 % oli täysin tyytyväisiä palveluun ja jokseenkin tyytyväisiä oli 35,8 % edestä. Vastaajista 12,3 % ilmoitti kuitenkin olevansa jokseenkin eri mieltä asiasta. (Kuvio 11.)

Kyselyssä tiedusteltiin avoimella kysymyksellä, mistä vastaajan mielestä johtui se, jos puhelu ei sujunut toivotulla tavalla. Kysymykseen vastasi 29 henkilöä 109 kokonaismäärästä. Monet vastaajista kertoivat, että virkailija oli kuullut/kirjoittanut asiakkaan sähköpostiosoitteen väärin, jolloin laskua ei tullut ja tämä joutui soittamaan Eckerö Linelle uudestaan. Yleistä oli myös epävarmuuden tunne siitä, onko varauksessa kaikki oikein, koska ei ollut taetta siitä oliko virkailija käsittänyt tai osannut kirjoittaa kaiken oikein. Yksittäisissä vastauksissa virkailijan todettiin olleen kiireinen eikä tämä keskittynyt asiaan, hänellä tuntui olleen kiire palvelemaan muita asiakkaita. Muutamissa vastauksissa nostettiin esiin kielimuuri ja kulttuurierot.

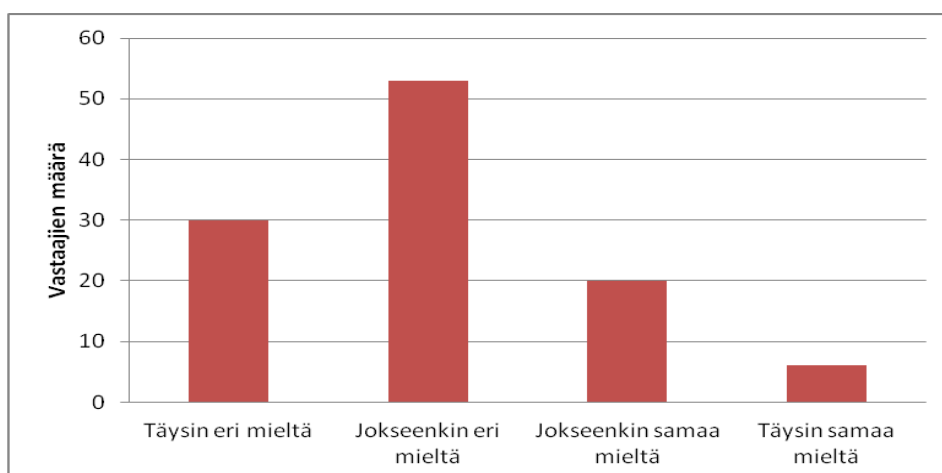
Asiakaspalautteista on käynyt ilmi, että joskus asiakkaat saavat sellaista lisäinformaatiota kohteesta eli Tallinnasta virolaisilta virkailijoilta, jota suomalaiset virkailijat eivät välttämättä osaa antaa. Tämän vuoksi asiaa kysyttiin myös kyselyssä. Vastaajilta tiedusteltiin ovatko he saaneet virolaiselta virkailijalta arvokasta lisätietoa Tallinnasta tai Viirosta, jota he eivät todennäköisesti olisi suomalaiselta virkailijalta saaneet. (Kuvio 12.)



Kuvio 12. Arvokkaan kohdetiedon saaminen virolaiselta virkailijalta (n = 109)

Vastaukset tähän kysymykseen olivat tasaisia lukuun ottamatta ”täysin samaa mieltä” -kohtaa. Enemmistö ei ollut saanut lisätietoa, 37,6 % oli jokseenkin eri mieltä asiasta ja täysin eri mieltä oli 30,3 %. Melkein kolmasosa sentään koki saaneensa jonkin arvoista lisätietoa, 28,3 % oli jokseenkin tätä mieltä. Koska jokseenkin-vastauksia molempiin suuntiin oli niinkin runsaasti, voisi kuvitella, että asiakkaat ovat saaneet lisätietoa virkailijalta, mutta eivät pitäneet saamaansa informaatiota merkittävänä tai se ei käytännössä osoittautunut arvokkaaksi. (Kuvio 12.)

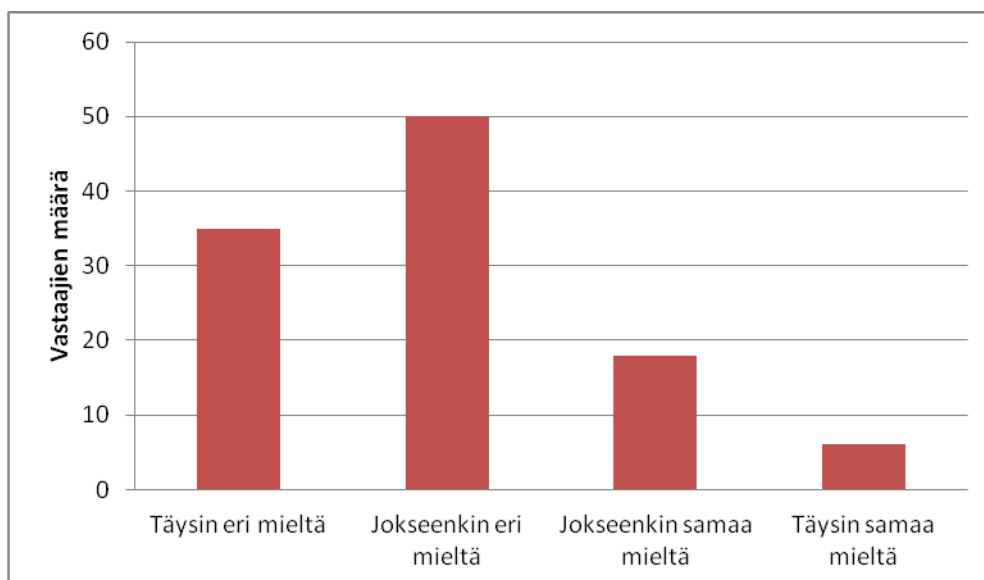
Kielihaasteet ovat ennakkoon ajateltuna suuri este sujuvaan kommunikaatioon suomalaisten ja virolaisten välillä. Siihen liittyen kyselyssä kysyttiin haittasiko virkailijan heikko suomen kielen taito palvelutilannetta. (Kuvio 13.)



Kuvio 13. Virolaisen virkailijan heikon suomen kielen taidon haittaaminen palvelutilanteessa (n = 109)

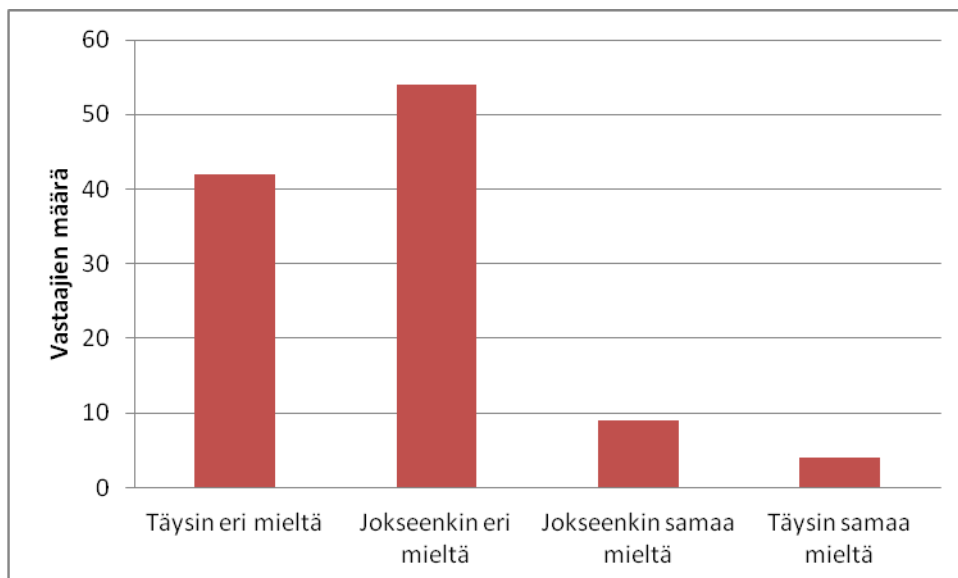
Vastaajia pyydettiin arvioimaan asiaa jälleen tutulla asteikolla. Yli 75 % vastanneista oli jonkinasteisesti sitä mieltä, että virkailijan heikko kielitaito ei haitannut palvelutilannetta. Tosin näistä jopa 48,6 % oli vain jokseenkin sitä mieltä. Vastaajista 18,3 % näki heikon kielitaidon jokseenkin haitanneen palvelua. (Kuvio 13.) Aiemmin käsitellyn avoimen kysymyksen vastauksista suurin osa otti kantaa kielihaasteisiin lähinnä nimien ja sähköpostiosoitteiden virheellisyyden suhteen.

Virolaisten erilaisesta puhetyylistä ja -nopeudesta johtuen, vastaajilta kysyttiin kuulostiko virolainen virkailija epäystävälliseltä. Vastausten perusteella asiaa ei vastusteta aivan täysin, mutta jokseenkin tai täysin samaa mieltä olevia oli vain reilu 20 prosenttia. Suurin osa, 45,9 %, oli jokseenkin eri mieltä väittämän kanssa ja täysin eri mieltä vastaajista oli 27,5 %. (Kuvio 14.)



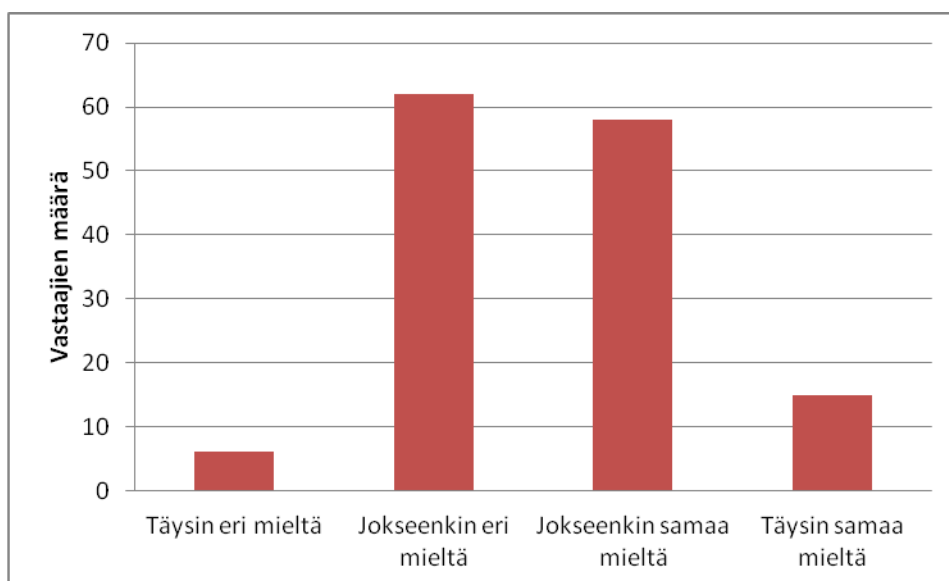
Kuvio 14. Virolaisen virkailijan kuulostaminen epäystävälliseltä johtuen suomalaisesta eroavasta puhetyylistä ja -nopeudesta (n = 109)

Suomalaiset ovat selkeästi tottuneita suoraan viestimistyylisiin, vaikka virolaiset ovat vielä suomalaisiakin suurempia. Lähes puolet, 48,6 %, vastaajista oli jokseenkin eri mieltä siitä, että virolaisen virkailijan tapa esittää asiat suoraan olisi hämmentänyt heitä. Täysin eri mieltä esitetyn väittämän kanssa oli 38,5 % vastaajista. Jokseenkin tai täysin samaa mieltä väittämän kanssa oli vain 12 % vastaajista. (Kuvio 15.)



Kuvio 15. Virolaisen virkailijan aiheuttama hämmennys tavalla esittää asiat suoraan (n = 109)

Vaikka Suomi ja Viro ovatkin naapurivaltioita, löytyy kulttuureistamme silti eroja. Myös vastaajat ovat osittain tätä mieltä. (Kuvio 16.)

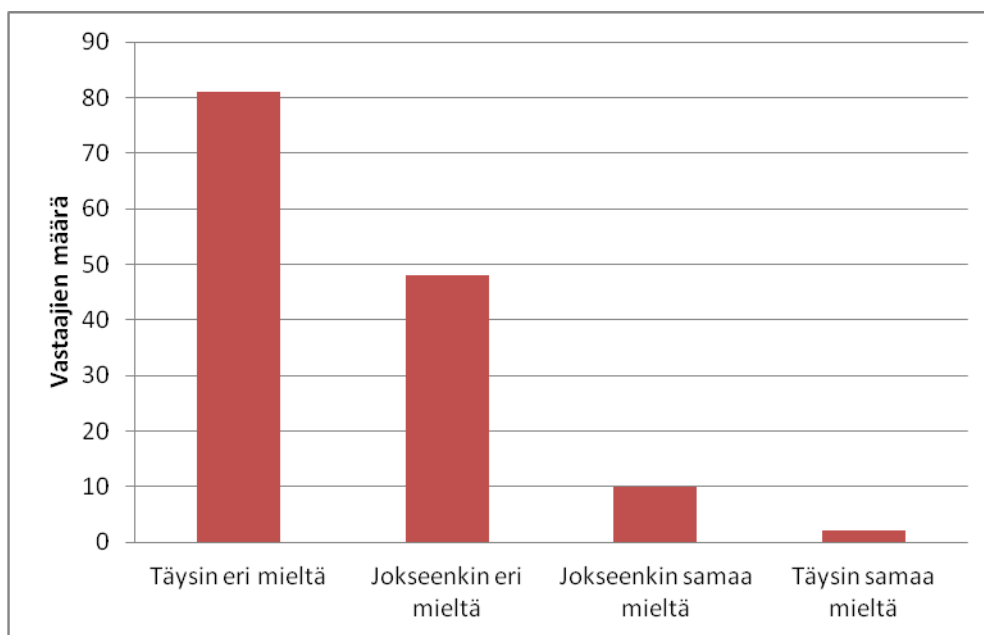


Kuvio 16. Suomalaisen ja virolaisen kulttuurin eroaminen toisistaan (n = 141)

Yllä olevasta kuvioista nähdään, että kulttuuriero-kysymys ei herättänyt voimakkaimpia mielipiteitä suuntaan tai toiseen kovinkaan paljoa, mutta jokseenkin samaa tai eri mieltä olevia oli lähes yhtä paljon. Vastaajista 44 % oli jokseenkin eri mieltä ja 41,1 % oli jokseenkin samaa mieltä siitä, että suomalainen ja virolainen kulttuuri eroavat paljon toisistaan. Tulos saattaa olla seurausta väittämässä esiintyvistä ”paljon”-sanasta. Jos

kysymys olisi esitetty ilman sitä, olisivat vastaajat todennäköisesti enemmän samaa mieltä väittämän kanssa. (Kuvio 16.)

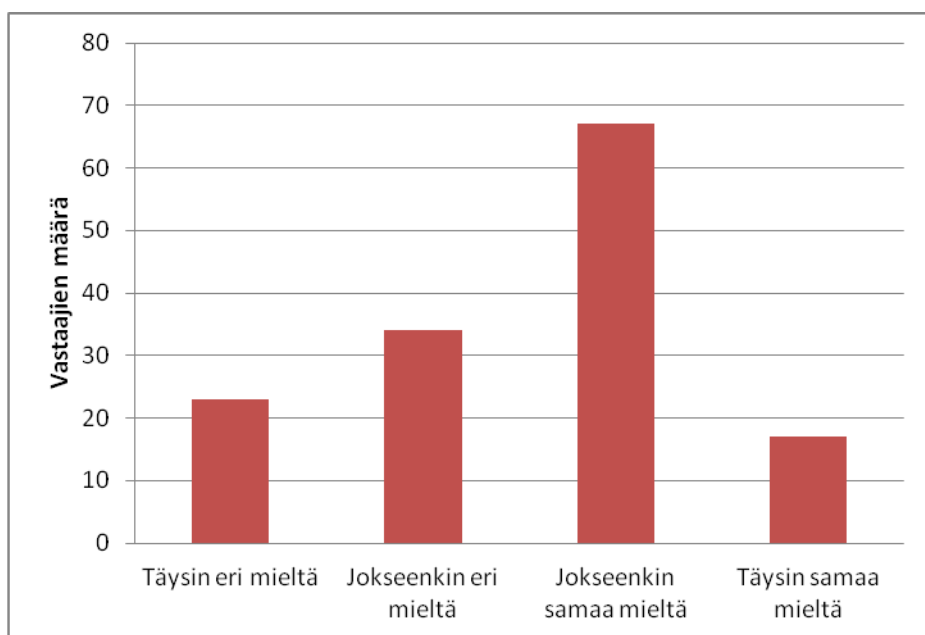
Vastaajien asenteisiin ja stereotypioihin liittyen kyselyssä kysyttiin ovatko vastaajat muodostaneet käsityksensä virolaisista sen mukaan, miten Suomessa yleisesti suhtaudutaan virolaisiin. Vastaajat olivat voimaakkaasti esitettyä väittämää vastaan. Vastaajista 57,4 % oli täysin eri mieltä asiasta ja jokseenkin eri mieltä oli 34,1 %. Ainoastaan kaksi (1,4 %) vastanneista oli täysin samaa mieltä siitä, että on muodostanut käsityksensä virolaisista Suomessa vallitsevan yleisen käsityksen mukaisesti. (Kuvio 17.) Tulosta puoltaa se, että suurin osa vastanneista tuntee henkilökohtaisesti virolaisen henkilön ja he ovat muutenkin keränneet omakohtaisia kokemuksia virolaisista, muodostaen käsityksensä näiden kokemusten pohjalta.



Kuvio 17. Käsityksen muodostaminen virolaisista Suomessa yleisesti vallitsevan käsityksen mukaisesti (n = 141)

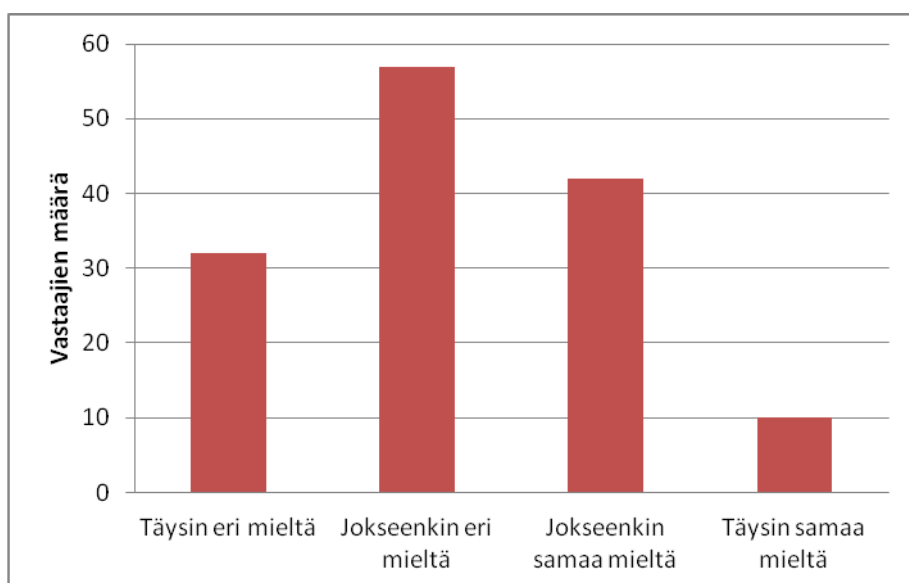
Seuraavaksi vastaajilta tiedusteltiin vaikuttavatko aikaisemmat kokemukset virolaisista suhtautumiseen virolaista palvelua kohtaan. Jokseenkin samaa mieltä olevat erottuivat selkeästi, heidän muodostaessa 47,5 % osuuden. Reilusti yli puolet kaikista vastaajista oli yhteensä jokseenkin tai täysin samaa mieltä väittämän kanssa. (Kuvio 18.) Tämä kysymys saattoi olla haasteellisimmasta päästä asenne-kysymyksistä. Asiaa ei välttämättä

koskaan ole itse pohtinut ja sopivan vaihtoehdon löytäminen nopeasti ei täten ollut helppoa.



Kuvio 18. Aikaisempien kokemusten vaikutus suhtautumiseen virolaista palvelua kohtaan (n = 141)

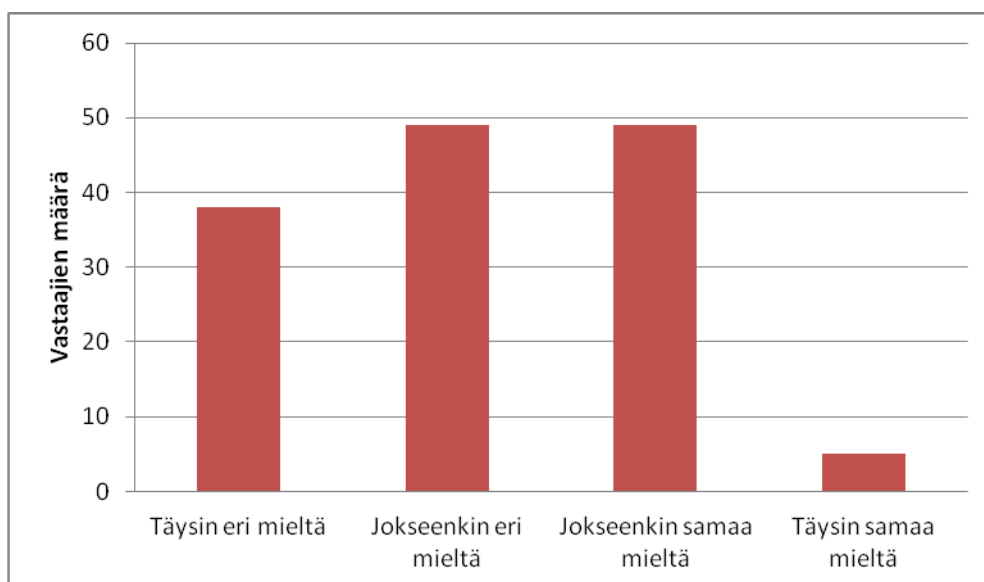
Vastaajille esitettiin puhtaasti mielipiteeseen perustuva kysymys siitä, tulisiko virolaisten virkailijoiden puhua lähes täydellistä suomea (kuvio 19).



Kuvio 19. Virolaisten virkailijoiden suomen kielen taidon täydellisyys (n = 141)

Hieman yllättäen suurin osa, 40,4 %, vastaajista oli jokseenkin eri mieltä väittämän kanssa. Jos tähän lasketaan mukaan täysin eri mieltä olleet, osuus on 63,7 %. Vastaajista 29,8 % oli jokseenkin samaa mieltä. Virolaisilta ei siis edellytetä edes lähes täydellistä suomen kielen hallintaa. (Kuvio 19.)

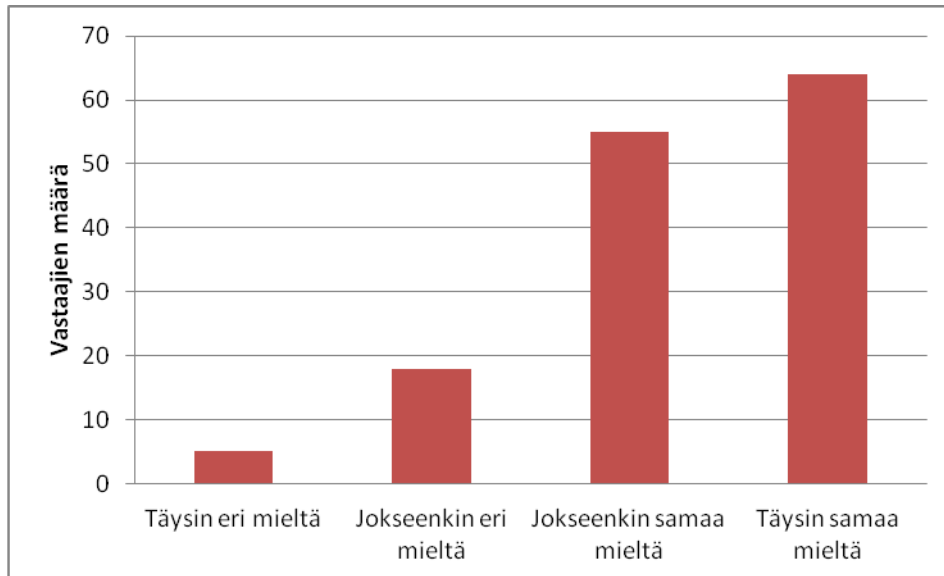
Tunneviestintään liittyen kysyttiin vaikuttaako oma tunnetila kokemukseen saadusta palvelusta. Kysymys saattoi aiheuttaa haasteita vastaajille, koska kyseessä on osittain alitajuntainen asia. Tulokset viittaavat myös tähän, sillä vastaukset ovat jakaantuneet tasaisesti eri vaihtoehtojen välillä. Sekä jokseenkin eri mieltä että jokseenkin samaa mieltä olevia oli 34,8 %. Huomattava määrä vastaajia on myös täysin eri mieltä väittämän kanssa eli 27 %. (Kuvio 20.)



Kuvio 20. Oman tunnetilan vaikutus kokemukseen saadusta palvelusta (n = 141)

6.3 ”Kansalaisuudella ei ole väliä, kunhan asia tulee hoidettua”

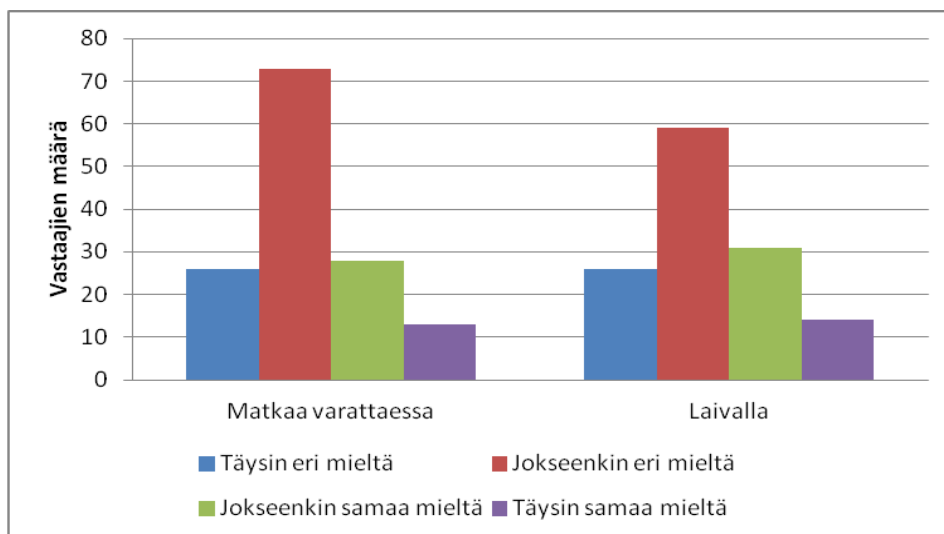
Viimeiset kysymykset koskevat asiakaspalvelijan kansallisuutta: onko kansallisuudella merkitystä ja miksi suomalainen palvelu on tärkeää, jos on. Vastaajat olivat painokkaasti sitä mieltä, että asiakaspalvelijan kansallisuudella ei ole merkitystä. Vastanneista 45,4 % oli täysin samaa mieltä kansallisuuden merkityksettömyydestä. Jokseenkin samaa mieltä olevat täydensivät mielipidettä 39 prosentilla. Vain reilu 15 prosenttia oli jokseenkin eri mieltä tai täysin eri mieltä väitteen kanssa. (Kuvio 21.)



Kuvio 21. Asiakaspalvelijan kansallisuuden merkitys (n = 141)

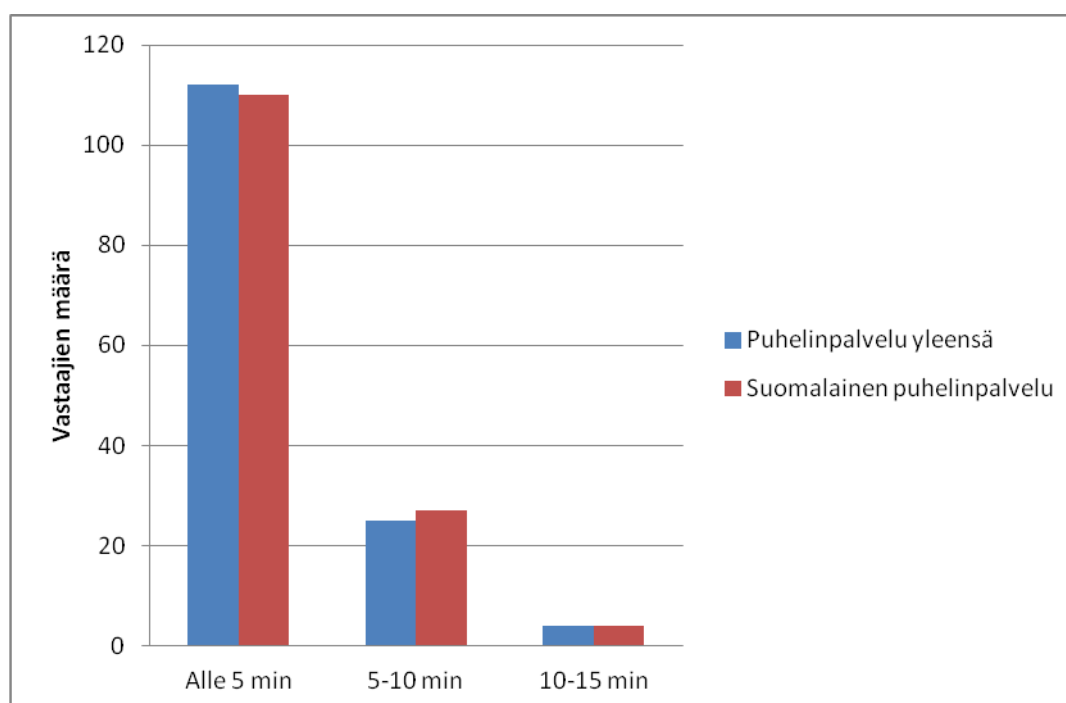
Kyselyssä haluttiin kartoittaa myös vastaajien mielipidettä suomalaisen palvelun tärkeydestä. Kysymyksessä tiedusteltiin suomalaisen palvelun tärkeyttä sekä matkaa varattaessa että laivalla, jotta nähtäisiin, missä suomalaista palvelua kaivataan, jos kaivataan. Tulokset noudattelivat samoja linjoja sekä matkan varauksen että laivan kanssa. Suomalaisen palvelun saaminen ei ole vastaajille kovin tärkeää. Heistä 54,1 % koki olevansa jokseenkin eri mieltä matkavarauksen yhteydessä saatavan suomalaisen palvelun tärkeydestä ja laivan palvelua koskeva vastaava lukema oli 45,4 %.

Molemmissa vaihtoehtoissa myönteiset vaihtoehdot muodostivat yhteensä vain noin 30 % osuuden. (Kuvio 22.)



Kuvio 22. Suomalaisen palvelun saaminen on erityisen tärkeää matkaa varattaessa (n = 140) tai laivalla (n = 130)

Viimeisenä monivalintakysymyksenä vastaajilta tiedusteltiin, kuinka kauan he ovat valmiita jonottamaan puhelinpalvelua yleensä ja kuinka kauan suomalaista puhelinpalvelua. Vastausvaihtoehdoiksi annettiin alle viisi minuuttia, 5-10 minuuttia ja 10-15 minuuttia. Vastaukset erillisiin kysymyksiin olivat lähes identtiset. Neljä (2,8 %) henkilöä oli valmiita jonottamaan 10-15 minuuttia puhelinpalvelua yleensä tai suomalaista puhelinpalvelua. Vastaajista 17,7 % oli valmis jonottamaan puhelinpalvelua yleensä ja 19,1 % suomalaista puhelinpalvelua 5-10 minuuttia. Ehdottomasti yleisin vastaus oli alle viisi minuuttia. Suomalainen puhelinpalvelu ei motivoi jonottamaan 78 prosenttia viittä minuuttia kauempaa. Vastaajista 79,4 % luovuttaa jonottamisen kanssa yleisesti alle viidessä minuutissa. (Kuvio 23.)



Kuvio 23. Motivaatio jonottaa puhelinpalvelua yleensä (n = 141) tai suomalaista puhelinpalvelua (n = 141)

Kyselyn viimeisenä kysymyksenä tiedusteltiin avoimella kysymyksellä, miksi suomalaisen palvelun saaminen on tai ei ole tärkeää. Kysymykseen vastasi 141 vastaajan joukosta 89. Vastaajista 29 puolsi suomalaisen palvelun tärkeyttä, lukema oli tarkalleen sama kuin kysymyksessä, jossa tiedusteltiin suomalaisen palvelun tärkeyttä matkaa varattaessa. Suomalaista palvelua pidettiin tärkeänä, jotta välttyttäisiin väärinymmärryksiltä ja varaukset olisivat kunnossa. Muutama vastaaja nosti esiin myös

Eckerö Linen suomalaisuuden ja sen myötä vastuunkannon kotimaisuudesta sekä suomalaisten työllistämisestä.

Suurin osa vastaajista eli kaksi kolmasosaa näki, että virkailijan kansallisuudella ei ole merkitystä, kunhan palvelu on tehokasta, asiantuntevaa ja nopeaa. Asioiden hoidetuksi tuleminen ja molemmin puolinen ymmärrys on tärkeämpää kuin asiakaspalvelijan ominaisuudet. Useista vastauksista selvisi, että asiakkaat ovat valmiita asioimaan jopa muilla kielillä, jos sen on tarpeen ja muutama osaa itse puhua viroa. Eräs vastaajista kertoi, että vaikka virkailijan kansallisuudella ei ole merkitystä, saattaa virheiden sattuessa närkästyä helpommin, jos palvelemassa on ollut virolainen.

7 Pohdinta ja johtopäätökset

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää Eckerö Linen suomalaisten asiakkaiden todellinen suhtautuminen virolaista puhelinpalvelua kohtaan. Aihe puhuttaa, jos ei päivittäin, niin ainakin viikoittain myyntipalvelun työntekijöitä, koska asiakkailta tulee paljon suoraa palautetta aiheesta. Tämän palautteen perusteella myyntipalvelussa vallitsee käsitys, että valtaosa asiakkaista on virolaista palvelua vastaan. Etenkin, kun Eckerö Linen arvoissa on näihin päiviin asti kulkenut vahvasti mukana suomalaisuus ja sitä on käytetty voimakkaasti myös markkinoinnissa.

Alkuperäinen ajatus kahden kohderyhmän vastausten vertailusta ei valitettavasti onnistunut. Kysely lähetettiin 160 suomalaiselle asiakkaalle, joiden tiedettiin saaneen virolaista puhelinpalvelua ja 160 suomalaiselle asiakkaalle, jotka olivat saaneet tiettävästi suomalaista, mutta myös mahdollisesti virolaista puhelinpalvelua jossakin vaiheessa. Jos vastausprosentit olisivat menneet samaan tapaan eli vain puolet vastanneista olisi saanut virolaista palvelua, olisi vastaajaryhmien vastauksia pystynyt vertaamaan toisiinsa. Näin ei kuitenkaan käynyt, sillä 80 % vastanneista oli saanut virolaista puhelinpalvelua. Voi olla, että kysely houkutteli erityisesti virolaista puhelinpalvelua saaneet vastaamaan ja kertomaan kokemuksistaan, mutta on myös hyvin todennäköistä, että 320 potentiaalisen vastaajan joukosta suurin osa on jossakin vaiheessa saanut virolaista puhelinpalvelua Eckerö Linelta.

Tuloksista voidaan tehdä sellainen päätelmä, että sukupuolella ei ole merkitystä vastausten luonteen kanssa, sillä naisia ja miehiä oli miltei saman verran. Koulutustason suhteen ennako-oletus oli, että korkeasti koulutetut suhtautuvat myönteisemmin virolaisia kohtaan. Tähän kyselyyn vastanneista vain kolmasosa oli ammattikorkeakoulun tai korkeakoulun käyneitä ja tulokset silti erittäin myönteisiä. Voidaan siis päätellä, että alemminkin koulutetut jakavat myönteisen asennoitumisen. Torven (2003) tutkimukseen verrattuna tämän kyselyn vastaajat ovat kohdennetusta ryhmästä, joka on tottunut olemaan tekemisissä virolaisten henkilöiden kanssa, kun taas Torven tutkimuksessa vastaajat saattoivat olla keitä tahansa suomalaisia. Asiakkailta ei kysytty ikää, koska teoriaperustassa mikään ei antanut viitteitä siihen, että ikä vaikuttaisi suhtautumiseen tai mielipi-

teisiin. Voi kuitenkin olla, että tuloksista olisi paljastunut niiden suora yhteys tiettyyn ikäryhmään.

Tutkimustulokset olivat pääosin yllättäviä ja miltei päinvastaisia ennako-odotuksiin nähden. Asiakkaiden suhtautuminen virolaisia kohtaan onkin myönteistä, palvelutilanteet koetaan myönteisinä kokemuksina eivätkä kulttuurierot tunnu häiritsevän palvelutilanteita, ainakaan enemmistön mielestä. Tuloksen taustalla vaikuttaa todennäköisesti virolaisten ja virolaisen kulttuurin tuttuus nykypäivän asiakkaille. He tuntevat henkilökohtaisesti virolaisia ja ovat tekemisissä useita kertoja vuodessa tai jopa kuukaudessa virolaisten kanssa. Asiakkaiden asenteet ovat muokkaantuneet omien kokemusten kautta ja Viro on saavuttanut omanlaisensa arvostuksen suomalaisten silmissä eikä se ole enää Neuvosto-Venäjän haamu, kuten tilanne ehkä vielä vuosikymmen sitten oli.

Asiakkaat näkevät selkeitä eroja suomalaisen ja virolaisen kulttuurin välillä, mutta toisenlaisen kulttuurin edustajan palvelu otetaan silti mielellään vastaan. Kulttuurienvälisessä viestinnässä vaadittavia taitoja kutsutaan kulttuurienvälisiksi kompetensseiksi. Kompetensseilla voidaan arvioida kuinka hyvin henkilö suoriutuu monikulttuurisesta viestintätilanteesta. (Varis 2011, 20.) Sujuneiden palvelutilanteiden perusteella virolaisille virkailijoille voidaan antaa tunnustusta tällä saralla. Kulttuurienvälisessä viestinnässä kielelliset haasteet näyttelevät kuitenkin suurta roolia. Kyselyyn vastanneet korostivat etenkin avoimissa vastauksissa, että tärkeintä palvelussa on molemmin puolinen ymmärrys. Vaikka muutoin palvelu sujuisi painollaan ja pienistä väärinkäsityksistä ei niin välitettäisi, on asiakkaille äärimmäisen tärkeää, että matkustus- ja yhteystiedot kirjataan oikein. Vastausten perusteella tässä asiassa on korjaamisen varaa.

Tuloksista oletettiin käyvän ilmi, että suomalaista palvelua arvostetaan ja jopa edellytetään, koska Eckerö Line on suomalainen yritys. Suurena yllätyksenä tulikin välinpitämättömyys suomalaista palvelua kohtaan. Tulosten mukaan valtaosa asiakkaista ei välitä asiakaspalvelijansa kulttuuritaustasta, kunhan saavat palvelua nopeasti, tehokkaasti ja asiantuntevasti. Yllättävyydestä huolimatta tämä on linjassa palveluodotuksien kanssa, jotka vallitsevat yleisesti yksilöllisissä kulttuureissa, kuten Suomessa. (Mikyong ja Jagaratnam 2007, 275–280.) Taustalla voi vaikuttaa myös ajatus siitä, että oli palvelussa ky-

symys sitten matkan varaamisesta tai lääkärissä käynnistä, asiakkaat ovat tottuneita ottamaan palvelua vastaan ulkomaalaiselta.

7.1 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen luotettavuutta voidaan arvioida kahdella mittarilla, reliabeliudella ja validiudella. Reliaabelius tarkoittaa tutkimuksen tulosten toistettavuutta eli esittämättömien vastausten. Reliaabelius voidaan todentaa joko sillä, että useampi tutkija päätyy samaan tulokseen tai, jos samaa henkilöä tutkitaan useamman kerran ja tulokset ovat yhtäläiset kaikilla kerroilla. Validius tarkoittaa pätevyyttä mitata juuri sitä asiaa, mitä on tarkoituskin. Validiudessa voidaan epäonnistua kvantitatiivisessa tutkimuksessa esimerkiksi niin, että tutkittava käsittää kyselyssä olevan kysymyksen väärin, mutta tutkija käsittelee saadun tuloksen oman alkuperäisen ajatuksensa mukaisesti. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2002, 213–214.)

Tämän työn reliabeliuden arvioimisesta tekee haastavaa se, että asiaa ei ole tutkittu aiemmin. Suomalaisten asenteista virolaisia kohtaan löytyy tutkimustuloksia, joita tässäkin työssä on esitelty, mutta suomalaisten mielipiteistä ja kokemuksista virolaista asiakaspalvelua kohtaan ei tutkimustuloksia löydy. Tämän tutkimuksen tulokset suomalaisten asenteista virolaisia kohtaan ovat kuitenkin samassa linjassa aiemmin esitetyn Torven (2003) tutkimuksen kanssa. Suomalaiset suhtautuvat myönteisesti virolaisia kohtaan, vaikka yleinen käsitys maassamme saattaa vaikuttaa muulta.

Kaikki kyselylomakkeen kysymykset pyrittiin muotoilemaan niin, että ne olisivat mahdollisimman ymmärrettäviä eikä väärinymmärryksiä pääsisi syntymään. Validiuden puolesta puhuu se, että kyselylomakkeen testanneet henkilöt kertoivat ymmärtäneensä kaikki kysymykset vailla epäselvyyksiä. Tulkinnanvaraisuuden välttämiseksi eräässä kysymyksessä määriteltiin lyhyesti ”kulttuuri”, jotta vastaajat ajattelisivat sen merkityksen oikealla tavalla ja vastaukset olisivat oikeansuuntaisia.

Toisaalta, vaikka vastaajat olisivat ymmärtäneet kysymykset oikein, aihe on suhteellisen arkaluontoinen ja henkilökohtainen ihmisille. Asenteet ja suhtautuminen muihin ihmisiin on niin syvällä ihmisessä. Suomalaisille on tyypillistä pitää todelliset mielipiteet si-

sällään joko kohteliaisuuttaan tai kehtaamattomuuttaan, joten saattaa olla, että vastaajat eivät ole uskaltaneet paljastaa todellisia ajatuksiansa ja ovat valinneet vähemmän voimakkaan vaihtoehdon kyselyssä. On myös todettua, että ihmisillä on taipumus antaa sosiaalisesti hyväksyttäviä vastauksia (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2002, 215). Tilanne ei välttämättä ole kuitenkaan näin, sillä avoimiin kysymyksiin saatiin hyvin vastauksia ja ne olivat samansuuntaisia tilastojen kanssa.

Kyselyssä esiintynyt kato oli 56 %, koska vastausprosentti oli 44 %. Luonnollisesti tutkimuksen luotettavuus olisi kasvanut vastausmäärän kasvaessa. Vastauksia saatiin kuitenkin yli 100, joka on minimiraja tutkimuksissa, joissa kohderyhmä on suppea ja tuloksia tarkastellaan kokonaistasolla (Heikkilä 2002, 45). Vastaajien ”laatu” luotettavuutta ajatellen on hyvä. Lähes kaikki ovat saaneet palvelua virolaiselta virkailijalta (80 %), joten vastaukset perustuvat enimmäkseen kokemukseen. Lisäksi suurin osa asiakkaista käyttää Eckerö Linen palveluita useamman kerran vuodessa ja tekee varauksensa puhelinpalvelua käyttäen. Kyselyyn vastaaminen tuntui olevan helppoa ja asiakkaat olivat motivoituneita vastaamaan, sillä ensimmäisen tunnin kuluessa kyselyn lähettämisestä vastauksia oli tullut jo 20 kappaletta. Ensimmäisen vastauspäivän aikana vastauksia kertyi yli 80.

Kyselyn tulosten luotettavuuden voi kyseenalaistaa siinä valossa, että asetetut oletukset tuloksista eivät toteutuneet juuri lainkaan. Oletusten mukaan Eckerö Linen suomalaiset asiakkaat suhtautuvat neutraalisti tai kielteisesti virolaiseen palveluun ja kokevat erityisesti kommunikaation sujuvuuden haasteet ongelmaksi palvelutilanteissa virolaisten virkailijoiden kanssa. Lisäksi suomalaisten asiakkaiden odotetaan arvostavan ja lähes edellyttävän suomalaisen palvelun saamista Eckerö Linen ollessa täysin suomalainen yritys.

Tulosten mukaan suomalaiset asiakkaat suhtautuvat myönteisesti saatuun virolaiseen palveluun ja kokevat, että suomalainen palvelu ei ole kovin merkityksellistä. Kommunikaation sujuvuus nostettiin tärkeäksi elementiksi ja sen haasteet koettiin kyllä osittain ongelmalliseksi, mutta ei valtaosan mielestä. Oletusten toteutumattomuus saattaa olla seurausta siitä, että ne perustuvat saatuun palautteeseen ja palautetta annetaan yleisesti helpommin kielteisistä kuin myönteisistä asioista. Näin asiakkaista jää päällimmäisenä

se vaikutelma, että he ovat virolaista palvelua vastaan. Toinen vaihtoehto on, että otokseen valikoitui keskimääräistä myönteisempi joukko asiakkaita.

7.2 Kehitysehdotukset

Vaikka suomalaiset asiakkaat suhtautuvat myönteisesti virolaisia kohtaan ja hyväksyvät heiltä saatavan palvelun, tämä ei riitä kokemukseen hyvin menneestä palvelutilanteesta. Väärinymmärrykset kielellisellä tasolla voivat aiheuttaa suuriakin ongelmia, kuten väärin tuotteiden tai päivien varaamista. Tunneviestinnän mukaan ihmisillä voi olla vaikeuksia ajatella ja käsittää asioita samalla tavalla, vaikka tunnepuolella asiat olisivat kunnossa ja ihmiset pitäisivät toisistaan. (Dunderfelt 2001, 28–30.)

Tulosten perusteella ei ole aiheellista miettiä vähennetäänkö virolaisen palvelun osuutta Suomen puhelinlinjalla, vaan sitä, miten puhelinpalvelusta saadaan tehokkaampaa ja nopeampaa, jotta se vastaisi asiakkaiden palveluodotuksia. Virolaisilta saatua palvelua ei koeta ongelmaksi tai vääräksi, haasteet aiheutuvat tuon palvelun sujuvuudesta ja laadusta. Huomiota tulisi kiinnittää virolaisten virkailijoiden varmuuteen palvelulla suomen kielellä.

Toki kaikki virolaiset virkailijat osaavat suomea, mutta kielitaidon kehittäminen toisi heille lisää itsevarmuutta ja myös lisämotivaatiota palvelulla suomalaisia asiakkaita. Suomen kieli ja kulttuuri palvelutilanteissa -tyylisestä koulutuksesta voisi olla hyötyä virkailijoille. Kielitaito kehittyisi ja kurssilla voitaisiin käydä läpi haasteellisia puhelinpalvelutilanteita, joita virkailijat kohtaavat. Yksinkertainen kehitystä tarvitseva asia on suomalaisten nimien kirjoittaminen oikein, sillä vastauksista nousi esiin sähköpostiosoitteiden väärinkirjoittaminen.

Jatkotutkimuksena olisi hyvä lähteä syventämään tätä tutkimusta. Tutkimuksesta saataisiin monipuolisempi, jos siihen otettaisiin mukaan myös virolaisia virkailijoita. Heidän näkökulmansa toisi tutkimukseen syvällisemmän ja laajemman otteen, koska he ovat palvelutilanteen toinen osapuoli ja tekemisissä valtavan asiakasmäärän kanssa. Virolaisten virkailijoiden näkemyksen kautta saataisiin myös mahdollisesti selville, onko tämän tutkimuksen tulos luotettava.

Tärkeä tutkimuskohde olisi virolaisten virkailijoiden motivaatiotaso palvella suomalaisia asiakkaita. Virolainen palkkataso on Suomeen verrattuna huomattavasti heikompi ja virkailijat saattavat kokea tekevänsä kaksinkertaisesti töitä suomalaisiin kollegoihin verrattuna, kun vastaavat Viron puhelinlinjan lisäksi Suomen puhelinlinjalle tuleviin puheluihin. Motivaatiotason selvittämisellä saataisiin puututtua mahdollisiin siitä aiheutuviin ongelmiin ja virkailijoiden omat tuntemukset tuotaisiin esiin. Jos motivaatiotaso on heikko, voidaan palvelua parantaa puuttumalla asiaan. Virkailijoiden kokemuksien ja tuntemuksien esiintuomiseksi paras tutkimusmenetelmä olisi varmasti haastattelu.

7.3 Opinnäytetyöprosessi tekijän näkökulmasta

Opinnäytetyön aiheen valinnassa oli tärkeää sen merkitys ja aito hyödyllisyys toimeksiantajalle sekä se, että aihe motivoisi ja inspiroisi itseäni siinä määrin, että haluaisin työstää aihetta silkasta halusta saada lopulliset tutkimustulokset selville. Oli luonnollista valita oma työnantajani toimeksiantajakseni eikä aiheen keksiminen ollut vaikeaa. Oma työnantaja toimeksiantajana mahdollisti tarvittavien tietojen ja asiakkaiden sähköpostiosoitteiden helpon saamisen.

Alkuperäisidea tuli esimieheltäni ja kaikki, joiden kanssa olen työpaikallani aiheesta jutellut, ovat sanoneet odottavansa tuloksia mielenkiinnolla. Kaikilla työntekijöillä on aiheesta oma käsityksensä, mutta virallinen kanta puuttuu. Aihe vakuutti siis myös itseäni tärkeydellään. Se, että asiaa ei ole tutkittu paljoa, ei ainakaan asiakaspalvelunäkökulmasta, toimi sekä motivaation lähteenä että haasteena. Tiesin, että tutkimusaihe on oikeasti hyödyllinen, mutta lähdeaineiston löytyminen oli astetta haastavampaa kuin aiempia tutkimuksia ei käytännössä ollut. Lisäksi tulosten luotettavuuden arvioiminen hankaloitui vertailukohdan puuttuessa.

Opinnäytetyöprosessi eteni suhteellisen kiivasta tahtia. Ideointi ja suunnittelu aloitettiin marraskuussa 2011, mutta itse kirjoitustyön aloitin vasta tammikuun puolessa välissä 2012 ja nyt huhtikuussa 2012 työ on valmis. Tekeminen on ollut intensiivistä ja olen oppinut paljon lyhyessä ajassa. Olen perehtynyt kulttuurin ja asenteiden vaikutukseen ihmisten väliseen kanssakäymiseen ja sitä kautta oppinut ympäröivästä maailmasta lisää.

Teoriaan perehtyessä olen kyseenalaistanut omaa suhtautumistani muihin ihmisiin ja kansallisiin. Toisista kulttuureista oppiminen ja kulttuurierojen tiedostaminen tekee itse kullekin hyvää nykypäivän monikulttuuristuvissa yhteiskunnissa.

Opinnäytetyöprosessin aikana raportointi- ja tutkimustekninen osaamiseni ovat vahvistuneet ja olen päässyt hyödyntämään kolmen vuoden aikana oppimiani työskentelymenetelmiä, muun muassa tiedonhakuun liittyen. HAAGA-HELIAN raportointimalli on nyt viimeistään lähdeviitteitä myöden hallinnassa ja olen oppinut käyttämään Webropol-ohjelmaa, josta voi olla tulevaisuudessa hyötyä. Vaikka opinnäytetyön tekemistä ehti pelolla odottaa vuosia, osoittautui sen tekeminen mieleiseksi ja hallittavaksi prosessiksi. Opinnäytetyö on kuitenkin vain yksi raportti muiden joukossa, kuten opettajatkin meille opiskelijoille yrittävät painottaa.

Lähteet

Dunderfelt, T. 2001. Intuitio ja tunneviestintä. Dialogia Oy. Helsinki.

Durant, A. & Shepherd, I. 2009. Culture and communication in intercultural communication. *European Journal of English Studies*, 13, 2, s. 147–162.

Elisa 2012. OrangeContact. Luettavissa:

<http://www.elisa.fi/yrityksille/105/1061.00/5047/>. Luettu: 13.3.2012.

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

Erwin, P. 2005. Asenteet ja niihin vaikuttaminen. WSOY. Helsinki.

EVA 2010. Elinkeinoelämän valtuuskunta. Luettavissa: <http://www.eva.fi/eva/>. Luettu: 1.2.2012.

Frisk, O. & Tulkki, H. 2005. Kulttuuriavain. Otava. Helsinki.

Hall, E. 1989. *Beyond Culture*. 2. Painos. Doubleday. New York.

Halonen, M. & Lasonen, J. 2009. Kulttuurienvälinen osaaminen koulutuksessa ja työelämässä. Suomen kasvatustieteellinen seura. Turku.

Heikkilä, T. 2002. Tilastollinen tutkimus. 4. Painos. Edita Prima Oy. Helsinki.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2002. Tutki ja kirjoita. 6.-8. painos. Kustannusosakeyhtiö Tammi. Helsinki.

Hofstede, G., Hofstede, G.J. & Minkov, M. 2010. *Cultures and organizations. Software of the mind*. 3. uudistettu painos. McGraw-Hill Books. New York.

Holopainen, M. & Pulkkinen, P. 2008. Tilastolliset menetelmät. 5. uudistettu painos. WSOY Oppimateriaalit Oy. Helsinki.

- Jyväskylän yliopisto 2011. Nonverbaalinen viestintä. Luettavissa:
<http://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/ryhmaviesti/vuorovaikutus/viestinta/nonverbaalinen.html>. Luettu: 31.1.2012.
- Kong, M. & Jogaratnam, G. 2007. The influence of culture on perceptions of service employee behavior. *Managing service quality*, 17, 3, s. 275–297.
- Kotimaisten kielten keskus 2008. Prosodia. Luettavissa:
<http://www.kotus.fi/index.phtml?s=609>. Luettu: 31.1.2012.
- Lehtonen, J., Pesonen, H-L. & Toskala, A. 2002. Asiakaspalvelu vuorovaikutuksena: markkinointia, viestintää, psykologiaa. PS-kustannus. Jyväskylä.
- Lille, E. 2008. Naurun ja ironian suurvalta. *Suomen Kuvalehti*, 92, 27, s. 48–53.
- Pitkänen, P. 2005. Kulttuurien välinen työ. Edita. Helsinki.
- Puohiniemi, M. 2002. Arvot, asenteet ja ajankuva. Limor Kustannus. Espoo.
- Schwartz, S. 2011. Kulttuuriset arvo-orientaatiot: kansallisten erojen luonne ja seuraukset. Limor Kustannus. Espoo.
- Secmeter 2012. Contact center -palvelut (yhteyskeskuspalvelut). Luettavissa:
http://www.secmeter.com/contact-center_palvelut.html. Luettu: 13.3.2012.
- Sinkkonen, R. 2009. Onnistu ulkomaankomennuksissa. WS Bookwell Oy. Juva.
- Tilastokeskus 2011. Tutkinnon suorittaneen väestön määrä moninkertaistunut 40 vuodessa. Luettavissa: http://www.stat.fi/til/vkour/2010/vkour_2010_2011-12-02_tie_001_fi.html. Luettu: 25.4.2012.
- Torvi, K. 2003. Elinkeinoelämän valtuuskunta. Kumppanit Euroopan unionissa - Suomalaisen ja virolaisten ajatuksia toisistaan. EVA raporttien julkaisusarja. Helsinki.

Luettavissa: <http://www.eva.fi/julkaisut/kumppanit-euroopan-unionissa-suomalaisten-ja-virolaisten-ajatuksia-toisistaan/1701/>. Luettu: 1.2.2012.

Varis, M. 2011. Kulttuurienvälinen viestintä ja kasvatus. Oulun yliopiston opetusmateriaalia. Oulun yliopisto. Kasvatustiede E3. Oulu.

Vatanen, A. 2008. Päällekkäispuhunta suomalaisessa ja virolaisessa arkikeskustelussa: mitä, missä ja milloin. Pro Gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto. Suomen kielen ja kotimaisen kirjallisuuden laitos. Suomalais-ugrilainen laitos. Luettavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi-fe200908142032>. Luettu: 13.3.2012.

Vuorela, S. 23.2.2012. Asiakaspalvelupäällikkö. Eckerö Line Ab Oy. Haastattelu. Helsinki.

Liitteet

Liite 1. Kyselyn saatekirje

Arvoisa Eckerö Linen asiakas,

Opiskelen HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulussa matkailun liikkeenjohdon koulutusohjelmassa ja teen opinnäytetyötäni. Eckerö Line toimii työni toimeksiantajana ja työssä tutkin, miten Eckerö Linen suomalaiset asiakkaat suhtautuvat puhelinpalvelussa saatavaan virolaiseen palveluun. Sähköpostiosoitteet kyselyä varten on poimittu satunnaisotannalla Eckerö Linen varausjärjestelmästä.

Olisin erittäin kiitollinen, jos voisitte käyttää 5-10 minuuttia aikaanne kyselyyn vastaamiseen. Vastaamalla autatte Eckerö Linea kehittämään asiakaspalveluaan. Kaikki vastaukset käsitellään nimettöminä ja luottamuksellisesti eivätkä yksittäiset vastaukset paljastu tuloksista. Pyytäisin teitä vastamaan kyselyyn 6.4. mennessä, jolloin linkki sulkeutuu.

Vastaajien kesken arvotaan Eckerö Linen kahden hengen meno-paluu -lahjakortteja. Kyselyyn pääsette klikkaamalla alla olevaa linkkiä

Ystävällisin terveisin,

Sirja Heiskanen

Eckerö Linen asiakkaiden kokemus virolaisesta puhelinpalvelusta

Tähdellä merkityt kysymykset ovat pakollisia.

Valitse kaikissa kysymyksissä tilannettasi parhaimmin kuvaava vaihtoehto.

1. Olen *

- Nainen
- Mies

2. Koulutustasoni on *

- Perus- tai keskikoulu
- Ammattikoulu tai opistotason koulutus
- Ylioppilas
- Ammattikorkeakoulututkinto
- Korkeakoulututkinto

3. Miten varaat matkasi yleensä? *

- Puhelinmyynnistä
- Verkkokaupasta
- Matkamyymlästä tai terminaalista

4. Kuinka usein käytät Eckerö Linen palveluita? *

- Kuukausittain
- 7-11 kertaa vuodessa
- 2-6 kertaa vuodessa
- Kerran vuodessa tai harvemmin
- Olen käyttänyt Eckerö Linen palveluita vain kerran

5. Tunnetko henkilökohtaisesti virolaisen henkilön/henkilöitä? *

- Kyllä
- En

6. Miten luonnehtisit suhtautumistasi virolaisiin? *

- Myönteinen
- Neutraali
- Kielteinen

7. Miten suhtaudut, kun kuulet asiakaspalvelijan puhuvan suomea virolaisella korostuksella? *

- Myönteisesti
- Neutraalisti
- Kielteisesti

8. Oletko saanut Eckerö Linen puhelinpalvelusta palvelua virolaiselta virkailijalta? *

- Kyllä
- En
- En tiedä

9. Onko suhtautumisesi virolaisia kohtaan muuttunut, saatuasi virolaista puhelinpalvelua? *

- Kyllä, myönteisempään suuntaan
- Kyllä, kielteisempään suuntaan
- Ei

10. Millainen virolaisten virkailijoiden palvelutyyli on mielestäsi? *

Täysin eri mieltä Jokseenkin eri mieltä Jokseenkin samaa mieltä Täysin samaa mieltä

Ystävällinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kohtelias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kiireinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Välinpitämätön	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Mikä seuraavista luonnehdinnoista kuvaa parhaiten kokemustasi virolaisesta palvelusta? *

- Myönteinen kokemus
- Myönteinen yllätys
- Kielteinen kokemus
- Pettymys

12. Saadessasi palvelua virolaiselta virkailijalta *

Täysin eri mieltä Jokseenkin eri mieltä Jokseenkin samaa mieltä Täysin samaa mieltä

Koitko tullesesi ymmärretyksi?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saitko asiasi hoidettua?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oliko palvelu sujuvaa?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olitko tyytyväinen palveluun?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Jos puhelu ei sujunut toivomallasi tavalla, mistä se mielestäsi johtui?

Seuraavaksi esitetään väittämiä, valitse itsellesi sopivin vaihtoehto.

14. Sain virolaiselta virkailijalta arvokasta lisätietoa Tallinnasta tai Virosta, jota en todennäköisesti olisi suomalaiselta virkailijalta saanut *

Täysin eri mieltä Jokseenkin eri mieltä Jokseenkin samaa mieltä Täysin samaa mieltä

15. Virolaisen virkailijan heikko suomen kielen taito haittasi palvelutilannetta *

Täysin eri mieltä Jokseenkin eri mieltä Jokseenkin samaa mieltä Täysin samaa mieltä

16. Virolaisen virkailijan suomalaisesta eroava puhenopeus ja -tyyli tekivät palvelusta epäystävällisen kuuloista *

Täysin eri mieltä Jokseenkin eri mieltä Jokseenkin samaa mieltä Täysin samaa mieltä

17. Virolaisen virkailijan tapa esittää asiat suoraan hämmensi minua *

Täysin eri mieltä Jokseenkin eri mieltä Jokseenkin samaa mieltä Täysin samaa mieltä

18. Minua palvelevan virkailijan kansallisuudella ei ole minulle merkitystä *

Täysin eri mieltä Jokseenkin eri mieltä Jokseenkin samaa mieltä Täysin samaa mieltä

19. Suomalainen ja virolainen kulttuuri eroavat paljon toisistaan *

Kulttuurilla tarkoitetaan esimerkiksi tietyn kansallisuuden keskuudessa esiintyviä kieltä ja puhetyyliä, käyttäytymismalleja, tapoja ja arvoja.

Täysin eri mieltä Jokseenkin eri mieltä Jokseenkin samaa mieltä Täysin samaa mieltä

20. Olen muodostanut käsitykseni virolaisista sen mukaan, miten virolaisiin suhtaudutaan yleisesti Suomessa *

Täysin eri mieltä Jokseenkin eri mieltä Jokseenkin samaa mieltä Täysin samaa mieltä

21. Aikaisemmat kokemukseni virolaisista vaikuttavat suhtautumiseeni virolaista palvelua kohtaan *

Täysin eri mieltä Jokseenkin eri mieltä Jokseenkin samaa mieltä Täysin samaa mieltä

22. Virolaisen virkailijan tulisi puhua lähes täydellistä suomea palvellessaan suomalaisia *

Täysin eri mieltä Jokseenkin eri mieltä Jokseenkin samaa mieltä Täysin samaa mieltä

23. Oma tunnetilani (hyvä päivä/huono päivä) vaikuttaa kokemukseeni saamastani palvelusta *

Täysin eri mieltä Jokseenkin eri mieltä Jokseenkin samaa mieltä Täysin samaa mieltä

24. Minulle on erityisen tärkeää saada suomalaista palvelua *

Täysin eri mieltä Jokseenkin eri mieltä Jokseenkin samaa mieltä Täysin samaa mieltä

Matkaa varattaessa
Laivalla

25. Kuinka kauan olet valmis jonottamaan puhelinpalvelua? *

- Alle 5 min
- 5-10 min
- 10-15 min

26. Kuinka kauan olisit valmis jonottamaan puhelimesta saadaksesi suomalaista palvelua? *

- Alle 5 min
- 5-10 min
- 10-15 min

27. Miksi suomalaisen palvelun saaminen on tärkeää tai ei ole tärkeää?