

Kotimaisten aktiviteettiyritysten tyytyväisyys ja tarpeet sähköisiin järjestelmiin

Jarno Vierikko
Teemu Ylönen

Opinnäytetyö
Toukokuu 2015

Matkailun koulutusohjelma
Matkailu-, ravitsemis ja talousala



JYVÄSKYLÄN AMMATTIKORKEAKOULU
JAMK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



| | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|
| Tekijä(t) Vierikko, Jarno Ylönen, Teemu | Julkaisun laji Opinnäytetyö | Päivämäärä 11.05.2015 |
| | Sivumäärä 53 | Julkaisun kieli Suomi |
| | | Verkojulkaisulupa myönnetty: x |
| Työn nimi Kotimaisten aktiviteettiyritysten tyytyväisyys ja tarpeet sähköisiin järjestelmiin | | |
| Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma | | |
| Työn ohjaaja(t) Viitasaari, Mikael | | |
| Toimeksiantaja(t) BlockWare Oy | | |
| Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää kotimaisten matkailualan aktiviteettipalveluja tarjoavien yritysten tyytyväisyys ja tarpeet sähköisiin järjestelmiin. Tavoitteena oli selvittää kvantitatiivisen tutkimuksen avulla, mitä järjestelmiä yrityksillä on käytössään ja kuinka hyödyllisiksi he kokevat kyseiset järjestelmät yritystoiminnalleen. Lisäksi tavoitteena oli tutkia mikä järjestelmissä on hyvää tai huonoa. Tarkoituksena oli myös saada selville, miksi jotkut yritykset eivät käytä sähköisiä järjestelmiä, kuinka ne ovat hoitaneet asiat sähköisten järjestelmien sijaan ja minkälaisille järjestelmille yrityksillä olisi tarvetta.</p> <p>Määrällinen tutkimus toteutettiin webropol-kyselyn avulla, ja kysely lähti yhteensä 300 yritykselle. Tutkimukseen osallistuneet yritykset olivat ympäri Suomea, ja tavoitteena oli saada vastauksia mahdollisimman monelta, palvelutarjonnaltaan erilaiselta yritykseltä. Kyselyn vastaukset analysoitiin Microsoft Wordin, Microsoft Excelin ja SPSS-analysointiohjelman avulla.</p> <p>Kyselyssä kävi ilmi, että suuri osa aktiviteettiyrityksistä käyttää jotakin sähköistä järjestelmää. Suosittuja järjestelmiä olivat mm. kassa- ja laskutusjärjestelmät, ajanvaraus-, verkko-kauppa-, asiakashallinta- ja vuokrausjärjestelmät. Järjestelmien käyttöaika jakautui melko tasaisesti eri järjestelmien kesken. Suurin osa yrityksistä, joilla ei ole käytössään mitään sähköistä järjestelmää, vastasi puuttumisen syyksi tiedon puutteen tarjolla olevista järjestelmistä ja niiden saatavuudesta sekä taloudelliset syyt.</p> <p>Opinnäytetyön tutkimustuloksista saatiin selville arvokkaita tietoja, jotka antavat toimeksiantajalle lisäarvoa ja auttavat tunnistamaan potentiaaliset asiakkaat.</p> | | |
| Avainsanat (asiasanat) Sähköiset järjestelmät, aktiviteettimatkailu, tyytyväisyys, hyödyllisyys, kvantitatiivinen tutkimus | | |
| Muut tiedot | | |



| | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------|
| Author(s) Vierikko, Jarno Ylönen, Teemu | Type of publication Bachelor's thesis | Date 11.05.2015 |
| | Number of pages 53 | Language of publication: Finnish |
| Permission for web publication: X | | |
| Title of publication Satisfaction and needs regarding electronic systems of domestic activity companies | | |
| Degree programme Degree programme in Tourism | | |
| Tutor(s) Viitasaari, Mikael | | |
| Assigned by BlockWare Oy | | |
| Abstract <p>The purpose of the Bachelor's thesis was to find out the satisfaction and needs regarding electronic systems among the domestic tourism activity companies. The aim was to find out by a quantitative research what kind of electronic systems the companies were using and how useful they considered the systems. Another objective was to clarify what was good and bad in the systems. In addition, the reason why some companies did not use electronic systems and how they had taken care of the matters instead was examined.</p> <p>The quantitative research was made by Webropol survey which was sent to 300 companies all over the country. The aim was to receive responses and information from the companies that had different services supply. The responses were analyzed by using Microsoft Word, Microsoft Excel and SPSS-system.</p> <p>The research revealed that most of the companies were using some electronic system. Popular ones were a cash and billing system, appointment systems, online store, customer management system and rental system. The time allocated to different systems in question was distributed evenly. The lack of knowledge and the availability of available systems were the two most common reasons behind the fact why some companies were not using any electronic system. Financial reasons were also one of the big reasons.</p> <p>The results of the study produced a great deal of valuable information that will help the commissioner to obtain added value and help them to recognize potential customers.</p> | | |
| Keywords/tags (subjects) Electronic systems, activity tourism, satisfaction, usefulness, quantitative research | | |
| Miscellaneous | | |

Sisältö

| | |
|-----------------------------------------------------------------|-----------|
| 1 Johdanto | 4 |
| 2 Aktiviteettimatkailu käsitteenä..... | 6 |
| 3 Matkailualan sähköiset järjestelmät | 7 |
| 3.1 Varausjärjestelmät | 9 |
| 3.2 Maksuliikenne, kassajärjestelmät ja verkkokauppa | 9 |
| 3.3 Toiminnanohjaus- ja asiakashallintajärjestelmä | 13 |
| 4 Tutkimusasetelma | 15 |
| 4.1 Tutkimusmenetelmä ja aineistonkeruu..... | 16 |
| 4.2 Tutkimuskysymykset | 18 |
| 4.3 Tutkimuksen tarkoitus ja tavoite | 19 |
| 5 Tutkimuksen toteutus | 21 |
| 5.1 Kohderyhmän rajaus | 22 |
| 5.2 Webropol-kysely | 22 |
| 6 Tutkimuksen tulokset | 23 |
| 6.1 Kyselyn tulokset | 23 |
| 6.2 Sähköisiä järjestelmiä käyttävät yritykset..... | 25 |
| 6.3 Sähköisten järjestelmien hyöty kohdeyrityksille | 34 |
| 6.4 Järjestelmien hyvät ja huonot puolet..... | 38 |
| 6.5 Yritysten tiedonkeruu tarjolla olevista järjestelmistä..... | 39 |
| 6.6 Yritysten palvelutarjonnan aktiviteetit | 41 |
| 6.7 Tutkimukseen vastanneiden yritysten koko | 43 |
| 7 Pohdinta | 44 |

| | |
|--------------------------------------|-----------|
| Lähteet | 49 |
| Liitteet | 51 |
| Liite 1. Sähköinen kyselylomake..... | 51 |

Kuviot

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Kuvio 1. Verkkokaupan suurimmat tuoteryhmät prosentteina Suomessa vuonna 2013 | 12 |
| Kuvio 2. Toiminnanohjausjärjestelmien kehitys..... | 14 |
| Kuvio 3. Käyttääkö yritys jotakin muuta sähköistä järjestelmää kuin sähköpostia..... | 25 |
| Kuvio 4. Ajanvarausjärjestelmien käyttö | 26 |
| Kuvio 5. Majoitusvarausjärjestelmien käyttö..... | 27 |
| Kuvio 6. Kassa- ja laskutusjärjestelmien käyttö..... | 28 |
| Kuvio 7. Vuokrausjärjestelmien käyttö | 29 |
| Kuvio 8. Verkkokaupan käyttö | 30 |
| Kuvio 9. Asiakashallintajärjestelmien käyttö | 31 |
| Kuvio 10. Sisäisen toiminnanohjausjärjestelmän käyttö | 32 |
| Kuvio 11. Jonkin muun järjestelmän käyttö | 33 |
| Kuvio 12. Mistä yritykset saavat tietoa tarjolla olevista sähköisistä järjestelmistä..... | 39 |
| Kuvio 13. Mistä yritykset saavat tietoa tarjolla olevista sähköisistä järjestelmistä..... | 40 |
| Kuvio 14. Mitä aktiviteetteja yritykset tarjoavat..... | 41 |
| Kuvio 15. Mitä aktiviteetteja yritykset tarjoavat..... | 42 |
| Kuvio 16. Tutkimukseen vastanneiden yritysten koko | 43 |

Taulukot

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------|----|
| Taulukko 1. Kuinka hyödyllisenä yritykset kokevat käyttämänsä järjestelmät | 35 |
| Taulukko 2. Miksi yritykset eivät käytä sähköisiä järjestelmiä | 36 |

1 Johdanto

Maailma muuttuu, sähköisen liiketoiminnan osuus bisnesmaailmassa kasvaa kovaa vauhtia, ja vanhoista tavoista ollaan luopumassa kokonaan. Yhä useammalla yrityksellä ympäri maailman on käytössään sähköpostin lisäksi jokin muu sähköinen järjestelmä, jota käytetään päivittäin. Erilaisten sähköisten järjestelmien avulla yritykset voivat hoitaa muun muassa varauksia, myyntiä, markkinointia, laskutusta sekä monia muita yritysmaailmaan kuuluvia asioita. Sähköiset järjestelmät ovat erittäin iso osa matkailua, jos ajatellaan jo pelkästään hotellien ja lentojen varaamisia sekä maksamisia. Matkailualan yrityksistä voisi jopa sanoa, että sähköiset järjestelmät ovat tätä nykyä melkein pakollisia. Esimerkiksi verkkokauppa on erittäin oleellinen osa monen matkailualan yrityksen arkipäivää.

Työssä tutkimme ja pohdimme pinnalla olevia ja matkailualan yritysten kannalta tärkeitä sähköisiä järjestelmiä. Tutkimuskyselymme sisältää kysymyksiä juuri näiden järjestelmien käyttämisestä. Kyseinen aihe opinnäytetyönä kiinnosti kovasti, ja aiheen valinta oli helppoa, sillä molemmat opinnäytetyön tekijät ovat olleet tekemisissä erilaisten matkailualan sähköisten järjestelmien kanssa.

Aluksi käsittelemme aktiviteettimatkailua käsitteenä ja pinnalla olevia, matkailualan yrityksille relevantteja sähköisiä järjestelmiä. Teoreettisen pohjan jälkeen käydään läpi tutkimusasetelmaa, tutkimusmenetelmiä, aineistonkeruuta, tutkimuskysymyksiä ja tutkimuksen tarkoitusta sekä tavoitteita. Viidennessä luvussa siirrytään tutkimuksen toteutukseen, jossa kerrotaan tutkimuksen kohderyhmästä ja tutkimusta varten laaditusta tutkimuskyselystä. Kuudes luku sisältää itse tutkimuksen tulokset, joita havainnollistetaan erilaisten kuvioiden ja taulukoiden avulla. Lisäksi analysoidaan tavoitteiden toteutumista ja tutkimuksen onnistumista prosessina.

Opinnäytetyön toimeksiantaja on BlockWare Oy, ja yhteyshenkilönä toimeksiantajan puolelta toimii Tomi Virtanen, joka vastaa yrityksen myynnistä ja asiakkuuksista. BlockWare Oy on vuonna 2011 perustettu jyvaskyläläinen yritys, ja sen henkilöstöön kuuluu kolme työntekijää.

Yritys sai alkunsa perustajien tyytymättömyydestä käytössä oleviin järjestelmiin. Tekniikka ja mahdollisuudet kehittyivät vuosi vuodelta, mutta järjestelmät eivät pysyneet kehityksen mukana. Asialle täytyi siis tehdä jotain, ja niin yritystoiminta sai alkunsa. (BlockWare, Yritys.) Yhteistyö toimeksiantajan kanssa toimi moitteettomasti koko opinnäytetyön teon ajan.

2 Aktiviteettimatkailu käsitteenä

Vuorisen (2003, 15) mukaan matkailu on ihmisten liikkumista ja toimintaa vakinaisen asuin- ja työympäristönsä ulkopuolella. Se on myös lähtö- ja kohdealueiden välistä vuorovaikutusta, jossa toisena osapuolena ovat matkailijoita palvelevat yritykset ja organisaatiot. Matkailu käsitteenä on todella laaja, ja siitä on monia eri määritelmiä. Erilaiset taloudelliset määritelmät tulkitsevat matkailua sekä liiketoimintana (business) että elinkeinona (industry). Teknisten määritelmien mukaan matkailu ja matkailijat rajataan tilastollisesti, mikä on välttämätöntä muun muassa alueellisten vertailujen, kehityksen seurannan, suunnittelun ja aluepolitiikan kannalta. Matkan tarkoitus voi olla loma- ja vapaa-ajan matka, työ- ja liikematka tai jossakin muussa tarkoituksessa tehty matka. Loma- ja vapaa-ajan matkojen motiiveja ovat tässä luokituksessa esimerkiksi virkistys, urheilu ja kulttuuritapahtumat. Myös ystävien ja sukulaisten tapaamisella on varsin tärkeä asema loma- ja vapaa-ajan matkailussa. Työ- ja liikematkailu on puolestaan jaettu kokous- ja kannustematkailuun, varsinaiseen työmatkailuun ja ”muuhun työmatkailuun”. Muissa tarkoituksissa tehtyihin matkoihin kuuluvat mm. opintomatkat, uskuntoon liittyvät matkat (pyhiinvaellusmatkat), terveyden hoitoon liittyvät matkat ja kauttakulkuun liittyvät matkat. (Vuorinen 2003, 15–17.)

Aktiviteettimatkailun ominaispiirre on se, että se sisältää aina fyysisen aktiiviteetin harjoittamisen. Aktiviteetti on loman tärkein sisältö. Aktiviteettimatkailijan suurin syy lähteä kyseiselle lomalle on vähintään yhden, yleensä useamman aktiiviteetin harrastaminen loman aikana. Aktiviteetti voi olla muun muassa melontaa, pyöräilyä, vaeltamista tai muuta liikkumista ympäristöstä riippumatta. Aktiviteettimatkan aikana liikutaankin usein paikasta toiseen esimerkiksi pyörällä tai kävellen. Näin ollen aktiviteettimatkailu on osa liikunta-

seikkailu- ja luontomatkailua. (Räsänen & Saari 2004, 9-10.) Matkailualan aktiviteettiyrityksiin kuuluvat ne yritykset, jotka tarjoavat päivittäisessä toiminnassaan aktiviteetteja kuluttajille.

3 Matkailualan sähköiset järjestelmät

Matkailualan sähköisillä järjestelmillä tarkoitetaan kaikkia niitä järjestelmiä, joita alan yritykset käyttävät sähköisesti liiketoimintansa apuna ja sen kehittämiseksi. Siihen luetaan kuuluviksi esimerkiksi varaus- ja majoitusjärjestelmät, kassa-, laskutus- ja tilitysjärjestelmät, verkkokauppa ja asiakashallinnointi. Erilaiset järjestelmät mahdollistavat muun muassa asiakkaiden hallinnan kokonaisuuksina, minkä ansiosta palvelu nopeutuu ja esimerkiksi laskutus on helpompaa ja kätevämpää. Kun yhdellä ohjelmistolla pystytään hoitamaan monta asiaa kerralla, jopa kaikkia yrityksen jokapäiväisiä töitä, se mahdollistaa entistä tehokkaamman palvelun. Koulutukseenkaan ei kulu niin paljon voimavaroja, kun tarvitsee opetella vain yksi yhteinen järjestelmä. Ohjelmiston ohjeet ovat nykypäivänä selkeät, ja ne on havainnollistettu mahdollisimman yksinkertaisiksi oppia. (Rastas ym. 2013.)

Teknologian kehitys on viimeisten vuosien aikana ollut vauhdikasta, eikä hidastumisesta ole merkkejä. Yrittäjien muutenkin kiireistä arkea ei auta se tosiasia, että nykypäivänä kotisivujen ylläpito-osaamisen ja päivittämisen lisäksi olisi hyvä olla jo kokonaiskäsitys hakukoneiden toimintaperiaatteista, sosiaalisen median luonteesta ja sen hyödyntämisestä sekä ideoita avoimeen ja mielenkiintoiseen sisällöntuotantoon, unohtamatta verkkokaupan sekä sähköisten työntekijä- ja asiakashallintajärjestelmien tärkeyttä. Erilaiset yhteisölliset palvelut ja sähköiset järjestelmät ovat tulleet jäädäkseen, eikä paluuta menneeseen enää ole. Tulevaisuuskin on tässä vaiheessa jo selvillä: mobiili. Nykyään

maailmanlaajuisesti myydään jo enemmän mobiililaitteita kuin henkilökohtaisia tietokoneita. (Ahonen 2012.)

Useimmat yrittäjät ovat jo oppineet ja sisäistäneet sähköisten järjestelmien hyödyt ja edut liiketoiminnassaan, mutta vielä nykyäänkin etenkin vanhemmissa ja perinteisissä yrityksissä on huomattavissa vastahakoisuutta uuteen malliin siirtymisessä. Varsinkin maaseutumatkailussa iso osa yrityksistä ei vielääkään rohkene hyödyntää sähköisten järjestelmien ja markkinoinnin tuomia etuja. Keski-Suomen maakunnassa toteutettu sosiaalisen median käytön esteisiin liittyvästä kartoituksesta käy ilmi, että jotkin alueen matkailuyrityksistä eivät näe sähköistä markkinointia ja myyntiä kustannustehokkaana, vaan se koetaan jopa henkilökohtaisen palvelun vastakohtana, ikään kuin aidon asiakaspalvelun vastakohtana. Täytyy kuitenkin muistaa, että yrityksen toiminnan on mukauduttava asiakkaiden vaatimuksiin ja vaikutettava siellä, missä asiakkaat ovat. "Vaikka maaseutumatkailupalvelu olisikin aito, rustiikkinen, romanttinen ja perinteitä vaaliva, se ei tarkoita sitä, että yrityksen teknisten palvelujen, markkinoinnin ja myynnin pitäisi olla vanhanaikaisia. Sen sijaan yrityksen tulee olla avoin ja helposti saavutettava." (Ahonen 2012.) Sähköiset järjestelmät auttavat yritystä saavuttamaan juuri sen, mitä pitääkin. Osviittaa antaa hyvin myös se, että jo lähes puolet, eli 42 % eurooppalaisista nettikäyttäjistä vieraili matkailusivustolla marraskuussa 2012 käyttäen keskimäärin 23,4 minuuttia aikaansa näillä sivustoilla. (Radwanick 2013.) Yrittäjien tulisi tällaisista tutkimuksista ja luvuista ymmärtää, että heidän sivustoillaan vierailee potentiaalisia asiakkaita päivittäin, myös ulkomailta. Asiakkaat ovat sähköisessä mediassa, mikseivät siis yrityksetkin?

3.1 Varausjärjestelmät

Yrityksellä voi olla käytössään useita erilaisia varausjärjestelmiä. Kotimaiset matkailualan aktiviteettiyritykset hallitsevat nykypäivänä esimerkiksi ajanvaraukset, majoitusvaraukset, tuntivaraukset, kurssivaraukset, tilavaraukset, resurssivaraukset ja vuokraukset erilaisten järjestelmien avulla. (Enkora 2013.)

Yritykset ovat ottaneet järjestelmät käyttöönsä parantaakseen palvelujaan ja tulostaan. Esimerkiksi ajanvaraus internetin kautta on innovatiivinen tapa parantaa yritystoiminnan tehokkuutta. Erityisesti asiakaspalveluammateissa paljon aikaa kuluu palvelun ajankohtien varaamiseen asiakkaille. Erilaisten sovellusten ja järjestelmien avulla asiakashallinta on nopeampaa ja helpompaa. (Ajas 2014.) Tuoreimpina uudistuksina varausjärjestelmissä ovat mobiililaitteisiin suunnitellut ja sovelletut järjestelmät, joiden avulla esimerkiksi majoituksen varaaminen puhelimen tai tabletin kautta käy kätevästi.

Lisäksi online-varausjärjestelmän reaaliaikaisuus on yksi iso syy, miksi asiakkaalle on helpompaa tehdä erilaisia varauksia sähköisesti. Varatessaan esimerkiksi majoitusta asiakas näkee reaaliajassa, milloin ja mitä huonetyyppejä on varattavissa ja millä hinnalla. Sen jälkeen varaus on vahvistettavissa välittömästi ja varaus on valmis. Vastaavasti järjestelmää, joka perustuu varauspyyntöön ja varaus vahvistetaan esimerkiksi sähköpostilla tai puhelimella jälkikäteen, kutsutaan offline-järjestelmäksi tai -varaukseksi. (Valorinta 2008.) Tällainen järjestely ei nykypäivänä ole enää interaktiivista eikä tehokasta kummankaan osapuolen kannalta.

3.2 Maksuliikenne, kassajärjestelmät ja verkkokauppa

Yrityksen taloushallinnossa maksuliikenne tarkoittaa sekä maksutapahtumien välitystä pankkien ja yrityksen taloushallintojärjestelmän välillä että maksutapahtumien käsittelyä taloushallintojärjestelmissä (Lahti & Salminen 2008, 109).

Suomessa maksuliikenne onnistuu kätevästi pankkien ja yritysten välillä. Sähköiset kassajärjestelmät ja sähköinen maksuliikenne ovat tätä päivää ja kotimaisille matkailualan yrityksille elintärkeitä. Kassajärjestelmät koostuvat yleensä useasta eri toiminnosta. Yksi kassajärjestelmän päätehtävistä on luoda tositteita. Kassajärjestelmästä saatavia tositteita ovat muun muassa käteis- ja maksukorttikuitit, kassasta oton korjauskuitit, tilityskuitit, laskut ja hyvityslaskut ja kassantarkastustositteet. Kyseiset tositteet perustuvat erilaisten järjestelmien hyväksymiin maksutapoihin, jotka yleensä ovat korttimaksu, käteismaksu ja laskutus. (Jaatinen 2012, 18–19.)

Sähköinen liiketoiminta on kasvanut valtavasti, ja sen vuoksi verkkokaupat ovat erittäin yleisiä. Verkon käytössä on monenlaista hyötyä liiketoimintaa harjoitettaessa.

Internetin mahdollistamaa liiketoimintaa sanotaan verkkoliiketoiminnaksi (e-business). Verkkoliiketoimintaa on kaikki liiketoiminta, jossa käytetään verkkopohjaisia teknologioita asiakkaiden palvelemiseen. Siihen kuuluvat esimerkiksi sähköinen asiointi, intranetit ja extranetit, sisällönhallinta ja sähköpostimarkkinointi. Verkkomainonta ja digitaaliset tuotteet ovat erittäin hyvä esimerkki siitä, että verkossa syntyy koko ajan uusia liiketoimintamalleja.

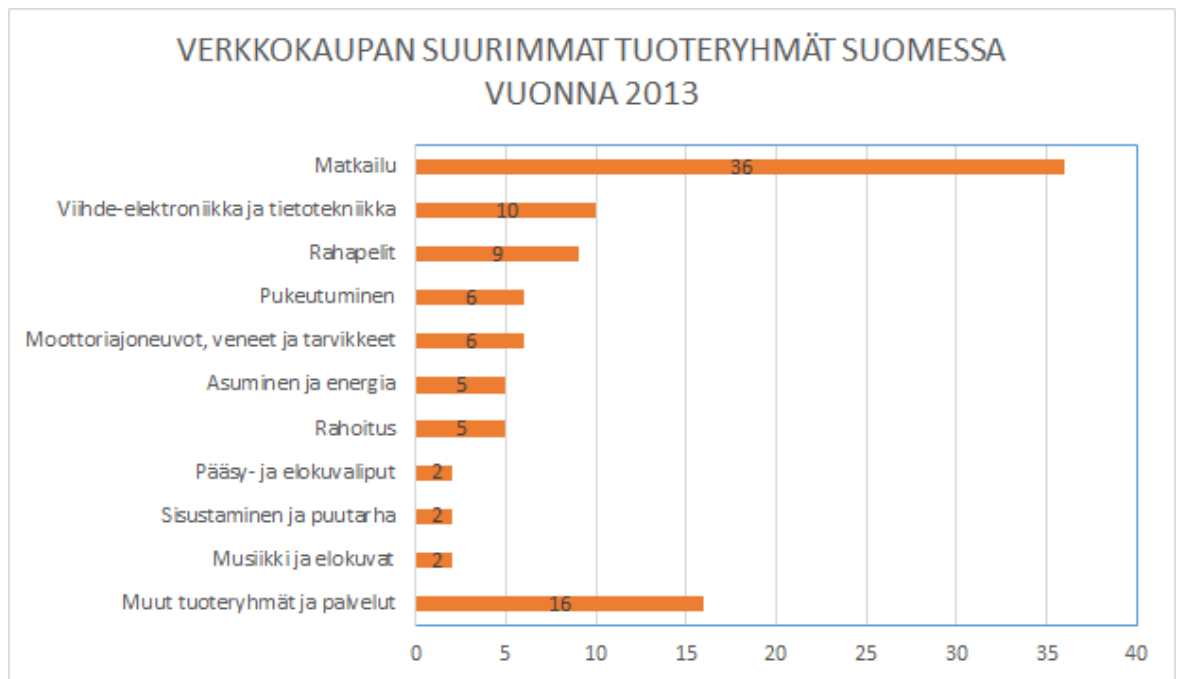
(Combe 2006, 1.) Verkkokauppa (e-commerce) on sähköistä kaupankäyntiä, ja se on yksi verkkoliiketoiminnan osa-alueista. Verkkokaupassa tuotteiden ja palveluiden ostaminen, myyminen ja maksaminen tapahtuu verkossa. Verkkokauppa on olennainen osa verkkoliiketoimintaa, mutta kaikki verkkoliiketoiminta ei ole verkkokauppaa. Ero näiden kahden välillä on se, että verkkokaupassa eli sähköisessä kaupankäynnissä ostetaan ja maksetaan tuotteita ja palveluita. (TIEKE Verkkokauppaopas 2015, 17.)

Verkkokaupan hahmottamisessa on hyvä vertailla verkkokauppaa ja perinteistä myymälämyyntiä. Myymälämyynnissä asiakas menee kauppaan, valitsee tuotteen myyjän asiantuntemusta hyödyntäen ja ostaa sen jälkeen kassalta.

Verkkokaupassa asiakas puolestaan tekee tilauksen verkkokauppasivuston kautta, maksaa sen verkkomaksuna tai luottokortilla ja saa tilauksen kotiinsa tai postiin tietyn ajan kuluessa. (TIEKE Verkkokauppaopas 2015, 17.)

Maailma globalisoituu, verkottuu ja digitalisoituu todella kovaa vauhtia. Verkosta on tullut erittäin suosittu paikka ostosten tekemiseen. Kaupan alan toiminta muuttuu, ja yrittäjien täytyy tulevaisuudessa varautua siihen. Kasvunvaraa on vielä, sillä verkkokaupan osuus koko vähittäiskaupasta oli vuonna 2013 vain 8 prosenttia. Vuosien 2011–2014 välillä verkkokauppa kasvoi Suomessa viidenneksen. Tämän päivän asiakkaat haluavat enemmän, ja näin odotukset ovatkin korkealla. Verkkokaupoilta vaaditaan sujuvaa toimintaa. Ostoprosessin tulee olla virheetön, asiakkaat haluavat edullisia tuotteita, nopeita toimituksia ja täydellistä asiakaspalvelua. Monessa yrityksessä joudutaan pohtimaan, miten liiketoiminta saadaan sovitettua uuteen digitaaliseen aikaan ja asiakaslähtöiseen ajatteluun. Toisaalta verkkomyynti tarjoaa pienemmillekin yrityksille uudenlaisia mahdollisuuksia myydä tuotteita helposti vaikka koko Euroopan laajuisesti. Siksi yrittäjien täytyy olla rohkeita ja luottaa itseensä sekä liiketoimintaansa. (TIEKE Verkkokauppaopas 2015, johdanto.)

Suomessa matkailulla on iso osa verkkokaupan tuoteryhmissä (kts. Kuvio 1). Matkailun osuus on peräti 36 %, mikä on tuoteryhmistä selkeästi eniten. Matkojen, vuokraukset ja muut varaukset hoidetaan ja ostetaan suurimmaksi osaksi verkon ja verkkokaupan kautta, mikä kuvaa hyvin sähköisen liiketoiminnan tärkeyttä ja asemaa tänä päivänä.



Kuvio 1. Verkkokaupan suurimmat tuoteryhmät prosentteina Suomessa vuonna 2013 (TIEKE Verkkokauppaopas 2015, 13.)

Suomessa tieto- ja taitotaso ovat riittävät. Tarvitaan kuitenkin asiakaslähtöistä asennemuutosta ja parempaa markkinointia. Tällä tavoin suomalaiset verkkokaupparytykset menestyvät myös kansainvälisesti. Viime vuosina on keskusteltu, että näinkin osaavan ja kehittyneen valtion kuin Suomen, ja suomalaisten yritysten pitäisi olla digitaalisessa maailmassa edelläkävijän asemassa eikä oppijan roolissa. Tällöin pystytään luomaan uusia työpaikkoja ja uudistamaan yhteiskuntaa. Verkkokauppa-alalla on iso mahdollisuus luoda Suomeen uusia työpaikkoja millä tahansa alalla. (TIEKE Verkkokauppaopas 2015, johdanto.)

Verkossa maantieteellisten rajojen merkitys vähentyy, ja se mahdollistaa kaupan käynnin maailmanlaajuisesti, jolloin kauppaa voidaan käydä nopeammin ja tehokkaammin. Verkkokaupan suosiosta kertoo myös se, että 2000-luvun ensimmäisen vuosikymmenen loppuun mennessä melkein kaikki suuret vähittäismyyntiä tekevät yhtiöt ylläpitivät verkkokauppaa. Ne tekivät sitä joko päätoimisena työnä tai muun toimintansa ohella. 2000-luvulla myös pienet ja keskisuuret yritykset ovat tuoneet tuotteitaan tarjolle verkkoon. Se tarkoittaa

kilpailun lisääntymistä ja uusien työpaikkojen syntymistä. (TIEKE Verkkokauppaopas 2015, Mitä on verkkokauppa?.)

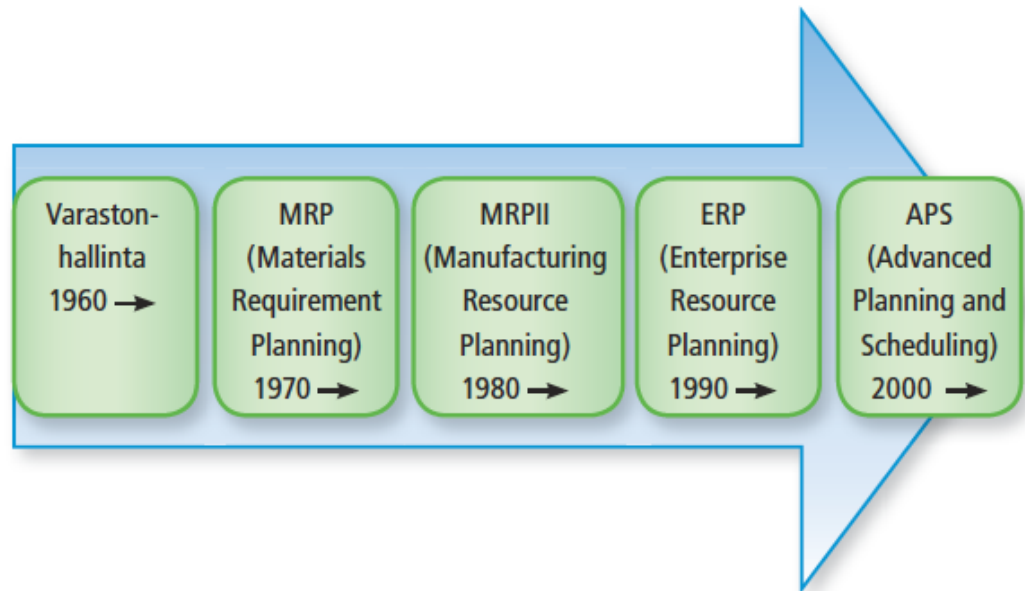
3.3 Toiminnanohjaus- ja asiakashallintajärjestelmä

Toiminnanohjaus- ja asiakashallintajärjestelmät ovat ajanvaraus-, majoitusvaraus-, verkkokauppa- ja kassajärjestelmien rinnalla tärkeitä monelle matkailualan yritykselle. Sisäinen toiminnanohjaus helpottaa sekä yrityksen johdon että työntekijöiden toimintaa työpaikoilla. Matkailualalla asiakkaiden tärkeyttä ei voi sanoin kuvailla. Tavoite on saada mahdollisimman monesta asiakkaaksi kanta-asiakas, jolloin yritystoiminnan jatkuvuus voidaan taata.

Toiminnanohjausjärjestelmät ovat kehittyneet vuosien saatossa. Ensimmäisiä toiminnanohjausjärjestelmiä on otettu käyttöön jo 60-luvulla, eli niillä on pitkä historia. Nykymuotoisten ERP-järjestelmien juuret juontavat juurikin 60-luvulla kehitettyihin varastonseurantaohjelmistoihin. Ohjelmistot olivat yritysten itsensä tai erikoistuneiden palveluntarjoajien kehittämiä, melko yksinkertaisia varastonseurantatyökaluja. Ohjelmistot kehitettiin yrityksen tarvetta vastaaviksi tuotteiksi. (Kettunen & Simons 2001, 46.)

Materiaalitarvesuunnittelun tai -laskennan (Materials Requirement Planning, MRP) järjestelmät yleistyivät 1970-luvulla. Kehitys jatkui nopeasti, ja 1980-luvulla järjestelmiin liitettiin myös varaston-, tuotannon- ja jakelunhallinta. 1990-luvulla tuotannonohjaus korostui erittäin paljon. Silloin järjestelmiin liitettiin henkilöstön-, projektin- ja taloushallinta sekä sähköinen kaupankäynti. Kehitys jatkui, ja 2000-luvulla mentiin kohti suunnittelu- ja aikataulutussjärjestelmää (Advanced Planning and Scheduling, APS). Tämän järjestelmän tarkoitus on luoda ennusteita ERP:n historiadatasta ja siirtää suunnitelmansa sitten takaisin ERP-järjestelmään. Näin ollen APS ja MRP-/ERP-järjestelmät ovat kytettyjä toisiinsa. (Toiminnanohjausjärjestelmä 2013.) Alla olevassa kuviossa

selvennetään toiminnanohjausjärjestelmien kehitystä 1960-luvulta aina 2000-luvulle asti.



Kuvio 2. Toiminnanohjausjärjestelmien kehitys (Toiminnanohjausjärjestelmä 2013)

Toiminnanohjausjärjestelmät tukevat suunnittelua. ERP auttaa sekä strategisissa että operatiivisissa toiminnoissa, kuten myynnin ja valmistuserien suunnittelussa. ERP-järjestelmä yhdistää yrityksen keskeiset toiminnot, prosessit, kirjanpidon ja toimintatavat. On erittäin tärkeää varmistua siitä, että toiminnanohjausjärjestelmä sopii oman organisaation käyttöön. Myös henkilöstön sitouttaminen uudistukseen on tärkeää: Mikäli henkilöstö ei ole täysin motivoitunut uuden järjestelmän hyödyntämiseen työssä, sen käyttöönotto hidastuu merkittävästi tai se tulee jopa mahdottomaksi. (Toiminnanohjausjärjestelmä 2013.)

Asiakashallinnalla (Customer Resource Management, CRM) tarkoitetaan toimintatapaa, jolla organisaatio kehittää myyntiä, markkinointia ja asiakaspalvelua. Normaalissa asiakashallinnan kehityshankkeessa asiakkuuden hallinnan eri osa-alueita tarkastellaan omina kokonaisuuksinaan. Asiakashallintaa

täytyy kehittää ja kehittäminen aloitetaankin usein myynnistä tai asiakaspalvelusta. Markkinoinnin tärkeys on myös ilmeinen, joten asiakashallinnan kehittämisen voi aloittaa myös siitä. Asiakashallinnassa kokonaisuuden katominen on tärkeää ja aloittaa kannattaa sieltä mistä saadaan mahdollisimman paljon liiketoimintahyötyä lyhyellä tähtäimellä. (ZAPPS 2015, Asiakashallinta ja asiakashallintajärjestelmä.)

Asiakashallintajärjestelmä sisältää asiakkaisiin ja myyntiin liittyviä tietoja. Asiakasrekisteri, markkinointirekisteri ja asiakasviestintään liittyvät tiedot sisältyvät usein erilaisiin asiakashallintajärjestelmiin. Järjestelmän tarkoitus on auttaa yritystä löytämään nämä tiedot mahdollisimman helposti yhdestä paikasta. Asiakashallintajärjestelmän tehtävä on auttaa parantamaan asiakasviestintää ja sen lisäksi tukea myyntiä ja markkinointia. Uusiasiakashankinnan merkitys matkailualan yrityksille on iso ja juuri uusien asiakkaiden hankinnassa asiakashallinnan järjestelmät ovat loistavia apuvälineitä. Tarkoitus on helpottaa asiakkuuksien hallintaa asiakasrekisterien avulla, jotta toimiminen niin sanottujen kanta-asiakkaiden kanssa olisi helpompaa. Toisaalta myös suunnitelmallinen asiakastiedon kerääminen helpottaa uusien myyntimahdollisuuksien tunnistamista nykyasiakkaille. (ZAPPS 2015, Asiakashallinta ja asiakashallintajärjestelmä.)

4 Tutkimusasetelma

Sähköiset järjestelmät ovat tärkeä osa yritysten arkipäivää ja nykyään yrityksillä on käytössään monenlaisia sähköisiä järjestelmiä moniin eri tarkoituksiin. Järjestelmiä löytyy markkinoilta niin helppo- kuin vaikeakäyttöisiäkin, sillä jotkin järjestelmät ovat yksinkertaistettuja ja keskitetty palvelemaan jotain tiettyä asiaa yrityksen arjessa, kun taas osa järjestelmistä on monimutkaisempia niiden monipuolisuuden ja laajuuden vuoksi. Vanhasta ”kynä ja paperi” -kir-

janpidosta ollaan kovaa vauhtia luopumassa kokonaan. Opinnäytetyön toimeksiantajamme työ on luoda sähköisiä järjestelmiä, joilla yritys voi hoitaa helposti ja kätevästi jokapäiväiset tarpeensa. Tutkimuksemme tarkoitus on selvittää matkailualan aktiviteettiyritysten tyytyväisyyttä ja tarpeita sähköisiin järjestelmiin. Minkälaisia järjestelmiä yritykset käyttävät, ovatko he tyytyväisiä käyttämiinsä järjestelmiin ja jos ovat tai eivät ole, niin miksi näin? Tutkimusongelmana voidaan pitää myös sitä, miksi jotkut yritykset eivät käytä sähköpostin lisäksi mitään muita sähköisiä järjestelmiä? Minkälaisia tarpeita heillä mahdollisesti olisi yritystoiminnassaan? Nämä tutkimusongelmat luovat pohjan opinnäytetyömme tekemiselle.

4.1 Tutkimusmenetelmä ja aineistonkeruu

Tutkimusmenetelmillä tarkoitetaan empiirisen tutkimuksen konkreettisia aineiston hankinta- ja analyysimetodeja tai -tekniikoita. Ne voidaan jakaa laadullisiin (kvalitatiivisiin) sekä määrällisiin (kvantitatiivisiin) menetelmiin. (Saukkonen, 2011.) Valitsimme opinnäytetyömme tutkimusmenetelmäksi määrällisen eli kvantitatiivisen menetelmän. Päädyimme kvantitatiivisen tutkimuksen tekoon, sillä opinnäytetyön toimeksiantajan kanssa käytyjen keskustelujen ja tavoitteiden perusteella tulimme siihen tulokseen, että mitä enemmän kotimaisia matkailualan aktiviteettiyrityksiä saisimme mukaan tutkimukseen, sen parempi. Tällöin määrällinen tutkimusmenetelmä antoi analyysimme paremmat lähtökohdat, kuin laadullinen tutkimus.

Kuten Saaranen-Kauppinen ja Puusniekka (2006) verkkojulkaisussaan selventävät, tutkimusaineiston hankinnan lähtökohtana ovat joko tutkimusongelmat tai tutkimustehtävä. Niiden perusteella valitaan aineistonkeruumenetelmät. Vaikka arkistoaineistoja voi käyttää niin primaariaineistona kuin lisä- tai vertailuaineistonakin, tavallisesti halutaan myös hankkia tutkimusta varten oma aineisto, kuten tässä työssä teimme. Tutkimusongelma määrittää keskeisesti

sen, millainen aineisto kerätään tai hankitaan. Esimerkiksi aktiviteettiyritysten sähköisten järjestelmien käyttöä tutkittaessa aineistonkeruu ja tutkittavien valinta riippuu siitä, halutaanko tutkimuksen avulla tietää yleisesti yritysten totumuksista vai vaikkapa jonkin tietyn järjestelmän käytöstä.

Tutkimusotteen valitsemisen jälkeen tulisi ratkaista aineistonkeruuseen liittyvät seikat tarkemmin: Miten ja millaista aineistoa? Kuinka paljon aineistoa on riittävästi ja kuinka valita tutkittavat? Onko aineisto edustavaa? Perinteisiä laadullisen tutkimuksen aineistonhankintamenetelmiä ovat haastattelu ja havainnointi. Näiden lisäksi nykyään käytetään erilaisia valmiita aineistoja tai kerätään eri tavoin kirjoitelmia, kertomuksia tai vastauksia. Yhtenä esimerkkinä kirjallisen aineiston keruusta toimii eläytymismenetelmä. On myös mahdollista valita yhden menetelmän sijaan useampia tapoja, eli harjoittaa triangulaatiota. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka, 2006.)

Aineiston tutkimustamme varten keräsimme sähköisen kyselyn avulla. Laadimme yhteistyössä sekä toimeksiantajan, että ohjaavan opettajamme kanssa kyselyn käyttäen Webropol-työkalua, jonka lähetimme kohdeyrityksille sähköpostitse. Päädyimme sähköisen kyselyn käyttämiseen, sillä mielestämme siten saimme parhaiten saavutettua meille asetetut kohdeyritykset. Sen avulla oli myös paras tavoittaa useita yrityksiä kerralla, koska tutkimusmenetelmänä käytimme kvantitatiivista tutkimusta. Se sopi lisäksi hyvin koko opinnäytetyömme kuvaan; onhan aiheena juuri sähköiset järjestelmät ja niiden käyttäminen.

Tässä opinnäytetyössä emme käyttäneet pohjana valmiita aineistoja, emmekä keränneet tietoa sähköisten järjestelmien käytöstä yritysten aiempien vastausten perusteella, sillä emme löytäneet yhtään aiheeseen sopivaa tutkimusta aiemmilta vuosilta. Toimeksiantajan kanssa käytyjen keskustelujen pohjalta saimme kuitenkin asetettua hyvin tavoitteet aineistonkeruun määrälle ja laajuudelle sekä kohdeyritysten valinnalle.

4.2 Tutkimuskysymykset

Tutkimuksen lähtökohtana voidaan pitää tutkimusongelmaa. Sen lisäksi, että voimme perustella, että jostain aiheesta kannattaa hankkia tietoa, meidän on kyettävä perustelemaan aiheen tutkiminen tieteellistä lähestymistapaa ja tieteellisiä menetelmiä hyväksi käyttäen. Tutkimusongelma sisältää paitsi aiheen tutkimisen mielekkyyden perustelun, myös täsmällisemmällä tasolla tutkimuskysymyksen tai -kysymyksiä, joihin tutkimuksessa haetaan vastauksia. (Saukkonen, 2011) Tässä mielessä tutkimusongelman muotoilemisella ja sen vaatimuksella pyritään myös välttämään informaatioarvoltaan nollatutkimuksen tuottamista eli sellaisen tutkimuksen, jota pidetään tuloksiltaan arvottomana. (Sisättö 1974.)

Tutkimusongelma sen mahdollisine pää- ja osaongelmineen on hyvä kyetä ilmaisemaan kysymysten muodossa. Tämä tekee tutkimuksen lähtökohtien tarkentamisesta selkeämpää ja samalla antaa hyvät edellytykset tarkistaa tutkimuksen kulussa ja lopuksi, päästiinkö todella siihen tavoitteeseen, joka alussa asetettiin. Keskeinen seikka hyvän tutkimuskysymyksen muotoilussa on sen esittäminen teoreettisesti relevantilla tavalla, mikä tarkoittaa samalla koko tutkimusongelman asettamista teoreettiseen viitekehykseen. (Saukkonen 2011.)

Opinnäytetyömme kohdalla tutkimusongelma on selkeä; tiedon puute matkailualan aktiviteettiyritysten sähköisten järjestelmien käytöstä ja tottumuksista. Selkeimmin ongelmasta kertoo se, että aiheesta ei ole löydettävissä aiempia tutkimuksia. Laadimme työmme alussa myös tutkimuskysymykset selkeyttämään tutkimusta sekä tutkimusongelmaa ja olemme pyrkineet pysymään mahdollisimman hyvin kysymysten ytimessä. Tutkimuksemme pohjana on kysymys ”Mitä järjestelmiä aktiviteettiyrittäjillä on käytössään ja mille olisi vielä tarvetta?”. Tämän kysymyksen avulla saimme tietoomme yritysten lähtökohdat sekä tarpeet. Toinen oleellinen kysymys on ”Mikä on kotimaisten

aktiviteettiyritysten tyytyväisyys sähköisiin järjestelmiin?”, jonka avulla pysyimme luomaan itsellemme kuvan siitä, miten yritykset kokevat järjestelmät ja niiden kehityksen.

Tärkeimmät seikat, joihin työllämme haimme vastauksia olivat tyytyväisyys ja tarpeet. Edellämainittujen kysymysten avulla pysyimme tutkimusongelman ytimessä ja ne olivat mielestämme hyvä työkalu työn edetessä. Otimme tietysti huomioon myös yritykset, joilla ei ole käytössään minkäänlaisia sähköisiä järjestelmiä. Heiltä kysyimme muun muassa syitä siihen, miksei heillä ole käytössään järjestelmiä sekä halukkuutta niiden hankkimiseen tulevaisuudessa.

4.3 Tutkimuksen tarkoitus ja tavoite

Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoite kertovat sen, mitä aiotaan selvittää, kehittää, kokeilla tai tuottaa ja miksi. (KAMK, 2010) Tutkimuksen tarkoitusta luonnehditaan yleensä neljän piirteen perusteella. Se voi olla kartoittava, selittävä, kuvaileva tai ennustava. Kartoittava ote etsii uusia näkökulmia, löytää uusia ilmiöitä, selvittää vähän tunnettuja ilmiöitä ja kehittää hypoteeseja. Selittävä ote taas etsii selitystä johonkin tilanteeseen tai ongelmaan ja tunnistaa todennäköisyyden syy-seurausketjuja. Kuvaileva ote sen sijaan esittää tarkkoja kuvauksia henkilöistä, tapahtumista tai tilanteista ja dokumentoi ilmiöistä keskeisiä piirteitä. Ennustava ote sananmukaisesti ennustaa tapahtumia tai ihmisten toimintoja, jotka ovat seurauksena ilmiöistä. (Hirsjärvi ym., 2008.)

Opinnäytetyön tutkimuksen tarkoitus kannattaa pitää selkeänä ja asiaan perehtymisen selkeytymisen kautta se täsmentyy vielä paremmin. Täytyy muistaa, että kaikkea ei voi selvittää yhdessä opinnäytetyössä. Omalla kohdallamme tämä seikka oli myös ajankohtainen, kun alussa tutkimuksen tarkoitus

oli liian laaja ja jouduimme valitsemaan, teemmekö niin sanotun pintaraapaisun laajemmasta kokonaisuudesta vai perehdymmekö tarkemmin johonkin tiettyyn segmenttiin. Päädyimme jälkimmäiseen vaihtoehtoon ja laadimme siis Hirsjärven ym. (2008) mainitseman selittävän tutkimuksen toimeksiantajallemme.

Opinnäytetyön tavoite ilmaisee sen, mitä hyötyä siitä on toimeksiantajalle esimerkiksi liiketoiminnan kehityksen kannalta sekä opiskelijalle itselleen ammatillisen osaamisen kehittämisessä kohti asiantuntijuutta. Tavoite kertoo, kelle ja millaista tietoa, hyötyä tai osaamista opinnäytetyön avulla saavutetaan. Yleisesti ottaen tällaisen työn tarkoituksena on löytää empiirisen tutkimuksen avulla ilmiöiden tai asioiden välisiä säännönmukaisia yhteyksiä. Teorialähtöisessä tutkimuksessa pyritään myös keräämään objektiivista tietoa tarkoin rajatusta kohteesta. (KAMK, 2010.)

Opinnäytetyömme tavoitteena oli kerätä tietoa matkailualan aktiviteettiyritysten tarpeista ja tyytyväisyydestä nykyisiin sähköisiin järjestelmiin, sekä ideoita kuinka järjestelmäpuoli palvelisi organisaatioita parhaalla mahdollisella tavalla. Tutkimuksessa kiinnitimme huomiota etenkin erilaisiin varausjärjestelmiin, kassa- ja laskutusjärjestelmiin, verkkokauppoihin- ja maksamiseen sekä asiakashallintajärjestelmiin. Kartoitimme myös olemassa olevan sähköisen asiakastiedon hyödyntämistä markkinoinnillisesti. Selvitimme, onko yrityksillä käytössään sisäiseen toiminnanohjaukseen soveltuvia sähköisiä ratkaisuja perinteisten sähköpostin ja puhelimen lisäksi. Tutkimukseen haastateltavia yrityksiä valittaessa otimme huomioon, että yritykset edustavat kotimaisen matkailun aktiviteettitoimialaa, ovat kooltaan erilaisia ja harjoittavat toimintaansa eri puolilla Suomea.

Tutkimuksen laatimisesta ja sen tuloksien tarkastelusta hyötyvät sekä toimeksiantaja, että opiskelijat itse. Toimeksiantajan on tarkoitus saada käyttöönsä

työkalu, jonka avulla he pystyvät kartoittamaan tuotteidensa tarvetta matkailualan toimikentällä. Me opiskelijoina saamme opinnäytetyöstä oppeja ja eväitä meitä kiinnostavasta toimialasta ja siellä toimivista yrityksistä. Työn avulla kehitämme ammatillista osaamistamme ja kartutamme taitojamme kohti asiantuntijuutta.

5 Tutkimuksen toteutus

Tässä luvussa käydään läpi opinnäytetyön tutkimusprosessi. Kerromme tutkimustyypin valinnasta, kuinka rajasimme kohderyhmän, mistä löysimme kohdeyritykset ja miten toteutimme tutkimuskyselyn.

Heti projektin alussa päätimme yhdessä opinnäytetyön toimeksiantajan kanssa, että teemme aiheesta kvantitatiivisen kyselytutkimuksen. Tavoite oli saada kontakti mahdollisimman monen yrityksen kanssa. Ensin etsittiin sähköisesti internetistä kotimaisia matkailualan yrittäjiä, jotka tarjoavat aktiviteettipalveluja. Segmenttiin sopivan yrityksen löydyttyä kirjattiin sen yhteystiedot. Näin koottiin lista kaikista yrityksistä, joita kertyi yhteensä 300. Kirjattiin ylös yritysten nimet, osoitteet, sähköpostiosoitteet ja puhelinnumerot. Yrityslista toimitettiin jo tässä vaiheessa toimeksiantajallemme, jotta kyselystä saatujen vastausten perusteella hänen olisi helpompi lähestyä potentiaalisia asiakkaita.

Tärkein vaihe oli luonnollisesti tutkimuskyselyn laatiminen ja julkaisu. Yhteistyössä osapuolten kesken laadittiin sähköinen kyselykaavake, joka lähetettiin kaikille 300:lle listassa olevalle yritykselle. Vastausaikaa annettiin kaksi viikkoa.

5.1 Kohderyhmän rajaaminen

Ensimmäisessä tapaamisessa toimeksiantajan kanssa olimme alustavasti puhuneet kohderyhmästä ja sen rajaamisesta. Toimeksiantaja ei antanut asian suhteen kovinkaan tarkkoja sfäärejä ja alkuperäinen kohderyhmämme olikin erittäin laaja; se käsitti käytännössä kokonaan kotimaisen matkailualan sähköiset järjestelmät. Ohjaava opettajamme ohjeisti meitä kuitenkin olemaan tarpeeksi tiukkoja segmentin valinnassa, ettei opinnäytetyö jäisi niin sanotusti pintaraapaisuksi liian ison kohderyhmän vuoksi. Neuvottelujen jälkeen kaikkien osapuolten kesken päädyimme rajaamaan segmentin kotimaisiin matkailualan aktiviteettiyrityksiin. Tämä päätös miellytti myös toimeksiantajayritystä, sillä heidän kannaltaan juuri aktiviteettiyritykset ovat tutkimuksen kannalta oleelliset.

5.2 Webropol-kysely

Webropol on sähköinen työkalu, joka mahdollistaa nopean tiedon keräämisen ja jalostamisen ymmärrykseksi ja osaamiseksi riippumatta kohdeyrityksen sijainnista, organisaation kokoluokasta tai toimialasta. (Webropol, 2014.) Tämä vaihe oli tutkimuksemme kannalta oleellisin, sillä kyselyn avulla saimme vastaukset tutkimusongelmaamme ja -kysymyksiimme. Laadimme Webropoltyökalun avulla tutkimuskyselyn, jossa tiedustelimme yritysten tyytyväisyyttä ja tarpeita sähköisiä järjestelmiä kohtaan. (Liite 1.) Teimme sähköisen kyselykaavakkeen ohjaajamme ohjeita ja vinkkejä noudattaen, sekä hyväksytimme kyselyn myös BlockWare Oy:n yhteyshenkilöllä. Jokainen kohdeyritys pystyi vastaamaan tutkimuskyselyyn, oli heillä käytössään sähköisiä järjestelmiä tai ei.

Kyselystä tuli lopulta mielestämme hyvä kokonaisuus, ja se oli sopivan mittainen aiheeseen nähden. Sen avulla saimme rakennettua tutkimuksellemme

pohjan, ja se antoi meille paljon tärkeää tietoa kyseisellä alalla toimivista yrityksistä ja etenkin heidän suhteestaan sähköisiin järjestelmiin.

6 Tutkimuksen tulokset

Analysoimme tutkimuksen aikana kerättyjä tietoja ja vastauksia erilaisten työkalujen ja menetelmien avulla. Vastaukset keräsimme ensin kokoon sähköisessä muodossa Webropol-ohjelmaan, josta sitten siirsimme dataa SPSS-analyysointijärjestelmään sekä Windows Exceliin tarkempaa analyysia varten. Näiden järjestelmien avulla pystyimme luomaan taulukoita havainnollistamaan saatuja tutkimustuloksia.

6.1 Kyselyn tulokset

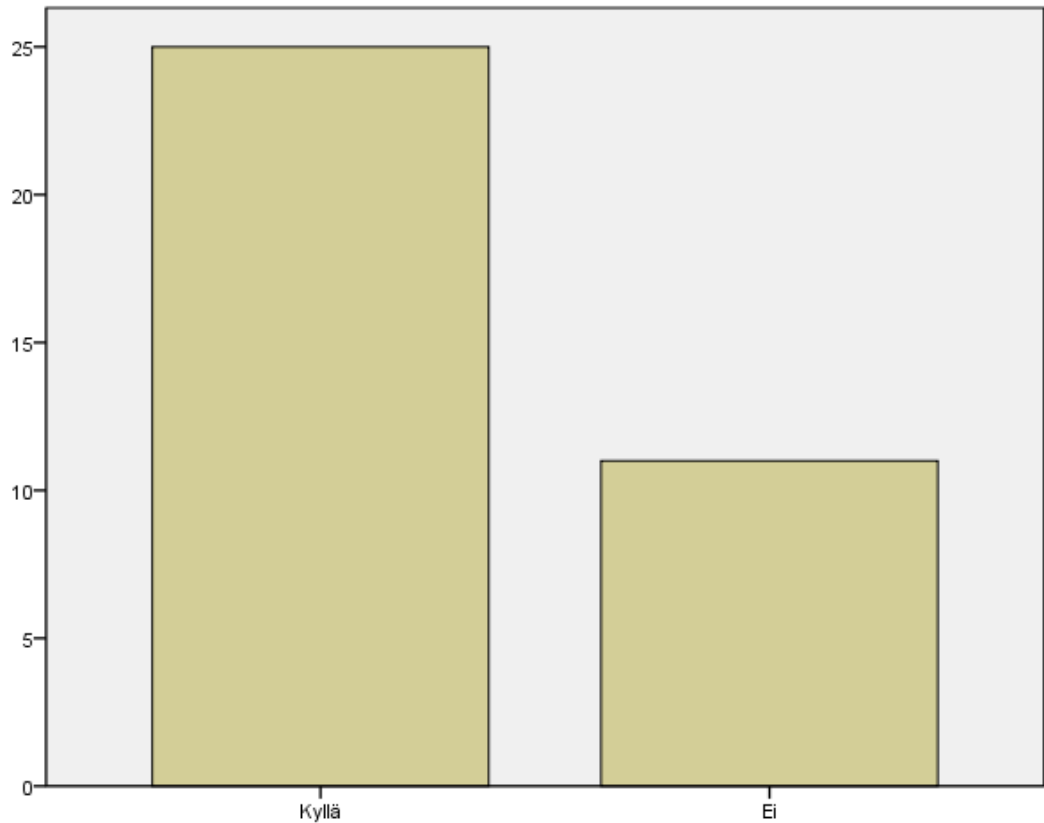
Ennen tutkimuskyselyn luomista meidän oli kerättävä 300 aktiviteettipalveluita tarjoavan yrityksen yhteystiedot. Yhteystiedot päätettiin kerätä 300 yritykseltä, koska ajattelimme sen olevan riittävän suuri määrä tarpeeksi monen vastauksen saamiseksi. Luku päätettiin yhdessä toimeksiantajan edustajan kanssa. Löysimme internetistä hyviä sivustoja, joissa oli suoraan aktiviteettipalveluita tarjoavien yritysten yhteystiedot. Näin ollen oli helppo luoda lista yrityksistä ja syöttää heidän sähköpostiosoitteensa suoraan Webropol-ohjelmaan. Lähetimme tutkimuskyselyn 300:lle matkailualan yritykselle, jotka tarjoavat aktiviteettipalveluja. Vastausaikaa annettiin kaksi viikkoa, ja muistutusviesti kyselystä lähetettiin viikon jälkeen niille, jotka eivät vielä olleet vastanneet. Toivoimme saavamme ainakin 50 vastausta.

Tutkimuskysely alkaa kysymyksellä "Onko yrityksessänne käytössä muita sähköisiä järjestelmiä kuin sähköposti?". Vastausvaihtoehdot olivat Kyllä ja Ei. Kysely aloitettiin näin, sillä toimeksiantaja halusi tutkimuksen avulla selvittää nimenomaan yritysten sähköiset järjestelmät sähköpostin ja puhelimen

lisäksi. Näin saatiin jaoteltua vastaajat heti alussa ja säästyttiin turhalta datalta, kun yrittäjät eivät kysymyksissä turhaan tarjonneet vastaukseksi sähköpostia tai puhelinta. Aloitustekstissä korostettiin, että kyselyyn voi vastata vaikka yrityksellä ei olisi käytössään mitään sähköisiä järjestelmiä. Toimeksiantajan toiveen mukaisesti selvitettiin myös, miksi jotkut yritykset eivät käytä sähköisiä järjestelmiä ollenkaan ja kuinka ne ovat hoitaneet asioita sähköisten järjestelmien sijaan. Niille vastaajille, jotka vastasivat tähän kysymykseen Kyllä, avautuivat seuraavaksi erilaiset kysymykset kuin niille, jotka vastasivat Ei.

Ensimmäinen kysymys esitettiin kaikille vastaajille, joita oli yhteensä 36.

Heistä 25 vastasi Kyllä, eli he käyttävät sähköpostin lisäksi yritystoiminnassaan muitakin sähköisiä järjestelmiä, ja 11 vastaajaa ilmoitti, että heillä ei ole käytössään muita sähköisiä järjestelmiä perinteisen sähköpostin lisäksi.

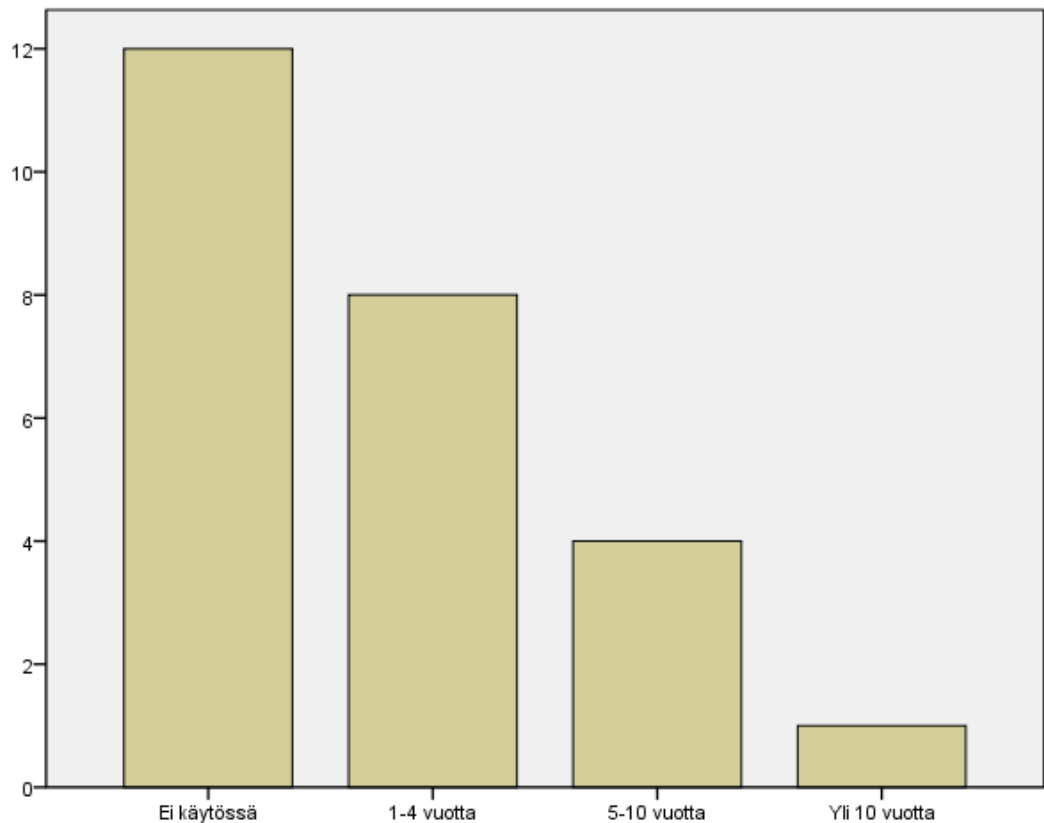


Kuvio 3. Käyttääkö yritys jotakin muuta sähköistä järjestelmää kuin sähköpostia

6.2 Sähköisiä järjestelmiä käyttävät yritykset

”Kyllä” vastanneille yrityksille aukesi tutkimuksessa yhteensä kahdeksan kysymystä ja yhteystietolomake. Tutkimuksen ensimmäinen kysymys oli: ”Mitä järjestelmiä yrityksenne on käyttänyt ja kuinka kauan?” Vastausvaihtoehtoja oli yhteensä kahdeksan, ja ne olivat ajanvaraus, majoitusvaraus, kassa- ja lasutus, vuokraus, verkkokauppa, asiakashallinta, sisäinen toiminnanohjaus ja jokin muu, mikä. Lisäksi annettiin käyttöaikavaihtoehdot, jotka olivat ”ei ole käytössä, alle vuoden, 1-4 vuotta, 5-10 vuotta ja yli 10 vuotta”. Kysymyksen vastausvaihtoehdot olivat monivalintoja, mutta kysymys oli pakollinen, eli

haluttiin, että vastaajat vastaavat jokaiseen kohtaan siinäkin tapauksessa, että he eivät käytä kyseistä järjestelmää.

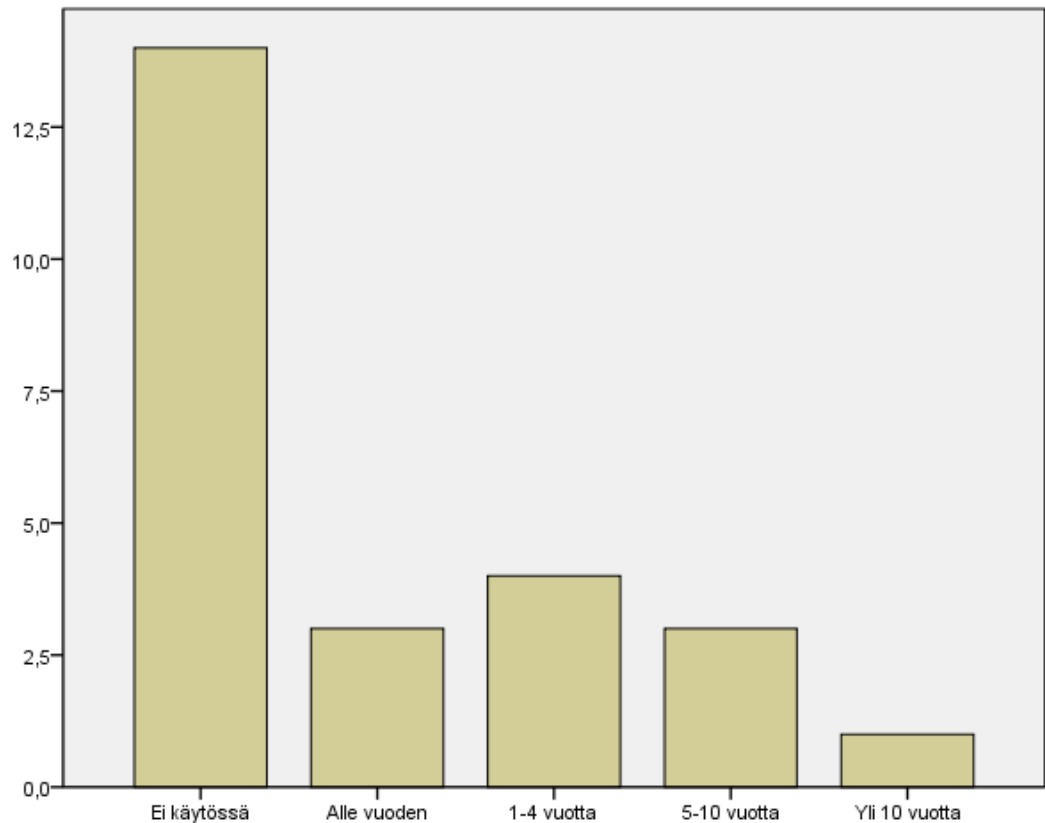


Kuvio 4. Ajanvarausjärjestelmien käyttö

Ensimmäinen vastausvaihtoehto oli ajanvaraus. 12 vastaajaa vastasi, että yrityksellä ei ole käytössä ajanvarausjärjestelmää. Kahdeksan vastaajaa vastasi yrityksen käyttäneen ajanvarausjärjestelmää 1 - 4 vuotta. Neljä vastaajista vastasi yrityksen käyttäneen ajanvarausjärjestelmää 5 - 10 vuotta, ja vain yksi oli käyttänyt sitä yli 10 vuotta. Vastausvaihtoehto "alle vuoden" todettiin turhaksi, sillä siihen kohtaan ei tullut yhtään vastausta.

Seuraavana kohtana oli majoitusvaraus. Vastaajista 14 vastasi, että heillä ei ole käytössään majoitusvarausjärjestelmää. Tässä kohdassa oletettiin, että moni

valitsee ”ei ole käytössä”-vaihtoehdon, sillä kyselyn vastaajat olivat aktiviteettipalveluita tarjoavia yrityksiä, joista harvoilla oli palvelutarjonnassaan majoitusmahdollisuus.

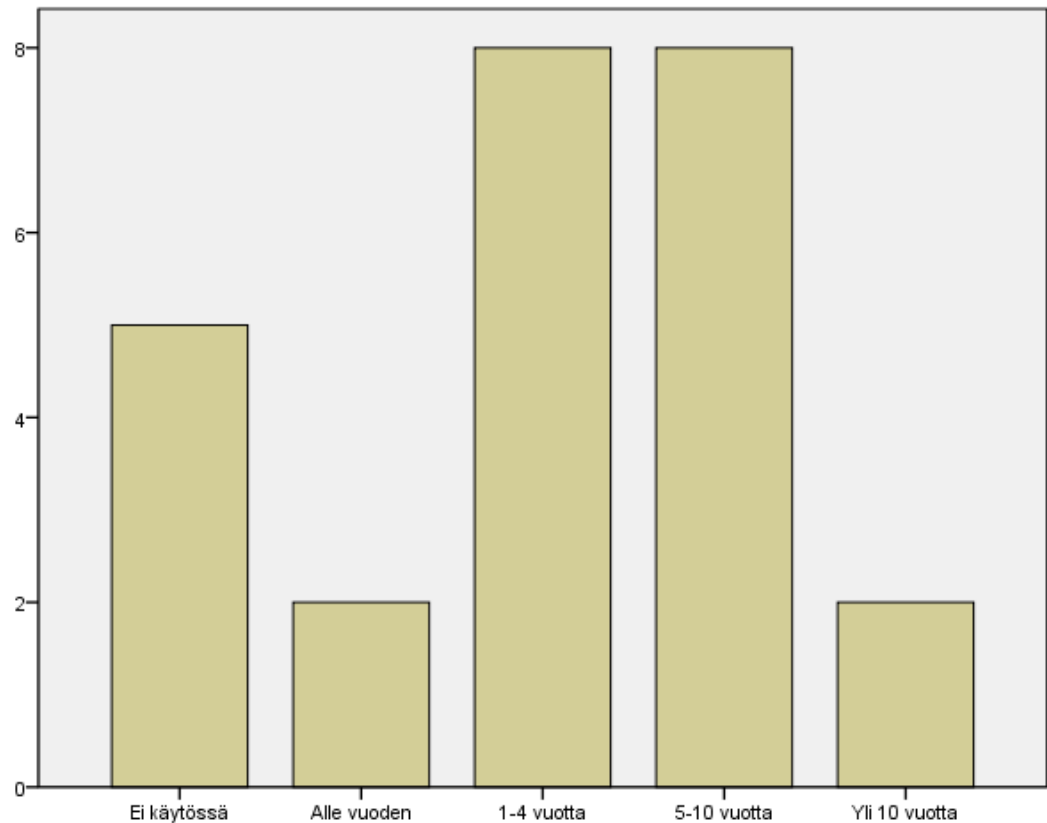


Kuvio 5. Majoitusvarausjärjestelmien käyttö

Kolme vastaajaa vastasi yrityksellä olleen käytössä majoitusvarausjärjestelmän alle vuoden ajan. Majoitusvaraus oli ollut käytössä 1 - 4 vuotta neljän vastaajan yrityksellä, 5 - 10 vuotta kolmella yrityksellä, ja yli 10 vuotta majoitusvarausjärjestelmää oli käyttänyt yksi vastaajista.

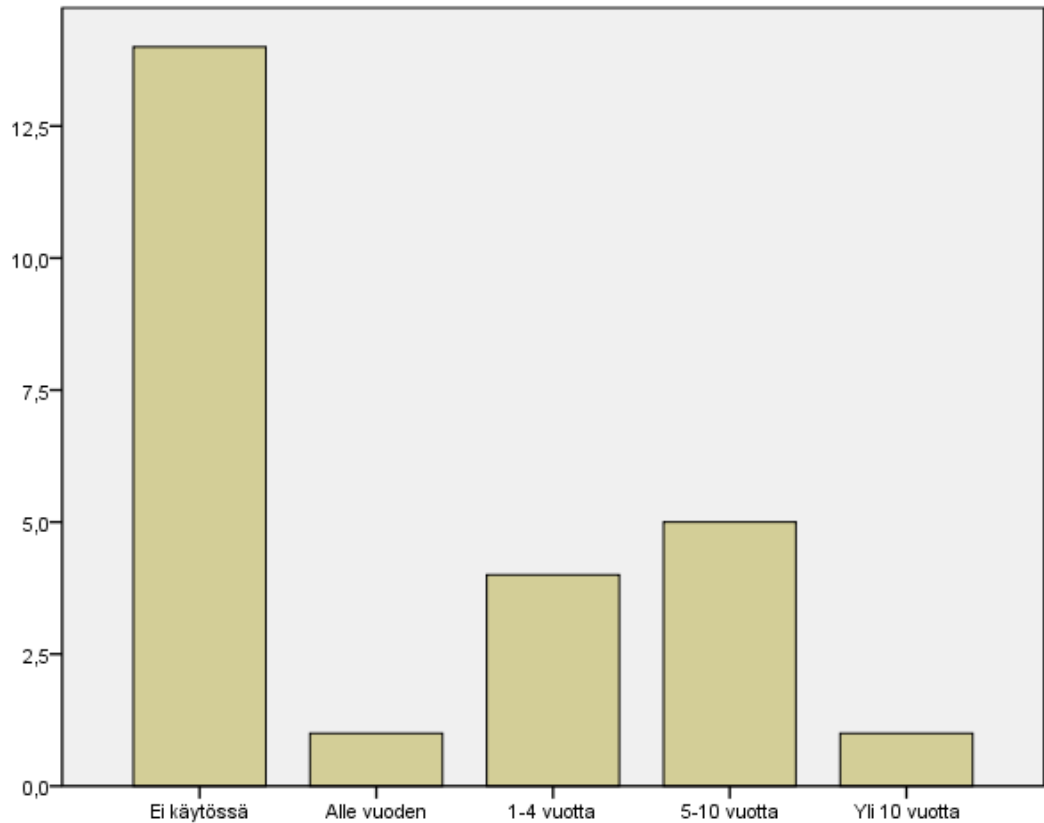
Kassa- ja laskutusjärjestelmien vastaukset jakautuivat tasaisemmin. Jokapäiväisessä toiminnassa kassajärjestelmä on tärkeä työkalu yrityksille, ja kassa- ja laskutusjärjestelmien avulla voi hoitaa monia eri toimintoja. 25 vastaajasta viisi vastasi, että yritys ei käytä kassa- ja laskutusjärjestelmiä. Alle vuoden kyseisiä järjestelmiä oli käyttänyt kaksi vastaajaa. Vastaajista 64 % vastasi kohtiin

1 - 4 vuotta ja 5 - 10 vuotta. Näissä vaihtoehdot jakautuivat täysin tasaisesti. Vastaajista 32 % eli kahdeksan yrittäjää totesi käyttäneensä kassa- ja laskutusjärjestelmiä 1 - 4 vuotta, saman verran vastauksia tuli kohtaan 5 - 10 vuotta. Yli 10 vuotta kassa- ja laskutusjärjestelmiä oli käyttänyt kaksi vastaajista.



Kuvio 6. Kassa- ja laskutusjärjestelmien käyttö

Vuokrausjärjestelmistä odotimme tutkimukseen vastanneiden yritysten keskuudessa suosituinta, sillä aktiviteettiyrityksillä on usein käytössään erilaisia vuokrauspalveluja. Alla olevasta taulukosta huomaa, että vastaajista 14 eli yli puolet ei käytä mitään vuokrausjärjestelmää. Perinteinen ”kynä ja paperi”-kirjanpito on siis käytössä vielä monessa paikassa. 25 vastaajasta vain yksi oli käyttänyt vuokrausjärjestelmää alle vuoden. 1-4 vuotta vuokrausjärjestelmää oli käyttänyt neljä vastaajaa. 5-10 vuoden käyttäjiä oli 20 % vastaajista eli yhteensä viisi vastaajaa. Yli 10 vuotta jotakin vuokrausjärjestelmää oli käyttänyt yksi vastaaja.

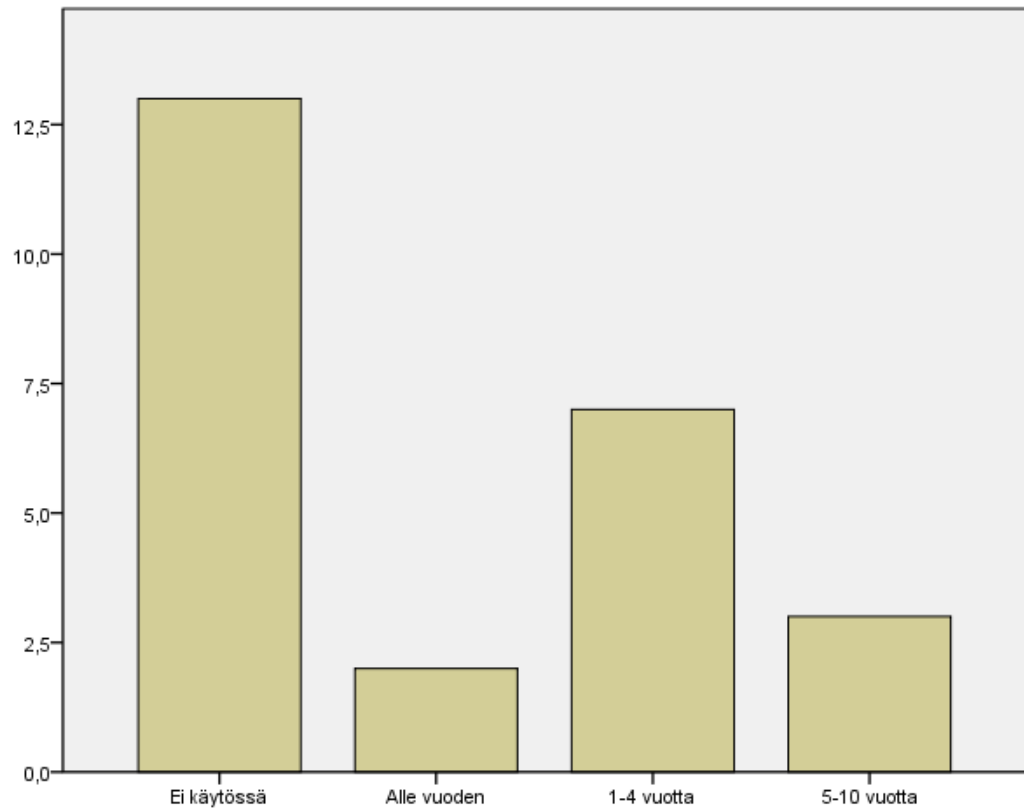


Kuvio 7. Vuokrausjärjestelmien käyttö

Vuokrausjärjestelmien kohdalla 44 % vastaajista oli käyttänyt jotakin vuokrausjärjestelmää ja 56 % puolestaan ei ollut käyttänyt kyseisiä järjestelmiä.

Verkkokauppa ja verkkomyynti sekä niiden suosio on ollut nousussa. Matkatoimistoissa asiointi on hiljentynyt ja matkat, lennot sekä hotellit varataan suurimmaksi osaksi internetin kautta. Verkkokauppa luo kuitenkin omanlaiset haasteet ja varsinkin pienemmille yrityksille verkkokaupan pitäminen muun yritystoiminnan rinnalla saattaa olla mahdoton tehtävä. Tutkimukseen vastanneista yrityksistä (36 yritystä) 33 oli kooltaan 1-9 henkilöä. Juurikin näissä yrityksissä verkkokaupan perustaminen saattaa jäädä kiinni vähäisen työvoiman takia. 25 vastaajasta 13 vastasi, että heidän yrityksellään ei ole käy-

tössään verkkokauppaa. Alle vuoden verkkokauppaa oli käyttänyt kaksi vastaajista. Seitsemän vastaajaa oli käyttänyt verkkokauppaa 1-4 vuotta ja kolme vastaajaa 5-10 vuotta.

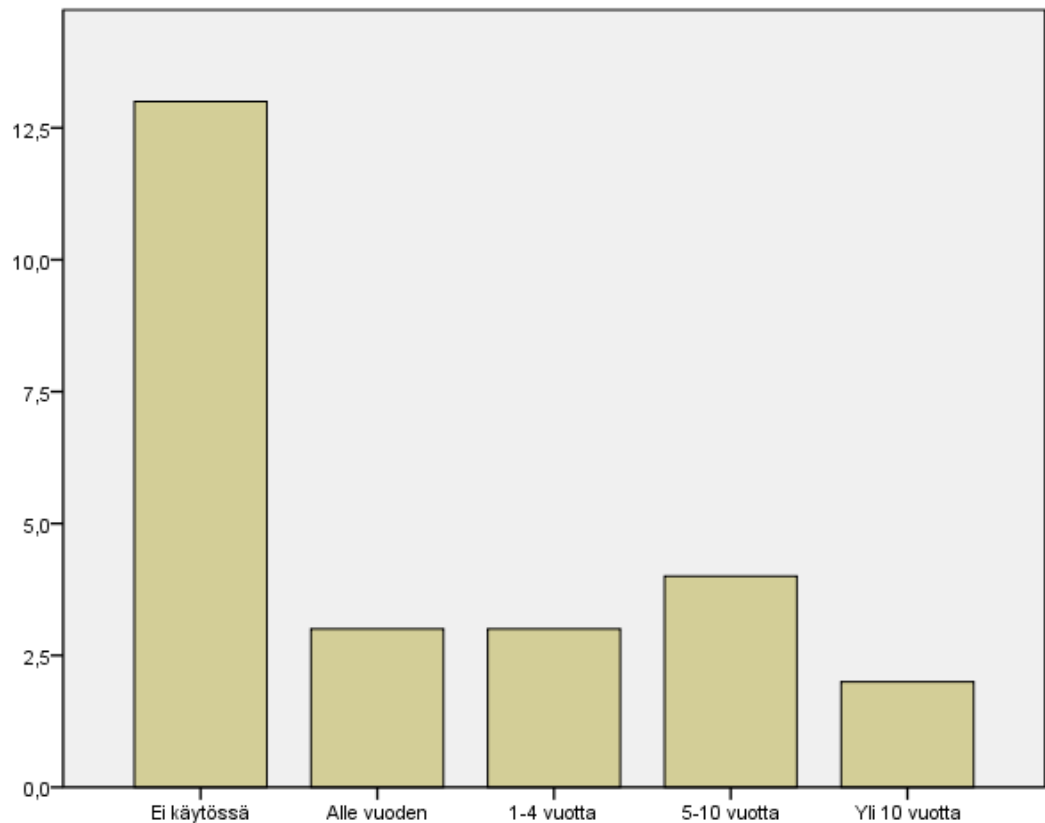


Kuvio 8. Verkkokaupan käyttö

Yli 10 vuotta verkkokauppaa käyttäneitä yrityksiä ei ollut ollenkaan. Lopputuloksena 52 % vastaajista ei käytä verkkokauppaa ja 48 % puolestaan käyttää.

Asiakkaat ovat osa menestyvää bisnestä ja hyvällä asiakashallinnan järjestelmällä asiakkaiden kanssa on helpompaa toimia. Asiakashallintajärjestelmän ja sen käytön kohdalla vastaukset jakautuivat myös todella tasaisesti. Vastaajista 13 ei käytä minkäänlaista asiakashallinnan järjestelmää. Alle vuoden, 1-4 vuotta, 5-10 vuotta ja yli 10 vuotta – vaihtoehtojen kohdalla vastaukset jakautuivat tasaisesti. Alle vuoden oli käyttänyt kolme vastaajaa, kuin myös 1-4

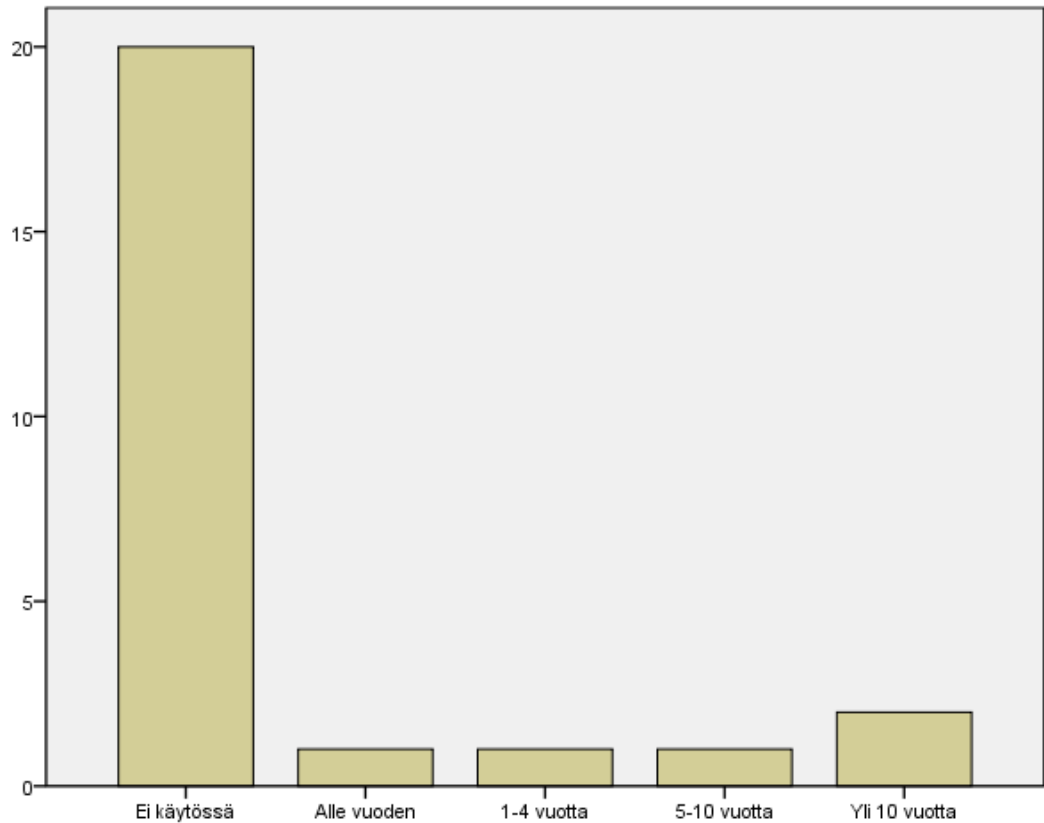
vuottakin. Neljä vastaajaa oli käyttänyt kyseisiä järjestelmiä 5-10 vuotta ja kaksi vastaajaa yli 10 vuotta.



Kuvio 9. Asiakashallintajärjestelmien käyttö

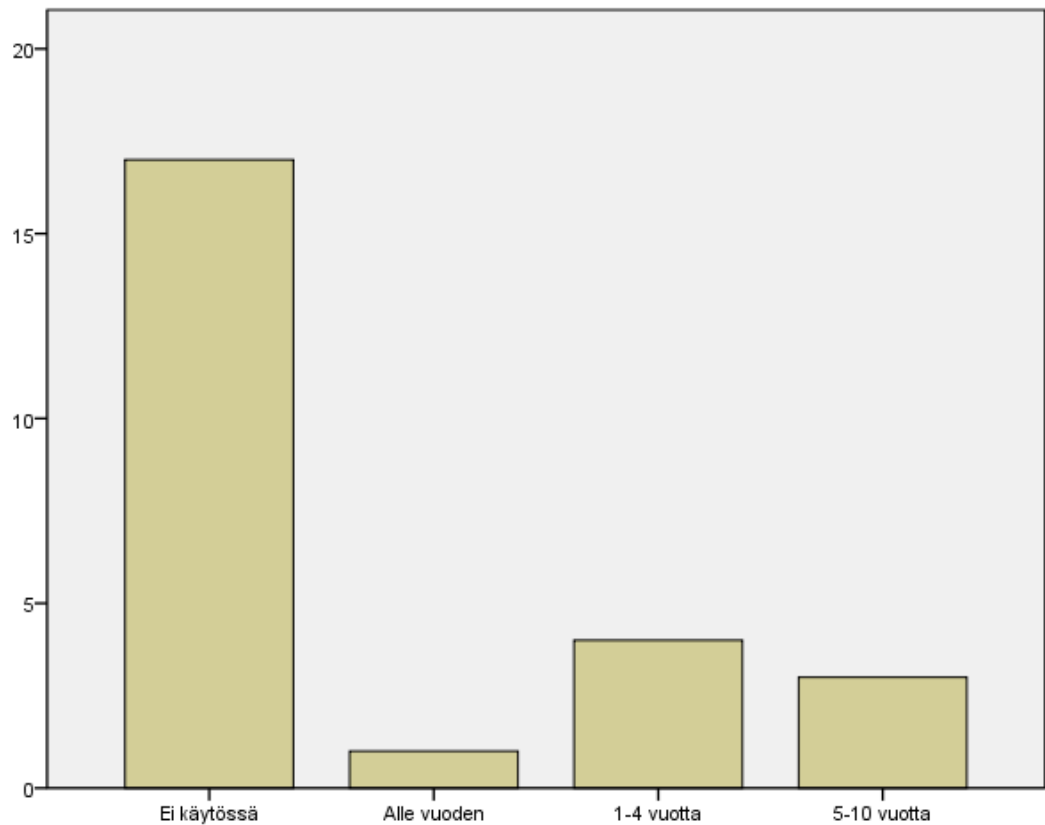
Asiakashallintajärjestelmien kohdalla tietoisuus järjestelmistä ja niiden saatavuudesta voi olla yksi osa tekijä, minkä takia yrityksillä ei ole käytössään kyseisiä järjestelmiä. Opinnäytetyön tavoitteemme onkin ottaa selvää miksi yritykset eivät näitä järjestelmiä käytä, jolloin toimeksiantajallamme on helpompi työ lähestyä potentiaalista asiakasta.

Sisäisen toiminnanohjauksen kohdalla tutkimustuloksissa on helposti havaittavissa, että kyseiset järjestelmät ovat harvinaisia. Alla olevasta taulukosta selviää, että vastaajista ainoastaan viisi eli vain 20 % vastasi käyttävänsä jotakin sisäisen toiminnanohjauksen järjestelmää. Vastaajista 20 eli peräti 80 % ei näitä järjestelmiä käyttänyt.



Kuvio 10. Sisäisen toiminnanohjausjärjestelmän käyttö

Annoimme viimeiseksi vastausvaihtoehdoksi ”jokin muu, mikä” – kohdan, jossa vastaajalla oli mahdollisuus mainita avoimeen kohtaan muita käytössä olevia sähköisiä järjestelmiä. Kahdeksalla vastaajalla (32 %) oli käytössään jokin muu sähköinen järjestelmä ja 17 vastaajalla (68 %) ei ollut. Muita järjestelmiä, joita vastaajat mainitsivat, olivat muun muassa markkinoinnin järjestelmä, google-kalenteri, elämyslahjat.fi, Melt Water, taloushallintajärjestelmä, työvuorojen suunnittelujärjestelmä ja Travius, joka on safariyrityksille tehty järjestelmä. Myös sosiaalinen media ja sieltä pääasiassa Facebook, Instagram ja Twitter saivat maininnan.



Kuvio 11. Jonkin muun järjestelmän käyttö

Miten tutkimukseen osallistuneet yritykset ovat sitten hoitaneet nämä jokapäiväiset liiketoiminnan tehtävät ilman sähköisiä järjestelmiä? Annoimme yrittäjien vastata avoimesti tähän kysymykseen ilman vaihtoehtoja, sillä halusimme saada tietoomme kaikista yksinkertaisimmatkin keinot, joilla vastaajat ovat pitäneet kirjaa eri asioista. Selkeästi yksi suosituimmista kirjanpitolvälineistä on Microsoft Excel; se on käyttäjälle yksinkertainen ja usein ilmainen. Sen avulla on kätevää pitää kirjaa yksinkertaisemmista asioista, esimerkiksi työvuoroista, palkoista tai muista laskelmista. Lähes jokainen vastaaja (90%) yrityksistä, joilla ei ole käytössään järjestelmiä, ilmoitti kyselyssä käyttävänsä asiakkuuksiansa hoitamiseen ainoastaan sähköpostia. Muutama yrittäjä vastasi käyttävänsä varauskirjanpitolvälineenään siihen tarkoitukseen räätälöityä varauskirjaa. Vastauksissa mainittiin myös, että sähköisten järjestelmien ja kirjanpitojen

puuttuessa, järjestetään yrityksissä joka viikko erityinen palaveri, jossa käydään läpi juuri näitä asioita. Tästä pääteltiin, että joillekin pienyrittäjille olisi tärkeää saada tietoon järjestelmien tuomat edut, hyödyt ja helpotukset, että heidät saataisiin kiinnostumaan niiden hankkimisesta paremmin.

6.3 Sähköisten järjestelmien hyöty kohdeyrityksille

Kyselyssä selvitettiin aktiveerit yritysten tyytyväisyyttä ja hyötynäkökulmaa sähköisiä järjestelmiä kohtaan. Kysymyksellä ”Miten hyödyllisenä näette seuraavat järjestelmät yritystoiminnallenne? Vastaa siinäkin tapauksessa, että järjestelmä ei ole tällä hetkellä yrityksessänne käytössä.” haluttiin korostaa, että yritykset vastaisivat myös, miten hyödyllinen kyseinen järjestelmä voisi heidän toiminnalleen olla, mikäli se olisi käytössä. Yllättävää oli, miten moni yritys uskoi jonkin järjestelmän olevan heille hyödyllinen, vaikka se ei olekaan käytössä tällä hetkellä. Asiaa selvitettiin lisää jatkokysymyksellä, sillä haluttiin tiedustella syitä sille, miksei yritys ole ottanut kyseisiä järjestelmiä käyttöönsä.

Jatkokysymyksessä käytettiin vastauskenttänä asteikkoa 1-5, jossa 1=täysin hyödytön ja 5=erittäin hyödyllinen. Vastajat saivat valita järjestelmän hyödyllisyyden heidän yritystoiminnalleen. Asteikko sopi käytettäväksi kohtaan hyvin, sillä sen avulla pystyttiin luomaan niin sanotut pistekeskiaarvot eri järjestelmille.

| | |
|--------------------------|------|
| Ajanvaraus | 3,36 |
| Majoitusvaraus | 3,00 |
| Kassa ja laskutus | 4,32 |
| Vuokraus | 3,52 |
| Verkkokauppa | 3,68 |
| Asiakashallinta | 3,72 |
| Sisäinen toiminnanohjaus | 2,72 |
| Jokin muu | 2,36 |
| Yhteensä | 3,33 |

Taulukko 1. Kuinka hyödyllisenä yritykset kokevat käyttämänsä järjestelmät

Luonnollisesti majoitusvaraus on tällä matkailualan saralla yrityksille vähiten hyödyllisin, mutta mielenkiintoista oli huomata sellaisten vastaajien, joilla majoitus on osa tarjontaa, ilmoittavan että majoitusvarausjärjestelmä on heidän tärkein työkalunsa. Tämä nosti myös taulukossa majoitusvarauksen keskiarvoa. Tästä voimmekin päätellä, että tällaiset yritykset panostavat juuri majoitusvaraukseen ja jättävät muita järjestelmiä pois, vaikka niille saattaisi olla käyttöä. Oheisesta taulukosta voi huomata, että mikään järjestelmä ei ole aktiveerittu yrityksille erityisen hyödytön tai turha. Sisäiseen toiminnanohjaukseen käytettävät järjestelmät saivat vähiten pisteitä, sillä suurin osa tutkimukseen osallistuneista vastaajista edustaa mikroyrityksiä, usein työntekijöitä on vain muutama. Tällöin toiminnanohjaukseen ei välttämättä tarvita erikseen sen kummempia järjestelmiä.

Ajanvaraus, kassa ja laskutus, verkkokauppa sekä asiakashallinta olivat odotetun hyödyllisiä vastaajien keskuudessa. Vastauksista voi päätellä, että nykyään myös pienet yksityisyrittäjät pitävät kirjaa asiakkaistaan ja hallitsevat asiakkuuksiaan eri järjestelmien avulla. Tämä oli mielestämme positiivinen huomio tutkimusta tehdessä.

Halusimme selvittää syitä, miksi jotkut yritykset eivät ole ottaneet käyttöönsä sellaisia järjestelmiä, joista olisi heille hyötyä jokapäiväisessä yritystoiminnassa. Myös tähän kohtaan käytimme asteikkoa 1-5, jossa 1=eikä ole vaikuttanut lainkaan ja 5=on vaikuttanut erittäin paljon. Tutkimme vastauksista muodostunutta keskiarvoa.

| | |
|----------------------------------------------|------|
| Teknisen osaamisen puute | 2,73 |
| Taloudelliset syyt | 3,09 |
| Tiedon puute järjestelmistä ja saatavuudesta | 3,45 |
| Vanhat tavat todettu hyväksi | 2,73 |
| Ei ole tarvetta | 1,82 |
| Yhteensä | 2,76 |

Taulukko 2. Miksi yritykset eivät käytä sähköisiä järjestelmiä

Kuten arvata saattaa, nykypäivänä liian usein esteenä ovat taloudelliset syyt. Kuitenkaan näin ei ole läheskään kaikissa tapauksissa ja tutkimuksessa kävi ilmi, että harmittavan usein kyseessä on tiedon puute järjestelmistä ja niiden saatavuudesta. Tähän yhdistettynä teknisen osaamisen puute, niin pienyrityksillä on pienimuotoinen kammo sähköisiä järjestelmiä kohtaan ja niihin siirtymiseen. Ymmärrettävää on, että vanhojen tapojen vaaliminen on usein pienyrityksissä tärkeää, eikä sukupolvien vaihdoksissa haluta tehdä liikaa muutoksia. Tämä ei saisi kuitenkaan olla esteenä, mikäli sähköiseen järjestelmään siirtyminen olisi askel eteenpäin ja hyödyllistä liiketoimintaa ajatellen. Kysyimme yrittäjiltä myös, millaisille järjestelmille aktiviteettialalla olisi erityisesti kysyntää ja mistä järjestelmistä pitäisi olla saatavilla nykyistä enemmän tietoa. Etenkin yksinkertaiselle ja edulliselle majoitus- ja retkienvarausjärjestelmälle löytyisi yrityksillä käyttöä, sillä usein heidän toimintansa keskittyy johonkin laajempaan kokonaisuuteen, jonka osana majoitus on. Tällöin

yrittäjillä on suuri kynnys hankkia käyttöönsä pelkästään majoitukseen keskittynyttä järjestelmää, sillä se kävisi usein liian kalliiksi. Yksi vastaajista mainitsee, että järjestelmiin pitäisi saada enemmän jokapäiväistä liiketoimintaa helpottavia ominaisuuksia. Esimerkiksi asiakkaan halutessa muuttaa tilaustaan tai varaustaan, ei se usein onnistu enää asiakkaan omasta toimesta verkkojärjestelmän kautta, vaan asiakas soittaa yrittäjälle muutoksista, joka sitten muokkaa varausta järjestelmässä. Tämä tuottaa lisää työtä molemmille osapuolille. Muutama yrittäjä nosti kyselyssä esiin toimeksiantajamme liikeidea mukailevan seikan: tulisi saada järjestelmiä, joiden avulla pystyy hoitamaan kaikki yrityksen asiat samassa ohjelmassa.

Kokeneemmat sähköisten järjestelmien käyttäjät toivoivat tulevaisuudessa parempaa yhteensopivuutta järjestelmien ja mobiililaitteiden välille. Lisäksi esiin nostettiin asiakashallintaa helpottavat järjestelmäominaisuudet. Nykyään on yhä tärkeämpää luoda ja säilyttää asiakkuuksia liiketoiminnan jatkuvuuden takaamiseksi, ja siksi myös sellaisiin järjestelmiin oltaisiin valmiita satsaamaan.

Mielenkiintoista oli huomata sellaisten yritysten, joilla on käytössään sähköisiä järjestelmiä, vastaavan tutkimuksessa tämän kohdan kysymyksiin samalla tavoin kuin sellaiset yritykset, joilla ei järjestelmiä ole. Ainoa poikkeus oli verkkokauppa, jonka ominaisuuksiin sen omaavat yritykset olivat tyytyväisiä, kun taas jopa 73% yrityksistä joilla ei ole järjestelmiä lainkaan, ilmoitti olevansa kiinnostunut hankkimaan käyttöönsä verkkokauppajärjestelmän, jos sopiva sellainen olisi saatavilla. Tästä voidaan päätellä, että yleisesti ottaen verkkokaupan toiminta on nykypäivänä yrityksille tärkeää ja sen ominaisuuksiin ollaan tyytyväisiä. Myös kysyntää löytyy sellaisilta aktiviteettiyrityksiltä, joilla sitä ei ole vielä käytössä.

6.4 Järjestelmien hyvät ja huonot puolet

Järjestelmien tuomien hyötyjen lisäksi pyrimme kyselyn avulla selvittämään, millaisia hyviä ja huonoja puolia yrittäjät ovat yleisesti huomanneet erilaisissa järjestelmissä. Kysyimme myös mahdollisista ideoista, joita vastaajilla saattaisi olla sähköisiä järjestelmiä ja niiden kehittämistä koskien. Valitsimme tähän kysymykseen avoimen vastauskentän, johon vastaaja pystyi omin sanoin kertomaan yleisiä mielipiteitään sekä kehitysideoitaan.

Vastauksista käy ilmi yrittäjien olevan tyytymättömiä järjestelmien räätälöintiin. Vastaajat kokevat etenkin, että usein sähköisten järjestelmien tuottajat eivät ota tarpeeksi hyvin huomioon pienyrittäjiä ja pienikokoisia mikroyrityksiä. Eräs vastaaja tarkentaa vielä, että huomiotta jäävät muun muassa kirjanpitoraporttien tarve ja muoto. Monessa vastauksessa nousee esiin myös taloudellinen kysymys; järjestelmä on saman hintainen oli kyseessä sitten miljoonayritys tai kemiläinen pienyrittäjä. Tähän haluttaisiin muutosta nimenomaan räätälöinnin kautta, jolloin kiinteät kustannukset saataisiin pidettyä kohtuullisina.

Kehitysideoita yrittäjillä löytyy etenkin järjestelmien helppokäyttöisyyttä koskien. Vastauksista selviää, että uuden järjestelmän käyttöönotto on pienyrittäjälle raskas prosessi, mutta mikäli se saadaan toimimaan yrityksen kannalta tehokkaasti, on siitä paljon hyötyä. Erään vastaajan mukaan juuri käyttöönotto työllistää paljon ja sen vuoksi järjestelmän käyttöön vaadittava siirtymisprosessi saattaa viivästyä tai jäädä kokonaan tekemättä. Siitä ei yksinkertaisesti olisi liiketoiminnan kannalta tarpeeksi hyötyä, ainakaan lyhyellä tähtäimellä. Nykypäivänä järjestelmiä käytettäessä ja etenkin sähköisessä mediassa on tärkeää ymmärtää erilaisten järjestelmien yhteensopivuus ja esimerkiksi mobiilisovellusten liittäminen yrityksen sähköiseen tarjontaan. Tätä pidetään vastaajien keskuudessa haasteellisena ja kehitys on sillä saralla niin vauhdikasta, että perässä pysyminen on vaikeaa.

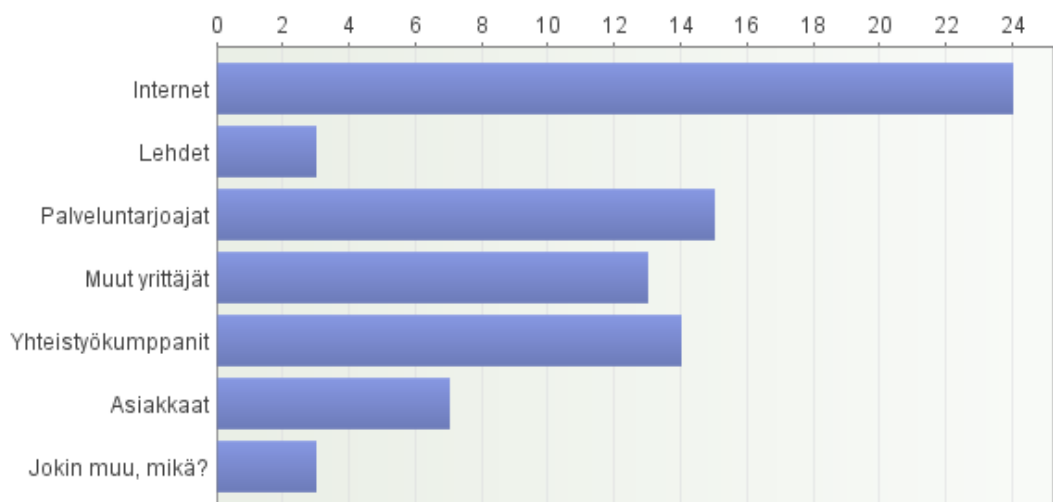
Järjestelmien integrointia eli sisällyttämistä pidetään hankalana, sillä se vaatii aina enemmän työntekijöiden kouluttamista ja tietotaidon lisäämistä. Varsinkin pienissä mikroyrityksissä tämä saattaa nousta syyksi sille, että sähköistä järjestelmää ei oteta käyttöön lainkaan.

Useissa vastauksissa nousi esiin ideoita, joissa ehdotettiin järjestelmien hintojen muuntelua yrityksen koon mukaan. Myös täysin ilmaisten järjestelmien tuottamista ehdotettiin, kuten myös ilmaista koulutusta järjestelmäntuottajan toimesta. Eräs vastaaja olisi myös tyytyväinen, mikäli järjestelmistä olisi tarjolla ilmaisia kokeiluversioita aiempaa enemmän.

6.5 Yritysten tiedonkeruu tarjolla olevista järjestelmistä

Halusimme selvittää, minkä kanavien kautta yritykset saavat tietoa tarjolla olevista sähköisistä järjestelmistä. Tämä kysymys esitettiin tutkimuksessa kaikille vastaajille ja annoimme seitsemän eri vastausvaihtoehtoa (Kuvio 12).

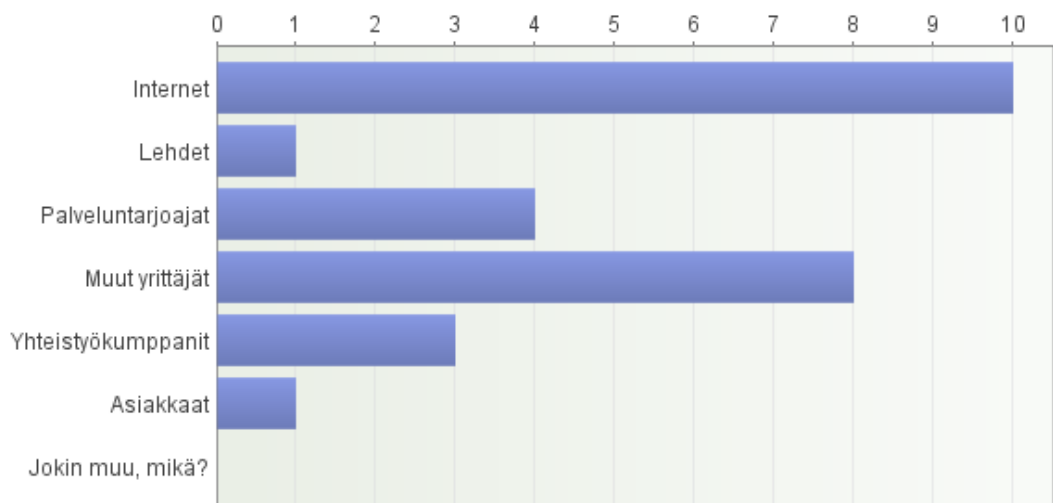
Vastaajilla oli mahdollisuus valita joko yksi tai useampi vaihtoehto.



Kuvio 12. Mistä yritykset saavat tietoa tarjolla olevista sähköisistä järjestelmistä

Yllä olevassa kuviossa on sähköisiä järjestelmiä käyttävien yritysten vastaukset siihen, mitä kautta he saavat tietoa. Taulukosta huomaa, että internetillä on suuri vaikutus ihmisten yritys-elämässä ja tiedonhaussa. Lähes kaikki vastaajat (24) vastasivat saavansa tietoa internetin kautta. Palveluntarjoajien, muiden yrittäjien ja yhteistyökumppanien osuus tiedonsaannissa oli myös melko korkea ja näiden kolmen kesken osuudet jakautuivat melko tasaisesti. Asiakkaiden kautta tietoa sähköisistä järjestelmistä oli saanut seitsemän vastaajaa ja lehtien kautta kolme. Viimeiseen kohtaan, eli ”jokin muu, mikä” vastasi kolme vastaajaa ja he saivat tietoa koulutuksien kautta. Yksi vastaaja oli tehnyt sähköisen järjestelmän itse.

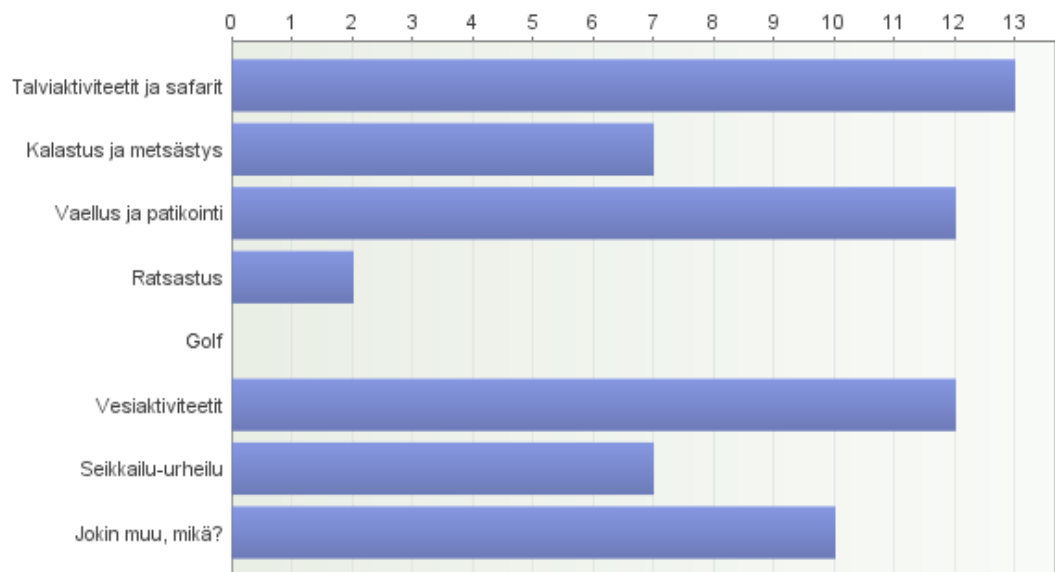
Ne yritykset, jotka eivät käytä sähköpostin lisäksi muita sähköisiä järjestelmiä, vastasivat myös melko odotetusti tähän kohtaan. Kuviossa 13 esitetystä jakaumasta selviää, että selkeästi tärkein tiedonlähde on internet. Myös muiden yrittäjien kautta saatiin paljon tietoa, sillä kahdeksan vastaajaa vastasi saavansa tietoa muilta yrittäjiltä. Tästä voi päätellä, että yrittäjien keskuudessa vallitsee hyvä yhteistyön henki. Muista lähteistä tietoa oltiin saatu harvemmin eli esimerkiksi lehtimainonta voisi olla oiva keino lähteä markkinoimaan sähköistä järjestelmää.



Kuvio 13. Mistä yritykset saavat tietoa tarjolla olevista sähköisistä järjestelmistä

6.6 Yritysten palvelutarjonnan aktiviteetit

Lähetimme tutkimuskyselyn matkailun aktiviteettipalveluita tarjoaville yrityksille riippumatta siitä, mitä aktiviteetteja yritys tarjoaa. Halusimme saada vastauksia mahdollisimman monenlaisilta yrityksiltä. Kysyimme kaikilta vastaajilta, ”Mihin aktiviteetteihin yrityksenne keskittyy”. Kysymys oli pakollinen, joten saimme vastauksen kaikilta 36 vastaajalta. Tässäkin kysymyksessä oli mahdollisuus valita yksi tai useampi vaihtoehto. Alla olevasta taulukosta huomaa, että Golfia lukuun ottamatta kaikkia vastausvaihtoehtoja löytyi yritysten palvelutarjonnasta. Suurin osa vastanneista tarjosi talviaktiviteetteja ja safareita. Alla olevassa taulukossa on ”kyllä” – vastanneiden (25 yritystä) vastaukset ja siitä huomaa hyvin, että monet yritykset tarjoavat useampaa kuin yhtä aktiviteettia.

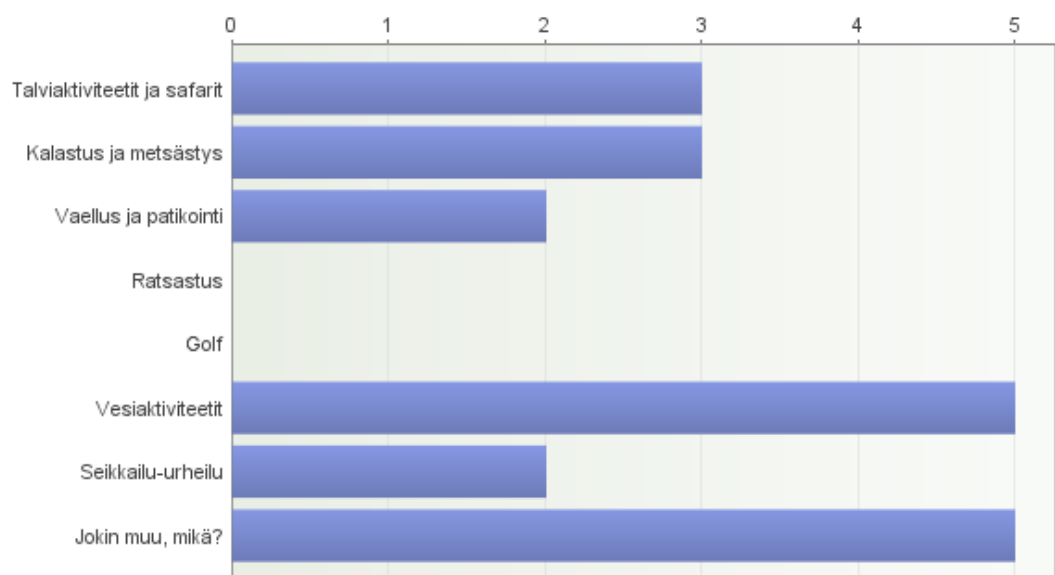


Kuvio 14. Mitä aktiviteetteja yritykset tarjoavat

”Jokin muu, mikä” – kohtaan tuli paljon yritysten palvelutarjonnasta löytyviä muita aktiviteetteja. Niitä olivat melontakauppa, pyöräily, majoitus ja catering, vapaa-ajan vietto, maastoautosafarit ympäri vuoden, luonnontarkkailu,

lintu- ja luontosafarit, luontoelämykset, luontoliikunta, majoitus, kiipeily ja vuorikiipeily ja elämyspedagogiset tehtävät.

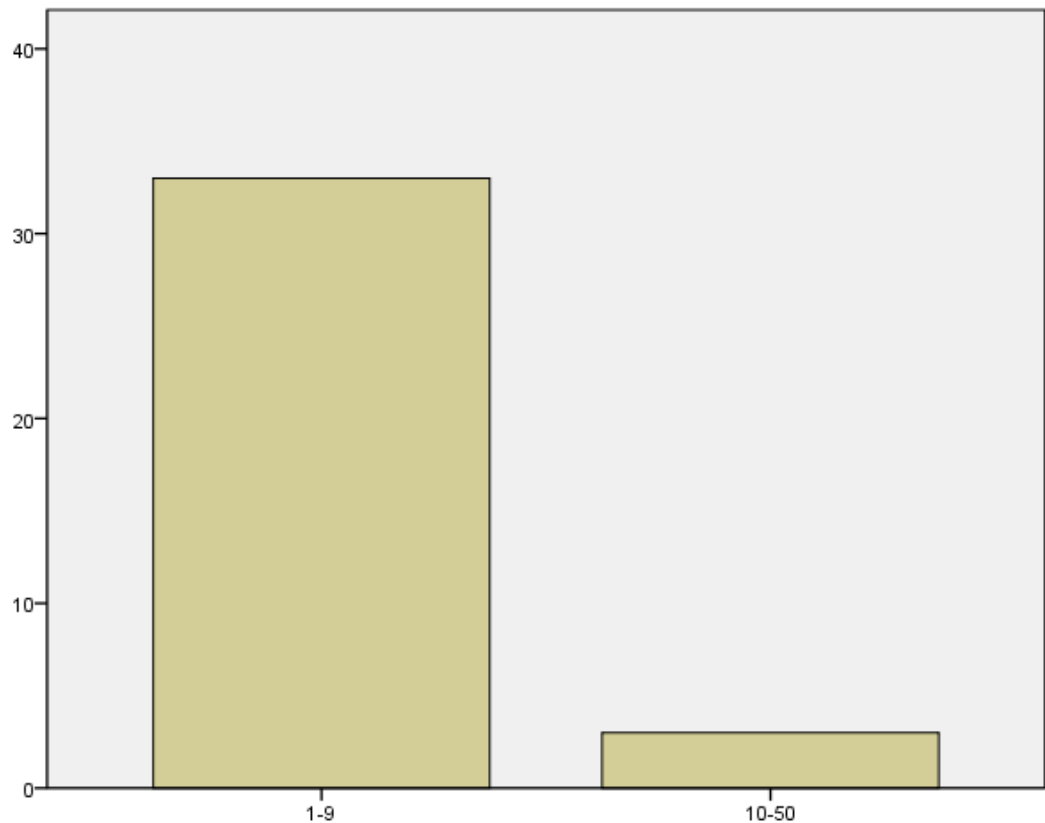
Niiden yritysten kesken, jotka eivät käytä sähköisiä järjestelmiä, aktiviteetti-tarjonta jakautui hieman eri tavalla, joskin todella tasaisesti. Vesiaktiviteetteja tarjosi yhteensä viisi yritystä. Kolmen palvelutarjonnasta löytyi talviaktiviteetteja ja safareita sekä kalastusta ja metsästystä. Seikkailu-urheilu sekä vaellus ja patikointi löytyivät puolestaan kahden yrityksen tarjonnasta. Ratsastus ja golf olivat niitä aktiviteetteja, joita ei ollut kenelläkään. Olimme hieman pettyneitä golfin kohdalla, sillä halusimme saada lisätietoa myös golfkenttien sähköisistä järjestelmistä. Emme saaneet kuitenkaan yhtään vastausta golfkentiltä. ”Jokin muu, mikä” – kohtaan vastasi viisi yritystä. Muita aktiviteetteja olivat elämyspalvelut, ammunta, luonto, maatilaympäristöön liittyvät aktiviteetit, ulkoliikunta, lumikenkäily, valokuvaus, metsäretket ja taitokurssit.



Kuvio 15. Mitä aktiviteetteja yritykset tarjoavat

6.7 Tutkimukseen vastanneiden yritysten koko

Tutkimuksen yksi olennainen osa oli myös selvittää minkä kokoisia vastanneet yritykset ovat. Tiesimme, että suurin osa vastaajista tulee olemaan mikroyrityksiä sekä pieniä ja keskisuuria yrityksiä. Annoimme vastausvaihtoehtoiksi 1-9 henkilöä, 10 – 50 henkilöä ja yli 50 henkilöä. Tämä kysymys esitettiin sekä niille, jotka käyttävät sähköisiä järjestelmiä, kuin myös niille, jotka eivät käytä. Sähköisiä järjestelmiä käyttävistä 25 yrityksestä 22 kuului mikroyrityksiin, joissa työskentelee 1-9 henkilöä. Kolme vastaajista kuului pieniin yrityksiin, joiden koko oli 10 – 50 henkilöä. Kukaan vastaajista ei kuulunut yritykseen, jossa työskentelee yli 50 henkilöä.



Kuvio 16. Tutkimukseen vastanneiden yritysten koko

Kaikki 11 yritystä, joilla ei ole käytössään sähköisiä järjestelmiä, vastasivat olevansa kooltaan 1-9 henkilöä eli ne luokitellaan mikroyritykseksi. Kaikista 36

vastaajasta siis 33 oli kooltaan 1-9 henkilöä ja loput kolme yritystä olivat kooltaan 10 – 50 henkilöä.

7 Pohdinta

Kokonaisuudessaan tutkimus oli onnistunut; vaikka tuloksia ei saatu tavoiteltua määrää, oli niitä kuitenkin tarpeeksi validien tulosten saamiseksi. Tavoitteeksi asetettiin prosessin alussa, että joka kuudes yrittäjä vastaisi kyselyyn. Tämä osoittautui kuitenkin liian kovaksi tavoitteeksi, kun lopulta noin joka kahdeksas vastasi kyselyymme. Tavoitteet on kuitenkin hyvä asettaa tarpeeksi korkealle, ettei tyydytä liian vähään. Vastausmäärää saatiin onnistuneesti nostettua muistutusviestien avulla, olisimme saaneet ehkä vielä lisää vastauksia soittamalla muistutuspuheluita, mutta siihen emme lopulta päättäneet ryhtyä. Vaihtoehtona olivat myös vierailut eri yrityksissä, mutta määrällisessä tutkimuksessa tarkempien haastattelujen tekeminen ei ole keskeistä. Lisäksi lähiympäristössä sijainneet yritykset vastasivat tutkimukseen melko hyvällä prosentilla.

Kyselyn ja sen vastausten arvioinnin perusteella pystyimme luomaan hyvän kuvan siitä, millainen on pienten kotimaisten aktiviteettiyritysten tyytyväisyys nykyisiin sähköisiin järjestelmiin. Saimme havainnollistettua myös kyseisten pk-yritysten tarpeita järjestelmiä ajatellen, ja juuri tämä seikka oli oleellista opinnäytetyön toimeksiantajan näkökulmasta. Tällä tavoin onnistuimme saamaan toimeksiantajallemme tulevaisuutta ajatellen työkalun, jonka avulla he pystyvät kartoittamaan tuotteidensa tarvetta matkailualan kentällä.

Lähdimme liikkeelle yrityslistan keräämisellä, jonka saimme aikaan todella nopeasti. Löysimme hyviä internetsivuja, joista löytyi kattavasti yritysten yhteystiedot ja näin ollen pääsimme tekemään listan kyselyä varten. Päätimme

toimeksiantajan kanssa, että keräämme listaan 300 yritystä, joiden palvelutarjonnasta löytyy mahdollisimman paljon erilaisia aktiviteetteja.

Onnistuimme laatimaan kyselyn, johon vastaaminen ei vienyt kuin muutama minuutti, mutta se sisälsi kaiken tarpeellisen. Toimeksiantaja saa kyselystä selville juuri ne asiat, joita he halusivat tietää. Näin ollen kyselyyn vastanneet yritykset ovat potentiaalisia asiakkaita ja heitä on helpompi lähestyä myynnillisesti, sillä heidän tarpeensa sähköisiä järjestelmiä kohtaan ovat tiedossa.

Tutkimuksen vastaajamäärän kohdalla tavoitteenamme oli saada ainakin 50 vastaajaa. Tässä petyimme pahasti, sillä lopullinen vastaajamäärä oli 36. Lisää vastaajia olisimme voineet saada muun muassa puhelinhaastattelujen ja yritysvierailujen kautta. Tällöin tutkimukseemme olisi saatu myös laadullisen tutkimuksen näkökulmaa, sillä näistä haastatteluista olisi tehty hieman syvempiä ja laajempia. Päädyimme kuitenkin analysoimaan näiden 36 vastaajan vastaukset keräämättä lisää dataa kvalitatiivisilla tutkimuksilla. Analysoimme saadut vastaukset SPSS:n, Excelin, Wordin ja Webropolin avulla. Positiivinen asia tutkimusvastauksissa oli se, että kaikki vastaajat olivat vastanneet tutkimukseen paneutuen siihen. Kysely ei ollut pitkä, jolloin sen olisi voinut tehdä hutiloiden alle minuutissa. Keskimääräinen vastausaika oli kuitenkin viisi ja puoli minuuttia. Nopein vastausaika oli kolme minuuttia ja pisin 11 minuuttia. Tämä antaa meille tiedon, että saatu data on relevanttia ja toimeksiantajan on helppo hyödyntää sitä. Omasta mielestämme onnistuimme saamaan kaasan selkeät taulukot ja kuviot, joiden avulla havainnollistamme saamiamme tutkimustuloksia.

Tavoitteenamme oli lisäksi kerätä itse yrittäjiltä ideoita, miten järjestelmät palvelisivat tulevaisuudessa heidän organisaatioitaan parhaalla mahdollisella ta-

valla. Täysin uusia ideoita järjestelmiä ajatellen tuli vastausten kokonaismäärään nähden melko vähän, mutta kyseiset ideat olivat laadukkaita, suunniteltuja ja hyvin perusteltuja.

Kiinnitimme tutkimuksessa huomiota varsinkin varausjärjestelmiin, kassa- ja laskutusjärjestelmiin, verkkokauppoihin sekä asiakashallintajärjestelmiin. Tarkoituksenamme ei alun perin ollut keskittyä mikro- ja pienyrityksiin, mutta tutkimuksen edetessä huomasimme, että suurin osa matkailualan aktiviteettiyrityksistä on nimenomaan mikroyrityksiä. Tästä johtuen kyselystä saatujen vastausten perusteella tutkimus painottui väistämättä pk-yrityksiin.

Tutkimuksessamme oli oleellista selvittää myös, onko kyseisillä yrityksillä käytössään joitain sähköisiä ratkaisuja sisäiseen toiminnanohjaukseen perinteisten tapojen lisäksi. Tähän saimme vastauksen kätevästi kyselyn aloituskysymyksen avulla, ja näin myös toimeksiantaja pystyy helposti jaottelemaan tutkimukseen osallistuneet yritykset.

Kyselyn lähettämisvaiheessa eräs vastaaja otti meihin yhteyttä, että ei halunnut vastata tutkimukseen, koska yhteystietojen täyttäminen kaavakkeessa oli pakollista. Hän antoi myös vinkin, että mikäli haluamme saada kyselyyn paljon vastauksia, yhteystietojen antaminen kannattaa olla vapaaehtoista.

Otimme asian kyllä huomioon kyselyä tehdessä, mutta päädyimme lisäämään kaavakkeeseen kohdan ”Minuun saa ottaa yhteyttä opinnäytetyön toimeksiantajan toimesta”, jonka vastaaja sai raksittaa tai jättää tyhjäksi. Arvelimme tämän olevan riittävää, jotta saisimme vastauksen kaikilta mahdollisilta yrittäjiltä. Yhteystietokenttä oli mielestämme tärkeää olla pakollinen, että toimeksiantaja saa opinnäytetyöstä toivomansa hyödyt.

Itse prosessi kulki tasaisesti alussa suunnitellun aikataulun mukaisesti, lopulta työ saatiin valmiiksi muutamaa viikkoa ajateltua myöhemmin. Yhteistyö opiskelijoiden välillä sujui moitteettomasti, eikä välimatkakaan haitannut työn valmistumista kuin hieman ajallisesti. Työskentely ohjaajan kanssa oli

myös mutkatonta, ja häneltä pystyi tarvittaessa pyytämään hyviä ohjeita ja kommentteja. Toimeksiantaja pidettiin ajan tasalla tasaisin väliajoin raportoimalla, missä vaiheessa työssä mennään. Toimeksiantajalle keskeisin seikka työssä on itse tutkimus, eikä opinnäytetyön loppuvaiheessa raportoitu niin paljon kuin aluksi, sillä opiskelijat keskittyivät työn puhtaaksikirjoittamiseen.

Henkilökohtaisesti opiskelijoina saimme opinnäytetyön ansiosta uusia oppeja ja valmiuksia meitä kiinnostavasta liiketoiminnan alasta ja sen yrityksistä.

Tutkimuksen avulla kehitimme jälleen ammatillista osaamistamme eteenpäin ja saimme kartutettua kokemusta ja uusia taitoja.

Tutkimuksen tavoitteena oli kerätä mahdollisimman iso määrä dataa, josta saisi selkeän kuvan yritysten käyttämistä järjestelmistä ja tarpeista sähköisiä järjestelmiä kohtaan. Tutkimusprosessi alkoi palaverilla toimeksiantajan edustajan kanssa. Alun perin tarkoitus oli lähestyä koko matkailun kentällä toimivia yrityksiä, mutta päätimme toisessa palaverissa rajata kohdeyritykset aktiveettipalveluita tarjoaviin yrityksiin, sillä alkuperäisen suunnitelman mukaan tutkimuksesta olisi tullut liian laaja. Segmenttiä rajaamalla saimme tehdä tarkemman tutkimuksen aiheesta. Kävimme paljon keskusteluja siitä, tekisimmekö toimeksiantajallemme laadullisen (kvalitatiivinen) vai määrällisen (kvantitatiivinen) tutkimuksen. Toimeksiantaja kallistui siihen, että määrällinen tutkimus auttaisi heitä enemmän, sillä heidän tarkoituksenaan oli saada tietoon yritykset, jotka käyttävät tai jotka eivät käytä sähköisiä järjestelmiä. Lisäksi toimeksiantajaa kiinnosti minkälaisia järjestelmiä yritykset käyttävät ja jos eivät käytä, niin miksi eivät. Tavoite oli siis saada tietoa mahdollisimman monelta yritykseltä niin, että kysely pysyy sopivan mittaisena ja siinä kysytään vain perusasioita.

Kokonaisuutta arvioidessa onnistuimme mielestämme hyvin. Tutkimuksesta saadut vastaukset selvensivät sähköisten järjestelmien tilannetta matkailualan aktiveettiyriytysten keskuudessa. Itsekriittisesti ajatellen pieni vastaajamäärä

jäi harmittamaan ja olisimme voineet kasvattaa sitä laadullisella tutkimuksella. Tällöin olisimme saaneet laajempia vastauksia ja toimeksiantajamme olisi saanut myös lisää tarvittavaa tietoa. Aikataulun puitteissa päätimme kuitenkin keskittyä niihin vastauksiin, jotka saimme Webropol-kyselystä.

Lähteet

Ahonen, S. 2012. Sähköinen liiketoiminta & Matkailu – Maalla-hanke.

Ajas 2014. Ajas nettivaraaus - internet-ajanvaraus. Viitattu 9.1.2015. [Http://net-tivaraaus.net](http://net-tivaraaus.net).

BlockWare 2012. Yritys. Viitattu 12.1.2015. [Http://blockware.fi/yritys/](http://blockware.fi/yritys/).

Combe, C. 2006. Introduction to E-Business. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Enkora. 2013. Varausjärjestelmä. Viitattu 9.1.2015. [Http://www.enkora.fi/fi/varausjarjestelma](http://www.enkora.fi/fi/varausjarjestelma).

Hirsjärvi, S. & Remes, P. & Sajavaara, P. 2008. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.

Jaatinen, S. 2012. Maistraattien kassajärjestelmän prosessit ja niiden yhtenäistäminen. Opinnäytetyö. Jyväskylän ammattikorkeakoulu, tietojenkäsittelyn koulutusohjelma. Viitattu 19.2.2015. [Https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/46489/Jaatinen_Sirpa.pdf?sequence=1](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/46489/Jaatinen_Sirpa.pdf?sequence=1).

Kajaanin ammattikorkeakoulu (KAMK). 2010. Opinnäytetyöpakki - Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoite. Viitattu 14.1.2015. [Http://193.167.122.14/Opari/ont-TukiTarkoitus.aspx](http://193.167.122.14/Opari/ont-TukiTarkoitus.aspx).

Kettunen, J. & Simons, M. 2001. Toiminnanohjausjärjestelmän käyttöönotto pk-yrityksessä: Teknologia lähtöisestä ajattelusta kohti tiedon ja osaamisen hallintaa. Espoo: VTT Automaatio.

Lahti, S. & Salminen, T. 2008. Kohti digitaalista taloushallintoa-sähköisen talouden prosessit käytännössä. Helsinki: WSOYpro.

Radwanick, S. 2013. Comscore. Viitattu 8.1.2015.

[Http://www.comscore.com/Insights/Data-Mine/How-Much-Time-do-Europeans-Spend-on-Travel-Sites](http://www.comscore.com/Insights/Data-Mine/How-Much-Time-do-Europeans-Spend-on-Travel-Sites).

Rastas, H. & Seppälä, J. & Vesander, R. 2013. Reservation - Asiakaslähtöiset hankkeet 1. Raportti. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Viitattu 15.1.2015.

[Http://ruokacentria.com/wp-content/uploads/2013/04/Projektiraportti_Reservation.pdf](http://ruokacentria.com/wp-content/uploads/2013/04/Projektiraportti_Reservation.pdf).

Räsänen, P. & Saari, H. 2004. Melonta-, pyöräily- ja vaellustarjontamme ja sen kysyntä ulkomailla. Tilannekartoitus. Viitattu 3.3.2015. [Http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2013/04/A134-Melonta-pyo%CC%88raily-vaellustarjontamme-ja.pdf?dl](http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2013/04/A134-Melonta-pyo%CC%88raily-vaellustarjontamme-ja.pdf?dl). Ellare Oy.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Viitattu 12.1.2015. [Http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/viittausohje.html](http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/viittausohje.html).

Saukkonen, P. 2011. Tutkielmanteon tukisivut - Tutkimusmenetelmät ja tutkimusaineistot. Viitattu 12.1.2015. [Http://www.mv.helsinki.fi/home/psaukkon/tutkielma/Tutkimusmenetelmat.html](http://www.mv.helsinki.fi/home/psaukkon/tutkielma/Tutkimusmenetelmat.html).

Saukkonen, P. 2011. Tutkimusongelma ja tutkimuskysymys. Viitattu 13.1.2015. [Http://www.mv.helsinki.fi/home/psaukkon/tutkielma/Tutkimusongelma.html](http://www.mv.helsinki.fi/home/psaukkon/tutkielma/Tutkimusongelma.html).

Sisättö, S. 1974. Operaatio nollatutkimus. Tampere: Kustannuspiste.

TIEKE. 2015. Mitä on verkkokauppa?. Viitattu 5.1.2015.

[Http://www.tieke.fi/pages/viewpage.action?pageId=37519405](http://www.tieke.fi/pages/viewpage.action?pageId=37519405).

TIEKE. 2015. Verkkokauppaopas 2015. Viitattu 5.1.2015.

[Http://www.tieke.fi/display/julkaisut/Verkkokauppaopas](http://www.tieke.fi/display/julkaisut/Verkkokauppaopas).

TIEKE. 2015. Verkkokauppaopas 2015 - Johdanto. Viitattu 5.1.2015.

[Http://www.tieke.fi/display/julkaisut/Johdanto](http://www.tieke.fi/display/julkaisut/Johdanto).

Toiminnanohjausjärjestelmä 2013. Logistiikan Maailma-verkkoaineisto. Viitattu 15.1.2015. [Http://www.logistiikanmaailma.fi/wiki/Toiminnanohjaus%C3%A4rjestelm%C3%A4](http://www.logistiikanmaailma.fi/wiki/Toiminnanohjaus%C3%A4rjestelm%C3%A4).

Valorinta, V. 2008. Hotellivarausten arvoketju. Helsinki: Booking Partner Oy.

Webropol. 2014. Yritys. Viitattu 12.3.2015. [Http://www.webropol.fi/yritys/](http://www.webropol.fi/yritys/).

Vuorinen, K-V. 2003. Matkailun maailma. Porvoo: WS Bookwell Oy.

ZAPPS. 2015. Asiakashallinta ja asiakashallintajärjestelmä. Viitattu 15.1.2015.

[Http://www.zapps.fi/asiakashallinta/](http://www.zapps.fi/asiakashallinta/).

Liitteet

Liite 1. Sähköinen kyselylomake

1. Onko yrityksessänne käytössä muita sähköisiä järjestelmiä kuin sähköposti?

Vastaajien määrä: 36

2. Mitä järjestelmiä yrityksenne on käyttänyt ja kuinka kauan?

Vastaajien määrä: 25

3. Miten hyödyllisenä näette seuraavat järjestelmät yritystoiminnallenne? Vastaa siinäkin tapauksessa, että järjestelmä ei ole tällä hetkellä yrityksessänne käytössä. 1 = täysin hyödytön 5 = erittäin hyödyllinen

Vastaajien määrä: 25

4. Mitä hyvää/huonoa käyttämissänne järjestelmissä olette huomanneet? Entä millaisia ideoita teillä olisi niiden kehittämiseksi?

Vastaajien määrä: 10

5. Minkä kanavien kautta saatte tietoa tarjolla olevista järjestelmistä ja niiden ominaisuuksista?

Vastaajien määrä: 25

6. Millaisille järjestelmille yrityksellänne olisi vielä tarvetta?

Vastaajien määrä: 12

7. Mihin aktiviteetteihin yrityksenne keskittyy?

Vastaajien määrä: 25

8. Kuinka monta henkilöä yrityksessänne työskentelee?

Vastaajien määrä: 25

9. Yhteystiedot

10. Minuun saa ottaa yhteyttä:

Vastaajien määrä: 18

11. Arvioi, miten eri tekijät ovat vaikuttaneet siihen, ettei yrityksenne ole käyttänyt järjestelmiä. 1 = ei ole vaikuttanut lainkaan, 5 = on vaikuttanut erittäin paljon.

Vastaajien määrä: 11

12. Minkä kanavien kautta saatte tietoa tarjolla olevista järjestelmistä ja niiden ominaisuuksista?

Vastaajien määrä: 11

13. Millaisille sähköisille järjestelmille yrityksellänne olisi tarvetta?

Vastaajien määrä: 11

14. Miten olette hoitaneet edellämainitut toimenpiteet sähköisten järjestelmien sijaan?

Vastaajien määrä: 7

15. Mihin aktiviteetteihin yrityksenne keskittyy?

Vastaajien määrä: 11

16. Kuinka monta henkilöä yrityksessänne työskentelee?

Vastaajien määrä: 11

17. Yhteystiedot

18. Minuun saa ottaa yhteyttä:

Vastaajien määrä: 9