



KAUPAN LIITTO

# Kundernas nöjdhet med tjänster i Finland 2019

Jaana Kurjenoja

Axplock ur undersökningen.

Hela undersökningen är tillgänglig på Finsk Handels webbplats för medlemmar på [kauppa.fi](https://kauppa.fi) under rubriken Tutkimukset (på finska).



## Innehåll

Bakgrund till utredningen: varför?	2
Bakgrund till utredningen: hur?	3
Indexens innehåll	5
Undersökta bransch och företag	6
Kundnöjdhet inom konsumenttjänster: index och effektförhållanden	8
Kundnöjdhet	10
Prisupplevelse	16
Serviceupplevelse	21
Lojalitet	28
Beredskap att rekommendera	34
Fyra delfaktorer som kan förutsäga att kunden vill byta tjänsteföretag	37
Regionala index för kundnöjdhet, pris- och kvalitetsupplevelsen samt lojalitet	42
Regressionsanalyser om indexens påverkansförhållanden	51

[Axplock](#) ur undersökningen.

Hela undersökningen är tillgänglig på Finsk Handels webbplats för medlemmar på [kauppa.fi](http://kauppa.fi) under rubriken Tutkimukset (på finska).

## Bakgrund till utredningen: varför?

- Privata tjänster sysselsätter ungefär hälften av de sysselsatta inom samhällsekonomin, och handeln är till exempel den största arbetsgivaren inom företagssektorn. Det är av primär vikt för den finska ekonomiska tillväxten och sysselsättningsgraden att tjänsterna klarar internationell konkurrens.
- Konsumenttjänsternas konkurrenskraft, livskraft och utveckling är viktiga för enstaka tjänsteföretag, men också för hela samhällsekonomin.
- En av de största grundläggande faktorer för livskraftiga tjänster i Finland är konsumentförståelse och således respekt mot de egna kunderna – både de nuvarande och framtida.
- Kundnöjdhetsindexet utvecklas med just det ovannämnda som utgångspunkt. Indexet ger olika branscher och företag en bild av
  - hur de står i en allmän jämförelse
  - och vilka delfaktorer är deras styrkor eller svagheter.
- Bättre kännedom om de egna styrkor och svagheter jämfört med konkurrenter eller andra branscher skapar grund för utveckling av verksamheten. Kännedom om vad konsumenterna tycker om branschen ger information också till de företag som inte är med i kundnöjdhetsindexet. Detta är viktigt framför allt viktigt för små företag som inte har resurser för att utföra breda utredningar.
- Kundnöjdhetsindexet är en del av forskningssamarbetet mellan arbetslivsprofessor Lasse Mitronen vid Aalto-universitetet och Finsk Handel.

## Bakgrund till utredningen: hur?

- Databasinsamlingen för indexet utfördes av Kantar TNS.
  - Urvalet representerar befolkningen på finska fastlandet och omfattar 5 035 15–79-åriga personer från Finlands fastland. Varje person har värderat 2–3 tjänsteföretag och materialet består av 12 884 kundrecensioner.
  - Materialet samlades in i tre omgångar i Kantar TNS internetpanel Forum i januari, maj och augusti 2019.
- Kunderna har värderat 78 tjänsteföretag inom nio olika branscher (vid läkartjänsterna värderades också en separat helhet "Allmänna hälsostationer" som egentligen inte är ett företag. Eftersom den offentliga hälsovården mest drivs med skattepengar och inte är ett företag, är "Allmänna hälsostationer" inte med i de statistiska regressionsanalyserna).
  - Företagen är riksomfattande kedjor.
  - Företagens vikt på branschmedelvärdet har beräknats efter omsättning (vid läkartjänster användes matematiskt medelvärde).
- Kunderna har värderat företagen med hjälp av 16 frågor. Utav svaren utgjordes sex separata index: det egentliga kundnöjdhetsindexet och fem övriga index
  - Kundförväntningar, Serviceupplevelse, Prisupplevelse, Kundnöjdhet, Lojalitet, Villighet att rekommendera. Indexvärden ligger mellan 1 och 100.
  - Olika branscher har värderats genom så lika frågor som möjligt men ordformerna har anpassats efter branschen.
  - Kunderna har värderat företag på en skala 1–10.
- Blanketterna formulerades, beräkningsformlorna definierades och de undersökta branscherna och kedjeföretagen valdes av arbetslivsprofessor Lasse Mitronen och chefsekonom Jaana Kurjenoja.

## Bakgrund till utredningen: hur?

- Kunderna blev frågade om upplevelsena från de senaste kundbesöken inom olika branscher:
- Upplevelser från dagligvaro- och markethandeln under den senaste månaden.
- Upplevelser under det senaste halvåret från
  - varuhus och bruksvarobutiker med brett sortiment,
  - kläd- och skobutiker,
  - restaurang- och cafékedjor.
- Upplevelser under det senaste året från
  - sport- och fritidsbutiker,
  - järnaffärer,
  - hotellkedjor i Finland,
  - fjärtrafik i Finland,
  - läkartjänster.

# Indexens innehåll

Skala 1–100

## 1. Kundförväntningar

- Läge, tillgänglighet
- Renlighet, trivsel, framläggande av produkter
- Hur man uppfyllt personliga behov
- Hur man lyckats med service

## 2. Serviceupplevelse

- Läge, tillgänglighet
- Renlighet, trivsel, framläggande av produkter
- Hur man uppfyllt personliga behov
- Hur man lyckats med service

## 3. Prisupplevelse

- Pris-kvalitetsförhållande
- Prisets konkurrenskraft jämfört med andra aktörer i branschen

## 4. Kundnöjdhet

- Totalnöjdhet med företaget
- Uppfyllande av förväntningar och behov
- Ekvivalens med den bästa möjliga helheten (läge, produkt, tjänster)

## 5. Lojalitet

- Avsikt att använda på nytt
- Villighet att undvika företaget

## 6. Rekommendation

- Avsikt att rekommendera i bekantskretsen eller i sociala medier

## Undersökta bransch och företag

Obs! På begäran kan en företagsspecifik rapport göras om de handelsföretag som fått minst 125 svar (100 svar för järnhandeln)

\*Mindre än 125 svar (100 svar för järnhandeln)

### Dagligvaru- och markethandel

- S-market
- Prisma
- Sale
- Alepa
- Lidl
- Citymarket
- Minimani\*
- K-Supermarket
- K-Market
- R-kioski

### Kedjor för vardagliga bruksvaror och

- J. Kärkkäinen
- Sokos
- Stockmann
- Tokmanni
- Hong Kong
- Motonet
- Clas Ohlson
- IKEA
- Biltema

### Sport och fritid

- Stadium
- XXL Sports & Outdoor
- Partioaitta
- Scandinavian Outdoor
- Intersport
- Budget Sport

### Kläder och skor

- Hennes & Mauritz
- Marimekko
- Lindex
- Dressmann
- KappAhl
- Jack & Jones\*
- Vero Moda\*
- Vila\*
- Cubus\*
- Zara\*
- Bik Bok\*
- Aukia\*
- Halonen
- Kookenkä
- Din Sko\*
- Kekäle\*

### Järnhandel

- Bauhaus
- Carlson järnhandel\*
- K-Rauta/Rautia
- Byggmax
- Stark
- RTV
- Värtsilä

## Undersökta bransch och företag

### Hotellkedjor

- Sokos Hotels
- Radisson Blu
- Scandic Hotels
- Cumulus City & Resort
- Lapland Hotels
- Omena Hotels

### Restaurang- och cafékedjor

- HuviRetki (vid Cumulus-hotell)
- Rax Buffet
- Burger King
- Hanko Sushi
- McDonald's
- Fazer-restauranger och caféer
- Picnic
- Subway
- Amarillo (vid Sokos-hotell)
- Rosso
- Hesburger
- Kotipizza

### Fjärtrafik i Finland

- Finnair
- VR
- Onnibus
- Pohjolan Liikenne
- Koiviston Auto
- Paunu
- Savonlinja

### Läkartjänster

- Mehiläinen
- Pihlajalinna/Dextra
- Terveystalo/Diacor
- Läkarcentralen Aava
- Allmänna hälsostationer



# Kundnöjdhet inom konsumenttjänster: index och effektförhållanden

Axplock ur undersökningen.

Hela undersökningen är tillgänglig på Finsk Handels webbplats för medlemmar på [kauppa.fi](http://kauppa.fi) under rubriken Tutkimukset (på finska).



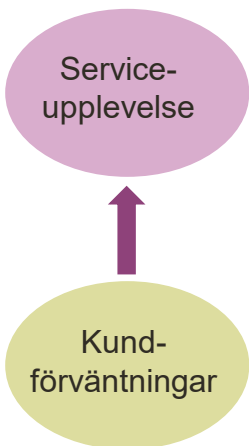
# Service- och prisupplevelsen hade direkt påverkan på kundnöjdhet

## Kausala förhållanden mellan delindex

På regressionsanalys baserade orsakssamband med statistisk signifikans  
78 företag, 12 884 recensioner

- Läge, tillgänglighet
- Renlighet, trivsel, framläggande av produkter
- Hur man uppfyllt personliga servicebehov
- Hur man lyckats med service

- Läge, tillgänglighet
- Renlighet, trivsel, framläggande av produkter
- Hur man uppfyllt personliga servicebehov
- Hur man lyckats med service



- Totalnöjdhet med företaget
- Uppfyllande av förväntningar och behov
- Ekivalens med den bästa möjliga helheten (läge, produkt, tjänster)

- Pris-kvalitetsförhållande
- Prisets konkurrenskraft jämfört med andra aktörer i branschen

- Avsikt att rekommendera i bekantskretsen eller i sociala medier

- Avsikt att använda på nytt
- Villighet att undvika företaget

# Kundnöjdhet

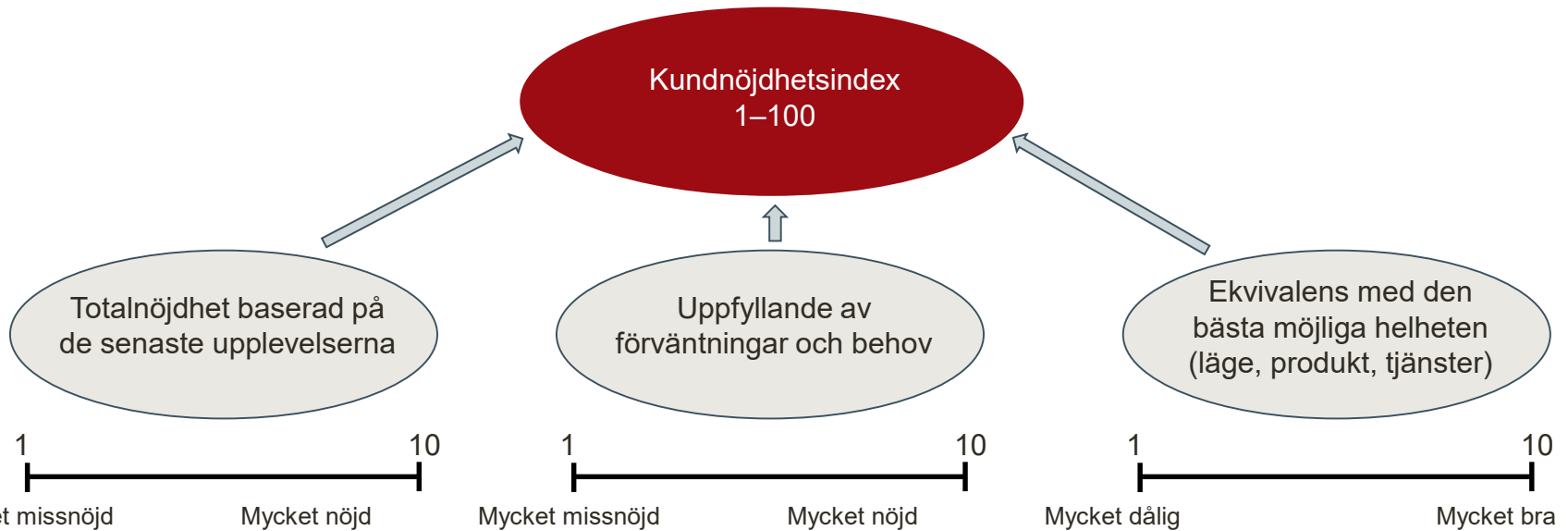
Axplock ur undersökningen.

Hela undersökningen är tillgänglig på Finsk Handels webbplats för medlemmar på [kauppa.fi](http://kauppa.fi) under rubriken Tutkimukset (på finska).



## Tre delfaktorer i kundnöjdhetsindexet

78 företag, 12 884 recensioner

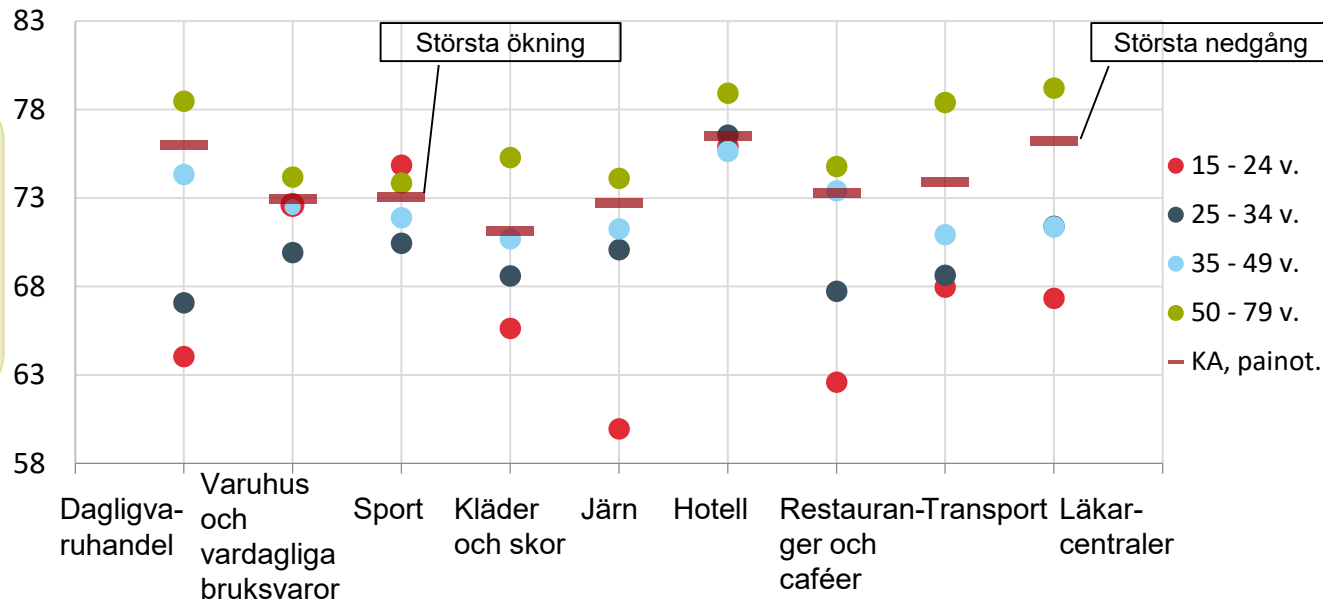


# Över 50-åriga personer upplever störst nöjdhet med nästan alla branscher, men för sporthandeln går det mycket bra bland unga människor

Kundnöjdhet

78 företag, 12 884 recensioner

Kundnöjdheten har ökat mest bl.a. på R-kiosker, Scandinavian Outdoor-butiker, K-Supermarketer, Partioaitta-butiker och Värisilmä-butiker.



# Serviceupplevelse

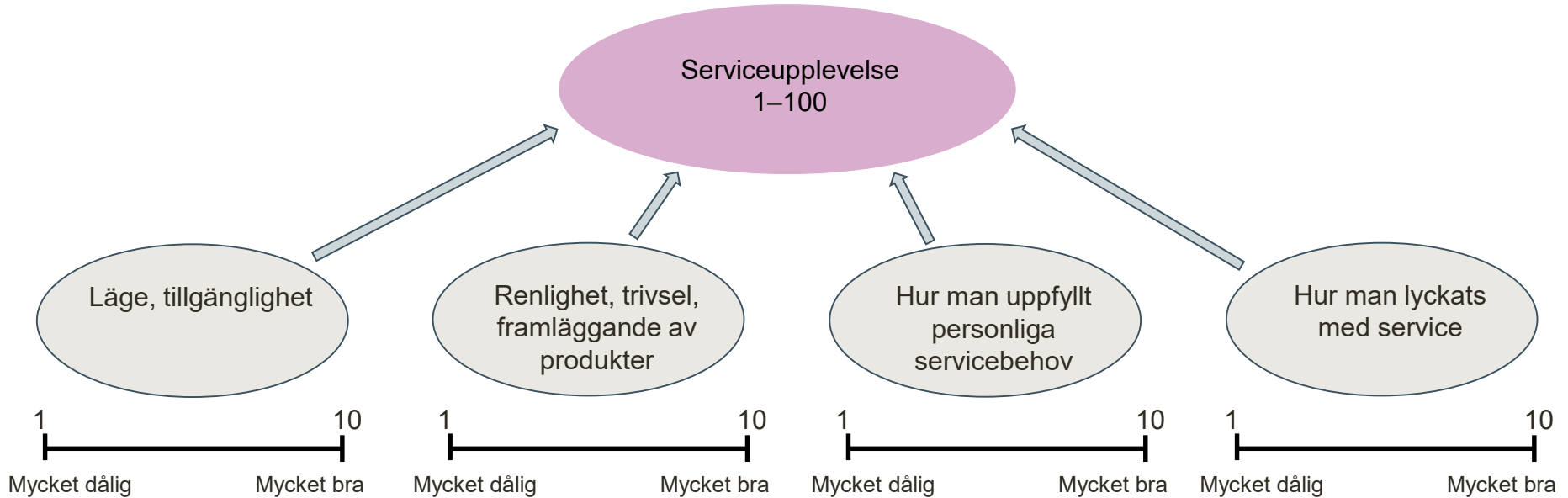
Axplock ur undersökningen.

Hela undersökningen är tillgänglig på Finsk Handels webbplats för medlemmar på [kauppa.fi](http://kauppa.fi) under rubriken Tutkimukset (på finska).



## Fyra delfaktorer i serviceupplevelsen

78 företag, 12 884 recensioner



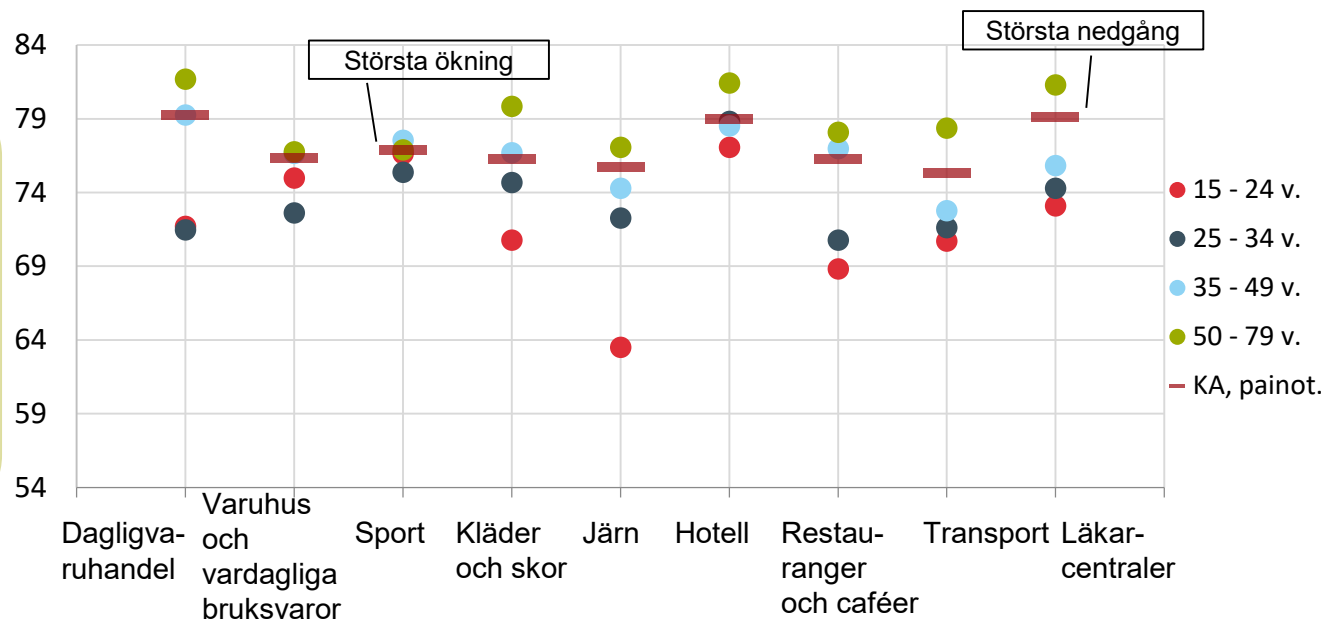


# Inom dagligvaruhandeln är den genomsnittliga serviceupplevelsen en av de bästa och bland över 50-åriga personer den allra bäst

Serviceupplevelse enligt åldersgrupp: Läge, trivsel, servicebehov och hur man lyckats med service  
78 företag, 12 884 recensioner

Serviceupplevelsen inom dagligvaruhandeln förbättras av den goda tillgängligheten och lyckat servicearbete.

Serviceupplevelsen har förbättrats mest hos R-kiosk, Partioaitta och RTV.







**Mer information:**

**Jaana Kurjenoja**

chefsekonom

Finsk Handel

[jaana.kurjenoja@kauppa.fi](mailto:jaana.kurjenoja@kauppa.fi)

tfn 040 820 5378

