



TAMPEREEN  
AMMATTIKORKEAKOULU

# VATIALAN KOULUN TYYTYVÄISYYSTUTKIMUS

Iiro Ahopelto

Opinnäytetyö  
Syksy 2018  
Liiketalouden koulutus



## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Liiketalouden koulutus

AHOPELTO, IIRO:  
Vatialan koulun tyytyväisyystutkimus

Opinnäytetyö 31 sivua, joista liitteitä 4 sivua  
Syyskuu 2018

---

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää kangasalaisen perusopetusta tarjoavan Vatialan koulun oppilaiden asiakastyytyväisyys. Julkiselta sektorilta usein puuttuvan kilpailuelementin vuoksi, julkiset organisaatiot eivät panosta asiakastyytyväisyyteen tai asiakassuhteen ylläpitämiseen niin paljon kuin yksityisellä sektorilla, jossa kilpailu on paljon kovempaa. Perusopetuksessa asiakastyytyväisyydellä on kuitenkin luonnollisesti jonkin asteista vaikutusta oppilaiden opintomenestykseen sekä sujuvaan kouluarkeen. Tämän vuoksi Vatialan koululla halutaan selvittää oppilaiden tyytyväisyyttä koulunkäyntiin ja koulun toimintaan, jotta toimintaa pystyttäisiin kehittämään ja mahdollisiin kehityskohtiin vaikuttamaan.

Tutkimus toteutettiin nettikyselynä ja kyselyn lomakkeen täytti 66 koulun 5. luokkalaista oppilasta. Tutkimus oli pääosin määrällinen ja kyselylomakkeen 16:sta kysymyksestä 15 oli määrällisiä kysymyksiä ja laadullisia kysymyksiä oli vain yksi. Vastaajien vastausprosentti määrällisiin kysymyksiin oli 100%, mutta kyselyn laadulliseen kysymykseen oltiin vastattu heikommin. Kysely toteutettiin Google Drive kyselysovelluksella, jonka luoma havaintomatriisi käsiteltiin ja luotiin analysoitavaan muotoon Microsoft Excelillä. Tuloksista saatiin käsitys asiakastyytyväisyyden tilasta sekä pystytään havainnoimaan onnistumisen ja kehityksen kohteita.

Työn teoreettinen viitekehys käsittelee asiakkuutta, palvelun laatua ja asiakastyytyväisyyttä. Tarkoituksena oli perehtyä asiakastyytyväisyyden ja sen selvittämisen tärkeyteen pääasiassa toimeksiantajan näkökulmasta, mutta myös huomioiden sen tärkeys yritysmaailmassa. Teoria luo pohjan opinnäytetyön toiminnallisena osana toteutettuun tyytyväisyystutkimukseen.

## ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Tampere University of Applied Sciences  
Degree Programme in Business Administration

AHOPELTO, IIRO:  
Customer Satisfactory Survey  
Vatiala Elementary School

Bachelor's thesis 31 pages, appendices 4 pages  
September 2018

---

The purpose of this thesis was to survey the pupils' customer satisfaction in Vatiala Elementary School, which provides basic education in Kangasala. Due to the weak competition in the public sector, public organizations do not invest in customer satisfaction or maintaining customer relationships as much as in the private sector where the competition is much harder. However, in basic education, customer satisfaction naturally has some sort of influence on pupils' educational success and on smooth schooling. For this reason, Vatiala School wanted to survey the pupils' satisfaction with the school and school activities in order to be able to develop their activities and to affect possible development issues.

The survey was conducted as a web survey and the questionnaire was answered by 66 fifth graders. The study was mainly quantitative, with 15 of the 16 questions being quantitative, and only one qualitative question. The response rate in the quantitative questions was 100%, but the qualitative question in the questionnaire was answered much less. The survey was implemented with a Google Drive query application, which generated a detection matrix in Microsoft Excel to be analyzed. The results gave an understanding of the state of customer satisfaction and a perception of the issues of success and development.

The theoretical framework of the thesis dealt with customer relationship, quality of service and customer satisfaction. The aim was to learn about the importance of customer satisfaction and its determination, mainly from the commissioner's point of view, but also considering its importance in the business world. The theory created a basis for the functional part of the thesis.

---

Keywords: customership, service quality, customer satisfaction

## SISÄLLYS

1 JOHDANTO	
1.1 Tutkimuksen kohde ja tarve.....	5
1.2 Käsitteet ja teoria.....	5
1.3 Tutkimuskysymykset.....	6
1.4 Aineisto ja menetelmät.....	7
1.5 Tutkimuksen kulku.....	8
2 VATIALAN KOULU.....	9
3 ASIAKKUUS.....	10
3.1 Asiakaslähtöisyys.....	10
3.2 Asiakaskokemus.....	11
4 PALVELU JA PALVELUN LAATU.....	12
4.1 Palvelu.....	12
4.2 Palvelun laatu.....	12
5 ASIAKASTYYTYVÄISYYS.....	14
5.1 Asiakastyytyväisyystutkimus.....	15
5.2 Asiakaspalaute.....	15
6 TYYTYVÄISYYSTUTKIMUKSEN TULOKSET.....	17
6.1 Määrällinen tutkimus.....	17
6.2 Laadullinen kysymys.....	24
7 POHDINTA.....	25
7.1 Tulosten tarkastelu.....	25
7.2 Tulosten luotettavuus.....	26
LÄHTEET.....	28
LIITTEET.....	29

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Tutkimuksen kohde ja tarve

Tämä opinnäytetyö käsittelee asiakkuutta ja asiakastyytyväisyyttä. Työn toiminnallisena osana toteutetaan tyytyväisyystutkimus toimeksiantajalle, kangasalalaiselle Vatialan koululle. Asiakkuus ja asiakastyytyväisyys valikoitui opinnäytetyöni aiheiksi asiakastyytyväisyystutkimuksen rinnalle, sillä siitä muodostuva kokonaisuus ei ole kovin yleinen opinnäytetöissä, kun huomioi toimeksiantajan lajin. Omalla koulu-urallani olen aina ollut oppilaitoksissani tyytyväinen koulujen toimintaan, mutta kuitenkin huomannut muissa julkisen sektorin organisaatioissa asioidessa asiakkuuksien hoidossa puutteita. Tästä syystä minua kiinnosti perehtyä asiakkuuteen ja asiakastyytyväisyyteen, juuri julkisen sektorin näkökulmasta.

Perusopetuslain mukaan opetuksen järjestäjän tulee arvioida antamaansa koulutusta ja sen vaikuttavuutta, sekä osallistua ulkopuoliseen toimintansa arviointiin. Tämän tarkoituksena on turvata ja tukea koulutuksen kehittämistä ja parantaa oppimisen edellytyksiä. Opetusministeriön yhteydessä toimii riippumattomana asiantuntijaelimenä koulutuksen arviointineuvosto, joka on olemassa koulutoiminnan ulkopuolista arviointia varten. (Perusopetuslaki 5 luku 21 § 24.1.2003/32.) Koulut ovat siis lain puolesta velvollisia huolehtimaan toimintansa arvioinnista. Tyytyväisyystutkimus kyselyn avulla on yksi tapa mitata Vatialan koulun toiminnan onnistumista ja havainnoida mahdollisia kehityskohteita.

## 1.2 Käsitteet ja teoria

Opinnäytetyön keskeisiä käsitteitä ovat asiakkuus, palvelun laatu ja asiakastyytyväisyys. Toimeksiantajalla oli tarve tyytyväisyystutkimukselle ja käsitteet sopivat mielestäni hyvin sen yhteyteen. Käsitteet asiakkuus ja asiakastyytyväisyys ovat mielestäni myös mielenkiintoisia aiheita tarkastella julkisen organisaation näkökulmasta.

Usein julkisen sektorin palveluiden käyttäminen, kuten opiskelijana Kelan-tukien hakeminen on aiheuttanut harmaita hiuksia ja samanlaisia tarinoita kuulee myös lähipiiristä vähän väliä. On tietenkin luonnollista, että enemmän tai vähemmän monopoli asemassa

toimivalla julkisen sektorin organisaatiolla ei ole samanlaista tarvetta huomioida asiakkuuksia kuin ruuhkaisilla markkinoilla toimivalla yksityisen sektorin yrityksellä. Uskoisin kuitenkin, että asiakkuuksien huomioimisella on paikkansa julkisella sektorilla ja siitä olevan hyötyä asiakkaan lisäksi organisaatiolle itselleen. Esimerkiksi perusopetuksessa ja ajateltuna omalle kohdalle, uskoisin oman koulumenestykseni olevan parempi mitä paremmin viihtyisin koulussa ja mitä paremmin minun tarpeeni on otettu huomioon oppilaitoksessani. Eduskunnan päätöksen mukaisesti säädetyn perusopetuslain mukaan opetuksen tavoitteena on tukea oppilaiden kasvua ihmisyyteen ja eettisesti vastuukykyiseen yhteiskunnan jäsenyyteen, sekä antaa heille elämässä tarpeellisia tietoja ja taitoja. Uskon, että oppilaitoksille annettuihin tavoitteisiin pääseminen helpottuu, kun toiminta on järjestetty asiakaslähtöisesti ja asiakkaiden tarpeet huomioiden ja sen taas vaikuttavan positiivisesti koulumenestykseen ja sitä kautta tavoitteisiin pääsemiseen.

Asiakkuuksiin ja asiakastyytyväisyyteen liittyvässä kirjallisuudessa kääntyy teksti usein asiakaskannattavuuteen ja asiakasuskollisuuteen sen liiketaloudellisessa näkökulmassa. Aiheesta on haastavaa löytää julkiselle sektorille kohdennettua painettua materiaalia. Uskon tämän johtuvan siitä, että materiaalia ei yksinkertaisesti ole tarjolla tai ainakaan niin paljoa kuin bisnes maailmaan suunnattua. Tämä mielestäni osittain todentaa sitä seikkaa, että julkisella sektorilla ollaan asiakkuusnäkökulmassa yksityistä sektoria jäljessä. Opinnoteni aikana olen ymmärtänyt, että asiakkuuksien hoidon ja asiakastyytyväisyyteen panostuksen yksi perimmäisistä tavoitteista on pyrkiä saamaan asiakas sitoutumaan yritykseen ja ostamaan tuotteita tai käyttämään palveluita uudelleen. Vatialan koulu ei luonnollisestikaan kunnallisena opetuksen tarjoajana myy tuotteita tai palveluita, vaan saa rahoituksensa vero varoista ja asiakkaiksi valikoituu automaattisesti lähialueen oppivelvolliset.

### **1.3 Tutkimuskysymykset**

Opinnäytetyön ensisijaisia tutkimuskysymyksiä ovat: mistä muodostuu asiakkaiden tyytyväisyys ja/tai tyytymättömyys Vatialan koululla ja kuinka tyytyväisiä asiakkaat ovat tällä hetkellä koulun opetukseen ja muuhun toimintaan? Oleellisena osana tutkimusta pyritään myös selvittämään, miten toimintaa pystyttäisiin Vatialan koululla parantamaan.

## 1.4 Aineisto ja menetelmät

Opinnäytetyön asiakastyytyväisyystutkimuksessa selvitetään asiakkaiden tyytyväisyys Vatialan koululla, pääosin määrällisenä tutkimuksena. Tutkimusaineistoa kerätään kyselyllä, joka sisältää 15 määrällistä kysymystä, joissa asiakkaiden tulee valita, kuinka samaa mieltä he ovat asteikolla 1–5 annettujen väittämien kanssa. ”Määrällinen tutkimusmenetelmä eli kvantitatiivinen menetelmä on tutkimustapa, jossa tietoa tarkastellaan *numeerisesti*. Tämä tarkoittaa, että tutkittavia asioita ja niiden ominaisuuksia käsitellään yleisesti kuvaillen numeroiden avulla.” (Vilka 2007, 14.) Kyselyn kohta 16. on tutkimuksen laadullinen osuus, jossa asiakkailta kysytään mahdollisia kehityskohteita tai hyviä puolia koulun toiminnasta vapaalla sanalla. Laadullisen eli kvalitatiivisen tutkimuksen tavoitteena on tutkittavan ilmiön syväymmärtäminen ja todellisen elämän kuvaaminen. Tässä tutkimuksessa on tavoitteena saada kokonaisvaltainen ymmärrys tutkimuksen kohteena olevasta asiasta. (Hirsjärvi 1997, 161.) Toisin kuin määrällinen tutkimus, joka perustuu numeeriseen aineistoon, sisältää laadullinen tutkimus lauseita ja sanoja. (Kananen 2008, 24.)

Kysely toteutetaan Google Driven kyselysovelluksella. Sovellus luo asiakkaiden vastauksista suoraan vastausmatriisin Exceliin, joka säästää aikaa ja estää näppäilyvirheiden syntymistä. Kysely julkaistaan joulukuun 2017 loppupuolella ja luokkien opettajat saavat teettää kyselyn oppilailleen heille sopivana ajankohtana. Kyselyn suunniteltu otanta oli koulun 3. ja 5. luokkien oppilaat, mutta lopulliseen tutkimukseen osallistui vain koulun 5. luokat (66 oppilasta). Google Driven luoma vastausmatriisi sijoitetaan Excel -ohjelmaan, joka mahdollistaa määrällisen aineiston analysoinnin suoran jakaumin ja ristiintaulukoinnin.

## 1.5 Tutkimuksen kulku

Opinnäytetyön ensimmäisessä kappaleessa esitellään toimeksiantaja kangasalainen Valtialan koulu. Kangasalan kaupungin alainen peruskoulu esitellään kaupungin verkkosivujen tarjoamien tietojen mukaan.

Opinnäytetyön kolmas, neljäs ja viides kappale ovat työn teoriakappaleita. Kunnallisena palveluntarjoajana toimeksiantajalta puuttuu yritysmaailmassa yleisempi kilpailuelementti, joten teoria kääntyy välillä yksityiselle sektorille, kuitenkin pääpainoisesti teoriaa pyritään tarkastelemaan toimeksiantajan näkökulmasta. Kolmas kappale käsittelee asiakkuutta. Työn neljäs kappale käsittelee palvelua ja sen laatua. Luonnollisena jatkumona edellä mainittuihin teorioihin, viides kappale käsittelee asiakastyytyväisyyttä, asiakaspalautetta sekä niiden tutkimista ja analysointia, jota juuri tämän työn toiminnallisena osana toteutetaan.

Kuudennessa kappaleessa esitellään opinnäytetyön tyytyväisyystutkimuksen tulokset. Tutkimuksen tulokset esitellään Microsoft Excelillä luoduilla kuvaajilla ja kuvateksteillä.

Opinnäytetyön seitsemännessä kappaleessa on vuorossa työn pohdinta. Kappaleessa pohditaan ja analysoidaan tutkimuksen tuloksia ja tulosten luotettavuutta. Edellisessä kappaleessa saatujen tuloksien esittämisen sijaan, tässä kappaleessa pyritään kaivautumaan syvemmälle tuloksien taakse.

## 2 VATIALAN KOULU

Vatialan koulu sijaitsee Kangasalla aivan Tampereen ja Kangasalan välisellä rajalla. Koululla järjestetään yleisopetusta 0–6- luokilla sekä sen lisäksi 11–vuotista erityisopetusta. Vatialan koulussa toimii myös viisi yksilöllistä pienopetuksen ryhmää. Oppilaat ja aikuiset yhteenlaskettuna koululla työskentelee noin 500 henkilöä. Koulu on osa kansallista Liikkuva koulu ja KiVa-koulu verkostoa sekä osallistuu aktiivisesti myös kansainväliseen oppilas- ja opettajayhteistyöhön. Vatialan koululla erilaisuuden kohtaaminen ja hyväksyminen on luonnollinen osa koulun arkea. Jokaiselta koulun luokalta toisesta lukuvuodesta eteenpäin on valittu edustaja koulun oppilaskuntaan, joka pääsee vaikuttamaan koulutyön sisältöön ja koulun toimintaan. Tällä hetkellä koululle rakennetaan kevään 2020 aikana valmistuvaa uudisosaa. Koululla noudatetaan muiden Kangasalan kaupungin koulujen tavoin valtakunnallisia opetussuunnitelman perusteita, joiden pohjalta on tehty Tampereen kaupunkiseudun yhteinen opetussuunnitelma, joka määrittelee Kangasalan koulujen vuosiluokkaiset opetussisällöt. Kangasalan kunta on tehnyt seutukunnalliseen opetussuunnitelmaan omat tarkennuksensa ja koulut vielä omat koulukohtaiset lisäyksensä. ”Vatialan koulu on ”KAIKILLE yhteinen koulu”. Kasvamme ihmisyyteen elämällä sopuoinnussa itsemme, ympäröivän yhteisön ja luonnon kanssa.” (Koulun esittely, 2018.)

Koululla on aiempina vuosina toteutettu tyytyväisyystutkimuksia, mutta edellisestä kerrasta on jo aikaa ja tyytyväisyyden mittaaminen on tullut ajankohtaiseksi. Vatialan koulun ja oppilaiden välinen asiakkuus on hyvin erilaista kuin esimerkiksi voittoa tavoittelevien yritysten ja heidän asiakkaiden välinen liiketoimintasuhde, mutta tässä opinnäytetyössä oppilaita kuvataan koulun asiakkaina.

### 3 ASIAKKUUS

Käsitteenä asiakkuus kuvastaa itsessään asiakkaiden hoitamisen syvintä olemusta, eli asiakkuudessa on kaksi osapuolta. Asiakkuus on näiden kahden osapuolen yhteistyötä, eli vaihdantaa. Asiakkuus on prosessi, jossa vastavuoroisesti osapuolet suorittavat oman osansa. Vatialan koulun tapauksessa, koulu yksinkertaistettuna pyrkii tarjoamaan oppilailleen tarkoituksenmukaista opetusta, ja oppilaiden tehtäväksi jää koulutuksen suorittaminen ja läpäiseminen. Pidemmässä mittakaavassa peruskoulu luo oppilaille valmiuden jatko-opintoihin, jonka jälkeen heistä valmistuu ammattilaisia ja mahdollisesti veronmaksajia kuntaan. Asiakkuuteen liittyy usein myös laadullisia mielle yhtymiä, kuten luottamusta, toisen osapuolen arvostusta, sekä pitkäaikaista ja johdonmukaista yhteistyötä. (Storbacka 2003, 19.)

#### 3.1. Asiakaslähtöisyys

Asiakaslähtöisyys tarkoittaa aitoa halua palvella asiakasta kokonaisvaltaisena ihmisenä. Asiakaslähtöisen kulttuurin keskeisiä piirteitä ovat asiakkaan kuuntelu, ymmärtäminen, mielipiteiden huomioiminen, sekä etujen ajaminen. (Sipilä 1996, 306.) Asiakaslähtöisyys on myös käsitetty perinteisesti toimintana, jossa organisaation toimintakulttuuri mahdollistaa asiakastarpeiden systemaattisen selvittämisen ja näiden tarpeiden tyydyttämisen. (Helander 2013, 29.) Asiakaslähtöisyydestä puhuttaessa ajatusmallina, tarkoitetaan asiakaslähtöisyydellä yhtä markkinointiajattelun tavoista tai kehitysvaiheista. Teollistumisen, tuotantomenetelmien kehittymisen ja kilpailun lisääntymisen myötä yritykset ovat olleet pakotettuja kehittämään uusiin tilanteisiin sopivia tapoja menestyä markkinoilla. Perinteisesti nämä ajattelumallit on jaettu neljään kehitysvaiheeseen: tuotantolähtöinen ajattelu, tuotelähtöinen ajattelu, myyntilähtöinen ajattelu, sekä asiakaslähtöinen ajattelu. (Vuokko 1997, 12.) Opetushallituksen nettisivuilla on avattu perusopetuksen työtapoja ja toimintakulttuuria. Työtavat ja toimintakulttuuri kouluilla vaikuttavat kasvatukseen ja opetukseen ja sitä kautta oppimiseen. Tavoitteena on, että rakennetaan kaikki koulun käytännöt tukemaan koulutyölle asetettujen tavoitteiden toteutumista. Koulun arvot ja tavoitteet toteutuvat toimintakulttuurissa ja pyrkimyksenä on avoin ja vuorovaikutteinen, sekä yhteistyöhön perustuva toimintatapa. Työtavat valitaan ottaen huomioon oppiaineen luonne ja tavoitteet, sekä pyritään luomaan ne tukemaan ja ohjaamaan oppilaiden oppimisen, ajattelun, ongelmanratkaisun, työskentelyn ja sosiaalisen kanssakäymisen taitoja. On keskeistä, että valitut menetelmät ja työtavat virittävät halun oppia ja tarjoavat myös

mahdollisuuden kullekin ikäkaudelle ominaiseen luovaan toimintaan, elämyksiin ja leikkiin. Opetushallituksen mukaan toiminnassa otetaan huomioon työtä suunniteltaessa eri vuosiluokkien tavoitteet, oppilaiden yksilölliset kehitys erot, poikien ja tyttöjen väliset erot, sekä erilaiset oppimistyyliä. (Opetushallitus, 2018.) Opetushallituksen työtavoista ja toimintakulttuurista voi mielestäni päätellä, että perusopetus on lähtökohtaisesti, ainakin osin asiakaslähtöistä.

### 3.2. Asiakaskokemus

Asiakaskokemuksen merkitys kilpailuetuna on yksityisellä sektorilla oivallettu jo laajemminkin mittakaavassa. Julkiselta sektorilta usein puuttuvan kilpailuelementin vuoksi, ovat monet julkisista palveluista edelleen asiakkaan näkökulmasta melko takkuavia. Pitkälti monopoleina toimivien julkisen sektorin organisaatioiden tehtävä on tarjota välttämättömyyksiä kansalaisille ja tästä syystä palveluiden julkisuuskuvaan ja toimivuuteen ei ole organisaatioissa usein kiinnitetty huomiota. (Sosa 2018.)

Asiakkaan arvon tuotanto on asiakkuusajattelun keskeisin käsite. On tunnettava syvästi, miten asiakas tuottaa itselleen arvoa, jotta asiakkuutta pystytään kehittämään. Yksittäisen kaupan tuotto ei ole asiakkuuksien johtamisen päällimmäisin tavoite, vaan yhteistyössä asiakkaan kanssa rakentaa kestävästä asiakkuutta. Asiakkuusajattelussa toiminta toteutetaan asiakkuuden ehdoilla, pyrkien molemminpuolisesti sovittamaan prosesseja niin hyvin, että kummallekin osapuolelle syntyy arvoa. Asiakasajattelun toinen kulmakivi on tuotteen tai palvelun määrittely prosessiksi. Palvelu täytyy nähdä kokonaisuutena, jossa organisaation ja asiakkaiden välillä tapahtuu vaihdantaa. Organisaation osaaminen siirtyy osaksi asiakkaan arvon tuotantoa vaihdannan kautta. Kolmas kulmakivi asiakkuusajattelulle liittyy organisaation vastuun kantamiseen. Organisaation asiakkaiden tarpeiden tyydytys tai asiakkaiden tyytyväisyys ei asiakkuusajattelussa riitä. Asiakkuuden lujuutta organisaatio voi rakentaa vain, jos se kantaa vastuuta asiakkuuden kehittämisestä, sekä tarjoaa asiakkaalle uusia mahdollisuuksia tuottaa itselleen arvoa. (Storbacka 2006, 19–20.)

## 4 PALVELU JA PALVELUN LAATU

### 4.1. Palvelu

Palvelu on monimutkainen ilmiö ja sanalla palvelu on useita merkityksiä henkilökohtaisesta palvelusta palveluun tuotteena. Palvelun voi tehdä melkein mistä tahansa tuotteesta, jos myyjä pyrkii mukauttamaan ratkaisun asiakkaan vaatimusten mukaiseksi huomioiden yksityiskohtaisemmatkin toiveet. Esimerkiksi, tietokone on itsessään tietysti fyysinen tavara, mutta tapa toimittaa asiakkaalle hyvin suunniteltu kone räätälöityine toimintoineen on palvelua. Monet hallinnolliset palvelut, kuten laskutus ja valitusten käsittely, ovat myös asiakkaille tarjottavia palveluja. Ne ovat asiakkaille passiivisen käsittelytapansa vuoksi ”näkymättömiä palveluja”, ja ne yleensä hoidetaankin siten, että ne mielletään enemmänkin ongelmiksi palvelun sijaan. Palvelun yleispätevä määrittelemineen on siis perin hankalaa, mutta palveluiden peruspiirteeksi voidaan määritellä, että niitä voidaan ostaa ja myydä, mutta niitä ei voi fyysisesti koskettaa. (Grönroos 2001, 78–79.)

### 4.2. Palvelun laatu

Useimmat palvelut ovat monimutkaisia, joten niiden laatuakin on väistämättä vivahteikas käsite, kun taas käsitys tuotteiden laadusta liittyy perinteisesti niiden teknisiin ominaisuuksiin. Kehitettäessä palveluiden johtamisen malleja, on tärkeää ymmärtää asiakkaiden odotukset, sekä miten ja mitä asioita he palvelun laadussa arvioivat. Ymmärtäessään käyttäjien tavan arvioida palvelun laatua, yritys tai organisaatio voi määrittää, miten se pyrkii ohjaamaan ja hallitsemaan käyttäjien arvioita haluttuun suuntaan. (Grönroos 2000, 98.)

Organisaation asiakkaiden kokema laatu voidaan jakaa tekniseen laatuun, toiminnalliseen laatuun, sekä vuorovaikutuslaatuun. Tekninen laatu antaa vastauksen kysymykseen, mitä asiakas saa palvelun lopputuloksena. Palvelutapahtuman tekninen toteuttaminen ja palveluprosessin lopputulos korostuvatkin teknisessä laadussa. Palvelun tekninen laatu sisältää sen toteuttamiseen tarvittavat koneet, laitteet, välineet, sekä muut objektit, joiden avulla palveluprosessia voidaan toteuttaa. Toiminnallinen laatu taas vastaa kysymyksiin, miten palvelu tuotetaan ja miten asiakas kokee palveluprosessin sujuneen. Valtion koulun kohdalla toiminnallinen laatu muodostuu esimerkiksi siitä, onko henkilökunnalla

työssään palvelualltiutta eli riittävästi halua ja aikaa auttaa oppilaita pärjäämään opinnoissaan. Toiminnallinen laatu muodostuu myös siitä, miten palvelu pystyy vastaamaan asiakkaan erikoistoivomuksiin, joita voi toimeksiantajan kohdalla olla oppilailta, jotka kärsivät esimerkiksi lukihäiriöistä. Vuorovaikutuslaatu puolestaan vastaa kysymykseen, miten organisaatio tuottaa palvelun vuorovaikutustilanteissa asiakkaille. Opinnäytetyön toimeksiantajan kohdalla, oppilaiden ja heidän vanhempiensa näkökulmasta vuorovaikutuslaadussa korostuvat opettajan ominaisuudet, sillä he ovat eniten vuorovaikutuksessa keskenään. Vuorovaikutus on olennainen osa palvelun laatua ja korostuu luonnollisesti perusopetuksessa. (Rautiainen & Siiskonen, 2006, 89–90.)

## 5 ASIAKASTYYTYVÄISYYS

Asiakastyytyväisyys on suhteellinen ja aina subjektiivinen näkemys, joka on yksilöllistä. Käsitys asiakastyytyväisyyteen vaikuttavista tekijöistä voi vaihdella organisaation eri tasoilla ja tehtävissä ja sen lisäksi se voi erota vielä asiakkaidenkin käsityksistä. Asiakastyytyväisyyden muodostuessa asiakkaan subjektiivisista kokemuksista organisaation kontaktipinnalla, on asiakastyytyväisyys siitä syystä suurilta osin aina sidottu nykyhetkeen. Lopullista asiakastyytyväisyyttä ei juuri voi saavuttaa, vaan se on lunastettava päivittäisessä toiminnassa asiakkaan kanssa. Jatkuva ja systemaattinen mittaaminen on aina edellytys asiakastyytyväisyyden selvittämiseksi. Asiakastyytyväisyyden selvittämisessä onkin kyse jatkuvan palautteen hankkimisesta asiakkaalta. (Rope 1998, 58.) Tyytyväisyys tai tyytymättömyys määrittyy pääsääntöisesti taustalla olleiden odotusten mukaan. Esimerkiksi, jos hotellin asiakas varaa viiden tähden huoneen, on hänellä tietynlaisia odotuksia kyseiseltä huoneelta. Riippuen siitä, alittuvatko vai ylittyvätkö odotukset, seuraa siitä asiakkaalle tyytyväisyyttä tai tyytymättömyyttä. Tyytyväiset asiakkaat ovat kulmakivi menestyvälle organisaatiolle ja lopullisia laadun arvioijia. (Rautiainen & Siiskonen, 2016, 230.)

Organisaation toiminnan kehittämiseksi asiakastyytyväisyys kannattaa selvittää monipuolisesti, eikä vain perustietojen osalta. Yritysmailmassa tulee selvittää asiakkaiden tyytyväisyys yrityksen eri toimintoihin, kuten asiakaspalveluun, myyntiin, laskutukseen, sopimus- ja maksuehtoihin, henkilökunnan ammattitaitoon tai jälkipalveluun. Perusopinnoissa tällaisia toimintoja ovat esimerkiksi kouluruokailu ja koulun terveystalvelut. Organisaatiot saavat tietoa näistä asioista yleensä asiakaspalautteista. Liiketaloudellisessa mielessä, asiakastyytyväisyyden tilasta kertovan tiedon avulla voidaan esimerkiksi ennakoita myynnin kehittymistä. Näitä tietoja tulisi käyttää toivottuihin liiketaloudellisiin tuloksiin pääsemiseksi toiminnan kehittämiseen, ihmisten johtamiseen, sekä apuvälineenä markkinoinnin toteuttamiseen. Organisaation on vaikea olla tietoinen asiakkaidensa tyytyväisyydestä ilman valmista asiakastyytyväisyyden kuuntelujärjestelmää. Ilman systemaattista tapaa selvittää asiakkaiden tyytyväisyyttä toimintaansa, saa organisaatio palautetta vain suurista pettymyksistä tai positiivisista kokemuksista. Lievät kielteiset ja positiiviset kokemukset jäävät usein johdon tietopiiriin ulkopuolelle, ja on muistettava, että lievät kielteiset kokemukset muodostavat suurimman osan kaikista pettymyksistä. Lieviin pettymyksiin reagointi antaakin suurimman markkinoinnillisen menestysperustan. (Rautiainen & Siiskonen, 2016, 235.)

## 5.1. Asiakastyytyväisyystutkimus

Pääsääntöisesti asiakastyytyväisyystutkimuksilla selvitetään, miten tyytyväisiä yrityspäätäjät tai kuluttajat ovat, sekä mihin asioihin asiakkaat ovat tyytyväisiä ja missä olisi kehitettävää tyytyväisyyden ja uskollisuuden lisäämiseksi. Julkisella sektorilla asiakastyytyväisyyttä tutkitaan ja tyytyväisyydestä huolehditaan, sillä uusien asiakkaiden hankkiminen on työlästä ja kallista. Vanhoista asiakkaista huolehtimiseen kuuluu uusien hankkimiseen verrattuna vähemmän resursseja. Tutkimukset jaetaan pääsääntöisesti lähestymistavan mukaan kahteen ryhmään, joista kvantitatiivisessa eli määrällisessä tutkimuksessa käytetään tilastotieteen menetelmiä ja kvalitatiivisessa eli laadullisessa tutkimuksessa kerätään syvällisempää tietoa esimerkiksi haastatteluista tai keskusteluista.

**Kvantitatiivinen** eli määrällinen tutkimus: Sen avulla voidaan selvittää asiakkaiden asenteita, mielipiteitä, käyttäytymistä, motiiveja tai tunteita. Tällaista tiedonkeruuta voidaan toteuttaa esimerkiksi hyväksi käyttäen sähköpostia, puhelinta tai palautelomakkeita. Määrällisessä tutkimuksessa asiakas antaa yleensä numeerisen arvon asiakastyytyväisyydestään ja kyselyjä/tutkimuksia tehdään tosielämässä silloin, kun kyseessä on suoran palautteen antaminen ja asiakastyytyväisyyden mittaaminen. Määrällisen tutkimuksen paras puoli on se, että tutkimusaineisto on koottavissa helposti ja tiedostojen analysointi vaivatonta.

**Kvalitatiivinen** eli laadullinen tutkimus: Sen menetelmien avulla saadaan tarkkaa tietoa asiakkaiden tarpeista ja motiiveista, kuin myös käyttäytymisen syistä. Menetelmien avulla voidaan selvittää asiakkaiden odotuksia ja näkemyksiä siitä, mitä yhteistyökumppanuudelta edellytetään, jotta asiakassuhde jatkuisi hyvänä. Kvalitatiivisia tutkimuksia voidaan toteuttaa mm. haastatteluina ja ryhmäkeskusteluina, ja niiden tavoitteena on saada kyllä/ei- vastauksia syvällisempää tietoa. (Rautiainen–Siiskonen, 2016, 236–237.)

## 5.2. Asiakaspalaute

Asiakaspalautetta hyödynnetään johtamisen välineenä. Asiakaspalautteen merkitys toimintaa ohjaavana ja kehittäväenä tekijänä korostuu nykypäivänä. Asiakaspalaute nähdään menestyvissä yrityksissä arvokkaana mahdollisuutena kehittää toimintaa asiakaslähtö-

sesti. (Aarnikoivu 2005, 37.) Asiakaspalautteen keräämisen on oltava säännöllistä ja tehokasta. Keräämisjärjestelmän tai teknologiaratkaisun tulee sisältää saadun palautteen hallinta, reaaliaikainen raportointi sekä kriittisiin palautteisiin reagointi. Yritystoiminnassa asiakastyytyväisyysmittauksen suunnittelu ja toteutus muodostavat tärkeän liiketoiminnan osan. Tyytymättömän asiakkaan havaitseminen on elintärkeää, sillä hän voi jättää yrityksen ja hän hyvin todennäköisesti jakaa tyytymättömyytensä muille potentiaalisille asiakkaille. Palautteen antamiseen organisaation tuli pyrkiä tuottamaan asiakkailleen mahdollisimman helppoja ratkaisuja. Palautetta voidaan kerätä suullisessa tai kirjallisessa muodossa ja esimerkiksi nettikyselyssä tai sosiaalisessa mediassa. Suomalainen asiakas ei yleensä ilmoita pettymyksestään ja seurauksena voi olla, että hän lopettaa asiointin yrityksessä kaikessa hiljaisuudessa. Luonnollisestikaan opinnäytetyön toimeksiantajan kohdalla asiakkaat eivät voi koulua jättää lievän tyytymättömyyden seurauksena, mutta oppilaan tyytymättömyys kouluun voi tietenkin vaikuttaa hänen opintomenestykseensä. Yrityksissä ovat yleistyneet erilaiset sähköiset palautelaitteet, joilla asiakkaat voivat nopeasti ja vaivattomasti ilmaista tyytyväisyyttään yritykseen tai saamaansa palveluun. Asiakkaat arvostavat vaivatonta palautteen anto mahdollisuutta ja siksi onkin hyvä rajata kysymyksiä, sillä asiakkailla on usein vain vähän aikaa käytettävänä kyselyyn. Väärinymmärrysten välttämiseksi on kysymykset laadittava yksinkertaisiksi. Yrityksissä voidaan asiakkaita myös johdatella antamaan suoraa palautetta, esimerkiksi hotellin vastaanotossa voidaan asiakkaalta tiedustella, miten hän viihtyi. Perusopetuksessa opettaja voi esimerkiksi tiedustella oppilailta, miten he ovat koulussa viihtyneet. Suoran palautteen etuna on se, että organisaatio voi paikata asiakkaan tyytymättömyyden välittömästi ja mahdollisesti kääntää sen tyytyväisyydeksi. (Rautiainen ja Siiskonen, 2016, 237–238.)

Tämän opinnäytetyön toimeksiantaja on aiempina vuosina toteuttanut asiakastyytyväisyystutkimuksia, mutta edellisestä kerrasta on vierähtänyt jo tovi. Opinnäytetyön toiminnallisena osana luodaan asiakastyytyväisyyskysely, jolla on tarkoituksena kerätä asiakaspalautetta koulun oppilailta. Toimeksiantaja voi jatkossa seurata asiakastyytyväisyyden kehittymistä, toistamalla kyselyn sellaisenaan.

## 6 TYYTYVÄISYYSTUTKIMUKSEN TULOKSET

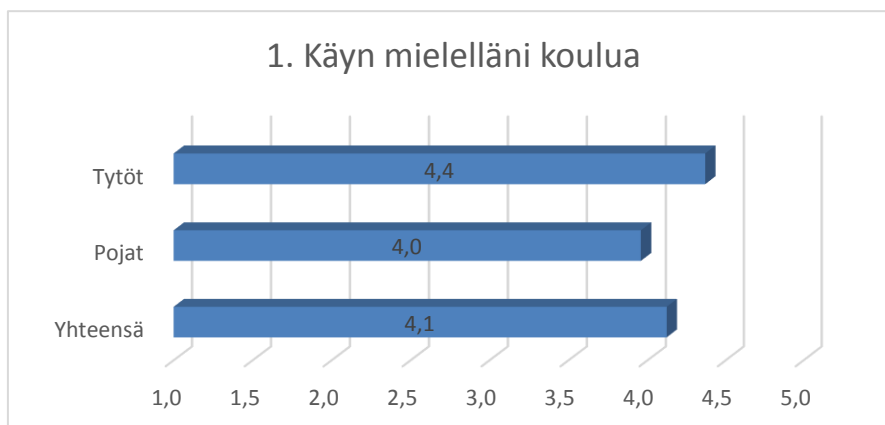
Varsinaiseen tutkimukseen osallistui 66 viidesluokkalaista (11–12 vuotiasta) oppilasta, joista poikia oli 47 (71 %) ja tyttöjä 19 kappaletta (29 %). Tutkimus toteutettiin nettikyselyynä. Oppilaat vastasivat nettikyselyyn opetuksen yhteydessä, käyttäen kukin vuorolleen samaa opettajan määrittämää laitetta. Tyytyväisyyskyselyn tarkoituksena oli selvittää oppilaiden tyytyväisyyttä koulun toimintaan, sekä löytää kehitettäviä ja onnistuneita asioita.

### 6.1 Määrällinen tutkimus

Oppilaiden täyttämän kyselyn määrällisen tutkimuksen osassa oli 15 väittämää, joihin heidän tuli valita asteikolla 1–5, kuinka yhtä mieltä he olivat väittämien kanssa. Asteikolla 1–5, vastausvaihtoehdot tarkoittavat:

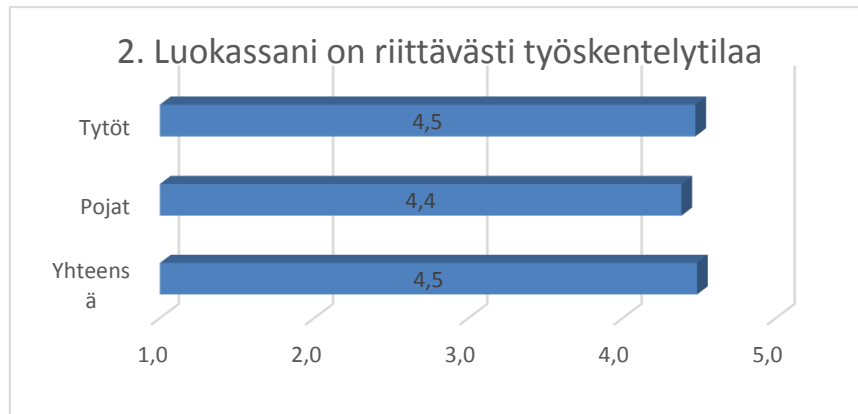
1. Täysin eri mieltä
2. Eri mieltä
3. Ei samaa, eikä eri mieltä, tai ei osaa sanoa
4. Samaa mieltä
5. Täysin samaa mieltä

Kysymykset on luotu yhteistyössä koulun kanssa ja kysymyksillä pyritään saamaan vastauksia koulun mielestä tärkeisiin seikkoihin. Kyselyn kysymyskohtainen vastausprosentti oli 100 %.



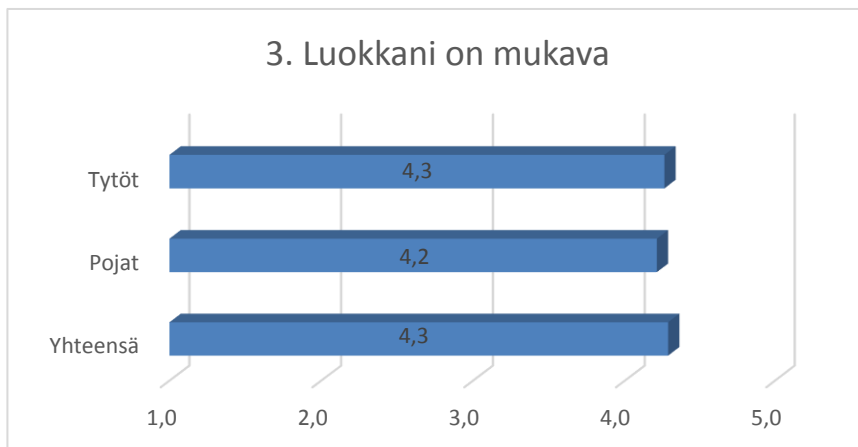
KUVIO 1. Koulunkäynnin mieluisuus (1=Täysin eri mieltä, 5=Täysin samaa mieltä)

Vastaajat ovat yleisesti samaa mieltä väittämän kanssa ja käyvät koulua mielellään. Tyttöjen keskiarvo on hieman poikia myönteisempi. Vastaajista vain kaksi vastasi olevansa täysin eri mieltä (1) väittämän kanssa. Kaikkien vastauksien keskiarvo asteikolla 1–5 on 4,1.



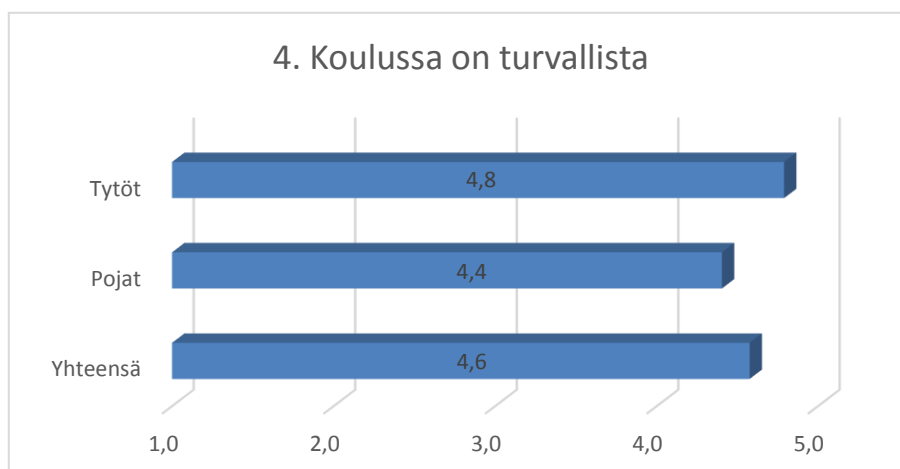
Kuvio 2. Luokan työskentelytila (1=Täysin eri mieltä, 5=Täysin samaa mieltä)

Tyttöjen ja poikien vastauksien keskiarvojen mukaan, oppilaat ovat väittämän kanssa hyvin samaa mieltä. Kaikkien vastauksien keskiarvo asteikolla 1–5 on 4,5.



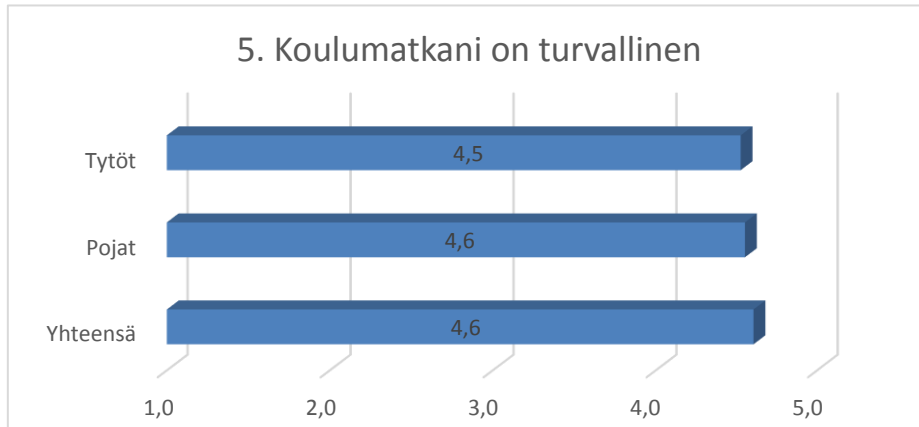
KUVIO 3. Luokka (1=Täysin eri mieltä, 5=Täysin samaa mieltä)

Tytöt ja pojat ovat molemmat hyvin samaa mieltä väittämän kanssa ja kokevat luokkansa mukavaksi. Kaikkien vastauksien keskiarvo asteikolla 1–5 on 4,3.



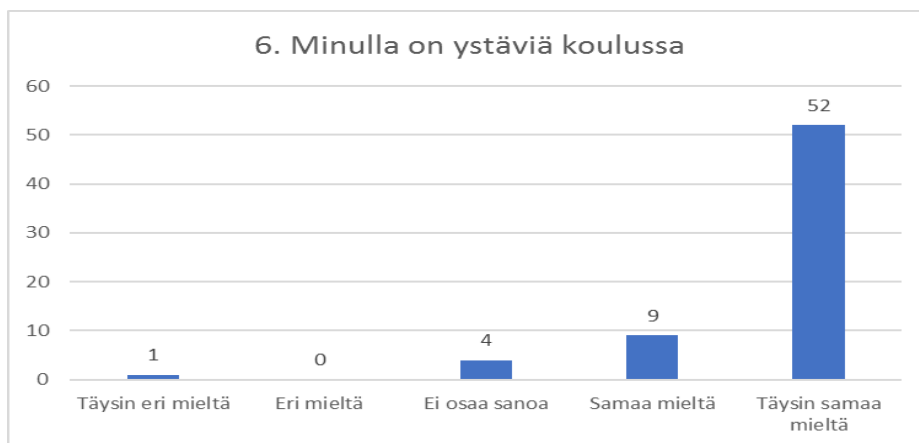
KUVIO 4. Turvallisuus (1=Täysin eri mieltä, 5=Täysin samaa mieltä)

Vastaajat kokevat olonsa turvalliseksi koulussa. Kaikkien vastauksien keskiarvo asteikolla 1–5 on 4,6.



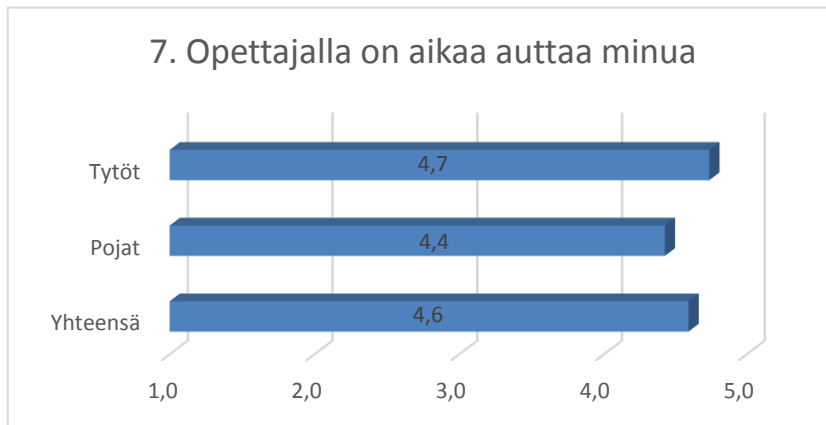
KUVIO 5. Koulumatka (1=Täysin eri mieltä, 5=Täysin samaa mieltä)

Vastaajat kokevat koulumatkansa väittämän mukaan turvalliseksi. Kaikkien vastauksien keskiarvo asteikolla 1–5 on 4,5.



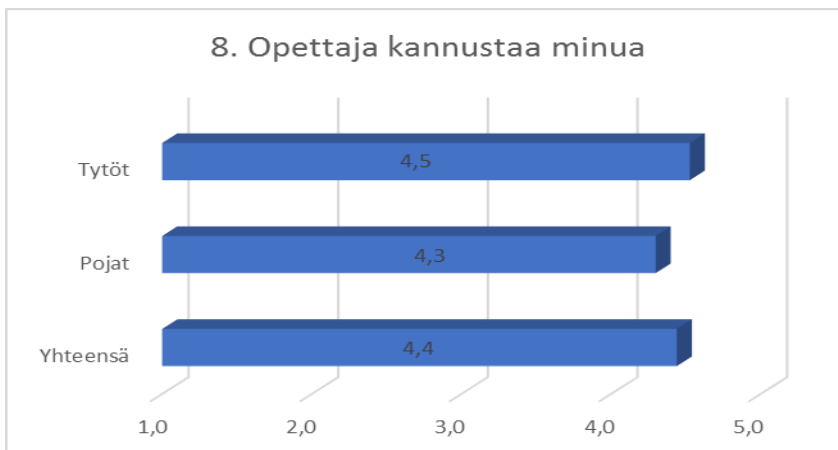
KUVIO 6. Kaverit (1=Täysin eri mieltä, 5=Täysin samaa mieltä)

Vastaajista 52 olivat täysin samaa mieltä väittämän kanssa, sekä samaa mieltä väittämän kanssa oli 9 vastaajaa. Epävarmoja oli vastaajista neljä ja yksi vastaaja oli täysin eri mieltä. On kuitenkin huomioitavaa, että yhdessä vastauslomakkeessa oli vastattu yhtä kysymystä lukuun ottamatta jokaiseen kysymykseen vastausvaihtoehto 1 (täysin eri mieltä). Kaikkien vastauksien keskiarvo asteikolla 1–5 on 4,7.



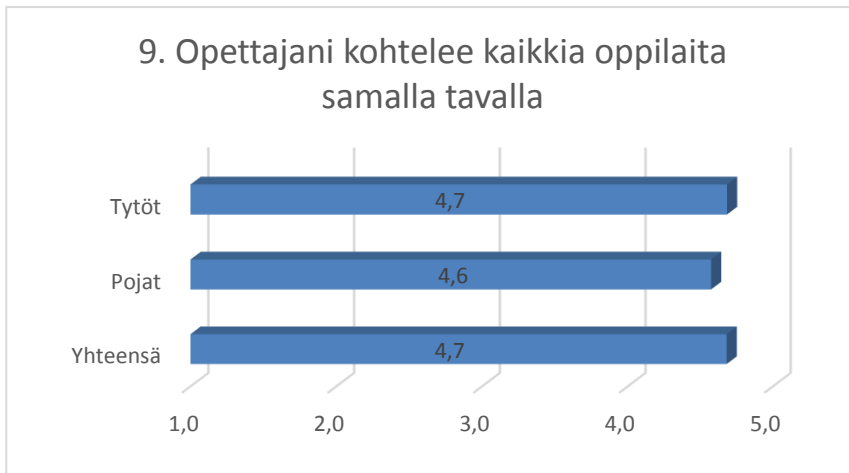
KUVIO 7. Opettajan apu (1=Täysin eri mieltä, 5=Täysin samaa mieltä)

Vastaajat kokevat olevansa hyvin samaa mieltä väittämän kanssa ja opettajalla olevan riittävästi aikaa auttaa heitä.



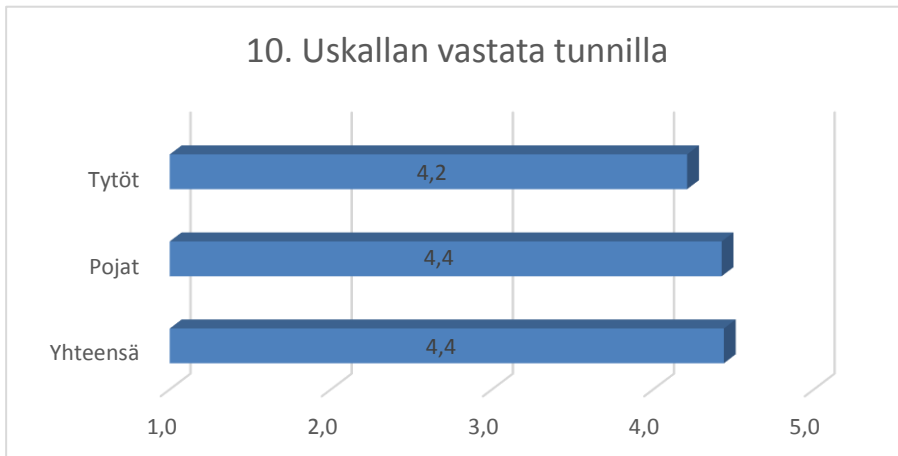
KUVIO 8. Opettajan kannustus (1=Täysin eri mieltä, 5=Täysin samaa mieltä)

Vastauksien perusteella oppilaat tuntevat olevan hyvin samaa mieltä siitä, että opettaja kannustaa heitä. Tyttöjen keskiarvo asteikolla 1–5 oli 4,5 ja poikien 4,3. Keskiarvot sijoittuvat vastauksien ”samaa mieltä” ja ”erittäin samaa mieltä” välille.



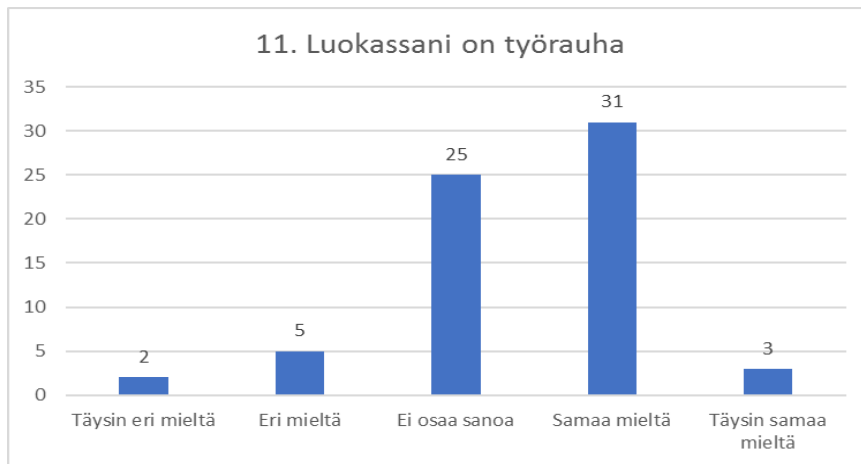
KUVIO 9. Tasa-arvoinen kohtelu (1=Täysin eri mieltä, 5=Täysin samaa mieltä)

Oppilaat kokevat olevansa hyvin samaa mieltä siitä, että opettaja kohtelee kaikkia oppilaita samalla tavalla. Kaikkien vastauksien keskiarvo on 4,7.



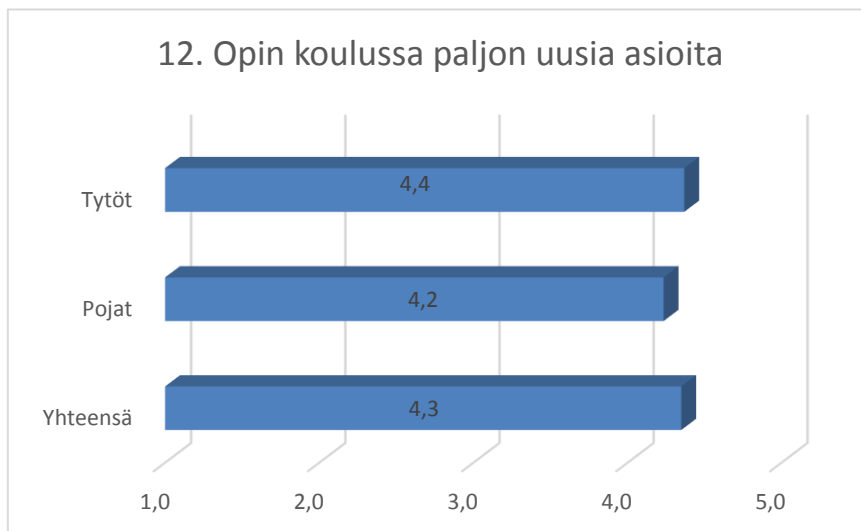
KUVIO 10. Osallistuminen (1=Täysin eri mieltä, 5=Täysin samaa mieltä)

Vastauksien perusteella oppilaat kokevat luokka ilmapiirin sellaiseksi, että uskaltavat vastata tunneilla. Kaikkien vastauksien keskiarvo asteikolla 1–5 on 4,4.



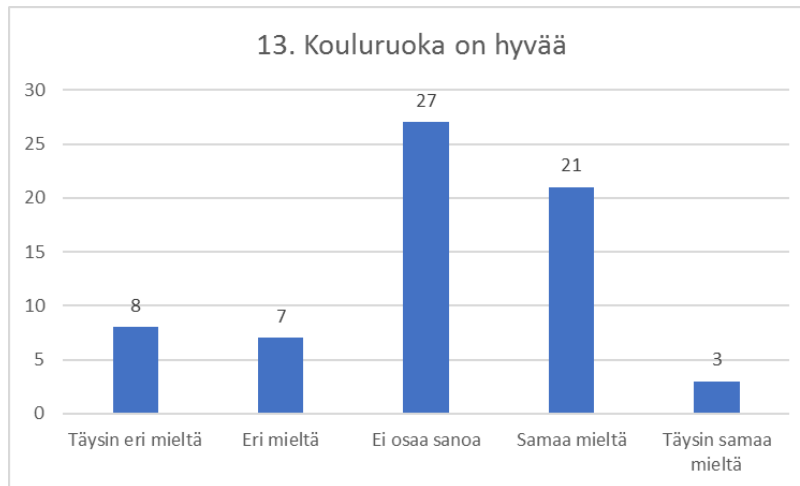
KUVIO 11. Työrauha (1=Täysin eri mieltä, 5=Täysin samaa mieltä)

Tämä kysymys jakoi mielipiteitä. Vastaajista täysin samaa mieltä oli 3 vastaajaa ja samaa mieltä 31 vastaajaa. Täysin eri mieltä oli 2 vastaajaa ja eri mieltä 5 vastaajaa. Epävarmoja vastaajista oli 25 oppilasta. Asteikolla 1–5, vastauksien keskiarvo oli 3,4, eli vastauksien ”ei osaa sanoa” ja ”samaa mieltä” välillä.



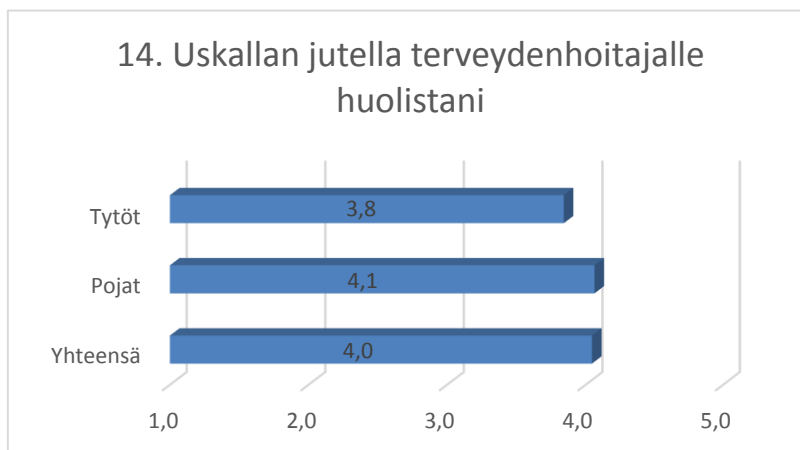
KUVIO 12. Oppiminen (1=Täysin eri mieltä, 5=Täysin samaa mieltä)

Oppilaat kokevat oppivansa koulussa paljon uusia asioita. Tytöt ja pojat olivat vastauksien keskiarvojen perusteella melko yhtä mieltä. Kaikkien vastauksien keskiarvo on 4,3.



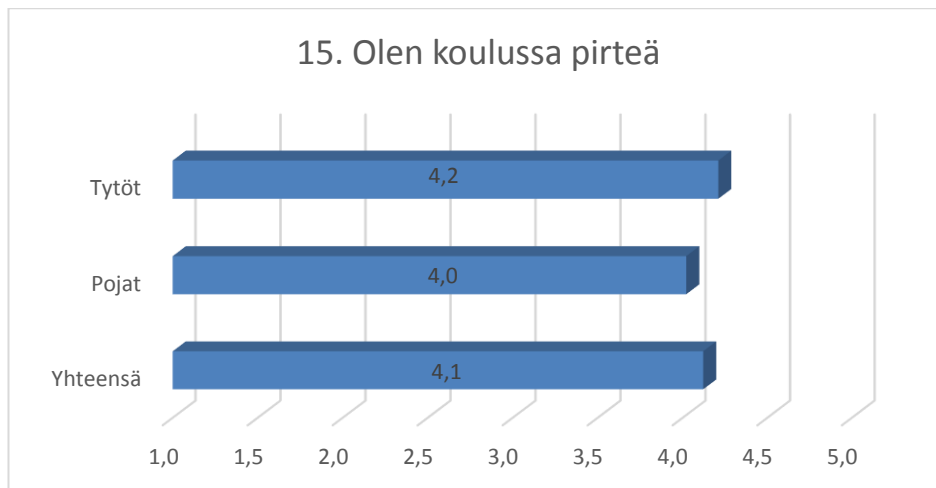
KUVIO 13. Kouluruoka. (1=Täysin eri mieltä, 5=Täysin samaa mieltä)

Kysymykseen vastanneista, kolme oppilasta oli täysin samaa mieltä ja 21 samaa mieltä väitteen kanssa. Kysymyksen kanssa täysin eri mieltä oli 8 oppilasta ja eri mieltä 7 oppilasta 66:sta vastaajasta. Vastaajista 27 ei osannut sanoa, tai eivät olleet samaa eikä eri mieltä väitteen kanssa. Kaikkien vastauksien keskiarvo asteikolla 1–5 on 3,2.



KUVIO 14. Terveydenhoito (1=Täysin eri mieltä, 5=Täysin samaa mieltä)

Vastauksien keskiarvon mukaan, oppilaat kokevat uskaltavansa jutella terveydenhoitajalle huolistaan. Kaikkien vastauksien keskiarvo asteikolla 1–5 on 4,0.



KUVIO 15. Pirteys. (1=Täysin eri mieltä, 5=Täysin samaa mieltä)

Vastauksien keskiarvojen perusteella voi päätellä, että tytöt ja pojat kokevat olevansa väitteen kanssa samaa mieltä, että ovat koulussa pirteitä. Kaikkien vastauksien keskiarvo asteikolla 1–5 on 4,1.

## 6.2 Laadullinen kysymys

Kyselyn 16. kohdassa oppilaat saivat vapaasti kertoa parannusehdotuksia tai mainita mikä koululla on erityisen hyvää. Tähän kysymykseen ei oltu vastattu kovin aktiivisesti, eikä yksikään vastatuista asioista ilmennyt useammin kuin kerran. Mainittuja asioita:

- ”Voitaisiinko koulukiusaamista vastaan olevaa toimintaa lisätä kiitos”
- ”Luokassa on henkilö/henkilöitä jotka provosoivat.”
- ”Koulu on mukava paitsi nyt kun ulkoilualuetta pienennettiin remontin takia. Muuten pidän koulusta ja ihmettelen miksi, on muka hienoa olla tykkäämättä koulusta”

Tutkimuksen laadullinen osuus olisi tullut toteuttaa esimerkiksi haastatteluina, jotta tutkimuksen kohteista olisi saanut enemmän tietoa irti.

## 7 POHDINTA

### 7.1 Tulosten tarkastelu

Tyytyväisyystutkimuksen tutkimuskysymyksiä olivat, mistä muodostuu asiakkaiden tyytyväisyys ja/tai tyytymättömyys Vatialan koululla ja kuinka tyytyväisiä asiakkaat ovat tällä hetkellä koulun opetukseen ja muuhun toimintaan. Tutkimuksen määrällisestä osuudesta käy ilmi, että oppilaat ovat yleisesti tyytyväisiä koulun toimintaan. Kaikkien tutkimukseen osallistuneiden oppilaiden (66 oppilasta) kaikkien kysymysten keskiarvo oli 4,3(asteikolla 1–5), joka tarkoittaa oppilaiden olevan kysymysten kanssa vahvasti samaa mieltä. Kaikki kysymykset on luotu niin, että samaistuttavuuden lisäksi, suuremmat luvut (4 & 5) indikoivat tyytyväisyyttä, ja pienimmät luvut (1 & 2) tyytymättömyyttä. Poikien kokonaiskeskiarvo oli 4,2 ja tyttöjen 4,3, joten sukupuolien välillä ei ollut suurta eroavaisuutta. Yleisesti silmäilemällä tuloksia, tyttöjen ja poikien kysymyskohtaiset keskiarvotkin ovat hyvin yhtenäiset.

Tuloksien mukaan, oppilaat käyvät koulua mielellään ja heillä on luokassa riittävästi työskentelytilaa, sekä mukavat luokkatoverit. Koulunkäynnin ja koulumatkansa oppilaat kokevat turvalliseksi. Minun mielestäni tutkimuksen tärkein kohta oli väittämä kuusi, jossa tiedusteltiin vastaajalta, onko hänellä koulussa kavereita. Kaikista vastaajista 52 oppilasta vastasi olevansa täysin samaa mieltä väittämän kanssa, että hänellä on koulussa ystäviä, sekä 9 oppilasta vastasi olevansa samaa mieltä. Vain yksi vastaaja oli väitteen kanssa täysin eri mieltä, eli hän ei koe omaavansa koulussa ystäviä. Tietenkin yksikin yksinäisen oppilas on liikaa, mutta kyseisessä vastauslomakkeessa oli vastattu yhtä kysymystä luokan ottamatta kyselyn kaikkiin kohtiin vastaus 1 (täysin eri mieltä), joten vastauksia tulokittaessa on pidettävä mielessä pilailun mahdollisuus. Oppilaat ovat tyytyväisiä opettajansa toimintaan. Tuloksien mukaan, oppilaat kokevat opettajalla olevan riittävästi aikaa auttaa heitä ja heidän mukaansa opettajat ovat kannustavia ja kohtelevat oppilaita tasapuolisesti. Luokan ilmapiiri jakoi mielipiteitä. Oppilaat kokivat uskaltavansa vastata tunneilla, mutta vastaajat eivät olleet täysin yhtä mieltä ”Tunneilla on työskentelyrauha”-väittämän kanssa. Keskiarvollisesti oppilaat eivät pitäneet työskentelyrauhaa huonona, mutta 25 oppilasta ei ollut samaa tai eri mieltä väittämän kanssa. Vastaajien suhtautuminen kouluruokaan oli oletetun vaihtelevaa. Mielitymukset ruuan suhteen ovat tietysti hyvin yksilöllisiä, eikä tutkimus anna vastausta sille, johtuuko mielipiteiden jakautuminen

kouluruuan laadusta vai tarjotuista ruokalajeista. Tuloksista on kuitenkin nähtävissä jonkin asteista tyytymättömyyttä. Tuloksien mukaan, oppilaat kokevat kouluterveydenhoitajalle huolistaan kertomisen helpoksi. Oppilaat ovat myös mielestään koulussa pirteitä. Yhteenvetona voidaan sanoa, että oppilaat ovat tyytyväisiä koulun toimintaan ja viihtyvyyteensä koulussa. Viihtyvyys koostuu luokkakavereista, kannustavista ja kaikkia tasapuolisesti kohtelevista opettajista, sekä turvallisuudesta koulussa kuin koulumatkallakin. Kohteita, joita voitaisiin oppilaiden vastauksien mukaan kehittää ovat luokan työskentelyrauha sekä kouluruokailu voisi olla maistuvampaa.

## 7.2 Tulosten luotettavuus

Virheiden syntymistä pyritään välttämään tehdessä tutkimuksia. Tulosten luotettavuus ja pätevyys kuitenkin vaihtelevat. Tästä syystä tutkimuksien luotettavuutta tehdyissä tutkimuksissa pyritään arvioimaan. Arvioitaessa tutkimuksen luotettavuutta tulisi pyrkiä tarkastelemaan sen validiutta ja reliaabeliutta. Validiudella tarkoitetaan mittarin tai tutkimusmenetelmän kykyä mitata juuri sitä, mitä on tarkoituskin mitata. Reliaabeliudella tarkoitetaan mittaustulosten toistettavuutta eli sen kykyä antaa ei sattumanvaraisia tuloksia. (Hirsijärvi ym. 2009, 231.)

Kyselyllä toteutetussa tutkimuksessa on omat etunsa, mutta myös haittansa. Kyselyllä ei ole mahdollista varmistua siitä, kuinka vakavasti vastaajat ovat suhtautuneet tutkimukseen ja ovatko he pyrkineet vastaamaan huolellisesti ja rehellisesti. Ei ole myöskään selvää, miten onnistuneita annetut vastausvaihtoehdot vastaajien mielestä ovat tai kuinka selvillä vastaajat ovat asiasta tai aiheista, joihin kysymykset liittyvät. Tutkijalta vaaditaan monenlaista tietoa ja taitoa, sekä paljon aikaa hyvän lomakkeen laatimiseksi. (Hirsijärvi ym. 2009, 195.) Tyytyväisyystutkimuksen kyselylomaketta laatiessa oli otettava huomioon, että kohderyhmänä oli ala-aste ikäiset lapset. Kyselylomake laadittiin yhteistyössä koulun kanssa ja siitä pyrittiin tekemään mahdollisimman helposti ymmärrettävä ja täytettävä, jotta tuloksista saataisiin mahdollisimman todellinen kuva koulun oppilaiden tyytyväisyydestä. Epäselvä ja pitkäväteinen kyselylomake olisi saattanut turhauttaa vastaajia ja vaikuttaa täten tulosten luotettavuuteen. Väärin ymmärrysten välttämiseksi, kysymysten malli pysyi samana koko kyselyn ajan ja vastaamista pyrittiin helpottamaan sanallisilla vastauksilla ”täysin eri mieltä”, ”täysin samaa mieltä” ja niin edelleen. Mittarin reliabiliteettia pyrittiin parantamaan selkeillä ohjeilla kyselyn alussa. Ongelmatilanteissa oppilaille oli myös mahdollisuus saada opettajalta apua. Keskimmäisin vastausvaihtoehdo

”en samaa enkä eri mieltä tai en osaa sanoa” on melko ympäröivä eikä anna suoraa vastausta yksittäisen oppilaan mielipiteestä, mutta se luotiin tuomaan helppoutta ja selkeyttä vastaajalle, jos tämä oli epävarma kysymyksestä tai vastauksestaan. Kysymykset pyrittiin tekemään aiheista ja asioista, joita oppilaat kohtaavat koulu arjessaan ja ovat ehtineet niistä muodostamaan oman mielipiteensä. Kysely täytettiin anonymisti ja lomakkeesta on mahdoton tunnistaa yksittäisen vastaajan henkilöllisyyttä. Tämä ehkäisi puolestaan ryhmäpainetta, eikä vastaajan tarvinnut miettiä muiden oppilaiden mielipiteitä, vaan saivat vastata kysymyksiin juuri niin kuin oikeasti itse asian kokivat.

Alkuperäisen suunnitelmaan sijaan, kahden luokka-asteen kattavaan tutkimukseen osallistui vain yksi luokka-aste. Tutkimus kuitenkin käsitti kokonaisen luokka-asteen ja sen vastausprosentti oli 100 %. Lomakkeiden kysymyksiin oltiin asetettu vastauspakko jokaiseen tutkimuksen määrälliseen kysymykseen, joten myös kysymysten vastausprosentti oli 100 %. Mielestäni viidesluokkalaiset oppilaat olivat oikea luokka-aste tutkimuksen otannaksi, sillä heillä on jo jonkinlainen käsitys koulun toiminnasta, sekä valmiuksia ymmärtää lomakkeeseen sisältyvät kysymykset. Kaikista tutkimuksen vastauslomakkeista (66 kpl) löytyy vain yhdestä lomakkeesta merkkejä siitä, ettei kyselyä oltu otettu toivotavan vakavasti. Tutkimuksen tuloksista tulee mielestäni hyvin esille oppilaiden tyytyväisyys koulun toimintaan tällä hetkellä, mutta yhteen tutkimuskysymykseen, miten toimintaa voitaisiin parantaa, ei oikeastaan saatu vastausta. Tämän selvittämiseksi tulisi toteuttaa laadullinen tutkimus ja esimerkiksi haastatella koulun oppilaita. Koen kuitenkin, että yksinkertaisen lomakkeen ja oikeiden kysymysten oikealle kohderyhmälle esittämisen ansiosta, tutkimuksen tulokset ovat luotettavia.

## LÄHTEET

Aarnikoivu, H. Onnistu asiakaspalvelussa, WSOY 2005

Grönroos, C. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. WSOY ja Maarit Tillman 2001.

Helander, N. Kujala, J. Lainema, K & Pennanen, M. Avaimia asiakasläheisyyteen – Uudistuva verkostomainen palveluliiketoiminta. Suomen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print. Tampere 2013

Hirsjärvi, S, Remes, P & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.

Kananen, J. 2008. Kvali. Kvalitatiivisen tutkimuksen teoria ja käytänteet. Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino.

Rautiainen, M. ja Siiskonen, M, Majoitustoiminta ja palveluosaaminen. Dark Oy Vantaa 2006

Rautiainen, M. ja Siiskonen, M. Hotellin asiakasliikenne ja kannattavuus. Hansaprint Oy Vantaa 2016.

Rope, T. Pöllänen, J. Asiakastyytyväisyysjohtaminen. Juva 1998. WSOY.

Sipilä, Jorma. Asiantuntijapalvelujen markkinointi. Porvoo 1996. WSOY.

Sosa, M. 2016. Design-Led Innovation in the Public Sector. INSEAD Articles. <http://knowledge.insead.edu/entrepreneurship/design-led-innovation-in-the-public-sector-4448>

Storbacka, K. Blomqvist, R. Dahl, J. Haeger, T. Asiakkuuden arvon lähteillä. Sanoma Pro Oy 2003.

Storbacka, K. Lehtinen, J. Asiakkuuden arvon lähteillä. 7. painos, WS Bookwell Oy, Juva 2006.

Vatialan koulun esittely, <https://www.kangasala.fi/varhaiskasvatus-ja-opetus/perusopetus/koulut/vatiala/vatialan-koulun-esittely/>

Vilka, H. Tutki ja mittaa. Jyväskylä 2007. Tammi.

Vuokko, P. Avaimena asiakaslähtöisyys. Helsinki 1997. Oy Edita Ab

**LIITTEET****Vatialan koulun tyytyväisyyskysely**

\*Required

1. **Luokka-aste** \* *Tick*  
*all that apply.*

3. lk

5. lk

2. **Sukupuoli** \* *Mark*  
*only one oval.*

Tyttö

Poika

## 8 Ohjeet

---

Kyselyssä on 15 väittämää, joista sinun tulee valita, kuinka samaa mieltä olet väittämän kanssa. Lisäksi voit kohtaan 16. kirjoittaa, jos mieleesi tulee jotain mikä koulussa on hyvin tai huonosti. Kukin numero tarkoittaa seuraavaa:

- 1= Täysin eri mieltä
- 2= Eri mieltä
- 3= En samaa enkä eri mieltä tai en osaa sanoa
- 4= Samaa mieltä
- 5= Täysin samaa mieltä

Kun olet täyttänyt kaikki kohdat, paina kyselyn lopusta SUBMIT-painiketta.

3. **1. Käyn mielelläni koulua.** \* Mark

*only one oval.*

	1	2	3	4	5	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

4. **2. Luokassani on riittävästi työskentelytilaa.** \* Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

5. **3. Luokkani on mukava.** \* Mark only one oval.

6. **4. Koulussa on turvallista.** \* Mark  
*only one oval.*

	1	2	3	4	5	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

7. **5. Koulumatkani on turvallinen.** \*  
*Mark only one oval.*

	1	2	3	4	5	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä
-------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	---------------------

8. **6. Minulla on ystäviä koulussa. \****Mark only one oval.*

	1	2	3	4	5	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

9. **7. Opettajalla on aikaa auttaa minua. \*** *Mark only one oval.*

	1	2	3	4	5	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

10. **8. Opettaja kannustaa minua. \****Mark only one oval.*

	1	2	3	4	5	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

11. **9. Opettajani kohtelee kaikkia oppilaita samalla tavalla. \*** *Mark only one oval.*

	1	2	3	4	5	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

12. **10. Uskallan vastata tunnilla \*** *Mark only one oval.*

	1	2	3	4	5	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

13. **11. Luokassani on työrauha \*** *Mark only one oval.*

	1	2	3	4	5	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

14. **12. Opin koulussa paljon uusia asioita. \*** *Mark only one oval.*

	1	2	3	4	5	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

15. **13. Kouluruoka on hyvää.** \* Mark*only one oval.*

	1	2	3	4	5	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

16. **14. Uskallan jutella terveydenhoitajalle huolistani.** \* Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

17. **15. Olen koulussa pirteä.** \* Mark*only one oval.*

	1	2	3	4	5	
Täysi eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

18. **16. Tähän voit halutessasi kirjoittaa vapaasti, jos mieleesi tulee jotain hyvää tai parannettavaa.**


---



---



---



---



---

\*Tyytyväisyyskyselylomake on hieman eri muodossa alkuperäiseen Google Driven luomaan lomakkeeseen verrattuna.