

# Asiakasnäkökulma pysäköinninvalvonnan internet-sivujen kehittämiseen

Sanna Ahonen

Opinnäytetyö  
Marraskuu 2014

Liiketalous  
Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala





Tekijä(t) Ahonen, Sanna	Julkaisun laji Opinnäytetyö	Päivämäärä 17.12.2014
	Sivumäärä 33	Julkaisun kieli Suomi
		Verkkojulkaisulupa myönnetty: X
Työn nimi <b>Asiakasnäkökulma Jyväskylän kaupungin pysäköinninvalvonnan internet-sivujen kehittämiseen</b>		
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) Teemu Laitinen		
Toimeksiantaja(t) Jyväskylän kaupunki, pysäköinninvalvonta		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyö tehtiin toimeksiantona Jyväskylän kaupungin pysäköinninvalvonnalle ja siinä tutkittiin toimeksiantajan internet-sivujen käyttäjien mielipiteitä sivuista. Työn tarkoitus oli tuottaa tietoa, jonka pohjalta sivuja voitaisiin kehittää vastaamaan käyttäjien odotuksia entistä paremmin. Tutkimuskysymyksenä oli, minkälaiset Jyväskylän kaupungin pysäköinninvalvonnan verkkosivujen tulisi olla ja mitä sisältöä sieltä tulisi löytyä.</p> <p>Teoriaosassa käsiteltiin hyvän internet-sivun ominaisuuksia ja vertailtiin Jyväskylän kaupungin pysäköinninvalvonnan sivuja muutaman muun kaupungin vastaaviin sivuihin. Tutkimuksessa käytettiin sekä kvantitatiivista että kvalitatiivista tutkimusmenetelmää. Kvantitatiivinen tiedonkeruu suoritettiin sivujen kautta täytettävän kyselylomakkeen, sähköpostina lähetetyn kyselyn sekä asiakaspalvelussa täytettävän paperisen lomakkeen avulla. Kvantitatiiviseen tutkimukseen vastauksia saatiin melko vähän, joten avuksi otettiin kvalitatiivinen tutkimus. Kvalitatiivinen tutkimus suoritettiin haastattelemalla asiakaspalvelupisteessä asioineita henkilöitä.</p> <p>Tutkimuksesta kävi ilmi, että sivujen käytettävyydessä on parantamisen varaa. Sivuilla on tietoa mutta se on liian vaikeasti löydettävissä. Käyttäjät tulevat sivuille lähinnä hakemaan asiakaspalvelun yhteystietoja, täyttämään sähköisen oikaisuvaatimuksen tai hakemaan tietoa pysäköintiin liittyvistä asioista. Tulosten perusteella sivuille ei tarvitse niinkään lisätä tietoa, vaan olemassa oleva tieto pitäisi saada tuotua esille paremmin.</p>		
Avainsanat (asiasanat) Pysäköinninvalvonta, internet-sivut		
Muut tiedot		



## Description

Author(s) Ahonen, Sanna	Type of publication Bachelor's thesis	Date 17.12.2014
	Number of pages 33	Language of publication: Finnish
Permission for web publication: X		
Title of publication <b>A customer perspective of improving the website of the Jyväskylä parking control</b>		
Degree programme Business Administration		
Tutor(s) Laitinen, Teemu		
Assigned by The City Of Jyväskylä, Parking control		
Abstract <p>The thesis was assigned by The City of Jyväskylä Parking control. The main objective of this thesis was to produce information that could help to improve the web pages to meet the needs of the customers.</p> <p>The theoretical framework examines the attributes of a good web page and includes a comparison of the equivalent web pages of a few other cities.</p> <p>The study was conducted using both a quantitative and a qualitative method. The data for the quantitative survey was collected through an online survey and printed questionnaires. The theme interview was used as a method of collecting data for the qualitative part of the study. Four persons participated in the interviews.</p> <p>The survey points out that the usability of the web pages needs improving. The information on the pages is too difficult to find. The users of the website of the City Of Jyväskylä Parking Control visit the site to find the contact information of customer service, to fill in an appeal for the traffic warden for eliminating a parking ticket or to find information about parking in general. The study reveals that it is more important to make already existing information more available for the customers than publish new information.</p>		
Keywords/tags Parking control, web pages		
Miscellaneous		

## SISÄLTÖ

<b>1</b>	<b>JOHDANTO .....</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>PYSÄKÖINNINVALVONNAN INTERNET-SIVUT .....</b>	<b>4</b>
2.1	Hyvien verkkosivujen ominaisuudet .....	4
2.2	Jyväskylän kaupungin pysäköinninvalvonnan sivujen nykytila.....	9
2.3	Muiden kaupunkien sivujen vertailua.....	10
<b>3</b>	<b>TUTKIMUKSEN TAVOITTEET JA TOTEUTUS.....</b>	<b>11</b>
3.1	Kvantitatiivisen tutkimuksen lähtökohdat ja kulku.....	11
3.2	Kvantitatiivisen tutkimusaineiston keruu ja analysointi.....	12
3.3	Kvalitatiivinen tutkimusote .....	14
3.4	Tutkimuksen luotettavuuden ja toistettavuuden arviointi.....	15
<b>4</b>	<b>TUTKIMUSTULOKSET .....</b>	<b>16</b>
4.1	Kvantitatiivisen tutkimuksen tulokset .....	16
4.2	Kvalitatiivisen tutkimuksen tulokset.....	18
<b>5</b>	<b>POHDINTA.....</b>	<b>21</b>
	<b>LÄHTEET.....</b>	<b>23</b>
	<b>LIITTEET.....</b>	<b>25</b>
	Liite 1. Internetissä täytettävä kyselylomake.....	25
	Liite 2. Paperille tulostettu kyselylomake .....	29
	Liite 3. Isännöitsijöille sähköpostin liitteenä lähetetty kyselylomake .....	32

**Kuviot**

Kuvio 1. Verkkosivun luomisessa huomioon otavat pilarit (Boag 2010, 5) .....	4
Kuvio 2. Sisällön kolme tasoa (Boag 2010, 23).....	8
Kuvio 3. Haetun tiedon löytyminen .....	17
Kuvio 4. Arvosana verkkosivuille.....	17
Kuvio 5. Verkkosivujen kautta tavoitettujen vastaajien päätyminen sivuille.....	18

# 1 JOHDANTO

Internet on uudistanut tapaamme viihdyttää itseämme, hoitaa asioita ja hakea tietoa. Palvelut siirtyvät vähitellen verkkoon ja perinteisten paperilomakkeiden ja virastokäyntien tilalle ovat tulleet verkkosivuilla täytettävät lomakkeet ja asiointipalvelut. Hyvin toimivat verkkosivut ovat jo itsestäänselvyys ja luonnollinen jatke henkilökohtaiselle asiakaspalvelulle.

Julkisten palvelujen tuottaminen edellyttää hyvin toimivaa asiakaspalvelua ja neuvontaa (Kunnan viestintä 2004, 21). Sähköinen asiakaspalvelu on kunnan virallista asiointia ja palvelutoimintaa. Yleisimpiä asiointipalveluja tällä hetkellä ovat lomakkeet ja hakemukset. Palveluja verkkoon siirrettäessä tulee aina harkita, saadaanko sähköistämisen avulla aikaan resurssien säästöä tai paraneeko palvelu merkittävästi. Palveluita ei voida kuitenkaan suunnitella toimiviksi pelkästään internetissä. (Kunnan viestintä 2004, 23–24.)

Tämän opinnäytetyön tarkoitus on tuoda asiakasnäkökulma Jyväskylän kaupungin pysäköinninvalvonnan verkkosivujen kehittämiseen. Työ kerää tietoa verkkosivuilla vierailevien odotuksista sivuja kohtaan. Tulosten pohjalta sivuja voidaan kehittää vastaamaan paremmin käyttäjien tarpeita.

Verkkosivujen tehostamisen onnistuminen riippuu siitä, että tiedetään, mitä tehostetaan, miten tehostetaan ja miksi tehostetaan. Muutos edellyttää relevanttia tietoa halutun muutoksen kohteesta. Relevantti tieto edellyttää aina tiedonhankintaa, mittaamista, selvittämistä ja analyysiä. Muutoksen lähtökohtana on nykytila, jota verrataan tavoitetilaan. Nykytilasta saadaan tietoa erilaisilla mittareilla ja analyysitekniikoilla, jotka kohdistuvat verkkosivuihin. Tiedon pohjalta voidaan tehdä muutosehdotukset, jotka pitää saada vielä vietyä käytäntöön. (Kananen 2013, 51.)

## 2 PYSÄKÖINNINVALVONNAN INTERNET-SIVUT

Tässä luvussa käsitellään ensin yleisesti hyvän verkkosivun ominaisuuksia. Tämän jälkeen käydään läpi tarkemmin ne verkkosivun ominaisuudet jotka ovat tämän tutkimuksen kannalta oleellisimpia. Tutkimuksessa ei oteta kantaa sivuston tekniseen toteutukseen, joten siihen ei paneuduta tässä pintaraapaisua syvemmin. Jyväskylän kaupungin pysäköinninvalvonnan verkkosivujen nykytilaa vertaillaan muutaman muun kaupungin sivuihin.

### 2.1 Hyvien verkkosivujen ominaisuudet

Boag (2010) on määritellyt kuusi pilaria, jotka tulee huomioida verkkosivun luomisessa. Hän vertaa verkkosivujen rakentamista talon rakentamiseen. Jos yksi pilari on toisia lyhyempi tai puuttuu kokonaan, ovat sekä rakennus että verkkosivu vaarassa romahtaa (ks. kuvio 1). Nämä pilarit ovat verkkosivuja ajatellen käytettävyys, löydettävyys, estetiikka, kehitys, sisältö ja tavoite. Jokaisen pilarin tulee olla kunnossa jotta sivusto voi olla menestyvä. Yhtä pilaria ei pidä painottaa liikaa toisten kustannuksella eikä jättää jotain niistä liian vähälle huomiolle. (Mts. 5.) Kehityksellä Boag tarkoittaa sivun teknistä toteutusta, joten se kohta jätetään käsittelemättä.



**Kuvio 1. Verkkosivun luomisessa huomioitavat pilarit (Boag 2010, 5)**

Käytettävyys ja käyttökokemus

Käytettävyys määritellään ISO 9241-11 -standardissa vapaasti suomennettuna *mittariksi, jolla mitataan, kuinka käyttökelpoinen, tehokas ja miellyttävä tuote on käyttää oikeassa käyttöympäristössään, kun käyttäjinä ovat sen omat käyttäjät.* (Sinkkonen, Nuutila & Törmä 2009, 20.) Wiion (2004) mukaan ”käytettävyys” on vahvoja mieliku-

via luova termi. Hänen määritelmänsä mukaan käytettävyydeltään hyvä eli käyttäjäväläinen ohjelma tai systeemi on ymmärrettävä, vaivaton, kattava sekä esteettisesti miellyttävä. (Mts. 28.)

Käyttökokemukselle ei ole virallista määritelmää. Sinkkonen ja muut (2009, 23) mainitsevat yksinkertaisuudessaan yhdeksi parhaimmista määritelmistä seuraavan: *Käyttökokemuksella tarkoitetaan käyttäjän tuntemuksia hänen käyttäessään palvelua.* Verkkosivuston käyttökokemus koostuu sen sisällöstä, sisällön omaksuttavuudesta, sisällön merkittävydestä käyttäjälle, asioiden löydettävyydestä, terminologiasta, visuaalisesta ilmeestä ja monesta muusta asiasta.

Verkkosivuston tavallisin käytettävyysohjelma on se, että haluttua tietoa ei löydy. Vieraalla sivustolla ei edes tiedä, onko siellä kaivattua tietoa vai ei. Mitä enemmän tietoa sivustolla on, sitä vaikeampi on yleensä löytää juuri se tieto, jota tarvitsee. Tässä auttaa tietojen selkeä organisointi käyttäjän näkökulmasta käsin. (Sinkkonen ym. 2009, 185.)

Kunnallisen verkkosivuston yhteydessä käytettävyyden, saavutettavuuden ja esteettömyyden toteuttaminen muodostaa tärkeän osan kokonaisuutta. Tiedon ja palvelujen tarjoaminen verkon kautta mahdollisimman monelle kuntalaiselle iän, sosiaalisen aseman tai fyysisten ominaisuuksien rajoittamatta on haasteellinen mutta välttämätön kehityskohde. (Kuntien verkkoviestintäohje 2010, 18.) Verkkopalvelun tarjoajan etujen mukaista on että palvelu on mahdollisimman hyödyllinen ja käytettävä käyttäjille. Käyttäjälähtöisellä suunnittelulla tarkoitetaan vuorovaikutteista tapaa suunnitella verkkopalveluja käyttäjien tarpeet ja kyvyt huomioiden. (Kuntien verkkoviestintäohje 2010, 12.)

Kuntalaisten oikeudesta käyttää omaa kieltään ja saada tietoa omalla kielellään säädetään laissa ja tämä koskee myös kunnan verkkotiedottamista. Vaikka kielilaki velvoittaa kaksikielisiä kuntia tiedottamaan molemmilla kielillä, ei eri kieliversioiden tarvitse olla keskenään identtiset tai yhtä kattavat. Kaksikielisen kunnan sivuilla tulee olla molemmilla kielillä tieto siitä, mistä kuntalainen voi saada lisätietoa omalla kielellään. Kunnan tulisi yksittäistapauksissa harkita, onko aineiston kääntäminen tarpeel-



lista kokonaan tai osittain tiivistetyssä muodossa. (Kuntien verkkoviestintäohje 2010, 22.)

### Löydettävyys

Sivujen pelkkä olemassaolo verkossa ei riitä. Verkkovierailijoita voi sivustolle ohjautua hakusanojen ohjaamina, jos sivustot on laadittu niin, että hakukoneet löytävät ne ja jos sivut on laadittu hakukoneita silmälläpitäen. (Kananen 2013, 55.) Hakukonemarkkinointi perustuu kohderyhmän tarpeiden ja ongelmien tuntemiseen (Juslén 2011, 151). Avainsanat ovat sanoja tai sanayhdistelmiä, joita tietoa etsivät asiakkaat syöttävät hakukoneeseen. Markkinoinnin näkökulmasta on kyse siitä, millälaisilla avainsanoilla halutaan tulla löydettyksi. (Juslén 2011, 152.)

Hakukonemarkkinoinnilla tarkoitetaan markkinointitoimenpiteitä, joiden avulla jollekin yritykselle, tuotteelle tai palvelulle rakennetaan näkyvyyttä hakukoneissa. (Juslén 2011, 142.) Onnistuneen hakukonemarkkinoinnin ehdoton perusedellytys on Juslénin mukaan se, että sivun sisältö on kirjoitettu niin että se puhuttelee mahdollisimman takoin haluttuja kohderyhmiä. Kaksi tekijää ylitse muiden vaikuttaa siihen, miten korkealle hakutuloksissa jokin yksittäinen sivu sijoittuu. Nämä tekijät ovat kyseisen sivun tekstisisältö ja sivun sisältävälle sivustolle muualta internetistä osoittavien linkkien määrä ja laatu. (Juslén 2011, 138, 142, 144.)

### Estetiikka

Estetiikka tarkoittaa tässä yhteydessä niitä elementtejä jotka luovat sivun ulkonäön ja tunnelman. Tällaisia asioita ovat mm. värit, kuvat, typografia ja sommittelu. (Boag 2010, 5– 7.) Verkkosivuilla vierailijat ovat omaksuneet tietyt periaatteet ja rakenteen (mindset), jota he odottavat sivustoilta. Verkkovierailija tekee sivulle tullessaan heti päätelmän siitä, ovatko sivut hyvät vai huonot. Kyseessä on sama ilmiö kuin uuden ihmisen tapaamisessa. Verkkovierailijan mielikuva optimaalisesta verkkosivujen rakenteesta on muotoutunut vuosien saatossa. Tämän mielikuvan murtaminen on äärimmäisen hankalaa. Mielikuvansa perusteella kuluttaja arvioi silmämääräisesti verkkosivujen hyvyyden. (Kananen 2013, 31– 32.)

Mitä enemmän sivut vastaavat vierailijan yleistä näkemystä hyvistä verkkosivuista, sitä pitempään hän viipyy sivuilla. Odotukset muodostuvat verkkomaailman muiden verkkosivujen visuaalisesta, tekstuaalisesta ja teknisestä kokemuksesta. Sivut, jotka noudattavat mitä suurimmassa määrin verkkomaailman standardoitua mindsetiä, tuottavat parhaan tuloksen. Perinteisyys on valttia ja tuo uskottavuutta. (Kananen 2013, 97.) Sivun havainnoinnin tai silmäilyn määrää länsimaissa perinteinen tekstin lukemistapa, joka alkaa vasemmasta yläkulmasta. Tähän lukemistapaan olemme totuneet. (Kananen 2013, 31.)

Kunnan verkkopalvelu on tunnistettava nimensä, sisältönsä ja graafisen ilmeensä mukaan kunnan palveluksi. Yhtenäiseksi suunniteltu visuaalinen ilme auttaa käyttäjiä hahmottamaan kokonaisuuden. Yhtenäinen visuaalinen kokonaisuus tekee kunnan tarjoamista verkkopalveluista tunnistettavia samalla tavoin kuin kunnan tai kaupungin vaakuna tai logo. (Kuntien verkkoviestintäohje 2010, 10– 11.)

## Sisältö

Verkkosivun varsinainen anti käyttäjälle on sen sisältö, informaatio tai palvelu. Lähes kaikki muut elementit sivustolla ovat olemassa siksi, että käyttäjä löytäisi oikean sisällön. Sisällön tuottamista kannattaa ajatella täydentyvänä prosessina, joka kulkee visuaalisen suunnittelun prosessin ja sivuston pääsuunnitteluprosessin rinnalla ja jonka tulos valmis teksti on. (Sinkkonen ym. 2009, 256.)

Verkkosivuille kirjoittamisessa on samankaltaisuutta sanomalehtien otsikoinnin ja mainostauluille kirjoittamisen kanssa. Kaikissa näissä täytyy olla lyhytsanainen, terävä ja mielenkiintoa herättävä koska lukija ei jää lukemaan tekstiä perinpohjaisesti. Pääsivun tulee keskittyä ydinviestiin, josta kiinnostunut lukija haluaa saada lisää tietoa. Verkkosivuilla tämä onnistuu lisäämällä linkkejä, joiden kautta lukija saa tarkempaa tietoa valitsemastaan aiheesta. (Boag 2010, 91)

Liiallisesta tarjonnasta tulee verkkovierailijalle ongelma, sillä hän joutuu etsimään sivuilta monien vaihtoehtojen joukosta juuri sen, mitä hän etsii. Ongelma voidaan ratkaista ryhmittelemällä tulosivun vaihtoehdot muutamaaan pääkategoriaan tai käyttämällä sivuston omaa sisäistä hakukonetta, jolloin kuluttaja määrittelee itse etsi-

mänsä (esim. vaate- ja kenkääalan verkkokaupat). (Kananen 2013, 98.) Tarpeettomaksi käyneen tai väärän informaation poistaminen tai korjaaminen on tietokuormituksen aikakautena yhtä tärkeää kuin uuden lisääminen (Kauhanen-Simanainen 2003, 34).

Kuntien verkkosivut tarjoavat tietosisällön lisäksi kunnan sähköisiä asiointipalveluja. Sähköiset asiointipalvelut ovat kansalaisille suunniteltuja käyttöliittymiä, jotka mahdollistavat itsepalvelun ajasta ja paikasta riippumatta. Sähköisiä asiointipalveluja ovat esimerkiksi sähköinen ilmoittautuminen, ajanvaraus ja jonkin asian vireillepano. (Kuntien verkkoviestintäohje 2010, 15– 16.)

#### Tavoite

Tavoite on se perusajatus miksi sivu on olemassa ja mitä siltä odotetaan. (Boag 2010, 5– 7). Yksittäisen verkkosivun kehittämisessä tulee pitää mielessä laajempi asiayhteys sillä sivu on osa suurempaa kokonaisuutta. Sisällöllä on kolme tasoa joista edellinen vaikuttaa aina seuraavaan tasoon. Ensimmäisellä tasolla on organisaation tavoitteet, toisella verkkosivun tavoitteet ja kolmannella juuri nimenomaisen sivun kehittämisen tavoitteet (ks. kuvio 2). (Boag 2010, 23.)



#### **Kuvio 2. Sisällön kolme tasoa (Boag 2010, 23)**

Verkkosivusto tarjoaa kunnalle kanavan ajantasaiseen ja kustannustehokkaaseen tiedonvälitykseen ja vuorovaikutukseen niin kuntalaisten kuin muidenkin sidosryhmien kanssa (Kuntien verkkoviestintäohje 2010, 9). Kunnalla on kuntalain mukainen tiedottamisvelvollisuus. Kuntalaissa ei tarkemmin rajata tapaa, jolla kunnan tiedottaminen tulee toteuttaa eikä verkkotiedottamisesta säädetä laissa erikseen. (Kuntien verkkoviestintäohje 2010, 49.)

## Informaatioarkkitehtuuri

Informaatioarkkitehtuuri on käyttäjälle näkymätöntä ja parhaimmillaan silloin, kun verkkopalvelussa liikkuminen koetaan sujuvaksi, miellyttäväksi ja häiriöttömäksi (Kauhanen-Simanainen 2003, 27). Informaatioarkkitehtuuri on se tila, jossa käyttäjä liikkuu ja jonka näkymien ja opasteiden mukaan hän orientoituu: työn, oppimisen tai vapaa-ajan virtuaalinen tila. Se voi olla viihtyisä ja helppokulkuinen tai ankea, kolkko, ahdistava ja vaikeakulkuinen. (Kauhanen-Simanainen 2003, 35.)

Informaatioarkkitehtuurin on tarkoitus yksinkertaistaa monimutkaista tietoympäristöä tekemättä silti itse tietoa tai asioita sen yksinkertaisemmiksi. Informaatioarkkitehtuurin pitää tuoda tietoympäristöön selkeyttä, auttaa valinnoissa ja asioiden yhdistämisessä toisiinsa, muodostaa organisaation omista, sen kumppaneiden ja asiakkaiden tarpeista lähtevä näkymä laajoihin tietovarantoihin. Tiedon helpon saatavuuden ja laadun merkitys asiakassuhteessa on suuri. Hyvällä informaatioarkkitehtuurilla voidaan keventää yrityksen kustannuksia tämän tiedon tarjonnassa, kun asiakas esimerkiksi pystyy hankkimaan tietoa itsenäisesti. (Kauhanen-Simanainen 2003, 33. 36.)

Verkkosivusto rakennetaan useimmiten hierarkkisen informaatioarkkitehtuurin pohjalle. Hierarkkinen rakenne peilaa luontevasti ihmisen tapaa luokitella ja järjestellä tietoa ylä- ja alakäsitteisiin. Teoriassa verkkopalvelu voi olla rakenteeltaan minkäläinen vain, mutta käytännössä on havaittu hierarkian olevan parhaiten ymmärrettävä. Hierarkiassa on hyvä tukea käyttäjien tyypillisiä etenemistapoja toisen tason navigaation ja linkitysten avulla. (Sinkkonen ym. 2009, 184.)

## **2.2 Jyväskylän kaupungin pysäköinninvalvonnan sivujen nykytila**

Pysäköinninvalvonnan sivuilla kävijöitä on kuukaudessa noin 500–600 (Jyväskylän kaupungin verkkosivujen statistiikka 2013).

Pysäköinninvalvonnan sivut ovat ulkonäöltään yhtenevät Jyväskylän kaupungin sivujen kanssa. Sivut ovat melko tekstipainotteiset, ja tekstiin on upotettu linkkejä sähköisiin lomakkeisiin ja lisätietoa tarjoaviin sivuihin. Asiakaspalvelun yhteystiedot löy-

tyvät sivun oikean reunan valikosta. Englanninkieliset sivut ovat suomenkielisiä suppeammat. (Pysäköinninvalvonta 2014.)

Asiakaspalveluun on tullut asiakkailta epävirallisesti suullista palautetta sivujen heikoudesta. Kaikki sivuja moittineet eivät ole osanneet tarkentaa mikä sivuissa on ollut huonoa. Osa on kertonut että he eivät ole löytäneet sivuilta etsimäänsä tietoa lainkaan tai että tieto on ollut vaikeasti löydettävissä. (Ahonen 2013.)

### **2.3 Muiden kaupunkien sivujen vertailua**

Jyväskylän kaupungin pysäköinninvalvonnan sivuja vertailtiin Tampereen, Kuopion ja Lahden kaupungin vastaaviin sivuihin. Näiden kaupunkien sivut valikoituivat vertailukohteiksi koska niillä on paljon samankaltaisuutta Jyväskylän kanssa. Lahti ja Kuopio ovat asukasluvultaan ja rekisterissä olevien ajoneuvojen määrältään samaa kokoluokkaa kuin Jyväskylä. Jyväskylän kaupungin asukasluvun on arvioitu kasvavan lähivuosina, joten hieman suurempi Tampere otettiin tästä syystä mukaan vertailuun. Missään vertailtavassa kaupungissa ei myöskään ole raitiovaunuliikennettä. (Jyväskylän kaupungin väestöarvio 2013; Liikennekäytössä olevat ajoneuvot haltijan kotikunnan mukaan 2014; Suurimmat kunnat 2014.)

Kaikkien vertailussa mukana olevien sivujen rakenne oli hyvin samankaltainen. Vasemmasta reunasta löytyi valikko jonka avulla sivuilla voi liikkua. Vain Jyväskylän ja Kuopion sivuilla on erikseen pysäköinninvalvonnan sivut, ja Lahden ja Tampereen kaupungin sivuilla pysäköinninvalvonnan asiat on esitetty yleisesti ”pysäköinti” -nimikkeen alla. Pysäköinninvalvonnan asiakaspalvelun yhteystiedot löytyivät kaikkien kaupunkien sivuilta ja kaikista sivuista oli saatavilla myös englanninkieliset versiot. Sivut eivät juurikaan poikenneet toisistaan sisällöltään. Samat lomakkeet sekä linkit lainsäädäntöön löytyivät kaikilta sivuilta. Kaikki sivut mukailivat kaupungin sivujen yleistä linjaa, ja ne oli helppo mieltää osaksi kokonaisuutta. Tampereen sivuilta löytyy erikoisuutena pysäköinninvalvonnan tilastoja, Kuopion sivuilla on tiedot siirretyistä väärin pysäköidyistä ajoneuvoista, Lahden sivuilla on tietoa pysäköintiin liittyvistä liikennemerkeistä ja Jyväskylän sivuilta löytyy osio, johon on koottu usein kysytyjä

kysymyksiä vastauksineen. (Pysäköinti 2014; Pysäköinnin valvonta 2014; Pysäköinninvalvonta 2014.)

### **3 TUTKIMUKSEN TAVOITTEET JA TOTEUTUS**

Tässä luvussa kerrotaan tämän opinnäytetyön sisältämän tutkimuksen tavoitteista ja toteuttamisesta. Tutkimuksen tavoitteena oli määrittellä, minkälaiset verkkosivut palvelisivat pysäköinninvalvonnan asiakkaita mahdollisimman hyvin. Tämän selvittämiseksi täytyi saada selville, mitä mieltä käyttäjät olivat nykyisistä sivuista, minkälaiset odotukset heillä oli sivuja kohtaan ja mitä tietoa he verkkosivuilta hakivat.

Tutkimuskysymykseksi muodostui: minkälaiset Jyväskylän kaupungin pysäköinninvalvonnan internet-sivujen tulisi asiakkaiden mielestä olla ja mitä sisältöä sieltä tulisi löytyä?

Tutkimus toteutettiin sekä kvantitatiivista että kvalitatiivista tutkimusotetta käyttäen. Määrällistä tietoa kerättiin kvantitatiivisen tutkimuksen avulla, minkä jälkeen saatua tietoa syvennettiin kvalitatiivisen tutkimuksen keinoin. Kahden menetelmän yhdistelmään päädyttiin, koska kvantitatiivista menetelmää käyttämällä tutkimusaineistoa saatiin kokoon varsin vähän ja tiedon syventämiseksi nähtiin tarpeelliseksi suorittaa vielä pienimuotoinen kvalitatiivinen tutkimus. Kanasen mukaan kvalitatiivista tutkimusta voidaan käyttää juuri kvantitatiivisen tutkimustiedon ymmärryksen lisäämiseen. (Kananen 2008, 119.)

#### **3.1 Kvantitatiivisen tutkimuksen lähtökohdat ja kulku**

Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus pyrkii yleistämään (Kananen 2011, 17). Tässä tutkimuksessa tämä tarkoittaa sitä, että pysäköinninvalvonnan asiakkailta kerätään tutkimustietoa kyselylomakkeella ja tutkimustulosten voidaan katsoa edustavan koko sivujen potentiaalista käyttäjäkuntaa. Ensin käydään läpi tutkimuksen lähtökohdat, sen jälkeen kerrotaan tutkimusaineiston keräämisestä ja analysoinnista. Lo-

puksi arvioidaan tutkimuksen reliabiliteettia ja validiteettia. Kyselylomakkeiden kysymykset oli muodostettu edellä esitellyn teorian pohjalta.

Kanasen (2011) mukaan kvantitatiivinen tutkimus voidaan nähdä prosessina, joka viedään läpi vaihe vaiheelta. Tutkimuksen lähtökohtana on tutkimusongelma, johon haetaan ratkaisua tai vastausta. Ensin määritellään, mitä tietoa tutkimusongelman ratkaisemiseksi tarvitaan. Tiedon keräystapa päätetään seuraavaksi. Kolmannessa vaiheessa päätetään, mitä kysymyksiä esitetään. Kysymystyyppit päätetään tämän jälkeen. Seuraavaksi laaditaan kysymysteksti, ja niiden pohjalta luodaan kysymyslomake. Tässä vaiheessa lomake esitellään ja tehdään tarvittavat muutokset. Havaintomatriisi tulee huomioida jo lomakkeen suunnitteluvaiheessa. Havaintomatriisi tarkoittaa tietokantapohjaa, jolle lomakkeella saadut tiedot syötetään. Valmiin lomakkeen kanssa tehdään kenttätö ja kerätään vastaukset valittua kanavaa hyödyntäen. Kenttätöön jälkeen lomakkeet tarkistetaan, numeroidaan ja tallennetaan. Viimeisenä vaiheena kirjoitetaan raportti, jossa esitetään tutkimustulokset. (Mts. 21–22.)

### **3.2 Kvantitatiivisen tutkimusaineiston keruu ja analysointi**

Kvantitatiivisen tutkimuksen tärkein päämäärä oli selvittää, mitä tietoa sivuilla asioivat hakivat ja löysivätkö he etsimänsä. Kvantitatiivisen tutkimusaineiston keräämisessä käytettiin aineistotriangulaatiota, jossa tutkimusongelman ratkaisemiseksi kerätään useita erilaisia tutkimusaineistoja. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 228.) Useampien aineistojen keräämiseen päädyttiin koska vain yhtä menetelmää käyttämällä vastauksia ei saatu kvantitatiivisen tutkimuksen edellyttämiä määriä.

#### **Kyselylomake**

Kyselylomakkeesta on syytä tehdä ulkoasultaan helppolukuinen ja helposti vastattava. Kysymystekstin on oltava yksinkertaista ja helposti ymmärrettävää suomen kieltä. Monimutkaiset lauserakenteet lisäävät virhemahdollisuuksia, ja osa vastaajista ei enää jaksa keskittyä vastaamiseen, koska energia menee kysymysten ymmärtämiseen. Kysymysten järjestys etenee yleisestä yksityiseen. Ensin esitetään aihealueen

yleisluonteiset kysymykset, minkä jälkeen seuraa yksityiskohtaisempia ja ehkä vaikeampia kysymyksiä. Tämä siksi, että vastaajan on helppo edetä aihealueen sisällä vähitellen yksityiskohtaisempiin osioihin. (Kananen 2010, 92-93.)

Kyselylomakkeiden sisältö rakennettiin yhdessä toimeksiantajan edustajan kanssa ja hyväksytettiin ennen kyselyn suorittamista opinnäytetyötä ohjaavalla opettajalla. Kyselylomakkeet esiteltiin jotta kysymykset olisivat varmasti helposti ymmärrettävässä muodossa eikä väärintulkintoja syntyisi (Kananen 2011, 15, 31, 34).

Tutkimustulosten hyödyllisyyden kannalta kyselylomakkeen tärkeimmäksi kysymykseksi nousi kysymys, jossa tiedusteltiin, mitä tietoa sivujen käyttäjä sivuilta etsi. Vastausvaihtoehdoiksi tähän otettiin jo tutkimuksen tekovaiheessa sivun valikosta suoraan löytyvät moottoripyörän pysäköinti, veteraanipysäköinti, asukaspysäköinti, linja- ja kuorma-autojen pysäköinti sekä pysäköinninvalvonnan asiakaspalvelupisteen yhteystiedot. Näiden lisäksi vaihtoehdoiksi lisättiin maksulliset alueet, kännykällä maksaminen, pankkikortilla maksaminen, kiekkopysäköinti, mopon pysäköinti, vammaisen pysäköintiluvat, tieto liikennemerkkeistä, valvonnan aloittamiseen kiinteistön alueella liittyvät asiat, valvonnan edellytykset kiinteistön alueella sekä sähköinen oikaisuvaatimus. Nämä vaihtoehdot otettiin mukaan sillä ne ovat Ahosen (2013) mukaan asioita, joista asiakaspalvelusta kysellään lähes päivittäin. Ahonen arvioi, että kysyjät ovat saattaneet etsiä tietoa ensin internet-sivuilta tuloksetta ja sen seurauksena kääntyneet asiakaspalvelun puoleen.

Sivuille laitettiin linkki kyselyyn ajaksi 14.5.2013– 19.6.2013. Viiden viikon aikana vastauksia kertyi 9 kappaletta, mikä on kvantitatiivisen tutkimuksen otannaksi aivan liian vähän. Kesälomakauden alku saattoi vaikuttaa vähäiseen vastausinnostukseen. Lomaketta pääsi täyttämään klikkaamalla sivulla olevaa linkkiä. Lomake toteutettiin Webropol-ohjelmalla, joka on Jyväskylän kaupungin käyttämä ohjelma (ks. liite 1).

Lisävastauksien saamiseksi pysäköinninvalvonnan asiakaspalveluhenkilöitä ohjeistettiin pyytämään asiakkaita vastaamaan paperille tulostettuun kyselyyn asiointinsa päätteeksi (ks. liite 2). Kysely oli täytettävissä asiakaspalvelupisteessä syys- ja loka-kuun 2013. Paperinen kyselylomake oli tarjolla täytettäväksi myös Jyväskylän kau-



punkkirakennepalveluiden palvelupiste Hannikaisessa. Tätä kautta vastauksia saatiin vain 2 kappaletta.

Isännöitsijät ja muut kiinteistöjen edustajat ovat pysäköinninvalvonnan suuri asiakasryhmä, joten heitä lähestyttiin sähköpostitse ja pyydettiin vastaamaan kyselyyn (Ahonen 2013). Kysely lähetettiin 35 kiinteistön edustajalle ja vastauksia saatiin näin 4 kappaletta. Kiinteistöjen edustajille lähetetty kyselylomake oli erilainen kuin verkkosivuilla ja asiakaspalvelussa täytettävä, sillä heidän tarpeensa ovat lähtökohtaisesti erilaiset kuin yksityishenkilöinä sivuja käyttävän tarpeet (ks. liite 3).

### **3.3 Kvalitatiivinen tutkimusote**

Kvalitatiivisen tutkimuksen tarkoituksena on ilmiön kuvaaminen, ymmärtäminen ja mielekkään tulkinnan antaminen. Laadullisella tutkimuksella pyritään ilmiön syvälliseen ymmärtämiseen. (Kananen 2011, 24.) Laadullisessa tutkimuksessa pyritään saamaan yhdestä havaintoyksiköstä irti mahdollisimman paljon eli tapausta käsitellen perusteellisesti syvyysuunnassa (Kananen 2011, 25).

Kanasen (2009, 119) mukaan kvalitatiivista tutkimusotetta voidaan käyttää kvantitatiivisen tutkimuksen jälkeen, kun määrällistä tietoa on kerätty, mutta tiedon jalostaminen ymmärrettävään muotoon vaatii haastatteluja, havainnointia tai muuta selvittelyä.

Kvalitatiivisen tutkimuksen tiedonkeruu ja analysointi

Tiedonkeruumenetelmänä käytettiin teemahaastatteluja. Teemahaastattelussa on ennakkoon määritelty haastateltavan kanssa läpi käytävät aihealueet eli teemat. Teemat käydään haastateltavan kanssa läpi, ja ennakkovalmisteluilla pyritään varmistamaan koko ilmiön osa-alueiden mukaantulo. (Kananen 2008, 73.) Teemahaastattelun runko rakennettiin kvantitatiivisen tutkimuksen tulosten ja edellä esitellyn teorian pohjalta. Teemahaastattelun runko on raportin liitteenä (ks. liite 4).

Laadullisessa tutkimuksessa on tärkeää kerätä tietoa henkilöiltä, jotka tietävät tutkitavasta ilmiöstä mahdollisimman paljon tai joilla on asiasta omakohtaista kokemusta.

(Tuomi & Sarajärvi 2009, 85). Tutkimukseen valikoituneet henkilöt asioivat pysäköinninvalvonnan asiakaspalvelupisteessä ja olivat käyneet tutkimuksen kohteena olevilla sivuilla.

Haastattelut toteutettiin neljänä päivänä 7.–10.10.2014 asiakaspalvelupisteen aukioloaikana klo 8–12. Tuona aikana asiakaspalvelupisteessä asioi seitsemän henkilöä, ja heistä neljä suostui osallistumaan haastatteluun. Haastattelut suoritettiin paikan päällä, ja ne kestivät 6 minuutista 14 minuuttiin. Kaikki haastattelut nauhoitettiin, jotta niiden aukikirjoittaminen eli litterointi olisi jälkeensä vaivattomampaa. Haastattelun aikana tehtiin myös hieman käsimuistiinpanoja. Haastattelut litteroitiin prosositasolla, eli vain sanoman ydinsisältö kirjattiin ylös. Haastateltavat on koodattu haastattelujen ajankohdan mukaan: ensimmäistä haastateltavaa kuvaa koodi A, seuraavaa B, kolmatta C ja neljättä D.

### **3.4 Tutkimuksen luotettavuuden ja toistettavuuden arviointi**

Kvantitatiivisen tutkimusaineiston keruu tapahtui kolmea eri väylää hyödyntämällä. Väylät olivat verkkosivuilla asioivat tavoittava linkki kyselyyn, pysäköinninvalvonnan sekä palvelupiste Hannikaisen asiakaspalvelupisteessä asioineet sekä sähköpostitse tavoitetut isännöitsijät. Vastausmäärien vähyyys tuo haastetta tutkimustulosten analysointiin ja tulosten luotettavuuden arviointiin.

Alhainen vastausprosentti huomioidaan tutkimustulosten tulkinnassa varovaisuussääntöjä noudattaen. Tutkimuksen luotettavuus eli validiteetti ei ole pienillä vastausprosentteilla kovinkaan korkea. (Kananen 2010, 95.)

Kvalitatiivisen tutkimuksen lähtökohdat eroavat kvantitatiivisesta tutkimuksesta, joten samat luotettavuuskriteerit eivät päde. Laadullisessa tutkimuksessa reliabiliteetti voidaan ymmärtää tuloksen tulkinnan samanlaisuutena tulkitsijasta toiseen. Jos reliabiliteetti ymmärretään ajallisena pysyvyytenä, voi ongelmaksi muodostua ilmiön luonnollinen muuttuminen. (Kananen 2008, 124–125.) Tutkittavia verkkosivuja päivitetään, uutta tietoa lisätään ja vanhaa poistetaan, joten sivut muuttuvat pikku-

hiljaa, eikä tulevaisuudessa suoritettu tutkimus välttämättä antaisi samanlaisia tuloksia.

Tarkka dokumentointi mahdollistaa ratkaisujen ja päätelmien myöhemmän tarkastelun. Dokumentaatiota voidaankin pitää kaiken tutkimuksen perusedellytyksenä. (Kananen 2008, 125.) Kvalitatiivisessa tutkimuksessa haastateltavien määrän riittävyyden kriteerinä voidaan pitää saturaatiota. Kylläntymistä eli saturaatiota kriteerinä käytettäessä tarvitaan havaintoyksiköitä määrä, minkä jälkeen tulkinta ei enää muutu. Tutkimusaineistoa on riittävästi, kun uudet tapaukset eivät enää muuta tulkintaa. (Kananen 2011, 34.)

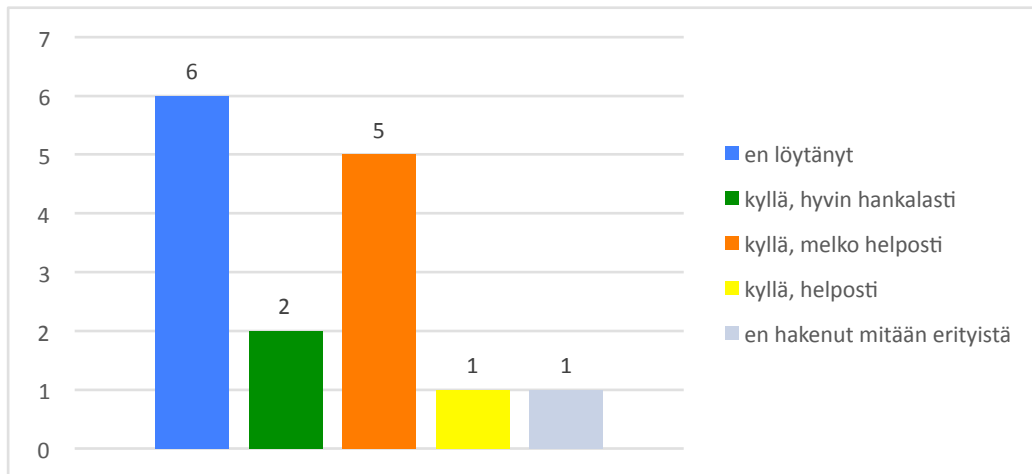
## **4 TUTKIMUSTULOKSET**

Tässä luvussa käsitellään tutkimuksen tulokset siten, että kvantitatiivisen tutkimuksen tulokset käydään läpi ensin ja sen jälkeen puretaan tutkimuksen kvalitatiivinen osa. Tutkimuksen kvantitatiivisessa osassa käsiteltiin verkkosivujen käytettävyyttä, löydettävyyttä, sisältöä ja tavoitetta. Kvalitatiivisessa osassa käytiin näiden lisäksi läpi myös sivujen estetiikkaan liittyviä asioita.

### **4.1 Kvantitatiivisen tutkimuksen tulokset**

#### **Käytettävyys**

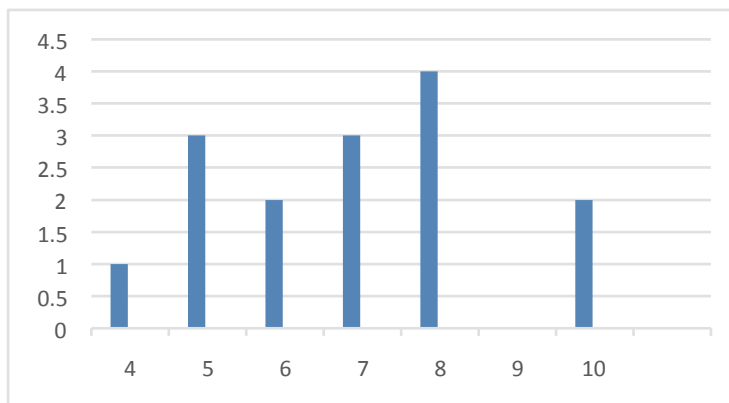
Vain yksi vastaaja ilmoitti löytäneensä sivuilta etsimänsä tiedon helposti. Kaksi vastaajaa kertoi löytäneensä tiedon hyvin hankalasti, ja noin puolet kyselyyn vastanneista ei löytänyt sivuilta etsimäänsä tietoa lainkaan. (Ks. kuvio 3.)



**Kuvio 3. Haetun tiedon löytäminen**

Löytymättä jäi tieto, onko arkipäivinä tapahtuva pitkäaikaispysäköinti mahdollista, saako lumien aeraus/varastointialueelle kadun vieressä pysäköidä kesällä ja miten voi ilmoittaa väärin pysäköidystä ajoneuvosta asiakaspalvelun aukioloaikojen ulkopuolella. Yksi vastaaja jäi kaipaamaan linja-auton pysäköintiin liittyviä asioita. Muut vastaajat eivät kertoneet, mitä tietoa he eivät olleet löytäneet.

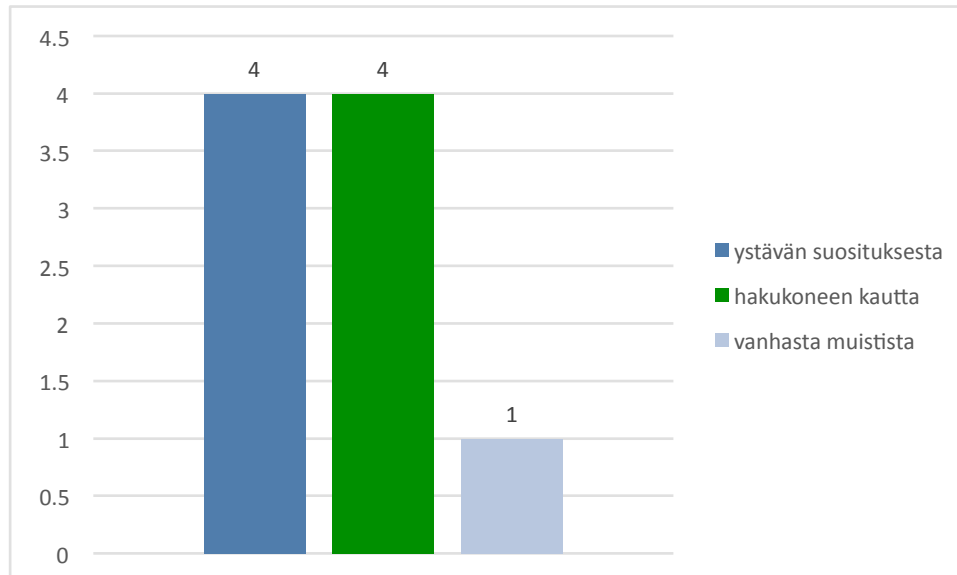
Kaikista vastaajista noin puolet oli sitä mieltä, että englannin- tai ruotsinkielisille sivuille olisi tarvetta. Vastaajien antamien sivun yleisarvosanojen keskiarvoksi tuli 6,93. Vastauksissa useimmiten esiintyvä arvo eli moodi oli 8 (ks. kuvio 4).



**Kuvio 4. Arvosana verkkosivuille**

Löydettävyys

Internetissä lomakkeen täyttäneet vastaajat olivat saapuneet pysäköinninvalvonnan verkkosivuille pääasiassa joko hakupalvelun kautta tai ystävän suosituksesta (ks. kuvio 5).



**Kuvio 5. Verkkosivujen kautta tavoitettujen vastaajien päätyminen sivuille**

## Sisältö

Suurin osa haastateltavista ilmoitti hakeneensa sivuilta asiakaspalvelun yhteystietoja. Yksi vastaaja haki lisäksi tietoa maksullisista alueista ja toinen kiekkopysäköintiin liittyviä asioita. Yksi vastaaja kertoi selailleensa usein kysytyjä kysymyksiä.

## 4.2 Kvalitatiivisen tutkimuksen tulokset

Tutkimustulokset kerättiin teemahaastattelurungon avulla (ks. liite 4). Kaikki haastateltavat olivat asioineet pysäköinninvalvonnan internet-sivuilla ja ilmoittivat käyttävänsä pääasiallisena ajoneuvonaan henkilö- tai pakettiautoa. Haastateltavista yksi oli ulkopaikkakuntalainen, joka käy viikoittain Jyväskylässä, muut asuvat kaupungissa vakituisesti.

## Käytettävyys

Kaikki haastateltavat kertoivat kokeneensa sivuilla liikkumisen helpoksi. Kahden haastateltavan mielestä asiakaspalvelun yhteystiedot voisivat olla paremmin löydettävissä. Yhden haastateltavan mielestä asiakaspalvelun yhteystiedot voisivat olla sivun yläreunassa, jotta ne näkyisivät heti, kun sivulle saapuu. Tällä hetkellä yhteystiedot ovat alhaalla ja sivua pitää selata hieman alaspäin, ennen kuin yhteystiedot näkyvät. Haastateltava D mainitsi, että sivujen rakenne on epäselvä ja halutun tiedon löytämiseksi pitää lukea koko sivun teksti.

*Aika yhtenä pötkönä tuolla nuo asiat, pitää lukea kaikki tosta etusivulta, että löytää oikeen asian. Jos ois jotain otsikoita tuolla mistä vois klikkiin ois helpompi. Sitten kun on noita linkkejäkin tossa seassa, niin menee vähän hankalaks. Löytää sen tiedon sieltä kyllä, jos jaksaa vaan lukea kaiken. (Haastateltava D)*

Kaksi haastateltava ei löytänyt sivuilta etsimäänsä tietoa. Haastateltava B oli etsinyt tietoa keskustan maksuvyöhykkeistä. Sivuilla on linkki Jyvä-Parkin sivuille, jossa tämä kyseinen tieto on, ja hän oli löytänyt tiedon sitä kautta. Haastateltava A kertoi etsineensä sivuilta hetken sähköistä oikaisuvaatimuslomaketta mutta luovuttaneensa nopeasti. Haastateltava A oli päättänyt tulla asioimaan suoraan asiakaspalvelupisteeseen. Asiakaspalvelupisteen yhteystiedot ja aukioloajat hän oli löytänyt helposti. Haastattelussa kävi ilmi, että sähköinen oikaisuvaatimus on joillekin asiakkaille tuntemattomampi termi ja sen vuoksi he eivät osaa hakea sitä. Yksi vastaaja ilmoitti etsineensä kyseistä lomaketta tuloksetta hakusanoilla ”parkkisakosta valittaminen”.

Vastaajien joukossa ei ollut ketään englannin tai ruotsin kielellä asiakaspalvelupisteessä asioinutta henkilöä. Vain yksi haastateltava pohti hetken mielipidettään ruotsinkielisten sivujen tarpeellisuudesta tullen lopulta siihen tulokseen, että englanninkielinen versio riittää. Muut haastateltavat olivat heti sitä mieltä että ruotsinkielisille sivuille ei ole tarvetta. Osa heistä perusteli vastauksensa sillä että Jyväskylä ei muutenkaan ole heidän mielestään kovin kaksikielinen, ja englannin kieltä ymmärtäviä on enemmän.

## Löydettävyys

Kaikki haastateltavat olivat löytäneet sivuille melko nopeasti ja vaivattomasti. Kaksi haastateltavaa oli päätenyt sivuille google-hakukoneen antamien hakutulosten perusteella.

*Elikkä menin sinne googleen ja kirjoitin siihen jkl niinku jyväskylä ja parkkisakko niin nää sivut tuli siihen heti ekaksi. Ihan siis helposti löyty oikeet sivut, mitä etsinki, ei ollu vaikeeta. (Haastateltava C)*

Kaksi haastateltavista kertoi löytäneensä sivuille Jyväskylän kaupungin internet-sivujen kautta, yksi käyttäen sivuilla olevaa hakupalvelua ja toinen navigoimalla vasemman reunan otsikoiden avulla.

#### Estetiikka

Sivujen ulkonäöstä pidettiin, ja yläosan kuva keräsi kehuja. Sivut tunnistettiin kaupungin sivuiksi ulkonäkönsä perusteella. Tähän vaikuttivat vasemmassa yläreunassa sijaitseva Jyväskylän kaupungin vaakunan kuva sekä teksti "JYVÄSKYLÄ". Sivut noudattivat yhtenäistä ilmettä muiden kaupungin sivujen kanssa. Kaikki vastaajat tunnistivat sivun yläosan kuvan sillan, ja he pitivät kuvaa oikein edustavana ja heidän mielestään se sopi kaupungin sivulle hyvin.

Pysäköinninvalvonnan sivuilla on vain vähän kuvia, ja ne ovat sivuilla enemmän tietosisältönsä takia kuin koristeena. Pääsivulla on kartta maksuvyöhykkeistä ja "Usein kysyttyä" -aläsivulla on kuvia tekstiin liittyvistä liikennemerkeistä. Sivun yläosan kuva on sama kuin muillakin kaupungin sivuilla. Yksi haastateltava oli sitä mieltä että sivuilla voisi olla enemmän kuvia, mutta muille olemassa olevat kuvat riittivät.

#### Sisältö

Kolme haastateltavaa oli hakenut sivuilta viimeksi asiakaspalvelun yhteystietoja ja yksi oli tullut sivuille etsimään tietoa maksuvyöhykkeistä. Vastaaja C muisteli aikaisemmin lähettäneensä sivun kautta sähköisen pysäköintivirhemaksun oikaisulomakkeen. Hän kertoi lomakkeen löytämisen olleen haastavaa, täyttämisen ja lähettämisen sen sijaan hän oli kokenut helpoksi. Hänen mielestään sivuilla voisi olla osio, josta löytyisi esimerkitapauksia yleisimmistä oikaisuvaatimuksista, jotta niihin voisi ver-

tailla omaa tapaustaan. Sivujen ”Usein kysyttyä” -osio sai haastateltavilta kiitosta. Kaksi haastateltavaa (B ja C) muisti lukeneensa mainittua osiota, ja he pitivät sitä hyvänä keinona välittää tietoa.

## 5 POHDINTA

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, minkälaiset Jyväskylän kaupungin pysäköinninvalvonnan internet-sivujen tulisi asiakkaiden mielestä olla ja mitä sisältöä sieltä tulisi löytyä. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys koostui hyvän verkkosivun edellytyksistä ja kunnan sivun erityispiirteistä. Tutkimus toteutettiin sekä kvantitatiivista että kvalitatiivista tutkimusotetta käyttäen.

Kvantitatiivinen tutkimus jäi todella suppeaksi vähäisen vastausmäärän vuoksi. Tuloksia voidaan pitää suuntaa antavina, mutta niitä ei voi tässä tutkimuksessa yleistää koko käyttäjäkuntaa kattavaksi. Kvalitatiivinen tutkimus taas osoittautui haasteelliseksi toteuttaa niin ikään vastaajien haluttomuuden vuoksi. Suurin osa haastatteluisista kieltäytyneistä ilmaisi, että heillä ei ole aikaa tai mielenkiintoa vastata kyselyyn. Ne, jotka vastasivat, painottivat, että haastattelun tulee sujua todella nopeasti. Kovin syvällistä haastattelua tällaisella asetelmalla on melko haastavaa toteuttaa.

Tutkimuksen tuloksena selvisi, että asiakkaat ovat jo nyt melko tyytyväisiä sivuihin. Eniten kehitettävää löytyi sivujen käytettävyydestä. Sivuilla on paljon sisältöä, mutta asiakkaat eivät aina löydä etsimäänsä. Sähköinen oikaisuvaatimus jäi useammalta vastaajalta löytymättä, ja ainakin yksi asiakas tuli sen vuoksi asioimaan asiakaspalvelupisteeseen. Tästä voidaan päätellä, että hyvin asiakkaita palvelevat sivut voisivat vähentää tarvetta asioida asiakaspalvelupisteessä. Pääsivun tekstipainotteisuus ja tekstilinkkien suuri määrä saavat sivut tuntumaan raskailta. Pääsivua voisi keventää ja haetun tiedon löytymistä helpottaa jakamalla pääsivun asioita omille sivuilleen, joille pääsisi vasemmalla sijaitsevan navigointipalkin kautta.

Vastaajat hakivat sivuilta pääasiassa asiakaspalvelun yhteystietoja. Haastatteluissa ilmeni, että haastateltavat eivät aina tiedneet, mitä tietoa sivuilta löytyy ja mitä lo-



makkeita sivujen kautta voi lähettää, joten he etsivät sivuilta vain asiakaspalvelun yhteystiedot ja tulivat asioimaan paikan päälle.

”Usein kysyttyä” -osiota voisi kehittää pidemmälle ja sinne voisi myös lisätä kysymyksiä vastauksineen, sillä vastaajat kokivat sen helpoksi tavaksi saada tietoa.

## LÄHTEET

Ahonen, T. 2013. Toimistoesimies. Jyväskylän kaupungin pysäköinninvalvonta. Haastattelu 6.2.2013.

Boag, P. 2010. Website owner's manual. Greenwich: Manning publications.

Juslén, J. 2011. Nettimarkkinoinnin karttakirja. Lahti: Tietosykli.

Jyväskylän kaupungin verkkosivujen statistiikka. 2013.

Jyväskylän kaupungin väestöarvio. 2013. Viitattu 10.11.2014.

<http://www.jyvaskyla.fi>, tietoa Jyväskylästä, väestötilastoja.

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

Kananen, J. 2008b. Kvantti. Kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. 2010. Opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. 2013. Digimarkkinointi ja sosiaalinen media liiketoiminnassa. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kauhanen-Simanainen, A. 2003. Informaatioarkkitehtuuri. Helsinki: CIM kustannus.

Kunnan viestintä. 2004. Helsinki: Suomen Kuntaliitto.

Kuntien verkkoviestintäohje. 2010. Helsinki: Suomen Kuntaliitto.

Liikennekäytössä olevat ajoneuvot 2014. Liikenteen turvallisuusvirasto Trafifin tilasto. Viitattu 20.11.2014. <http://www.trafi.fi>, tietopalvelut, tilastot, tieliikenne, ajoneuvokanta, ajoneuvokantatilastot ajoneuvolajeittain.

Pysäköinninvalvonta. Jyväskylä. 2014. Viitattu 16.10.2014. <http://jyvaskyla.fi>, kadut ja liikenne, pysäköinti.

Pysäköinninvalvonta. Kuopio. 2014. Viitattu 16.10.2014. <http://kuopio.fi>, kadut ja liikenne, pysäköinti.

Pysäköinti. Lahti. 2014. Viitattu 16.10.2014. <http://lahti.fi>, asuminen ja ympäristö.

Pysäköinti. Tampere. 2014. Viitattu 16.10.2014. <http://tampere.fi>, liikenne ja kadut.

Rope, T. & Vesanen, J. 2003. 100 keinoa hyödyntää internetiä. Helsinki: WSOY.

Sinkkonen, I. Nuutila, E. & Törmä, S. 2009. Helppokäyttöisen verkkopalvelun suunnittelu. Helsinki: Tietosanoma.

Suurimmat kunnat 2013. Tilastokeskuksen tilasto Suomi lukuina -sivustolla 31.12.2013. Viitattu 28.10.2014. <https://www.tilastokeskus.fi>, tuotteet ja palvelut, suomi lukuina, väestö.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. 6. uud.p. Helsinki: Tammi.

Wiio, A. 2004. Käyttäjätavallisen sovelluksen suunnittelu. Helsinki: Edita Prima.

## LIITTEET

### Liite 1. Internetissä täytettävä kyselylomake

1 Missä roolissa käytät sivuja?

1 virhemaksun saanut

2 muuten pysäköinnistä tietoa hakeva

3 kiinteistön edustaja

4 muu, mikä?

2 Kuinka usein käyt Jyväskylän kaupungin pysäköinninvalvonnan verkkosivuilla?

1 päivittäin

2 viikoittain

3 kuukausittain

4 satunnaisesti

5 ensimmäistä kertaa

3 Mitä kautta päädyit verkkosivuillemme?

1 vanhasta muistista

2 hakupalvelun kautta

3 toisella sivulla sijaitsevan linkin kautta

4 sattumalta

5 kuntatiedotteesta

6 lehtijutun perusteella

7 ystävän suosituksesta

4 Mitä tietoa tulit verkkosivuiltamme hakemaan?

1 maksulliset alueet

2 kännykällä maksaminen

3 pankkikortilla maksaminen

4 kiekkopysäköinti

5 moottoripyörän pysäköinti

6 mopon pysäköinti

7 asukaspysäköintiluvat

8 veteraaniluvat

9 vammaisen pysäköintiluvat

10 tietoa liikennemerkkeistä

11 asiakaspalvelun aukioloajat/yhteystiedot

12 valvonnan aloittamiseen kiinteistön alueella liittyviä asioita

13 valvonnan edellytykset kiinteistön alueella

14 sähköinen oikaisuvaatimus

15 muu, mikä?

5 Löysitkö hakemasi tiedon?

1 kyllä, helposti

2 kyllä, melko helposti

3 kyllä, hyvin hankalasti

4 en hakenut mitään erityistä

5 en löytänyt, mikä jäi löytymättä?

6 Anna arvosana verkkosivuillemme?

7 Kotipaikka

1 asun Jyväskylän kaupungissa

2 asun naapurikunnassa

3 asun muualla Keski-Suomessa

4 asun muualla Suomessa

5 asun ulkomailla

8 Sukupuoli

1 mies

2 nainen

9 Ikä

1 alle 15 v

2 15-18

3 19-25

4 26-35

5 36-45

6 46-55

7 56-65

8 yli 65

10 Mitä ajoneuvoa pääasiallisesti käytät?

1 henkilöauto/pakettiauto

2 mopoauto

3 mopo

4 moottoripyörä

5 matkailuauto/-vaunu

6 mönkijä

7 linja-auto

8 kuorma-auto

9 muu, mikä?

11 Olisiko englannin/ruotsinkielisille sivuille mielestäsi tarvetta?

1 kyllä

2 ei

12 Miten parantaisit Jyväskylän kaupungin pysäköinninvalvonnan verkkosivuja?

## Liite 2. Paperille tulostettu kyselylomake

### Kysymykset:

1 Oletko vierailut Jyväskylän kaupungin pysäköinninvalvonnan internetsivuilla?

1 kyllä

2 en

---

2 Missä roolissa viimeksi käytit sivuja?

1 virhemaksun saanut

2 muuten pysäköinnistä tietoa hakeva

3 kiinteistön edustaja

4 muu, mikä?

---

3 Mitä tietoa hait sivuilta?

1 maksulliset alueet

2 kännykällä maksaminen

3 pankkikortilla maksaminen

4 kiekkopysäköinti

5 moottoripyörän pysäköinti

6 mopon pysäköinti

7 asukaspysäköintiluvat

8 veteraaniluvat

9 vammaisen pysäköintiluvat

10 tietoa liikennemerkkeistä

11 asiakaspalvelun aukioloajat/yhteystiedot

12 valvonnan aloittamiseen kiinteistön alueella liittyviä asioita

13 valvonnan edellytykset kiinteistön alueella

14 sähköinen oikaisuvaatimus

15 muu, mikä?



---

4 Löysitkö hakemasi tiedon?

1 kyllä, helposti

2 kyllä, melko helposti

3 kyllä, hyvin hankalasti

4 en hakenut mitään erityistä

5 en löytänyt, mikä jäi löytymättä?

---

5 Olisiko englannin/ruotsinkielisille sivuille mielestäsi tarvetta?

1 kyllä

2 ei

6 Arvosana verkkosivuille?

1 4

2 5

3 6

4 7

5 8

6 9

7 10

7 Miten parantaisit Jyväskylän kaupungin pysäköinninvalvonnan verkkosivuja?

---

---

---

---

Taustatiedot:

8 kotipaikka

1 asun Jyväskylän kaupungissa

2 asun muualla Suomessa

3 asun naapurikunnassa

4 asun muualla samassa maakunnassa

5 asun ulkomailla

9 sukupuoli

1 mies

2 nainen

10 ikä

1 alle 15 vuotta

2 15 – 18

3 19 – 25

4 26 – 35

5 36 – 45

6 46 – 55

7 56 - 65

8 yli 65

11 mitä ajoneuvoa pääasiallisesti käytät?

1 henkilöauto/pakettiauto

2 mopoauto

3 mopo

4 moottoripyörä

5 asuntoauto/-vaunu

6 mönkijä

7 linja-auto

8 muu, mikä?

---

**Kiitos vastauksistasi!**

### Liite 3. Isännöitsijöille sähköpostin liitteenä lähetetty kyselylomake

Täytä lomake rastittamalla ruutu valitsemasi vastausvaihtoehdon edessä. Tekstikenttiin voit kirjoittaa vastauksen.

1 Oletko vierailut Jyväskylän kaupungin pysäköinninvalvonnan internetsivuilla?

kyllä  en

2 Mitä tietoa olet hakenut sivuilta?

maksulliset alueet

asukaspysäköintiluvat

kännykällä maksaminen

veteraaniluvat

pankkikortilla maksaminen

vammaisen pysäköintiluvat

kiekkopysäköinti

tietoa liikennemerkeistä

moottoripyörän pysäköinti

asiakaspalvelun aukioloajat/yhteystiedot

mopon pysäköinti

sähköinen oikaisuvaatimus

valvonnan aloittamiseen kiinteistön alueella liittyviä asioita

valvonnan edellytykset kiinteistön alueella

muu, mikä?

3 Löysitkö hakemasi tiedon?

kyllä, helposti

en hakenut mitään erityistä

kyllä, melko helposti

en löytänyt, mikä jäi löytymättä?

kyllä, hyvin hankalasti

4 Olisiko englannin/ruotsinkielisille sivuille mielestäsi tarvetta?

kyllä

ei

5 Arvosana verkkosivuille?

4

8

5

9

6

10

7

6 Miten parantaisit Jyväskylän kaupungin pysäköinninvalvonnan verkkosivuja?

7 Mikä on isännöitsemäsi/hallinnoimasi kiinteistön kotipaikka?

Jyväskylän kaupunki

Jyväskylän naapurikunta

muu paikkakunta Suomessa  muualla samassa maakunnassa

**Kiitos vastauksistanne ja mukavaa syksyä!**

## **Liite 4. Asiakaspalvelussa asioineiden teemahaastattelun runko**

### Taustatiedot

- Asuinpaikkakunta?
- Pääasiallisesti käyttämäsi ajoneuvo?

### Sivujen käytettävyys

- Oliko sivuilla liikkuminen helppoa?
- Löysitkö hakemasi tiedon?

### Löydettävyys

- Mitä kautta päädyit sivuille?

### Estetiikka

- Mielipiteesi sivujen ulkonäöstä?

### Sisältö

- Mitä tietoa hait sivuilta?
- Oletko käyttänyt sivujen kautta lähetettäviä lomakkeita?
- Parannusehdotuksia?