



**LAUREA**  
AMMATTIKORKEAKOULU

*Uuden edellä*

# Asiakastyytyväisyys

## Case: Autokoulu MyWay

Mieho, Annika

2015 Kerava

Laurea-ammattikorkeakoulu  
Laurea Kerava

Asiakastyytyväisyys  
Case: Autokoulu MyWay

Annika Miehö  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Opinnäytetyö  
Syyskuu, 2015

Annika Mieho

**Asiakastyytyväisyys**  
**Case: Autokoulu MyWay**

Vuosi 2015 Sivumäärä 40

---

Tämän opinnäytetyön aiheena on asiakastyytyväisyystutkimus Autokoulu MyWayssa. Autokoulu MyWay on opinnäytetyön toimeksiantaja. Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää mahdollisimman laajasti ja luotettavasti Autokoulu MyWayn kaikissa toimipisteissä olevien oppilaiden tyytyväisyys MyWayn palveluja kohtaan. Tarkoituksena oli löytää mahdollisia epäkohtia ja miettiä niihin ratkaisuja.

Asiakastyytyväisyystutkimus oli luonteeltaan kvantitatiivinen. Tutkimus suoritettiin ajalla 1.4.-6.6.2014 kaikissa Autokoulu MyWayn kolmessa toimipisteessä samanaikaisesti. Otokseen pääsivät ne oppilaat, jotka olivat suorittaneet jonkin korttiluokan MyWayssa tänä aikana. Kyselyä tehtiin niin kauan, että vastauslomakkeita oli yhteensä 100 kappaletta. Ne jakautuivat kolmelle toimipisteelle seuraavasti, 32, 33 ja 35 kpl.

Teoriaosuudessa käsitellään palvelua, mm. sen piirteitä ja laatua, sekä asiakastyytyväisyyttä ja siihen liittyen mm. sen selvittämiseen vaikuttavia seikkoja. Nämä osa-alueet muodostavat opinnäytetyön teoriaosuuden.

Teoriaosuuden jälkeen käsitellään yleisesti tutkimusta ja sen suorittamista, sekä kysymysten laadintaan liittyviä asioita. Sen jälkeen käsitellään tutkimuksesta saadut vastaukset.

Lopussa on kehitysehdotuksia, joista yksi on opettajien opetustapojen vertailu ja sitä kautta niiden yhtenäistäminen.

Tutkimuksesta kävi ilmi, että Autokoulu MyWayn asiakkaat ovat todella tyytyväisiä saamaansa opetukseen ja palveluun.

Asiasanat: asiakastyytyväisyys, tutkimus, autokoulu, kvantitatiivinen

Annika Mieho

**Customer Satisfaction  
Case: Autokoulu MyWay**

Year	2015	Pages	40
------	------	-------	----

---

The subject of this thesis is a customer satisfaction survey at Autokoulu MyWay (Driving school MyWay), which has commissioned this research. The aim of this thesis was to determine customer satisfaction concerning all of MyWay's services. The survey was made in all of MyWay's offices. The aim was also to find potential defects and to try and find solutions for them.

The study was done by using quantitative method. The survey conducted between Apr. 1<sup>st</sup> 2014 and June 6<sup>th</sup> 2014. All the participants were students of Autokoulu MyWay who had graduated between this period. The survey was continued until the proper amount of answers, which was 100 pieces, was collected. The answers were divided between the offices with amounts 32, 33 and 35.

In the theory part are examined service, its characteristics and quality, customer satisfaction and the matters that it is affected on. These parts cover the theoretical background of the thesis.

After the theoretical part the thesis presents the survey part and its execution and the part of composing survey questions. After this, the answers of the survey are presented by charts and figures and they are explained in text form as well.

In the end it is possible to find some development proposals, from which one considers the teachers comparing their teaching methods and making them more unite in the whole school.

After the survey results were composed, it was possible to find out that the students of Autokoulu MyWay were really satisfied with the service that they had been experienced during their learning to drive.

Key words    customer satisfaction, survey, driving school, quantitative

## Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Yritys .....	6
3	Palvelu .....	7
3.1	Yhteisiä piirteitä .....	8
3.2	Ryhmittely.....	8
3.3	Kulutus .....	9
3.4	Palvelun laatu.....	10
4	Asiakastyytyväisyys .....	10
4.1	Asiakastyytyväisyyden selvittäminen .....	11
4.2	Asiakastyytyväisyystutkimus .....	11
5	Tutkimus.....	12
5.1	Tutkimusmenetelmät.....	12
5.2	Kysymysten laadinta .....	13
6	Tulokset ja analysointi .....	13
6.1	Taustatiedot .....	14
6.2	Tutkimustulokset .....	14
6.2.1	Ikäryhmien ja sukupuolten jakautuminen .....	14
6.2.2	Korttiluokka .....	17
6.2.3	Teoriatunnit.....	18
6.2.4	Opettajat .....	22
6.2.5	Tyytyväisyys opettajiin.....	23
6.2.6	Toimisto ja asiakaspalvelu.....	27
6.2.7	Suosittelavuus.....	31
6.3	Vapaan palautteen vastaukset.....	32
7	Kehitysehdotukset .....	33

## 1 Johdanto

Opinnäytetyön aiheena oli tehdä asiakastyytyväisyystutkimus Autokoulu MyWaylle, jolla on kolme toimipistettä eri puolilla Vantaata. Tutkimuksta tehdessä olin itse vakituisessa työsuhteessa kyseisessä autokoulussa sihteerinä Myyrmäen toimipisteessä. Toimeksiantaja koki todella hyödylliseksi tällaisen tutkimuksen teettämisen kaikissa toimipisteissä. Tutkimuksen ja sen tulosten perusteella Autokoulu MyWay voi parantaa omaa toimintaansa entisestään, sillä kilpailu kyseisellä alalla on tällä hetkellä todella kovaa. Asiakastyytyväisyystutkimus suoritettiin ajalla 1.4.-6.6.2014.

Tämän opinnäytetyön rakenne on jaoteltu siten, että aluksi käsitellään asiakastyytyväisyyteen liittyviä teoriakäsitteitä. Tarkoituksena on saada mahdollisimman hyvä teoreettinen pohja asiakastyytyväisyydelle ja palvelulle.

Teoriaosuuden jälkeen on vuorossa tutkimusosio, jossa keskitytään tutkimuksen teettämisen syihin, käytettyyn tutkimusmenetelmään ja kysymysten laadintaan. Tutkimus-osuuden jälkeen on vuorossa saatujen tulosten analysointi. Tulokset esitetään kaavioin ja niiden sisältö puretaan tekstinä. Lopussa on myös pohdintaa, kehitysehdotuksia ja yhteenveto.

Työn tavoitteena oli saada mahdollisimman laaja ja kattava kuva Autokoulu MyWayn asiakastyytyväisyydestä mittaamalla sitä eri osa-alueilla. Näitä osa-alueita olivat teorialunnit, ajo-tunnit, toimistoissa saatu palvelu, toimistojen yleisilme ja toimiston ilmapiiri. Lopussa kysyttiin, suositteisiko vastaaja kyseistä autokoulua muille ja annettiin mahdollisuus antaa palautetta omin sanoin.

## 2 Yritys

Autokoulu MyWay on vuonna 1994 perustetun Autokoulu Martsarin Liikenneopiston aputoiminnimi, joka otettiin käyttöön vuonna 2012. Yhteensä kokemusta alalta löytyy siis jo 20 vuoden verran. MyWay toimii Vantaalla, jossa sillä on kolme toimipistettä jotka ovat Myyrmäessä, Martinlaaksossa ja Tikkurilassa.

Autokoulu MyWay opettaa korttiluokkia AM120, A1, A2, A, B, BE, C1, C1E ja C. Lyhyesti kerrottuna kirjaimet ja kirjainyhdistelmät tarkoittavat seuraavaa:

- AM120 on mopokortti, jonka saa suorittaa aikaisintaan 15-vuotiaana.
- A1 on kevytmoottoripyöräkortti, jonka saa suorittaa aikaisintaan 16-vuotiaana.
- A2 on kevytmoottoripyöräkortti tehokkaammalle moottoripyörälle kuin A1-luokassa, jonka saa suorittaa aikaisintaan 18-vuotiaana.

- A on moottoripyöräkortti, jossa ei ole tehorajoitteita, kortin saa suorittaa 20-vuotiaana, jos A2-kortti ollut vähintään kaksi vuotta, muuten ikäraja kortin suorittamiselle on 24 vuotta.
- B on henkilöautokortti, jonka saa suorittaa aikaisintaan 18-vuotiaana.
- BE on yhdistelmäkortti, joka oikeuttaa kuljettamaan henkilöautoyhdistelmää, jonka kokonaismassa ei ylitä 3500 kg:a, kortin saa suorittaa B-kortin haltija.
- C1 on kevytkuorma-autokortti, jonka saa suorittaa aikaisintaan 18-vuotiaana
- C1E on yhdistelmäkortti, joka oikeuttaa kuljettaaman kevytkuorma-autoyhdistelmää, jonka kokonaismassa ei ylitä 12 000 kg:a, kortin saa suorittaa aikaisintaan 18-vuotiaana.
- C on kuorma-autokortti, jonka saa suorittaa aikaisintaan 21-vuotiaana (poikkeustapauksissa 18-vuotiaana).

Autokoulu MyWayn toimipisteistä Myyrmäessä ja Tikkurilassa opetetaan näitä kaikkia korttiluokkia, mutta Martinlaaksossa opetetaan vain B-luokkaa. Lisäksi kaikissa toimipisteissä opetetaan B-korttiluokkaan kuuluvia muita vaiheita, eli harjoitusvaihetta ja syventävää vaihetta. B-ajokortin perusvaiheeseen kuuluvaa pimeän opetusta on mahdollista saada Myyrmäessä ja Tikkurilassa tähän tarkoitettulla ajosimulaattorilla.

Jokaisessa toimipisteessä työskentelee sihteerit ja eri määrä ajo-opettajia. Yhteensä Autokoulu MyWayssa työskentelee 11 henkilöä.

### 3 Palvelu

Palvelu voi merkitä montaa asiaa. Se voi olla henkilökohtaista palvelua tai se voi olla tuotteen tarjoamista palveluna tai jotain siltä väliltä. Palvelu on aineeton hyödyke, mutta fyysisestä tuotteesta voi tehdä palvelun, jos se räätälöidään asiakkaan tarpeen mukaiseksi ja toimitetaan asiakkaalle. Helposti ymmärrettävä palvelu on hiusten leikkaus, kun taas esimerkiksi reklamointi on myös palvelu, mutta se ei ole yhtä helposti ymmärrettävissä, sillä siihen liittyy yleensä negatiivisuutta ja ongelmia. (Grönroos 2009, 76-77.)

Palvelulle on pyritty jo pitkään löytämään sopivaa määritelmää. Christian Grönroos (2009, 77) määrittelee palvelun seuraavanlaisesti: ”Vaikka palveluja voi ostaa ja myydä, niitä ei voi kokea konkreettisesti.” Palveluun sisältyy yleensä myös vuorovaikutus. Aina ei kuitenkaan ole niin, että asiakas on suoranaisesti vuorovaikutuksessa palvelunarjoajaan tai palveluyritykseen. Esimerkkinä voidaan pitää autokorjaamaa. Kun korjaaja työskentelee auton kanssa, asiakas ei ole vuorovaikutuksessa koska ei ole läsnä. Vuorovaikutustilanne syntyy silloin, kun asiakas jättää autonsa korjattavaksi ja noutaa sen. Nämä vuorovaikutustilanteet ovat elintärkeitä palve-

luuryitykselle, sillä ne pääsääntöisesti ratkaisevat, tuleeko asiakas uudelleen asioimaan samaan autokorjaamoon vai ei.

### 3.1 Yhteisiä piirteitä

Vaikka palveluja on monia erilaisia, on kaikilla yksi yhteinen tekijä, asiakkaan osallistuminen prosessiin, oli kyseessä sitten palveluprosessi, jossa asiakas on suoraan vuorovaikutuksessa tarjoajaan, tai kun asiakas käyttää palveluja yksinään, kuten esimerkiksi verkkopankin käyttö. Kaikissa näissä asiakas vaikuttaa palveluprosessin etenemiseen ja lopputulokseen. Palveluille voidaan määrittää kolme peruspiirrettä.

- Palvelu on toiminnoista koostuva prosessi.
- Palvelun tuottaminen ja kulutus tapahtuu jossain määrin samanaikaisesti.
- Tuotantoprosessissa asiakas on jollain tavalla mukana kanssatuottajana. (Grönroos 2009, 79.)

Kaikkein tärkein piirre palvelulle on sen prosessin luonne. Palvelun prosessiin käytetään erilaisia resursseja, niin ihmisiä kuin fyysisiä resursseja, järjestelmiä ja tietoa suorassa vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa, jotta löydetään ratkaisu asiakkaan tarpeisiin. Palvelun luonteen vuoksi sen laadunvalvontaa ja markkinointia on vaikea toteuttaa kuten yleisesti on totuttu. Syy tähän on se, että laatua ei voida valvoa, koska sitä ei ole ja se muodostuu vasta kun palvelu on myyty ja kulutettu. On syytä ymmärtää, että asiakkaan huomio palveluprosessissa kiinnittyy ainoastaan sen näkyvään osaan. (Grönroos 2009, 79-80.)

### 3.2 Ryhmittely

Palveluja on ajan saatossa jaettu moniin eri luokkiin. Grönroos (2009, 84) jakaa ne kahteen luokkaan: inhimillisyyttä ja tekniikkaa korostaviin ja ajoittain ja jatkuvasti tarjottaviin palveluihin. Palvelut, jotka korostavat inhimillisyyttä, ovat riippuvaisia sen prosessiin osallistuvista ihmisistä, kun taas tekniikkaa korostavat palvelut nojaavat järjestelmiin, tietotekniikkaan ja muihin fyysisiin resursseihin. Nämä kaksi eivät kuitenkaan ole toisiaan poissulkevia, sillä inhimillisyyttä korostavan palvelun prosessiin saattaa sisältyä fyysisiä resursseja, jotka yhdistetään palveluprosessiin asiakaslähtöisesti ja jotka olisivat enemmän ominaisia tekniikkaa korostaville palveluprosesseille.

Palvelut voidaan siis myös ryhmitellä asiakassuhteen luonteen mukaan joko ajoittain tarjottaviin tai jatkuvasti tarjottaviin palveluihin. Jatkuvasti tarjottavalle palvelulle luonteenomaisena on asiakkaan ja palveluntarjoajan välillä oleva jatkuva vuorovaikutus. Tällaisia ovat esimerkiksi tavarantoimitus ja pankkitoiminta. Näissä palvelumuodoissa on jatkuvasti mahdollisuus kehittää asiakkaan ja palveluntarjoajan jo olemassa olevia suhteita. Ajoittain tarjotta-

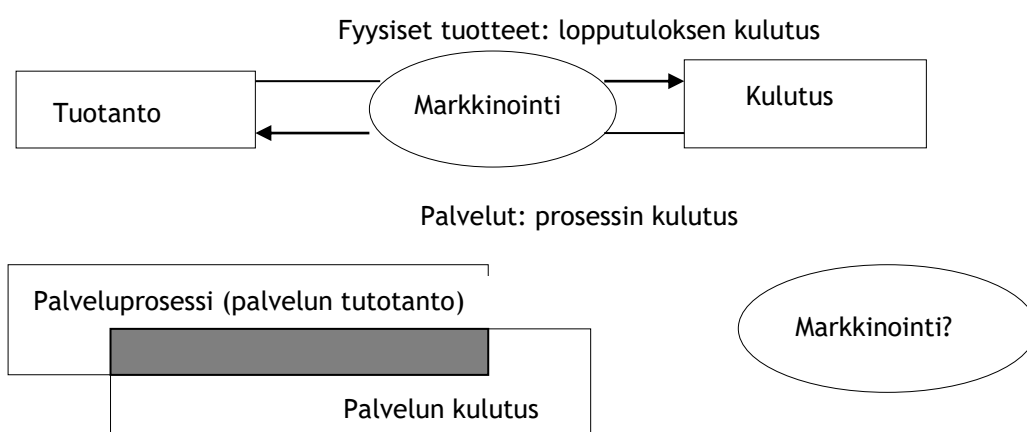
viin palveluihin kuuluvat esimerkiksi kampaamopalvelut ja matkailupalvelut. Näiden kohdalla pitkäaikaisen ja arvokkaan asiakassuhteen solmiminen on huomattavasti vaikeampaa. (Grönroos 2009, 85.)

### 3.3 Kulutus

Palvelun kulutuksesta puhuttaessa on vaikea määrittää, milloin kulutus alkaa ja loppuu. Jos kulutusprosessia ajatellaan laajasti, voidaan esimerkkinä käyttää lomamatkaa. Kulutus voidaan katsoa alkaneeksi siitä, kun asiakas harkitsee matkan tekoa tai näkee matkanjärjestäjän mainoksen. Kulutuksen voidaan siis sanoa alkaneen ennen vuorovaikutusta. Kulutuksen päätymiselle on myös häilyvä raja. Kulutus ei välttämättä pääty silloin, kun asiakas palaa lomalta, vaan se voidaan katsoa päättyneeksi, kun lomamatka ei enää tule esille keskusteluissa tai ajatuksissa. (Grönroos 2009, 86.)

On tärkeää tiedostaa, että palvelun kuluttaminen tarkoittaa enemminkin koko prosessin kuluttamista, eikä vain lopputuloksen kuluttamista. Palveluprosessi on kuluttajalle osa palvelun kulutusta kun taas fyysisen tuotteen kohdalla kuluttajaa kiinnostaa vain prosessin lopputulos. Palveluprosessin kulutus on tärkeä osa palvelukokemusta, sillä asiakkaan osallistuessa prosessiin, hän vaikuttaa itse lopputulokseen.

Kuva 1 edustaa kulutuksen luonnetta fyysisen tuotteen ja palvelun kannalta. Tärkein havainto on se, että palvelun kohdalla prosessi ja kulutus eivät ole toisistaan erillään, kun taas fyysisen tuotteen kohdalla tuotannon ja kulutuksen välissä on kuilu, joka täytyy markkinoinnin avulla kuroa umpeen. (Grönroos 2009, 87.)



Kuva 1. Fyysisten tuotteiden ja palvelujen kulutus sekä markkinoinnin rooli. (Grönroos 2009, 87.)

### 3.4 Palvelun laatu

Koska palvelut koostuvat prosesseista, on vaikea kuvailla täsmälleen mistä palvelun laatu muodostuu, koska prosessia ja kulutusta ei voida täysin erottaa toisistaan. Fyysisen tuotteen kohdalla taas on helppo puhua laadusta ja sen parantamisesta, koska tuote on prosessin lopputulos, jota asiakas kuluttaa. (Grönroos 2009, 98.)

Alun perin palvelun laadun malli kehitettiin johtajille ja tutkijoille työkaluksi auttamaan heitä ymmärtämään, mistä laatu asiakkaan mielestä koostuu. Palvelua ei ole, ennen kuin se kulutetaan ja palveluntuotantoprosessi alkaa vasta siitä, kun asiakas pyytää palvelua. Tämän jälkeen asiakkaalle jää lopputulos. Palvelun laatu syntyy tuotannon ja kulutuksen aikana. Kun tiedetään millaiseksi asiakkaat kokevat palvelun ominaisuudet, on helppoa selvittää esimerkiksi asiakastyytyväisyyskyselyillä, miten tyytyväisiä asiakkaat ovat tarjottuun palveluun. (Grönroos 2009, 99.)

Jotta tiedetään, miten asiakkaat kokevat palvelun laadun, tarvitaan siihen jonkinlainen malli. Palvelun tarjoajan ymmärrettyä, miten käyttäjät palveluja arvioivat, syntyy mahdollisuus määrittää näiden arvioiden muodostuminen ja kuinka niihin on mahdollista vaikuttaa. Täytyy myös selvittää asiakkaille tarjottavan palvelun ja hyötyjen suhde, eli palveluajatus. (Grönroos 1998, 60.)

Yksi palvelun osista on asiakkaan palveleminen. Menestyvä yritys omaa henkilökunnan, jonka ikähaarukka on suuri. Vanhemmat työntekijät tietävät paljon ja heillä on kokemusta kun taas nuorilla työntekijöillä on uusia ideoita ja voivat mahdollisesti muuttaa yrityksen vanhoja toimintatapoja. Vaarana voi kuitenkin olla se, että vanhemmat työntekijät omaavat ”aiemminkin on tehty näin”-periaatteen, josta on hankala päästä eroon. (Suonperä 2004, 126.)

## 4 Asiakastyytyväisyys

Ilman tyytyväisiä asiakkaita yritys ei menesty. Yritys voi jatkaa toimintaansa, jos sen asiakkaat ovat valmiita maksamaan tuotteista tai palveluista riittävän hinnan. Asiakastyytyväisyys tulee selvittää monipuolisesti, ei riitä että selvitetään vain tyytyväisyys tuotteen ominaisuuksiin, vaan tulee selvittää myös asiakkaiden mielipide ja näkemys yrityksen muista toiminnoista, kuten asiakaspalvelusta, myynnistä, laskutuksesta ja henkilökunnan ammattitaidoista. Suuri osa tästä tiedosta saadaan tavallisesta asiakaspalautteesta. Täytyy kuitenkin pystyä keräämään ja analysoimaan saatu palaute, jotta sitä voitaisiin hyödyntää. Palautteen lisäksi on hyvä suorittaa erillisiä tyytyväisyystutkimuksia. (Lecklin 2006, 105-106.)

Asiakkaiden arvon ymmärtäminen on hyödyksi, kun määritetään asiakastytyväisyyttä. Asiakastytyväisyyskyselyissä on tärkeä kysyä muustakin kuin pelkästään tuotteen ominaisuuksien laadusta, sillä siten voidaan selvittää asiakkaan kokemuksia, tunteita, aikomuksia ja halukkuutta ostaa tuotetta tai palvelua uudestaan tai suositella sitä muille. Jotta saavutettaisiin kilpailuetua pidemmälle ajalle, tulisi asiakkaan arvot liittää mukaan asiakastytyväisyystutkimuksen suunnitteluun ja toteutukseen. (Lecklin 2006, 106-107.)

Andy Taylor kertoo artikkelissaan asiakastytyväisyyden kehittämisessä suuressa yrityksessä. Huomattuaan, että vaikka yrityksen liikevaihto kasvoi räjähdysmäisesti, ei asiakkaat silti olleet tyytyväisiä. Tästä johtuen tuli selvittää miten asiakastytyväisyyttä saataisiin paremmaksi. Vaikka yritys toimi Yhdysvalloissa maanlaajuisesti, se teetti kyselyitä ja pyysi asiakkaitaan vastaamaan niihin. Prosessi vei paljon aikaa, mutta siitä oli myös todella paljon hyötyä. Taylor toteaa, että vaikka asiakas on todella tyytyväinen saamaansa palveluun, ei se silti tarkoita täydellisyyttä. Yritys keskittyi parantamaan toimintaansa niiden asiakkaiden palautteen perusteella, jotka vastasivat olleensa todella tyytyväisiä saamaansa palveluun. Nämä asiakkaat olivat kolme kertaa todennäköisemmin asiakkaita tulevaisuudessa kuin esimerkiksi jokseenkin tyytyväiset asiakkaat. (Taylor 2002.)

#### 4.1 Asiakastytyväisyyden selvittäminen

Perusajatuksena asiakastytyväisyydessä on se, että se on yksi keskeisimmistä mittareista, kun analysoidaan ja selvitetään yrityksen menestymismahdollisuuksia. Oli yrityksen tulos miten hyvä tahansa, ei se tarkoita sitä että yritys menestyy pitkällä tähtäimellä, jos asiakastytyväisyys ei ole hyvällä tasolla. (Rope & Pöllänen 1994, 58.)

Asiakastytyväisyys on yksioöllinen näkemys, ja kaikilla asiakkailla on omat odotuksensa yritysten toiminnasta. Ne ovat syntyneet erilaisista vaikutteista, kuten markkinointiviestinnän tai tuttavien kertoman perusteella. Asiakkaiden kokemukset ovat eriäviä toistensa kanssa erilaisen odotusten lisäksi. Yrityksen sisällä johtajien ja myyntihenkilöstön näkemykset asiakastytyväisyydestä voivat erota toisistaan, kuten myös näiden kahden ja asiakkaan näkemys asiakastytyväisyydestä. Toisin sanoen, jos asiakastytyväisyyttä ei selvitetä, ei siitä voi olla täyttä tietoa yrityksissä. (Rope & Pöllänen 1994, 58-59.)

#### 4.2 Asiakastytyväisyystutkimus

Asiakastytyväisyystutkimuksella tarkoitetaan markkinointitutkimusta, joka kohdistuu yrityksen asiakaskontaktipinnan toimivuuteen. Markkinointitutkimuksen tarkoituksena on yksinkertaisesti selvittää asiakkaan tyytyväisyyttä yrityksen toimintaa tai palveluja kohtaan. Asiakas-

tyytyväisyystutkimuksessa esiintyviä yleisiä kriteerejä, joilla voidaan todeta tutkimuksen toimivuus.

Näitä kriteerejä ovat esim. validiteetti, jolla katsotaan, että tutkimus mittaa juuri niitä asioita, joita tutkimuksessa on haluttakin mitata. Valliditeettiin vaikuttavia asioita ovat mm. tutkimuskysymysten muotoilu, vaihtoehdot vastauksissa ja kysymysten sijoittelu lomakkeessa. (Rope & Pöllänen 1994, 83.)

Realiabiliteetillä taas tarkoitetaan sitä, kuinka pysyviä ja luotettavia saadut tutkimustulokset ovat. Todellisuudessa tämä tarkoittaa sitä, että saadun tutkimuksen vastaukset ovat yhteneviä aikaisemmin toteutettujen tutkimusten kanssa, olettaen kuitenkin, että asiakastytyväisyydessä ei ole tapahtunut muutosta. Asiat, jotka heikentävät realibilitettä, ovat esim. liian pieni otoskoko, kysymysten huono muotoilu tai suuri vastaamattomien määrä. (Rope & Pöllänen 1994, 83.)

## 5 Tutkimus

Tarve tämänlaisen asiakastytyväisyystutkimuksen tekoon syntyi Autokoulu MyWayn työntekijän näkökulman perusteella. Työskentelin itse Autokoulu MyWayssa ajalla toukokuu 2013- kesäkuu 2014 ja tänä aikana huomasin organisaation sisällä olevan joitain epäkohtia. Näihin asioihin pyrin löytämään syitä asiakastytyväisyystutkimuksella ja sitä kautta ehdottaa ratkaisuja ja mahdollisia toimintatapojen muutoksia, jotta nämä epäkohdat saataisiin poistettua organisaation toiminnasta.

Tutkimuksen perusjoukko oli kaikki Autokoulu MyWayn oppilaat, jotka suorittivat kokonaisen autokoulukurssin. Oppilaat, jotka tulivat MyWayhyn vain ajokoetta, harjoitusvaihetta tai syventävää vaihetta varten, eivät vastanneet kyselyyn. Tämä rajaus tehtiin sen takia, että kyselyssä oli kysymyksiä teorianunneista ja opettajista, eikä näiden em. oppilaiden koettu pystyvän vastaamaan kaikkiin kyselylomakkeen kysymyksiin.

### 5.1 Tutkimusmenetelmät

Tutkimusmenetelmänä tässä asiakastytyväisyyskyselyssä käytettiin kvantitatiivista eli toisin sanoen määrällistä tutkimusta. Menetelmän avulla voidaan helposti selvittää eri asioiden välisiä riippuvuuksia, lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä tai tutkittavassa ilmiössä tapahtuvia muutoksia. Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä kuitenkin vaatii tarpeeksi suurta otosta. Aineisto kerätään yleensä vastauslomakkeella, jossa on valmiit vastausvaihtoehdot. (Heikkilä 2005, 16.)

Aineiston tulosten analysointi esitetään yleensä taulukoilla ja kuvioilla. Aina ei kuitenkaan saada selvitettyä asioiden syitä, vaikka tilanne saataisiinkin kartoitettua. On sanottu, että kvantitatiivisessa tutkimuksessa tutkija ei pääse riittävän syvälle tutkittavien maailmaan. (Heikkilä 2005, 16.)

Kvantitatiivisessa tutkimusmenetelmässä tietoa voidaan kerätä usealla eri tavalla. Niitä voidaan kerätä tilastoista, rekistereistä ja tietokannoista tai ne voidaan kerätä itse. Kun tietoa päätetään kerätä itse, on päätettävä, millä menetelmällä tietoa kerätään ja mikä on kohde-ryhmä. Näihin kysymyksiin pystytään vastaamaan tutkimusongelman avulla. (Heikkilä 2005, 18.)

## 5.2 Kysymysten laadinta

Kuten jo aiemmin totesin, tarve asiakastyytyväisyystutkimuksen tekoon syntyi työntekijän eli oman näkökulman perusteella. Autokoulu MyWayssa oli havaittavissa oppilasmäärien vaihtelua toimipisteittäin ja toimipisteissä työskentelevien opettajien välillä. Myös jotkin yksittäiset asiat antoivat syyn tehdä asiakastyytyväisyystutkimuksen. Aineisto kerättiin anonyymisti, jotta vastaukset olisivat mahdollisimman rehellisiä.

Kysymykset laadittiin siten, että niihin vastaaminen ei veisi liikaa aikaa, mutta kuitenkin niistä saataisiin mahdollisimman kattavat vastaukset. Tämän vuoksi päädyttiin monivalintakysymyksiin tai kyllä/ei-kysymyksiin. Lomakkeen loppuun laitettiin vapaan palautteen kohta, johon vasaajat saivat oman tahtonsa mukaan vastata. Kysymykset voidaan jakaa viiteen kategoriaan: taustatiedot, opetus, toimisto ja asiakaspalvelu, suositeltavuus ja vapaa palaute. Vastauslomakkeen ollessa anonyymi taustatiedot pitivät sisällään iän, sukupuolen ja suoritettua korttiluokan. Opetus-kohdassa kysyttiin teoriatunneista yleisesti ja kyselyyn vastanneen oppilaan opettajasta ja tämän opetustyylistä. Toimisto ja asiakaspalvelu -kohdassa kysyttiin tervehtimisestä, palvelusta ja toimiston yleisilmeestä sekä ilmapiiristä. Lopuksi kysyttiin suositelisiko vastaaja autokoulua muille ja annettiin mahdollisuus vapaan palautteen antamiseen.

## 6 Tulokset ja analysointi

Autokoulu MyWay on Vantaalla toimiva autokoulu, jolla on toimipisteet Tikkurilassa, Myyrmäessä ja Martinlaaksossa. Kysely teetettiin jokaisessa toimipisteessä. Autokoulu MyWayn opetus-tarjonta kattaa korttiluokat AM120, A1/A2/A, B, BE ja C1/C.

Tutkimuksessa selvitettiin oppilaiden tyytyväisyyttä Autokoulu MyWayta kohtaan. Kyselymenetelmänä käytettiin monivalintakysymyslomaketta ja tutkimusmenetelmänä kvantitatiivista

menetelmää. Kyselylomakkeessa pyrittiin saamaan mahdollisimman laaja käsitys asiakastytyväisyydestä. Lomakkeesta tehtiin mahdollisimman lyhyt, jotta vastausmielenkiinto säilyisi ja saataisiin luotettavia ja todenmukaisia vastauksia.

## 6.1 Taustatiedot

Asiakastytyväisyystutkimus suoritettiin Autokoulu MyWayssa ajalla 1.4.-6.6.2014. Kyselylomakkeen täyttivät oppilaat, jotka olivat korttiluokkansa suorittamisen loppuvaiheessa. Vastauksia kerättiin yhteensä 100 kappaletta, jotka jakautuivat toimipisteiden välille seuraavalla tavalla: Myyrmäki 35 kpl, Martinlaakso 33 kpl ja Tikkurila 32 kpl. Tulokset on purettu ja analysoitu erilaisin kuvioin selkeyttämisen vuoksi.

Asiakastytyväisyyskyselyn tuloksista pyrittiin saamaan mahdollisimman laaja käsitys oppilaiden tyytyväisyydestä Autokoulu MyWayn palveluja kohtaan. Tämän takia kysymyksissä keskityttiin teorianunteihin, opettajiin ja heidän ominaisuuksiinsa sekä toimiston yleisilmeeseen ja asiakaspalveluun. Lopuksi myös kysyttiin, suositteisiko oppilas autokolua muille ja annettiin mahdollisuus vapaaseen palautteeseen. Yhteensä kysymyksiä lomakkeessa oli 12 kappaletta.

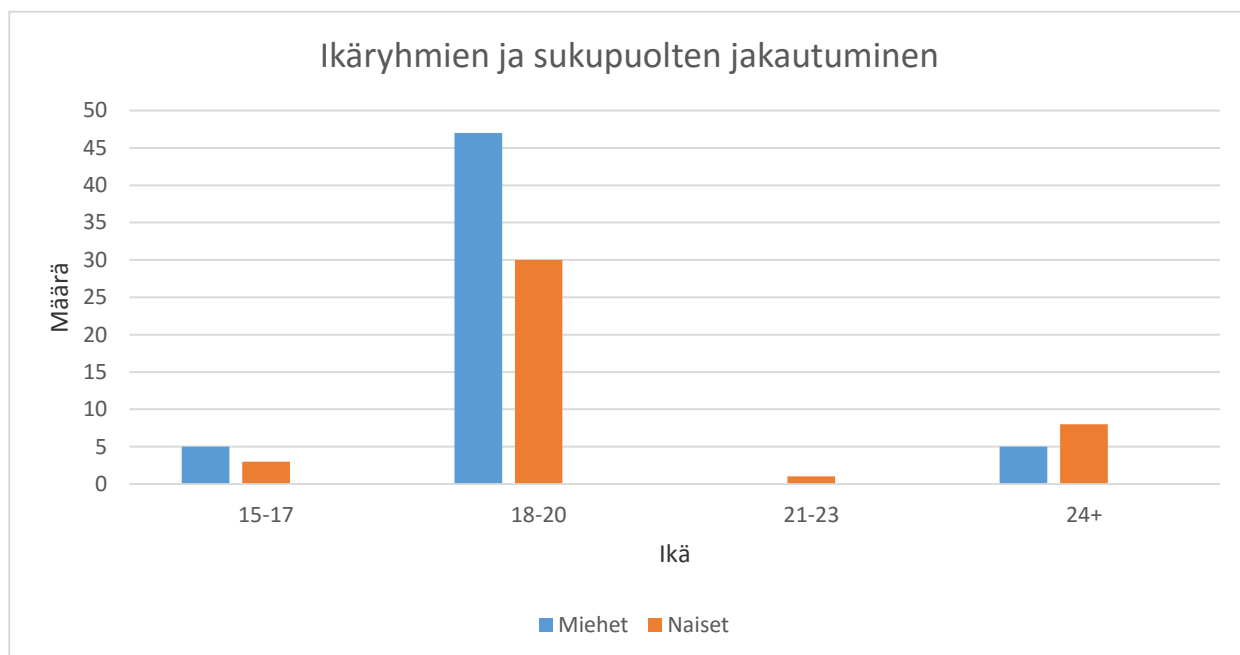
## 6.2 Tutkimustulokset

Kyselytutkimuksessa oli edustettuna molempia sukupuolia. Miehet ja naiset jakautuivat siten, että vastanneista 57 oli miehiä ja 42 naisia. Yksi vastaajista ei ollut ilmoittanut sukupuoltaan.

Olen jakanut tulokset siten, että ensin olen kuvannut kokonaisuutta ja sen jälkeen toimipisteittäin. Näin saadaan myös käsitys siitä, miten eri toimipisteiden kohdalla on nähty asiakastytyväisyys.

### 6.2.1 Ikäryhmien ja sukupuolten jakautuminen

Kyselylomakkeen taustatietojen keruulla pyrittiin selvittämään miesten ja naisten sekä eri ikäryhmien jakautuminen vastaajien kesken.



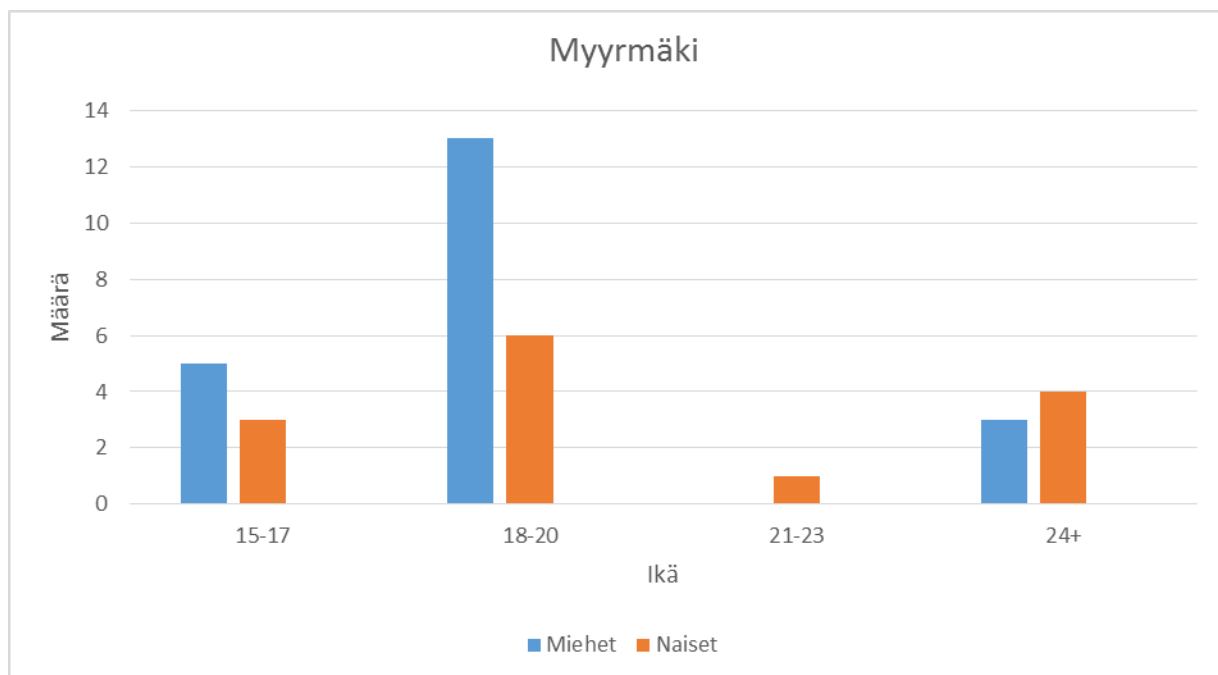
Kuvio 1. Naisten ja miesten jakautuminen ikäryhmittäin.

Taulukosta 1 voidaan todeta, että suurin osa Autokoulu MyWayn kyselyyn vastanneista on 18-20-vuotiaita. Kyseisen ikäkategoriassa vastaajista miehiä oli 47 ja naisia 30. Toiseksi suurin vastaajaryhmä oli yli 24-vuotiaat. Heistä miehiä oli viisi ja naisia kahdeksan. 15-17-vuotiaita vastaajia oli kahdeksan, joista miehiä viisi ja naisia kolme. Mielenkiintoisinta oli huomata, että 21-23-vuotiaiden ikäryhmässä vastaajia oli vain yksi.

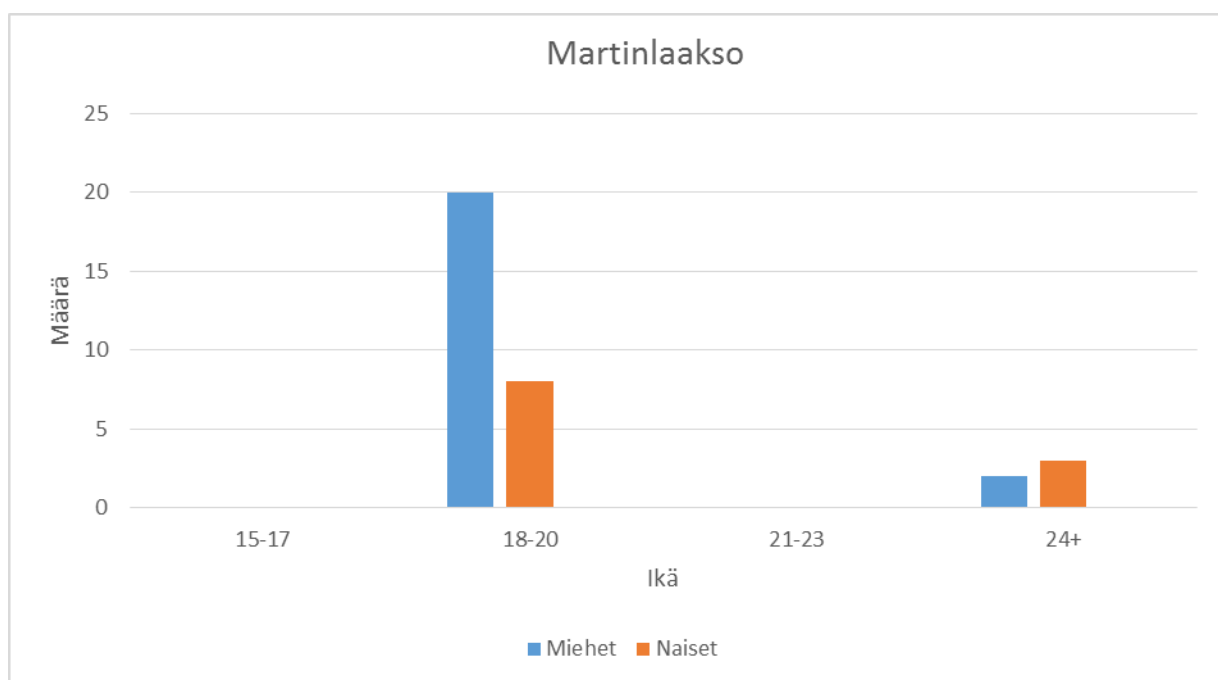
Yleisesti voidaan siis todeta, että Autokoulu MyWayn asiakaskunta koostuu pääsääntöisesti 18-20-vuotiaista. Tämä voidaan helposti selittää sillä, että Suomessa henkilöautokortin, eli B-luokan ajokortin, saa vasta 18-vuotiaana. Voin myös itse todeta, että kyseinen pylväsdiaagrammi on todenmukainen.

Kuvioista 2-4 voidaan kaikista todeta, että 18-20-vuotiaat ovat suurin vastaajaryhmä. Martinlaakson ja Tikkurilan kohdalla ei ole vastaajia 15-17- eikä 21-23-vuotiaiden ikäryhmistä.

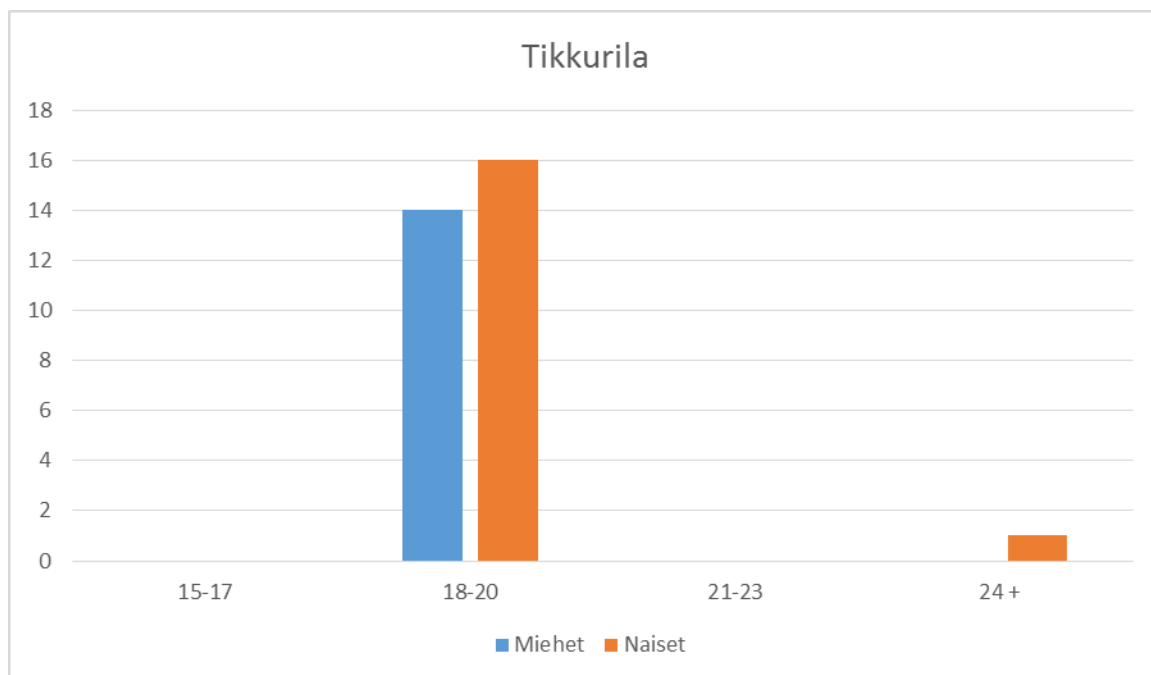
Mielenkiintoinen asia on se, että Myyrmäessä ja Martinlaaksossa miehiä on 18-20-vuotiaissa selkeästi enemmän, kun taas Tikkurilassa naisia on enemmän kuin miehiä. Tämä voi olla vain sattumaa, että Tikkurilan vastaajista enemmistö on naisia tai sitten kyseisessä toimipisteessä enemmistö oppilaista on naispuolisia. Tätä on mahdoton sanoa, sillä ei ole tietoa Tikkurilan kaikkien oppilaiden määrästä ja sukupuolesta.



Kuvio 2. Ikäryhmien ja sukupuolten jakautuminen Myyrmäen toimipisteessä.



Kuvio 3. Ikäryhmien ja sukupuolten jakautuminen Martinlaakson toimipisteessä.

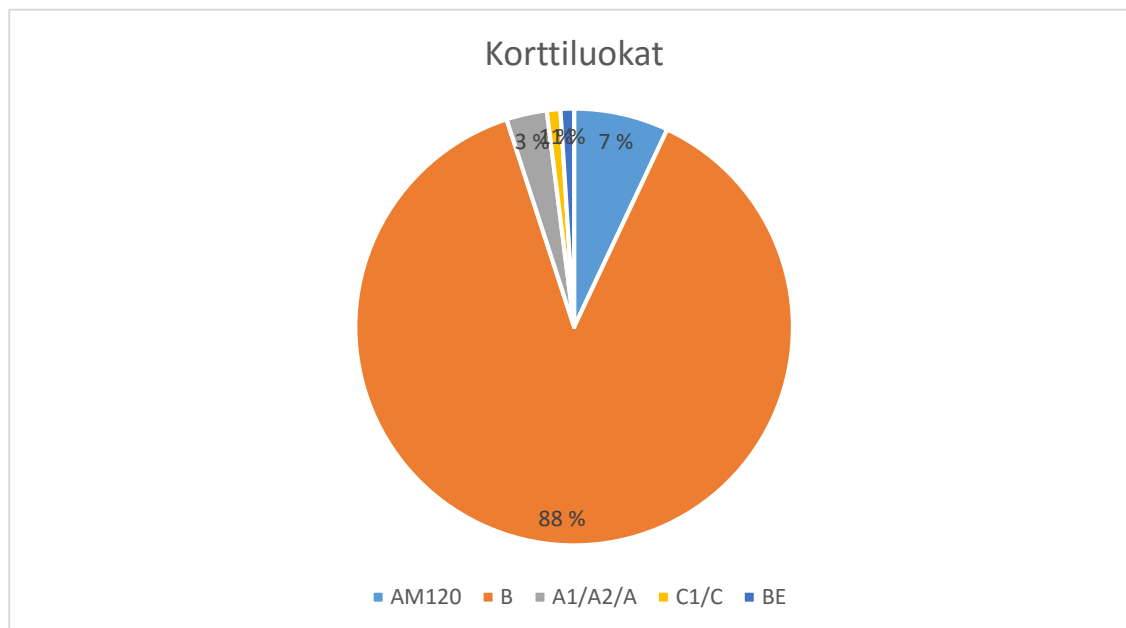


Kuvio 4. Ikäryhmien ja sukupuolten jakautuminen Tikkurilan toimipisteessä.

### 6.2.2 Korttiluokka

Tässä kartoitettiin, mitä korttiluokkaa kyselyyn vastanneet suorittivat.

Kyseisessä piirakkakuviossa näkyy korttiluokkien jakaantuminen koko Autokoulu MyWayn kesken. Voidaan helposti huomata, että yleisin suoritettu korttiluokka on B-, eli henkilöautokortti. Sen suuruus on 88 % kaikista vastaajista. Toiseksi suurin korttiluokka on AM120-, eli kaksipyöräinen mopo. Sen suuruus on 7 % kaikista vastaajista. A1/A2/A-luokkaa eli moottoripyöräkorttien suorittajia kaikista vastaajista on 3 %. Lopuksi sekä C1/C-, eli kuorma-autoluokkaa ja BE-, eli perävaunuluokkaa suoritti molempia 1 prosentti kaikista vastaajista.



Kuvio 5. Korttiluokkien jakaantuminen

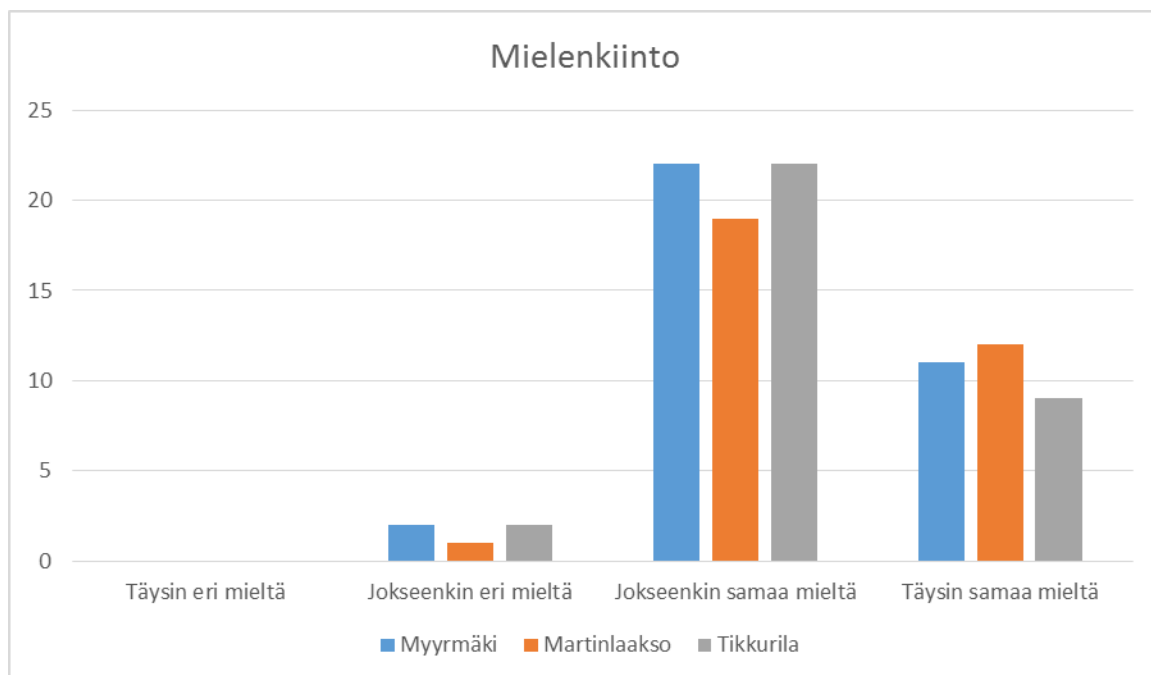
### 6.2.3 Teoriatunnit

Lomakkeessa kysyttiin oppilaiden mielipidettä Autokoulu MyWayn teoriatunneista. Kyselyssä keskityttiin viiteen eri osa-alueeseen: teoriatuntien kiinnostavuuteen, sujuvuuteen, hyödyllisyyteen, opetukseen ja tuntien pituuteen.

Kuvioissa 6-10 on eritelty pylväsdiagrammeihin jokaisen osa-alueen tulokset. Pylväsdiagrammi kuvaa aina yhtä osa-aluetta ja siinä näkyvät jokaisen toimipisteen tulokset.

Kuviosta 6 voidaan huomata, että teoriatunnit olivat lähes kaikkien oppilaiden mielestä mielenkiintoisia. Vain viisi oppilasta 99 vastanneesta, eli n. 5 % oli eri mieltä. Tämä kertoo sen, että teoriatunneista on saatu tehtyä oikeanlaiset oppilaiden mielenkiinnon säilyttämiseksi.

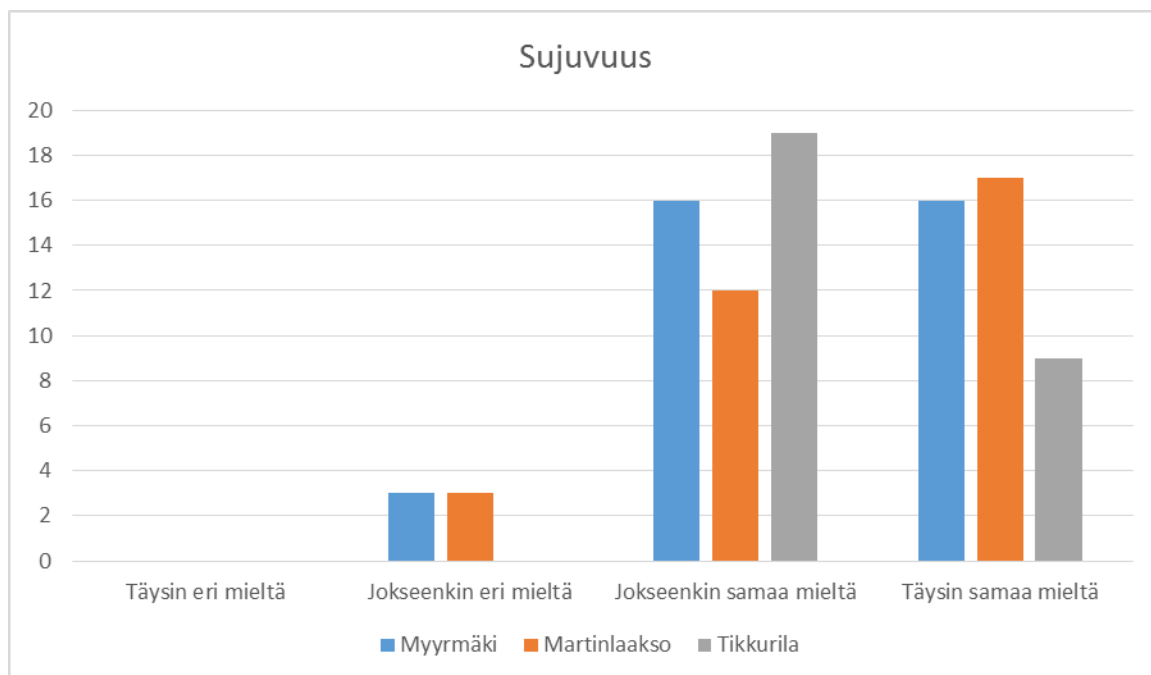
Kuitenkin suurin osa oppilaista oli jokseenkin samaa mieltä, joten vielä voisi olla parantamisen varaa mielenkiinnon suhteen. Oppilailta voisi tulevaisuudessa kysyä tarkemmin, mitkä asiat tekevät teoriatunnista mielenkiintoisen. Näin voitaisiin saada kaikki oppilaat pitämään teoriatunneista.



Kuvio 6. Teoriatuntien mielenkiinto.

Kuviosta 7 voidaan nähdä, että Autokoulu MyWayn oppilaista suurin osa piti teoriatunteja sujuvana. Ainoastaan Martinlaaksossa ja Myyrmäessä oppilaista yhteensä n. 3 % oli jokseenkin eri mieltä. Tikkurilassa taas kaikki olivat jokseenkin samaa mieltä tai täysin samaa mieltä.

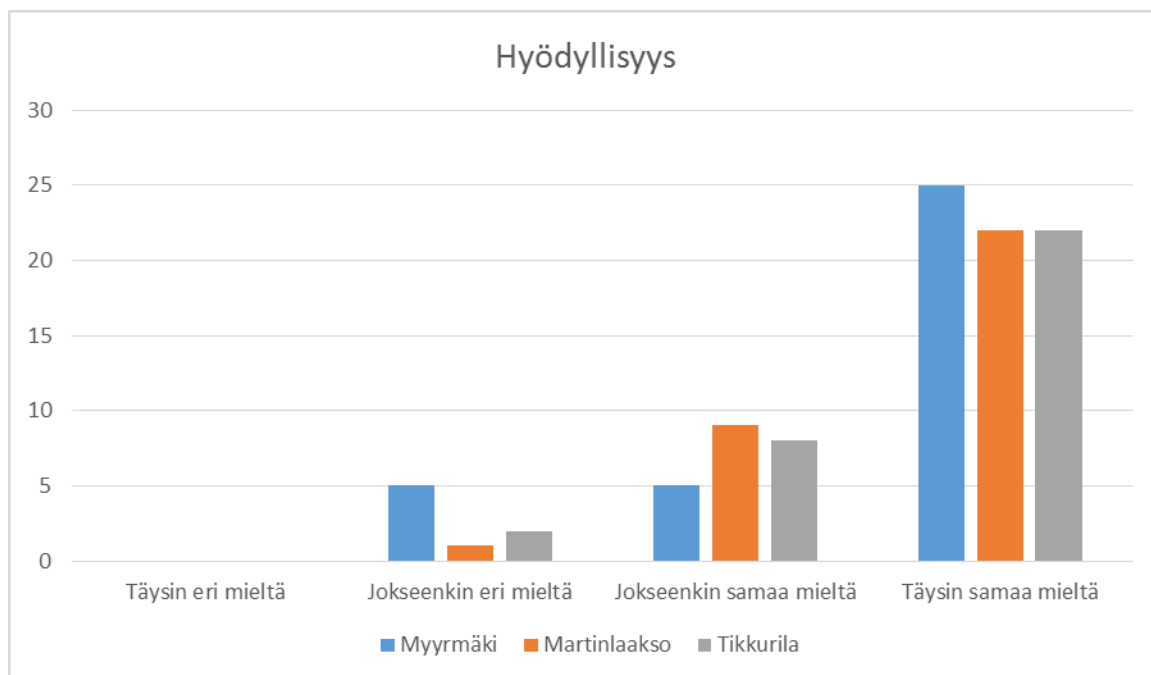
Tässä kohtaa voisi miettiä, tehdäänkö Tikkurilassa teoriatunneilla jotain toisin verrattuna kahteen muuhun toimipisteeseen, vai mistä oppilaiden vastaukset toimipisteittäin johtuvat. Tämä voisi selvitä opettajien keskinäisillä opetustyylien vertailuilla.



Kuvio 7. Teoriatuntien sujuvuus.

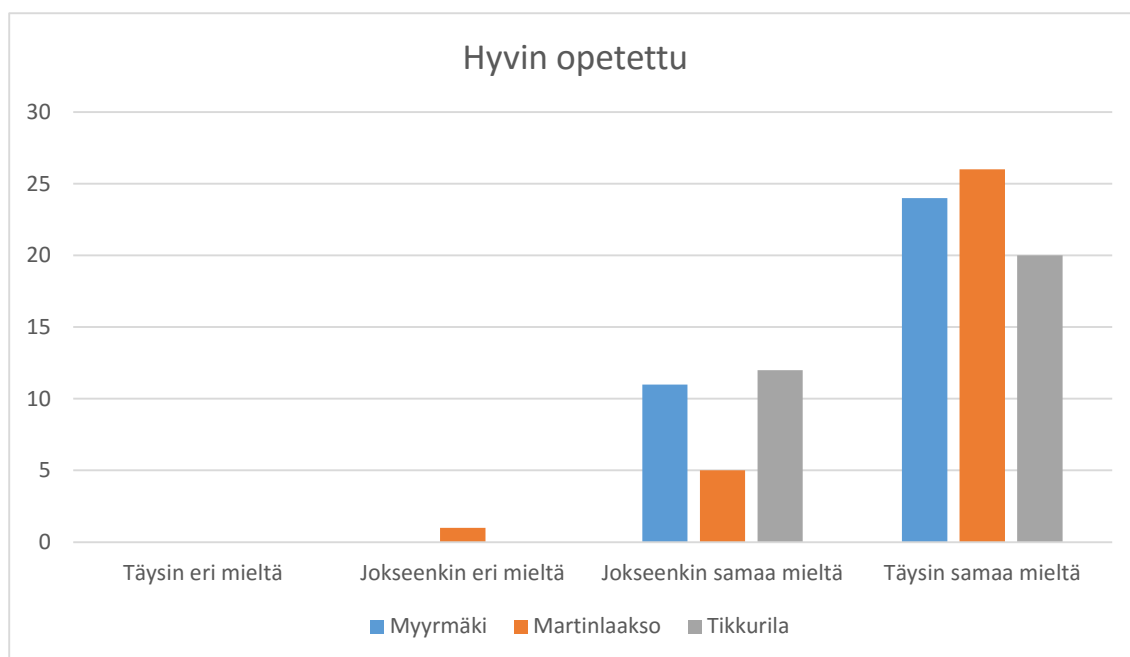
Kuvio 8 kuvaa teoriatuntien hyödyllisyyttä oppilaiden mielestä. Todella hyvä asia on se, että suurin osa, eli n. 59 % oli siitä täysin samaa mieltä. Huomio kuviossa kiinnittyy ehkä eniten kohtaan ”jokseenkin eri mieltä”, jossa Myyrmäen kohdalla on huomattavasti korkeampi palkki kuin kahden muun toimipisteen kohdalla. Tässä voisi miettiä, onko Myyrmäen opetustyyliä jotain sellaista, mikä aiheuttaa tämän eroavaisuuden.

Toisaalta, Myyrmäen vastaajissa oli myös enemmän muiden korttiluokkien vastaajia kuin Tikkurilassa ja Martinlaaksossa. Tämä ei siltikään selitä kyseistä eroavaisuutta, sillä ainoastaan yksi ”jokseenkin eri mieltä-vastaajista”, ei ajanut B-korttia.



Kuvio 8. Teoriatuntien hyödyllisyys.

Kuvio 9 kuvaa sitä, miten hyvin teoriatunnit olivat oppilaiden mielestä opetettu. Positiivista on se, että lähes kaikki vastaajista, eli n. 99 %, olivat siitä jokseenkin tai täysin samaa mieltä.

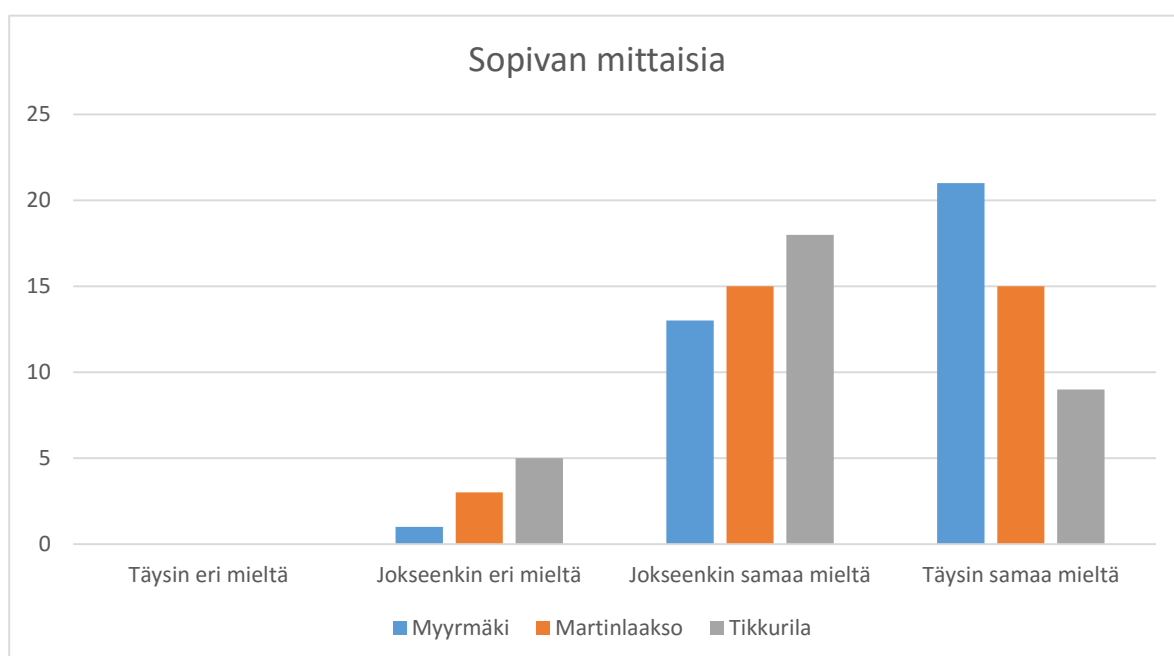


Kuvio 9. Teoriatuntien opetustyyli.

Kuvio 10 taas kertoo sen, mitä mieltä Autokoulu MyWayn oppilaat olivat teoriatuntien pituudesta. Yksi teoriatunti kestää 45 minuuttia ja niitä on pääosin kaksi tuntia per ilta. Poikkeuksena on yksi kolmen tunnin ilta.

Vastaukset ovat jälleen jakaantuneet kolmelle vaihtoehdolle. Tälläkin kertaa vaihtoehdot ”jokseenkin samaa mieltä” ja ”täysin samaa mieltä” ovat saaneet eniten vastauksia. Mielenkiintoista on huomata, miten kohdassa ”täysin samaa mieltä”, Tikkurilan ja Myyrmäen vastausmäärät poikkeavat toisistaan. Tikkurilan kohdalla yhdeksän oppilasta oli täysin samaa mieltä teoriatuntien pituuden sopivuudesta, kun taas Myyrmäessä luku oli 21. Martinlaaksossa luku oli 15.

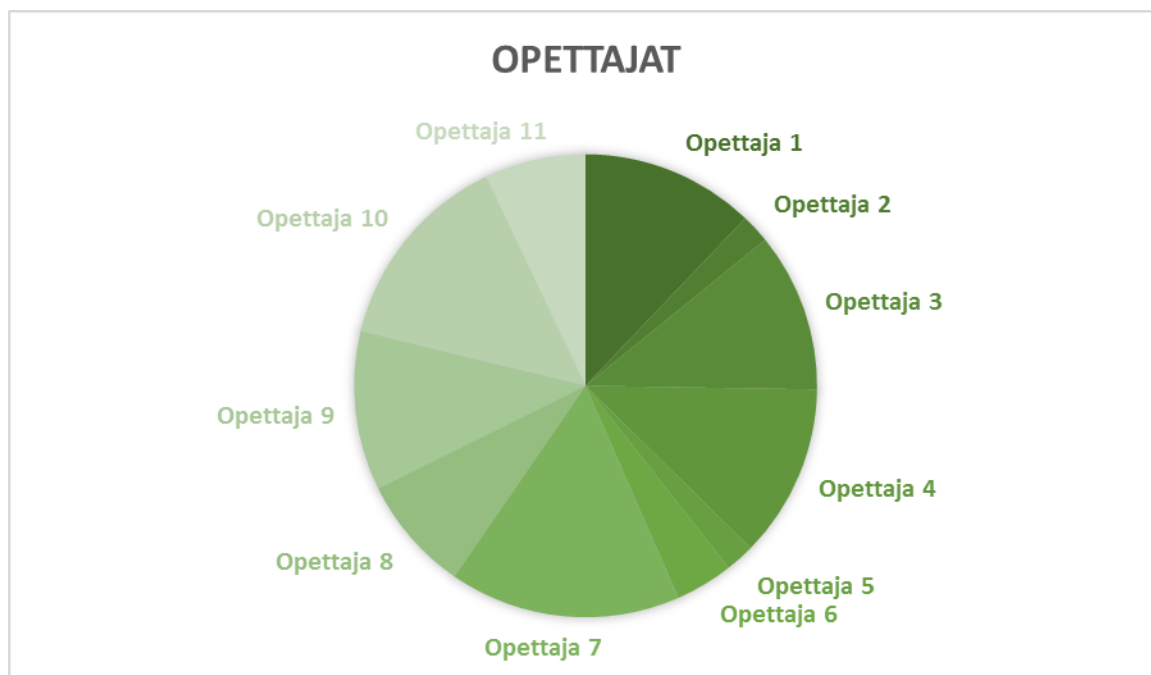
Tällaisen eroavaisuuden johtumista voidaan mahdollisesti tarkastella oppituntien sisällöstä. Oppilaat voivat kokea, että jos tunnilla käsitellään vähän asioita, aika menee hitaasti. Tarpeeksi hyvä sisältö saa ajan kulumaan nopeammin. Tämänkin voisi saada ratkaistua sillä, että opettajat keskustelisivat keskenään teoriatuntien sisällöistä.



Kuvio 10. Teoriatuntien pituus.

#### 6.2.4 Opettajat

Tässä kohdassa kysyttiin oppilailta ensiksi, kuka heidän opettajansa oli. Sen jälkeen pyydettiin arvioimaan opettajaa eri osa-alueilla, jotka olivat: opettajan ominaisuudet, mitä olisi kaivannut opettajalta lisää ja mikä oli opettajassa hyvää. Opettajien yksityisyyden säilyttämiseksi olen kuvannut opettajia nimillä ”Opettaja 1, Opettaja 2”, jne.

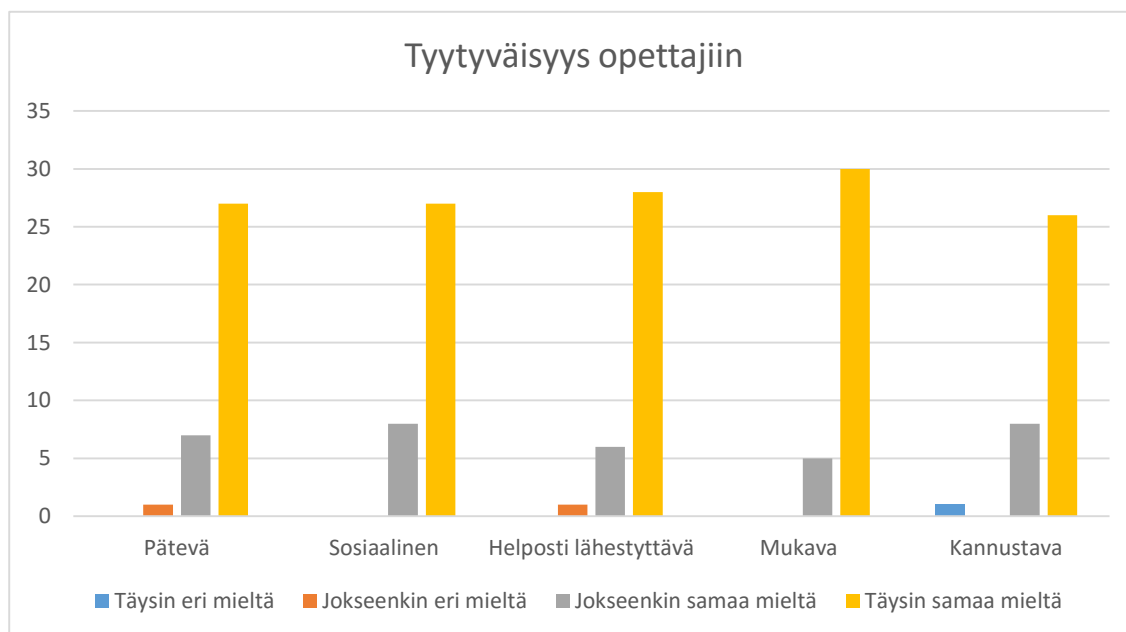


Kuvio 11. Opettajien jakautuminen oppilasmäärän mukaan.

#### 6.2.5 Tyytyväisyys opettajiin

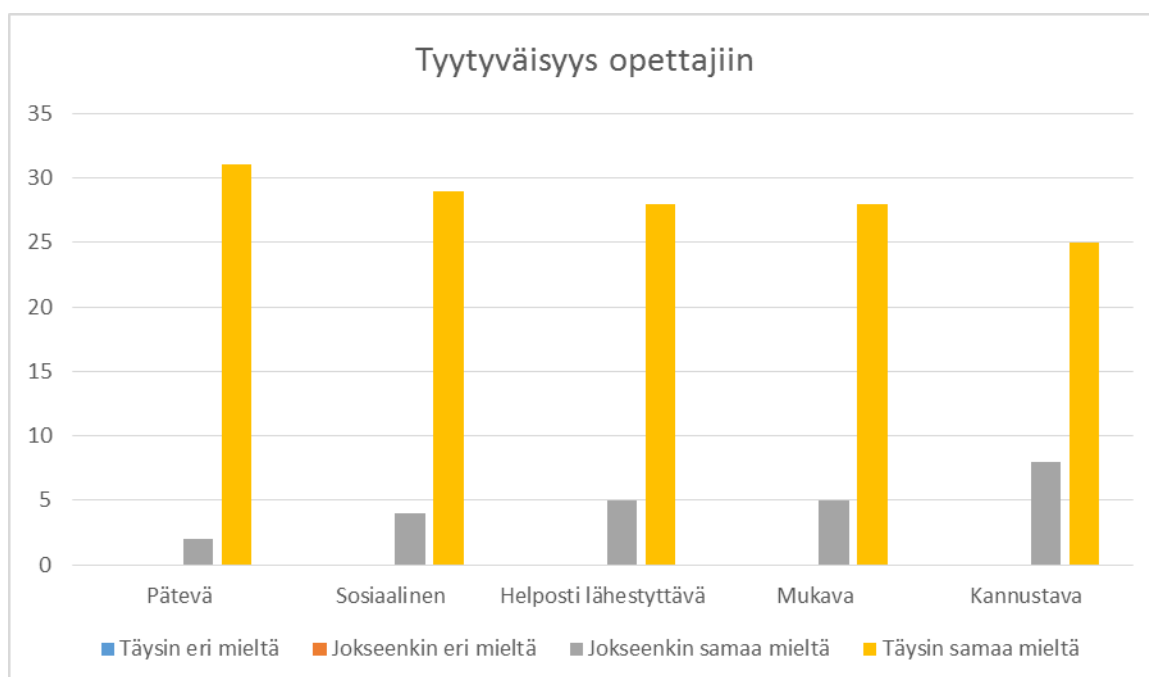
Lomakkeessa pyydettiin oppilaita arvioimaan opettajia saadun opetuksen perusteella. Kyseessä oli monivalintakysymyksiä, joissa pyrittiin saamaan mahdollisimman kattavat vastaukset.

Kuviosta 12 voidaan huomata, että kaikki vastaajat olivat pääosin tyytyväisiä saamaansa opetukseen. Suurin osa oppilaista oli täysin samaa mieltä opettajiensa pätevydestä. Ainoastaan kolme vastaajaa olivat jokseenkin eri mieltä tai täysin eri mieltä joidenkin vaihtoehtojen kohdalla. Näitä olivat pätevyys, helposti lähestyttävä ja kannustava. Voidaan siis todeta, että Myyrmäen vastaajien opettajiin oltiin hyvin tyytyväisiä.



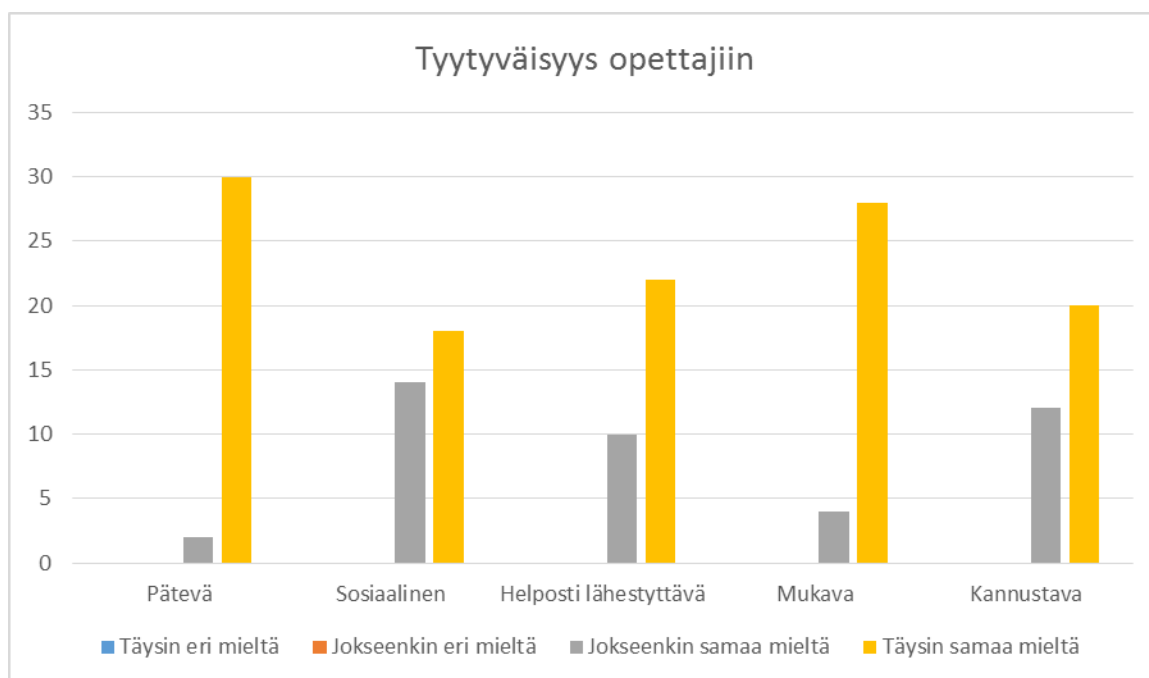
Kuvio 12. Oppilaiden tyytyväisyys Myyrmäen opettajiin.

Martinlaakson kohdalla, kuviossa 13, tilanne oli vielä parempi kuin Myyrmäessä. Jälleen suurin osa vastaajista oli täysin samaa mieltä opettajien ominaisuuksista. Keskimäärin 14,5 % vastaajista oli jokseenkin samaa mieltä opettajien ominaisuuksista. Yksikään vastanneista ei ollut eri mieltä, joka kertoo siitä, että ainakin Martinlaakson opettajat ovat onnistuneet tehtävissään.



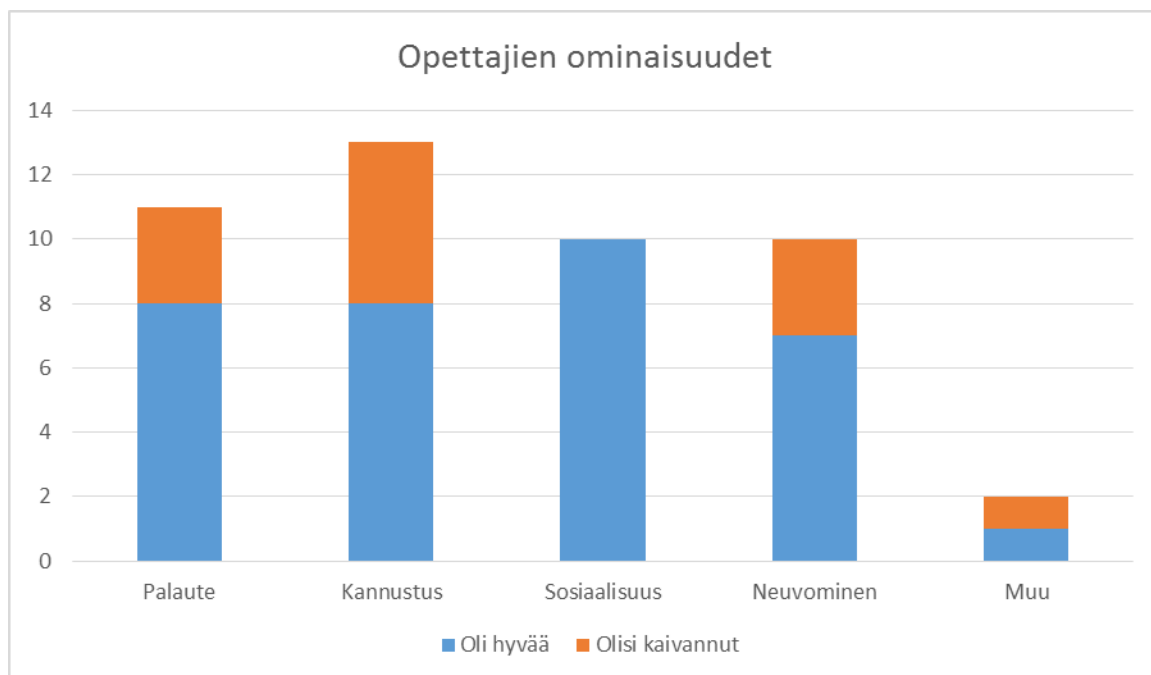
Kuvio 13. Oppilaiden tyytyväisyys Martinlaakson opettajiin.

Kuvio 14 osoittaa sen, että Tikkurilan opettajien kohdalla voidaan huomata, että erot vastausvaihtoehtojen ”jokseenkin samaa mieltä” ja ”täysin samaa mieltä” välillä ei ole niin suuria eroja kuin kahdessa muussa toimipisteessä. Kohdassa ”sosiaalinen” näkyy selvästi, kuinka vastaajat ovat jakautuneet melkein kahtia. Positiivista kuitenkin on se, että yksikään vastan-  
neista ei Martinlaakson tavoin ollut millään tavalla eri mieltä opettajien ominaisuuksista.



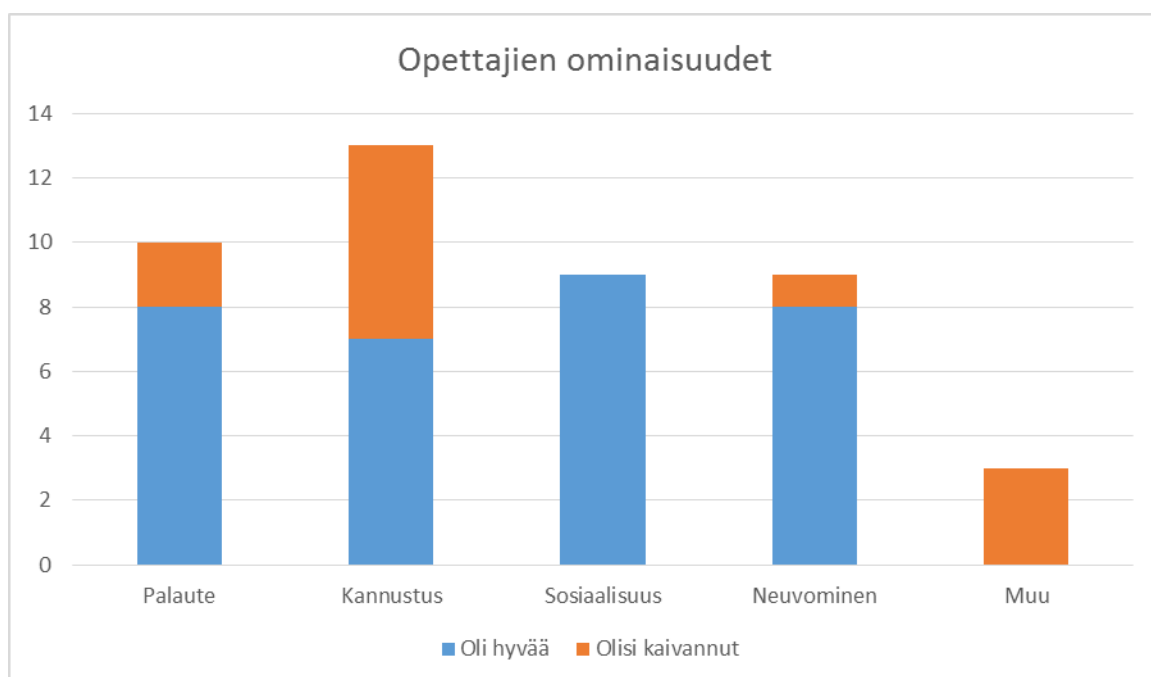
Kuvio 14. Oppilaiden tyytyväisyys Tikkurilan opettajiin.

Kuvio 15 kertoo, mitkä opettajien ominaisuudet olivat vastaajien mieleen ja mitä ominaisuuksia opettajilta olisi kaivattu lisää. Myyrmäen toimipisteessä vastaajat olivat sitä mieltä, että opettajien sosiaalisuus oli hyvää. Yksikään vastaajista ei kaivannut sitä lisää. Ominaisuus, jota eniten opettajilta kaivattiin lisää, oli kannustus. Sama ominaisuus myös sai toiseksi eniten ääniä hyvän ominaisuuden muodossa yhdessä pelautteen kanssa. Yksi oppilas oli sitä mieltä, että opettajassa oli jotain muuta hyvää, kuin mitä vastausvaihtoehdoissa oli, tämä oli rentous.



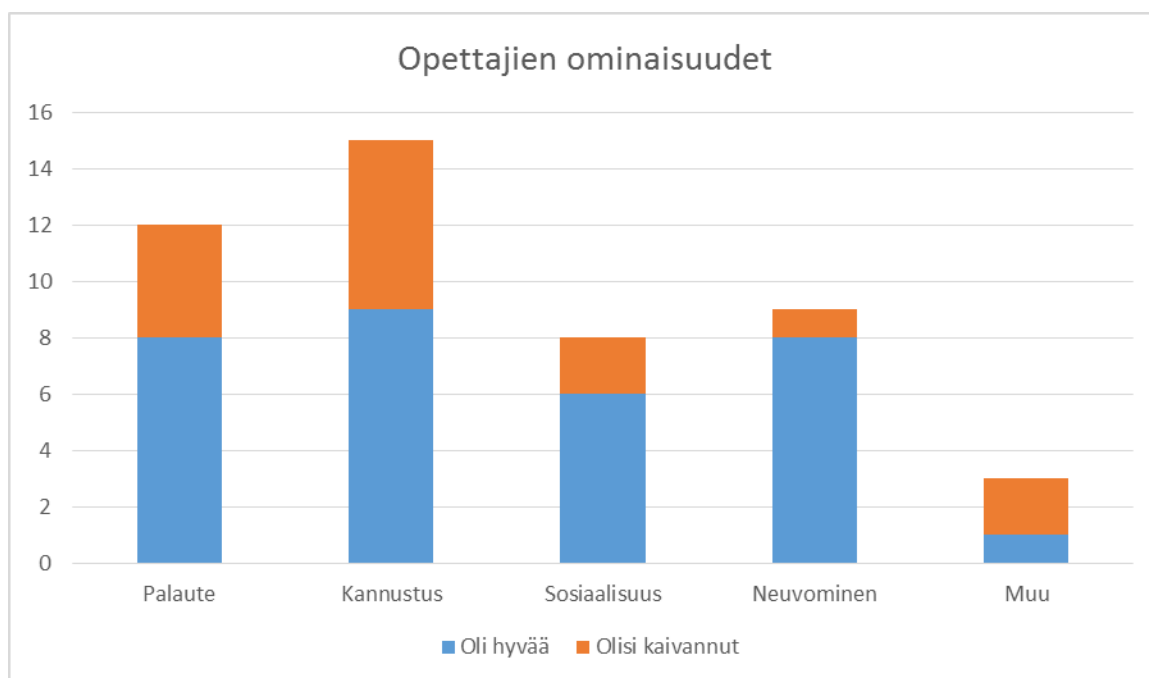
Kuvio 15. Opettajien ominaisuudet Myyrmäen toimipisteessä.

Kuten kuvio 16 voidaan todeta, Martinlaakson toimipisteen opettajien kohdalla myös sosiaalisuus oli ominaisuus, joka sai eniten ääniä hyvänä ominaisuutena. Samoin kuin Myyrmäen kohdalla, myös Martinlaaksossa oppilaat kaipaavat opettajilta lisää kannustusta. Kolme vastaajaa kaipasi opettajilta jotain muuta ominaisuutta, kuin mitä vastausvaihtoehdoissa oli. Nämä muut vastaukset pitivät sisällään mm. toiveen kritiikin antamisesta enemmän.



Kuvio 16. Opettajien ominaisuudet Martinlaakson toimipisteessä.

Tikkurilan opettajien ominaisuuksissa oli pieniä eroja Myyrmäen ja Martinlaakson opettajien tuloksiin, kuten kuviosta 17 voidaan nähdä. Tikkurilassa sosiaalisuutta ei pidetty niin hyvänä ominaisuutena kuin kahdessa muussa toimipisteessä, mutta toisaalta kannustus, jota kahdessa muussa toimipisteessä toivottiin lisää, oli Tikkurilassa vastaajien mielestä opettajien paras ominaisuus. Sitä kuitenkin myös kaivattiin opettajilta lisää. Tämä on yhtenevä piirre kaikissa kolmessa toimipisteessä.



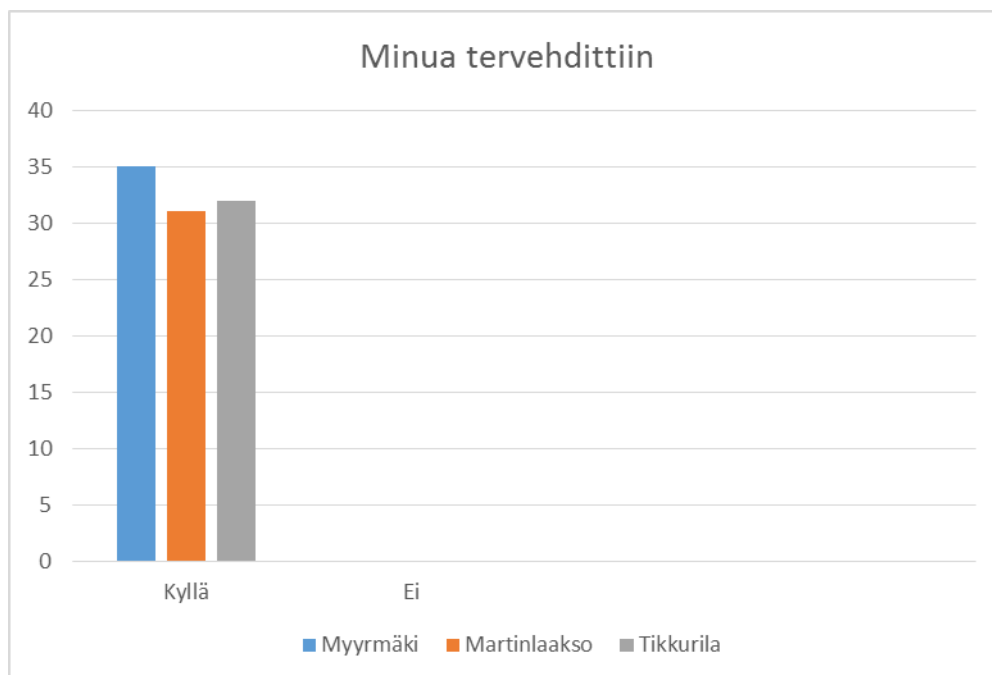
Kuvio 17. Opettajien ominaisuudet Tikkurilan toimipisteessä.

#### 6.2.6 Toimisto ja asiakaspalvelu

Tässä kohdassa haluttiin selvittää, tervehditäänkö oppilaita kun he saapuvat autokoulun toimistoon. Tervehtiminen on erittäin tärkeä osa asiakaspalvelua ja suuri osa ensivaikutelmaa, jonka autokouluun tulija saa.

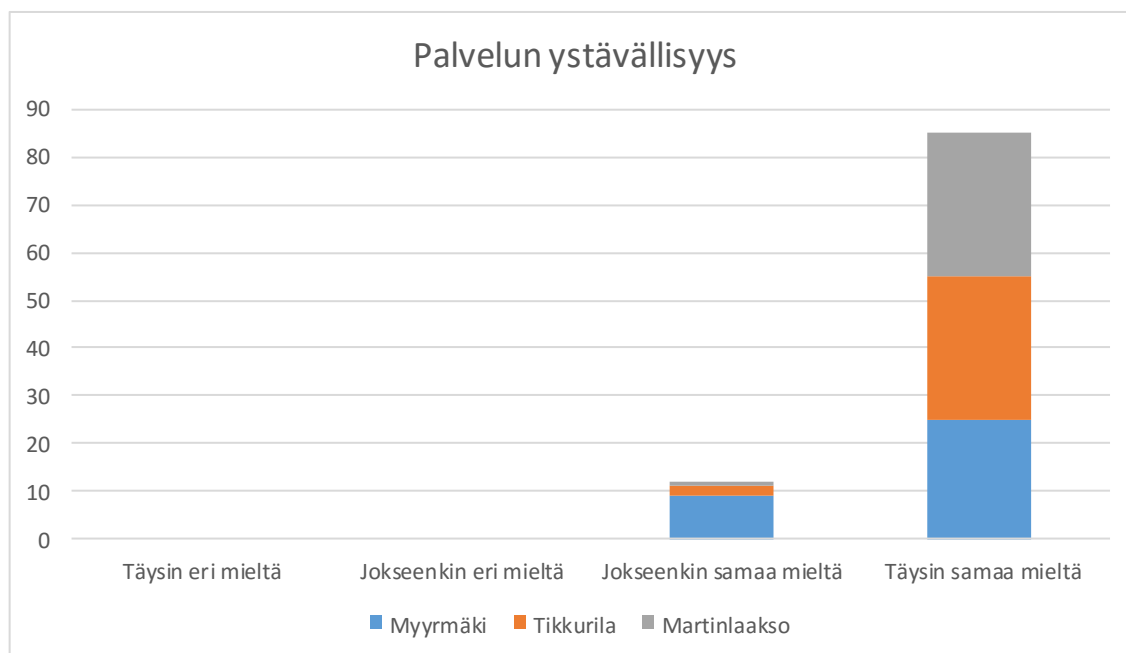
Lisäksi kysyttiin toimiston yleisilmeeseen ja ilmapiiriin liittyviä kysymyksiä. Siistit toimitilat ja mukava ilmapiiri ovat samalla tavalla tärkeä osa asiakaskokemusta kuin tervehdityksi tuleminenkin.

Kuviosta 18 voidaan huomata erittäin hieno asia, joka on se, että jokaista vastaajaa on tervehditty tämän astuessa sisälle autokouluun. Tervehtimällä ei ainoastaan noteerata oppilaan olemassaoloa, vaan annetaan myös mahdollisuus lähestyä opettajia tai sihteerä esim. kysymysten merkeissä, sillä autokoulu on monelle haastava ja kysymyksiä herättävä kokemus.



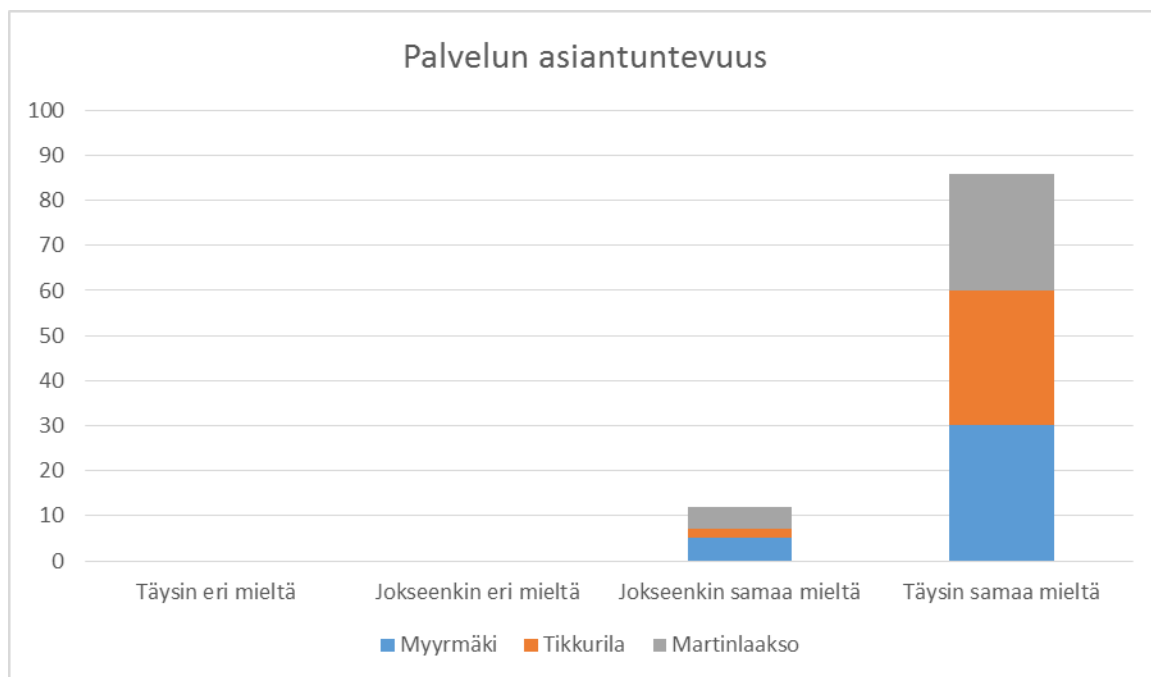
Kuvio 18. Oppilaiden tervehtiminen, kun tulevat toimistoon.

Kuviossa 19 on kyse toimiston palvelun ystävällisyydestä. Jälleen on positiivista huomata, että kaikki vastaajat ovat jollain tavalla samaa mieltä siitä, että palvelu oli ystävällistä. Kaikista vastaajista n. 87 % oli tästä täysin samaa mieltä. Mielestäni se on todella hieno luku, ja kertoo siitä, että toimistojen työntekijät ottavat asiakseen tehdä oppilaiden asiakaskokemukselta mukavan.



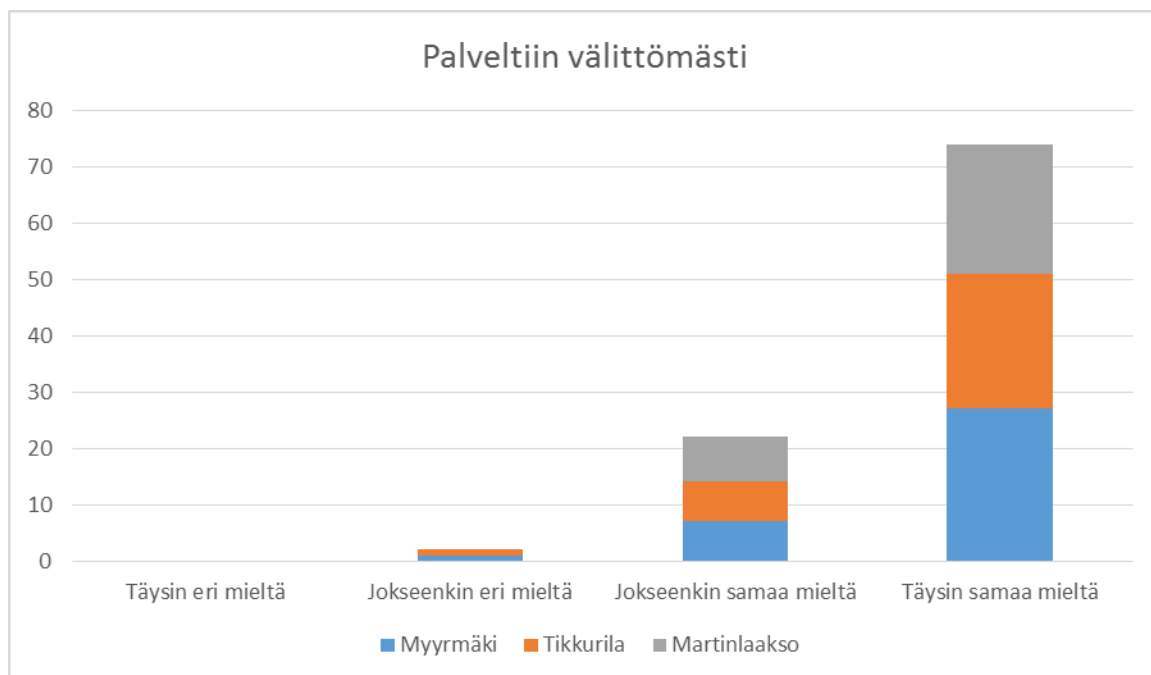
Kuvio 19. Palvelun ystävällisyys toimipisteissä.

Kuvio 20 kertoo vastanneiden mielipiteen toimistossa saadun palvelun asiantuntevuudesta. Jälleen voidaan huomata, että kaikki vastanneet olivat tästä jollain tavalla samaa mieltä. Ainostaan n. 12 % oli asiasta jokseenkin samaa mieltä. Loput olivat täysin samaa mieltä. Tämä kertoo taas mielestäni siitä, että Autokoulu MyWayn toimistohenkilökunta osaa asiansa.



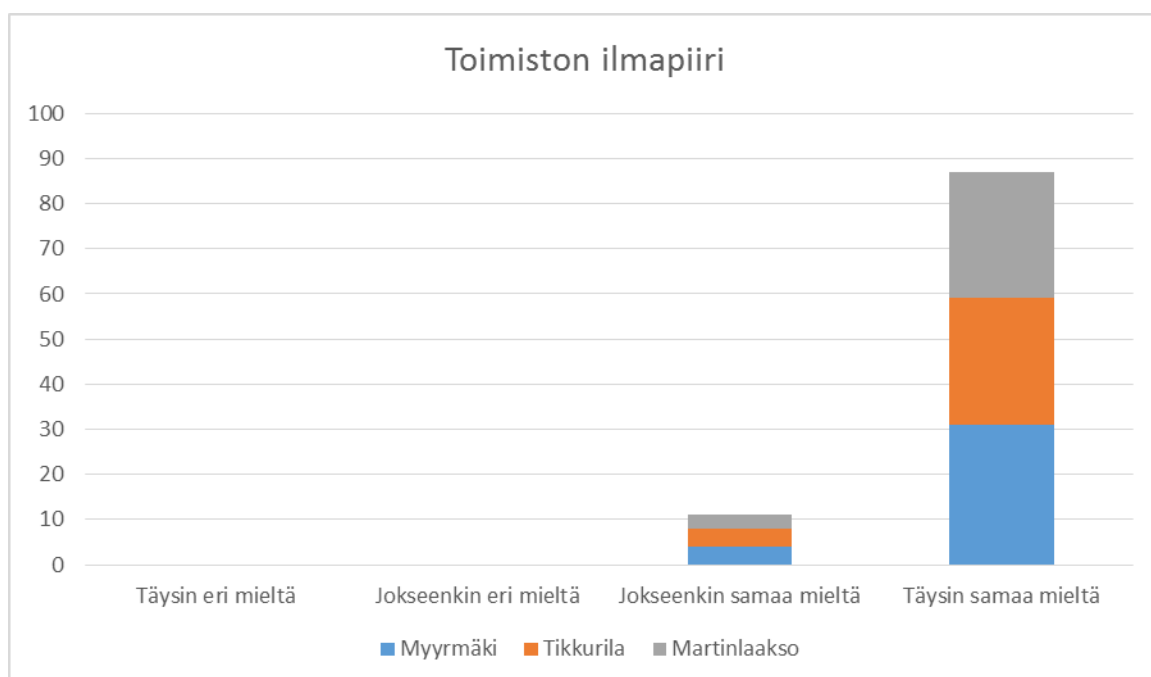
Kuvio 20. Palvelun asiantuntevuus toimipisteissä.

Kuviossa 21 on kyseessä, kuinka nopeasti asiakasta palveltiin tämän saavuttua toimistoon. Kaksi vastaajista oli tästä jokseenkin eri mieltä, kun taas kaiken kaikkiaan n. 73 % oli täysin samaa mieltä siitä, että heitä palveltiin välittömästi. Kahden vastaajan eroava vastaus on mahdollista selittää esim. toimiston ruuhkaisuudella.



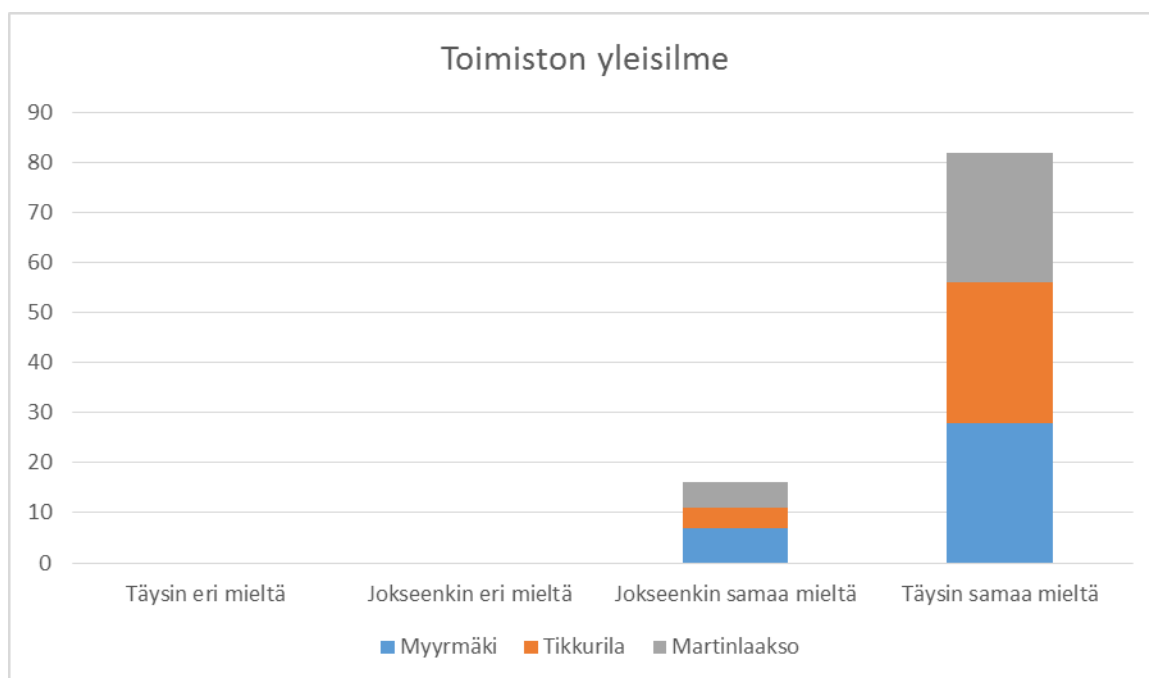
Kuvio 21. Asiakkaiden palvelunopeus

Vastaajilta kysyttiin myös toimiston ilmapiiristä. Kuten kuviosta 22 voidaan huomata, kaikkien toimipisteiden kohdalla vastaajat olivat joko jokseenkin samaa mieltä tai täysin samaa mieltä siitä, että toimistojen ilmapiiri on mukava. Tämä edesauttaa oppilaiden viihtyvyyttä esim. ajotunnin alkamista odotellessa. Mukava ilmapiiri myös voi helpottaa oppimista ja antaa oppilaille mahdollisuuden keskustella opettajien kanssa ennen tuntien alkua.



Kuvio 22. Toimistojen ilmapiirin mukavuus.

Lopuksi kysyttiin mitä mieltä vastaajat olivat toimistojen yleisilmeen siisteystestä. Kuvio 23 kertoo sen, että kaikki vastaajat kaikista toimipisteistä olivat jokseenkin samaa mieltä tai täysin samaa mieltä siitä, että toimistot olivat yleisilmeiltään siistejä. Tämä on myös positiivinen merkki siitä, että oppilaat kokevat toimistot viihtyisiksi paikoiksi. Siisti toimisto voi myös vaikuttaa suuresti siihen, minkälaisen kuvan oppilas tai satunnainen vierailija saa koko Autokoulu MyWaysta.

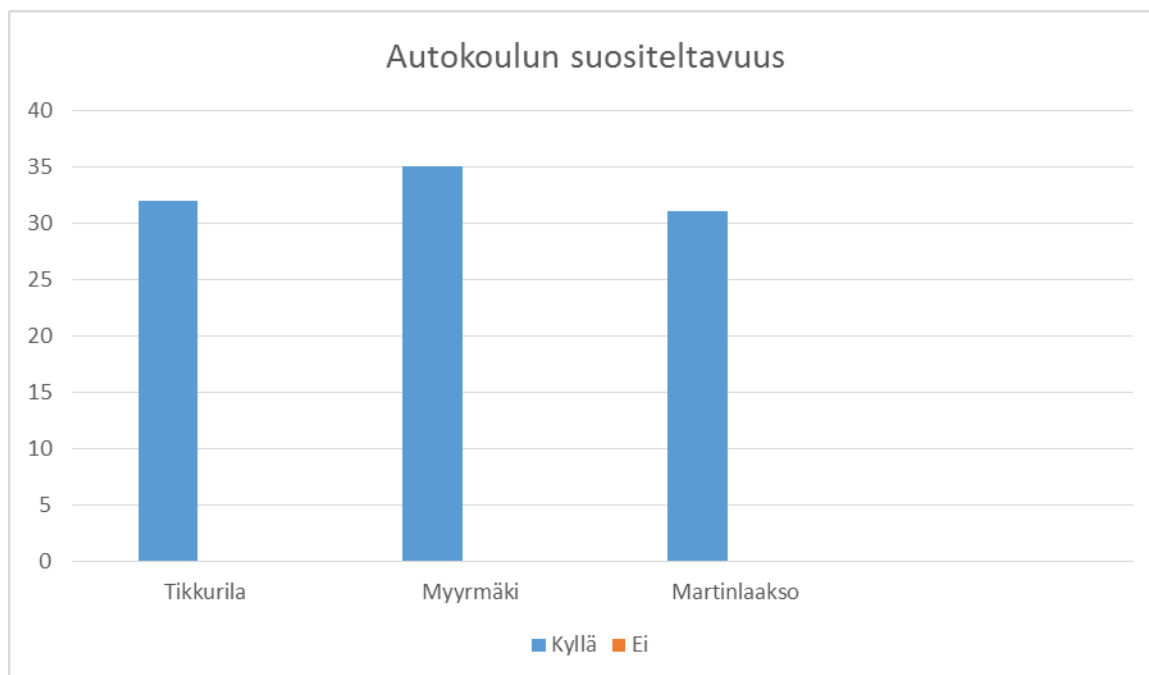


Kuvio 23. Toimistojen yleisilmeen siisteys.

### 6.2.7 Suositeltavuus

Vastaajilta kysyttiin lopuksi, että suosittelevatko he autokoulua muille kokemuksensa perusteella. Tämän kysymyksen tulokset ovat varmasti tarpeellisia, sillä suositeltavuus tuo uusia asiakkaita. Koska oppilaat ovat pääosin nuoria aikuisia, kavereiden suosittelemat kohteet ovat usein sellaisia, joita itsekin käyttää mielellään.

Kuten taulukosta 22 voidaan huomata, kysymyksen vastaukset olivat todella positiivisia. 100 % vastaajista suosittelisi Autokoulu MyWayta muille. Tämä vastausprosentti kertoo mielestäni sen, että MyWayn toiminta on onnistunutta ja kannattavaa.



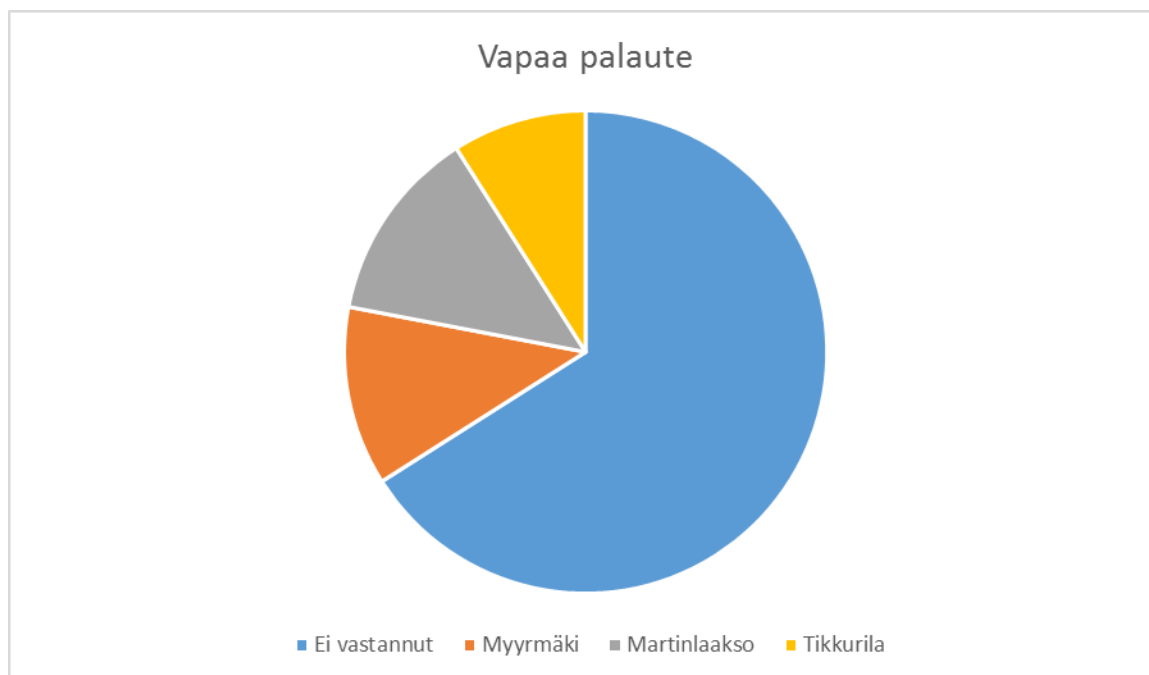
Kuvio 24. Autokoulun suositeltavuus muille eri toimipisteissä.

### 6.3 Vapaan palautteen vastaukset

Kysymyslomakkeen loppussa vastaajille annettiin mahdollisuus antaa palautetta vapaasti omien sanojensa muodossa. Seuraavana piirakkakuviota, joka kuvastaa joka toimipisteessä annetun vapaan palautteen määrän verrattuna koko vastaajamäärään.

Kuviosta 25 voidaan huomata, että suurin osa vastaajista ei antanut vapaata palautetta. Määrät jakautuivat siten, että Tikkurilan vastaajista yhdeksän, Myyrmäen vastaajista 12 ja Martinlaakson vastaajista 13 antoi vapaata palautetta. Yhteensä vastaajia oli siis 34. Suhteessa eniten vapaan palautteen antajia kaikkiin toimipisteiden vastanneihin nähden oli Martinlaaksossa, jossa n. 39 % antoi vapaata palautetta.

Lähes kaikki saatu palaute oli positiivista. Vastaajat kehuivat opetusta ja moni sanoi koko autokoulun olleen hyvä ja mukava kokemus ja kiittivät koko prosessista. Jotkut mainitsivat palautteissaan tietyn opettajan, josta erityisesti pitivät. Ainoastaan kolmessa palautteessa oli negatiivista tai rakentavaa palautetta. Ensimmäisessä ja toisessa vastaajat eivät suositelleet tiettyjä opettajia muille. Toisen kohdalla ei kerrottu perusteluja mutta toisen kohdalla sanottiin kyseisen opettajan olleen ”kokoajan äkäinen ja masentava.” Kolmannessa vastaaja toivoi enemmän ajoaikoja iltaisin. Kaiken kaikkiaan voidaan kuitenkin todeta, että saatu vapaamuotoinen palaute oli todella hyvää.



Kuvio 25. Vapaan palautteen antaneiden määrä toimipisteittäin.

## 7 Kehitysehdotukset

Tämän asiakastytyväisyystutkimuksen perusteella voidaan todeta, että Autokoulu MyWayn kaikkien toimipisteiden oppilaat ovat todella tyytyväisiä saatuun opetukseen niin teoria- kuin ajotunneillakin. Lisäksi toimistohenkilökunta osaa palvella asiakkaita ystävällisesti ja asiantuntevasti ja toimistojen yleisilme on siisti sekä ilmapiiri mukava. Pieniä eroja kuitenkin löytyi toimipisteiden väliltä, joihin voisi kiinnittää huomioita, jotta Autokoulu MyWayn asiakastytyväisyys voitaisiin pitää samalla tasolla kuin nyt ja mahdollisesti jopa nostaa asiakastytyväisyyttä vielä paremmaksi.

Opettajien ominaisuuksissa oli huomattavissa eroja Tikkurilan ja kahden muun toimipisteen välillä. Tähän ehdottaisin, että opettajat kävisivät yhdessä läpi omia toimintapojaan ja mitkä niistä ovat kokeneet hyödyllisiksi. Tästä muut opettajat voisivat mahdollisesti ottaa opetustyyliinsä uusia asioita. Tämän jälkeen tulisi tehdä jonkin ajan kuluttua uusi asiakastytyväisyystutkimus, jossa keskityttäisiin enemmän näihin asioihin. Saatuja tuloksia tulisi sitten verrata tämän asiakastytyväisyyskyselyn tuloksiin.

Mielestäni tämä asiakastytyväisyystutkimus oli onnistunut. Jos haluttaisiin miettiä, mitä tässä olisi voitu tehdä paremmin, tulee mieleen vastaajien määrä. Nyt vastauksia saatiin siis yhteensä 100 kappaletta, kun alkuperäinen tarkoitus oli saada niitä 50 per toimipiste, eli yhteensä 150 kpl. Vastaisuudessa jos Autokoulu MyWayssa tehdään asiakastytyväisyyskyselyjä,

tulee vastauksia kerätä niin pitkään, kunnes haluttu määrä on kasassa. Tämän kyselyn kohdalla oli vastauksille laitettu takaraja, johon mennessä saadut vastaukset kerättiin.

Opinnäytetyö lähetetään toimeksiantajalle sähköisesti. Vastauslomakkeet toimitetaan, mikäli niin halutaan. Tulosten perusteella MyWayn on mahdollista muuttaa toimintaansa, jos se koetaan tarpeelliseksi.

#### Lähteet

Grönroos, C. 1998. Nyt kilpaillaan palveluilla. 4. uudistettu painos. Porvoo: WSOY.

Grönroos, C. 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. 3. uudistettu painos. Helsinki: WSOY.

Heikkilä, T. 2005. Tilastollinen tutkimus. 5.-6. painos. Helsinki: Edita Prima Oy.

Lecklin, O. 2006. Laatu yrityksen menestystekijänä. 5. uudistettu painos. Hämeenlinna: Karisto Oy.

Rope, T. & Pöllänen, J. 1994. Asiakastyytyväisyysjohtaminen. Juva: WSOY.

Taylor, A. 2002. Driving Customer Satisfaction. Viitattu 27.11.2014.  
<https://hbr.org/2002/07/driving-customer-satisfaction>

## Kuvat

Kuva 1: Fyysisten tuotteiden ja palvelujen kulutus sekä markkinoinnin rooli.....9

## Kuviot

Kuvio 1: Ikäryhmien ja sukupuolten jakautuminen.....	15
Kuvio 2: Ikäryhmät ja sukupuoli Myyrmäki.....	16
Kuvio 3: Ikäryhmät ja sukupuoli Martinlaakso.....	16
Kuvio 4: Ikäryhmät ja sukupuoli Tikkurila.....	17
Kuvio 5: Korttiluokat.....	18
Kuvio 6: Teoriatuntien mielenkiinto.....	19
Kuvio 7: Teoriantuntien sujuvuus.....	20
Kuvio 8: Teoriatuntien hyödyllisyys.....	21
Kuvio 9: Teoriatuntien opetustyyli.....	21
Kuvio 10: Teoriatuntien pituus.....	22
Kuvio 11: Opettajien jakautuminen oppilasmäärän mukaan.....	23
Kuvio 12: Oppilaiden tyytyväisyys Myyrmäen opettajiin.....	24
Kuvio 13: Oppilaiden tyytyväisyys Martinlaakson opettajiin.....	24
Kuvio 14: Oppilaiden tyytyväisyys Tikkurilan opettajiin.....	25
Kuvio 15: Opettajien ominaisuudet Myyrmäen toimipisteessä.....	26
Kuvio 16: Opettajien ominaisuudet Martinlaakson toimipisteessä.....	26
Kuvio 17: Opettajien ominaisuudet Tikkurilan toimipisteessä.....	27
Kuvio 18: Oppilaiden tervehtiminen.....	28
Kuvio 19: Palvelun ystävällisyys toimipisteissä.....	28
Kuvio 20: Palvelun asiantuntevuus toimipisteissä.....	29
Kuvio 21: Asiakkaiden palvelunopeus.....	30
Kuvio 22: Toimistojen ilmapiirin mukavuus.....	30
Kuvio 23: Toimistojen yleisilmeen siisteys.....	31
Kuvio 24: Autokoulun suositeltavuus.....	32
Kuvio 25: Vapaa palaute.....	33

## Liitteet

Liite 1: Kyselylomake.....	39
----------------------------	----

Liite 1 Kyselylomake

## Autokoulu MyWayn asiakastyytyväisyyskysely

1. Ikä

- 15-17    18-20    21-23    24+

2. Sukupuoli

- Mies    Nainen

3. Minkä ajokorttiluoka suoritit?

- AM120 (mopo)    A1/A2/A    B    BE    C1/C

### OPETUS

4. Teoriatunnit olivat mielestäni

*1-täysin eri mieltä 2-jokseenkin eri mieltä 3-jokseenkin samaa mieltä 4-täysin samaa mieltä*

	1	2	3	4
<b>Mielenkiintoisia</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Sujuvia</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Hyödyllisiä</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Hyvin opetettuja</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Sopivan mittaisia</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Kuka oli opettajasi

- Esa    Pekka    Kaitsu    Sonja    Tuhkis    Ese  
 joku muu, kuka \_\_\_\_\_

6. Opettaja oli mielestäni

*1-täysin eri mieltä 2-jokseenkin eri mieltä 3-jokseenkin samaa mieltä 4-täysin samaa mieltä*

	1	2	3	4
<b>Pätevä</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Sosiaalinen</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Helposti lähestyttävä</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Mukava</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Kannustava</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. Opettajalta olisin kaivannut

- Palautetta    Kannustusta    Sosiaalisuutta    Neuvomista  
 Jotain muuta, mitä \_\_\_\_\_

8. Opettajassa oli hyvää

- Palaute    Kannustus    Sosiaalisuus    Neuvominen  
 Joku muu, mikä \_\_\_\_\_

**KÄÄNNÄ!**

TOIMISTO JA ASIAKASPALVELU

9. Minua tervehdittiin

- Kyllä    Ei

10. Toimisto/asiakaspalvelu

*1-täysin eri mieltä 2-jokseenkin eri mieltä 3-jokseenkin samaa mieltä 4-täysin samaa mieltä*

	1	2	3	4
Palvelu on ystävällistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelu on asiantuntevaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minua palveltiin välittömästi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Toimiston ilmapiiri on rento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Toimiston yleisilme on siisti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Suositteaisin autokoulua muille

- Kyllä    Ei

12. Vapaa palaute

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**KIITOS VASTAAMISESTA!**