



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Uuden edellä

Asiakastyytyväisyyskysely ja ei-käyttäjäkysely Mäntsälän kunnankirjastolle

Merivirta, Sanna
Saastamoinen, Henna

2012 Kerava

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Kerava

Asiakastyytyväisyyskysely ja ei-käyttäjäkysely Mäntsälän kunnankirjastolle

Henna Saastamoinen
Sanna Merivirta
Liiketalous
Opinnäytetyö
Maaliskuu, 2012

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Kerava
Liiketalouden koulutusohjelma

Tiivistelmä

Henna Saastamoinen, Sanna Merivirta

Asiakastyytyväisyyskysely ja ei-käyttäjäkysely Mäntsälän kunnankirjastolle

Vuosi 2012 Sivumäärä 72

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, kuinka tyytyväisiä asiakkaat ovat Mäntsälän kunnankirjastoon ja sen palveluiden laatuun, sekä miksi osa kuntalaisista ei käytä kunnankirjaston palveluita ollenkaan. Tutkimuksen avulla haluttiin myös selvittää millaisia kehitystarpeita Mäntsälän kunnankirjaston toiminnassa on ja mitkä kirjaston palveluista ovat asiakkaille tärkeimpiä.

Tutkimuksen teoreettinen viitekehys muodostui asiakastyytyväisyyttä, tutkimusmenetelmiä ja uusasiakashankintaa käsittelevän kirjallisuuden ja internetistä löytyvän materiaalin pohjalta. Empiirinen tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena kyselytutkimuksena. Kyselyt toteutettiin vuoden 2012 helmikuussa ja kaikkien kiinnostuneiden oli mahdollista vastata niihin. Vastauksia saimme asiakastyytyväisyyskyselyyn yhteensä 105 kappaletta ja ei-käyttäjäkyselyyn viisi kappaletta.

Asiakastyytyväisyyskyselyn tutkimustulokset osoittivat, että suurin osa asiakkaista on tyytyväisiä Mäntsälän kunnankirjastoon ja sen palveluiden laatuun. Tulosten perusteella ei ilmennyt suuria kehittämistarpeita. Joitakin pieniä kehittämistoiveita vastaajilla kuitenkin oli, kuten aukioloaikojen lisääminen. Ei-käyttäjäkysely ei onnistunut odotusten mukaisesti, sillä vastaajien määrä jäi toivottua vähäisemmäksi.

Asiasanat: asiakastyytyväisyys, uusasiakashankinta, tutkimusmenetelmät, kyselytutkimus

Laurea University of Applied Sciences
Laurea Kerava
Business Management

Abstract

Henna Saastamoinen, Sanna Merivirta

Customer satisfaction survey and non-customer survey for Mäntsälä library

Year	2012	Pages	72
------	------	-------	----

The aim of this thesis was to discover how satisfied customers are with Mäntsälä library and its service quality and also discover why some of the citizens don't use the services of library at all. The aim of the survey was also to help target specific service elements requiring improvement and to find out which of the library's services are most important to customers.

The theoretical framework was based on customer satisfaction, research methods and new customer acquisition literature and material found on the internet. A quantitative method was used in the empirical study. The questionnaires were executed in February 2012 and it was possible for everyone to answer them. For the customer satisfaction questionnaire we got 105 answers and for the non-customer questionnaire 5 answers.

The findings of the customer satisfaction questionnaire indicated that most of the customers are satisfied with Mäntsälä library and its service quality. Based on the findings there weren't any major need for improvement. Though there were some small wishes to improve library's services like adding more opening-hours. Non-customer questionnaire didn't manage as expected because of the lack of the answerers.

Key words: customer satisfaction, new customer acquisition, research methods, survey

Sisällys

1.1	Työn tausta ja tarkoitus	7
1.2	Tutkimuksen rajaus	7
1.3	Kehitystarpeiden kuvaus	8
1.4	Perustelut kehittämistoiminnalle	8
1.5	Tutkimuksen rakenne	8
1.6	Mäntsälän kirjasto	8
2	Asiakastyytyväisyys	9
2.1	Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät	10
2.2	Asiakastyytyväisyyden mittaaminen	14
2.3	Uusasiakashankinta	16
3	Asiakastyytyväisyyskysely ja ei-käyttäjäkysely	18
3.1	Tutkimusmenetelmän valinta	18
3.1.1	Kvantitatiivinen tutkimus	18
3.1.2	Otanta	19
3.2	Internet- ja paperikyselyn edut ja haitat	21
3.3	Vastajat	21
3.4	Kyselylomakkeen laadinta ja rakenne	22
3.5	Kyselyn toteuttaminen	23
3.6	Tutkimuksen luotettavuus	23
3.6.1	Validiteetti	23
3.6.2	Reliabiliteetti	24
3.7	Asiakastyytyväisyyskyselyn tulokset	25
3.7.1	Vastajien perustiedot	25
3.7.2	Kirjaston/kirjastoauton käyttötottumukset	27
3.7.3	Kirjasto/kirjastoauto asiointiympäristönä	29
3.7.4	Kirjaston/kirjastoauton aineistot	32
3.7.5	Kirjaston/kirjastoauton asiakaspalvelu	35
3.7.6	Kirjaston verkkopalvelut	39
3.7.7	Miten kirjaston/kirjastoauton palvelut ovat vaikuttaneet elämäsi? ..	46
3.7.8	Kommenttini ja kehittämissuositukseni kirjastolle/kirjastoautolle ...	50
3.8	Ei-käyttäjäkyselyn tulokset	51
3.8.1	Vastajien perustiedot	51
3.8.2	Jos et käytä kirjaston palveluja, miksi?	53
3.8.3	Tuntemani kirjaston palvelut	54
3.8.4	Tiedottaako kirjasto tarpeeksi palveluistaan	55
3.8.5	Missä toivoisit kirjaston ilmoittavan palveluistaan?	55
3.8.6	Terveisiä, palautetta, kehittämissuosituksesi kirjastolle	56
4	Vertailua vuoden 2009 ja 2012 asiakastyytyväisyyskyselyiden välillä	56

4.1	Vastaajien perustiedot	56
4.2	Kirjaston/kirjastoauton käyttötottumukset	56
4.3	Kirjasto/kirjastoauto asiointiympäristönä	57
4.4	Kirjaston/kirjastoauton aineistot	57
4.5	Kirjaston/kirjastoauton asiakaspalvelu	58
4.6	Kirjaston verkkopalvelut	59
4.7	Miten kirjaston/kirjastoauton palvelut ovat vaikuttaneet elämääsi?	59
5	Johtopäätökset ja kehittämissuhteukset Mäntsälän kunnankirjastolle	60
5.1	Kehittämissuhteukset	60
5.2	Yhteenveto ja arviointi.....	61

Johdanto

1.1 Työn tausta ja tarkoitus

Opinnäytetyömme aiheena on selvittää Mäntsälän kunnankirjaston asiakastyytyväisyyttä. Lisäksi selvitämme työssämme, miksi jotkut Mäntsälän asukkaat eivät käytä kirjaston palveluita. Saimme tehtäväksi kehittää kaksi erillistä kyselyä kirjaston asiakkaille, joilla selvitetään asiakkaiden asiointitottumuksia sekä mielipiteitä kirjaston palveluista. Toinen kyselyistä suunnataan suoraan kirjastossa asioiville ihmisille, kun taas toinen pyritään suuntaamaan henkilöille, jotka eivät käytä kirjaston palveluita kovin usein tai ollenkaan.

Useammin kirjastossa asioiville asiakkaille suunnattu asiakastyytyväisyyskysely on toteutettu jo kerran aiemmin vuonna 2009, ja nyt Mäntsälän kunnankirjasto haluaa päivittää tietonsa ja selvittää, onko muutosta asiakkaiden suhtautumisessa havaittavissa. Tulosten avulla Mäntsälän kunnankirjasto voi kehittää toimintaansa asiakkaiden toivomaan suuntaan. Tähän kyselyyn löytyy jo valmis kysymyspohja, jota kirjasto haluaa käyttää uudelleen. Tällä halutaan varmistaa, että kyselyiden (2009 & 2012) vastauksia voidaan helposti verrata toisiinsa. Vakituksilla asiakkailta on mahdollisuus vastata kyselyyn 2-3 viikon ajan kirjastossa tai kirjaston verkkosivuilla.

Ei-käyttäjäkyselyä ei ole aiemmin Mäntsälän kunnankirjastossa toteutettu, joten tätä kyselyä varten meidän oli kehitettävä uusi kysymyspohja, johon saimme pohjan Nokian kaupunginkirjaston tekemästä samanlaisesta kyselystä. Kirjaston johtaja toivoi, että tällä kyselyllä pyritäisiin selvittämään, miksi kirjaston palveluja ei käytetä. Ei-käyttäjäkyselyn tulosten avulla voidaan myös saada selville miten kirjasto voisi saada lisää asiakkaita. Ensin tarkoituksena oli valita kyselyä varten muutama postinumeroalue Mäntsälästä, joille kysely lähetettäisiin postitse. Postitettavan kyselyn toteutus havaittiin kuitenkin kalliiksi ja hankalaksi ratkaisuksi. Niinpä päädyttiin siihen, että myös tämä kysely laitettiin ainoastaan internetiin vastattavaksi. Ei-käyttäjäkyselyn vastausaika on sama kuin asiakastyytyväisyyskyselynkkin, eli kolme viikkoa. Kummastakin kyselystä kirjaston johtaja toivoi tehtäväksi raportit, joissa käytäisiin läpi kyselyistä saadut tulokset ja havainnot. Vakituisten asiakkaiden kyselystä hän toivoi myös jonkinlaista aineistoa, jossa olisi vertailua edellisen kyselyn tuloksiin.

1.2 Tutkimuksen rajaus

Olemme käsitelleet työmme teoriaosuudessa asiakastyytyväisyyttä, siihen vaikuttavia tekijöitä ja tyytyväisyyden mittaamista yleisellä tasolla. Lisäksi käymme läpi kvantitatiivista tutkimusmenetelmää sekä tutkimuksen reliabiliteettia ja validiteettia ja niiden toteutumista tutkimuksessamme. Teoriaosuuden jälkeen tulee työn empiirinen osuus. Empiirisen osion näkökulma keskittyy yleisen tason sijaan Mäntsälän kunnankirjastoon. Tutkimuksessa keskitytään

mittaamaan asiakkaiden tyytyväisyyttä sekä kirjaston tarjoamia palveluita että aineistoja kohtaan.

1.3 Kehitystarpeiden kuvaus

Asiakastyytyväisyyskyselyillä pyritään selvittämään, minkälaisia kehitystarpeita kirjastolla on. Vakituksille asiakkaille kohdistetulla kyselyllä voidaan kerätä tietoa suoraan niiltä ihmisiltä, jotka oikeasti tuntevat kirjaston palvelut ja käyttävät niitä säännöllisesti. Jotta asiakasmäärät saadaan pidettyä entisellään, on pystyttävä tarjoamaan asiakkaille heidän tarpeitaan vastaavia palveluita. Yleisiä kehitystarpeita, joita asiakastyytyväisyyskyselyillä yleensä pyritään kartoittamaan, voisivat olla esimerkiksi asiakaspalvelun kehittäminen, kirjaston palveluiden ja kokoelmien laajentaminen sekä kirjaston viihtyvyyden parantaminen.

Ei-käyttäjäkyselyllä selvitetään ihmisten syitä olla käymättä kirjastossa. Tähän vaikuttaa varmasti moni asia, joista osa on sellaisia, joihin kirjasto yksin ei pysty vaikuttamaan, kuten esimerkiksi asunnon etäisyys kirjastoon. Ei-käyttäjäkyselyllä voidaan kuitenkin saada tietoa siitä, mikä houkuttelisi ihmisiä tulemaan kirjastoon. Tavoitteena olisi, että mahdollisimman moni kunnan asukkaista käyttäisi kirjaston palveluja säännöllisesti. Kirjastonjohtajalta tarvitsemme lisää tietoa siitä, mitä hän pyrkii kyselyillä saavuttamaan ja mitkä hänen mielestään ovat kirjaston kehittämistarpeita.

1.4 Perustelut kehittämistoiminnalle

Asiakailta saatavan palautteen perusteella voidaan löytää kirjaston toiminnassa tai palveluisa kehitettäviä kohtia ja asioita, ja näin ollen kysely toimii perusteluna kirjaston toiminnan kehittämiseksi. Kyselyistä voi käydä ilmi myös jotain asioita, joiden kehittämistä ei ollut aiemmin harkittu tai kehittämistarvetta ei oltu edes huomattu. Aiomme antaa kirjastolle kehitysehdotuksia kyselyiden tulosten perusteella.

1.5 Tutkimuksen rakenne

Tutkimuksen ensimmäisessä luvussa, johdannossa, kuvataan tutkimuksen taustaa ja tarkoitusta, tutkimuksen rajausta sekä kehittämistarpeita ja perusteluja kehittämistoiminnalle. Toinen luku aloittaa teoriaosuuden. Luvussa keskitytään asiakastyytyväisyyteen, siihen vaikuttaviin tekijöihin ja tyytyväisyyden mittaamiseen. Kolmannessa luvussa siirrytään työn empiiriseen osioon. Luvussa käydään läpi asiakastyytyväisyyskysely sekä ei-käyttäjäkysely ja niiden tulokset. Neljännessä luvussa vertaillaan toteutetun asiakastyytyväisyyskyselyn tuloksia vuonna 2009 toteutetun asiakastyytyväisyyskyselyn tuloksiin. Viidennessä, ja samalla viimeisessä, luvussa tehdään johtopäätökset tuloksista ja annetaan kehitysehdotukset asiakastyytyväisyyden parantamiseksi suoritettujen kyselyiden pohjalta.

1.6 Mäntsälän kirjasto

Mäntsälän ensimmäinen kirjasto, kansankirjasto, perustettiin jo vuonna 1840 Abraham Ehnroosin toimesta. Nykyään Mäntsälän kunnankirjasto toimii keskustan kupeessa, kunnan toisen

yläkoulun läheisyydessä. Kirjasto tarjoaa kuntalaisille monenlaisia palveluita kotiin lainattavaksi tai kirjastolla käytettäväksi, kuten esimerkiksi kirjat, lehdet, videot, äänitteet ja Internet-yhteyden. Mäntsälän kunnankirjastolla järjestetään myös näyttelyitä, satutunteja sekä kirjailija-vierailuja. Mäntsälän kunnankirjasto kuuluu Kirkes-kirjastojärjestelmään yhdessä Järvenpään, Tuusulan ja Keravan kanssa. Tämä tarkoittaa sitä, että kaikissa kirjastoissa käy sama kirjastokortti ja aineistoa voi lainata niin kutsuttuna seutulainana, jolloin pientä palkkiota vastaan toisesta kirjastosta voi tilata haluamansa kirjan omaan kirjastoon lainattavaksi. Mäntsälän alueella kiertää myös kirjastoauto, joka tarjoaa kirjaston palveluita kauempana keskustasta asuville asukkaille. Henkilökuntaa kirjastossa on yhteensä 10 henkeä ja johtajana toimii Riitta Rantala.

2 Asiakastyytyväisyys

Asiakastyytyväisyys on yksi yrityksen tärkeimmistä asioista. Ilman tyytyväisiä asiakkaita ei voi olla myöskään menestyvää yritystä. Mitä enemmän yrityksellä on tyytyväisiä asiakkaita, sitä enemmän yritys saa tuottoa. Tyytymättömät asiakkaat tuskin myöskään ostavat yrityksen tarjoamaa tuotetta/palvelua uudelleen, saati suosittelevat yritystä muille ihmisille. Hyvällä asiakastyytyväisyydellä voidaan siis sekä saada uusia asiakkaita että ylläpitää vanhoja asiakassuhteita. Tyytyväinen asiakas on yritykselle merkittävä kilpailukeino. Tuotteen voi kopioida, mutta hyvä asiakaspalvelu on sellainen asia, jota kilpailevan yrityksen on erittäin vaikeaa matkia. Onnistunut asiakaspalvelu ja sen kautta tyytyväinen asiakas siis luovat yritykselle etumatkaa kilpailijoihin nähden.

Asiakkaiden tyytyväisenä pitäminen on erittäin tärkeää yritykselle, sillä asiakkaiden menetys tulee yritykselle kalliiksi. Uuden asiakkaan hankkiminen on noin viisi kertaa kalliimpaa kuin vanhojen asiakkaiden säilyttäminen, koska uuden asiakkaan hankkimiseen tarvitaan markkinointia ja mainontaa. Eräs Yhdysvalloissa tehty tutkimus osoittaa myös, että tyytymätön asiakas kertoo tyytymättömyydestään keskimäärin vähintään yhdeksälle henkilölle, kun taas 13 sadasta kertoo vähintään 20 muulle henkilölle. Toisaalta taas tyytyväiset asiakkaat kertovat tyytyväisyyden kokemuksistaan ainoastaan vähintään noin viidelle muulle ihmiselle. Tämä saattaakin tuoda yritykselle melkoisia tappioita, jos tyytymättömiä asiakkaita on useita. (Järvelin, Kvist, Kähäri & Räikkönen 1992, 43-44.)

Yleisimpiä tekijöitä, jotka aiheuttavat tyytymättömyyttä, ovat sovittujen asioiden pettäminen (esim. aikataulut) sekä epätasainen toimintatase ja ennakko-odotuksia huonompi tasoinen toiminta. Muita tyytymättömyyteen vaikuttavia tekijöitä ovat suuret hintojen nousut, hintaan lisättävät asiat, joista asiakas ei ollut tietoinen, valitukseen reagoimattomuus sekä se, ettei asiakkaan pyyntöihin vastata. (Rope 2000, 558.)

Asiakkaiden tyytyväisyyden asteissakin on eroja. Jos asiakas on tyytyväinen yritykseen, hän mahdollisesti ostaa uudelleen. Erittäin tyytyväinen asiakas taas ostaa erittäin todennäköisesti uudelleen. Tämä olisi hyvä huomioida, sillä asiakkaan ollessa vain tyytyväinen, hän vaihtaa suhteellisen helposti ostopaikkaa, mikäli löytää samantasoisen tai paremman toimittajan. Erittäin tyytyväinen asiakas taas ei niinkään helposti vaihda ostopaikkaa. (Kotler 1999, 130.)

Asiakastyytyväisyyteen kuuluu olennaisena osana asiakkaan tarpeiden tyydyttäminen. Asiakkaan tarpeet voivat olla sekä tiedostettuja että tiedostamattomia. Tiedostamattomia palvelun käyttömotiveja voivat olla esimerkiksi yhteenkuuluvuuden tai itsearvostuksen tarpeiden tyydyttäminen. Asiakastyytyväisyyttä tuottavat palvelun ominaisuudet ja palvelun käytön seuraukset. Palvelun käytön seuraukset voivat olla joko toiminnallisia, eli käytännön seurauksia, tai psykologisia. Psykologisiin palvelun käytön seurauksiin voi kuulua esimerkiksi itsensä arvostamisen tarpeen tyydyttäminen tai statuksentavoittelu. Käytännön seurauksia ovat ne tekijät, joista on konkreettista hyötyä asiakkaalle. Eräänä määritelmänä termille asiakastyytyväisyys voidaan pitää myös asiakkaan odotusten täyttymistä. Asiakkaan odotukset vaikuttavat olennaisesti tyytyväisyyteen. Asiakas on tyytyväinen palvelun tasoon silloin, kun odotukset palvelun tasosta täyttyvät tai ylittyvät. (Ylikoski 2000, 151; Asiakastyytyväisyys 2009.)

Asiakastyytyväisyyttä voidaan tarkastella sekä tilannekohtaisesti että kumulatiivisesti. Tilannekohtainen asiakastyytyväisyys tarkoittaa sitä, että asiakas arvioi juuri sillä hetkellä kuluttamaansa tuotetta tai palvelua tai vaihtoehtoisesti heti ostotapahtuman jälkeistä arviointia ostotilanteesta. Tilannekohtaisen asiakastyytyväisyyden huomioiminen on yritykselle erityisen tärkeää, jotta palvelutapahtumaa pystytään muuttamaan tilanteen mukaan asiakkaalle mieluisampaan suuntaan. Kumulatiivinen asiakastyytyväisyys puolestaan tarkoittaa sitä, että asiakas on käyttänyt yrityksen palveluja jo useamman kerran, mahdollisesti eri toimipisteissä sekä erilaisia kanavia käyttäen. Kumulatiivisessa asiakastyytyväisyydessä asiakas siis arvioi kokonaiskuvaa perustuen asiakkaan kokemaan osto- ja palveluhistoriaan eikä vain yhtä palvelutapahtumaa. Jos asiakas saa hyvän kokemuksen yrityksen palveluista useamman kerran, tulee hänestä todennäköisemmin uskollinen asiakas yritykselle. (Zeithaml, Bitner & Gremler 2006, 108-109.)

2.1 Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät

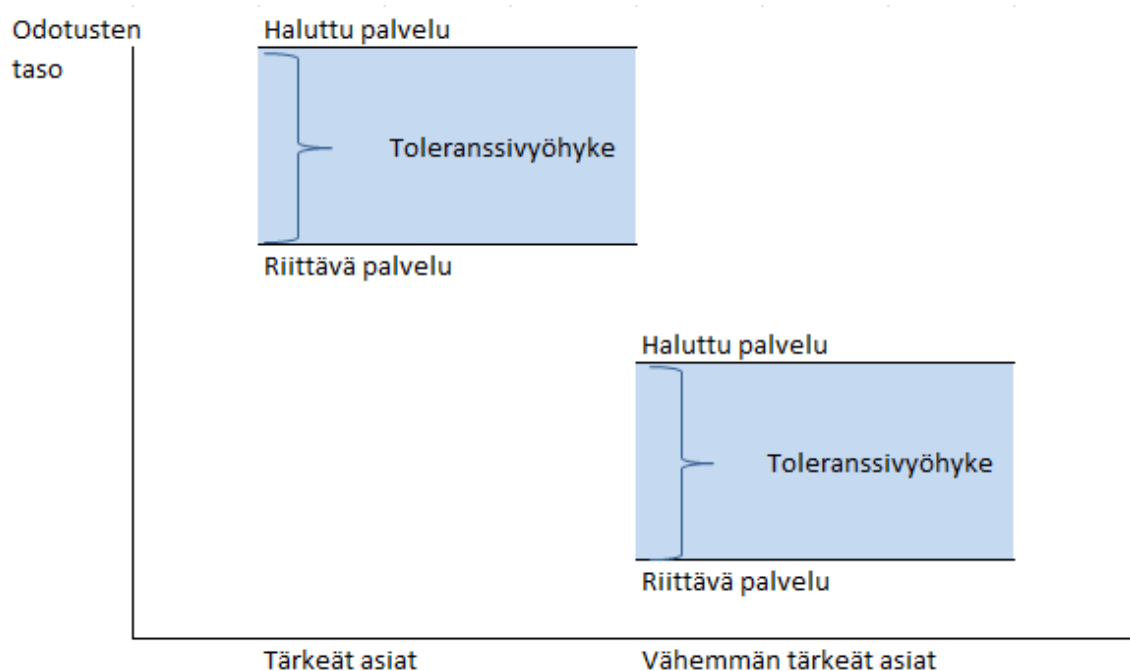
Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat monet erilaiset tekijät. Vaikuttavia tekijöitä ovat esimerkiksi asiakaspalvelun laatu, tuotteen/palvelun laadukkuus, hinta, yrityskuva tai yrityksen imago, mahdolliset muut asiakkaat sekä asiakkaan omat toiveet ja odotukset.

Asiakaspalvelu on monesti tärkein tekijä asiakastyytyväisyydessä. Vaikka asiakkaan sama tuote ei olisikaan yhtä hyvä kuin asiakas on odottanut, voidaan hyvällä asiakaspalvelulla kuitenkin saada aikaan myönteinen mielikuva yrityksestä. Yritysten tulisikin muistaa hoitaa myös reklamaatiotapaukset ja huonot palautteet hyvän asiakaspalvelutavan mukaisesti. Reklamaa-

tioista ja huonostakin palautteesta on yritykselle kuitenkin loppupeleissä hyötyä. Mikäli kukaan ei ilmoittaisi yritykselle esimerkiksi huonosta palvelusta, saattaisivat asiakkaat vain kadota ja yritys ei tietäisi mistä tämä johtuu, eikä pystyisi korjaamaan huonosti olevia asioita. US News and the World - lehden tekemän, noin 4000 haastattelua käsittäneen, tutkimuksen mukaan jopa 68 % asiakasmenetysten syistä johtuu asiakkaan huonosta kohtelusta ja asiakaspalvelusta. (Lahtinen & Isoviita 1998, 5.)

Palvelun laadun tulisi olla jokaisessa tilanteessa riittävän hyvää, vaikka eri asiakkaat saattavatkin kokea samantasoisien palvelun eri tavalla. Myös sama asiakas saattaa kokea palvelun laadussa vaihteluita eri asiointikertojen välillä. Toisaalta asiakasta ei saa myöskään palvelua liian hyvin eli paljon yli asiakkaan omien odotusten, sillä se luo asiakkaalle vieläkin enemmän odotuksia palvelun laadun suhteen seuraavia asiointikertoja ajatellen. Tällöin asiakaspalvelusta tulee erittäin kallista, kun siihen joudutaan panostamaan entistä enemmän. Mikäli asiakaspalvelu ei seuraavalla asiointikerralla olekaan yhtä hyvää kuin edellisellä kerralla, jolloin se ylitti asiakkaan odotukset reippaasti, asiakas pettyy vaikka palvelu olisikin asiakkaan alkupe-
räisten odotusten tasolla. (Bergström & Leppänen 2003, 159.)

Zeithaml & Bitner ovat esittäneet kirjassaan mallin palvelun toleranssivyöhykkeistä (Kuvio 1). Se lähtee olettamuksesta, että asiakkaalla on ennakkokäsitys siitä, mikä palvelun taso on riittävä ja sen lisäksi odotus halutusta palvelun tasosta, eli mitä palvelu voi juuri hänelle olla parhaimmillaan. Näiden kahden palvelun tason väliin jää niin sanottu hyväksyttävän palvelun alue eli toleranssivyöhyke. Tällä alueella tapahtuvan palvelun tason vaihtelun asiakas vielä sietää. Sen lisäksi, että palvelu voi tietysti olla asiakkaan mielestä huonoa, se voi olla myös liian hyvää. Esimerkiksi mennessään itselleen liian hienoksi kokemaansa ravintolaan asiakas saattaa tuntea olonsa epämiellyttäväksi. (Pesonen, Lehtonen & Toskala 2002, 46.)



Kuvio 1: Palvelun toleranssivyökkeet (Zeithaml & Bitner 1996).

Hinta on yksi asiakastyytyväisyyteen vaikuttavista tekijöistä. Jotkut yritykset voivat houkuttaa asiakasta alhaisen hinnan avulla. Joissain tapauksissa palvelun tai tuotteen laatu voi kyllä olla asiakkaan mielestä hyvä, mutta hinta liian korkea, jolloin tuote tai palvelu jää ostamatta. Useasti myös korkeasti hinnoiteltujen tuotteiden tai palveluiden oletetaan olevan laadukkaampia kuin alhaisemmin hinnoiteltujen. Koska hintavertailu on internetin myötä muuttunut erittäin helpoksi, tulisi yritysten panostaa entistä enemmän muihin asiakastyytyväisyyttä luoviin osa-alueisiin. Mikäli esimerkiksi yrityksen palvelu on huippuluokkaa, ei asiakas ehkä hypäpä niin helposti kilpailevan, tuotetta halvemmalla hinnalla tarjoavan yrityksen kelkkaan. Tyytyväinen asiakas ei myöskään niin helposti lopeta yrityksen palveluiden käyttämistä, vaikka hinnat nousisivatkin. Tyytymättömämpi asiakas taas helposti vaihtaa halvempia palveluja tarjoavaan yritykseen.

Yrityskuva tai yrityksen imago luovat asiakkaalle mielikuvaa siitä, millaista palvelua on odotettavissa. Mikäli yrityksen palvelu täsmää asiakkaan odotuksiin tai ylittää ne, on asiakas tyytyväinen. Yrityskuvaa luovat yrityksen mainonta ja markkinointi, mutta myös palvelua aiemmin käyttäneet asiakkaat. Koska monesti ihmiset suosittelivat tai varoittelivat muita käyttämistään yrityksistä, tulisi yrityksen muistaa antaa jokaiselle asiakkaalleen mahdollisimman hyvä kokemus. Tämä edellyttää palvelun tasalaatuisuutta. Yrityksen tulisi antaa asiakkaille mahdollisimman tasaista palvelua päivästä riippumatta. Jokaisen työntekijän tulee antaa asiakkaalle yhtä hyvää palvelua, sillä vaikka suurin osa asiakaspalvelijoista olisikin ammattitaitoisia ja ystävällisiä, voi yksi ainoa huono asiakaspalvelutilanne romuttaa asiakkaan tyyty-

väisyyden yritykseen. Yrityksen huono imago voi heikentää palvelun laadun kokemusta ja hyvä imago taas voi antaa anteeksi joitakin puutteita palvelun laadussa. Toisaalta taas voisi kuvitella, että jos yrityksen imago on erittäin hyvä, ovat myös asiakkaan odotukset korkeammalla, jolloin yrityksen paineet lunastaa asiakkaan odotukset ovat suuremmat. (Pesonen ym. 2002, 46.)

Vaikka yrityksen asiakaspalvelu, laatu ja hinta olisivat kohdallaan, on palvelun ajankohdalla merkitystä, koska myös muut asiakkaat voivat vaikuttaa palvelukokemuksen tyydyttävyyteen. Esimerkiksi ravintolassa kuuluva muiden asiakkaiden aiheuttama meteli voi haitata muutoin hyvää palvelukokemusta. Toisaalta joihinkin tilanteisiin tarvitaan muita asiakkaita, jotta asiakas voi olla tyytyväinen. Esimerkiksi tyhjä yökerho ei luultavasti ole monenkaan ihmisen mielestä ihanteellinen tapa viettää iltaa. (Pesonen ym. 2002, 45.)

Myös muut tilannetekijät, kuten asiakkaan kiire, voivat vaikuttaa asiakkaan tyytyväisyyteen, vaikkei yritys tällaisiin asioihin voikaan vaikuttaa. Muutkin asiakkaan yksilölliset ominaisuudet vaikuttavat tyytyväisyyden muodostumiseen. Hyvällä tuulella olevaa asiakasta on helpompi miellyttää kuin huonolla tuulella olevaa. Jos asiakas on hyvällä tuulella hän saattaa antaa pienet virheetkin anteeksi, kun taas huonolla tuulella ollessa negatiivisten asioiden merkitys korostuu. (Ylikoski 2000, 90.)

Edellä mainittujen asioiden lisäksi asiakkaan kokemaan laatuun vaikuttavat tietenkin yrityksen ulkoiset tekijät. Nämä tekijät jäävät usein myös päällimmäisenä asiakkaan mieleen, vaikka ne eivät olekaan tärkein asia. Ulkoisiin tekijöihin voidaan lukea esimerkiksi asiakaspalvelijoiden ulkoinen olemus sekä toimitilojen viihtyisyys. Lisäksi palvelujen saavutettavuus on tärkeä asia asiakastytyväisyyden luomisessa. (Pesonen ym. 2002, 46.)

Asiakkaan palveluodotukset voivat olla joko ennakoivia tai ohjeellisia. Ennakoivalla tarkoitetaan odotuksia siitä, millaista palvelu tulee olemaan. Asiakkaan käyttäessä palvelua ensimmäistä kertaa, ovat odotukset puhtaasti ennakoivia. Kokemuksen myötä odotukset muuttuvat ohjeellisiksi, eli asiakkaalla on jo jotakin pohjaa odotuksilleen edellisten palvelukertojen perusteella. (Ylikoski 1997, 84.)

Yrityksen tulisi muistaa, että kaikki asiakkaatkaan eivät ole yhtä tärkeitä. Kotler jakaa kirjassaan 80 konseptia menestykseen asiakkaat neljään ryhmään: kannattavimmat asiakkaat, lupaavimman kasvun asiakkaat, haavoittuvimmat asiakkaat sekä kaikkein hankalimmat asiakkaat. Tyytyväisimpinä täytyy tietenkin pitää kahden ensimmäisen ryhmän asiakkaat. Kolmannen, eli haavoittuvimpien asiakkaiden ryhmään tulisi kiinnittää pikaista huomiota, jottei heitä menetettäisi. Kaikkein hankalimpien asiakkaiden - ryhmän säilyttäminen taas ei ole yritykselle tärkeää. Kotlerin (2005, 18) mukaan tälle ryhmälle voidaan antaa mahdollisuus uudistua

esimerkiksi korottamalla heidän maksamiaan hintoja tai huonontamalla heidän palveluaan. Mikäli he tämän jälkeen vielä jäävät asiakkaiksi, tulee heistä kannattavia asiakkaita. (Kotler 2005, 18.)

2.2 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen

Asiakastyytyväisyyttä voidaan mitata esimerkiksi erilaisilla asiakastyytyväisyystutkimuksilla. Tuire Ylikoski (2000, 156) jakaa kirjassaan asiakastyytyväisyystutkimusten tavoitteet neljään päätavoitteeseen: asiakastyytyväisyyteen vaikuttavien keskeisten tekijöiden selvittäminen, tämänhetkisen asiakastyytyväisyyden tason mittaaminen, toimenpide-ehdotusten tuottaminen sekä asiakastyytyväisyyden kehittymisen seuranta. Ensimmäisessä kohdassa selvitetään, mitkä asiat tuottavat asiakkaalle tyytyväisyyttä. Toisessa kohdassa mitataan sitä, kuinka yritys suoriutuu näiden asioiden tuottamisessa. Edellisten kohtien perusteella voidaan nähdä, millaisia toimenpiteitä tarvitaan tyytyväisyyden kehittämiseksi. Seuranta täytyy tehdä ja mittauksia uusia, jotta nähdään onko tyytyväisyys muuttunut, ja ovatko korjaavat toimenpiteet vaikuttaneet tyytyväisyyden kehittämiseen. (Ylikoski 2000, 156.)

Asiakastyytyväisyyttä voidaan mitata lisäksi kyselylomakkeilla. Kyselylomakkeen pohjana voidaan käyttää jo olemassa olevia tietoja asiakkaan tyytyväisyyteen vaikuttavista tekijöistä. Näitä voivat olla erilaiset laatumittarit, asiakkaiden tekemät valitukset sekä henkilöstön ja johdon näkemykset asiakastyytyväisyyteen vaikuttavista tekijöistä. Kysyttävien asioiden tulisi olla sellaisia, jotka ovat asiakkaalle tärkeitä ja sellaisia, joihin yritys voi vaikuttaa. (Ylikoski 2000, 160-162.)

Lomakkeen valmistumisen jälkeen aloitetaan tiedon kerääminen. Kun tieto on kerätty, tulos analysoidaan. Kyselylomakkeita analysoidaan lähinnä tilastollisin menetelmin, jolloin tulokset esitetään taulukoina ja kuvioina. Toki avointen kysymysten avulla saadaan myös laadullisia vastauksia. Kyselylomakkeiden avulla saadaan tietoa siitä, millainen on tyytyväisyyden taso koko asiakaskunnan kannalta, tai mikäli kyselylomake on hyvin laadittu, kuinka tyytyväisiä eri asiakasryhmät ovat yrityksen toimintaan. (Ylikoski 2000, 165-166.)

Koko yrityksen asiakaskuntaa ei tietenkään voida saada vastaamaan asiakastyytyväisyyskyselyyn. Kyselyyn tulisi kuitenkin saada mahdollisimman kattava otos asiakaskunnasta, eli mahdollisimman erityyppisiä asiakkaita. Kysely voidaan kohdistaa myös jollekin tietylle asiakasryhmälle. Kyselyiden avulla voidaan kerätä esimerkiksi vain uusien asiakkaiden tai kanta-asiakkaiden kokemuksia yrityksestä. (Ylikoski 2000, 165.)

Asiakaskyselyitä voidaan pitää myös eräänlaisena markkinointina. Kyselyistä usein tiedotetaan mediassa, kuten lehdissä tai internetissä. Näin saadaan paitsi kyselyä, myös itse yritystä esille. Kyselyn avulla voidaan myös ylläpitää vanhoja asiakassuhteita. Jos kysely toteutetaan hyvin ja asiakas huomaa, että kehitystä tapahtuu kyselyn jälkeen, voi se vahvistaa asiakas-

suhdetta entisestään. Asiakas voi näin tuntea pystyvänsä todella vaikuttamaan siihen mitä yrityksessä tapahtuu. Toisaalta taas huonosti toteutettu kysely voi vaikuttaa asiakassuhteeseen negatiivisesti, jos asiakkaasta tuntuu, ettei hänen mielipiteitään huomioida.

Kyselylomakkeiden suurimpana ongelmana on se, että ihmiset eivät välttämättä enää jaksa vastata erilaisiin kyselyihin, koska niitä on niin paljon. Ongelmana on myös se, että jos kyselylomakkeita ei laadita huolella ja harkiten, ei niistä ole paljonkaan hyötyä. Moni kysely jää tavallaan kesken, kun tulosten analysoinnin jälkeen ei aletakaan minkäänlaisiin toimenpiteisiin asiakastyytyväisyyden kehittämiseksi vaan kysely unohtuu. Toisaalta, jos kehitystoimenpiteisiin ryhdytään, tulisi niiden näkyä asiakkaalla asti.

Kolmantena asiakastyytyväisyyden mittaamisen keinona Ylikoski (2000, 165) esittelee valeasiakkaiden käyttämisen eli ns. Mystery Shoppingin. Valeasiakkaat käyttäytyvät tavallisten asiakkaiden tavoin ja arvioivat palvelutilannetta asiakkaan näkökulmasta. Henkilökunta tietää, että valeasiakkaita saattaa olla, mutta he eivät pysty erottamaan näitä tavallisista asiakkaista. Mystery Shopping on hyvä keino saada tietoa siitä, kuinka henkilökunta todella käyttäytyy tavallisessa asiakaspalvelutilanteessa. (Ylikoski 2000, 165.)

Asiakastyytyväisyyttä täytyy mitata jatkuvasti. Ei riitä, että tehdään silloin tällöin asiakastyytyväisyystutkimuksia, vaan kaikki asiakkailta tuleva palaute täytyy huomioida ja kehittää toimintaa sen mukaan paremmaksi. Yrityksen omilla työntekijöillä on varmasti jonkinlainen käsitys asiakkaiden tyytyväisyydestä. Tyytyväisyyttä voidaan seurata jopa viikoittain, vaikka asiakkaille itselleen ei suoritettaisikaan minkäänlaista tutkimusta.

Päivittäisten asiakkailta kuultujen kommenttien perusteella saadaan selville mikä juuri sillä hetkellä on hyvin ja mikä huonosti, eli mitä yrityksen tulisi alkaa kehittää. Asiakaspalautteen antaminen tulisikin tehdä asiakkaalle mahdollisimman helpoksi. Palautteen antamisväyliä tulee olla useita, joista asiakas voi halutessaan valita mieluisen. Mahdollisia palautteen antamisväyliä ovat esimerkiksi palautelomakkeet, jotka ovat esillä yrityksen toimipaikoissa, palautepuhelin, johon asiakkaan on mahdollista soittaa tai erillinen sähköposti palautteen antamista varten. Tietenkin myös yrityksen henkilökunnalle täytyy pystyä antamaan palautetta.

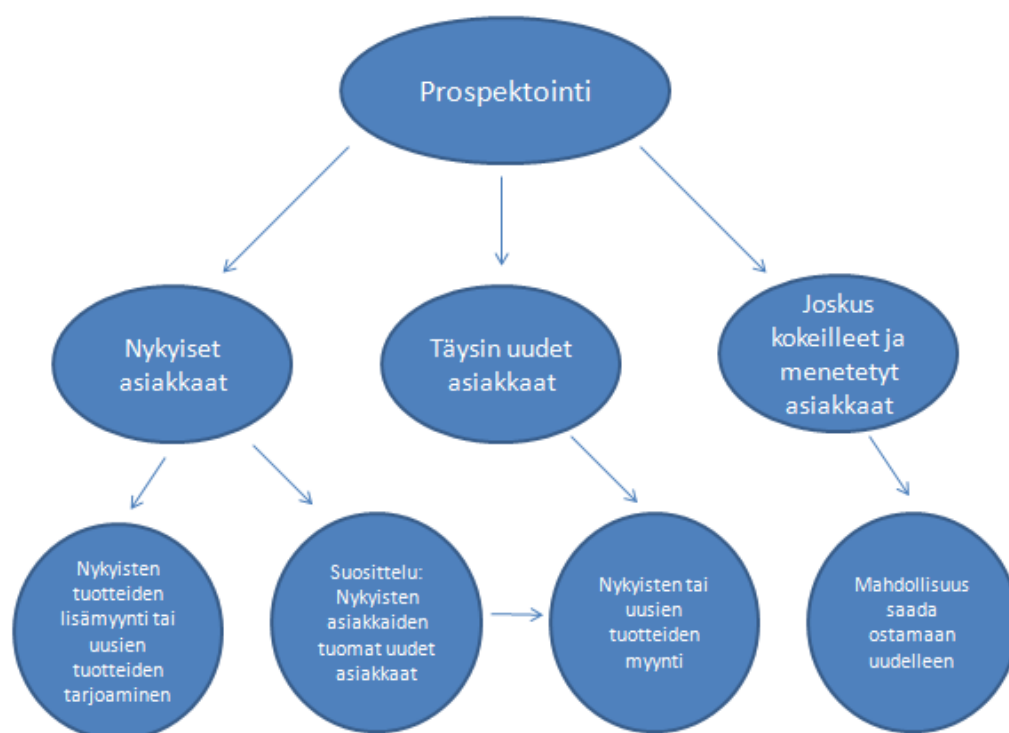
Kuten aiemminkin on mainittu, tulisi tämän kehityksen tietenkin näkyä myös asiakkaalle asti. Yrityksen tulisi myös muistaa, että pelkästään reklamaatioiden jälkeen kerätty palaute ei sinällään ole tyytyväisyyden seuraamista. Tällöin virhe on jo tapahtunut, ja korjaavat toimenpiteet virheen jälkeen ovat vain asiakkaan tyytymättömyyden lievittämistä, ei tyytyväisyyden parantamista. Reklamaatioiden ja valitusten käsittely tulee myös yritykselle kalliiksi. Asiakastyytyväisyyteen panostamalla voidaan vähentää reklamaatioiden ja niistä johtuvien palautusten määrää.

2.3 Uusasiakashankinta

Uusasiakashankinta tarkoittaa nimensä mukaisesti uusien asiakkaiden hankkimista yritykselle. Koska uusien asiakkaiden hankkiminen on huomattavasti kalliimpaa kuin vanhojen asiakkuuksien säilyttäminen, tulisi yrityksen ensisijaisesti panostaa jo olemassa oleviin asiakkaisiin. Luonnollisesti, jos yrityksellä on tarvetta hankkia uusia asiakkaita, tulisi myös vanhoista asiakkaista pitää kiinni. Vanhoja asiakkaita ei siis saa unohtaa, vaikka yritys yrittäisikin hankkia uusia asiakkaita. Uusasiakashankintaan liittyy tietenkin olennaisena osana markkinointi. Yritys täytyy saada jollakin keinolla näkyväksi potentiaalisille asiakkaille. (Mäntyneva 2001, 19-20.)

Asiakkaat voidaan jakaa erilaisiin ryhmiin sillä perusteella missä asiakassuhteen vaiheessa he ovat. Perusryhmiä ovat potentiaalinen asiakas, satunnaisasiakas, kanta-asiakas sekä entinen asiakas. Potentiaalinen asiakas voidaan jakaa edelleen suspekteihin ja prospekteihin. Potentiaaliset asiakkaat ovat yritykselle mahdollisia uusia asiakkaita, jotka eivät ole vielä ostaneet yritykseltä. Suspektit ovat sellaisia asiakkaita, joihin yrityksellä ei vielä ole minkäänlaista kontaktia, kun taas prospekteihin on saatu jo jonkinlainen yhteys, kuten yhteystiedot ja tietoa ostopotentiaalista. Satunnaisostaja voi olla henkilö, joka ostaa yritykseltä ensimmäistä kertaa tai vaihtoehtoisesti asiakas, joka käyttää yrityksen palveluja silloin tällöin. Yrityksen olisi tärkeää pystyä tunnistamaan ensiostajat ja pitämään heidät tyytyväisinä, koska niin saatetaan saada uusi kanta-asiakas asiakassuhdetta kehittämällä. Kanta-asiakkaat ostavat yritykseltä säännöllisesti. Kanta-asiakkaisiin kuuluu myös ryhmä avainasiakkaat, jotka ovat yritykselle kaikkien tuottoisimpia asiakkaita. Lisäksi yrityksellä voi olla niin kutsuttuja suosittelijoita, jotka suosittelevat yritystä tuttavilleen. Suosittelijat eivät välttämättä ole itse kovinkaan tuottoisia asiakkaita, mutta tuovat yritykselle uusia asiakkaita. (Bergström & Leppänen 2003, 410-411.)

Yrityksellä on erilaisia tapoja kasvattaa myyntiään (Kuvio 2). Voidaan panostaa joko nykyisten asiakkaiden ostojen lisäämiseen tai uusien asiakkaiden hankkimiseen. Uusasiakashankinta on kannattavinta silloin, kun on menetetty vanhoja asiakkaita, muuten olisi kannattavampaa panostaa vanhojen asiakkaiden ostojen lisäämiseen. Uusien asiakkaiden hankinta aloitetaan kartoittamalla nykyiset asiakkaat. Tämän kartoituksen pohjalta on helpompaa yrittää löytää uusia potentiaalisia asiakkaita, koska tunnetaan jo hieman olemassa olevaa asiakaskuntaa. Uusi asiakas täytyisi jollakin tapaa saada houkuteltua tutustumaan yrityksen tuotteisiin/palveluihin. Tuotteita voidaan markkinoida esimerkiksi tutustumistarjouksilla, tuotenäytteillä tai tuote-esittelyillä. Näin potentiaalisella asiakkaalla on matalampi kynnys ostaa yritykseltä. Jotta uudesta asiakkaasta saadaan kanta-asiakas, tulee yrityksen panostaa tuotteiden kehittämiseen, hinnan operointiin, saatavuuden varmistamiseen sekä hyvin kohdennettuun markkinointiviestintään. (Bergström & Leppänen 2003, 417-419.)



Kuvio 2: Lisämyynnin lähteet. (Bergström & Leppänen 2003.)

Nykyään markkinoinnissa käytetään tietenkin paljon internetiä. Yritystä voi mainostaa omilla kotisivuilla, jotka nykyään melkein kaikilla yrityksillä ovatkin sekä sosiaalisessa mediassa, kuten esimerkiksi Facebook. Lisäksi internetiä voi hyödyntää myös muilla tavoin. Yksi vaihtoehto on hakukoneoptimointi. Sen avulla voidaan saada omaa yritystä ylemmäksi hakutuloksissa eri hakukoneilla (esim. Google) etsittäessä. Tämä tapahtuu varmistamalla, että yrityksen kotisivuilla on sellaisia sanoja, jotka hakukoneella etsittäessä pomppaavat esille. Toisena vaihtoehtona voi olla esimerkiksi sähköpostimarkkinointi. Sähköpostimarkkinointi toimii erityisen hyvin silloin, jos yritys haluaa mainostaa esimerkiksi jotain uutta tuotetta tai palvelua vanhoille asiakkailleen. Myös verkossa mainostaminen on nykyään hyvin yleistä. Se voi olla myös yritykselle edullista, koska palvelusta maksetaan vain silloin kun potentiaalinen asiakas siirtyy yrityksen kotisivuille. (Miten saada asiakkaita ja pitää heistä kiinni 2011.)

Parhaana tapana hankkia uusia asiakkaita pidetään edelleen perinteistä myyntityötä. Myyntityö alkaa sillä, että selvitetään mistä löytyisivät yritykselle potentiaaliset asiakkaat, eli segmentoinnilla. Koska kaikkea ei ole järkevää markkinoida kaikille, on omalle yritykselle mahdolliset asiakkaat tärkeää löytää. Mikäli etsitään yritysasiakkaita, voi sopivia yrityksiä löytää esimerkiksi internetistä tai alan lehdistä. Kun potentiaaliset asiakkaat ovat löytyneet, selvitetään ensiksi heidän tarpeensa. Kun on selvillä mitä asiakas haluaa ja tarvitsee, voidaan alkaa markkinoida omaa tuotetta. Tämä onnistuu parhaiten henkilökohtaisilla asiakaskäynneillä,

koska niiden avulla voidaan erottua kilpailijoista. Monesti kilpailevien yritysten tuotteet ovat samankaltaisia, mutta henkilökohtainen esiintyminen voi tuoda palveluun jotakin uutta. Asiakas varmasti sitoutuu mieluummin sellaiseen yritykseen, jolla on kasvot, kuin sellaiseen josta ei ole koskaan tavannut ketään. Asiakas myös tuntee itsensä tärkeäksi, jos häntä kuunnellaan ja hänen toiveensa ja tarpeensa otetaan huomioon myyntitilanteessa. (Tuisku 2008.)

Uusien asiakkaiden hankkimista voidaan lähteä miettimään siltä pohjalta, millaisia yrityksen nykyiset asiakkaat ovat. Kun on saatu selville millaisia ovat tämänhetkiset asiakkaat, ja miksi juuri he käyttävät yrityksen palveluja, on helpompi lähteä etsimään uusia potentiaalisia asiakkaita. Tietysti tällaisen asiakastutkimuksen pohjalta voidaan myös saada selville, millaisia uusia palveluja voitaisiin mahdollisesti nykyisille asiakkaille tarjota. Ennen kuin uusia asiakkaita aletaan hankkia, tulee pohtia mikä on yrityksen tämänhetkinen asema paikallisilla markkinoilla, millaisia asiakkaita paikkakunnalta löytyy sekä millaisia palveluja nämä asiakkaat tarvitsevat. (Asiakas on tärkein.)

3 Asiakastytyväisyyskysely ja ei-käyttäjäkysely

3.1 Tutkimusmenetelmän valinta

Valitsimme tutkimusmenetelmäksemme kvantitatiivisen kyselytutkimuksen. Kyselytutkimus valittiin, koska sellainen oli jo aikaisemmin toteutettu Mäntsälän kunnankirjastolle ja vastuksista haluttiin saada vertailukelpoisia. Myös kirjaston toive tutkimuksen toteutuksesta vaikutti kvantitatiivisen tutkimusotteen valintaan. Kvantitatiivinen tutkimusote on parempi tämänkaltaiseen tutkimukseen, koska sillä saadaan kerättyä laaja ja vertailukelpoinen aineisto.

3.1.1 Kvantitatiivinen tutkimus

Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus tutkii fyysisiä esineitä tai ilmiöitä. Sen kohteena voivat olla myös ihmiset. Määrällinen tutkimusmenetelmä sopii parhaiten suuria ryhmiä koskevaan tutkimukseen. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa pyritään suureen yleistettävyyteen ja sen tekemisessä käytetään yleensä satunnaisotosta. Kvantitatiivista tutkimusaineistoa voidaan helposti vertailla esimerkiksi aiemmin toteutettuihin samankaltaisiin tutkimuksiin. Määrällisen tutkimuksen aineisto kerätään usein kyselylomakkeilla, ja se tallennetaan numerolliseksi aineistoksi ja analysoidaan tilastomatemattisesti. (Kvantitatiivinen tutkimus 2011; Empiiriset aineistot ja analysoinnin kysymykset.)

Määrällisen tutkimusaineiston analysoinnissa käytetään erilaisia tilastollisia tunnuslukuja. Näitä tunnuslukuja ovat esimerkiksi moodi, mediaani, keskiarvo sekä fraktilit. Edellä mainitut tunnusluvut ovat ns. keskilukuja ja niiden lisäksi on olemassa hajontalukuja, esimerkiksi vaihteluväli ja keskihajonta. (Tilastollisia tunnuslukuja.)

Koska määrällinen tutkimus arvioidaan tilastomatematisesti, liittyvät siihen olennaisena osana erilaiset tilastolliset mitta-asteikot. Tilastollisia mitta-asteikkoja ovat nominaali- eli laatuasteikko, ordinaali- eli järjestysasteikko, intervalli- eli välimatka-asteikko sekä suhteasteikko. Nominaaliasteikolla mitattaessa asiat voidaan luokitella kahteen tai useampaan luokkaan samanlaisuutensa tai erilaisuutensa perusteella. Tällä asteikolla mitattaville asioille ei voida tehdä minkäänlaisia laskutoimituksia. Esimerkkejä nominaaliasteikolla mitattavista asioista ovat kaupunki/maalaiskunta, suomalainen/ruotsalainen, nainen/mies. Hyvä esimerkki ordinaaliasteikosta ovat erilaiset asenneskaalat, kuten samaa mieltä/eri mieltä. Tämän asteikon ryhmät voidaan järjestää jonkin kriteerin avulla. (Mitta-asteikot.)

Intervalliasteikolla voidaan nimensä mukaisesti verrata välimatkoja, kuten esimerkiksi celsius/fahrenheit. Aiemmista asteikoista poiketen intervalliasteikolla voidaan laskea kerto-, jako-, yhteen- ja vähennyslaskuja ja myös useimmat tilastolliset menetelmät ovat mahdollisia tällä asteikolla. Suhdeasteikko saadaan, kun intervalliasteikkoon lisätään absoluuttinen nollopiste. Intervalliasteikoilla voidaan mitata raha ja lukumäärämittoja, kuten esimerkiksi pituus ja paino. (Mitta-asteikot.)

Määrällisen tutkimuksen tulokset voidaan esittää tilastografiikan avulla. Tilastografiikassa tieto esitetään kuvallisoin keinoin. Hyvin tehdyn kuvion etuna on se, että kuvion avulla esitetty tieto on ”havainnollista ja huomattavasti nopeammin omaksuttavissa kuin lukuina esitetty tieto” (Miksi tilastografiikkaa käytetään?). Kuvion etuna on myös se, että sen avulla nähdään sekä säännönmukaisuudet että säännöstä eriävät poikkeavuudet heti yhdellä silmäyksellä. Kuviota voidaan myös käyttää esimerkiksi kiinnittämään huomiota tekstissä ja niiden avulla voidaan helposti tiivistää suuriakin tietomääriä. (Kolme tapaa esittää tilastotietoa; Miksi tilastografiikkaa käytetään?)

Kvantitatiiviseen tutkimukseen liittyy survey-tutkimus, koska siinä kerätään tietoa standardoidussa muodossa joukolta ihmisiä. Survey-tutkimus tarkoittaa siis kyselytutkimusta ja sen tarkoituksena on kerätä tietoa ennalta määritellyltä joukolta, jotka vastaavat samanlaisiin kysymyksiin. Määrällinen tutkimus perustuu positivismiin ja luonnontieteelliseen maailmankuvaan eli realistiseen ontologiaan. Positivismi sanaa käytetään, kun halutaan luonnehtia selvästi havaittavaa tosiasiaa. Sana positivismi on tullut sanasta ”positiivinen”. Positivismista voidaan käyttää myös nimeä looginen empirismi. Looginen empirismi korostaa empiirisiä tosiasioita ja logiikan hyödyntämistä. (Helakorpi, 7.)

3.1.2 Otanta

Otantatutkimus on osajoukon eli otoksen poimimista perusjoukosta. Otoksen perusteella tehdään päätelmiä koko perusjoukosta, joten sen täytyy olla edustava pienoiskuva perusjoukosta. Perusjoukko tarkoittaa siis sitä ryhmää, jonka käyttäytymisestä halutaan saada tietoja. Jotta tutkimus onnistuu, on tärkeää määritellä perusjoukko onnistuneesti ja täsmällisesti.

Otoksen edustavuus tarkoittaa sitä, että otoksessa on samoja ominaisuuksia samassa suhteessa kuin perusjoukossa. Otantatapoja on erilaisia, esimerkiksi yksinkertainen satunnaisotanta, systemaattinen eli tasavälinen satunnaisotanta, ositettu otanta sekä ryväotanta. (Lahtinen & Isoviita 1998, 51; Otanta.)

Yleisimmin käytetty otantatapa on yksinkertainen satunnaisotanta, jossa jokaisella havaintoyksiköllä on samanlainen mahdollisuus tulla poimituksi otokseen, joten yksiköt valitaan satunnaisesti. Valinta voi tapahtua esimerkiksi arpomalla tai satunnaislukugeneraattorin avulla. Satunnaisotanta on mahdollista toteuttaa silloin, kun otantayksiköistä on olemassa jonkinlainen rekisteri tai luettelo, ja kun niiden määrä on tiedossa. (Lahtinen & Isoviita 1998, 56; Otanta.)

Systemaattinen satunnaisotanta sopii käytettäväksi erityisesti silloin, kun perusjoukkoa ei voida tarkkaan määrittää. Systemaattisessa otannassa valitaan poimintaväli, jonka mukaan alkiot poimitaan otokseen. Myös systemaattisessa otannassa otantayksiköistä tulee olla jonkinlainen luettelo, josta sitten valitaan esimerkiksi joka kahdeksas otantayksikkö. Aloituskohdan arvotaan niin, että se on joko pienempi tai yhtä suuri kuin otantaväli. (Lahtinen & Isoviita 1998, 57; Otanta.)

Ositetun otannan avulla pyritään varmistamaan, että otos on mahdollisimman edustava tutkimuksen kannalta merkittävien ryhmien osalta. Edustavassa otoksessa tärkeät ryhmät ovat edustettuina otoksessa samassa suhteessa kuin perusjoukossa. Ositetussa otannassa perusjoukko jaetaan ensin osajoukkoihin, joista kustakin suoritetaan tämän jälkeen yksinkertainen satunnaisotanta tai systemaattinen satunnaisotanta. Osajoukoista otokseen otetaan joko yhtä monta otantayksikköä tai vaihtoehtoisesti jokaisesta osajoukosta otetaan suhteessa saman verran otantayksiköitä. Joskus jokin ryhmä voi olla niin pieni, että yksinkertainen satunnaisotanta ei pysty varmistamaan, että ryhmän edustus toteutuisi otoksessa, jolloin käytetään ositettua otantaa. (Lahtinen & Isoviita 1998, 57; Otanta.)

Ryväotannassa perusjoukon alkiot ryhmitellään ryppäisiin. Tämän jälkeen ryppäille suoritetaan satunnaisotanta, jolloin vain osa ryppäistä pääsee mukaan otokseen. Jos poimituista ryppäistä tutkitaan kaikki ryppäisiin kuuluvat alkiot, puhutaan yksiasteisesta ryväotannasta. Jos poimituista ryppäistä valitaan vain osa alkiosta tutkittavaksi, niin kyseessä on kaksiasteinen ryväotanta. Kaksiasteisen ryväotannan tutkittavat alkiot valitaan yksinkertaisella satunnaisotannalla tai systemaattisella satunnaisotannalla. Ryväotantaa on perusteltua käyttää silloin, kun perusjoukosta on vaikeaa saada yksittäisten otantayksiköiden tietoja, mutta on kuitenkin olemassa luettelo useampien otantayksiköiden muodostamista ryppäistä. (Lahtinen & Isoviita 1998, 57; Otanta.)

Otantatutkimuksen lisäksi voidaan tutkimusmenetelmänä käyttää niin kutsuttua kokonaistutkimusta. Siinä otoksen sijaan tutkitaan koko perusjoukkoa. Koska kokonaistutkimus on useimmiten vaikeampaa, pitkäkestoisempaa ja kalliimpaa kuin otantatutkimus, sitä käytetään harvemmin. Useimmiten otantatutkimuksella myös päästään yhtä tai lähes yhtä luotettavaan tuloksiin kuin kokonaistutkimuksella. Kokonaistutkimuksen tekeminen on perusteltua silloin, kun perusjoukon koko on alle 100 jäsentä, koska silloin saadaan luotettava tutkimustulos. Joissain tapauksissa sitä voidaan käyttää myös suurempien perusjoukkojen tutkimiseen. Tällainen tilanne voi olla esimerkiksi, jos jokin yritys tai yhteisö haluaa tutkia jäsentensä mielipiteitä ja ilmapiiriä ja kaikkien mielipide halutaan saada selville. Tällöinkin tutkimuksen tulisi kuitenkin onnistua kohtuullisen helposti ja edullisesti. (Lahtinen & Isoviita 1998, 50; Otanta.)

3.2 Internet- ja paperikyselyn edut ja haitat

Toteutimme kummatkin kyselyistämme internet-kyselyinä, koska Mäntsälän kunnankirjastolla oli jo käytössään valmiiksi tähän tarkoitukseen sopiva internet-pohjainen sovellus. Vuonna 2009 toteutettu kysely oli myös tehty tällä sovelluksella, joten uuden ja vanhan kyselyn vertailu tätä kautta oli helppoa.

Internet-kyselyn etuja ovat esimerkiksi se, ettei haastattelija pysty vaikuttamaan vastaajan mielipiteisiin käytöksellään sekä se, että kysymykset tulevat kaikille samassa muodossa. Internet-kyselyn toteuttaminen on suhteellisen edullista ja asiakkaat voivat vastata siihen helposti milloin haluavat myös kirjaston aukioloaikojen ulkopuolella.

Internet-kyselyiden haittana voidaan pitää sitä, että vastausprosentti jää usein alhaiseksi. Kyselyihin vastataan usein myös huolimattomasti tai kyselyyn vastaaminen voidaan jättää kesken, jolloin kaikkiin kysymyksiin ei välttämättä saada kaikilta vastaajilta vastausta. Tämä saattaa vääristää kyselyiden tuloksia. Koska internet-kyselyihin vastataan itsenäisesti, ei voida olla varmoja, onko vastaaja ymmärtänyt kysymykset oikein.

Asiakastyytyväisyyskysely toteutettiin internet-kyselyn lisäksi paperisena kyselynä, joka sijoitettiin Mäntsälän kunnankirjastoon. Paperisen kyselyn edut ja haitat ovat pääosin samat kuin internet-kyselyssäkin. Etuna paperikyselyssä voidaan pitää sitä, että koska se on sijoitettu kirjastoon, voi vastaaja halutessaan pyytää apua vastaamisen kirjaston henkilökunnalta, mikäli ei ymmärrä jotain kysymystä. Haittana internet-kyselyyn verrattaessa on tietenkin se, että paperiseen kyselyyn on mahdollista vastata ainoastaan kirjaston aukioloaikoina.

3.3 Vastaajat

Asiakastyytyväisyyskysely suunnattiin kaikille Mäntsälän kunnankirjastossa asioiville asiakkaille, joten jokainen kirjastossa tai kirjaston internet-sivuilla vieraileva voi halutessaan vastata kyselyyn. Ei-käyttäjäkyselyyn saivat myös vastata kaikki kirjaston internet-sivuilla käyvät. Tutkimuksen otantamenetelmänä oli siis kokonaisotanta.

3.4 Kyselylomakkeen laadinta ja rakenne

Asiakastyytyväisyyskyselyn kyselylomake muokattiin vuonna 2009 toteutetun asiakastyytyväisyyskyselyn kyselylomakkeen pohjalta sopivaksi tähän päivään. Kyselyssä käytettiin lähes samoja kysymyksiä kuin vuoden 2009 kyselyssä, vaikka joitakin muutoksia jouduttiin tekemään. Monivalintakysymyksiin lisättiin vastausvaihtoehtoja, koska kirjasto on päivittänyt toimintansa ajanmukaisemmaksi, ja sillä on nykyään esimerkiksi omat Facebook-sivut. Kysyimmekin asiakkailta käyttävätkö he kirjaston internet-palveluita. Joitakin vanhentuneita vastausvaihtoehtoja jouduttiin myös poistamaan lomakkeelta, koska kirjasto on lopettanut joidenkin palvelujen tarjoamisen asiakkaille. Lisäksi paperisen kyselylomakkeen ulkoasua muutettiin pirteämpään suuntaan lisäämällä siihen kuvia ja värejä.

Asiakastyytyväisyyskysely oli jaettu kahdeksaan eri osa-alueeseen kysymysten perusteella. Ensimmäisenä kysyttiin vastaajien perustietoja, kuten ikää, sukupuolta ja elämäntilannetta. Näiden tietojen perusteella voitiin helposti vertailla vastauksia keskenään. Seuraavaksi kysyimme vastaajien kirjaston ja kirjastoauton käyttötottumuksista. Kysyimme myös mitä mieltä asiakkaat ovat kirjastosta ja kirjastoautosta asiantuntijapäättäjien, kirjaston ja kirjastoauton aineistojen laadukkuudesta ja riittävydestä, kirjaston ja kirjastoauton henkilöstön asiakaspalvelusta, kirjaston verkkopalveluista sekä siitä, kuinka kirjasto ja kirjastoauto ovat vaikuttaneen asiakkaiden elämään. Lopuksi kyselyssä oli avoin kysymys, johon vastaajan oli mahdollisuus antaa omin sanoin kommentteja sekä kehitysehdotuksia kirjastolle.

Ei-käyttäjäkyselyn kyselylomake tehtiin Nokian kaupunginkirjastossa toteutetun ei-käyttäjäkyselyn kyselylomakkeen pohjalta. Kysely löytyi internetistä ja sen koettiin vastaavan Mäntsälän kunnankirjaston tarpeita. Kyselyn käyttämiseen oman kyselymme pohjana pyydettiin lupa Nokian kaupunginkirjastolta, jonka jälkeen kysymykset muokattiin Mäntsälän kunnankirjastolle sopiviksi. Muutimme lähinnä kysymyksiä, jotka koskivat kirjaston palveluita, koska ne erosivat jonkin verran Nokian kaupunginkirjaston palveluista.

Ei-käyttäjäkyselyssä oli hieman vähemmän kysymyksiä kuin asiakastyytyväisyyskyselyssä, koska kyselystä haluttiin tehdä mahdollisimman yksinkertainen vastata. Kuten asiakastyytyväisyyskyselyssä, myös ei-käyttäjäkyselyssä kysyttiin ensimmäiseksi vastaajien perustietoja. Tämän jälkeen haluttiin selvittää miksi vastaaja ei käytä kirjaston palveluja, mikäli näin on. Seuraavaksi kysyttiin mitä kirjaston palveluja vastaaja mahdollisesti tuntee. Seuraavat kysymykset koskivat kirjaston tiedottamista palveluistaan. Ensin kysyttiin vastaajan mielipidettä siihen, tiedottaako kirjasto tarpeeksi palveluistaan ja tämän jälkeen missä vastaaja toivoisi kirjaston ilmoittavan palveluistaan. Myös ei-käyttäjäkyselyyn laitettiin viimeiseksi avoin kysymys, johon vastaajan oli mahdollisuus jättää terveisiä, palautetta sekä kehittämissuhteita kirjastolle.

Kummassakin kyselyssä kysymykset olivat pääosin strukturoituja eli monivalintakysymyksiä. Jonkin verran käytimme myös sekamuotoisia kysymyksiä, joissa yksi vastausvaihtoehdoista on jätetty avoimeksi, jotta vastaaja voi kirjoittaa oman näkemyksensä kysyttävästä asiasta. Kummassakin kyselyssä oli myös lopuksi avoin kysymys, johon vastaajalla oli mahdollisuus vapaasti kertoa omia terveisiään ja kehotusehdotuksiaan kirjastolle. Monivalintakysymyksiin päädyimme, koska niihin on helppo vastata ja niitä on vaivattomampi analysoida ja käsitellä.

3.5 Kyselyn toteuttaminen

Tammikuussa 2012 kirjaston internet-sivuilla julkaistiin linkit niin asiakastytyväisyyskyselyyn kuin ei-käyttäjäkyselyyn sekä lisäksi asiakastytyväisyyskysely asetettiin esille asiakkaiden vastattavaksi kirjaston oven läheisyyteen. Kumpaankin kyselyyn annettiin vastausajaksi kolme viikkoa, joiden aikana toivottiin, että mahdollisimman moni vastaisi kyselyihin. Kumpaankin kyselyyn lisättiin myös kirjapalkinnon arvonta kaikkien vastaajien kesken. Tällä pyrittiin saamaan mahdollisimman moni vastaamaan kyselyyn.

3.6 Tutkimuksen luotettavuus

3.6.1 Validiteetti

Validiteetilla tarkoitetaan tutkimuksen kykyä selvittää sitä, mitä tutkimuksella selvitetään. Validiteetin arvioiminen tapahtuu vertaamalla saatuja tutkimustuloksia oikeaan tietoon tutkittavasta asiasta. Kun tutkimustulokset osoittavat, että saatu tieto vastaa jo olemassa olevaa tietoa tai pystyy jopa tarkentamaan olemassa olevaa tietoa, voidaan tuloksen sanoa olevan validi. Validiteetin arvioinnissa huomio keskittyy yleensä siihen, kuinka hyvin tutkimusote ja käytetyt menetelmät vastaavat tutkittavaa ilmiötä. Tutkimusotteen tulee tehdä oikeutta tutkimuksen kohteena olevan ilmiön tai asian olemukselle ja kysymyksen asettelulle ollakseen validi. (Tutkimuksen validiteetti.)

Validiteetin kannalta tutkimuksessa on tärkeää lähteä alussa miettimään sitä, millainen tutkimuksen strategia on validi eikä sitä, millä mittareilla tuloksia saadaan. Menetelmä on siis valittava sen mukaan, millaista tietoa tutkimuksella halutaan saada. Validiteetin puuttuessa tutkimuksesta tulee arvoton. Kun validiteettia ei ole, on tutkittu aivan muita asioita kuin alun perin oli tarkoitus. Validiteettia voidaan tarkastella monelta kannalta, joita ovat looginen validiteetti, sisäinen validiteetti, ulkoinen validiteetti, aineisto- eli sisältövaliditeetti, käsittevaliditeetti, ennustevaliditeetti, korrelatiivinen validiteetti, konvergenssivaliditeetti, erotte-luvaliditeetti, rakennevaliditeetti sekä kontekstivaliditeetti. Se miltä kannalta ilmiötä tarkas-tellaan, voidaan valita tutkimusaiheen ja - otteen mukaan. (Tutkimuksen validiteetti.)

Emme pystyneet juurikaan vaikuttamaan kysymysten validiteettiin, sillä kysymysten tuli olla mahdollisimman samanlaisia kuin vuoden 2009 asiakastytyväisyyskyselyssä. Koska kysymyksiä oli käytetty jo aiemmassa kyselyssä, niiden validiteetti oli jo testattu. Mielestämme validi-teetti ei kuitenkaan toteutunut täysin toivotulla tavalla. Moneen kyselyn kysymysryhmään oli

vastattu samalla tavalla. Suuri osa yksittäisistä vastaajista oli vastannut kaikkiin väittämiin valitsemalla saman vaihtoehdon, kuten esimerkiksi ”huomattavasti”, eikä vastauksissa ollut juurikaan eroja eri vastaajien välillä. Näin ollen kyselyn vastausten vertailu oli vaikeaa.

3.6.2 Reliabiliteetti

Reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimuksen vastausten luotettavuutta, toistuvuutta. Reliabiliteetti viittaa tutkimusmenetelmän kykyyn saavuttaa tarkoitettuja tuloksia eli ei-sattumanvaraisia tuloksia. Käsite liittyy yleensä kvantitatiiviseen tutkimukseen ja sen mittaamiseen. Reliabiliteettia voidaan tarkkailla esimerkiksi mittaamalla samaa asiaa päivittäin, kuten lämpötilaa. Tuloksen ollessa joka päivä sama tai lähes sama, sen voidaan sanoa olevan reliaabeli. Tutkimuksen tulos voi olla reliaabeli, vaikka se ei olisikaan validi eli pätevä. (Tutkimuksen reliabiliteetti.)

Reliabiliteetin tarkastus on jaettu neljään osaan, joita ovat kongruenssi eli yhdenmukaisuus, instrumentin tarkkuus, instrumentin objektiivisuus sekä ilmiön jatkuvuus. Kongruenssin avulla tarkistetaan miten hyvin eri indikaattorit mittaavat samaa asiaa tutkimuksessa. Mitä useampia indikaattoreita tutkimuksen teossa on mahdollista käyttää, sitä vakuuttavammaksi tulokset tulevat. Instrumentin tarkkuudella mitataan toistuvan ilmiön havainnointitarkkuutta, toisin sanottuna saman toistuvan ilmiön yhtäläisyyksiä. Instrumentin tarkkuutta voidaan tarkastaa tutkimuksessa esiintyvien asioiden osalta niin, että sama ilmiö pyritään havainnoimaan mahdollisimman moneen kertaan. Myös tutkimuksissa saatuja tuloksia keskenään vertaamalla voidaan tarkastella instrumentin tarkkuutta. (Validiteetti ja reliabiliteetti.)

Instrumentin objektiivisuudella tarkastetaan kuinka hyvin muut ymmärtävät tutkimuksen suorittaneen havainnoijan tarkoituksen. Objektiivisuuteen voidaan vaikuttaa käyttämällä useampaa havainnoijaa, joille järjestetään yhteneväiset havainnointimahdollisuudet tutkittavana olevaan asiaan. Heidän tulisi myös olla henkilökohtaiselta viitekehykseltään samanlaisia, jotta omien ominaisuuksien erot eivät vaikuttaisi havainnointiin. Kun käytetään useampaa henkilöä tekemässä havaintoja, voidaan heidän vastauksiaan vertailemalla tarkastella instrumentin objektiivisuutta. Ilmiön jatkuvuus kertoo onko jokin asia jatkuva ja samankaltainen. Ilmiön jatkuvuutta tarkastetaan vertaamalla eri aikoina tehtyjä havaintoja toisiinsa. Tuloksen on oltava sama tai lähes sama joka kerta, jotta ilmiötä voidaan sanoa jatkuvaksi. (Tutkimuksen reliabiliteetti.)

Tutkimusten reliabiliteetti pyrittiin varmistamaan sillä, että kyselyihin oli mahdollista vastata nimettömänä. Kuitenkin, jos vastaaja halusi osallistua arvontaan, häntä pyydettiin kyselyn lopuksi jättämään kirjastokorttinsa numero tai yhteystietonsa. Tämä saattoi vaikuttaa kyselyiden vastauksiin siten, että vastaajat ovat kaunistelleet vastauksiaan. Tämä taas saattaa heikentää tutkimusten reliabiliteettia. Luotettavuuteen on saattanut vaikuttaa myös se, ettei kysymyksiä välttämättä ole ymmärretty oikein. Yksi reliabiliteettiin vaikuttava tekijä on voi-

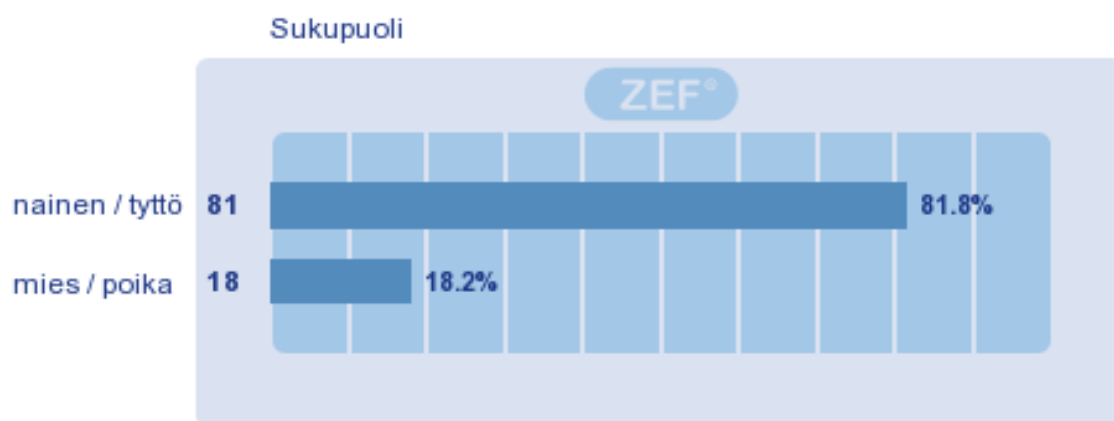
nut olla myös se, että osaan kyselylomakkeista oli vastattu huolimattomasti esimerkiksi luke-matta kunnolla kysymyksiä. Tulosten pitäisi kuitenkin olla luotettavia siltä osin, että ne kuvaavat juuri tämänhetkistä asiakastyytyväisyyttä.

3.7 Asiakastyytyväisyyskyselyn tulokset

Tässä osiossa käymme läpi asiakastyytyväisyyskyselyn tulokset ja analysoimme niitä. Vastauksia asiakastyytyväisyyskyselyyn tuli yhteensä 105. Näistä kirjastolla kyselyn paperiversioon vastanneita oli yhteensä 71 kappaletta ja internet-sivujen kautta vastanneita 34 kappaletta. Tulokset esitetään taulukoina ja prosenttijakaumina.

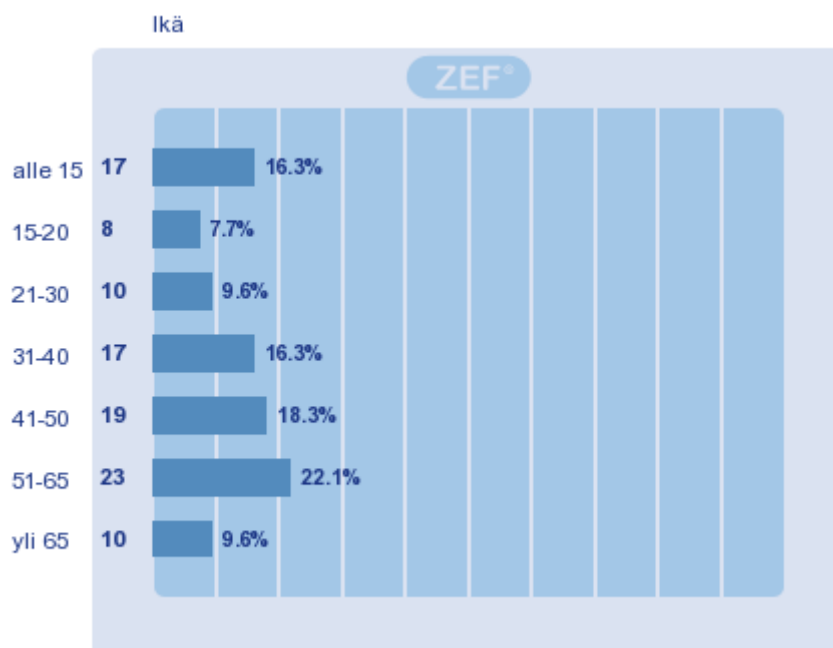
3.7.1 Vastaajien perustiedot

Ensimmäiseksi kysyimme vastaajien perustietoja, joita olivat sukupuoli, ikä ja elämäntilanne.



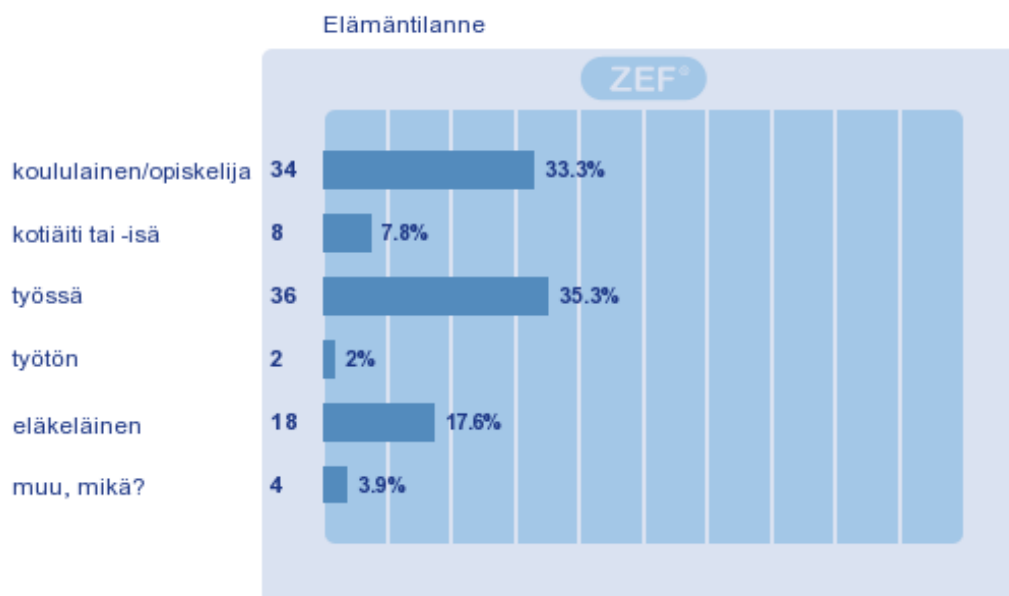
Kuvio 3: Sukupuoli

Sukupuolta kysyttäessä (Kuvio 3) vastausvaihtoehtoina olivat nainen/tyttö sekä mies/poika. Vastauksia tähän kysymykseen tuli yhteensä 102. Vastaajista 81 henkilöä (81,8 %) valitsi vaihtoehdon nainen/tyttö, kun taas vastaajista 18 henkilöä (18,2 %) ilmoitti olevansa miehiä tai poikia. Kolme vastaajista jätti kohdan tyhjäksi. Tämä voi kertoa joko siitä, että naiset ovat aktiivisempia kirjaston käyttäjiä kuin miehet, tai siitä, että naisia kiinnostaa enemmän vaikuttaa palveluihin vastaamalla kyselyihin.



Kuvio 4: Ikä.

Ikä-kohdassa (Kuvio 4) vastausvaihtoehdot oli jaettu seitsemään eri ryhmään: alle 15-vuotias, 15-20-vuotias, 21-30-vuotias, 31-40-vuotias, 41-50-vuotias, 51-65-vuotias sekä yli 65-vuotias. Vastauksia tähän kysymykseen saimme yhteensä 104 kappaletta. Suurin vastaajien ryhmä olivat 51-65-vuotiaat. Heitä oli yhteensä 22,1 % vastaajista. Vähiten vastaajia oli 15-20-vuotiaiden ryhmässä (7,7 %). Tähän saattaa tietysti vaikuttaa sekin, että tämän ryhmän ikä-haitari oli kaikista pienin. Vastaajista alle 15-vuotiaita oli 16,3 %, 21-30-vuotiaita 9,6 %, 31-40-vuotiaita 16,3 %, 41-50-vuotiaita 18,3 % ja yli 65-vuotiaita 9,6 %.

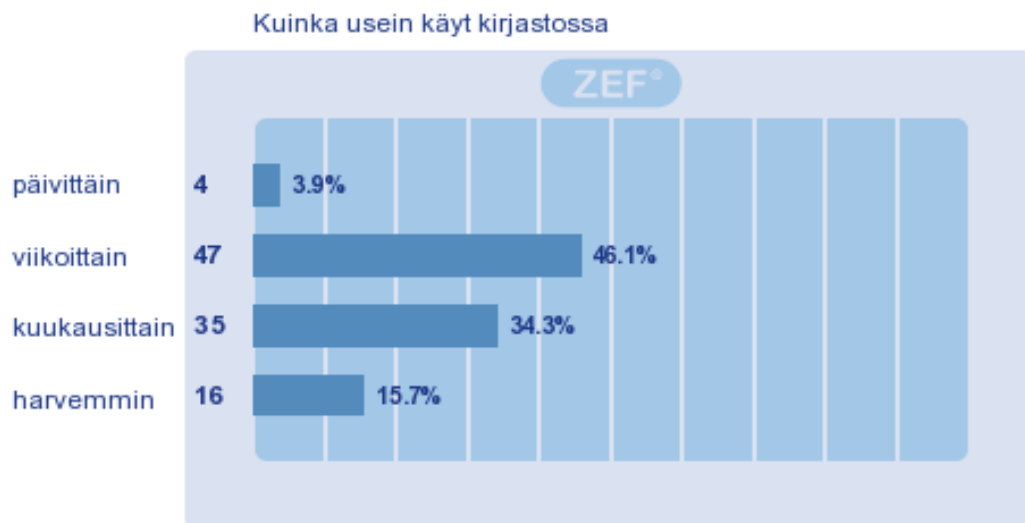


Kuvio 5: Elämäntilanne

Viimeisenä perustieto-kohdassa kysyttiin vastaajien elämäntilannetta (Kuvio 5). Vastauksia tähän kohtaan saimme yhteensä 103 kappaletta. Vastausvaihtoehtoina olivat koululainen/opiskelija, kotiäiti tai -isä, työssä, työtön, eläkeläinen sekä muu, mikä? Suurin osa vastaajista oli työssäkäyviä (35,3 %) tai koululaisia/opiskelijoita (33,3 %). Kotiäitejä tai -isiä vastaajista oli 7,8 %, työttömiä 2 %, eläkeläisiä 17,6 % ja muita 3,9 %. Kohdassa muu, mikä? vastauksena oli esimerkiksi maanviljelijä.

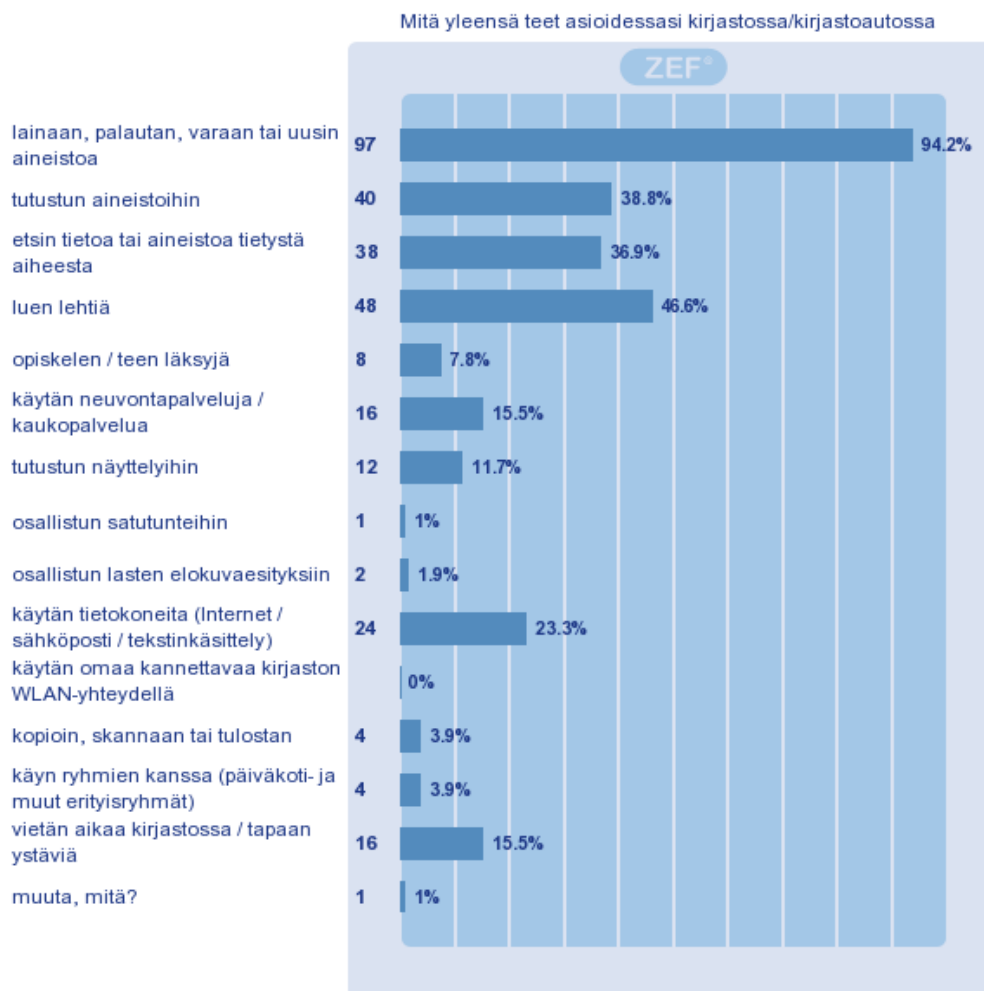
3.7.2 Kirjaston/kirjastoauton käyttötottumukset

Kirjaston käyttötottumukset -osiossa kysyimme kuinka usein vastaajat käyvät kirjastossa sekä mitä he tekevät siellä asioidessaan.



Kuvio 6: Kuinka usein käyt kirjastossa?

Kysymykseen ”Kuinka usein käyt kirjastossa?” (Kuvio 6) vastauksia tuli yhteensä 102 kappaletta. Vastausvaihtoehtoina olivat päivittäin, viikoittain, kuukausittain tai harvemmin. Vastajista 46,1 % ilmoitti käyvänsä kirjastossa viikoittain ja seuraavaksi suurin ryhmä kuukausittain (34,3 %). Vastajista 3,9 % käy kirjastossa päivittäin ja 15,7 % harvemmin kuin kuukausittain. Tästä näemme, että Mäntsälän kirjaston asiakkaat ovat melko aktiivisia kirjaston käyttäjiä.

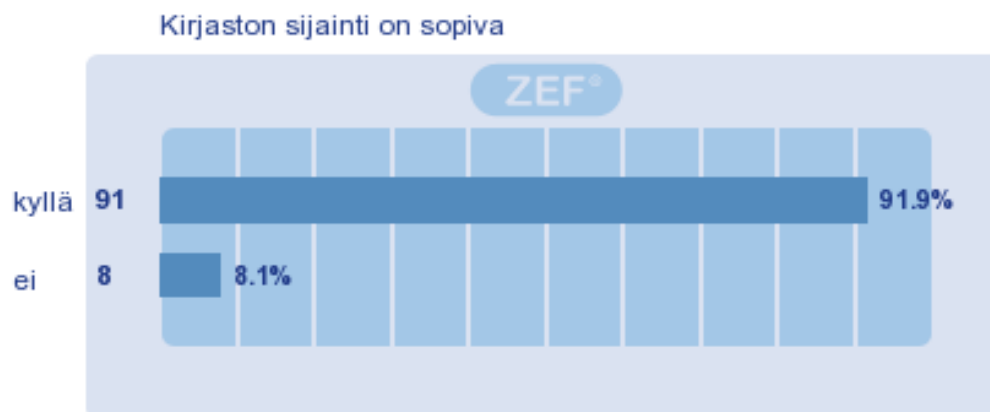


Kuvio 7: Mitä yleensä teet asioidessasi kirjastossa/kirjastoautossa?

Kysymykseen ”Mitä yleensä teet asioidessasi kirjastossa/kirjastoautossa?” (Kuvio 7) saimme vastauksia yhteensä 103 kappaletta. Vastaaajista suurin osa, 94,2 %, kertoi lainaavansa, palauttavansa, varaavansa tai uusivansa aineistoa. Seuraavaksi suurimman ryhmän muodostivat lehtiä lukevat asiakkaat (46,6 %). 38,8 % vastaajista tutustui aineistoihin, 36,9 % etsii tietoa tai aineistoa tietystä aiheesta ja 23,3 % käyttää kirjaston tietokoneita asioidessaan kirjastossa. Jonkin verran vastauksia tuli myös kohtiin opiskelen/teen läksyjä (7,8 %), käytän neuvontapalveluja/kaukopalvelua (15,5 %), tutustun näyttelyihin (11,7 %) ja vietän aikaa kirjastossa/tapaan ystäviä (15,5 %). Vastaaajista kukaan ei ilmoittanut käyttävänsä omaa kannettavaa tietokonetta kirjaston WLAN-yhteydellä. Tämä voi kertoa siitä, etteivät kirjaston käyttäjät vielä ehkä ole tietoisia tällaisesta mahdollisuudesta. Perinteinen lainaus- ja palautus-palvelu vaikuttaisi olevan edelleen suosituin kirjaston palvelu.

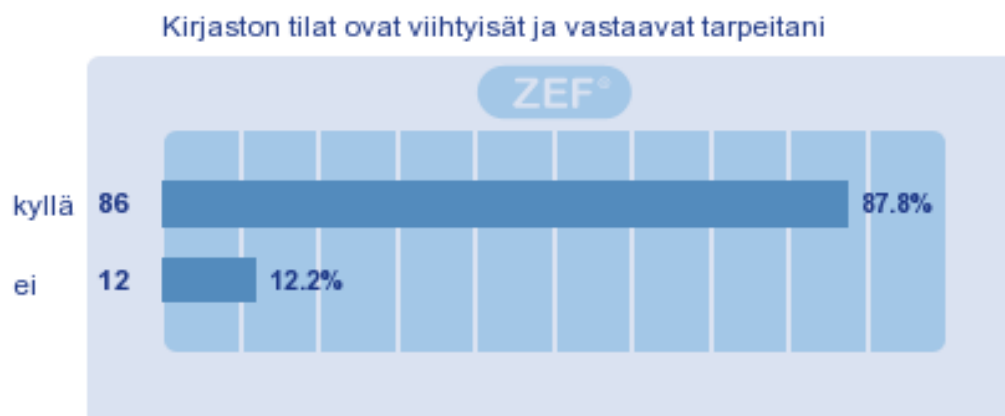
3.7.3 Kirjasto/kirjastoauto asiointiympäristönä

Osiassa kirjasto asiointiympäristönä kysyimme vastaajien mielipiteitä kirjaston sijainnista, kirjaston tilojen viihtyisyydestä, kirjaston aukioloajoista sekä kirjaston tietokoneista.



Kuvio 8: Kirjaston sijainti on sopiva

Ensimmäisenä kirjasto asiointiympäristönä - osiossa haluttiin tietää vastaajien mielipiteitä kirjaston sijainnin sopivuudesta (Kuvio 8). Vastauksia tähän tuli yhteensä 99 kappaletta. Suurin osa vastaajista koki kirjaston sijainnin sopivaksi (91,9 %). Ainoastaan 8,1 % vastaajista oli sitä mieltä, että kirjasto sijaitsee huonolla paikalla. Tästä voidaan päätellä asiakkaiden kokevan kirjaston sijaitsevan hyvien kulkuyhteyksien päässä.



Kuvio 9: Kirjaston tilat ovat viihtyisät ja vastaavat tarpeitani

Seuraavaksi haluttiin tietää ovatko kirjaston tilat viihtyisät ja vastaavatko ne asiakkaiden tarpeita (Kuvio 9). Tähän kysymykseen vastauksia saatiin yhteensä 98 kappaletta. Vastaajista 87,8 % piti tiloja viihtyisinä ja tarpeitaan vastaavina, kun taas 12,2 % ei pitänyt tiloja viihtyisinä. Avoimista kommentteista kävi ilmi, että kirjastolle toivottiin myös kokonaan uusia tiloja; ”Mäntsälä tarvitsisi ja ansaitsisi isommat ja asianmukaiset kirjastotilat. Se kohottaisi mielestäni kunnan imagoakin, kun paljon käytetty ja pidetty peruspalvelu nostettaisiin esiin ja yllpeyden aiheeksi.”



Kuvio 10: Kirjaston aukioloajat ovat sopivat

Seuraavaksi haluttiin tietää pitävätkö vastaajat kirjaston aukioloaikoja sopivina (Kuvio 10). Tähän saimme vastauksia yhteensä 95 kappaletta. Vastaajista 70,5 % piti kirjaston aukioloaikoja sopivina ja 29,5 %:n mielestä ne taas eivät olleet sopivat. Avoimissa kommentteissa toivottiin erityisesti perjantai-aukioloaikojen pidentämistä: ”Aukioloajat iltaisin ovat sopivan pitkät, koska käyn toisella paikkakunnalla töissä. Perjantai-iltaisin tosin olisi mukava käydä kirjastossa viikon päätteeksi, siihen toivoisin pidennystä.” Lisäksi toivottiin kirjaston olevan auki myös viikonloppuisin.



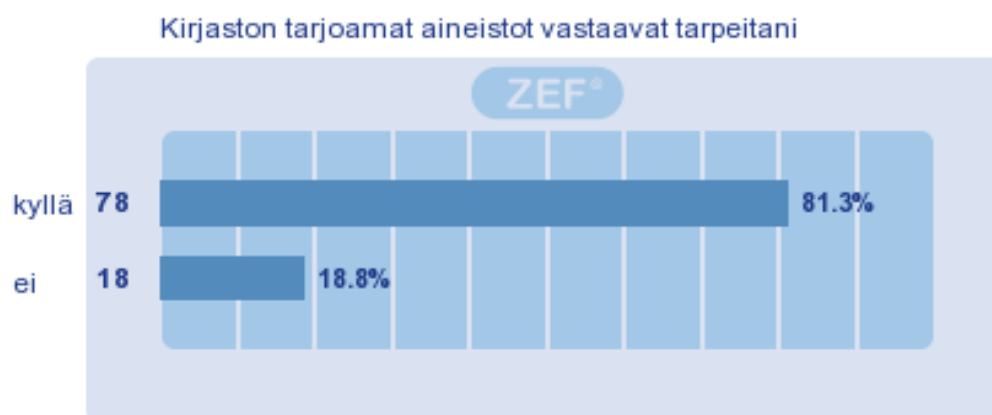
Kuvio 11: Kirjaston tietokoneet (aineistonhaku, Internet-yhteydet, tekstinkäsittely) ovat toimivat ja vastaavat tarpeitani

Viimeisenä tiedusteltiin vastaajien mielipiteitä kirjaston tietokoneiden toimivuudesta (Kuvio 11). Vastauksia tähän saimme 81 kappaletta. Ehdottomasti suurin osa (92,6 %) vastaajista piti

kirjaston tietokoneita toimivina ja tarpeellisina. Vain 7,4 % vastaajista oli sitä mieltä, etteivät kirjaston tietokoneet ole toimivia tai vastaa käyttäjien tarpeita.

3.7.4 Kirjaston/kirjastoauton aineistot

Tässä osiossa kysyimme vastaajien mielipiteitä kirjaston tarjoamien aineistojen tarpeellisudesta, ajantasaisuudesta, sijoittelun selkeydestä, riittävydestä sekä saatavuudesta.



Kuvio 12: Kirjaston tarjoamat aineistot vastaavat tarpeitani

Ensimmäiseksi kysyimme vastaavatko kirjaston tarjoamat aineistot vastaajien tarpeita (Kuvio 12). Vastauksia tähän tuli 96 kappaletta. 81,3 % vastaajista oli sitä mieltä, että aineistot vastaavat tarpeita. Lähes viidennes vastaajista (18,8 %) kuitenkin oli sitä mieltä, että kirjaston aineistot eivät vastanneet heidän tarpeitaan. Avoimissa kommenteissa valikoimaan oltiin tyytyväisiä: ” Valikoima on minulle riittävää ja aina löytyy vanhastakin aineistosta itselle uusia juttuja. Ja kivasti näyttää uutuusiakin aina tulevan. Ymmärrän ettei kaikkia uutuuksia voi tulla jatkuvalla syötöllä, joten jos tilanne ei uutuuksien osalta tästä paljoa vähene niin itse olen aineistotilanteeseen tyytyväinen.” Myös kaukolainan mahdollisuus koettiin hyväksi: ” Aineiston tilaaminen naapurikuntien kirjastoista on erittäin hyvä asia, pitääkää jatkossakin yllä näin kätevää palvelua!”



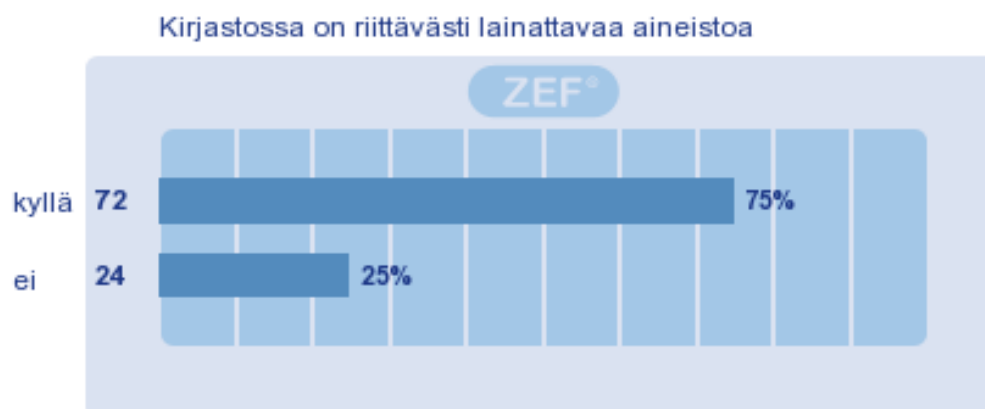
Kuvio 13: Kirjaston aineistot ovat ajantasaiset

Seuraavaksi kysyimme ovatko kirjaston aineistot vastaajien mielestä ajantasaisia (Kuvio 13). Vastauksia tähän kohtaan tuli 92 kappaletta. Suurin osa vastaajista (84,4 %) oli sitä mieltä, että aineistot ovat ajantasaisia. Eri mieltä aineistojen ajantasaisuudesta oli 15,2 %:a vastaajista. Avoimissa kommentteissa kirjaston aineistohankintoja oli pidetty riittävinä ja kerrottu vanhojen kirjojen joukostaakin löytyvän luettavaa. Parannusta oli toivottu esimerkiksi elokuvaosaston päivitykseen: ” elokuvien dvd-aineisto on aika suppea. Voisko tätä aineistoa monipuolistaa ja nopeammin tuoreempaa aineistoa lainattavaksi. Lisäksi kokoelma on melko suppea eli aika pian katsottu laatu elokuvat.”



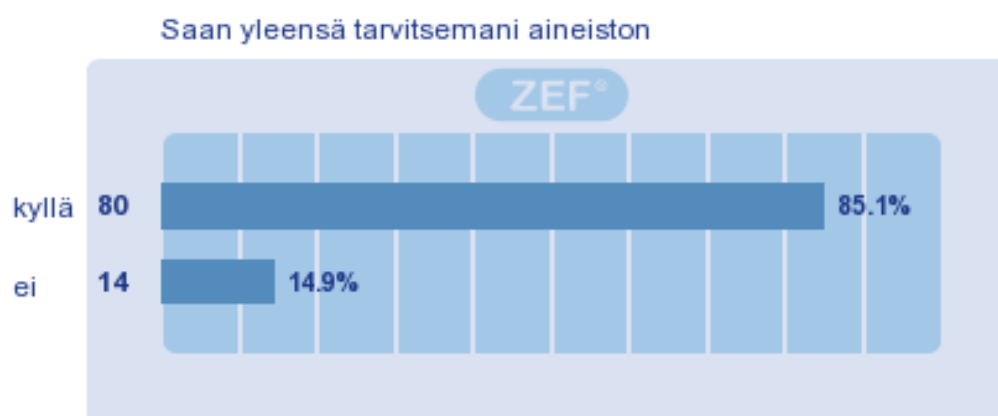
Kuvio 14: Aineiston sijoittelu on selkeää ja helposti löydettävissä

Seuraavaksi halusimme tietää onko aineiston sijoittelu selkeää ja helposti löydettävissä (Kuvio 14). Vastauksia saimme 93 kappaletta. ”Kyllä” vastasi 84,9 % vastaajista ja ”Ei” 15,1 % vastaajista. Suurin osa vastaajista siis koki kirjaston yleisilmeen olevan selkeä. Avoimissa kommentteissa kirjaston järjestystä ja sen uusimista edellisen asiakastyytyväisyyskyselyn jälkeen oli keuhuttu: ”Aineisto on löydettävissä paremmin kirjaston uusiutumisen jälkeen”



Kuvio 15: Kirjastossa on riittävästi lainattavaa aineistoa

Kysyttäessä kirjaston aineistojen riittävydestä (Kuvio 15), tyytyväisyys laski hieman muihin tämän osion kysymyksiin verrattuna. Neljännes vastaajista oli sitä mieltä, ettei kirjastossa ole tarpeeksi lainattavaa aineistoa. Kolme neljännestä kuitenkin piti lainattavan aineiston määrää riittävänä. Avoimista kommentteista kävi kuitenkin ilmi, että vanhaakin aineistoa pidetään tärkeänä: ”Mukavaa, kun kirjastossa on aineistoa myös aikaisemmilta vuosilta. On ollut hienoa törmätä vuosia aikaisemmin lukemaansa kirjaan, ja päästä lukemaan se uudelleen. Dekkareiden ystävänä pidän siitä, että aineisto on sijoitettu aihepiirin mukaan.”

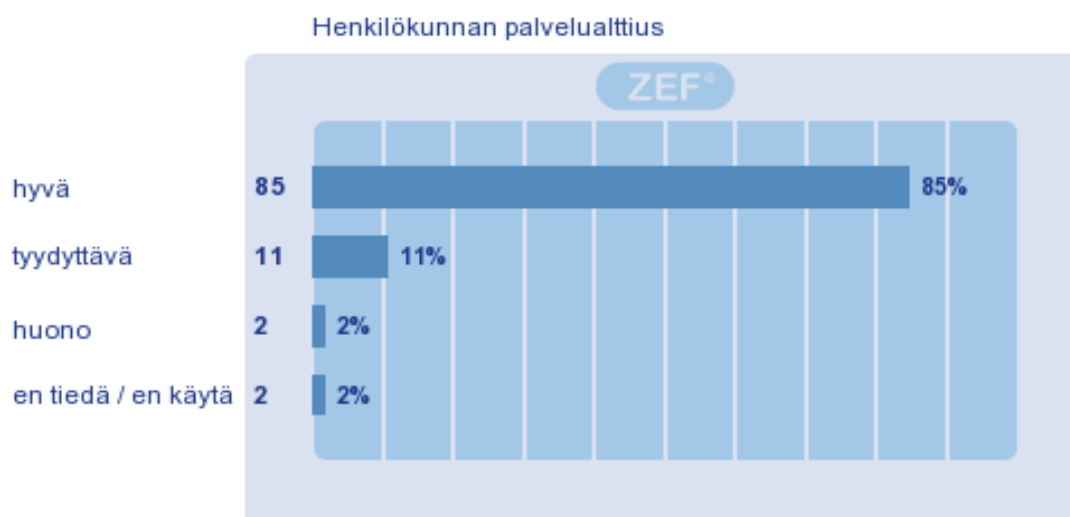


Kuvio 16: Saan yleensä tarvitsemani aineiston

Seuraavaksi haluttiin tietää, onko tarvittava aineisto yleensä vastaajien saatavissa (Kuvio 16). 85,1 % vastaajista oli sitä mieltä, että saa yleensä tarvitsemansa aineiston. 14,9 % taas ei kokenut saavansa kirjastosta tarvitsemaansa aineistoa. Avoimissa kommentteissa kaukolainan mahdollisuutta pidettiin hyvänä: ” Jos kirjastosta ei löydä hakemaani aineistoa, niin yleensä sen on saanut kaukolainauksella.”

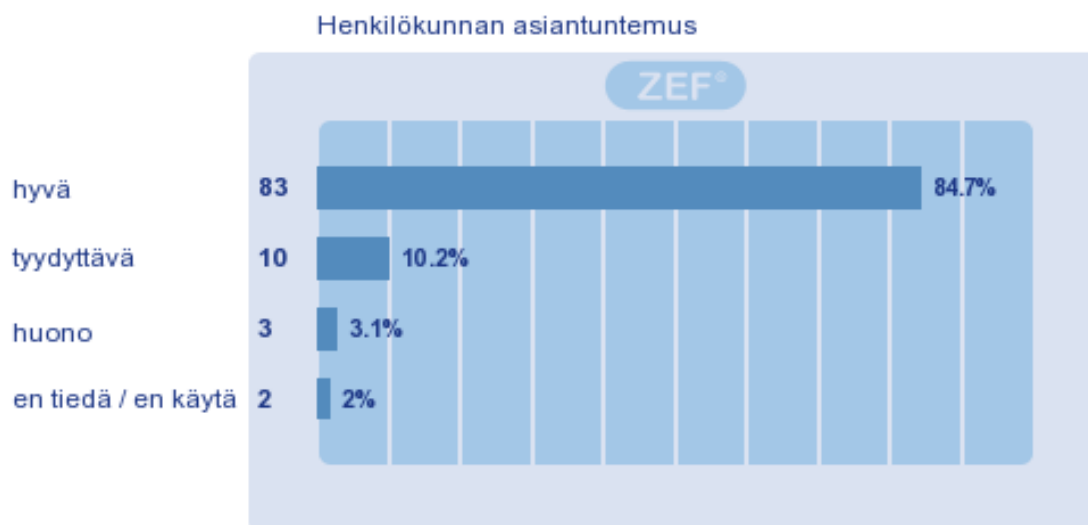
3.7.5 Kirjaston/kirjastoauton asiakaspalvelu

Kirjaston asiakaspalvelu-osiossa kysyimme mitä mieltä vastaajat ovat henkilökunnan palvelu-
alttiudesta, asiantuntemuksesta, palvelun sujuvuudesta, palveluista tiedottamisesta, verkko-
palvelujen ja tietokoneiden käytön opastuksesta sekä neuvonta ja kaukopalvelun toimivuus-
desta.



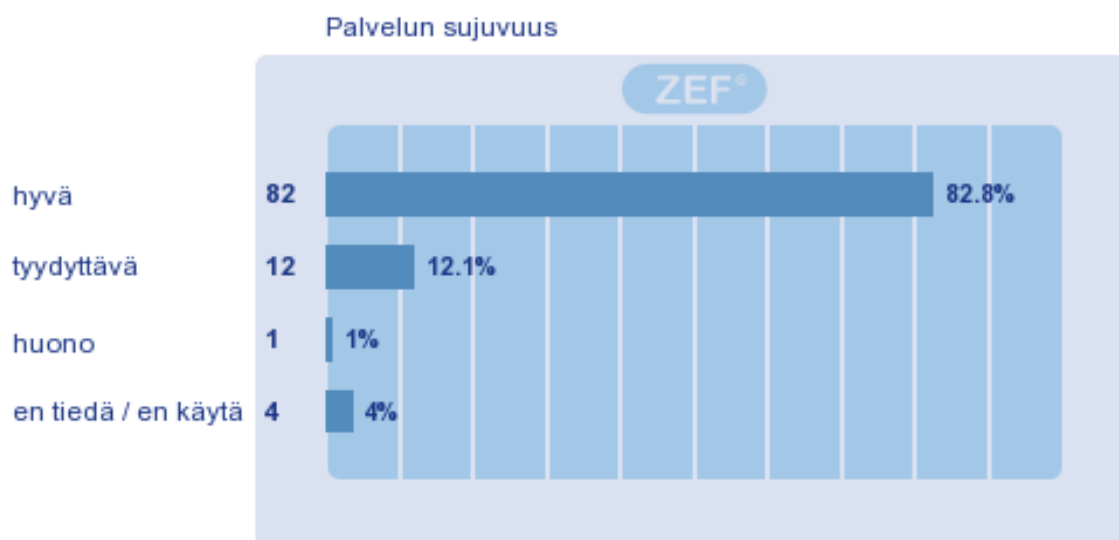
Kuvio 17: Henkilökunnan palvelualttius

Ensimmäisenä asiakaspalvelu-osiossa halusimme tiedustella vastaajien mielipidettä henkilökunnan palvelualttiudesta (Kuvio 17). Vastauksia tähän kysymykseen saimme yhteensä 100 kappaletta. Suurin osa vastaajista (85 %) oli sitä mieltä, että henkilökunnan palvelualttius on hyvä. Tyydyttäväksi palvelun koki 11 % vastaajista. Kaksi prosenttia vastaajista koki palvelun huonona ja toiset kaksi prosenttia eivät tieneet tai eivät käyttäneet henkilökunnan palveluja. Myös avoimet kommentit osoittivat vastaajien olevan tyytyväisiä henkilökunnan palvelu-
alttiuteen: ” Erinomainen asiakaspalvelu! Työntekijät ovat sitoutuneet työhönsä ja palvelun antamiseen. Suuri kiitos ja pitkiä hermoja vaativien asiakkaiden kanssa.”



Kuvio 18: Henkilökunnan asiantuntemus

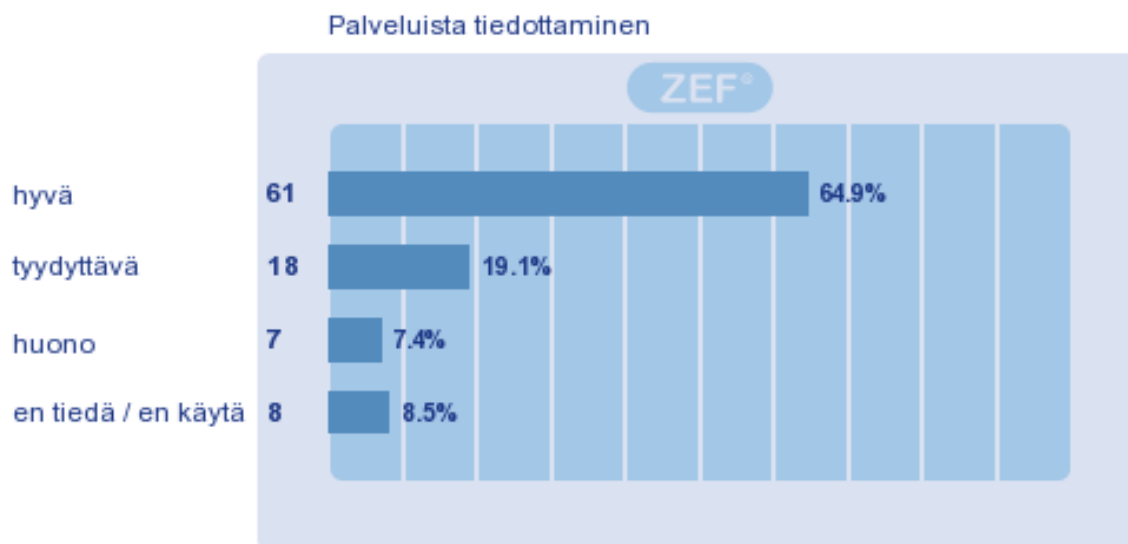
Seuraavaksi halusimme tiedustella vastaajien mielipiteitä henkilökunnan asiantuntemuksesta (Kuvio 18). Tähän kysymykseen saimme vastauksia yhteensä 98 kappaletta. Henkilökunnan asiantuntemus koettiin pääosin hyvänä ja kohdan ”Hyvä” valitsikin 84,7 % vastaajista. Vain 10,2 % vastaajista koki asiantuntemuksen olevan tyydyttävää ja 3,1 % vastaajista arvosteli asiantuntemuksen huonoksi. Jälleen kaksi prosenttia valitsi vaihtoehdon ”En tiedä/En käytä”.



Kuvio 19: Palvelun sujuvuus

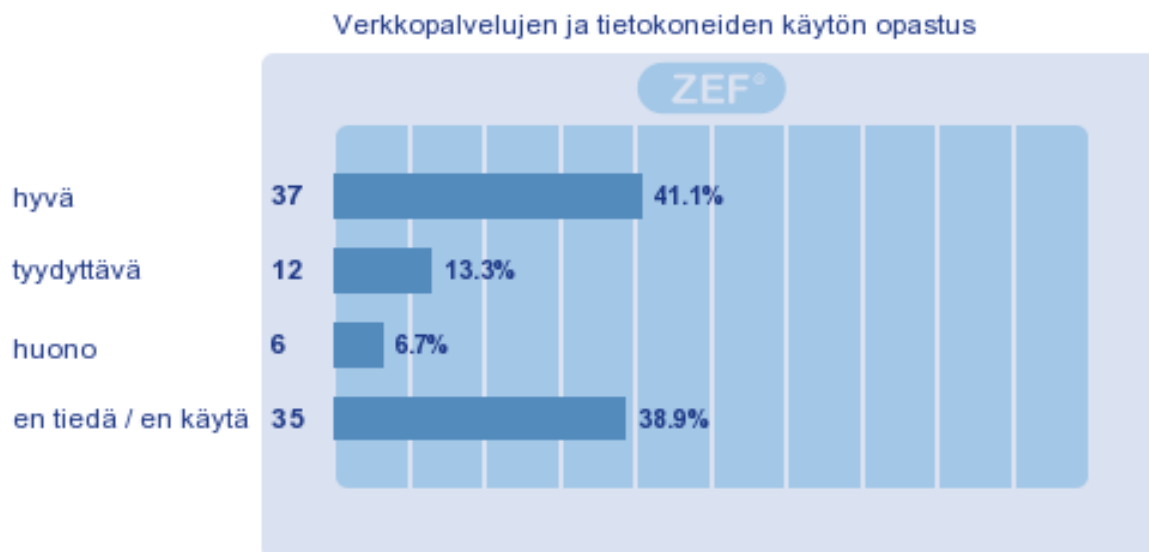
Vastausten osalta kolmaskin kysymys, joka koski palvelun sujuvuutta (Kuvio 19), noudatti aiempaa linjaa, ja sujuvuus arvosteltiin myös suurimman osan (82,8 %) vastaajista mielestä hyväksi. Tyydyttäväksi palvelun sujuvuuden koki 12,1 % vastaajista ja huonoksi vain yksi pro-

sentti. Vaihtoehdon ”En tiedä/En käytä” valitsi neljä prosenttia vastaajista. Vastauksia tähän kysymykseen saimme yhteensä 99 kappaletta. Avoimissa kommentteissa oli kerrottu palvelujen toimivan jopa tekstiviestillä: ”Lainatun aineiston lainausajan uusinta on sujunut tekstiviestein aivan hyvin. Kiitos siitä.”



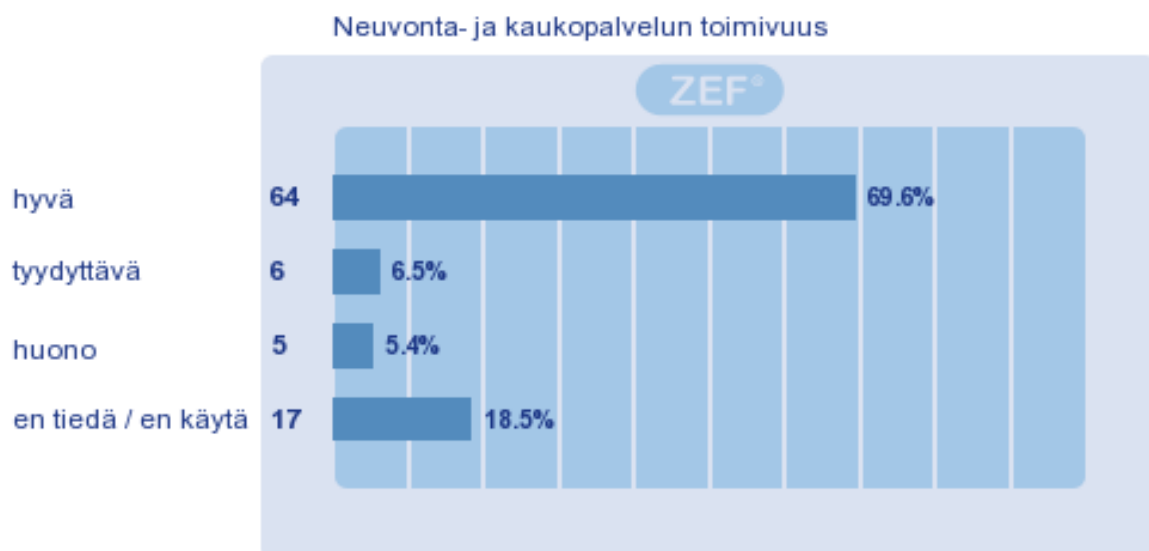
Kuvio 20: Palveluista tiedottaminen

Osion neljäs kysymys käsitteli palveluista tiedottamista (Kuvio 20). Vastauksia kysymykseen kertyi yhteensä 94 kappaletta. Jälleen kerran vastatuimmaksi vaihtoehdoksi nousi ”Hyvä” ja vastaajista 64,9 % koki palveluista tiedottamisen hyväksi. Noin viidennes vastaajista (19,1 %) arvioi palveluista tiedottamisen tyydyttäväksi ja 7,4 % huonoksi. 8,5 % vastasi vaihtoehdolla ”En tiedä/En käytä”. Avoimissa kommentteissa vastaajat toivoivat enemmän tiedotusta palveluista: ”Kirjasto tiedottaa mukavasti palveluistaan ja Facebook-sivu ansaitsisi lisää käyttäjiä. Tiedottamista ja palveluista kertomista voisi kuitenkin olla vieläkin enemmän.”



Kuvio 21: Verkkopalvelujen ja tietokoneiden käytön opastus

Viidennessä kohdassa tiedusteltiin vastaajien mielipiteitä verkkopalvelujen ja tietokoneiden käytön opastuksesta (Kuvio 21). Tähän kysymykseen vastauksia saimme yhteensä 90 kappaletta. Suurimman vastaajajoukon muodostivat jälleen vaihtoehdon ”Hyvä” valinneet, joita oli yhteensä 41,1 %. Toiseksi eniten kysymykseen vastattiin vaihtoehdolla ”En tiedä/ En käytä”. Näitä vastauksia kertyikin 38,9 %. Uskomme tämän johtuvan siitä, että monella nuorella ja työssä käyvällä henkilöllä on jo taito käyttää tietokonetta, eikä opastukselle ole siis enää tarvetta. Vastaajista 13,3 % koki opastuksen tyydyttävänä ja 6,7 % huonona.

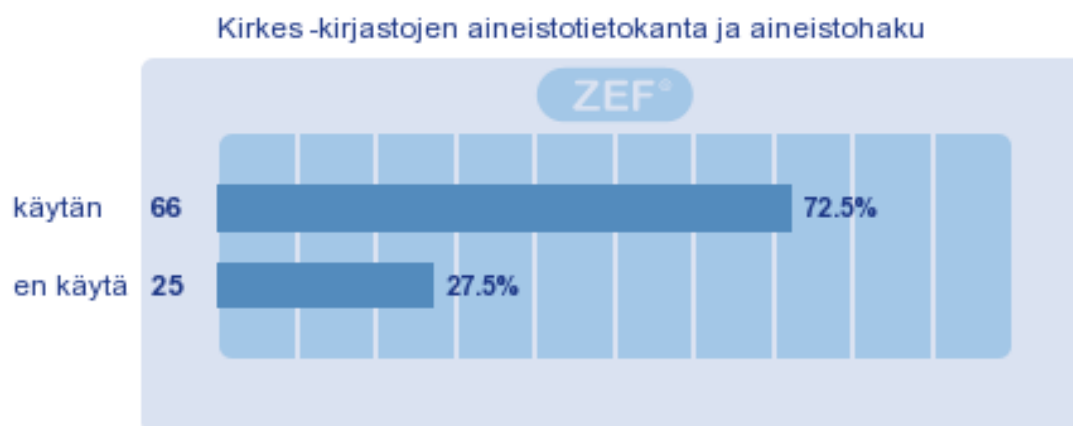


Kuvio 22: Neuvonta- ja kaukopalvelun toimivuus

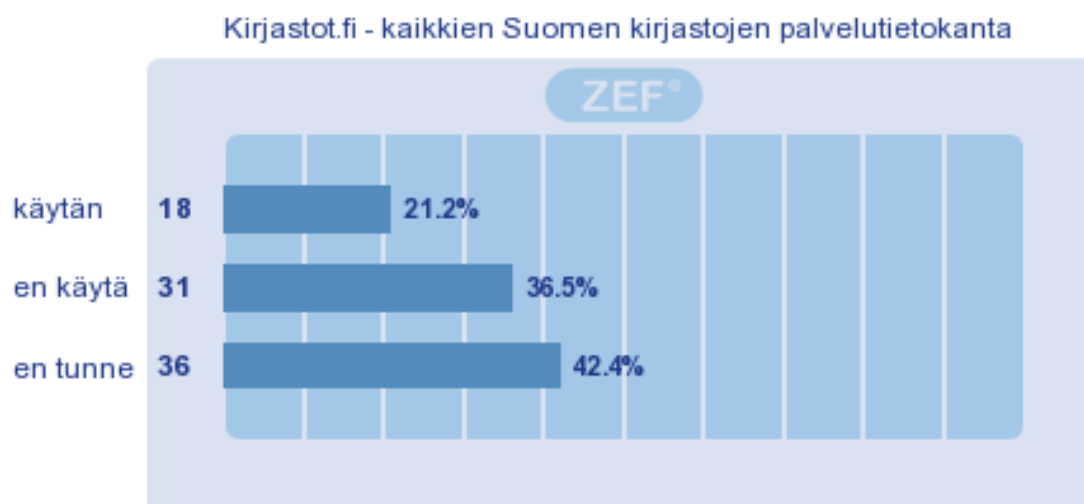
Asiakaspalvelu-osion viimeisenä kysyimme vastaajien mielipiteitä neuvonta- ja kaukopalvelun toimivuudesta (Kuvio 22). Vastauksia saimme yhteensä 92 kappaletta ja jälleen kerran hyväksi toimivuuden koki suurin osa vastaajista (69,6 %). Seuraavaksi eniten (18,5 %) vastattiin ”En tiedä/En käytä”. Tyydyttäväksi toimivuuden koki 6,5 % vastaajista ja huonoksi 5,4 %.

3.7.6 Kirjaston verkkopalvelut

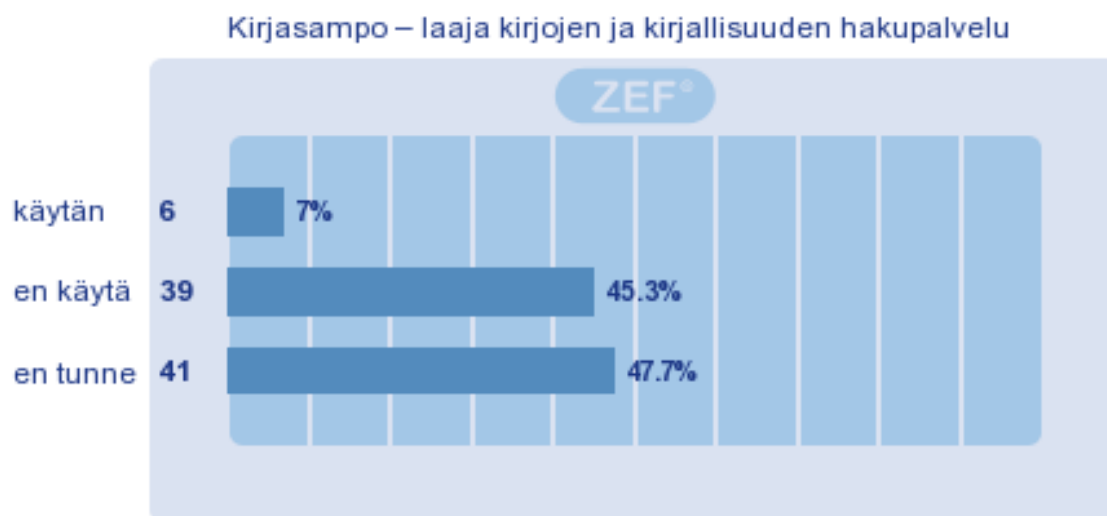
Kirjaston verkkopalvelut -osiossa haluttiin selvittää, kuinka hyvin vastaajat tuntevat kirjaston ja sen toimintaan liittyviä verkkopalveluita. Osioon listattiin yhteensä 14 verkkosivua, joista yksi erottui muista selvästi, sillä 72,5 % vastaajista ilmoitti käyttävänsä Kirkes-kirjastojen aineistotietokanta ja aineistohaku-ohjelmaa. Jokaiseen vaihtoehtoon saatiin kuitenkin vähintään kaksi ”Käytän” vastausta, muuten vastaajat olivat hyvin samoilla linjoilla vastatessaan joko ”En käytä” tai ”En tunne”. Alla on esitetty kirjaston verkkopalvelu-osion tulokset (Kuviot 23-37).



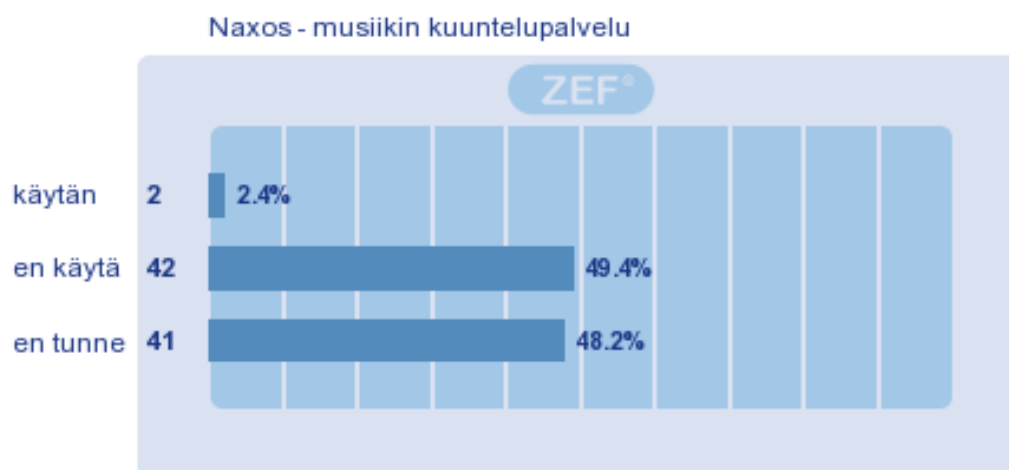
Kuvio 23: Kirkes-kirjastojen aineistotietokanta ja aineistohaku



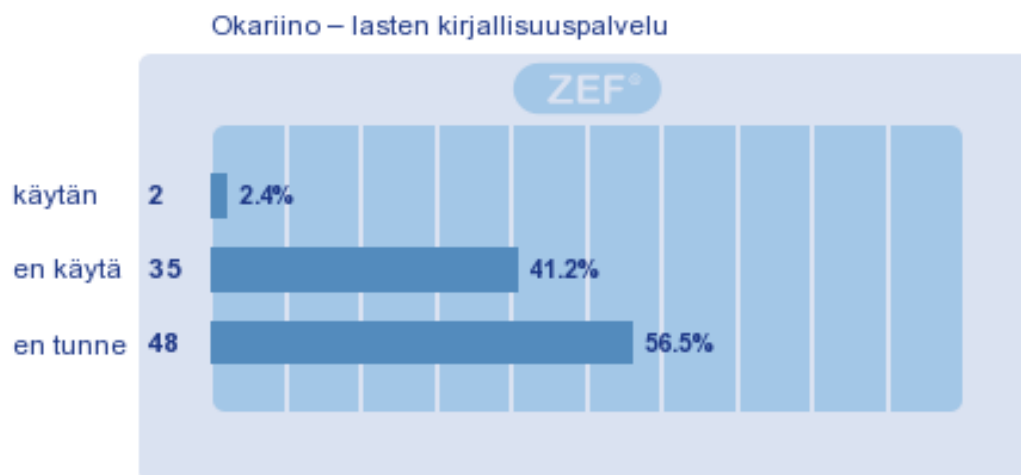
Kuvio 24: Kirjastot.fi - kaikkien Suomen kirjastojen palvelutietokanta



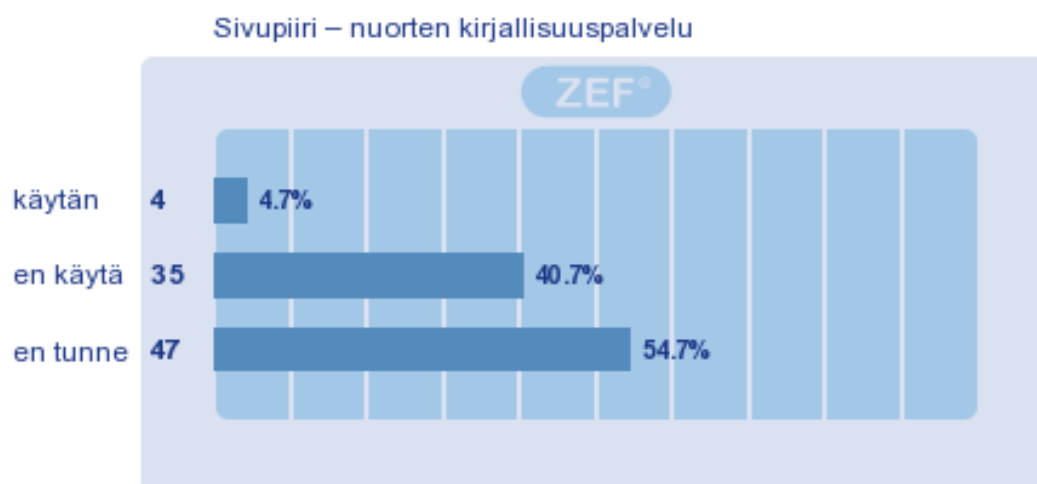
Kuvio 25: Kirjasampo - laaja kirjojen ja kirjallisuuden hakupalvelu



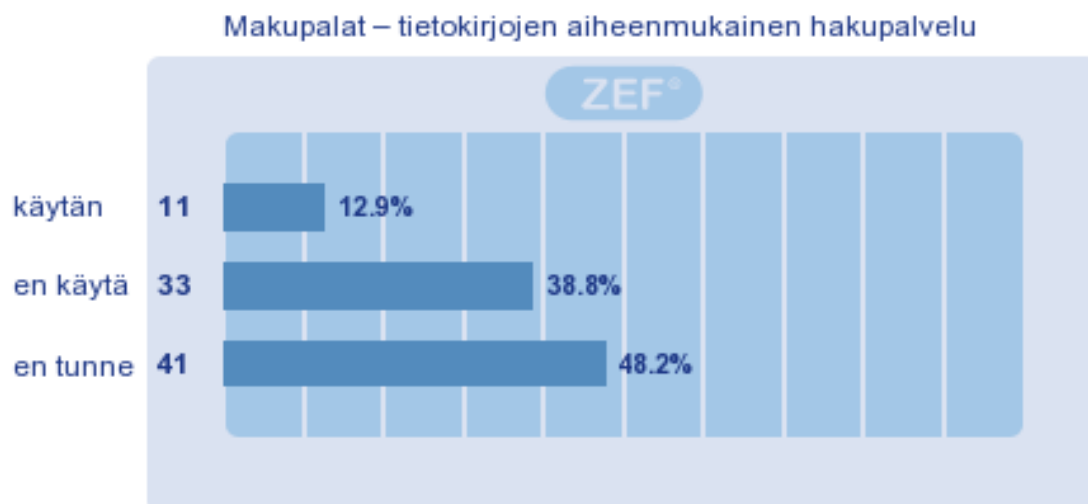
Kuvio 26: Naxos - musiikin kuuntelupalvelu



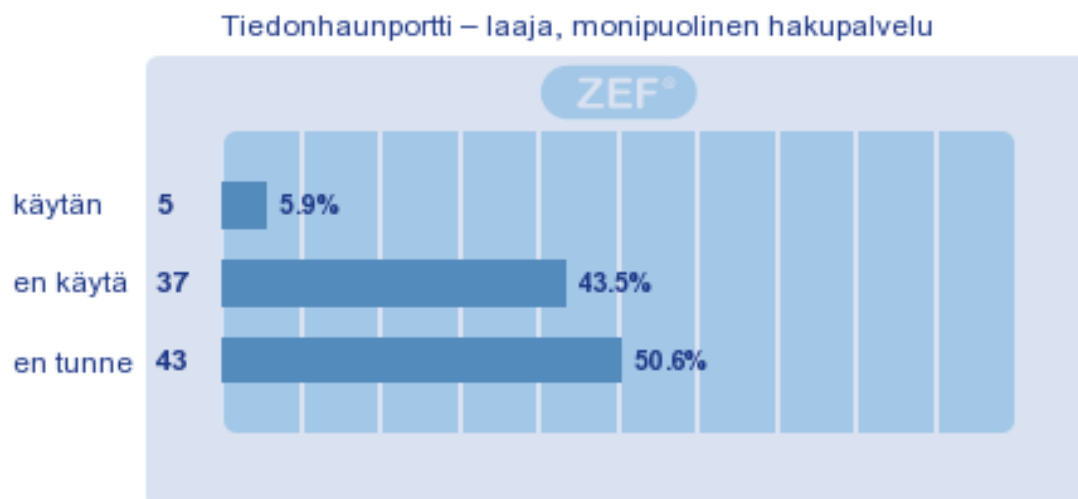
Kuvio 27: Okariino - lasten kirjallisuuspalvelu



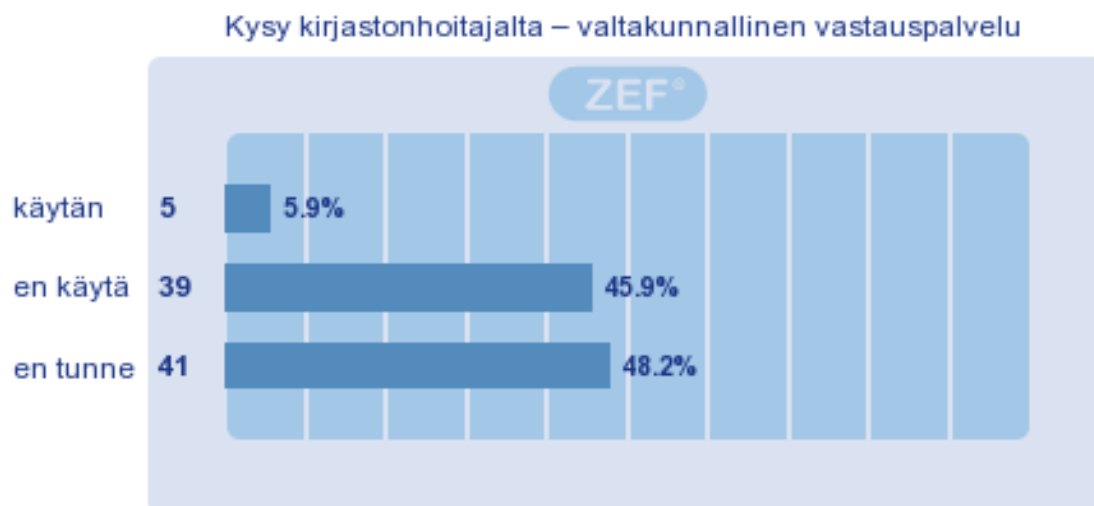
Kuvio 28: Sivupiiri - nuorten kirjallisuuspalvelu



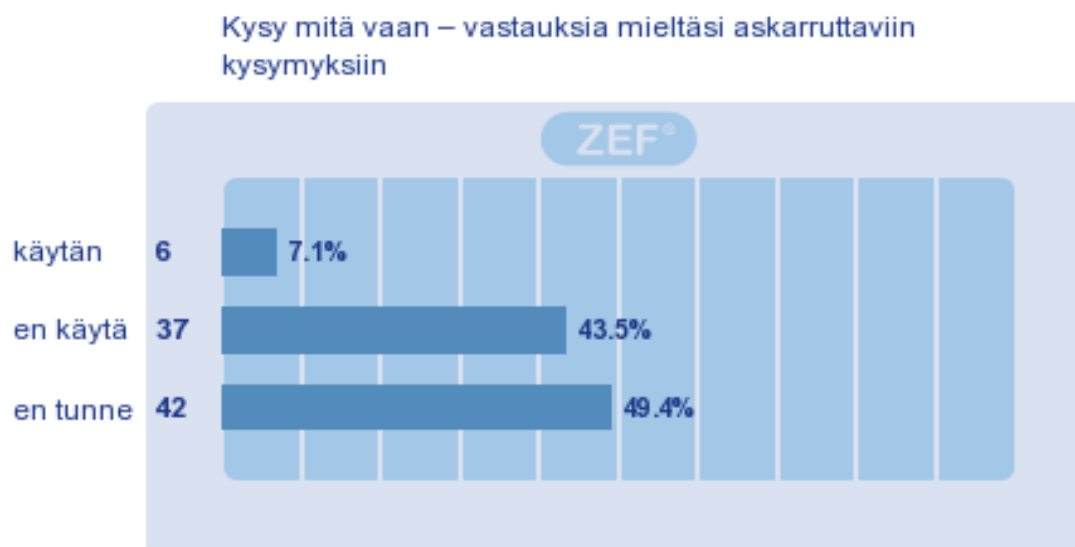
Kuvio 29: Makupalat - tietokirjojen aiheenmukainen hakupalvelu



Kuvio 30: Tiedonhaunportti - laaja, monipuolinen hakupalvelu

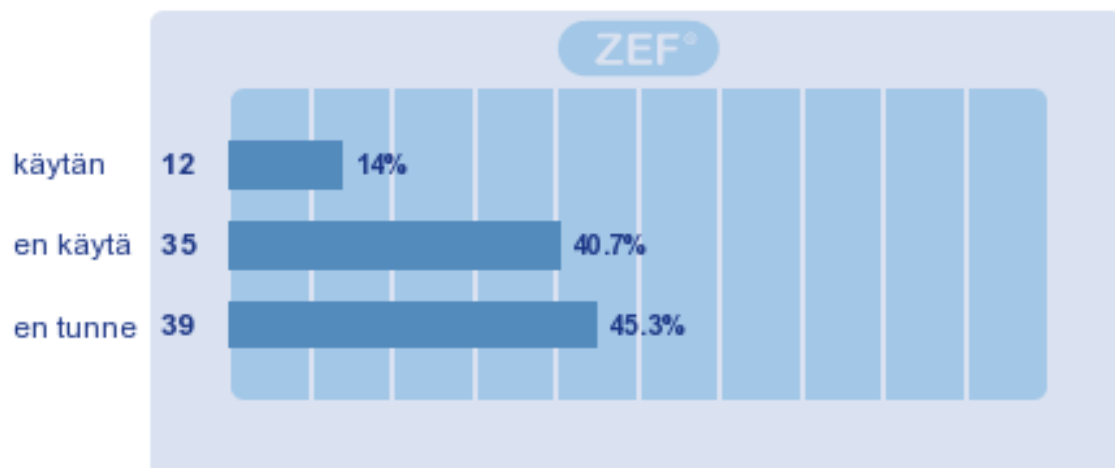


Kuvio 31: Kysy kirjastonhoitajalta - valtakunnallinen vastauspalvelu



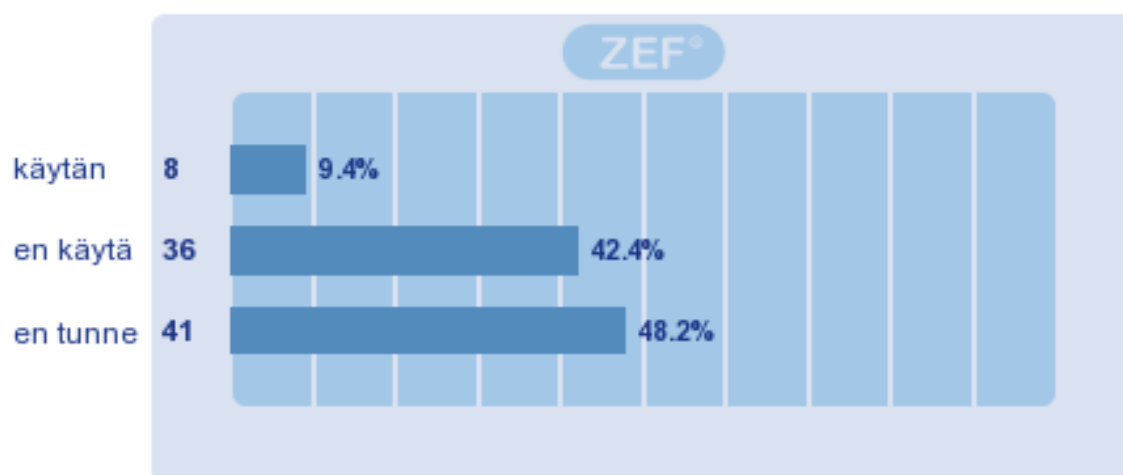
Kuvio 32: Kysy mitä vaan - vastauksia mieltäsi askarruttaviin kysymyksiin

Linnea- yliopistojen kokoelmatietokannat

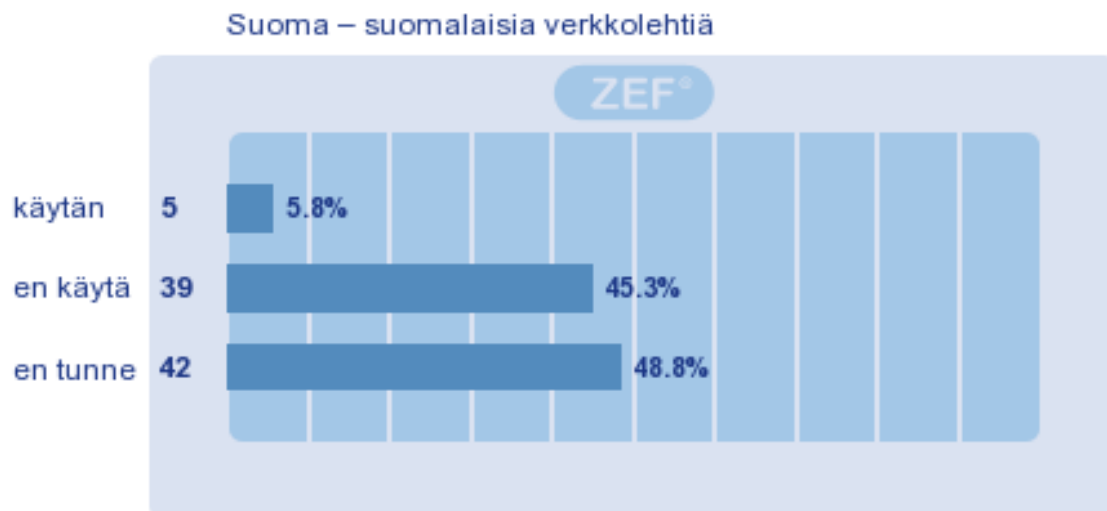


Kuvio 33: Linnea - yliopistojen kokoelmatietokannat

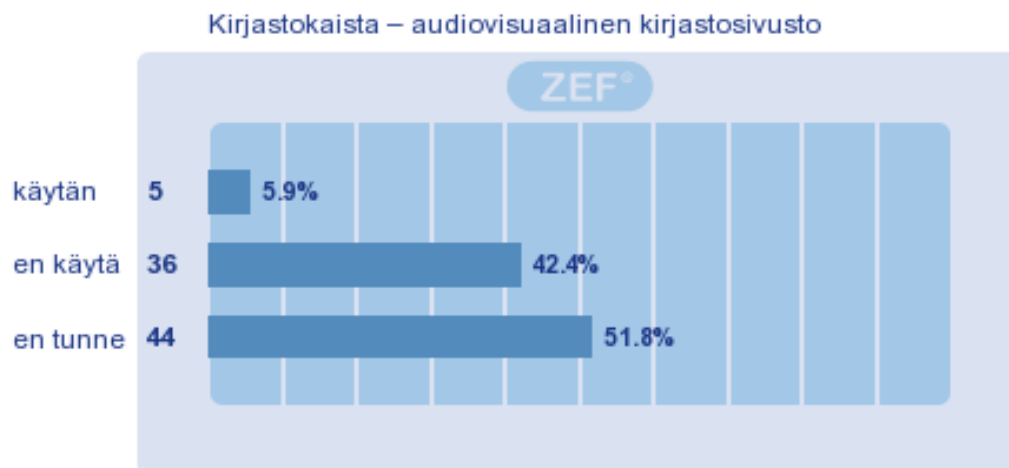
Arto - kotimainen artikkeliviitetietokanta



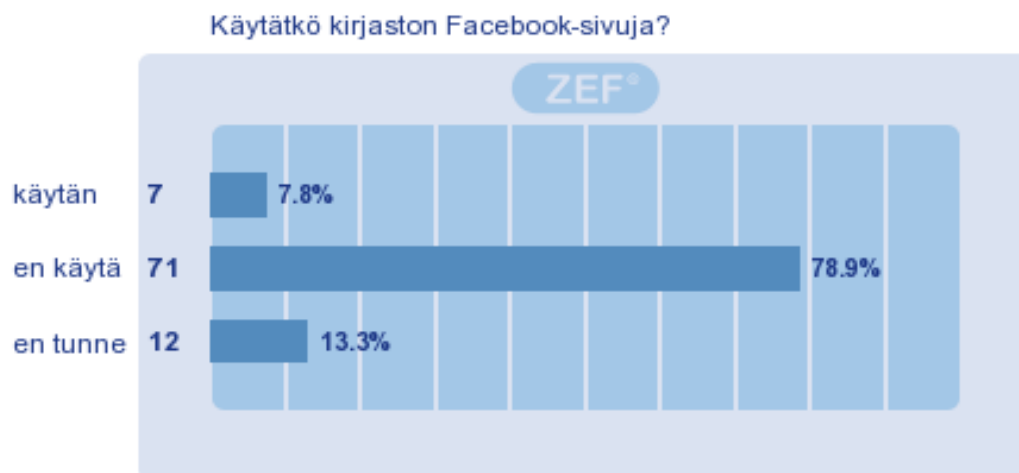
Kuvio 34: Arto - kotimainen artikkeliviitetietokanta



Kuvio 35: Suoma - suomalaisia verkkolehtiä



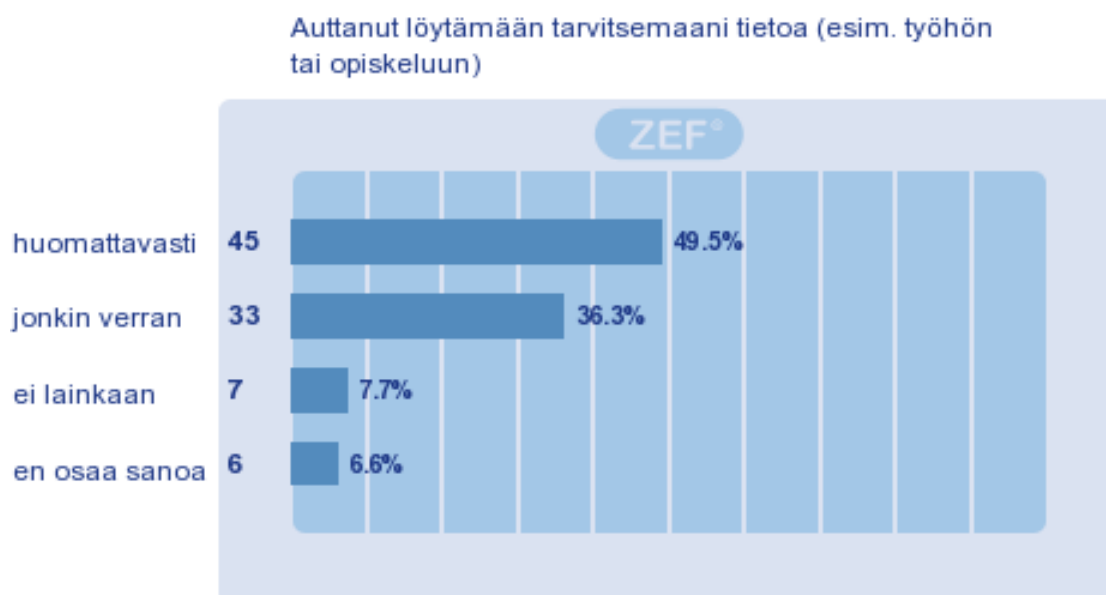
Kuvio 36: Kirjastokaista - audiovisuaalinen kirjastosivu



Kuvio 37: Käytätkö kirjaston Facebook-sivuja?

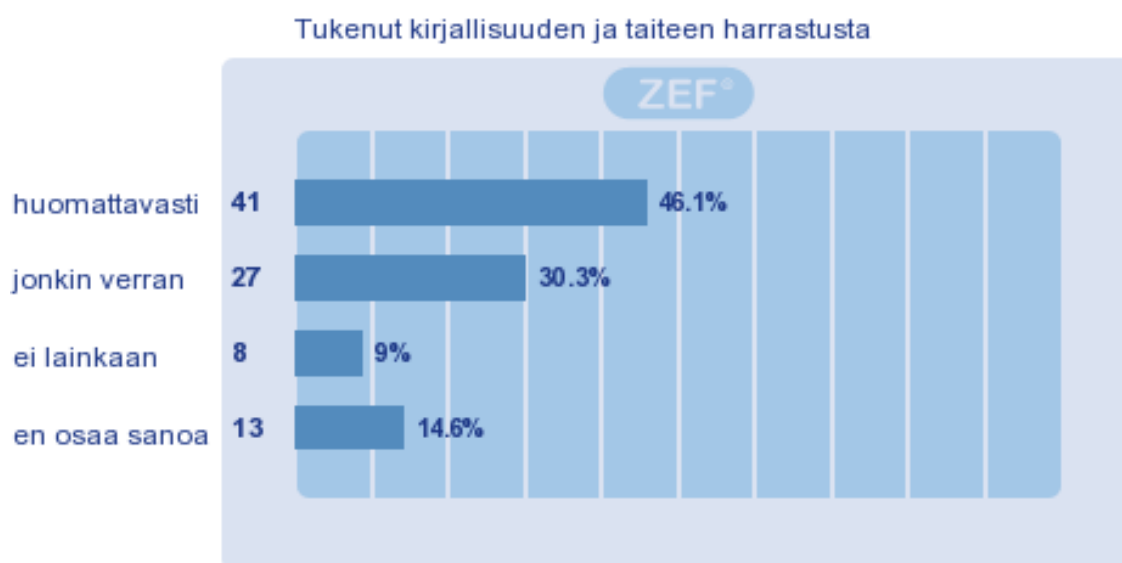
3.7.7 Miten kirjaston/kirjastoauton palvelut ovat vaikuttaneet elämääsi?

Kirjaston palveluiden vaikuttaminen elämään - osiossa kysyimme onko kirjasto auttanut löytämään tarvittuja tietoja, tukenut kirjallisuuden ja taiteen harrastusta, tukenut tietojen ja taitojen jatkuvaa kehittämistä, tarjonnut virikkeitä vapaa-aikaan ja harrastuksiin, lisännyt sosiaalisia kontakteja ja parantanut elämänlaatua yleensä.



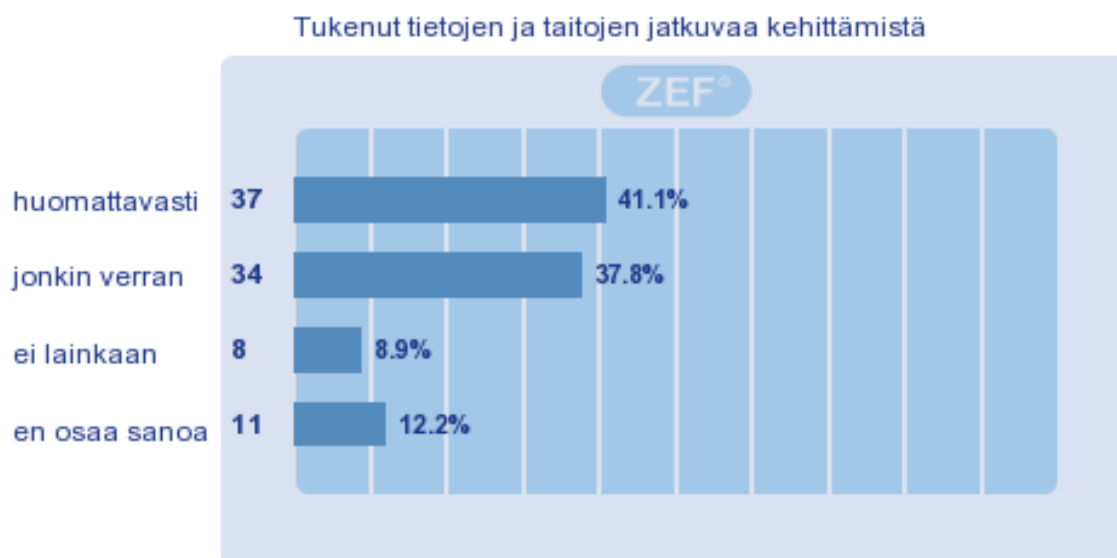
Kuvio 38: Auttanut löytämään tarvitsemaani tietoa (esim. työhön tai opiskeluun)

Palvelujen vaikuttaminen elämään -osion ensimmäisessä kohdassa tiedustelimme onko kirjasto auttanut löytämään vastaajan tarvitsemia tietoja esimerkiksi työhön tai opiskeluun liittyen (Kuvio 38). Tähän kysymykseen vastauksia saimme yhteensä 91 kappaletta. Suurin osa vastaajista (49,5 %) oli sitä mieltä, että kirjasto on auttanut löytämään tarvittavaa tietoa huomattavasti. Toiseksi suurin vastaajaryhmä (36,3 %) oli sitä mieltä, että tarvittavaa tietoa oli löytynyt jonkin verran. Vastaajista 7,7 %:n mielestä tietoa ei ollut löytynyt lainkaan ja 6,6 % ei osannut sanoa.



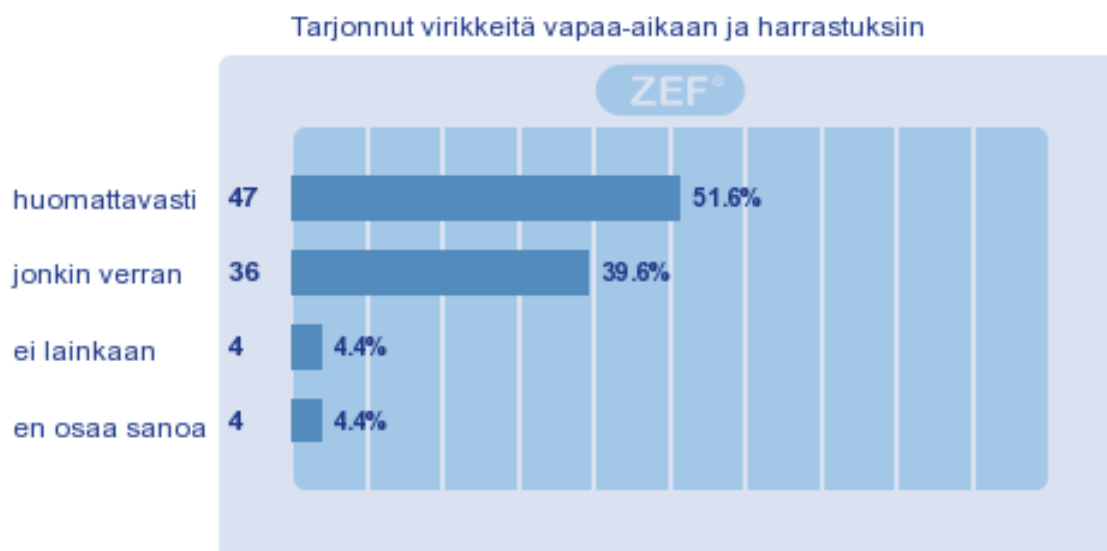
Kuvio 39: Tukenut kirjallisuuden ja taiteen harrastusta

Seuraavaksi halusimme tietää, onko kirjasto tukenut kirjallisuuden ja taiteen harrastusta (Kuvio 39). Vastauksia saimme yhteensä 89 kappaletta. Suurimman osan vastaajista (46,1 %) mielestä kirjasto oli tukenut harrastusta huomattavasti. Toiseksi suurimman vastausryhmän (30,3 %) mielestä harrastusta oli tuettu jonkin verran. Vastaajista 9 %:n mukaan kirjasto ei ollut tukenut harrastusta lainkaan ja 14,6 % ei osannut sanoa.



Kuvio 40: Tukenut tietojen ja taitojen jatkuvaa kehittämistä

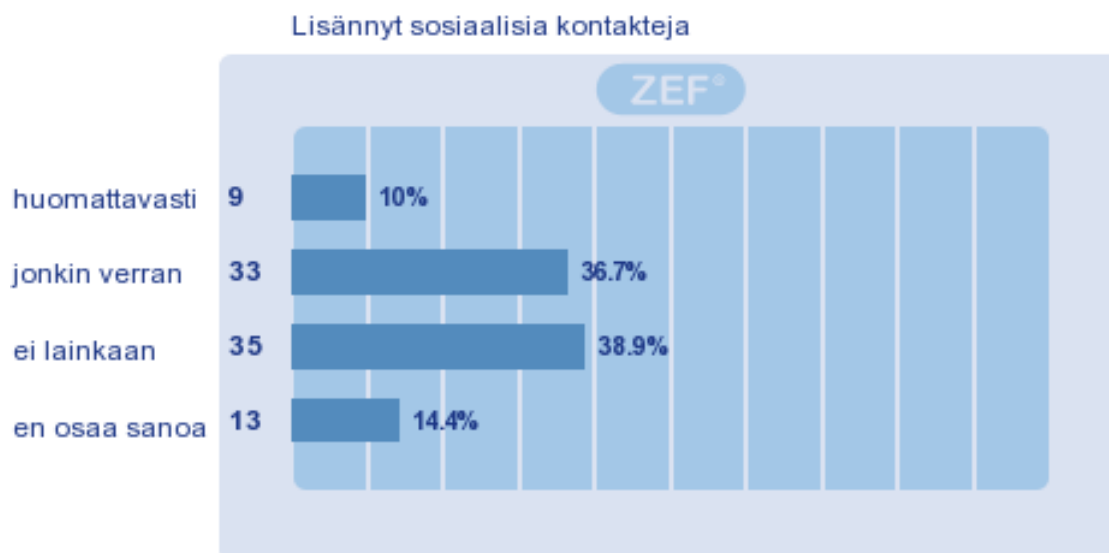
Kolmannessa kysymyksessä haluttiin tiedustella vastaajien mielipiteitä siitä, onko kirjasto tukenut taitojen ja tietojen jatkuvaa kehittämistä (Kuvio 40). Tähän kohtaan vastauksia tuli yhteensä 90 kappaletta ja suurin osa oli joko sitä mieltä, että kehittämistä oli tuettu huomattavasti (41,1 %) tai jonkin verran (37,8 %). Vastaajista 8,9 % oli vastannut kysymykseen vaihtoehdolla ”Ei lainkaan” ja 12,2 % ei osannut sanoa.



Kuvio 41: Tarjonnut virikkeitä vapaa-aikaan ja harrastuksiin

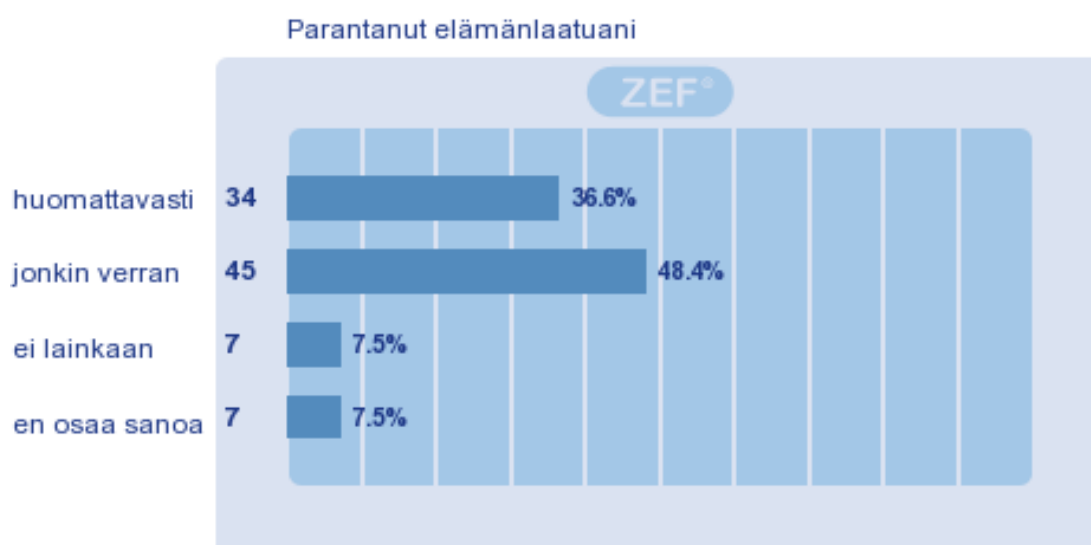
Neljännessä kohdassa kysyttiin onko kirjasto vastaajien mielestä tarjonnut virikkeitä vapaa-aikaan ja harrastuksiin (Kuvio 41). Vastauksia tähän kohtaan saatiin yhteensä 91 kappaletta.

Yli puolet (51,6 %) vastaajista ilmoitti kirjaston tarjonnan huomattavasti virikkeitä. 39,6 % oli saanut virikkeitä jonkin verran, 4,4 % ei ollut saanut virikkeitä lainkaan ja 4,4 % ei osannut sanoa.



Kuvio 42: Lisännyt sosiaalisia kontakteja

Viidennessä kohdassa kysyttiin, onko kirjasto lisännyt sosiaalisten kontaktien määrää (Kuvio 42). Tähän kysymykseen vastauksia tuli yhteensä 90 kappaletta. Eniten (38,9 %) vastaajat olivat olleet sitä mieltä, ettei kirjasto ollut lisännyt lainkaan sosiaalisia kontakteja. Toiseksi eniten (36,7 %) vastattiin kirjaston lisänneen kontakteja jonkin verran. Vain 10,0 % vastaajista koki kirjaston lisänneen sosiaalisia kontakteja ja 14,4 % ei osannut sanoa.



Kuvio 43: Parantanut elämänlaatuani

Osiossa viimeisenä tiedusteltiin vastaajien mielipiteitä siitä, onko kirjasto parantanut elämänlaatua (Kuvio 43). Kysymykseen saatiin yhteensä 93 vastausta. Suurin osa (48,4 %) kertoi kirjaston parantaneen elämänlaatua jonkin verran ja 36,6 % vastasi, että elämänlaatu oli parantunut kirjaston myötä huomattavasti. Niitä, joiden mielestä kirjasto ei ollut parantanut elämänlaatua lainkaan, löytyi 7,5 % ja en osaa sanoa oli vastannut 7,5 % vastaajista.

3.7.8 Kommenttini ja kehittämisehdotukseni kirjastolle/kirjastoautolle

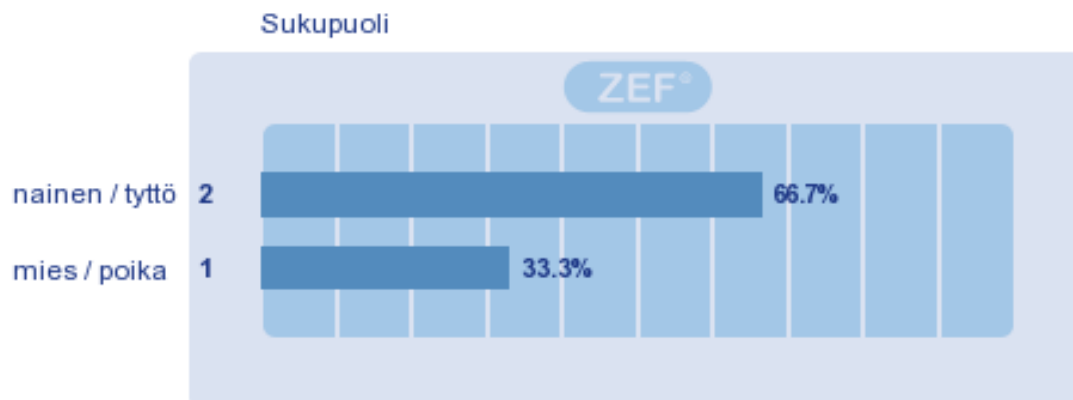
Asiakastytyväisyyskyselyn viimeisessä osiossa vastaajan oli mahdollista jättää terveisensä kirjastolle. Tähän kohtaan saimme yhteensä 44 kommenttia. Eniten esiin nousivat mielipiteet kirjastosta, henkilökunnasta ja aukioloajoista. Kirjastoon ja sen yleisilmeeseen tyytyväisiä kommentteja oli monia, kuten esimerkiksi: ” Kirjasto on viime aikoina alkanut ”elämään” hyvin positiivisella tavalla. Aktiivinen toiminta lisääntynyt ja kirjaston ”yleisilme” muuttunut raikkaaksi ja miellyttäväksi. On ilo käydä. Nämä ovat sellaisia muutoksia, joita olisin aikaisemmin ollut valmis kehittämään. Nyt ei ole lisättävää.” ja ”Olen tyytyväinen että meillä on näin hieno kirjasto!” sekä ”Ilmainen/verovaroin toteutettu kirjasto on hyvä asia; kaikkien saatavilla. Lasten nurkkaa isommaksi.”

Kirjaston henkilökuntaa oli myös keuhuttu hyvästä palvelusta ja asiantuntemuksesta: ”Henkilökunnalle erityinen kiitos palvelualltiudesta ja ystävällisyydestä!”, ”Henkilökunnan palvelualltius ja asiantuntemus erinomainen. Erityisesti ilahduttaa kirjaston uutuusvalikoima ja monipuolisuus. Pikalainat loistava idea, uutuudet kiertää!” Eniten kommentoitiin kuitenkin kirjaston aukioloaikoja ja toivottiin niiden pidennystä: ” Perjantaisin voisi olla vähän myöhempään auki - paras kirjastopäivä”, ” Sunnuntain aukiolopäiviä voisi olla muutaman kerran vuodessa.”, ”Kirjasto voisi avautua klo 9.00 muutenkin kun perjantaisin”.

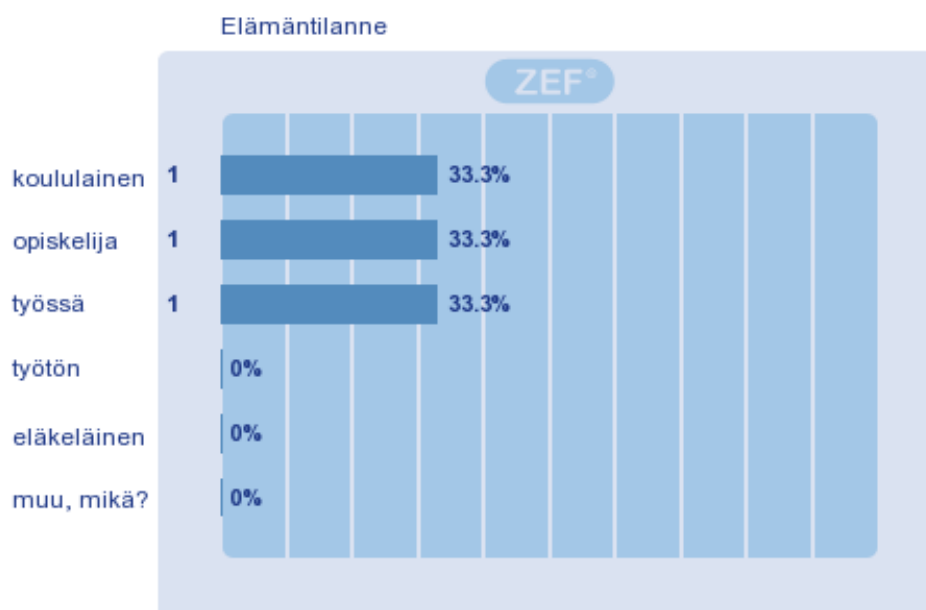
Kommentteja muistakin aiheista tuli paljon, toivottiin esimerkiksi mangaa ja nojatuoleja. Kehitysehdotuksiakin oli jätetty muutama, joista mielestämme paras oli ehdotus avoimista ovista: ” Kirjaston ”avoimen ovien” päiviä ainakin kerran vuodessa. Infoa kirjastosta, sen käyttömahdollisuuksista jne. Jos sellainen jo on en ole sitä huomannut.” Näin saataisiin asiakkaat houkuteltua kuulemaan kaikista kirjaston palveluista ja käyttömahdollisuuksista.

3.8 Ei-käyttäjäkyselyn tulokset

3.8.1 Vastaajien perustiedot



Kuvio 44: Sukupuoli



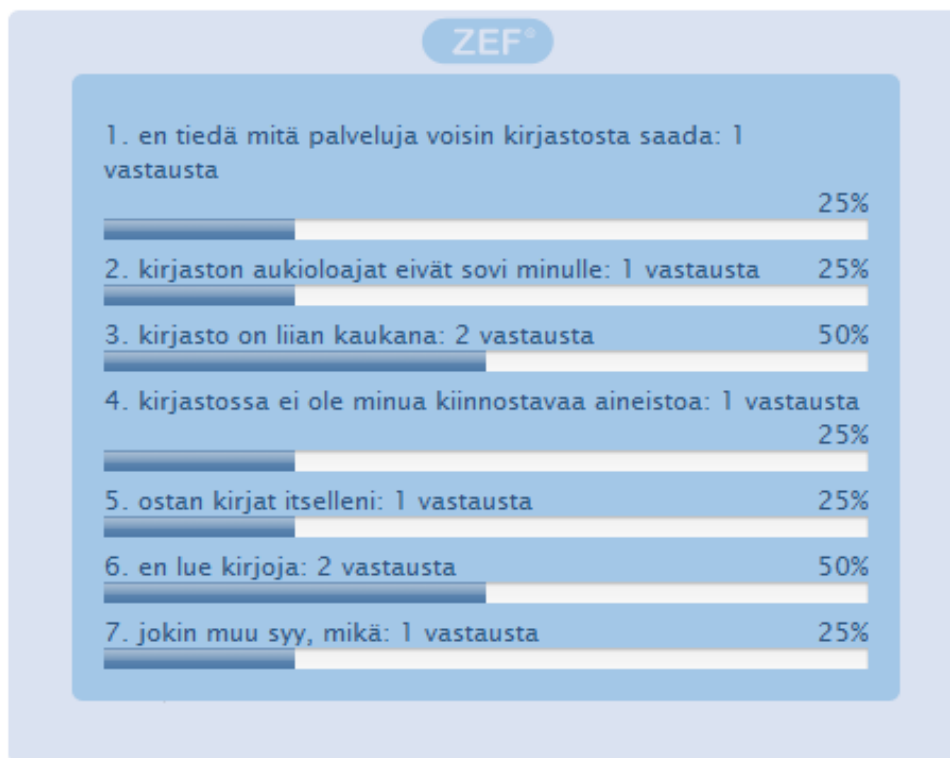
Kuvio 45: Elämäntilanne



Kuvio 46: Koulutus

Vastaajien perustieto -osiossa kysyimme vastaajien sukupuolta, koulutusta sekä elämäntilannetta. Sukupuoli -kohtaan (Kuvio 44) vastauksia tuli ainoastaan kolme. Vastaajista kaksi oli naisia tai tyttöjä, kun taas yksi vastaajista oli mies tai poika. Kyselyyn vastasi yksi koululainen, yksi opiskelija sekä yksi työssäkäyvä (Kuvio 45). Koulutustaustaltaan vastaajia oli kaksi keskiasteen tutkinnon suorittanutta, kaksi ammattikorke- tai korkeakoulututkinnon suorittanutta sekä yksi ”muu” (Kuvio 46).

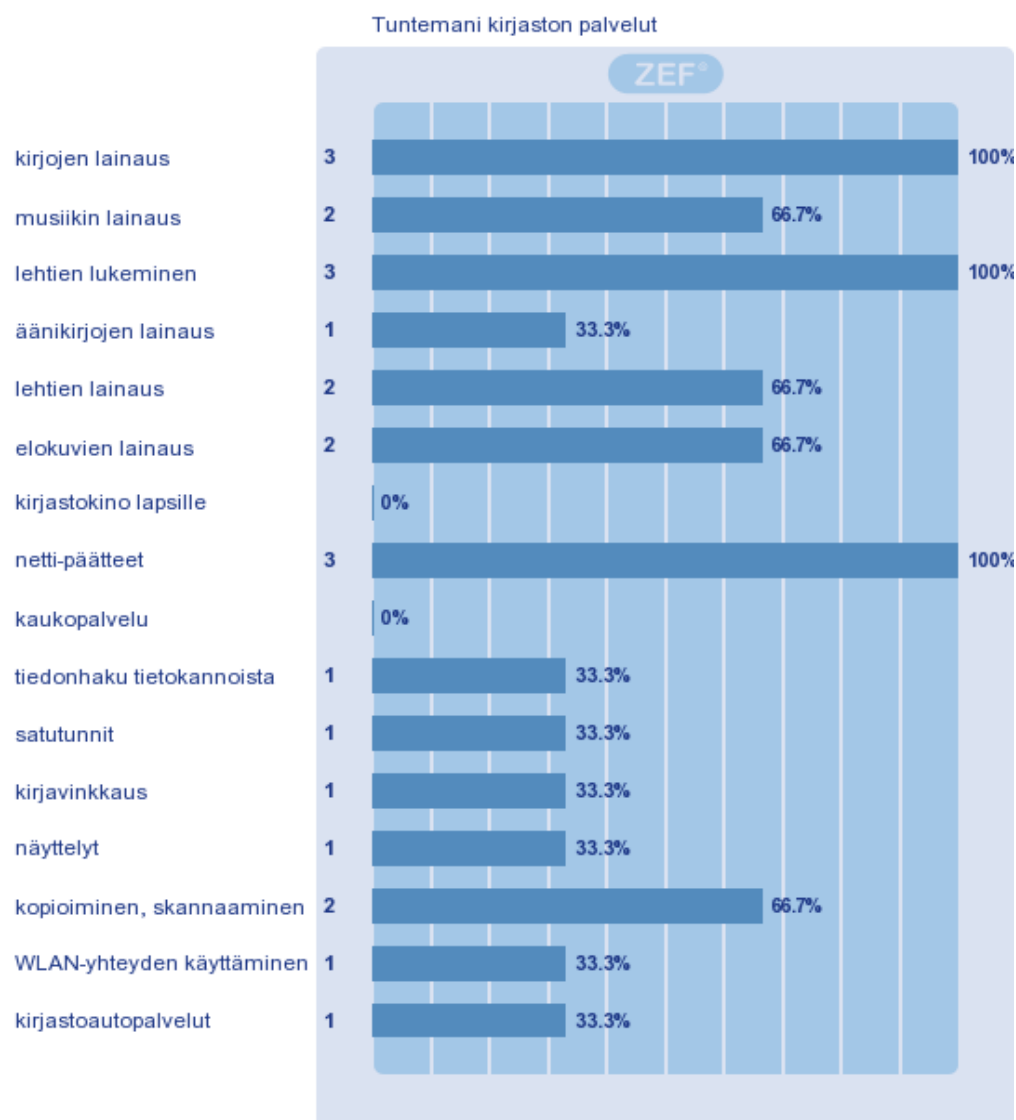
3.8.2 Jos et käytä kirjaston palveluja, miksi?



Kuvio 47: Jos et käytä kirjaston palveluja, miksi?

Perustietojen jälkeen halusimme kysyä, miksei vastaaja käyttänyt kirjaston palveluja (Kuvio 47). Tähän kysymykseen vastasi yhteensä neljä henkilöä. Vastausvaihtoehtoina olivat: en tiedä mitä palveluja kirjastosta voisin saada, kirjaston aukioloajat eivät sovi minulle, kirjasto on liian kaukana, kirjastossa ei ole minua kiinnostavaa aineistoa, ostan kirjat itselleni, en lue kirjoja sekä jokin muu syy. Jokaiseen vastausvaihtoehtoon saimme vähintään yhden vastauksen. Poikkeuksina olivat kohdat; kirjasto on liian kaukana sekä en lue kirjoja, jotka kumpikin saivat kaksi vastausta.

3.8.3 Tuntemani kirjaston palvelut



Kuvio 48: Tuntemani kirjaston palvelut

Tässä kohdassa pyysimme vastaajia kertomaan mitä kirjaston palveluita he jo tuntevat (Kuvio 48). Jokainen vastaaja tiesi kirjojen lainausmahdollisuudesta, lehtien lukemismahdollisuudesta sekä internet-päätteiden käyttömahdollisuudesta. Tuntemattomimmat palvelut vastaajille olivat lasten kirjastokino sekä kaukopalvelu. Näitä ei yksikään vastaajista maininnut tuntevansa.

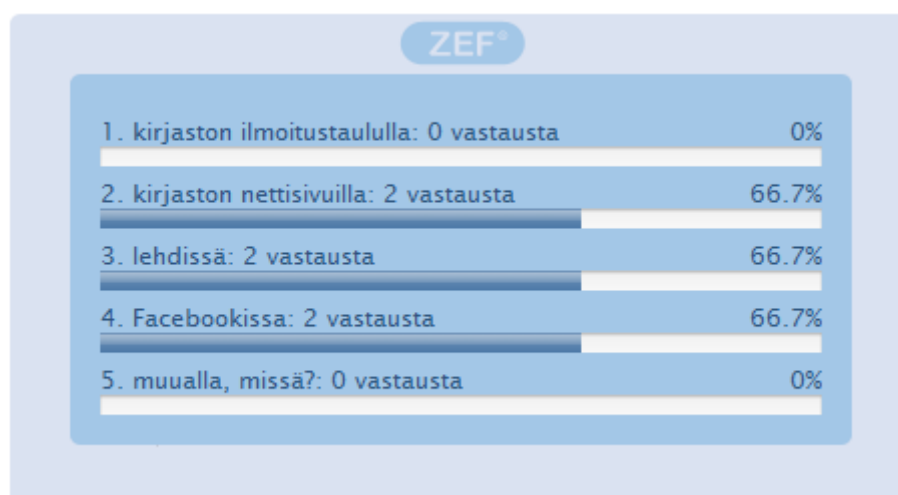
3.8.4 Tiedottaako kirjasto tarpeeksi palveluistaan



Kuvio 49: Tiedottaako kirjasto tarpeeksi palveluistaan

Kysyttäessä kirjaston tiedottamisesta palveluistaan (Kuvio 49) vastaukset jakoutuivat kolmeen eri kohtaan. Yhden mielestä palveluista tiedotettiin erittäin hyvin, yhden mielestä tyydyttävästi ja yhden mielestä huonosti.

3.8.5 Missä toivoisit kirjaston ilmoittavan palveluistaan?



Kuvio 50: Missä toivoisit kirjaston ilmoittavan palveluistaan?

Neljäntenä kysymyksenä kirjaston palvelut - osiossa kysyimme ”Missä toivoisit kirjaston ilmoittavan palveluistaan?” (Kuvio 50). Vastausvaihtoehtoiksi oli annettu kirjaston ilmoitustau-

lulla, kirjaston nettisivuilla, lehdissä, Facebookissa ja muualla, missä? Saimme vastauksia yhteensä kolmelta henkilöltä ja he olivat vastanneet hyvin tasaisesti. Kirjaston nettisivut, Facebook ja lehdet olivat saaneet jokainen kaksi vastausta, muita vaihtoehtoja ei oltu kannatettu ollenkaan.

3.8.6 Terveisiä, palautetta, kehittämissuunnitelmia kirjastolle

Valitettavasti tällä kertaa vastaajat eivät olleet jättäneet ollenkaan kommentteja tai terveisiä kirjastolle.

4 Vertailua vuoden 2009 ja 2012 asiakastyytyväisyyskyselyiden välillä

Mäntsälän kunnankirjastossa toteutettiin asiakastyytyväisyyskysely marraskuussa 2009. Tällöin vastaajia saatiin yhteensä 141, joista 123 oli vastannut kaikkiin kysymyksiin. Toinen kysely toteutettiin tammikuussa 2012. Tähän kyselyyn vastaajien määrä laski hieman ja vastaajia oli yhteensä 105.

4.1 Vastaajien perustiedot

Vuoden 2009 kyselyssä vastaajista 79 % oli naisia ja 21 % miehiä. Suurin osa vastaajista vuonna 2009 oli iältään 31-50-vuotiaita (46,7 %). Seuraavaksi suurin vastaajien ikäryhmä (23 %) oli 51-65-vuotiaat. Loput vastaajista kuuluivat joko ikäryhmään 15-30-vuotiaat tai alle 15-vuotiaat. Hieman yli puolet (51,1 %) vuoden 2009 kyselyyn vastanneista oli työssäkäyviä. Viidennes (20 %) vastaajista oli koululaisia tai opiskelijoita ja loput vastaajista olivat joko eläkeläisiä, kotiäitejä tai -isiä tai työttömiä.

Nyt toteutetussa kyselyssä myös suurin osa vastaajista oli naisia, jopa hieman suurempi osuus vastaajista kuin aiemmin toteutetussa kyselyssä. Nyt toteutettuun kyselyyn muuttimme ikäryhmiä hieman. Lisäsimme ikäryhmät 31-40-vuotiaat sekä 41-50-vuotiaat aikaisemman 31-50-vuotiaiden ikäryhmän tilalle. 31-50-vuotiaiden ikäryhmä oli kuitenkin pienentynyt edellisen kyselyn tuloksista, kun taas muiden ikäryhmien vastaajamäärät olivat vastaavasti hieman kasvaneet. Myös nyt toteutetussa kyselyssä suurin osa vastaajista oli työssäkäyviä, mutta lähes yhtä suuri ryhmä oli koululaisia tai opiskelijoita. Työssäkäyvien osuus on siis laskenut noin 20 % ja vastaavasti koululaisten ja opiskelijoiden osuus on kasvanut edellisestä kyselystä.

4.2 Kirjaston/kirjastoauton käyttötottumukset

Vuonna 2009 toteutetun kyselyn vastaajista lähes puolet (47,8 %) ilmoitti käyvänsä kirjastossa viikoittain. 39 % vastaajista ilmoitti käyvänsä kirjastossa kuukausittain ja loput 13,3 % käytti kirjastoa joko päivittäin tai harvemmin kuin kuukausittain.

Vuoden 2012 kyselyssä viikoittain kirjastossa käyvien osuus oli lähes sama kuin aiemmin toteutetussa kyselyssä (46,1 %). Harvemmin kuin kuukausittain käyvien osuus oli kuitenkin kasvanut 9,6 %:sta 15,7 %:iin.

Ehdottomasti yleisin syy kirjastossa käymiselle vuonna 2009 oli aineistoin lainaus, palautus, varaus tai uusiminen. 94,8 % vastaajista ilmoitti tämän syyksi kirjastossa käymiselle. Myös lehtien lukeminen oli suosittua vastaajien keskuudessa ja 51,1 % vastaajista ilmoittikin sen syyksi käydä kirjastossa. Myös aineistoihin tutustuminen sekä tiedon tai aineiston etsiminen tietystä aiheesta olivat suosittuja syitä käydä kirjastossa vuonna 2009.

Myös vuoden 2012 kyselyssä suosituin syy käydä kirjastossa oli aineiston lainaus, palautus, varaus tai uusiminen ja toiseksi suosituin lehtien lukeminen. Myös aineistoihin tutustuminen ja tiedon tai aineiston etsiminen tietystä aineistosta oli yhtä suosittua kuin vuoden 2009 kyselyn aikaan. Selvästi suosiotaan oli kasvattanut tietokoneiden käyttö, joka olikin noussut vuoden 2009 9,6 %:sta vuonna 2012 jopa 13,7 %, eli nyt toteutetun kyselyn mukaan 23,3 % vastaajista käytti kirjaston tietokoneita. Uutena vaihtoehtona kirjaston tarjoamiin palveluihin oli lisätty oman tietokoneen käyttö kirjaston WLAN-yhteydellä, mutta tätä palvelua ei kukaan vastaajista ilmoittanut käyttävänsä.

4.3 Kirjasto/kirjastoauto asiointiympäristönä

Vuonna 2009 90,1 % vastaajista ilmoitti kirjaston sijainnin olevan sopiva. 64,8 % vastaajista piti kirjaston tiloja viihtyisinä ja tarpeisiinsa sopivina. 64 % vastaajista piti kirjaston aukioloaikoja sopivina ja jopa 93,1 % vastaajista oli sitä mieltä, että kirjaston tietokoneet olivat toimivia ja vastasivat vastaajan tarpeita.

Vuonna 2012 kirjaston sijaintia piti sopivana lähes sama määrä kuin vuonna 2009. Kirjaston tilojen viihtyisyys oli selkeästi kasvanut vuoden 2009 kyselyn jälkeen. Vuoden 2012 kyselyssä jopa 87,8 % vastaajista piti kirjaston tiloja viihtyisinä ja tarpeisiinsa sopivina. Viihtyisyys oli siis kasvanut edellisestä kyselykerrasta 23 %. Tähän olikin selkeästi vuoden 2009 kyselyn jälkeen panostettu ja tiloja oli muokattu viihtyisimmiksi ja paremmin käyttöön sopiviksi. Myös tyytyväisyys kirjaston aukioloaikoihin oli kasvanut hieman, vaikka edelleen se tuntui olevan myös suurin kehityksen tarpeessa oleva asia vastaajien keskuudessa. Lähinnä viikonloppuaukioloaikoja toivottiin lisää sekä vuoden 2009 että vuoden 2012 kyselyssä. Tämä voisikin olla kirjaston seuraava kehittämiskohde, jotta saadaan asiakkaat entistä tyytyväisemmiksi kirjastoon. Tyytyväisyys tietokoneiden toimivuuteen pysyi lähes samalla tasolla kuin vuoden 2009 kyselyn tulosten perusteella.

4.4 Kirjaston/kirjastoauton aineistot

Vuoden 2009 kyselyn vastaajista 79,3 % koki kirjaston tarjoamien aineistojen vastaavan tarpeitaan. Uutuuskirjoja koettiin olevan liian vähän ja myös varausjonot koettiin pitkiksi. Vaikka uutuuskirjoja toivottiinkin, 74,1 % vastaajista ilmoitti kirjaston aineistojen olevan mielestään ajantasaiset. 67,5 % vastaajista piti aineistoin sijoittelua selkeänä ja helposti löydettävänä ja 69 % vastaajista oli sitä mieltä, että kirjastossa oli tarpeeksi lainattavaa aineistoa.

79,8 % vastaajista ilmoitti saavansa yleensä tarvitsemansa aineiston. Tässä koettiin hyväksi Kirkes-yhteistyö, jonka avulla aineiston, jota ei Mäntsälän kunnankirjastosta löydy, voi tilata muista Kirkes-yhteistyöhön kuuluvista lähialueen kirjastoista.

Vuonna 2012 tyytyväisyys kirjaston tarjoamiin aineistoihin oli kasvanut. Lähes sama prosentimäärä vastaajista koki kirjaston tarjoamien aineistojen vastaavan tarpeitaan kuin vuoden 2009 kyselynkäin aikaan, mutta kirjaston aineistoja piti ajantasaisena 84,8 % eli 10,7 % useampi kuin vuoden 2009 kyselyn vastaajista. Myös avoimissa kommentteissa keuhuttiin kirjaston uutuuskirjojen valikoimaa ja nopeaa kiertoa pikalainauspalvelun ansiosta. Myös tyytyväisyys aineiston sijoittelun selkeyteen ja helposti löydettävyyteen oli kasvanut huomattavasti, jopa 17,4 %. Kirjaston aineistoin sijoittelua muutettiin vuoden 2009 kyselyn jälkeen ja se pyrittiin tekemään selkeämmäksi. Tyytyväisyys aineiston riittävyteen oli kasvanut vuoden 2009 69 %:sta vuonna 2012 75 %:iin ja suurin piirtein yhtä suuri tyytyväisyyden kasvu oli seuraavassa kohdassa, eli aineiston saatavuudessa. Edelleen vastaajat korostivat avoimissa kommentteissa Kirkes-yhteistyön ja kaukopalveluiden tärkeyttä aineistojen saatavuuden kannalta.

4.5 Kirjaston/kirjastoauton asiakaspalvelu

Vuonna 2009 henkilökunnan palvelualltiuteen oltiin erittäin tyytyväisiä ja 89,5 % ilmoitti sen olevan hyvä. Yksikään vastaajista ei vuonna 2009 kokenut henkilökunnan palvelualltiuden olevan huono. Myös henkilökunnan asiantuntemukseen sekä palvelun sujuvuuteen oltiin tyytyväisiä. Palveluista tiedottamisessa sen sijaan koettiin olevan puutteita. 43,2 % ilmoitti palveluista tiedottamisen olevan hyvää, mutta 38,1 % vastaajista koki sen olevan vain tyydyttävällä tasolla. Mitään selkeää syytä tähän ei vuoden 2009 kyselyssä kuitenkaan löydetty, sillä avoimissa kommentteissa ei ollut tyytymättömyydelle perusteluja. 63 % vastaajista piti Kirkes-verkkokirjaston käyttöä helppona ja toimivana ja 62,1 % oli tyytyväisiä neuvonta ja kaukopalvelun toimivuuteen.

Vaikka tyytyväisyys henkilökunnan palvelualltiuteen oli hieman laskenut edellisen kyselyn tuloksista, oltiin siihen yleisesti ottaen edelleen erittäin tyytyväisiä. Vuoden 2012 kyselyn tulosten perusteella kuitenkin kaksi vastaajaa ilmoitti henkilökunnan palvelualltiuden olevan huono. Henkilökunnan asiantuntemus sekä palvelun sujuvuus olivat edelleen hyvällä tasolla. Myös palveluista ilmoittamisen taso oli vastausten perusteella kasvanut, ja vuoden 2012 kyselyssä sen ilmoitti olevan hyvä jopa 21,7 % useampi kuin vuonna 2009. Pientä parantamisen varaa palveluista tiedottamisessa on edelleen, mutta selkeästi parempaan suuntaan ollaan menossa. Edelleenkin ei kuitenkaan löydetty mitään selkeää syytä, miksi palveluista tiedottamisen taso ei ole riittävä, sillä myöskään vuoden 2012 kyselyn avoimissa kommentteissa ei asiaa otettu esille. Tyytyväisyys neuvonta- ja kaukopalvelun toimivuuteen oli myös kasvanut hieman edellisestä kyselystä. Uutena kysymyksenä vuoden 2009 Kirkes-verkkokirjasto-kysymyksen tilalle oli otettu verkkopalvelujen käytön opastuksen tason arviointi. Vaikka 41,1 % piti tasoa hyvänä, 38,9 % vastaajista ilmoitti, ettei käytä tai tunne palvelua.

4.6 Kirjaston verkkopalvelut

Kirjaston verkkopalveluista ei vielä vuoden 2009 asiakastyytyväisyyskyselyssä kysytty, joten niille ei ole varsinaista vertailukohtaa. Vuonna 2009 kuitenkin kysyttiin mitä mieltä vastaajat olivat Kirkes-verkkokirjaston käytön helppoudesta ja toimivuudesta. Tällöin tyytyväisiä vastaajia oli 63 %, ja 11,8 % ilmoitti, ettei käytä tai tunne palvelua. Vuoden 2012 kyselyssä kysyttiin, kuinka moni vastaajista käyttää tai ei käytä Kirkes-verkkokirjastopalvelua. Tähän jopa 27,5 % ilmoitti, ettei käytä kyseistä palvelua. Myös muut kirjaston tarjoamat verkkopalvelut olivat käyttäjille melko tuntemattomia.

4.7 Miten kirjaston/kirjastoauton palvelut ovat vaikuttaneet elämääsi?

Vuoden 2009 kyselyssä 40,7 % koki kirjaston auttaneen löytämään tarvittua tietoa esimerkiksi työhön tai opiskeluun huomattavasti ja 45,8 % jonkin verran. Enemmistö vastaajista oli myös sitä mieltä, että kirjaston palvelut ovat tukeneet kirjallisuuden tai taiteen harrastusta huomattavasti (45,9 %) tai jonkin verran (35,2 %). 49,6 % vastaajista ilmoitti, että kirjasto on tukenut tietojen ja taitojen jatkuvaa kehittämistä jonkin verran ja 28,7 % huomattavasti. Yhteensä lähes 90 % vastaajista oli sitä mieltä, että kirjasto oli tarjonnut virikkeitä vapaa-aikaan ja harrastuksiin joko huomattavasti (48,3 %) tai jonkin verran (38,1 %). Myös elämänlaadun koettiin parantuneen kirjaston tarjoamien palvelujen myötä ja 37,6 % vastaajista ilmoittikin, että kirjaston palvelut ovat parantaneet elämänlaatua huomattavasti. Vieläkin enemmän tuli ”jonkin verran”-vastauksia, jopa 42,7 %.

Vuoden 2012 kyselyssä ensimmäiseen kysymykseen, jossa kysyttiin onko kirjasto auttanut löytämään tarvitsemaa tietoa, tuli ”huomattavasti”-vastauksia lähes 10 % enemmän kuin vuoden 2009 kyselyyn. Vastaavasti kuitenkin ”jonkin verran”-vastaukset olivat hieman vähentyneet, joten myönteisiä vastauksia oli lähes saman verran kuin edellisessäkin kyselyssä. Kysymyksessä ”Onko kirjasto tukenut kirjallisuuden ja taiteen harrastusta?”-vastausprosentit olivat lähes samat kuin edellisenkin kyselyn aikaan, ainoastaan ”ei lainkaan” vastanneiden määrä oli hieman kasvanut ja vastaavasti ”jonkin verran”-vastaukset hieman vähentyneet. Tietojen ja taitojen jatkuvaa kehittämistä koskevan kysymyksen vastaukset olivat vuoden 2012 kyselyssä huomattavasti myönteisemmät kuin vuoden 2009 kyselyssä. Kun vuonna 2009 vain 28,7 % vastaajista oli sitä mieltä, että kirjasto on tukenut tietojen ja taitojen jatkuvaa kehittämistä huomattavasti, oli vuonna 2012 vastaava prosentti 41,1. Vuonna 2012 jo hieman yli 90 % vastaajista oli sitä mieltä, että kirjasto on tarjonnut virikkeitä vapaa-aikaan ja harrastuksiin huomattavasti tai jonkin verran, joten pientä kasvua oli tälläkin alueella edelleen havaittavissa. Kirjaston koettiin myös vuoden 2012 kyselyssä parantaneen elämänlaatua enemmän kuin vuoden 2009 kyselyssä. Näiden lisäksi vuonna 2012 kysyttiin onko kirjasto mahdollisesti lisännyt vastaajien sosiaalisia kontakteja, mutta koska tätä ei vuonna 2009 kysytty, ei tälle ole vertailukohtaa.

5 Johtopäätökset ja kehittämisehdotukset Mäntsälän kunnankirjastolle

Asiakastytyväisyyskyselyn toteuttamisen tarkoituksena oli selvittää asiakkaiden tyytyväisyyden tasoa Mäntsälän kunnankirjaston tarjoamia palveluita kohtaan sekä vertailun avulla selvittää onko asiakastytyväisyydessä tapahtunut muutoksia vuodesta 2009. Kyselyiden tulosten perusteella voidaan päätellä, että yleisesti ottaen Mäntsälän kunnankirjaston palveluihin ollaan tyytyväisiä. Suurimpia epäkohtia vastaajien mielestä olivat kirjaston suppeat aukioloajat sekä joidenkin vastaajien mielestä liian suppea aineistovalikoima. Näiden epäkohtien kehittämiseen annamme joitakin ehdotuksia kappaleessa 5.1 Kehittämisehdotukset.

Tulosten analysoinnin jälkeen huomasimme joitakin kohtia, jotka oltaisi voitu tehdä hieman eri tavalla. Yksi kyselyn osioista, jossa kysyttiin asiakkaiden tuntemusta kirjaston verkkopalveluista, tuntui olevan hieman liian pitkä, eivätkä vastaajat olleet oikein jaksaneet siihen paneutua. Kirjaston verkkopalvelut -osio olisikin voinut olla hieman tiiviimpi, eikä niin pitkä ja luettelomainen. Osiossa kysyttiin vastaajan käyttötottumuksia ja tuntemusta 14:sta eri kirjastoon liittyvästä verkkopalvelusta. Huomasimme paperivastauksia läpi käydessämme, että moni vastaajista oli joko lopettanut kyselyn tekemisen tähän osioon tai hypännyt tämän osion yli vastattuaan mahdollisesti ensin muutamaan vastausvaihtoehtoista.

Myös internet-kyselyssä toistui sama ilmiö kuin paperikyselyssä. Koska kirjaston verkkopalvelut -osion kysymykset oli jaettu niin, että kaikkiin piti vastata erikseen, oli kyselyyn varmasti melko raskas vastata. Luulemme, että tämä on vaikuttanut vastaajien määrään. Toisena ongelmana internet-kyselyssä oli, että aluksi kyselyohjelma tallensi vastaukset niin, että edellisen vastaajan vastaukset ja kommentit olivat näkyvissä seuraavalle kyselyyn vastanneelle. Uskomme, että tämä on karsinut jonkin verran vastaajien määrää.

Ei-käyttäjäkyselyn tavoitteena oli selvittää, miksi jotkut eivät käytä kirjaston palveluita. Kysely ei kuitenkaan onnistunut toivotulla tavalla, koska vastaajamäärä jäi hyvin pieneksi. Kyselyyn oli vastausmahdollisuus ainoastaan kirjaston omilla internet-sivuilla, josta vain viisi ihmistä löysi kyselyn ja vastasi siihen. Alun perin suunniteltu kyselyn postittaminen suoraan kuntalaisille olisi ehkä kuitenkin toiminut tämänkaltaisen kyselyn kannalta paremmin kuin pelkkä internet-kysely. Suoraan postittamalla olisimme mahdollisesti tavoittaneet paremmin henkilöt, jotka eivät kirjaston palveluja käytä. Kustannussyistä jouduimme kuitenkin luopumaan tästä toteutustavasta. Ehdotamme kuitenkin, että jos tämänkaltaisen kysely yritetään vielä toteuttaa uudelleen Mäntsälän kunnankirjastossa, käytetään suoraa postikyselyä.

5.1 Kehittämisehdotukset

Koska moni vastaajista toivoi pidempiä aukioloaikoja erityisesti perjantaille sekä viikonlopuille, ehdotamme, että Mäntsälän kunnankirjasto pitäisi kirjastoa auki pidempään esimerkiksi kerran tai kaksi kuukaudessa. Koska nykyisille aukioloajoille on varmasti jonkinlainen syy, emme ehdotakaan, että kirjasto pidentäisi aukioloaikojaan jokaiselle viikolle. Kirjaston käyt-

täjät olisivat varmasti tyytyväisempiä, mikäli kirjastossa olisi mahdollisuus käydä edes esimerkiksi joka toinen perjantai-ilta ja/tai sunnuntai. Aukioloajoista olisi näin myös helppo ilmoittaa, kun voitaisiin mainita, että kirjasto on auki myöhempään esimerkiksi parillisilla viikoilla.

Toinen kehitysehdotuksemme on järjestää kirjastolle avoimien ovien päivä. Idean saimme avoimista kommentteista, jossa joku oli tällaista päivää toivonut. Avoimien ovien päivänä kirjasto voisi järjestää vierailijoille erilaisia tietoiskuja toiminnastaan, esimerkiksi esittelemällä palveluitaan. Lisäksi avoimien ovien päivään voisi sisältyä pientä ohjelmaa, esimerkiksi kirjailija-vieras, kilpailuja sekä jotakin tarjottavaa, jotta mahdollisimman moni osallistuisi. Päivästä pitäisi tietenkin tiedottaa mahdollisimman hyvin monissa eri tiedotusvälineissä ja lisäksi joitain kävijäryhmiä voitaisiin kutsua erikseen.

Kolmantena asiana huomasimme, että etenkin nuoret kaipaavat enemmän heille sopivaa aineistoa kirjaston valikoimiin. Manga -toiveita tuli muutamia ja lisäksi toivottiin parempia lastenelokuvia. Näihin toiveisiin tulisi mielestämme vastata mahdollisimman hyvin, sillä lapset ja nuoret ovat tulevaisuuden potentiaalinen kirjaston asiakaskunta. Jotta henkilökuntakin pysyisi kärryllä siitä, mitä nuoret milloinkin lukevat ja katselevat, olisi kirjastossa hyvä olla jonkinlainen palautelaatikko aineistoa koskevaa toiveiden esittämistä varten. Tätä voisivat tietenkin käyttää muutkin kirjaston asiakkaat.

5.2 Yhteenveto ja arviointi

Opinnäytetyö lähti liikkeelle Mäntsälän kunnankirjaston tarpeesta selvittää asiakkaidensa tyytyväisyyttä sen tarjoamia palveluita ja aineistoja kohtaan. Yhteistyö kirjaston kanssa alkoi jo marraskuussa, jolloin tapasimme kirjastonjohtajan ja sovimme alustavasti tutkimuksen tekemiseen liittyvistä asioista ja aikataulusta. Tapaamisen jälkeen aloimme työstää työmme teoriaosuuksia sekä selvittämään kyselyiden käytännön toteutukseen liittyviä asioita. Tammi-kuussa tapasimme jälleen kirjastonjohtajan, jolloin teimme viimeistelyt kyselyihin sekä sovimme lopullisen aikataulun kyselyiden toteuttamiselle. Kyselyt olivat asiakkaiden vastattavissa kolmen viikon ajan Mäntsälän kunnankirjastolla ja sen internet-sivuilla 6.-27.2.2012, jonka aikana saimme viimeistelyä työmme teoriaosuuden. Kun kyselyt sulkeutuivat, pääsimme analysoimaan niiden tuloksia.

Asiakastyytyväisyyskyselyyn saimme yhteensä 105 vastausta, johon olimme melko tyytyväisiä, vaikka se olikin hieman vähemmän kuin vuonna 2009 toteutetussa kyselyssä. Mielestämme oli hyvä, että kyselyyn oli mahdollista vastata sekä kirjastolla että internetissä. Eikä käyttäjäkyselyyn olisimme toivoneet enemmän vastauksia, sillä siihen vastasi vain viisi henkilöä. Tältä osin tutkimuksemme ei siis onnistunut. Kyselyiden toteuttaminen tuntui melko paljon haastavammalta kuin alun perin odotimme, mutta oli kuitenkin hyvin mielenkiintoista. Meille on varmasti hyötyä jatkossa siitä, että olemme perehtyneet asiakastyytyväisyyteen ja

sen tutkimiseen, sillä jokainen yritys tarvitsee toimiakseen tyytyväisiä asiakkaita.

Haastavinta opinnäytetyön tekemisessä oli aikataulujen yhtensovittaminen. Meidän oli sovittava yhteen sekä omat että kirjastonjohtajan aikataulut. Olemme kummatkin käyneet koko työn ajan myös kokopäivätyössä, joten työn aikatauluttaminen on ollut melkoinen haaste. Olemme kuitenkin työn tekemisen myötä oppineet paljon ajanhallinnasta ja tehokkaista työskentelymenetelmistä. Työn teoriaosuudessa haastavinta oli osata poimia työn kannalta kaikin oleellisin tieto mukaan työhömmme.

Kaiken kaikkiaan olemme tyytyväisiä valmiiseen työhömmme. Onnistuimme selvittämään Mäntsälän kunnankirjaston asiakkaiden tyytyväisyyttä kirjastoa kohtaan sekä antamaan kirjastolle kehitysehdotuksia, joka oli työmme tarkoitus. Toivoimme että kirjasto järjestää tulevaisuudessa uuden ei-käyttäjäkyselyn postikyselymenetelmää käyttäen, jotta tämäkin kysely täyttäisi tarkoituksensa.

Lähteet

Kirjalliset lähteet:

Hirsijärvi, Remes & Sajavaara. 2008. Tutki ja kirjoita. Keuruu: Otavan kirjapaino Oy.

Järvelin, K., Kvist, H., Kähäri P ja Räikkönen J. 1992. Palveluyrityksen laadun kehittäminen. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Kotler, P. 80 konseptia menestykseen. 2005. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Kotler, P. 1999. Kotler on marketing. How to create, win and dominate markets. New York: Free Press. London: Simon & Schuster Uk Ltd.

Lahtinen, J., Isoviita, A. Asiakaspalvelu ja markkinointi. 1998. Gummerus Kirjapaino Oy.

Mäntyneva, M. 2001. Asiakkuudenhallinta. Vantaa: Tummavuoren Kirjapaino Oy.

Pesonen, H-L., Lehtonen, J. ja Toskala, A. 2002. Asiakaspalvelu vuorovaikutuksena. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Rope, T. 2000. Suuri markkinointikirja. Helsinki: Otavan Kirjapaino Oy.

Tilastollisia tunnuslukuja. myy.haaga-helia.fi/~keika/kurssit/tluvut.doc. Viitattu 6.12.2011.

Ylikoski, T. 2000. Unohtuiko asiakas? Toinen uudistettu painos. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Zeithaml, V., Bitner, M. ja Gremler, D. 2006. Services Marketing - Integrating Customer Focus Across the Firm. Boston: McGraw Hill.

Verkkolähteet:

Asiakas on tärkein. <http://www.palveluusuuskunnat.net/opiskelu/Asiakkuudet.htm>. Viitattu 14.1.2012.

Asiakastyytyväisyys. <http://fi.wikipedia.org/wiki/Asiakastyytyv%C3%A4isyys>. Viitattu 14.1.2012.

Empiiriset aineistot ja analysoinnin kysymykset. <http://www.uta.fi/laitokset/hoito/wwwoppimateriaali/luku5a.html>. Viitattu 15.1.2012.

Helakorpi, S. Kvalitatiivinen tutkimusote ja ammattikäytäntöjen kehittäminen. <http://openetti.aokk.hamk.fi/sisu/TEEMAT%20AIHEALUEITTAIN/kehitt%20ja%20tutkimusos/opn/opinnaytetyo/kvalitat.pdf>. Viitattu 6.12.2011.

Kolme tapaa esittää tilastotietoa. <http://www.stat.fi/tup/verkkokoulu/data/tg/01/02/index.html>. Viitattu 14.1.2012.

Laadulliset menetelmät yhteiskuntatieteissä. <http://www.valt.helsinki.fi/blogs/laadtut/pyorala.htm>. Viitattu 6.12.2011.

Miksi tilastografiikkaa käytetään? <http://www.stat.fi/tup/verkkokoulu/data/tg/01/04/index.html>. Viitattu 14.1.2012.

Miten saada asiakkaita ja pitää heistä kiinni. <http://h41112.www4.hp.com/promo/obc/fi/fi/business-it-advice/increase-your-sales/how-to-find-and-keep-customers.html>. Viitattu 7.1.2012.

Mitta-asteikot. <http://www.stat.fi/tup/verkkokoulu/data/tt/01/05/index.html>. Viitattu 7.1.2012.

Mitta-asteikot. <http://www.valt.helsinki.fi/optek/kvant/hyper2/mitta-as.htm>. Viitattu 7.1.2012.

Otanta. <http://www2.amk.fi/mater/tutkimusmenetelmat/kvantitat/kuvailu/otanta.htm>. Viitattu 6.12.2011.

Tuisku, T. 2008. Myyntityö valttia uusasiakashankinnassa. http://www.axession.fi/em_files/Presentaatio/Myyntityo%F6_on_valttia_uusasiakashankinnassa.pdf. Viitattu 15.1.2012.

Tutkimuksen reliabiliteetti. <http://www.amk.fi/opintojaksot/0709019/1193463890749/1193464185783/1194413792643/1194415307356.html>. Viitattu 17.2.2012.

Tutkimuksen validiteetti. <http://www.amk.fi/opintojaksot/0709019/1193463890749/1193464185783/1194413809750/1194415367669.html>. Viitattu 18.2.2012.

Validiteetti ja reliabiliteetti. http://www.mit.jyu.fi/ope/kurssit/Graduryhma/PDFt/validius_ja_reliabiliteetti.pdf.. Viitattu 18.2.2012.

Kuviot

Kuvio 1: Palvelun toleranssivöhykkeet (Zeithaml & Bitner 1996).	12
Kuvio 2: Lisämyynnin lähteet. (Bergström & Leppänen 2003.)	17
Kuvio 3: Sukupuoli	25
Kuvio 4: Ikä.....	26
Kuvio 5: Elämäntilanne	27
Kuvio 6: Kuinka usein käyt kirjastossa?	28
Kuvio 7: Mitä yleensä teet asioidessasi kirjastossa/kirjastoautossa?	29
Kuvio 8: Kirjaston sijainti on sopiva	30
Kuvio 9: Kirjaston tilat ovat viihtyisät ja vastaavat tarpeitani	30
Kuvio 10: Kirjaston aukioloajat ovat sopivat.....	31
Kuvio 11: Kirjaston tietokoneet (aineistonhaku, Internet-yhteydet, tekstinkäsittely) ovat toimivat ja vastaavat tarpeitani	31
Kuvio 12: Kirjaston tarjoamat aineistot vastaavat tarpeitani.....	32
Kuvio 13: Kirjaston aineistot ovat ajantasaiset.....	33
Kuvio 14: Aineiston sijoittelu on selkeää ja helposti löydettävissä	33
Kuvio 15: Kirjastossa on riittävästi lainattavaa aineistoa.....	34
Kuvio 16: Saan yleensä tarvitsemäni aineiston	34
Kuvio 17: Henkilökunnan palveluالتتتتت.....	35
Kuvio 18: Henkilökunnan asiantuntemus.....	36
Kuvio 19: Palvelun sujuvuus.....	36
Kuvio 20: Palveluista tiedottaminen.....	37
Kuvio 21: Verkkopalvelujen ja tietokoneiden käytön opastus	38
Kuvio 22: Neuvonta- ja kaukopalvelun toimivuus	38
Kuvio 23: Kirkes-kirjastojen aineistotietokanta ja aineistohaku	39
Kuvio 24: Kirjastot.fi - kaikkien Suomen kirjastojen palvelutietokanta.....	40
Kuvio 25: Kirjasampo - laaja kirjojen ja kirjallisuuden hakupalvelu	40
Kuvio 26: Naxos - musiikin kuuntelupalvelu.....	40
Kuvio 27: Okariino - lasten kirjallisuuspalvelu.....	41
Kuvio 28: Sivupiiri - nuorten kirjallisuuspalvelu	41
Kuvio 29: Makupalat - tietokirjojen aiheenmukainen hakupalvelu.....	42
Kuvio 30: Tiedonhaunportti - laaja, monipuolinen hakupalvelu	42
Kuvio 31: Kysy kirjastonhoitajalta - valtakunnallinen vastauspalvelu	43
Kuvio 32: Kysy mitä vaan - vastauksia mieltäsi askarruttaviin kysymyksiin	43
Kuvio 33: Linnea - yliopistojen kokoelmatietokannat	44
Kuvio 34: Arto - kotimainen artikkeliviitetietokanta	44
Kuvio 35: Suoma - suomalaisia verkkolehtiä	45
Kuvio 36: Kirjastokaista - audiovisuaalinen kirjastosivu	45
Kuvio 37: Käytätkö kirjaston Facebook-sivuja?	46

Kuvio 38: Auttanut löytämään tarvitsemaani tietoa (esim. työhön tai opiskeluun).....	46
Kuvio 39: Tukenut kirjallisuuden ja taiteen harrastusta	47
Kuvio 40: Tukenut tietojen ja taitojen jatkuvaa kehittämistä	48
Kuvio 41: Tarjonnut virikkeitä vapaa-aikaan ja harrastuksiin.....	48
Kuvio 42: Lisännyt sosiaalisia kontakteja	49
Kuvio 43: Parantanut elämänlaatuani	49
Kuvio 44: Sukupuoli	51
Kuvio 45: Elämäntilanne	51
Kuvio 46: Koulutus	52
Kuvio 47: Jos et käytä kirjaston palveluja, miksi?	53
Kuvio 48: Tuntemani kirjaston palvelut.....	54
Kuvio 49: Tiedottaako kirjasto tarpeeksi palveluistaan	55
Kuvio 50: Missä toivoisit kirjaston ilmoittavan palveluistaan?	55

Liitteet

Liite 1: Asiakastyytyväisyyskyselyn paperiversio	68
Liite 2: Asiakastyytyväisyyskyselyn internet-versio	70
Liite 3: Ei-käyttäjäkysely	72

Liite 1. Asiakastytyväisyyskyselyn paperiversio.

MÄNTSÄLÄN KUNNANKIRJASTO JA KIRJASTOAUTO
ASIAKASKYSELY 6.2. - 26.2.2012Perustiedot 

Sukupuoli nainen/tyttö mies/poika
 Ikä alle 15 15-20 21-30 31-40 41-50 51-65 yli 65
 Elämäntilanne koululainen/opiskelija kotiäiti tai -isä työssä työtön
 eläkeläinen muu, mikä? _____

Kirjaston/kirjastoauton käyttötottumukset 

Kuinka usein käyt kirjastossa/kirjastoautossa?
 päivittäin kuukausittain viikoittain harvemmin

Mitä yleensä teet asioidessasi kirjastossa/kirjastoautossa? (Voit valita useamman vaihtoehdon)

lainaan, palautan, varaan tai uusin aineistoa
 tutustun aineistoihin
 etsin tietoa tai aineistoa tietystä aiheesta
 luen lehtiä
 opiskelen/teen läksyjä
 käytän neuvontapalveluja/kaukopalvelua
 tutustun näyttelyihin
 osallistun satutunteihin
 osallistun lasten elokuvaesityksiin
 käytän tietokoneita (Internet/sähköposti/tekstinkäsittely)
 kopioin tai tulostan
 vietän aikaa kirjastossa/tapaan ystäviä
 käyn ryhmien kanssa (päiväkoti- ja muut erityisryhmät)

Kirjasto/kirjastoauto asiointiympäristönä 

	Kyllä	Ei
kirjaston sijainti on sopiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kirjaston tilat ovat viihtyisät ja vastaavat tarpeitani	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kirjaston aukioloajat ovat sopivat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kirjaston tietokoneet (aineistonhaku, Internet-yhteydet) ovat toimivat ja vastaavat tarpeitani	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kirjaston/kirjastoauton aineistot 

	Kyllä	Ei
kirjaston tarjoamat aineistot vastaavat tarpeitani	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kirjaston aineistot ovat ajantasaiset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
aineiston sijoittelu on selkeää ja helposti löydettävissä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kirjastossa on riittävästi lainattavaa aineistoa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
saan yleensä tarvitsemani aineiston	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Käännä!

Kirjaston/kirjastoauton asiakaspalvelu

	Hyvä	Tyydyttävä	Huono	En tiedä/en käytä
henkilökunnan palveluالتتتت	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
henkilökunnan asiantuntemus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
palvelun sujuvuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
palveluista tiedottaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
verkkopalvelujen ja tietokoneiden käytön opastus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
neuvonta- ja kaukopalvelun toimivuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kirjaston verkkopalvelut

Kirkos-verkkokirjaston / tietokantojen / linkkien käyttö:	Käytän	En	En tunne
<i>Kirkos</i> -kirjastojen aineistotietokanta ja aineistohaku	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<i>Kirjastot.fi</i> - kaikkien Suomen kirjastojen palvelutietokanta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<i>Kirjasampo</i> - laaja kirjojen ja kirjallisuuden hakupalvelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<i>Naxos</i> - musiikin kuuntelupalvelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<i>Okariino</i> - lasten kirjallisuuspalvelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<i>Sivupiiri</i> - nuorten kirjallisuuspalvelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<i>Makupalat</i> - tietokirjojen aiheenmukainen hakupalvelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<i>Tiedonhaunportti</i> - laaja, monipuolinen hakupalvelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<i>Kysy kirjastonhoitajalta</i> - valtakunnallinen vastauspalvelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<i>Kysy mitä vaan</i> - vastauksia mieltäsi askarruttaviin kysymyksiin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<i>Arto</i> - kotimainen artikkeliviitetietokanta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<i>Suoma</i> - suomalaisia verkkolehtiä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<i>Linnea</i> - yliopistojen kokoelmatietokannat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<i>Kirjastokaista</i> - audiovisuaalinen kirjastosivusto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Käytätkö kirjaston Facebook-sivuja?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Miten kirjaston/kirjastoauton palvelut ovat vaikuttaneet elämääsi?

	Huomattavasti	Jonkin verran	Ei lainkaan	En osaa sanoa
auttanut löytämään tarvitsemaani tietoa (esim. työhön tai opiskeluun)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tukenut kirjallisuuden ja taiteen harrastusta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tukenut tietojen ja taitojen jatkuvaa kehittämistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tarjonnut virikkeitä vapaa-aikaan ja harrastuksiin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
lisännyt sosiaalisia kontakteja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
parantanut elämänlaatuaani	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kommenttini ja kehittämisehdotukseni kirjastolle/kirjastoautolle

Osallistun kirjapalkintojen arvontaan. Kirjastokorttini numero on _____



KIITOS VASTAUKSESTASI!

Liite 2. Asiakastytyväisyyskyselyn internet-versio.

Perustiedot

1. Sukupuoli
2. Ikä
3. Elämäntilanne

Kirjaston/kirjastoauton käyttötottumukset

1. Kuinka usein käyt kirjastossa?
2. Mitä yleensä teet asioidessasi kirjastossa/kirjastoautossa?

Kirjasto/kirjastoauto asiointiympäristönä

1. Kirjaston sijainti on sopiva
2. Kirjaston tilat ovat viihtyisät ja vastaavat tarpeitani
3. Kirjaston aukioloajat ovat sopivat
4. Kirjaston tietokoneet (aineistoin haku, internet-yhteydet, tekstinkäsittely) ovat toimivat ja vastaavat tarpeitani
5. Kommenttisi

Kirjaston/kirjastoauton aineistot

1. Kirjaston tarjoamat aineistot vastaavat tarpeitani
2. Kirjaston aineistot ovat ajantasaiset
3. Aineiston sijoittelu on selkeää ja helposti löydettävissä
4. Kirjastossa on riittävästi lainattavaa aineistoa
5. Saan yleensä tarvitsemani aineiston
6. Kommenttisi

Kirjaston/kirjastoauton asiakaspalvelu

1. Henkilökunnan palvelualttius
2. Henkilökunnan asiantuntemus
3. Palvelun sujuvuus
4. Palveluista tiedottaminen
5. Verkkopalvelujen ja tietokoneiden käytön opastus
6. Neuvonta- ja kaukopalvelun toimivuus
7. Kommenttini palveluista

Verkkopalvelut

1. Kirkes -kirjastojen aineistotietokanta ja aineistohaku
2. Kirjastot.fi - Kaikkien Suomen kirjastojen palvelutietokanta
3. Kirjasampo - Laaja kirjojen ja kirjallisuuden hakupalvelu
4. Naxos - Musiikin kuuntelupalvelu
5. Okariina - Lasten kirjallisuuspalvelu

6. Sivupiiri - Nuorten kirjallisuuspalvelu
7. Makupalat - Tietokirjojen aiheenmukainen hakupalvelu
8. Tiedonhaunportti - Laaja, monipuolinen hakupalvelu
9. Kysy kirjastonhoitajalta - Valtakunnallinen vastauspalvelu
10. Kysy mitä vaan - Vastauksia mieltäsi askarruttaviin kysymyksiin
11. Linnea- Yliopistojen kokoelmatietokannat
12. Arto - Kotimainen artikkeliviitetietokanta
13. Suoma - Suomalaisia verkkolehtiä
14. Kirjastokaista - Audiovisuaalinen kirjastosivusto
15. Käytätkö kirjaston Facebook-sivuja?

Miten kirjaston/kirjastoauton palvelut ovat vaikuttaneet elämääsi?

1. Auttanut löytämään tarvitsemaani tietoa (esim. työhön tai opiskeluun)
2. Tukenut kirjallisuuden ja taiteen harrastusta
3. Tukenut tietojen ja taitojen jatkuvaa kehittämistä
4. Tarjonnut virikkeitä vapaa-aikaan ja harrastuksiin
5. Lisännyt sosiaalisia kontakteja
6. Parantanut elämänlaatuani

Kommenttini ja kehittämis ehdotukseni kirjastolle/kirjastoautolle

Liite 3. Ei-käyttäjäkysely

Perustiedot

1. Sukupuoli
2. Elämäntilanne
3. Koulutus
4. Syntymävuoteni on
5. Postinumeroni on

Kirjaston palvelut

1. Jos et käytä kirjaston palveluja, miksi?
2. Tuntemani kirjaston palvelut
3. Tiedottaako kirjasto tarpeeksi palveluistaan?
4. Missä toivoisit kirjaston ilmoittavan palveluistaan?

Kommentit