

ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELYT  
LAPIN SAIRAANHOITOPIIRIN TIETOHALLINNON  
PALVELUIDEN KEHITTÄMISEN TUKENA

Hanne Teppo

Opinnäytetyö  
Tekniikan ja liikenteen ala  
Teknologiaosaamisen johtamisen koulutus  
Insinööri (YAMK)

2015

Tekniikan ja liikenteen ala  
Teknologiaosaamisen johtaminen

---

<b>Tekijä</b>	Hanne Teppo	<b>Vuosi</b>	2015
<b>Ohjaaja</b>	Veikko Kärnä		
<b>Toimeksiantaja</b>	LSHP tietohallinto, Vesa-Matti Tolonen		
<b>Työn nimi</b>	Asiakastyytyväisyyskyselyt Lapin sairaanhoitopiirin tietohallinnon palveluiden kehittämisen tukena		
<b>Sivu- ja liitemäärä</b>	57 + 5		

---

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää Lapin sairaanhoitopiirin (LSHP) tietohallinnon toimintaa tuottamalla tietohallinnon käyttöön asiakastyytyväisyyskysely. Opinnäytetyön tehtävänä oli selvittää kyselytutkimuksella, miten tietohallinnon asiakkaat kokivat aiemmin toteutetun tietohallinnon asiakastyytyväisyyskyselyn verrattuna uuteen suunniteltuun asiakastyytyväisyyskyselyyn ja miten suunniteltua asiakastyytyväisyyskyselyä voisi edelleen kehittää ennen sen toteuttamista.

Tutkimuksen tehtävänä oli lisäksi selvittää vastaus seuraaviin kysymyksiin: Mitkä asiat motivoivat vastaajia vastaamaan kyselyihin? Mitkä asiat muodostavat asiakkaan tyytyväisyyden tai tyytymättömyyden LSHP:n tietohallinnon palveluihin? Kuinka usein asiakkaiden tyytyväisyyttä tulisi mitata? Miten kyselyt yleensä toimivat palautteen antamisessa ja kokevatko käyttäjät palautteen antamisen johtaneen joihinkin toimenpiteisiin? Miten tärkeinä vastaajat pitävät kyselyn anonyymiyttä ja luotettavuutta?

Tutkimus toteutettiin tapaustutkimuksena käyttäen laadullisten, avointen kysymysten sähköistä kyselylomaketta. Tutkimuskysely toteutettiin syksyllä 2014, kyselyyn vastasi organisaatiomme kehittämisestä kiinnostuneita henkilöitä.

Opinnäytetyön käsitteellinen viitekehys koostuu asiakastyytyväisyyden käsitteestä, asiakastyytyväisyyden mittaamisen perusteista, tavoitteista ja eri toteutustavoista. Tarkemmin esitellään sähköisen kyselylomakkeen hyödyt ja haitat sekä suunnittelu ja toteutus. Lisäksi tarkastellaan asiakastyytyväisyystutkimusten tulosten analysointia.

Tutkimuksen mukaan tärkeimmät kyselyiden hyvät ominaisuudet ovat selkeys, lyhyys, tarkkuus ja helppous. Kyselyistä tehtäisiin lyhyempiä kohdentamalla ne tarkemmin. Vuosittaista mittaamista pidetään riittävänä yleisen asiakastyytyväisyyden selvittämiseen, lisäksi mahdollisuus vapaalle palautteelle on tarpeen. Tiedottamisen tärkeys korostui kyselyn toimivuutta ja vaikuttavuutta arvioitaessa. Kyselyiden anonyymiteetin tärkeys vaihteli riippuen tilanteesta.

Avainsanat

asiakastyytyväisyyskysely, sähköinen kyselylomake

Technology, Communication and Transport  
Management of Technological Competence

---

<b>Author</b>	Hanne Teppo	Year	2015
<b>Supervisor(s)</b>	Veikko Kärnä		
<b>Commissioned by</b>	Lapland Hospital District, Vesa-Matti Tolonen		
<b>Subject of thesis</b>	Customer Satisfaction Surveys Supporting Development of the Lapland Hospital District IT Management Services		
<b>Number of pages</b>	57 + 5		

---

The aim of this study was to develop the operation of the IT management services in Lapland Hospital District by providing a customer satisfaction survey to their use. The purpose of the thesis was to find out how customers experienced the previously implemented customer satisfaction survey as compared to the planned new customer satisfaction survey and how the planned customer satisfaction survey could be further developed before it is implemented.

In addition, the purpose was to find answers, for example, to the following research questions: What issues motivate the respondents to answer the surveys? How often should the customer satisfaction be measured? How important do the respondents consider the anonymity and the reliability of the surveys?

The research was conducted using a qualitative case study, asking open-ended questions in an electronic questionnaire. The questionnaire was conducted in the autumn of 2014 and was answered by persons interested in the development of the organization.

The conceptual framework of the thesis consisted of the concept of customer satisfaction, the customer satisfaction measurement criteria, the objectives and the different methods of implementation. More specifically the benefits and disadvantages as well as the design and the implementation of an electronic survey were introduced. In addition the analysis of the results of the customer satisfaction surveys was observed.

According to the study the most important good features of the surveys are clarity, shortness, accuracy and ease. The surveys could be made shorter by targeting them more accurately. The annual measurement is considered sufficient for determining the overall customer satisfaction; in addition the possibility of free feedback is necessary. The importance of informing was emphasized both in the functionality and in the effectiveness of surveys. The importance of the anonymity of survey depended on the situation.

Key words                      customer satisfaction surveys, electronic survey

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	5
1.1	Tausta .....	5
1.2	Opinnäytetyön tavoite, tarkoitus ja tehtävä, rajaus ja raportin kulku .....	6
2	ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELYT TOIMINNAN KEHITTÄMISESSÄ .....	8
2.1	Asiakastyytyväisyys ja palvelun laatu .....	8
2.2	Asiakastyytyväisyyden mittaamistavat ja mittaamisen tavoitteet .....	10
2.2.1	Sähköisen kyselylomakkeen hyvät ja huonot puolet .....	13
2.2.2	Sähköisen asiakastyytyväisyyskyselylomakkeen suunnittelu .....	16
2.3	Asiakastyytyväisyyskyselyn tulosten analysointi ja ongelmakohdat .....	20
3	MENETELMÄT .....	26
3.1	Tutkimuksen tyyppi ja tiedonkeruu .....	26
3.2	Asiakastyytyväisyyskyselylomakkeen suunnittelu .....	29
3.3	Tutkimuksen toteutus .....	30
3.4	Aineiston analyysi .....	32
4	TULOKSET .....	35
4.1	Kyselyiden paremmuustekijät .....	35
4.2	Motivoivat tekijät .....	36
4.3	Tyytyväisyystekijät ja kysymysten asettelu .....	37
4.4	Mittaustiheys .....	39
4.5	Toimivuus ja vaikuttavuus .....	40
4.6	Anonymiteetti ja luotettavuus .....	41
5	JOHTOPÄÄTÖKSET .....	44
5.1	Tulosten yhteenveto ja pohdinta .....	44
5.2	Kehitysideat .....	46
5.3	Tutkimuksen ja tulosten luotettavuuden arviointi .....	50
	LÄHTEET .....	53
	LIITTEET .....	57

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Tausta

Lapin sairaanhoitopiiri (LSHP) on 15 kunnan omistama kuntayhtymä, jonka tehtävänä on huolehtia alueensa erikoissairaanhoidosta (Lapin sairaanhoitopiiri 2015.). Sen toiminta jakautuu tulosalueisiin, tulosyksiköihin ja vastuuyksiköihin yhtymävaltuuston vuosittaisen päätöksen mukaisesti. Tietopalvelut ts. tietohallinto on yksi tukipalvelujen tulosalueen tulosyksikkö. (Lapin sairaanhoitopiiri 2014a.) Tietohallinto on siis yksi sairaanhoitopiirin palveluyksikkö ja sen asiakkaita ovat muut sairaanhoitopiirin tulosyksiköt eli koko LSHP:n henkilöstö. Sen toiminta-ajatuksena on luoda sairaanhoitopiirin eri yksiköissä sellainen tietojenkäsittelyn toimintaympäristö, joka mahdollistaa järkevän, taloudellisen, tehokkaan ja turvallisen tavan käyttää erilaisia tietojärjestelmiä muun toiminnan tukena (Lapin sairaanhoitopiiri 2014b).

LSHP:n tietohallinnossa aloitettiin tietohallintomallin käyttöönotto alkuvuodesta 2013 tehdyllä ns. kypsyysanalyysillä, jonka toteutti ulkopuolinen toimija. Tietohallintomalli on Suomessa kehitetty yritysten ja julkisten yhteisöjen tietohallintojen käytännönläheinen johtamisen viitekehys (ICT Standard Forum 2014). Myöhemmin vuonna 2013 LSHP:n tietohallinto tilasi myös tietoliikennekartoituksen toiselta ulkopuoliselta toimijalta. Osana tätä kartoitusta toteutettiin verkkokysely henkilöstölle. Kyselyllä oli tarkoitus selvittää asiakastyytyvyyden lisäksi sairaalan tietojärjestelmien silloista tilaa, toiminnallisuutta ja löytää kehityskohteita (Tolonen 2013).

Palatessani töihin LSHP:n tietohallintoon syyskuussa 2014 sain tehtäväkseni suunnitella uuden asiakastyytyvyysskyselyn tietohallinnon vuosittaiseen käyttöön hyödyntäen edellä mainittua aiemmin toteutettua kyselyä. Itse en kokenut tuon kyselyn olevan täysin sopiva LSHP:n henkilöstölle ja tietohallinnon tarpeisiin. Halusin ylempään ammattikorkeakoulututkintoon kuuluvana opinnäytetyönäni selvittää kyselytutkimuksen keinoin, miten henkilöstö oli kokenut aiemman asiakastyytyvyysskyselyn. Tutkimustulosten sekä käsitteellisen viiteke-

hyksen avulla voisin muodostaa uuden asiakastytyväisyyskyselyn, joka sopisi henkilöstöllemme ja jonka avulla saataisiin tietoa tietohallinnon nykytilasta ja kehitettyä tietohallinnon palveluita edelleen.

Rajallisen työssäoloaikani vuoksi ei käytännössä ollut mahdollista odottaa tutkimukseni valmistumista ja tutkimustuloksia ennen uuden asiakastytyväisyyskyselyn suunnittelun aloittamista. Siksi suunnittelin uuden asiakastytyväisyyskyselyn yhteistyössä tietohallinnon henkilökunnan kanssa hyödyntäen siihen mennessä hankkimaani ja tässä raportissa esiteltyä tietopohjaa. Päätin yhdistää tutkimukseeni tämän suunnittelemani uuden kyselyn esitutkimuksen ja selvittää, mitä mieltä asiakkaat ovat siitä verrattuna aiempaan kyselyyn. Asiakastytyväisyyskysely toteutetaan ensimmäisen kerran todennäköisesti loppuvuonna 2015 ja siitä lähtien vuosittain, joten tämän tutkimuksen tuloksia pystytään hyödyntämään asiakastytyväisyyskyselyn edelleen kehittämisessä.

## 1.2 Opinnäytetyön tavoite, tarkoitus ja tehtävä, rajausta ja raportin kulku

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on kehittää LSHP:n tietohallinnon toimintaa, mikä on itselleni tietohallinnossa työskentelevänä erittäin tärkeää. Opinnäytetyön tarkoituksena on tuottaa LSHP:n tietohallinnon käyttöön asiakastytyväisyyskysely, joka toteutetaan jatkossa vuosittain tietohallinnon toiminnan kehittämisen tukena. Opinnäytetyön tehtävänä on selvittää kyselytutkimuksen avulla, miten tietohallinnon asiakkaat kokivat syksyllä 2013 toteutetun tietohallinnon asiakastytyväisyyskyselyn ja millaiseksi he kokevat uuden suunnitellun asiakastytyväisyyskyselyn. Tutkimuksen tehtävänä on vastata seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

- Miten asiakkaat kokivat sekä aiemmin toteutetun että suunnitellun asiakastytyväisyyskyselyn?
- Miten suunniteltua asiakastytyväisyyskyselyä voisi edelleen kehittää ennen sen toteuttamista?

Edellä mainittujen pääkysymysten lisäksi tutkimuksella haetaan vastausta seuraaviin apukysymyksiin: Mitkä asiat motivoivat vastaajia vastaamaan kyselyihin?

Mitkä asiat muodostavat asiakkaan tyytyväisyyden tai tyytymättömyyden LSHP:n tietohallinnon palveluihin? Kuinka usein asiakkaiden tyytyväisyyttä tulisi mitata? Miten kyselyt yleensä toimivat palautteen antamisessa ja kokevatko käyttäjät palautteen antamisen johtaneen joihinkin toimenpiteisiin? Miten tärkeinä vastaajat pitävät kyselyn anonyymiyttä ja luotettavuutta?

Tutkimus on rajattu koskemaan asiakastyytyväisyyskyselyitä erityisesti tietohallinnon toiminnan tukena. Tutkimustuloksia käytetään LSHP:n tietohallinnon toiminnan kehittämisessä, mutta tuloksia voi hyödyntää myös muiden sairaanhoidopiirien tai eri toimialojenkin tietohallinnoissa ja muussa palveluntuotannossa.

Tämän opinnäytetyön käsitteellinen viitekehys (luku 2) muodostuu asiakastyytyväisyyden käsitteestä, asiakastyytyväisyyden mittaamisen perusteista, tavoitteista ja eri toteutustavoista. Tarkemmin käsitellään sähköisen kyselylomakkeen hyödyt ja haitat sekä suunnittelu ja toteutus. Lisäksi tarkastellaan asiakastyytyväisyystutkimusten tulosten analysointia.

Tässä opinnäytetyön raportissa on viisi lukua. Ensimmäisessä luvussa johdetaan lukija aiheeseen, kerrotaan tutkimuksen tavoite, tarkoitus ja tehtävä, työn rajaus sekä tutkimuksen käsitteellinen viitekehys lyhyesti ja lopuksi raportin kulku. Toisessa luvussa esitellään tutkimuksen käsitteellinen viitekehys perusteellisesti. Kolmannessa luvussa kerrotaan tarkemmin tutkimuksen tyypistä, valituista tutkimusmenetelmistä, tutkimuksessa vertailtavana kohteena olleen asiakastyytyväisyyskyselyn suunnittelusta ja tutkimusaineiston analysoinnista. Luvussa neljä esitellään tutkimuksen tulokset tutkimuskysymyksittäin. Luvussa viisi esitetään tutkimuksen johtopäätökset, tulosten yhteenveto ja pohdinta, kehitysideat ja arvioidaan tutkimuksen luotettavuutta.

## 2 ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELYT TOIMINNAN KEHITTÄMISESSÄ

### 2.1 Asiakastyytyväisyys ja palvelun laatu

Teollisuudessa laadun määrittelemine on helpompaa kuin palvelutuotannossa (Reinboth 2008, 96). Palvelun laatua voi tarkastella esimerkiksi perehtymällä sen eri osa-alueisiin: vuorovaikutukseen, ammattitaitoon, saavutettavuuteen, fyysisiin resursseihin, imagoon, hintaan ja asiakastyytyväisyyteen. Puhekielessä asiakastyytyväisyys ja palvelun laatu voivat joskus sekoittua keskenään, mutta tieteellisesti ne ovat kaksi eri asiaa. (Jakosuo 2005, 30–34.) Mm. Grönroosin mukaan palvelun kuluttaja kokee ensin palvelun osatekijöiden laadun ja on vasta sitten joko tyytyväinen tai tyytymätön saamaansa palvelun laatuun (Grönroos 2007, 89).

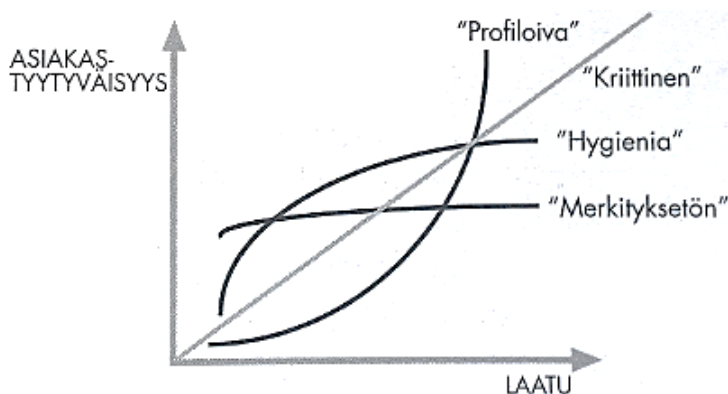
Yleisin tapa määritellä asiakastyytyväisyys on verrata asiakkaan kokemusta tämän ennakko-odotuksiin. Jos asiakas kokee ennakko-odotuksensa täyttyvän, hän on tyytyväinen. Jos taas ennakko-odotukset eivät täyty, asiakas ei ole tyytyväinen. Jos ennakko-odotukset ylitetään, asiakas voi olla erittäin tyytyväinen ja iloisesti yllättynyt. Tämä asiakastyytyväisyyden määritelmä perustuu sille olettamukselle, että asiakkaalla on ennakko-odotuksia ja että hän pystyy arvioimaan niiden toteutumista. (Buttle 2004, 21; Storbacka & Lehtinen 2005, 100–101.)

Tähän odotuksiin perustuvaan asiakastyytyväisyyden määritelmään liittyy kuitenkin useita ongelmia: Teoriassa asiakastyytyväisyyttä voisi nimittäin lisätä pienentämällä odotuksia, käytännössä tämä ei kuitenkaan voi toimia kuin korkeintaan silloin kun asiakaskohtaukset ovat harvinaisia (Storbacka & Lehtinen 2005, 100–101). Jos asiakkaan ennakko-odotukset eivät ole korkeat, asiakas ei yleensä ole tyytyväinen, vaikka hänen ennakko-odotuksensa täyttyisivätkin (Buttle 2004, 21). Tästä esimerkkinä voisinkin kuvata tilanteen, jossa asiakas kuvittelee tietohallinnon palvelun olevan hidasta ja jos se palvelutilanteessa myös on sitä, ei asiakas luultavimmin ole tyytyväinen.



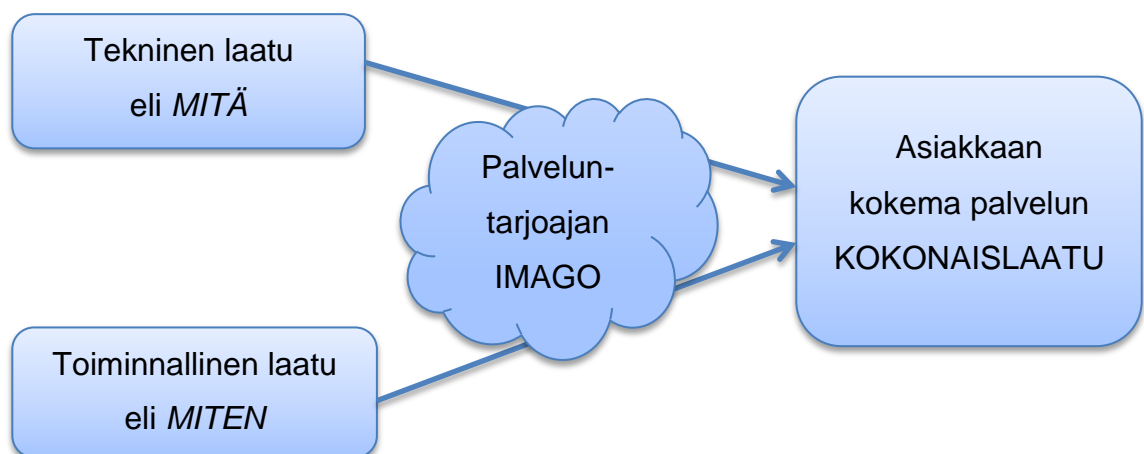
Asiakastyytyväisyyden palvelutapahtumissa voidaan ajatella perustuvan asiakkaan kokemaan palvelun laatuun. Se, mitä palvelun laadulla tarkoitetaan, olisi-kin hyvä määritellä siten kuin asiakas sen määrittelee (Grönroos 2007, 73). Karkeasti määriteltynä palvelu on aineeton tapahtuma, jossa palvelun tuotanto ja kulutus tapahtuu useimmiten yhtä aikaa. Tällöin palveluntarjoajan ja asiakkaan välille syntyy vuorovaikutustilanne, jonka tapahtumat vaikuttavat olennaisesti asiakkaan kokemaan palvelun laatuun. Kaikki tämän vuorovaikutustilan-teen osat, kuten ihmiset, järjestelmät ja toimintatavat, vaikuttavat siihen, miten asiakas kokee palvelun. Asiakkaan ja varsinaisen asiakaspalvelijan vuorovaiku- tus on keskeistä, mutta asiakkaan kokemaan palvelun laatuun vaikuttavat myös mm. palveluntarjoajan käyttämät toimintatavat ja tekniikka. (Grönroos 2007, 73; Pesonen, Lehtonen & Toskala 2002, 44–45.)

Asiakastyytyväisyyden ja palvelun laadun suhde ei kuitenkaan välttämättä ole lineaarinen vaan voidaan puhua useista erilaisista yhteyksistä laadun ja asia- kastyytyväisyyden välillä. Tämä voidaan esittää ns. laatufunktiona (Kuvio 1). Kriittisten tekijöiden laadun paraneminen vaikuttaa suoraan asiakastyytyväisyy- teen lineaarisesti. Ns. hygienia-tekijöiden laadun parantaminen ei varsinaisesti kasvata tyytyväisyyttä, mutta laadun huononeminen tietyn tason alle laskee tyy- tyväisyyttä merkittävästi. Merkityksettömät tekijät eivät vaikuta asiakastyytyväi- syyteen millään tavalla. Profiloiviin tekijöihin panostamalla yritys voi erottua edukseen kilpailijoista: niiden parempi laatu voi merkittävästi vaikuttaa tyytyväi- syyteen, mutta pieni laadun heikentyminen ei juuri vaikuta. (Storbacka & Lehti- nen 2005, 99–100.)



Kuvio 1. Laatufunktio (Storbacka & Lehtinen 2005, 100)

Palveluntarjoaja usein katsoo, että palvelun kokonaislaatu on sitä, *mitä* asiakas saa palvelutilanteesta. Todellisuudessa tämä on vain yksi laadun ulottuvuus eli lopputuloksen tekninen laatu. Asiakkaan kokemaan laatuun vaikuttaa myös se, *miten* hän saa palvelun eli prosessin toiminnallinen laatu. Lisäksi palveluntarjoajan imago voi vaikuttaa laadun kokemiseen monin eri tavoin. Jos asiakkaalla esimerkiksi on hyvin kielteinen kuva palveluntarjoajasta, pienikin virhe voi vaikuttaa suhteellisesti enemmän kuin, jos asiakkaalla olisi myönteinen mielikuva palveluntarjoajasta. (Grönroos 2007, 73–74.) Asiakkaan kokeman laadun kaksi perusulottuvuutta, tekninen eli lopputulosulottuvuus ja toiminnallinen eli prosessitulottuvuus, suhteessa yrityksen imagoon ja niiden vaikutus kokonaislaatuun on kuvattu kuviossa 2.



Kuvio 2. Palvelun laadun ulottuvuudet (mukaillen Grönroos 2007, 74)

## 2.2 Asiakastyytyväisyyden mittaamistavat ja mittaamisen tavoitteet

Asiakaskeskeisissä organisaatioissa tavoitteisiin pyritään pääsemään asiakastyytyväisyyden avulla. Tyytyväisyyteen voidaan vaikuttaa ainoastaan siten, että otetaan selvää siitä, mitkä asiat tekevät asiakkaat tyytyväisiksi. Asiakaskeskeisesti ajateltuna tuo tieto tulee hankkia suoraan asiakkailta itseltään jollain tavalla, vaikka yleistä tietoa asiakastyytyväisyydestä on saatavilla mm. kuluttajan käyttäytymistä koskevassa kirjallisuudesta. Palveluiden erilaisuuden vuoksi tar-

vitaan myös toimialakohtaista asiakastyytyväisyystutkimusta. (Ylikoski 2000, 149.) Joidenkin asiantuntijoiden mukaan asiakastyytyväisyyden selvittäminen edellyttää jatkuvaa ja systemaattista mittaamista eli jatkuvan palautteen hankkimista asiakkaalta itseltään (Rope & Pöllänen 1998, 59).

Organisaatiolla on aina jonkinlainen käsitys asiakkaidensa tyytyväisyydestä. Organisaation johdon näkemys tosin voi erota asiakastyössä olevien henkilöiden näkemyksestä. Asiakkaiden tyytymättömyydestä puolestaan saadaan tietoa tehdyistä valituksista. Kaikki tämä tieto on arvokasta, mutta riittämätöntä kertomaan kattavasti asiakkaiden mielipidettä. Tietoa tulisi kerätä asiakastyytyväisyysseurantajärjestelmällä, joka koostuu sekä tutkimuksista ja mittauksista että suoran palautteen keräämisestä. Suoraa palautetta saadaan pyytämällä asiakasta antamaan palautetta omin sanoin ja mielellään välittömästi palvelutilanteessa. Näin palveluorganisaatiossa suoraa palautetta on melko helppoa saada, jos sitä vain halutaan kerätä. Suora palaute tukee tyytyväisyystutkimuksilla saatavaa tietoa ja päinvastoin. (Ylikoski 2000, 155–156.)

Asiakastyytyväisyysmittauksilla saadaan tietoa palvelun laadusta, koska se on keskeinen asiakastyytyväisyyteen vaikuttava tekijä. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttaa myös asiakkaan saama arvo eli se, paljonko asiakas itse kokee panostavansa palvelun saamiseen verrattuna palvelusta samaansa hyötyyn. Asiakastyytyväisyystutkimusten neljä päätavoitetta on:

1. selvittää asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat keskeiset tekijät
2. mitata tämänhetkinen asiakastyytyväisyyden taso
3. tuottaa toimenpide-ehdotuksia toiminnan kehittämiseen
4. seurata asiakastyytyväisyyden kehittymistä. (Ylikoski 2000, 153, 156.)

Kun asiakastyytyväisyyden selvittämiskeinoja suunnitellaan ja toteutetaan, pitäisi perustana olla aina kaikki ne käyttökohteet, joihin asiakastyytyväisyystietoa aiotaan käyttää. Asiakastyytyväisyysmittauksen toteuttamisvaiheet voidaan kuvata kuvion 3 mukaisesti. (Rope & Pöllänen 1998, 59.)



Kuvio 3. Asiakastyytyväisyysmittauksen toteuttamisvaiheet (mukaillen Rope & Pöllänen 1998, 60)

Asiakastyytyväisyystiedon hyödyntämisessä ilmenevät vaikeudet aiheutuvat usein siitä, että kaikkia tiedon hyödyntämiskohteita ei ole yksilöity ennen asiakastyytyväisyyden mittaamista. Asiakastyytyväisyystiedon käyttökohteita ovat ainakin seuraavat:

1. Yrityksen toiminnan laadun ongelmakohtien selvittäminen
2. toiminnan tason ylläpitäminen
3. kannuste-/johtamisjärjestelmän perustana toimiminen
4. asiakkaiden arvostusten selvittäminen eli palautetiedon saaminen asiakkailta systemaattisesti

5. eri asiakasryhmiin suuntautuvan markkinoinnin toteuttaminen. (Rope & Pöllänen 1998, 61.)

Mikäli tavoitteena on hankkia tietoa ainoastaan toiminnan ongelmakohtien löytämiseksi, ei jatkuva asiakastyytyväisyyden selvittäminen ole tarpeellista. Jos pyrkimyksenä on puolestaan toiminnan tason ylläpitäminen, täytyy tyytyväisyyttä selvittää jatkuvasti, jotta saadaan nopeasti tieto toiminnan tason laskemisesta. Kannustejärjestelmän pohjaksi tarvitaan sellaista asiakastyytyväisyystietoa, joka on kohdistettavissa yksittäiseen palveluhenkilöön. Jos halutaan pystyä reagoimaan yksittäisiin kielteisiin kokemuksiin esimerkiksi markkinointitoimin tai muuten kohdentaa markkinointia tyytyväisyystiedon perusteella, täytyy tyytyväisyyden selvittämisen olla myös jatkuvaa ja lisäksi palautteen antaja on pystyttävä tunnistamaan. (Rope & Pöllänen 1998, 61–62.)

Asiakastyytyväisyyskyselyä suunniteltaessa tulee päättää:

1. Kuinka usein mitataan? Koko ajan tai tietyin väliajoin, kuinka usein?
2. Keneltä kysytään? Kaikilta tai tietyltä otokselta, keneltä?
3. Mitä mitataan? Etukäteen selvitettyjä toimintakohteita, henkilötason toimivuutta vai yleistä tyytyväisyyttä?
4. Miten mitataan? Avoimilla kysymyksillä, jollain asteikolla vai yhdistellen?

Kaikki nämä päätökset vaikuttavat siihen, millaista tietoa saadaan. Jos pyritään tekemään teoreettisesti kaikissa suhteissa täydellinen asiakastyytyväisyyden selvittämisjärjestelmä ja -välineistö, on se käytännössä vaikeaa toteuttaa, epätaloudellista, raskasta analysoida, tallentaa ja käsitellä sekä epätarkoituksenmukaista tiedon hyödynnettävyyden kannalta. (Rope & Pöllänen 1998, 62–63.)

#### 2.2.1 Sähköisen kyselylomakkeen hyvät ja huonot puolet

Vastaajalle lähetettävän itsenäisesti täytettävän sähköisen tai paperisen kyselylomakkeen etuina verrattuna esimerkiksi haastattelijan toteuttamaan kyselyyn pidetään mm. seuraavia:

- Vastaaja voi vastata kyselyyn silloin, kun hänelle parhaiten sopii.
- Vastaaja voi rauhassa tutustua vastaamiseen tarvittaviin mahdollisiin lisätietoihin tai dokumentteihin.
- Vastaajan ei tarvitse kohdata haastattelijaa vastatessaan kysymyksiin ja näin ollen arkaluontoisein kysymyksiin on helpompaa vastata.

Näistä johtuen vastaukset voivat olla syvällisempiä ja tarkempia. (Andres 2012, 47.) Myöskään sosiaaliset normit, kuten halu miellyttää ja olla samaa mieltä, eivät itsenäisesti täytettävissä kyselyissä tule niin vahvasti esille ja vaikuta vastauksiin kuin haastattelijan toteuttamissa kyselyissä (Dillman, Smyth & Christian 2014, 99).

Sähköisillä kyselyillä on edellä kuvattujen itse täytettävien kyselyiden etujen lisäksi myös muita huomattavia etuja, kuten kustannustehokkuus, ympäristöystävällisyys, nopeus ja kyselyyn vastaamattomien henkilöiden helppo tavoitettavuus sähköpostilla. (Andres 2012, 50.) Sähköisten kyselyiden toteutuksen edullisuus ja helppous voi kääntyä niille myös haitaksi. Vastaajat rasittuvat liikaa jatkuvista kyselyistä ja kyselyihin kyllästyminen johtaa helposti vastausprosentin pienenemiseen (Ronkainen, Karjalainen & Mertala 2008, 33). Jos vastaajat ovat kyllästyneitä web-kyselyiden suureen määrään, vain kaikkein vetoavimpiin kyselyihin vastataan (Andres 2012, 52). Myös kustannustehokkuus laskee, jos vastausprosentti jää kovin alhaiseksi (Dutka 1995, 36). Teknologian kehittyminen tuo myös omat haasteensa sähköisten kyselyiden tekijöille: Nykyään sähköpostia ja internetiä käytetään usein esimerkiksi älypuhelimella ja sen näytön koko aiheuttaa rajoituksia kyselyn ulkoasulle. Toisaalta sähköinen kommunikointi on enenevästi siirtynyt sosiaalisen median puolelle ja sähköpostitse voi olla hankalaa tavoittaa vastaajia. (Dillman, Smyth & Christian 2014, 11–12.)

Vastaajan itse täyttämän kyselyn huonoina puolina voidaan pitää sitä, ettei se sovi kaikille kohdejoukoille, kuten lapsille tai lukutaidottomille. Toinen tärkeämpi seikka on se, että kyselylomakkeen tulee olla erittäin selkeä ja yksiselitteinen, koska haastattelija ei ole mukana tiedonkeruussa ja tarvittaessa selvennä kysymyksiä. (Andres 2012, 47.) On myös kritisoitu, että itse täytettävän kyselyn

vapaisiin kysymyksiin ei saada yksityiskohtaisia ja tarkkoja vastauksia, koska niiden antaminen vie liikaa aikaa (Blaxter, Hughes & Tight 2006, 182). Tästä tutkijat ovat kuitenkin myös toista mieltä ja mm. Andersin mukaan vastaajilta saadaan tarkkoja vastauksia myös vapaisiin kysymyksiin. Sähköisesti toteutettavien kyselyjen suurimpana heikkoutena pidetään niiden kattavuusongelmaa eli kohdejoukolla tulee olla käytössään tietokone ja yhteys internetiin. Tästä johtuen mm. suurten yritysten työntekijät, joilla internetin käyttö on osa päivittäistä työtä, ovat hyviä kohteita sähköisille kyselyille. (Andres 2012, 47–48, 50.)

Sähköiset kyselyt voidaan jakaa kahteen ryhmään: sähköpostikyselyt ja web-kyselyt. Sähköpostikyselyt voidaan toteuttaa joko siten, että kysely on osa viestin runkoa tai siten, että kysely on sähköpostiviestin liitteenä. Sähköpostikyselyt ovat kaikkein halvin tapa toteuttaa kysely, koska niihin ei liity tulostus-, postitus- tai haastattelijakuluja, myöskään erillistä kyselyohjelmistoa ei tarvita. Web-kyselyihin kutsutaan yleensä myös sähköpostilla, jolloin saatesanojen lisäksi viestissä on linkki kyselyyn. Se, että vastaaja voi vastata kyselyyn vain kerran, voidaan varmistaa esimerkiksi käyttäjätunnuksen ja salasanan avulla. Sähköpostikyselyihin verrattuna web-kyselyiden etu on mm. se, että kysymykset voidaan järjestää yhtenäisiksi kokonaisuuksiksi. Voidaan siis esimerkiksi ohjelmoida kyselylomake toimimaan seuraavasti: Jos vastaat ”kyllä”, avautuu sinulle seuraavaksi siihen vastausvaihtoehtoon sopivat kysymykset ja jos vastaat ”ei”, nuo kysymykset eivät tule sinulle näkyviin ollenkaan vaan siirryt seuraavaan soveltuvaan kyselyn osioon. Toinen web-kyselyiden etu on se, että tietojen keräys tapahtuu automaattisesti, mikä eliminoi sekä tietojen syöttämisestä aiheutuvat kulut että inhimilliset syöttövirheet. (Andres 2012, 51–52.)

Web-kyselyiden muut huonot puolet liittyvät mm. vaatimukseen vastaajien käytössä olevien tietokoneiden suorituskyvystä ja muistista sekä näyttöjen koosta ja käytettävistä selaimista. Tekniset ongelmat kyselyn suorittamisen aikana voivat johtaa siihen, että kyselyä ei suoriteta loppuun tai jätetään vastaamatta kokonaan. Sähköisiin kyselyihin voi olla myös hankalaa liittää vastaajia houkuttelevia palkintoja, koska palkinnon lähettämistä varten tarvittava yhteystietojen kerääminen voi jopa laskea kyselyyn vastanneiden määrää. Tosin esimerkiksi

sähköiset etusetelit tai lahjakortit voivat olla toimiva ratkaisu tähän ongelmaan. Julkiset web-kyselyt, joita ei ole suojattu jollain tavalla, voivat puolestaan joutua erilaisten väärinkäytösten kohteeksi. Näillä väärinkäytöksillä pyritään vääristämään ja mitätöimään tutkimuksen tulokset. (Andres 2012, 52.)

### 2.2.2 Sähköisen asiakastyytyväisyyskyselylomakkeen suunnittelu

Sähköisen kyselylomakkeen suunnittelu ei eroa muista kyselytavoista perusperiaatteeltaan. Kaikki kyselytavat vaativat huolellisen etukäteistyön: aiheen tuntemuksen, kysymysten eri versioiden kokeilun, muokkaamisen ja testaamisen. Sähköisiä kyselylomakkeita voidaan käyttää monenlaisen tiedon keräämiseen. Tiedonhankinta- ja mielipidekyselyissä, jollaisina myös asiakastyytyväisyyskyselyitä voidaan pitää, yleisperiaatteena voisi pitää sitä, että kyselyitä pitäisi pyrkiä tekemään mahdollisimman vähän ja mahdollisimman lyhyinä. (Ronkainen, Karjalainen ym. 2008, 31–33.)

Yleisesti kyselyt muodostuvat kolmesta osasta: esittelystä, varsinaisesta kyselystä ja yhteenvedosta. Esittely-osiossa tiedotetaan vastaajaa kyselyn toteuttajasta, syystä tiedon keruulle ja tulosten käsittelystä sekä aloitetaan tiedon keruu melko helpoilla ei-arkaluontoisilla kysymyksillä. Vastaajaa tulisi myös ohjeistaa kyselyn täytössä esimerkiksi niin, että tämä tietää, mitkä kysymykset ovat pakollisia ja mitkä hän voi ohittaa jonkin antamansa vastauksen perusteella. Mitä yksinkertaisempi kyselyn rakenne ja selkeämmät ohjeet ovat sitä parempilaatuista tietoa saadaan kerättyä. (Vavra 1997, 130–131, 133.) Sähköiset web-kyselyt saadaan käyttäjän kannalta helppokäyttöisiksi ja ohjeistusten tarvetta pienemmäksi erilaisilla toiminnoilla, kuten pakollisilla kysymyksillä ja hyppykysymyksillä. Käyttämällä ns. dynaamista sivutusta saadaan kysely etenemään vastaajan antamien vastausten mukaisesti halutulla tavalla. (Webropol 2012a, 37, 50.)

Varsinaisessa kyselyosassa jatketaan tiedon keruuta ja siirrytään ehkä hieman vaativampiin kysymyksiin. Yhteenvedo-osuudessa eli kyselyn lopuksi on tyypillistä kerätä arkaluontoisempaa tietoa mm. kyselyyn vastaajasta, jolloin näiden



tietojen kerääminen vähiten häiritsee tiedonkeruuta. Haastattelijan toteuttamaan kyselyyn vastatessa osallistujat ovat jo tutustuneet haastattelijaan sen verran, että näihin kysymyksiin on helpompaa vastata. Ja vaikka vastaaja päättäisi lopettaa koko kyselyyn vastaamisen näiden kysymysten kohdalla, on suurin osa vastauksista jo saatu kerättyä. (Vavra 1997, 130.) Sähköisten kyselyiden kohdalla kyselyn keskeyttäminen voi tarkoittaa sitä, että myöskään siihen mennessä annetut vastaukset eivät tallennu tutkijan käyttöön. Näin ollen arkaluontoisten kysymysten sijoittelua tai niihin vastaamisen pakollisuutta tulee harkita tarkkaan. Pakollisiksi asetetut kysymykset saattavat suututtaa vastaajaa niin paljon, että hän keskeyttää kyselyyn vastaamisen kokonaan (Valli 2010a, 113).

Toinen kysymysten järjestykseen liittyvä harkitsemista vaativa asia on se, mihin yleistä kokonaistyytyväisyyttä mittaava kysymys tulisi sijoittaa. Vaikka tyytyväisyyttä selvitettäisiin useilla eri kysymyksillä koskien eri laatuun vaikuttavia seikkoja, on myös kokonaistyytyväisyyden kysyminen tarpeen. Tämän kysymyksen sijoittamiselle on kaksi loogista vaihtoehtoa: sitä voidaan kysyä joko ensimmäisenä tai viimeisenä. Jos sitä kysytään heti kyselyn alussa, saadaan todennäköisemmin puolueeton vastaus ja vastaaja on päätenyt vastaukseensa omilla ehtoillaan. Kyselyn lopussa joillakin vastaajilla voi tosin olla helpompi arvioida kokonaistyytyväisyyttä, koska he ovat jo ajatuksissaan arvioineet tyytyväisyyttään palveluun sen eri osa-alueilla. Samasta syystä vastaus on kuitenkin myös enemmän johdateltu. (Vavra 1997, 132–133.)

Yleisesti kyselylomakkeissa käytetään kolmea eri kysymystyyppiä: avoimia kysymyksiä, valmiisiin vaihtoehtoihin perustuvia monivalintakysymyksiä ja poisulkevia kysymyksiä, joissa on mahdollista valita vain yksi vaihtoehto. Lisäksi voidaan käyttää sekoituksia, jolloin vastaaja voi esimerkiksi kirjoittaa oman vaihtoehdon valmiiden lisäksi tai hän voi vapaasti täsmentää jotain vastaustaan. Sähköisillä kyselylomakkeilla käytettävät kaksiulotteiset kysymykset vähentävät kysymysten määrän periaatteessa puoleen, mutta niihin vastaaminen voidaan kokea työläämmäksi. Sähköisissä kyselyissä voidaan käyttää myös interaktiivisia kysymystyyppejä, kuten alasetoalikkoja. (Ronkainen, Karjalainen ym. 2008, 33.) Vaikka avointen kysymysten käyttöä kyselyissä toisinaan kri-

tisoidaankin esimerkiksi ajankäytön ongelmista (Jyrinki 1977, 95), pitäisi asiakastytyvääskyselyssä olla aina vähintään kaksi avointa kysymystä: Toisen näistä tulisi tarkentaa asiakkaan kokemaa kokonaistyytyväisyyttä ja toisen olla kyselyn lopussa ns. vapaata palautetta varten (Vavra 1997, 139).

Kyselystä voi tehdä vastaajaa ohjaavan ja opastavan käyttämällä samankaltaisia kysymystyyppisiä peräkkäin ja mahdollisuuksien mukaan tehdä kysymysryhmiä, joissa eri kysymystyyppien vaihteluun tulee selvä rytmi. Sama koskee samantyyppisten kysymysten vastausvaihtoehtoja: Jos kyselyssä on useampi samantyyppinen kysymys peräkkäin, mutta vastausvaihtoehtojen arvot tai järjestys muuttuu yhtäkkiä, muutos jää usein huomaamatta vastaajalta. Näin ollen vastaamisesta tulee myös raskasta ja virheiden mahdollisuus kasvaa, jos kysymystyyppit ja vastausvaihtoehdot vaihtelevat ilman mitään logiikkaa. (Ronkainen, Karjalainen ym. 2008, 38.) Valmiiden vastausvaihtoehtojen tulee kattaa mitattava ulottuvuus mahdollisimman tarkoin (Jyrinki 1977, 86). Varsinkin, jos vastaajalle sallitaan vain yksi vaihtoehto kysymyksen vastaukseksi, on tärkeää pohtia, onko tällainen vastauskäyttäytyminen kaikkien vastaajien näkökulmasta mahdollista (Valli 2010a, 113).

Jotta kaikki vastaajat varmasti löytäisivät vastausvaihtoehdoista itselleen sopivan, kyselyissä vastausvaihtoehtona on usein myös vaihtoehto ”en osaa sanoa” (eos). Eos-vastausten analysointi voi olla ongelmallista: ne käsitellään analysointivaiheessa usein puuttuvina tietoina (Vehkalahti 2014, 83), mikä ei välttämättä ole perusteltua. Etenkin mielipide- ja asennekysymyksissä eos-vastaukset ovat luonteva osa analyysiä (Jokinen & Järvensivu 2014). Eos-vaihtoehdon käyttämistä tulisi harkita kysymyskohtaisesti tarkoin (Dillman, Smyth & Christian 2014, 135–136). Jotkut tutkijat kehottavat jopa välttämään tällaista vastausvaihtoehtoa kokonaan (Krosnick 2002, 99). Usein ehdotetaan eos-vaihtoehdon sijoittamista erilleen muista vaihtoehdoista ja vastausasteikon ulkopuolelle (Vehkalahti 2014, 36). Tällöin pitää varoa, ettei eos-vaihtoehto kiinnitä liikaa vastaajien huomiota ja tule näin ollen valituksi entistä useammin (Tourangeau, Couper & Conrad 2004, 376). On myös ehdotettu tämän vaihtoehdon ”piilottamista” sähköisissä kyselyissä seuraavasti: Vastaajille ei laiteta

näkyviin vaihtoehtoa ”en osaa sanoa”, mutta annetaan mahdollisuus olla valitsematta mitään vaihtoehtoa. Jos vastaaja ei valitse mitään vaihtoehtoa ennen kyselyn jatkamista, huomautetaan häntä asiasta ja pyydetään harkitsemaan vielä, haluaako olla vastaamatta ko. kysymykseen. Tällä metodilla on tutkimuksissa saatu pienin puuttuvan tiedon määrä. (DeRouvray & Couper 2002, 6–7.)

Kysymysten sisältö tulee luonnollisesti päättää sen mukaan, mitä halutaan tietää eli millaisiin kysymyksiin tai ongelmiin halutaan vastaus. On mahdotonta sanoa yleisesti, milloin kysymyksiä on riittävästi. Kysymysten sisältöä mietittäessä tulee pohtia mm. kysymyksen tarpeellisuutta ja hyödyllisyyttä, pitäisikö kysymyksen aihe jakaa useammaksi kysymykseksi ja onko vastaajilla tarpeeksi tietoa vastata ko. kysymykseen. (Jyrinki 1977, 41–45.) Dynaamisen sivutuksen avulla sähköisessä web-kyselyssä on mahdollista esittää vastaajalle vain ne kysymykset, joiden vastaamiseen hänellä oletetaan edellisten vastausten perusteella olevan tiedolliset edellytykset vastata (Webropol 2012a, 50–53).

Kyselyissä kysymysten sanamuotoon on kiinnitettävä erityisen paljon huomiota, koska tutkija/haastattelija ei voi auttaa vastaajaa mahdollisissa väärinymmärrys-tilanteissa. Se, onko kysymys ymmärrettävä vastaajille, tulee selvittää ennakoon testaamalla kyselyä ja mahdollisuuksien mukaan toistaa testaus useamman kerran. Kysymyksen tulee olla mahdollisimman selkeä, yksiselitteinen ja lyhyt. Kysymysten laatijan tulee myös miettiä, kenelle kysely osoitetaan ja käyttää vastaajille tuttua sanastoa. Sanajärjestyksellä ja eri sanojen korostamisella voidaan kysymystä painottaa tiettyyn suuntaan. Kysymystä muotoiltaessa tulee miettiä, halutaanko vastaajilta yksilöllisiä mielipiteitä vai oletuksia siitä, mikä on yleinen käsitys asiasta. (Jyrinki 1977, 80–84, 93.) Voidaan kysyä esimerkiksi ”Onko tietohallinnon palvelu parantunut viimeisen vuoden aikana?” tai lisätä siihen persoonallisempi ilmaus ”omien kokemustesi perusteella”.

### 2.3 Asiakastyytyväisyyskyselyn tulosten analysointi ja ongelmakohdat

Asiakastyytyväisyystutkimusten toimivuudelle pätee samat yleiset kriteerit kuin muillekin tutkimuksille. Näitä tulosten analysoinnin yhteydessäkin arvioitavia kriteereitä ovat validiteetti, reliabiliteetti, järjestelmällisyys, lisäarvon tuottaminen ja automaattinen toimintaan kytkeytyminen. Validiteetti asiakastyytyväisyystutkimuksessa tarkoittaa sitä, että tutkimus mittaa juuri niitä tyytyväisyyteen liittyviä tekijöitä, mitä halutaankin mitata. Validiteettiin vaikuttaa erityisesti mm. kysymysten asettelu valittuine vastausvaihtoehtoineen ja kysymysten järjestys. Reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimustulosten luotettavuutta ja toistettavuutta eli asiakastyytyväisyyskyselyä toistettaessa tulosten pitäisi olla yhteneväiset edellisten tulosten kanssa, jos asiakastyytyväisyydessä ei ole tapahtunut muutosta. Reliabiliteettiin heikentävästi vaikuttavia tekijöitä ovat mm. liian pieni otoskoko, suuri vastaamattomien määrä ja kysymysten epäselvä muotoilu sekä asiakkaiden keskittymiskykyä heikentävä väärin ajoitettu tutkimuksen toteutus. (Rope & Pöllänen 1998, 83.)

Järjestelmällisyys asiakastyytyväisyystutkimuksessa ilmenee siten, että tutkimusta tulisi toteuttaa systemaattisesti siten, että asiakastyytyväisyyden kehittämistä voidaan seurata ja vertailla esimerkiksi eri toimipisteiden välisiä tuloksia keskenään. Lisäarvoa asiakastyytyväisyystutkimuksilla tuotetaan silloin, kun tulosten avulla pystytään kehittämään sisäistä toimintaa asiakastyytyväisyyttä parantaen. Automaattisen toimintaan kytkeytymisen kautta asiakastyytyväisyystutkimuksesta saadut tulokset tuottavat automaattisesti impulsseja toimintaan ja kehittämispäätöksiin. (Rope & Pöllänen 1998, 83–84.)

Asiakastyytyväisyyskyselyssä, kuten muissakin kyselyissä, voidaan käyttää sekamuotoisia kysymyksiä, joissa valmiiden vastausvaihtoehtojen lisäksi on yksi avoin vaihtoehto, esimerkiksi ”Muuta, mitä?”. Jos tulosten analysointivaiheessa huomataan, että yli 10 prosenttia vastauksista kohdistuu tähän avoimeen vaihtoehtoon, ei kysymysten laatija ole osannut laittaa valmiiksi vaihtoehtoisiksi yleisimpiä vaihtoehtoja. (Ronkainen, Karjalainen ym. 2008, 34.) Jos näitä avoimen vaihtoehdon vastauksia on vain vähän, ne voidaan jopa jättää huomioimatta

kokonaan tai ajatella yksinkertaisesti luokkana ”muut”. Jos niitä puolestaan on huomattava määrä, on yleistä tutkia, voiko vastauksista osan luokitella takaisin valmiiksi annettuihin vaihtoehtoihin tai perustaa uusia luokkia eli valmiita vastausvaihtoehtoja. (Sapsford 2007, 131.) Tämä kannattaa mielestäni huomioida analysoinnin lisäksi myös toteutettaessa seuraavaa kyselyä ja mahdollisesti muuttaa olemassa olevia tai lisätä uusia valmiita vastausvaihtoehtoja ko. kysymykseen.

Asiakastyytyväisyyskyselyissä yleinen mittari on viisiportainen asteikko asiakkaan kokemuksille ja tuntemuksille. Numeroille annetaan usein sanalliset vastineet, kuten: 5 = erittäin tyytyväinen, 4 = tyytyväinen, 3 = kohtalaisen tyytyväinen, 2 = tyytymätön ja 1 = erittäin tyytymätön. Lisäksi kyselyyn on usein mahdollista antaa vapaasti palautetta palvelutapahtumasta. Tässä muodossaan asiakastyytyväisyyskyselyihin liittyy monia puutteita, joita harvemmin arvioidaan kyselyä tehtäessä ja tuloksia analysoidessa. Näitä puutteita ovat mm. seuraavat seikat:

- Asiakastyytyväisyys on tunne ja tunteiden ilmaisu numeroina ei ole kovin helppoa. Usein kuitenkin tuloksia analysoidaan ns. numerohurmoksessa ja numeraalisen arvon saaneita tunteita arvioidaan täsmällisinä asioina. Myös asiakkaan vallitseva tunnetila eli mieliala, jolla ei välttämättä ole mitään tekemistä kyselyn kohteena olevan palveluntarjoajan kanssa, voi vaikuttaa siihen, miten hän on saamansa palvelun kokenut. (Reinboth 2008, 106–108.) Tosin on tehty tutkimuksia, joiden mukaan mielialalla on vain vähäinen vaikutus palvelun kokemiseen (Knowles, Grove & Pickett 1999, 187).
- Ihmiset myös kokevat numerot hyvin eri tavoin: Toinen ei anna koskaan korkeinta arvosanaa, koska aina löytyy jotain parannettavaa, toinen taas antaa korkeimman arvosanan, jos palvelussa ei ollut mitään erityistä valittamista. Myöskään numeroiden välinen etäisyys ei ole kaikille yksiselitteinen, vaikka niin kyselyn tuloksia analysoidessa oletetaan. Kaikki eivät koe, että matka neljästä viiteen on yhtä pitkä kuin kolmesta neljään. Erityisesti juuri keskimmäisen arvon merkitys vaihtelee: se voi

tarkoittaa keskinäistä, mutta myös sitä, että kyseinen mitattava ominaisuus ei merkinnyt asiakkaalle mitään.

- Jos kyselyn tuloksena on ainoastaan numeroita, tuloksia analysoitaessa on arvuuteltava, miksi kyseinen numero on annettu. Nämä arvaukset kertovat enemmän tulkintaa tekevän arvoista, uskomuksista ja oletuksista kuin asiakkaiden tyytyväisyyteen vaikuttavista asioista. Näin myös tulosten perusteella tehtävät mahdolliset korjaustoimet voivat olla vääriä.
- Viisiportainen mittari on liian karkea: Jos esimerkiksi asiakastyytyväisyys on edellisellä kerralla ollut 4,4 ja nyt 4,3, voitaisiin sen todeta laskeneen vain hieman tai pysyneen miltei ennallaan. Tämä 0,1 yksikön lasku voi kuitenkin tarkoittaa sitä, että joka kymmenes asiakas kokee olevansa tyytymättömämpi saamaansa palveluun ja jos tavoitteena on tasainen laatu, ei tämä ole sitä. Jotta kyselystä saataisiin toimintaa herättäviä tuloksia, pitäisi asiakkaiden tyytyväisyydessä tapahtua merkittäviä muutoksia. (Reinboth 2008, 106–108.)

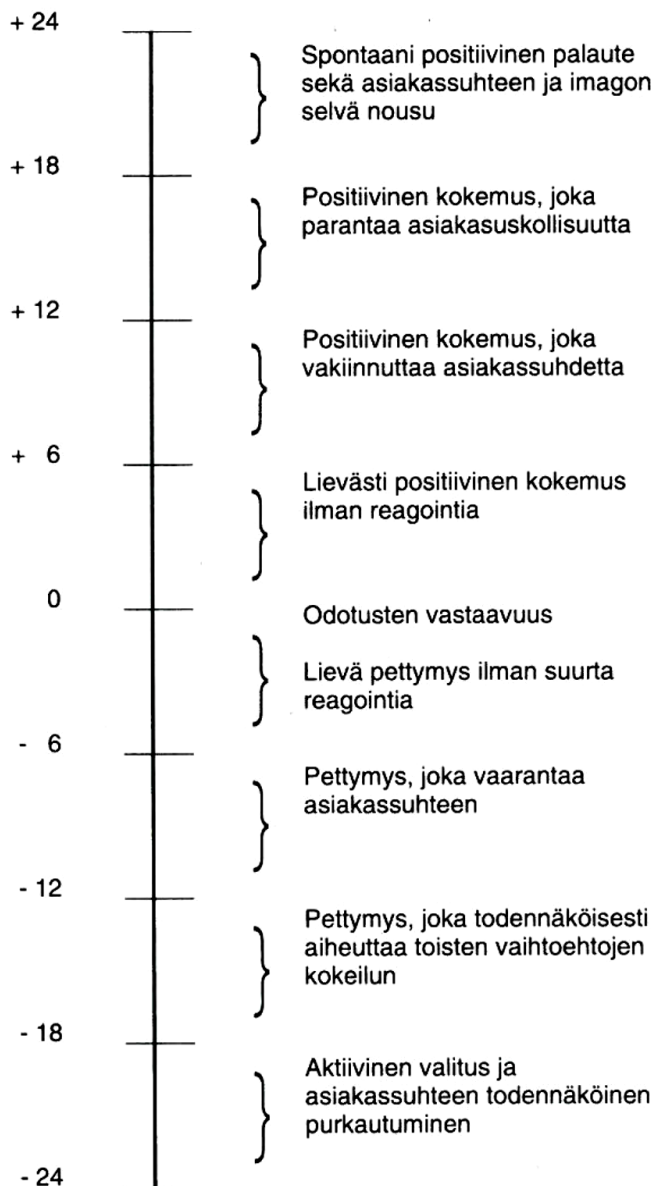
Tällaiset tyypilliset asiakastyytyväisyyskyselyt sopivat melko hyvin mittaamaan ns. ”ennen ja jälkeen” -tilannetta, kun asiakaspalvelua on tietoisesti kehitetty. Myös uuden toimipisteen tai toiminnan aloittamisen yhteydessä näitä kyselyitä voidaan käyttää siihen saakka, että nähdään asiakkaiden olevan pääsääntöisesti tyytyväisiä. Vakiintuneen asiakaspalvelun mittaamiseen käytetyt yleiset asiakastyytyväisyyskyselyt eivät juuri anna johdolle uutta tietoa palvelun laadusta. (Reinboth 2008, 106–108.)

Yksi asiakastyytyväisyyden kuvaamiseen käytettävä mittari on ns. tyytyväisyyden reagoimittari, jonka laskukaava on seuraava:

$$\text{tyytyväisyyden reagoimittari} \\ = \text{toimintatekijätärkeys} \times (\text{kokemustaso} - \text{odotustaso})$$

Kaava koostuu kaikista niistä tekijöistä, jotka Ropen & Pölläsen mukaan vaikuttavat asiakastyytyväisyyteen ja sen muodostumiseen. Ennakoitu *odotustaso* ja

toteutunut *kokemustaso* kokonaisuutena ja kriteereittäin (esim. palvelu, laatu, edullisuus jne.) tulisi mitata käyttäen esimerkiksi kouluarvosanaa 4–10 mittarina. *Toimintatekijätärkeys* eli toimintojen ominaisuuksien merkitys vastaajalle antaa kuvan siitä, kuinka merkityksellinen arvioitava asia on vastaajalle ja sen selvittämiseen tulisi käyttää esimerkiksi neliportaista asteikkoa. Näillä esitetyillä asteikoilla tyytyväisyyden reagointimittarin arvoiksi saadaan -24...+24 ja arvoja voidaan tulkita esimerkiksi kuvion 4 mukaisesti. (Rope & Pöllänen 1998, 88, 96.)



Kuvio 4. Tyytyväisyyden reagointimittari ja esimerkki sen tasojen tulkinnasta (Rope & Pöllänen 1998, 97)

Tyytyväisyyden reagoitimitarin käyttämiseksi tarvitaan siis tietää vastaajien odotus- ja kokemustaso sekä ominaisuuksien toimintatekijätärkeys. Kuviossa 5 on esitetty osa sellaisesta palautelomakkeesta, jossa nämä kaikki tiedot on kysytty suhteellisen kompaktissa muodossa. Tämänkin tyyppisellä lomakkeella ongelmalliseksi voivat kuitenkin muodostua edellä mainitut numeroasteikkojen tuomat heikkoudet ainakin koskien eri ihmisten erilaisia käsityksiä numeroiden merkityksistä. Seuraavassa kappaleessa esiteltävät ongelmat liittyen asiakkaan odotuksiin tyytyväisyyden määritelmän osatekijänä tulee myös huomioida tämäntyyppistä lomaketta käytettäessä.

**LOMAKKEEN TÄYTTÖOHJEET:**

- ◆ Odotukset ja kokemukset kouluarvosanoin 4-10 merkittyyn kohtaan ruudulle
- ◆ Kuhunkin kohtaan ko. tekijän merkitys seminaarin onnistumiselle asteikolla
  - 4 = erittäin merkittävä tekijä
  - 3 = merkittävä tekijä
  - 2 = vähämerkityksinen tekijä
  - 1 = merkityksetön tekijä
- ◆ Käytä lomakkeen lopussa olevaa tyhjää tilaa sekä kehittämissuhteiden että positiivisten ja negatiivisten tekijöiden yksilöimiseen.

**PALAUTTEENI:**

<b>Seminaari</b>	<b>Odotukset (4-10)</b>	<b>Kokemukset (4-10)</b>	<b>Tekijän merkitys seminaarin onnistumiselle</b>			
1. Vetäjien ammattitaito			4	3	2	1
2. Vetäjien esiintymis/asianesittämistaito			4	3	2	1
3. Vetäjien innostavuus			4	3	2	1
4. Seminaarin sisällön ja tavoitteiden vastaavuus			4	3	2	1
5. Läpikäydyn asiasisällön oleellisuus			4	3	2	1
6. Käsiteltyjen asioiden ajankohtaisuus			4	3	2	1
7. Seminaarin asiasisällön loogisuus			4	3	2	1
8. Seminaarin hyöty käytännön kannalta			4	3	2	1
9. Seminaarin aikataulullinen rytmitys			4	3	2	1
10 Seminaarin aikataulujen pitävyys			4	3	2	1
11. Opetusmenetelmien nykyaikaisuus			4	3	2	1
12. Opetusmenetelmien havainnollisuus			4	3	2	1

Kuvio 5. Esimerkki palautelomakkeesta, jossa kysytään vastaajan odotus- ja kokemustasot sekä toimintatekijätärkeys (Rope & Pöllänen 1998, 94–95)



Asiakkaan odotusten mittaamiseen liittyy seuraavia validiteetti-ongelmia:

1. Jos odotuksia mitataan palvelun jälkeen tai sen aikana, mittauksen kohteena eivät ole todelliset odotukset vaan kokemuksen vinouttamat odotukset.
2. Odotuksia ei silti kannata välttämättä mitata myöskään ennen palvelua, koska asiakkaat eivät aina vertaa kokemuksiaan etukäteisodotuksiinsa.
3. Odotuksien mittaaminen ei ole järkevää myöskään siksi, että kokemukset ovat ihmisten todellisuutta kuvaavia käsityksiä, jotka sisältävät itsessään aikaisemmat odotukset. Jos molemmat, sekä odotukset että kokemukset, mitataan, tulevat odotukset mitatuiksi kahteen kertaan. (Grönroos 1993, 56.)

Asiakastyytyväisyyden seurannan ja tulosten analysoinnin lisäksi tärkeää on muistaa myös seurantaan ja tuloksiin perustuva toiminta. Asiakkaat eivät tule yhtään tyytyväisemmiksi, vaikka heiltä jatkuvasti kysyttäisiin palautetta ja oltaisiin kiinnostuneita heidän tyytyväisyyden tasosta (Ylikoski 2000, 149). Palveluntarjoajan kiinnostus asiakkaan mielipiteestä ja asiakastyytyväisyyskyselyt ainoastaan lisäävät asiakkaiden odotuksia sille, että kehitystä palveluihin on tulossa (Ylikoski 2000, 149; Dutka 1995, 38). Asiakas on tyytyväinen vain, jos hänen odotuksensa täyttyvät (Buttle 2004, 21), joten näihin odotuksiin on erittäin tärkeää vastata. Automaattinen toimintaan kytkeytyminen on myös yksi asiakastyytyväisyystutkimusten toimivuuden kriteereistä (Rope & Pöllänen 1998, 84).

### 3 MENETELMÄT

#### 3.1 Tutkimuksen tyyppi ja tiedonkeruu

Työelämän kehittämistyön tutkimusstrategiaksi tapaustutkimus soveltuu erityisesti silloin, kun halutaan syvällisesti ymmärtää kehittämisen kohdetta ja näin tuottaa kehittämisehdotuksia. Se sopii hyvin mm. huonosti ymmärrettyjen tilanteiden sekä epätavallisten prosessien tutkimiseen. Tapaustutkimuksen kohteita on usein vain yksi tai vähän. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 53.) Tämä tutkimus on luonteeltaan tapaustutkimus, koska sen kohteena ovat erityisesti LSHP:n tietohallinnon toimintaa koskevat asiakastyytyväisyyskyselyt eikä esimerkiksi yleisesti kyselytutkimukset.

Tapaustutkimuksen valinta tutkimusstrategiaksi ei määrää sitä, mitä tutkimus-/tiedonkeruumenetelmää tulisi käyttää. Lähes kaikki tutkimusmenetelmät nimittäin sopivat käytettäväksi miltei minkä tahansa tutkimusstrategian kanssa. Tapaustutkimukselle on tyypillistä käyttää monenlaisia menetelmiä yhtä aikaa, jolloin saadaan syvälinen, monipuolinen ja kokonaisvaltainen kuva tutkittavasta tapauksesta. Tapaustutkimuksessa voidaan käyttää niin laadullisia kuin määrällisiäkin tutkimusmenetelmiä sekä niiden yhdistelmiä. (Ojasalo ym. 2009, 51, 55.) Yinin mukaan mahdollisimman monen eri lähteen eli monin eri tavoin hankitun tiedon käyttäminen yhdessä vahvistaa tapaustutkimuksen luotettavuutta (Yin 2009, 114–116).

Kyselytutkimusten ajatellaan perinteisesti liittyvän määrälliseen tutkimukseen ja avointen kysymysten sekä teemahaastatteluiden puolestaan laadulliseen tutkimukseen. Tutkijat ovat kuitenkin käyttäneet sähköisiä kyselyitä myös laadullisen aineiston keräämiseen. Sähköisiin kyselyihin valittujen avointen kysymysten aiheet ovat verrattavissa teemahaastatteluissa käytettäviin valmiiksi valittuihin haastattelu-teemoihin. Sähköisellä kyselyllä on mahdollista esittää laadullisia arvokysymyksiä suuremmalle määrälle vastaajia kuin mitä perinteisessä teemahaastattelussa olisi mahdollista. Sähköistä kyselyä käytettäessä vapaiden

kenttien vastaukset tulostuvat suoraan tekstinä eikä niitä tarvitse litteroida analysointia varten. (Ronkainen, Mertala & Karjalainen 2008, 21–23.)

Laadullista aineistoa voidaan nykyisin kerätä sähköisesti muutenkin kuin käyttämällä avointen kysymysten sähköistä kyselylomaketta. Puhutaan synkronisesta ja epäsynkronisesta kommunikaatiosta. Synkroninen eli samanaikainen kommunikaatio tutkijan ja haastateltavan välillä onnistuu sähköisesti käyttämällä erilaisia VoIP (voice over internet protocol) -palveluita, kuten Skypeä, jolloin voidaan äänen lisäksi käyttää myös videoyhteyttä. Käyttäessään synkronista kommunikaatiota tutkija voi kysyä kysymyksiä ja saada välittömiä vastauksia haastateltavilta. Epäsynkronista kommunikaatiota eli esimerkiksi sähköistä kyselylomaketta käyttäessään tutkija antaa haastateltavalle aikaa ajatella ja vastata kysymyksiin. (Salmons 2010, 3.)

Poiketen tapaustutkimuksen yleisestä luonteesta tässä tutkimuksessa kerätään tietoa ainoastaan sähköisen kyselytutkimuksen avulla. Valitsin tutkimukseni tiedonkeruutavaksi sähköisen kyselyn, joka sisältää ainoastaan vapaita kysymyksiä teemahaastattelun tyyliin. Valintaa voidaan perustella sekä kyselytutkimuksen sopivuudella tutkimusympäristöön että myös opinnäytetyön luonteeseen kuuluvalla käytettävissä olevien resurssien rajallisuudella. Kyselytutkimuksen muita hyötyjä ovat mm. se, että haastattelija ei ole vaikuttamassa vastauksiin, vastaajalla on riittävästi aikaa pohtia vastaustaan ja myös vaikeasti tavoitettavat vastaajat ovat helpommin tavoitettavissa (Kothari 2004, 100–101).

Kyselytutkimus sopii tämän tutkimuksen menetelmäksi siksi, että tietohallinnon palveluiden käyttäjiä eli asiakkaita ovat kaikki sairaanhoitopiirin työntekijät, noin 1600 henkilöä (Lapin sairaanhoitopiiri 2015). Asiakastytyväisyyskyselyn ja sitten myös asiakastytyväisyyskyselyä koskevan tutkimuksen kohteena voisi siis olla koko LSHP:n henkilöstö. Syksyllä 2013 teetettyyn asiakastytyväisyyskyselyyn vastasi 269 henkilöä (Tolonen 2013). Mahdollinen vastaajien suuri määrä puolsi kyselytutkimuksen tekoa ja Lapin sairaanhoitopiirissä käytössä oleva Webropol-sovellus mahdollisti kyselytutkimuksen teon sähköisesti.

Tutkimuksen kohteeksi en kuitenkaan valinnut koko henkilöstöä, koska en halunnut osaltani lisätä koko henkilöstölle sähköpostitse lähetettävien kyselyiden määrää ja näin aiheuttaa turhaan jatkuviin kyselyihin kyllästymistä. Valitsin tutkimuksen kohteeksi 94 henkilöä, joista suurin osa (76 henkilöä) oli organisaatiomme Hukkahaavi-koulutuksiin osallistuneita ja loput muutoin aktiivisia palautteen antajia tai kehittämisestä kiinnostuneita henkilöitä. Hukkahaavi on LSHP:ssä käytössä oleva toiminnan kehittämismalli, joka tähtää toiminnan jatkuvaan parantamiseen (Lapin sairaanhoitopiiri 2014c). Laadullisessa tutkimuksessa puhutaankin otoksen sijaan harkinnanvaraisesta näytteestä, jolloin tilastollisten yleistysten sijaan pyritään ymmärtämään jotain ilmiötä paremmin (Hirsjärvi & Hurme 2009, 58–59).

Tutkimusta tehdessään tutkijan on tehtävä useita valintoja, joista yksi on tutkimuksen suhde teoriaan. Voidaan puhua aineistolähtöisestä, teoriasidonnaisesta ja teorialähtöisestä tutkimuksesta ja aineiston analyysistä. Aineistolähtöisessä tutkimuksessa teoria pyritään luomaan aineistosta. Teorialähtöisessä tutkimuksessa puolestaan muodostetaan hypoteesi valitusta teoriasta ja palataan empirian kautta katsomaan, saiko teoria tukea tältä aineistolta. Teoriasidonnaisen tutkimuksen analyysissä on kytkentöjä teoriaan, mutta se ei suoraan pohjautu teoriaan. (Eskola 2007, 162–163.) Toinen tapa lähestyä teorian merkitystä tutkimuksessa on ajatella teorian tehtäviä, joita tyypillisesti ajatellaan olevan kaksi: Teoria *keinona* auttaa tutkimuksen toteuttamista ja kun teoria on *päämääränä*, tutkimuksen tavoitteena on kehittää teoriaa. (Eskola & Suoranta 2008, 81.)

Tämän tutkimuksen tutkimuskysymykset eivät varsinaisesti pohjautu mihinkään yhteen ja tiettyyn teoriaan, vaan kysymysten taustalla on halu saada selkeämpi ymmärrys siitä, miten LSHP:n henkilöstö kokee yleisesti sähköiset asiakastytyväisyyskyselyt ja miten suunniteltua tietohallinnon asiakastytyväisyyskyselyä voitaisiin kehittää edelleen. Tutkimuksella saatua aineistoa analysoidaan aineistolähtöisesti. Tutkimukseni on siis kärjistettynä laadullinen ja aineistolähtöinen tapaustutkimus.

### 3.2 Asiakastyytyväisyyskyselylomakkeen suunnittelu

LSHP:n tietohallinto päätti toteuttaa asiakastyytyväisyyskyselyn ainakin alkuvaiheessa vuosittain. Lisäksi jatkuvan palautteen keräämistä esimerkiksi jokaisen palvelutapahtuman yhteydessä voidaan harkita jatkossa uudelleen. Kyselyn kohteeksi on ajateltu koko henkilöstöä. Toimintaympäristöön ja toimialaankin luontevimmin soveltuu sähköinen kysely. Sähköinen kyselytapa hyvin toteutettuna täyttää myös asiakastyytyväisyystutkimuksen tiedonkeruumenetelmälle asetetut vaatimukset: Se on käytännössä helppo toteuttaa, sisältää kattavasti useita kysymyksiä eri tyytyväisyystekijöistä, on taloudellinen toteuttaa ja soveltuu tietojen käsittelyyn sekä siihen on asiakkaan helppo vastata (Rope & Pöllänen 1998, 85).

Näiden päätösten ja luvussa 2 esitetyn tietoperustan pohjalta suunnittelin ja muodostin uuden asiakastyytyväisyyskyselyn LSHP:n tietohallinnon käyttöön työssäoloaikani syys-/lokakuussa 2014. Asiakastyytyväisyyskysely on luonteeltaan enemmän selvitys kuin tutkimus: Kyselyn kysymykset ovat enemmänkin itse keksittyjä kuin mihinkään teoriaan perustuvia. Juuri teorian käyttö erottaa tutkimuksen selvityksestä (Eskola & Suoranta 2008, 81). Kysymysten aiheita pohdittiin yhteistyössä tietohallinnon henkilökunnan kanssa. Tavoitteena oli kysyä jotain kaikilta tietohallinnon palvelun osa-alueelta ITIL:n elinkaarimallin (The official introduction to the ITIL service lifecycle 2007, 11) mukaisesti, jotta kyselyllä saataisiin selville asiakkaidemme tyytyväisyys tai tyytymättömyys kattavasti ja kehitystoimenpiteet osattaisiin kohdentaa oikeisiin palveluihin.

Päätin toteuttaa asiakastyytyväisyyskyselyn organisaatiossamme käytössä olevalla Webropol-sovelluksella. Toinen organisaatiossamme käytössä ollut vaihtoehto oli Surveypal. Lisäksi valittavana olisivat olleet myös monet muut joko ilmaiset tai kaupalliset kyselytyökalut (Mikkola 2010). Valitsin Webropolin, koska kyselyn teko piti aloittaa nopeasti ja siihen minulla oli valmiit käyttäjätunnukset, siitä löytyi valmiit kyselypohjat organisaatiomme logoilla ja sen käytöstä oli organisaatiossamme eniten kokemusta ja näin ollen myös apua saatavilla.

Asiakastyytyväisyyskyselylomake laadittiin hyödyntämällä tämän raportin luvussa 2 esitettyä tietopohjaa. Kysely pyrittiin rytmittämään tiettyjä kysymystyyppisiä käyttämällä, kysymysten vapaaehtoisuus ja pakollisuus mietittiin tarkoin, dynaamista sivutusta käytettiin helpottamaan kyselyyn vastaamista ja esimerkiksi nelikenttäkysymykset jätettiin pois niiden vaikeaselkoisuuden vuoksi. Myös tarve numeeriselle tai helposti numeeriseen muotoon muutettavalle kokonaistyytyväisyysindeksille saatiin perusteltua teoriatiedolla. Kysymysten järjestykseen kiinnitettiin myös huomiota. Kysymysten tarpeellisuuteen kiinnitettiin myös paljon huomiota, jottei rasitettaisi vastaajia sellaisilla kysymyksillä, joiden vastauksilla ei olisi lopulta meille kuitenkaan mitään merkitystä. Taustakysymyksistä jätettiin mm. pois kokonaan ikäkysymys. Kyselyn pitäminen mahdollisimman lyhyenä ja selkeänä oli tärkeämpää kuin vastaajien odotustason mittaaminen, vaikka sille teoreettiset perusteet olisi löytynytkin. Odotuksien mittaamiseen liittyviä ongelmia pidettiin myös liian suurina.

Suunniteltu kyselylomake on esitetty pääosin liitteessä 1. Liitteen lomakkeella ei näy aivan kaikki kysymykset, koska niiden näkyminen määräytyy vastaajan antamista vastauksista. Lisäksi liitteessä kysymyslomake on tulostettavassa muodossa eikä se näin ollen ole yhtä selkeä kuin vastaajan näkemä lomake, jossa kysymykset näkyvät yksi kerrallaan tai ryhminä eri sivuilla.

### 3.3 Tutkimuksen toteutus

Tämän opinnäytetyön käsitteellinen viitekehys muodostuu osittain siitä, mitä etuja sähköisen kyselylomakkeen käytöllä saavutetaan ja miten sähköinen kyselylomake tulisi laatia (alaluvut 2.2.1 ja 2.2.2). Tästä johtuen en tässä menetelmä-luvussa kuvaa tarkasti näitä periaatteita uudelleen, mutta luonnollisesti olen pyrkinyt ottamaan ne huomioon myös oman tutkimukseni kyselylomaketta suunnitellessani. Tutkimuksen tavoitteena on kerätä puhtaasti laadullista tietoa, joten tutkimuskyselyssäni ei ole esimerkiksi perinteisiä taustamuuttujakysymyksiä vaan ainoastaan avoimia kysymyksiä. Tutkimuskysymysten aiheet nousivat tutkimusongelmista (luku 1.2).

Tutkimukseen kutsutut henkilöt saivat tutustuttavakseen suunnittelemani asiakastyytyväisyyskyselyn, ns. sinisen kyselyn (Liite 1) ja tutkimuksessa vertailtavana kohteena olleen syksyllä 2013 toteutetun kyselyn, ns. punaisen kyselyn (Liite 2). Kyselyihin kutsutut pääsivät tutustumaan Webropolista vastaajien sähköpostiin lähetetyn tutkimuksen kutsukirjeen (Liite 3) linkkien kautta. Myös varsinaiseen tutkimuskyselyyn (Liite 4) oli linkki kutsukirjeessä. Kutsukirjeessä tärkeää on, että vastaajat saavat siitä selvän kuvan tutkimuksen tarkoituksesta ja tunteen, että heidän vastauksensa ovat todella tarpeellisia ja tärkeitä (Hague 1993, 106). Kutsukirjeen pohjana käytin Sirpa Mertalan tutkimuksessaan käyttämää kutsukirjettä, jonka tarkoituksena oli poiketa perinteisistä kohtuullisen neutraaleista kutsukirjeistä ja näin houkutella vastaajia vastaamaan kyselyyn (Mertala 2008, 144, 149–150).

Kutsukirjeen ja tutkimuskysymysten muotoilussa pyrin objektiivisuuteen mm. nimeämällä vertailun kohteena olevat kyselyt neutraalisti kyselyissä esiintyvien taustavärien mukaan siniseksi ja punaiseksi kyselyksi sen sijaan, että puhuisin esimerkiksi uudesta ja vanhasta kyselystä antaen samalla viitteitä siitä, kumman mielestäni pitäisi olla parempi. Objektiivisuuttani tutkijana lisää myös se, että toteutan tiedonkeruun avointen kysymysten kyselylomakkeella. Näin en tiedonkeruuvaiheessa voi muutoin kuin kysymysten asettelulla vaikuttaa vastaajien mielikuvaan, en pysty kommentoimaan tai johdattelemaan vastaajien ajatusta. Tutkijan objektiivisuus eli se, että tutkija ei sekoita omia uskomuksiaan, asenteitaan ja arvostuksiaan tutkimuskohteeseen, on hyvä huomioida myös laadullisessa tutkimuksessa, vaikka se ei aina täysin mahdollista olisikaan (Eskola & Suoranta 2008, 17–18).

Tutkimuskyselylinkki oli avoinna kaksi viikkoa ajalla 22.10.–5.11.2014. Kyselykutsun otsikolla ”Ehtisitkö auttaa minua?” lähetin Webropolin kautta sähköpostitse keskiviikkona 22.10. aiemmin valitsemilleni 94 henkilölle. Muutaman päivän sisällä tästä vastauksia tuli seitsemältä vastaajalta. Ensimmäisen muistutuksen kyselystä otsikolla ”Tarvitsen apuasi tutkimuksessani” lähetin kyselyyn vastamattomille henkilöille tiistaina 28.10., jonka jälkeen vastausten määrä nousi 19 kappaleeseen. Koska vastausten määrä oli vielä melko vähäinen ja olin saanut

palautetta kutsukirjeen liiallisesta pituudesta, tasapaksuisuudesta ja väärin ymmärrettävyydestä, päätin lähettää vielä yhden muistutuksen maanantaina 3.11. otsikolla ”Et ole vielä vastannut tutkimukseeni”. Tähän muistutukseen kirjoitin lyhyiden saatesanojen lisäksi pienen ohjetekstin:

Pahoittelen aiemmin lähettämäni kutsun pituutta ja mahdollisia väärinymmärryksiä, joten tässä ohjeet vielä lyhyesti:

1. Tutustu ensin ns. punaiseen ja siniseen kyselyyn (linkit alla olevassa viestissä)
2. Vastaa sitten tutkimuskyselyni rohkeasti omin sanoin:

<https://linkkitutkimuskyselyyn>

Ohjeistuksen lisäksi korostin myös muistutuksen liitteenä olleeseen alkuperäiseen kutsuun eri kyselyiden linkit otsikoineen eri värein ja muusta tekstistä suuremmalla fontilla. Lopulta kyselyyn vastasi yhteensä 36 henkilöä.

### 3.4 Aineiston analyysi

Kyselyyn kutsuttiin 94 henkilöä, joista kyselyyn vastasi 36 henkilöä. Kaikki vastaajat vastasivat jotain kaikkiin kuuteen kysymykseen, koska olin määritellyt Webropolissa kaikkiin kysymyksiin vastaamisen pakolliseksi. Vastauksista alle 7 % oli ns. en osaa sanoa -vastauksia tai niissä ei vastattu kysymyksen aiheeseen. Kokonaisuudessaan tekstimuotoisten vastausten pituus oli yhteensä 17 sivua.

Tutkimuksen tulokset analysoin aineistolähtöisesti soveltaen Eskolan artikkelissaan kuvaamaa tapaa analysoida teemahaastattelun litteroitua aineistoa: Ensiksi aineisto järjestetään teemoittain. Analysointivaiheessa luetaan aineisto riittävän monta kertaa, tehdään muistiinpanoja ja tulkintoja. Seuraavaksi kirjoitetaan oman analyysin parhaat palat ja yhdistetään niihin aineistoesimerkit. Tämän jälkeen tekstiin tuodaan mukaan myös kytkennät teorioihin ja aikaisempiin tutkimuksiin. Lopuksi teksti hiotaan valmiiksi tutkielmaksi. (Eskola 2007, 166–179.) Koska tässä tutkimuksessa ei ollut kyse teemahaastattelusta, en aloittanut analyysiä varsinaisesti teemoittamisella eli järjestänyt aineistoa teemoittain,



vaan päätin käydä aineiston läpi kysymyksittäin. Jos jonkin kysymyksen vastaus vastasi mielestäni enemmän johonkin toiseen kysymykseen kuin siihen, minkä vastaukseksi se oli annettu, huomioin sen analyysissäni erikseen enkä siirtänyt sitä ko. kysymyksen vastaukseksi.

Analyysimenetelmänä käytin siis aineistolähtöistä sisällön analyysiä, joka voidaan jakaa karkeasti kolmeen vaiheeseen: ensimmäiseksi aineisto pelkistetään eli redusoidaan, sitten se klusteroidaan eli ryhmitellään ja lopuksi abstrahoidaan eli muodostetaan teoreettiset käsitteet. Tavoitteena on saada aikaan sanallinen ja selkeä kuvaus tutkittavasta ilmiöstä. (Kananen 2008, 94; Tuomi & Sarajärvi 2009, 108.) Lisäksi käytin analysoinnin apuna luokittelua eli aineiston kvantifiointia ja laskin erilaisten ilmaisujen esiintymistä vastauksissa (Tuomi & Sarajärvi 2009, 93, 120). Luokittelussa käytin taulukkoa, johon merkkasin eri vastaajien mielipiteitä kysymyksittäin. Taulukko on esitetty liitteessä 5. Taulukon merkinnät liittyen vastausten antoisuuteen eivät ole kaikenkattavia vaan lähinnä omia muistiinpanojani raportin kirjoittamisen tueksi.

Analysointivaiheessa luin aineistoa Webropolin raportointityökalulla. Sen avulla aineistoa pystyi lukemaan sekä vastaajittain että kysymyksittäin joko suoraan sovelluksesta tai siirtämällä vastaukset esim. Word-tiedostoiksi. Erityisesti käytin Webropolin Text mining -työkalua, koska kaikki kyselyni vastaukset olivat tekstimuotoisia. Sen avulla tarkastelin vastauksia kysymyksittäin ja näin suoraan, mitkä sanat toistuivat useimmin vastauksissa. Pystyin luomaan ryhmiä useimmin esiintyneistä sanoista ja tarkastelemaan vain näitä sanoja sisältäneitä vastauksia erikseen (Webropol 2012b, 4). Erityisesti ensimmäisen kysymyksen vastausten analysoinnissa useimmin esiintyneistä sanoista oli hyötyä. Muiden kysymysten vastausten luokittelussa en voinut käyttää useimmin esiintyneitä sanoja kovinkaan paljon apuna, vaan tein luokittelun puhtaasti lukemalla vastauksia useaan kertaan. Esimerkki Webropolin Text Mining -työkalun näkymästä on esitetty kuvion 6 kuvaruutukaappauksessa.

The screenshot displays the Webropol Text Mining interface. At the top, the question is: "Millaisiksi koit ns. punaisen ja sinisen kyselyn? Kerro myös, jos koit toisen paremmaksi ku". The interface includes several control panels:

- Tarkastele**: A panel with checkboxes for "Käytä ryhmiä" (checked), "Käytä lyhennettyjä sanoja", and "Näytä prosenttimäärät". It also features sliders for "Sanojen määrä: 80" and "Sanojen minimipituus: 5", along with a "Vaihda" button.
- Ryhmit**: A table showing the most frequent words in each group.
 

Ryhmä	Yleisimmin esiintyvät sanat
1. Selkeys	selkeämpi selkeämmältä selkeä
2. Pituus	pitkiä lyhyempi lyhyt ytimekäs
3. Vaikeus	vaikea vaikeampi helpompi helpoiksi työlä*
4.	
5.	
- Sanapilvi**: A word cloud showing the most prominent words. The words "punainen", "selkeämpi", and "sininen" are the largest and most prominent. Other visible words include "kysely", "kyselyssä", "kyselyt", "kyselyyn", "kysymykseen", "kysymykset", "kysymyksiä", "kysyttiin", "kävin", "käyttäjän", "liikaa", "lyhyempi", "lyhyt", "mielestäni", "mihin", "molemmat", "molemmissa", "mukavampi", "mutta", "nopeiksi", "olivat", "ollut", "oloinen", "paljon", "palvelupyyntöihin", "paremmin", "parempi", "perinteisempi", "pitkiä", "prosessit", "punaisten", "punaisessa", "pystyi", "selkeä", "selkeämmältä", "sinisen", "sinisessä", "tarpeellisia", "tekemä", "tekninen", "tietoa", "tietojärjestelmät", "todella", "toimivuus", "tökkivät", "vaihtoehtoja", "vaikea", "vaikeampi", "vaikuttii", "vastaaminen", "vastata", "voisi", "välillä", "ytimekäs".
- Vastaukset**: A panel with tabs for "Kaikki", "Selkeys", "Pituus", "Vaikeus", and "Muut". The "Selkeys" tab is selected, showing a list of responses:
  - Punainen kysely oli paljon selkeämpi ja nopeampi täyttää. Siniseen kyselyyn en edes jaksanut vastata kahta ensimmäistä kysymystä pidemmälle, todella tylsä ja vaikea hahmottaa. Siniseen menisi myös paljon enemmän aikaa. Punaisen kyselyn kävin kokonaan läpi ja se oli todella helppo.

Kuvio 6. Kuvaruutukaappaus Webropolin Text Mining -työkalun näkymästä

Koska tutkimuskysely toteutettiin Webropolilla, myös sen tulosten analysoinnissa oli luontevaa käyttää saman ohjelman työkaluja enkä pitänyt tarpeellisena perehtyä muiden laadullisten aineistojen analyysiin tarkoitettujen ohjelmien käyttöön. Mikään ohjelmahan ei tee tutkimusaineiston analyysiä, vaan ainoastaan toimii analyysin tekevän tutkijan apuna tutkimusaineiston hallinnassa (Rantala 2007, 106; Denscombe 2010, 278–279). Webropolin työkalujen ja Word-dokumentteihin tekemieni muistiinpanojen lisäksi käytin analysoinnin tukena perinteisiä paperimuistiinpanoja.

Sisällön analyysin heikkous on se, että ilmauksia voidaan helposti alkaa tarkastelemaan erillään aiheyhteydestään. Se, mitä jollain ilmaisulla tarkoitetaan, riippuu paljon siitä, mitä on sanottu ennen sitä, sen jälkeen tai jopa siitä, mitä on jätetty sanomatta. (Denscombe 2010, 284.) Kun etsin aineistosta yleisimmin esiintyneitä sanoja ja analysoin niiden merkitystä, luin tarkoin aina koko vastauksen ja jopa kaikki kyseisen vastaajan vastaukset, jotta saisin mahdollisimman hyvän kuvan siitä, mitä kyseinen vastaaja oli ilmaisullaan tarkoittanut.

## 4 TULOKSET

### 4.1 Kyselyiden paremmuustekijät

Ensimmäisessä kyselylomakkeen kysymyksessä kysyin vastaajien mielipidettä aiemmin toteutettuun (ns. punaiseen) ja suunnittelemaani (ns. siniseen) kyselyyn: *Millaisiksi koit ns. punaisen ja sinisen kyselyn? Kerro myös, jos koit toisen paremmaksi kuin toisen ja miksi.* Ottamatta kantaa siihen, mikä seikka vaikutti vastaajan kokemukseen toisen kyselyn paremmuudesta, oli mielenkiintoista huomata, että vastaukset jakoutuivat erittäin tasaisesti sinisen ja punaisen kyselyn sekä ns. *yhtä hyviä* -vastauksen kesken. Tulosten perusteella ei siis voi suoraan pitää kumpaakaan kyselyä toista parempana.

Tulosten mukaan kyselyiden hyvänä piirteenä voidaan pitää *selkeyttä*. Puolet tätä termiä käyttäneistä vastaajista piti selkeyttä punaisen ja puolet sinisen kyselyn ominaisuutena. Selkeydellä viitattiin mm. kyselyn ulkoasuun, näkymään tai visuaalisuuteen. Lisäksi kyselyn ulkonäköä kommentoitiin esimerkiksi näin: *”sininen kysely mukavemman oloinen, ei iske liikaa silmään”*.

Vastaajat kiinnittivät huomiota myös kyselyiden *pituuteen* tai *nopeuteen*, erityisesti punainen kysely miellytti lyhyytensä ja nopeutensa vuoksi. Sinisessä koettiin olevan liikaa vaihtoehtoja ja lukemista. Toisaalta osa vastaajista ei pitänyt kumpaakaan liian pitkänä tai piti molempia liian pitkinä.

Vastaajat huomioivat myös kysymysten *tarkkuuden* käyttäen mm. termejä: tarkkuus, yksityiskohtaisuus ja ylimalkaisuus. Tulosten mukaan sinistä kyselyä pidettiin tarkempana ja punaista ylimalkaisempana. Yksi vastaaja totesi: *Punainen oli enemmän kysely, jonka voisi ”heittää mihin tahansa firmaan”*. Toinen puolestaan arveli sinisen kyselyn *”tutkivan asioita hieman laajemmalti”*.

Vastauksissa kuvattiin myös kyselyyn vastaamisen *helppoutta*, *vaikeutta* tai *työläyttä*. Punaista kyselyä pidettiin useammin helpompana, sinistä vaikeampana tai työläämpänä, toisaalta osa piti molempia yhtä helppoina vastata tai käyttää.

Punaisessa kyselyssä arveltiin vaikeuksia tuottavan erityisesti kaksiulotteiset nelikenttäkysymykset. Juuri nelikenttäkysymyksiä kritisoi ilmeisesti myös tämä muutoin punaista kyselyä helppona pitänyt vastaaja näin: *"Ainut kohta joka epäilytti" oli taulukot, joissa vastaus kohdistettiin... monimutkainenko ehkä..."*.

#### 4.2 Motivoivat tekijät

Tutkimuksen toinen kysymys käsitteli vastaajien motiiveja vastata kyselyihin: *Mitkä asiat motivoivat sinua vastaamaan sähköisiin kyselyihin? Jos muistat, kerro, miksi vastasit tai miksi et vastannut ns. punaiseen kyselyyn syksyllä 2013.* Vastaajat, jotka muistivat, etteivät olleet vastanneet punaiseen kyselyyn, mainitsivat syyksi sen, etteivät olleet tiedneet ko. kyselystä tai eivät olleet olleet silloin töissä. *"En vastannut, koska en ole huomannut kyselyn olemassaoloa. Tiedotus kyselystä on ollut huonoa."*

Suurimmaksi vastaajia motivoivaksi asiaksi nousi *halu kehittää tai vaikuttaa.* Kyselyn kohteena olevan asian *tärkeys, läheisyys tai merkitsevyys* oli myös yksi kyselyihin vastaamista motivoiva tekijä. Nämä molemmat tulivat esille esimerkiksi tässä vastauksessa: *"Tärkeintä on kyselyn liittyminen omiin työtehtäviin ja kokeeko vastaaja saavansa jonkinlaista "hyötyä" vastaamisesta. Hyöty voi olla sitä, että odottaa vastaustensa johtavan mahdollisten epäkohtien korjaamiseen tai parannusehdotusten huomioon ottamiseen."*

Jonkinlainen *velvollisuuden tunne* tuli ilmi niissä vastauksissa, joissa vastaaja oli joko itse ollut joskus kyselyn tekijänä tai tunsu kyselyn tekijän ja koki siksi vastaamisen tärkeäksi. *"Olen itsekin tehnyt kyselyjä opiskellessa ja on turhauttavaa jos kukaan ei vastaa."* *"Motivaatiota on se, että jos olisin itse tekemässä kyselyä, niin toivoisin, että muut vastaavat."* *"Kun tutkimuksen pyytäjänä on tuttu, haluaa auttaa."*

Myös edellisen tutkimuskysymyksen vastauksissa esille tulleet ns. *paremmuustekijät*, kuten selkeys, nopeus ja helppous, motivoivat vastaajia: *"Ulkonäkö vai-*

*kuttaa eniten, jos näyttää tylsältä ja monimutkaiselta, niin vastailut jäävät kesken. Nopeasti etenevä ja "kaunista" katseltavaa, niin vastailu onnistuu paremmin!" "Kyselyn ulkonäkö, helppokäyttöisyys motivoivat." Yhtenä motivoivana asiana pidettiin myös kyselyyn vastanneiden kesken arvottavaa palkintoa.*

#### 4.3 Tyytyväisyystekijät ja kysymysten asettelu

Kolmannessa kysymyksessä kysyin: *Onko ns. punaisessa ja sinisessä kyselyssä kysytty niitä asioita, jotka muodostavat oman tyytyväisyytesi / tyytymättömyytesi tietohallinnon palveluita kohtaan? Millaiset kysymykset jättäisit pois ja mitä kysyisit niiden sijasta tai lisäksi?* Selvästi suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että oli kysytty oikeita kysymyksiä. Tämän kysymyksen kohdalla sain kuitenkin muihin kysymyksiin verrattuna eniten myös ns. en osaa sanoa -vastauksia. Koska eos-vastaamisen yhtenä syynä voi todellisen mielipiteen / tiedon puutteen sijaan olla se, että vastaaja ei ole jaksanut miettiä vastaustaan (Krosnick 2002, 95–96), voi tämän tuloksen todenmukaisuuden kyseenalaistaa. *On kysyty -vastauksistakin osaan on voinut olla syynä se, että niin on ollut helppo vastata tähän ehkä hieman johdattelevaan kysymykseen.*

Vastauksissa oli kuitenkin mukana myös hyvin laadukkaita ja antoisia vastauksia, kuten: *"Punaisessa kyselyssä kysyttiin kovin teknisiä asioita - halukkuutta koulutuksiin tai tiettyihin teknisiin laitteisiin. Yleiseen kyselyyn ne eivät mielestäni kuulu. Laitelinjaukset ja periaatteet ovat johtamiseen liittyviä asioita. Sinisessä kysytään liian monia asiakokonaisuuksia. Jos halutaan tietoa asiakasprosessin laadusta, niin tehdään siitä oma kysely (jos on tarkoitus oikeasti sitä parantaa) ja kutsutaan asiakkaat mukaan kehittämään yhdessä palveluita. Jos halutaan tietoa jonkun ohjelman käyttöön otosta, niin sitten kannattaa kysyä nimenomaisesta käyttöön otosta ja sen onnistumisesta niiltä ketä asia koski. Siitä voidaan saada tietoa toiminnan parantamiseksi. Yleiset kysymykset, joissa ei voi tietää esim. mitä käyttöönottoa vastaaja tarkoittaa, eivät juurikaan tuo tietoa kehitystyöhön."*

Kuten eo. vastauksessa, myös monessa muussa tämän kysymyksen vastauksissa nousi esiin yksi kyselyiden paremmuustekijä: *pituus*. Kyselyistä tehtäisiin lyhyempiä esimerkiksi jakamalla ne useammaksi eri kyselyksi, jotka kohdennettaisiin tarkemmin määritellylle vastaajajoukolle. Myös vaihtoehtojen määrää karsittaisiin. Nelikenttäkysymykset nousivat myös esille siten, että osa jättäisi ne kyselyistä kokonaan pois kun taas eräs vastaaja totesi, että *"neljän alueen taulukko oli tavanomaisesta kyselymallista poikkeava ja piristävä"*. Jälleen tuli esille se, että sinistä pidettiin tarkempana ja meidän organisaatioomme paremmin sopivana.

Toisaalta todettiin, että kyselyt voisivat olla vielä yksityiskohtaisemmat ja kerrottiin, millaisia kysymyksiä olisi olemassa olevien lisäksi tarpeen kysyä, kuten tässä vastauksessa: *"Haluaisin lisäkysymyksiksi tietohallintopalvelujen laatua kartoittavia kysymyksiä, nyt kysyttiin vain nopeutta ja ratkesiko ongelma. Laatua mittaisin esim. seuraavien asioiden kautta - kuinka kattavat ovat tietohallinnon sisäiset ohjeet, - kuinka kattavia ovat kirjaamiskäytänteet ja suoritettujen työn dokumentointi ja sen tarkkuudesta - kuinka paljon tietohallinnossa tehty toimenpite, päivitys tms. aiheuttaa ketjureaktiona kenties muita ongelmia. - kuinka nopeasti toiveet uudistuksista - ei vain virheiden korjaamisesta - toteutetaan, kuulako valmistelussa käyttäjiä jne."*

Kyselyiden tyytyväisyyttä mittaavia tekijöitä pidettiin yleisesti riittävinä, mm. näin: *"Kaikki kysymykset olivat relevantteja suhteessa tyytyväisyyteen."* Kuitenkin kyselyiden toimivuus tyytyväisyyden mittarina myös kyseenalaistettiin, kuten tässä: *"Näissä kyselyissä on kysymykset aina niin virallisia. Ehkä käyttäjäystävällisempää olisi tällaisessa suurilla tunteilla aiheuttavassa asiassa kysyä niitä tunteita? Ja, mikä ne tunteet aiheuttaa? Ja, että mikä näistä toimii (luettelo) ja mikä aiheuttaa eniten harmia?"*

#### 4.4 Mittaustiheys

Neljäs kysymys käsitteli asiakastyytyväisyyden mittaustiheyttä: *Pidätkö tietohallinnon palveluita koskevan asiakastyytyväisyyden mittaamista vuosittain riittävänä vai haluaisitko antaa palautetta esimerkiksi jokaisen palvelutapahtuman yhteydessä jollain tavalla?* Tulosten mukaan vuosittaista mittaamista pidettiin riittävänä. Tämän rinnalle toivottiin kuitenkin mahdollisuutta suoran ja vapaan palautteen antamiselle, kuten esimerkiksi näissä vastauksissa: *”Tämä on varmaan hyvä. Toisaalta asiat helposti unohtaa. Kyselyn tullessa kohdalle, ei palaute olekaan enää mielessä, ei hyvä eikä rakentavakaan.”* *”Palautteen antaminen ei ole järkevää, jokaisen yhteydenoton yhteydessä. Vuosittain on riittävä. Jos jotain erityistä kiitosta tai risuja haluaa antaa yksittäisestä tapahtumasta, se pitäisi olla mahdollista kuitenkin.”* Jokaisen palvelutapahtuman yhteydessä kerättävää palautetta kritisoitiin myös näin: *”Palvelutapahtumassa on usein muutamana päivänkin viive eikä työtilauksen tekijä aina pääse heti toteamaan tulosta.”*

Jokaisen palvelupyynnön yhteydessä tapahtuvalle palautteen antamiselle löytyi kuitenkin oma kannattajakuntansa. Silloin palautteenannon pitäisi erityisesti olla helppoa, palautelomakkeen lyhyt tai vaikka vain kysymys: *”miten meni?”* Vuosittaisia kyselyitä kritisoitiin esimerkiksi näin: *”Vuosikyselyt ovat ns. yleistasoisia selvittelyitä, joilla en usko saavutettavan yksittäisten palveluiden saatuuteen ja/tai niiden laatuun merkittäviä muutoksia. Sen sijaan toivoisin, että palvelukohtaisesti ja jokaisen vaikkapa tiketin yhteydessä ao. palvelupyynnön jälkeen kysyttäisiin ko. palvelutapahtuman onnistumisesta ja asiakastyytyväisyydestä. On sanomattakin selvää, että palvelujen tuottamiseen liittyvää palvelua parantamalla saavutetaan kokonaispalveluvasteeseen ja -asteeseen parannus, joka näkyy myös vuosikyselyjen tuloksissa. Harmillista, mutta totta, ettei ns. vuosikyselyjen kautta saavuteta yksittäisten palvelujen laadun parantamista.”*

#### 4.5 Toimivuus ja vaikuttavuus

Viidennessä kysymyksessä vastaajia pyydettiin pohtimaan: *Miten mielestäsi sähköiset kyselyt yleisesti toimivat palautteen keräämisessä organisaatiossamme? Oletko huomannut, että jotkin asiat olisivat muuttuneet palautteen antamisen myötä?* Kyselyiden toimivuutta vastaajat pohtivat mm. vastausaktiivisuuden kautta, useimmiten sen arveltiin olevan melko huonoa. Kyselyiden arveltiin toimivan, jos ihmiset vain vastaisivat.

Toisaalta sähköisen kyselyn toimivuutta arvosteltiin mm. sen perusteella, ettei niiden avulla saada tietoa palveluiden kehittämiseksi: *”Sähköiset kyselyt antavat keskiarvoja, ja yleensä sen jälkeen selitellään miksi tuli sellainen tulos. Sähköinen kysely harvoin antaa tietoa palveluiden kehittämiseksi. Jos kysely olisi identtinen eri organisaatioissa, voisi verrata tämän talon pärjäämistä muihin. Mutta sekään ei kertoisi mitä pitäisi tehdä tai muuttaa?”*

Tulosten mukaan kyselyiden vaikuttavuutta pidettiin heikkona. Suurin osa vastaajista ei ollut huomannut muutoksia tapahtuneen. Osa kertoi muutoksia tapahtuneen jonkin verran ja piti sen vuoksi kyselyitä toimivina. Kyselyiden toimivuus rinnastettiin vaikuttavuuteen esimerkiksi näissä vastauksissa: *”Hyvin toimivat. Joitain muutoksia on tullut.”* *”Huonosti toimivat. Tahtoo olla, että eri asioita kysellään ja tuloksista ei tule mitään tietoa saati sitten siltä pohjalta tehdystä kehittämisestä. Vai tapahtuuko sitä?”*

Kuten edellisestä vastauksesta, tutkimustuloksista nousi esille erityisesti informoinnin tarve, sekä ennen että jälkeen kyselyn. Kuten motivoivia tekijöitä selvittävän kysymyksen vastauksissa tuli esille, suuri osa punaiseen kyselyyn vastaamatta jättäneistä eivät olleet tienneet, että sellainen toteutettiin. Informointia kaivattiin kuitenkin myös kyselyn jälkeen. Tulosten lisäksi halutaan saada tietoa siitä, mihin toimenpiteisiin ryhdytään tulosten pohjalta. Tämä ilmaistiin vastauksissa myös näin: *”Sähköinen kysely muotona hyvä. Vastausten vaikutuksesta tulisi informoida enemmän.”*



Moni toi esiin toiveen siitä, että muutoksia tapahtuisi. *”Sen takia kai näitä kyselyitä järjestetään, että osataan kehittää palveluita parempaan tai siihen suuntaan miten käyttäjät kokevat tarpeelliseksi. Toivon ainakin niin.”* *”Juuri tätä kaipaava, että asioihin tulee perusteltuja muutoksia kyselyn perusteella.”*

#### 4.6 Anonymiteetti ja luotettavuus

Tutkimuskyselyn viimeisessä, kuudennessa, kysymyksessä pyysin vastaajia kertomaan aluksi kyselyiden anonymiteetin tärkeydestä: *Kerro, miten tärkeänä pidät sitä, että kyselyyn antamiasi vastauksia ei voida yhdistää juuri sinun antamaksesi.* Hieman yli puolet vastaajista piti anonymiteettiä joko erittäin tärkeänä tai tärkeänä. Tätä perusteltiin sillä, että silloin uskalletaan antaa rehellistä palautetta. *”Kun annetaan niin sanottua negatiivista palautetta, on hyvä, että voidaan antaa nimettömänä, jotta se ei kostaudu palvelupyynnöissä.”* *”Vastaajan näkökulmasta voi olla hankala antaa negatiivista palautetta, jos sen voi epäillä aiheuttavan omassa työssä myöhemmin haittaa kyselyn vastaanottajan taholta, vaikka näin ei olisikaan.”* Anonymiteetin arveltiin vaikuttavan myös vastausaktiivisuuteen motivoivana tekijänä: *”Anonymiteetti on mielestäni ehdottoman tärkeää. Se epäilemättä lisää vastausaktiivisuutta.”* *”Anonyymina vastaaminen antaa luotettavamman tuloksen, mikäli vastaaja on tunnistettavissa vastauksista tai vastaaja muuten pystytään niihin yhdistämään, motivaatio vastaamiseen laskee.”*

Melkein puolet vastaajista oli puolestaan sitä mieltä, että anonymiteetti ei ole joko ollenkaan tai kovin tärkeää. Tätä perusteltiin mm. sillä, että nimettömissä vastuksissa ei välttämättä anneta rakentavaa ja kehitysideoita sisältävää palautetta. *”Nimettömänä vastaaminen ei ole mielestäni kovin tärkeää. Korkeintaan silloin on helpompi purkaa turhautumista. Myös rakentavien ja kehittävien ehdotusten tekeminen saattaa jäädä nimettömässä kyselyssä vähäisemmäksi - ei tarvitse olla vastuussa vastauksistaan.”* *”Voi ja saa yhdistää, kehittämisen pitää olla avointa. Etenkin jos kritisoi, pitää olla rohkeutta samalla tehdä ehdotuksia ja olla valmis käymään keskustelua.”*

Toisaalta oma mielipide haluttiin rohkeasti kertoa omalla nimellä: *”En koe sitä kovinkaan merkitykselliseksi; jos on asiasta jokin mielipide niin pitäähän sen takana seisoa.”* *”Oman mielipiteen takana seison, vaikka minut tunnistettaisiin, sehän on selvä.”* Jossain tapauksissa vastaus haluttiin antaa nimellä mahdollisesti tarvittavien lisätietojen antamiseksi: *”Minua ei haittaa vaikka ne olisivat minun omalla nimelläni. Vastaan omista vastauksistani, jos niistä jotain kyseltävää tulee.”* *”Mahdollisuus liittää omat tiedot kyselyyn on hyvä, jos haluaa, että jotakin voidaan tarkentaa.”* *”Jos halutaan tietoa esim. jonkun käyttöönottoprosessin sujumisesta, niin silloin kysely on hyvä tehdä nimillä. Esiin nousseita ongelmia voidaan tarkentaa, ja kutsua ihmisiä mukaan yhteistyöhön parantamaan työn sujuvuutta.”*

Anonymiteetin tärkeyden katsottiin myös riippuvan tilanteesta tai kyselyn luonteesta. *”Kytöksen olemassaolo riippuu paljon asiayhteydestä ja tekijöistä. Joissain yhteyksissä palautteen antaa mielellään siten, että anonymiteetti ei toteudu. Toisissa yhteyksissä sen toteutuminen on erityisen tärkeää.”* *”Tärkeää. Mutta joissakin tilanteissa vastaajan tunnistetiedoistakaan ei ole mielestäni haittaa. Ratkaisuja pohdittaessa voidaan voimavarat kohdistaa oikeaan kohteeseen.”*

Lisäksi tässä kuudennessa kysymyksessä pyysin vastaajia kertomaan myös kyselyiden luotettavuudesta: *Kerro myös, mitä mieltä olet kyselyiden luotettavuudesta, jos verrataan esimerkiksi julkisen ja henkilökohtaisen linkin kyselyitä toisiinsa.* Luotettavuuden arviointi koettiin useimmiten melko hankalaksi tai siihen ei otettu kantaa ollenkaan. Kieltämättä tämän asian arviointi vaatii sellaista tietoa, jota ei vastaajilla välttämättä ollut ja se näkyi vastauksissa: *”Luotettavuudesta en osaa sanoa, linkki kuin linkki.”* *”Luotettavuuteen ei onneksi minun tarvitse ottaa kantaa.”*

Luotettavuutta arvioitiin kuitenkin mm. vastaajan vallitsevan tunnetilan kautta: *”Luotettavuus riippuu siitä millä mielialalla kyselyyn vastaa; jos kielteisiä tapah- tumia ollut paljon edeltävästi on sillä vaikutusta vastausten sisältöön ja se lei- maa liikaa koko tietohallinnon toiminta-alueetta.”*

Niissä vastauksissa, joissa julkista ja henkilökohtaista linkkiä arvioitiin keskenään, henkilökohtaista pidettiin yleisemmin parempana. Julkista linkkiä arvosteltiin mm. sillä perusteella, että sama vastaaja voi vastata kyselyyn useamman kerran ja luotettavuus on heikompaa: *”Julkisissa linkeissä on ongelmana ehkä joskus jonkun ”kieroutunut” huumori - vastata kaikkea tyhmää ja useampaan kertaan.”* *”Luotettavuus julkisissa kyselyissä ei välttämättä ole niin korkea kuin henkilökohtaisissa kyselyissä.”*

Luotettavuutta arvioivan kysymyksen vaikeus ilmeni myös siten, että termit *henkilökohtainen* ja *julkinen linkki* ymmärrettiin hieman eri tavoin. Usein henkilökohtaisuus yhdistettiin siihen, että vastaus annetaan nimellä: *”Mikäli kyselyt ovat henkilökohtaisen linkin takana, uskon vastausten olevan jäsennellympiä ja seikkaperäisempiä, koska tuolloin ollaan kirjoitetusta ”nimellä vastuussa”. Mikäli kysely on yleinen/julkinen, saadaan suurpiisteisiä vastauksia ja kyselyn tuloksesta muodostunee suuntaa-antava.”*

## 5 JOHTOPÄÄTÖKSET

### 5.1 Tulosten yhteenveto ja pohdinta

Tutkimuksen tehtävänä oli selvittää, miten asiakkaat kokivat sekä aiemmin toteutetun että suunnitellun asiakastyytyväisyyskyselyn ja miten suunniteltua asiakastyytyväisyyskyselyä voisi edelleen kehittää ennen sen toteuttamista. Lisäksi tutkimuksella haettiin vastausta seuraaviin apukysymyksiin: Mitkä asiat motivoivat vastaajia vastaamaan kyselyihin? Mitkä asiat muodostavat asiakkaan tyytyväisyyden tai tyytymättömyyden LSHP:n tietohallinnon palveluihin? Kuinka usein asiakkaiden tyytyväisyyttä tulisi mitata? Miten kyselyt yleensä toimivat palautteen antamisessa ja kokevatko käyttäjät palautteen antamisen joltaneen joihinkin toimenpiteisiin? Miten tärkeinä vastaajat pitävät kyselyn anonyymiyttä ja luotettavuutta? Tutkimustuloksista saatiin vastaus näihin kysymyksiin.

Tutkimuksen tulosten perusteella asiakastyytyväisyyden selvittämiseen käytettävän kyselylomakkeen tulisi olla selkeä. Myös asiantuntijat pitävät selkeyttä kyselyn tärkeänä ominaisuutena (mm. Andres 2012, 47; Jyrinki 1977, 82). Tutkimustulosten perusteella ei voida sanoa, kumpi tutkimuksessa vertailtavina olleista lomakkeista olisi selkeämpi tai muutoinkaan parempi.

Asiakastyytyväisyyskyselyt tulisi pitää mahdollisimman lyhyinä (Ronkainen, Karjalainen ym. 2008, 33), sillä liian pitkä lomake voi saada vastaajan luopumaan vastaamisesta ennen kuin hän edes tutustuu siihen tarkemmin (Valli 2010a, 105). Tämä on luettavissa myös tämän tutkimuksen tuloksista. Pituutta pidettiin sekä paremmuustekijänä että kyselyyn vastaamiseen motivoivana tekijänä.

Vaikka ns. nelikenttäkysymyksillä voidaan lyhentää kyselyiden pituutta (Ronkainen, Karjalainen ym. 2008, 33), ei niitä tämän tutkimuksen tulosten perusteella kannattaisi asiakastyytyväisyyskyselyssä käyttää. Myös tutkijat ovat esittäneet huolen siitä, että kaksikulotteisiin kysymyksiin vastaaminen voidaan kokea työ-

lääksi (Ronkainen, Karjalainen ym. 2008, 33). Tämän tutkimuksen tulosten mukaan asiakastyytyväisyyskyselyyn vastaamisen pitäisi kuitenkin olla helppoa.

Asiakkaita voi motivoida vastaamaan kyselyyn tekemällä kyselystä mahdollisimman hyvän korostamalla edellä mainittuja ominaisuuksia. Muihin tutkimuksessa esiin tulleisiin vastaajia motivoiviin tekijöihin, kuten haluun vaikuttaa, velvollisuuden tunteeseen ja kohteena olevan asian tärkeyteen, voi pyrkiä vaikuttamaan korostamalla niihin liittyviä asioita kyselykutsussa ja kohdentamalla kysely oikealle vastaajakunnalle (Hague 1993, 106).

Kyselyn kohdentaminen oikealle vastaajajoukolle tuli esille myös tyytyväisyyskijöitä ja kysymysten asettelua koskeneen kysymyksen vastauksissa. Tutkimustulosten perusteella olisi perusteltua jakaa suunniteltu asiakastyytyväisyyskysely useammaksi kyselyksi siten, että kyselyistä tulisi lyhyempiä ja ne voitaisiin kohdentaa tarkemmin tietyille vastaajajoukoille, kuten johonkin käyttöönottoprojektiin osallistuneille henkilöille. Yleisesti vertailtavana olleiden kyselyiden kysymysten katsottiin kuvanneen vastaajien tietohallinnon palveluita koskevaa tyytyväisyyttä kattavasti.

Tulosten mukaan vuosittainen mittaaminen riittää yleisen asiakastyytyvyyden selvittämiseen ja sen kehittymisen seurantaan. Palveluiden parantamisen tueksi tarvittavaa palautetta olisi tarpeen kuitenkin kerätä eri keinoin ja tiheämmin tai jopa jatkuvasti. Palautteen antaminen tulisi tehdä käyttäjille helpoksi. Myös asiantuntijoiden mukaan erilaiset asiakastyytyväisyystutkimukset ja suora palaute tukevat toinen toisiaan (mm. Ylikoski 2000, 156).

Tiedottamisen tärkeys korostui kyselyn toimivuutta ja vaikuttavuutta arvioitaessa. Sen lisäksi että kyselyn hyvällä tiedottamisella saadaan vastausaktiivisuutta kasvatettua, myös kyselyn tuloksista ja niiden perusteella tehtävistä toimenpiteistä on tärkeää tiedottaa. Jos kyselyn tulosten vaikutuksista tiedotettaisiin enemmän, voisi tutkimustuloksissa näkyvä käsitys siitä, että kyselyiden vaikuttavuus on heikkoa, muuttua.

Tutkimustulosten mukaan kyselyiden anonymiteetin tärkeys vaihteli riippuen tilanteesta. Sen kuitenkin katsottiin lisäävän vastausaktiivisuutta eikä sen välttämättä katsottu merkitsevän tulosten luotettavuuden heikkenemistä. Henkilökohtaisen linkin käyttöä perusteltiin sillä, että silloin yksi vastaaja ei pysty vastaamaan kyselyyn monta kertaa.

## 5.2 Kehitysideat

Tärkeimmät tutkimuksessa esille tulleet kyselyiden hyvät ominaisuudet olivat selkeys, lyhyys, tarkkuus ja helppous. Koska yhden ominaisuuden korostaminen voi merkitä toisen ominaisuuden heikkenemistä, jatkotutkimusaiheena voisi olla tarpeen tutkia laajemmalla tai tilastollisesti edustavammalla kohdejoukolla parivertailun keinoin sitä, mitkä asiakastyytyväisyyskyselyn ominaisuudet ovat käyttäjillemme tärkeimpiä. Parivertailu olisi vastaajalle helppo, koska sitä käytettäessä vastaajan ei tarvitse laittaa yhtä aikaa järjestykseen useita vertailtavia tekijöitä vaan valita aina vain kahdesta parempi (Valli 2010b, 142–143). Näin saataisiin selville, mistä asiakastyytyväisyyskyselylomakkeen ominaisuudesta voitaisiin mahdollisesti jopa luopua jonkin toisen ominaisuuden hyväksi.

Edellä esitettyä jatkotutkimusta tärkeämpänä pidän kuitenkin suunnitellun sinisen kyselyn jatkekehitystä siten, että siitä saadaan tietohallinnon tarpeita vastaava. Vuosittaisena kyselynä sen voisi muokata tämän tutkimusten tulosten mukaisesti lyhyemmäksi, nopeammaksi, helpommaksi ja visuaalisemmaksi. Kuviossa 7 on esitettyä hahmotelma siitä, miltä kysely voisi esimerkiksi näyttää. Esitetyn kaltaisen kyselyn muodostamisen haasteena on koota arvioitavat asiat tutkimuksessa vertailtavina olleiden kyselyiden kysymyksistä ja esittää ne lyhyesti ja ytimekkäästi, mutta kuitenkin selkeästi ja yksiselitteisesti. Lisäksi jonkinlainen haaste on muodostaa kuvion kaltainen kysely jollain kyselytyökalulla, kuvio 7 on tehty kuvankäsittelyohjelmalla.



Kuvio 7. Hahmotelma visuaalisesta asiakastytyväisyyskyselystä

Kuviossa 7 esitetyn kysymystyyppin lisäksi kyselyn alkuun tulisi kuitenkin sijoittaa jonkin verran vastaajien taustatietoja kartoittavia kysymyksiä, kuten esimerkiksi suunnitellussa kyselyssä (liite 1). Näin saadaan vertailtua esimerkiksi eri ammattikuntien välistä tyytyväisyyttä. Tietenkään taustatietojenkaan kysyminen ei ole pakollista, jos mainitunkaltaista vertailua ei ole tarpeen tehdä. Joka tapauksessa luettelon alkuun tai loppuun on sijoitettava kohta ”Tietohallinnon palvelut kokonaisuutena” tai kysyä kokonaistyytyväisyyttä erillisellä kysymyksellä (Vavra 1997, 132–133) ja sellaisella arviointiasteikolla, mikä esimerkiksi valtakunnallisen vertailun vuoksi on tarpeen. Myös kenttä vapaalle palautteelle on tarpeen sekä tutkimustulosten että kirjallisuuden (Vavra 1997, 139) perusteella.

Voisi olla mielenkiintoista sijoittaa kokonaistyytyväisyyttä koskeva kysymys kyselyn alkuun ja verrata siitä saatuja tuloksia muiden kysymysten perusteella saatuihin tyytyväisyyslukemiin. Jos nämä poikkeavat kovasti toisistaan, voidaan olettaa että kokonaistyytyväisyys ei koostu ainoastaan näistä muista kysytyistä palvelun osatekijöistä vaan on myös muita tekijöitä, jotka vaikuttavat asiakkaan kokonaistyytyväisyyteen (Vavra 1997, 133). Tosin tässä tapauksessa tulee miettiä, halutaanko vastaajilta aivan spontaaneja vastauksia ja vaikuttaako silloin vastaukseen enemmän juuri sen hetkinen vastaajan yleinen mieliala tai tunnetila.

Jos asiakastytyväisyyskysely päätetään kuitenkin toteuttaa käyttäen suunniteltua kyselyä (liite 1), kannattaa ennen sen julkaisua miettiä uudelleen ja tarvitta-

essa muuttaa tutkimustuloksissa esille tulleita vastaajia mietityttäneitä kysymyksiä tai sanamuotoja, kuten: *”Kuinka suuri osa tietokoneella viettämästäne ajasta kuluu seuraavien asioiden hoitoon? Puhutaanko vain työajasta vai myös vapaa-ajasta? Miten arvioisit näiden asioiden hoitamisen onnistuvan tällä hetkellä työpaikallasi? Henkilökohtaisten asioiden hoito tietokoneella -> Tarkoitetaanko minun esim. ESS:ssä loman hakua vai kotihenkilökohtaisten asioiden hoitoa?”* Myös vaihtoehtojen määrää voisi pyrkiä vähentämään esimerkiksi poistamalla ”en osaa sanoa” -vastausvaihtoehdot. Tällöin tulisi kyselyyn lisätä kuitenkin ns. ”piilotettu eos” eli jättää kysymykseen vastaamisen pakollisuus pois ja huomauttaa vastaamatta jääneistä kohdista vastaajaa (DeRouvray & Couper 2002, 6–7).

Mielestäni asiakastyytyväisyyskysely tulee toteuttaa suunnitellusti henkilökohtaisten linkkien kautta ja anonyymisti. On tärkeää korjata tutkimustuloksissa ilmi tulleet väärinymmärrykset sen suhteen, että vastaajan henkilöllisyys yhdistyisi hänen antamiinsa vastauksiin automaattisesti tai se olisi erityisen helppoa selvittää henkilökohtaista linkkiä käytettäessä. Jos kysely rakennetaan Webropolilla siten, että varsinainen kyselyosuus toteutetaan henkilökohtaisen linkin kautta anonyyminä (valinta kyselyn toimintoasetusten vastausasetuksissa) ja arvontaa varten tarvittavat yhteystiedot kysytään varsinaisen kyselyn perään linkitettyllä julkisen linkin kyselylomakkeella, ei vastaajan yhdistäminen tiettyyn vastaukseen ole mahdollista kuin seuraamalla vastaamista reaaliaikaisesti Webropolin raportointi työkalulla. Tällöin voitaisiin periaatteessa saada selville, milloin tietyn sähköpostiosoitteen takaa löytyvä vastaaja on vastauksensa tallentanut ja sitten rajata tuloksiin näkyville vain ko. ajankohtana annettu vastaus. En pidä tätä vastaajan henkilöllisyyden selviämisen ongelmaa kuitenkaan niin realistisena tai ainakaan merkittävänä, että sen vuoksi tekisin kyselyn enemmän julkisen linkin kautta.

Lomakemuotoisen suurelle joukolle kohdistetun asiakastyytyväisyyskyselyn lisäksi voisi mielestäni olla järkevää perehtyä myös ns. kriittisiin tapahtumiin ja pyrkiä parantamaan palvelua niiden avulla. Kriittisillä tapahtumilla tarkoitetaan sellaisia tilanteita, jotka joko palvelutapahtumiin osallistuneet asiakkaat tai työntekijät ovat kokeneet joko erittäin myönteisesti tai kielteisesti. Näitä tilanteita



tarkemmin tutkimalla saadaan usein selville suoraan tarvittavat toimenpiteet palvelun laadun parantamiseksi. (Grönroos 2007, 88–89; Bitner, Booms & Mohr 1994, 95–97.) Tämänkaltaiseen toimintaan osoitettiin halukkuutta myös tutkimuskysymysten vastauksissa: *”Jos oikeasti halutaan kehittää sisäisiä palveluita/toimintaa, niin suosittelen keskittymistä sellaiseen prosessiin, joka asiakkailta saadun palautteen (on se sitten aiemmat kyselyt, suora palaute tai ihmettely) mukaan ei suju tai siinä on häiriöitä. Ensin pohdinta siitä, mitä tietoa tästä prosessista ja sen kulusta tarvitaan. Miten tieto kerätään (se pitää suunnitella yhdessä käyttäjäasiakkaiden kanssa), miten tieto käsitellään ja tehdään päätelmät kehittämistarpeista, miten suunnitellaan muutokset ja yhteinen kehittämistyö.”*

Kriittisten tapahtumien löytämiseksi voisi olla tarpeen kehittää ja ottaa käyttöön helppo tapa antaa palautetta jokaisen palvelutapahtuman yhteydessä. Vaihtoehtoisesti ja helpommin palautemahdollisuus voitaisiin rakentaa esim. intraan. Silloin palautteen antaminen onnistuisi joko nimettömänä tai nimellä. Tällöin olisi kuitenkin tärkeää korostaa, ettei palvelupyynnöjä tai vikailmoituksia tehdä sitä kautta. Tällöin palaute ei myöskään automaattisesti kytkeytyisi tiettyyn palvelutapahtumaan ja olisi hankalampaa selvittää, mikä kyseisessä tilanteessa onnistui joko erittäin hyvin tai huonosti.

Tutkimuksen kutsukirjeessä mainitsin, ettei vertailtavina olleisiin kyselyihin annettuja vastauksia kerätä ja analysoida tämän tutkimuksen yhteydessä. Tästä johtuen en ole niihin tämän tutkimuksen aikana annettuihin vastauksiin tutustunut enkä suosittele ketään tämän tutkimuksen ulkopuolellakaan tutustumaan, vaikka se teknisesti voisikin olla mahdollista. Se ei olisi eettisesti oikein eikä vastausten luotettavuudestakaan voisi olla varma, koska kyselyt olivat testikäytössä. Mukana voisi tosin olla myös aivan oikeita ja rakentavia palautteita. Kuitenkin myös tutkimuskysymysten vastauksissa annettiin palautetta koskien tietohallinnon toimintaa. Tuon palautteen poimiminen, kokoaminen yhteen dokumenttiin ja toimittaminen tietohallinnon käyttöön tämän tutkimuksen ulkopuolella on mahdollista.

Tämä tutkimus on painottunut enemmänkin siihen, miten kysyä kuin siihen, mitä kysyä tietohallinnon asiakastyytyväisyyskyselyssä. Asiakastyytyväisyyskyselyssä on tavoitteena selvittää määrällisen tutkimuksen keinoin, miten tyytyväisiä asiakkaamme ovat. Ennen asiakastyytyväisyyskyselylomakkeen tekoa tulisi Ylikosken mukaan kuitenkin laadullisen tutkimuksen keinoin selvittää, mitkä tyytyväisyystekijät ovat asiakkaille tärkeitä. Koska tämän tutkimuksen tulokset tyytyväisyystekijöiden osalta jäivät hieman kyseenalaisiksi, voisi olla tarpeen selvittää niitä vielä lisää esimerkiksi Ylikosken esittämän ryhmäkeskustelun avulla. (Ylikoski 2000, 158–160.)

Kyselyillä saatavien asiakastyytyväisyystulosten ja palautteiden rinnalla voi olla tarpeen verrata niistä saatua tietoa esimerkiksi muista järjestelmistä saataviin seurantatietoihin, kuten palvelupyyntöjen ratkaisunopeuksiin tai järjestelmissä esiintyneisiin vikatilanteisiin. Tärkeintä ei ole kuitenkaan vain etsiä syitä asiakastyytyväisyyden taustalla vaan muistaa tutkimustuloksissakin korostuneet kyselyn jälkeen tehtävät kehitystoimenpiteet. Edes sataprosenttiseen vastaajamäärään päässyt kysely ei ole toimiva, jos sen perusteella ei ryhdytä kyselyn vastauksissa esille tulleisiin ja tarvittaviin jatkotoimenpiteisiin (Rope & Pöllänen 1998, 84). Kuten eräs vastaaja ilmaisi: *”Kysely kyselyn vuoksi on turha.”* Asiakastyytyväisyys ei nouse yhtään pelkästään tyytyväisyyttä selvittämällä (Ylikoski 2000, 149).

### 5.3 Tutkimuksen ja tulosten luotettavuuden arviointi

Valitsemani tutkimusmenetelmä poikkeaa jonkin verran tavanomaisesta. Keräsin laadullista aineistoa kyselytutkimuksella. Kysely sisälsi ainoastaan vapaita kysymyksiä ja on siten verrattavissa haastatteluun. Kysymysten aiheet ovat rinnastettavissa teemahaastattelussa käytettäviin teemoihin. Tästä johtuen tämän tutkimuksen luotettavuuden arviointiin voi mielestäni käyttää teemahaastattelun luotettavuuden arviointiin käytettävää aineiston laadun tarkastelua. Aineiston luotettavuus riippuu sen laadusta (Hirsjärvi & Hurme 2009, 185).

Vaikka laadullisessa tutkimuksessa tärkeämpää on juuri aineiston laatu kuin vastaajien määrä, nostaa mielestäni käytetyllä kyselymenetelmällä saavutettu suurempi vastaajien määrä myös aineiston luotettavuutta. Tällä en tarkoita, että tuloksista voisi näin ollen tehdä tilastollisia yleistyksiä tai edes että vastaajat edustaisivat paremmin koko LSHP:n henkilöstöä. Laadullisen tutkimuksen tavoitteena ei ole tilastolliset yleistykset (Hirsjärvi & Hurme 2009, 58–59). Tarkoitin sitä, että mielestäni sain rikkaamman aineiston, kun mukana on useampia eri mielipiteitä sisältäviä vastauksia. Jos olisin kyselyn sijaan haastatellut vain osan kyselyyn vastanneista, eivät kaikki huomionarvoiset seikat olisi välttämättä tulleet ollenkaan esille tutkimustuloksissa.

Aineiston laadukkuuteen voidaan ennen tutkimuksen toteuttamista pyrkiä vaikuttamaan tekemällä hyvä haastattelurunko ja valmistautumalla tarvittaviin lisäkysymyksiin teemojen tarkentamiseksi (Hirsjärvi & Hurme 2009, 184). Kyselymuotoisessa haastattelussa tämä merkitsi, että kyselyn kysymykset täytyi etukäteen suunnitella tarkkaan ja niin, että ne käsittelisivät tutkimuskysymykset kattavasti. Koska tutkijana en ollut itse mukana kyselyn täyttämässä, en voinut vastaustilanteessa tarkentaa tai selventää kysymyksiä. Siksi kysymykset oli tarpeen muotoilla myös mahdollisimman selkeiksi. Tutkimustuloksista näkyy, että aivan kaikkien kysymysten muotoilussa en ollut onnistunut niin hyvin kuin olisi voinut.

Kyselyä käyttäessäni en voinut tehdä havaintoja vastaustilanteissa ja tutkia sitä, miten vastataan sen lisäksi, että mitä vastataan (Tuomi & Sarajärvi 2009, 73). En myöskään pystynyt havaitsemaan sitä, jos kyselyn vastaamisen aikana ilmeni jotain ulkoisia häiriötekijöitä, jotka vaikuttivat vastauksiin (Hirsjärvi & Hurme 2009, 127). Toisaalta vältin sellaiset aineiston keruun virheet, mitkä haastattelutilanteissa voivat johtua haastattelijan omasta mielentilasta, kuten väsymyksestä tai ahdistuneisuudesta (Hirsjärvi & Hurme 2009, 124–125). Kyselymenetelmää käyttäessäni vältin myös aineiston laatua heikentävät litterointiin mahdollisesti liittyvät virheet (Hirsjärvi & Hurme 2009, 185).

Tutkimustulosten luotettavuutta lisää se, että olen menetelmäosuudessa kertonut tarkkaan, miten aineisto on analysoitu (Tuomi & Sarajärvi 2009, 141) ja tulosten yhteydessä antanut aineistoesimerkkejä käyttämäni luokittelun tueksi (Hirsjärvi & Hurme 2009, 185). Opinnäytetyön ja tutkimuksen teko ajoittui pääasiallisesti lukuvuodelle 2014–2015, sen suunnittelu aloitettiin kuitenkin jo aiemmin. Oli hyvä, että tutkimuksen aineiston analyysiin oli varattu riittävästi aikaa. Joka tapauksessa raporttia kirjoittaessa tuli myös kiire ja se voi näkyä raportin laadussa. Pyrkimyksenäni on ollut antaa teille raportin lukijoille tarpeeksi tietoa siitä, miten tutkimus on tehty, jotta voitte itse arvioida sen tulosten luotettavuutta (Tuomi & Sarajärvi 2009, 140–141).

## LÄHTEET

- Andres L. 2012. Designing & doing survey research. London: SAGE.
- Bitner M. J., Booms B. H. & Mohr L. A. 1994. Critical service encounters: the employee's viewpoint. *Journal of marketing*. Oct 1994 vol. 58. 95–106.
- Blaxter L., Hughes C. & Tight M. 2006. How to research. Third edition. Maidenhead: Open University Press.
- Buttle F. 2004. Customer relationship management. Concepts and tools. Amsterdam: Elsevier.
- Denscombe, M. 2010. The good research guide for small-scale social research projects. Fourth edition. Berkshire: Open university press.
- DeRouvray C. & Couper M. P. 2002. Designing a strategy for reducing “no opinion” responses in web-based surveys. *Social Science Computer Review*, Vol. 20 No. 1, Spring 2002, 3–9.
- Dillman D. A., Smyth J. D. & Christian L. M. 2014. Internet, phone, mail, and mixed-mode surveys: the tailored design method. Fourth edition. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Dutka A. 1995. AMA Handbook for customer satisfaction. Lincolnwood: NTC Business Books.
- Eskola J. 2007. Laadullisen tutkimuksen juhannustaiat. Laadullisen aineiston analyysi vaihe vaiheelta. Teoksessa J. Aaltola & R. Valli (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. Toinen korjattu ja täydennetty painos. Jyväskylä: PS-kustannus, 159–183.
- Eskola J. & Suoranta J. 2008. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Kahdeksas painos. Tampere: Vastapaino.
- Grönroos C. 1993. Toward a third phase in service quality research: Challenges and future directions. Teoksessa T. A. Swartz, D. E. Bowen & S. W. Brown (toim.) *Advances in services marketing and management: research and practice*. Vol. 2. Greenwich (CT): JAI Press, 49–64.
- Grönroos C. 2007. Service management and marketing. Customer management in service competition. Third edition. Chichester: John Wiley & Sons, Ltd.
- Hague P. 1993. Questionnaire design. London: Kogan Page.
- Hirsjärvi S. & Hurme H. 2009. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.

ICT Standard Forum 2014. Yhteenveto. Viitattu 9.9.2014  
<https://www.tietohallintomalli.fi/yhteenveto>.

Jakosuo K. 2005. Asiakas- ja henkilöstötyytyväisyyden väliset yhteydet. Tapaustutkimus Suomen Postista. Akateeminen väitöskirja. Helsingin yliopisto, Taloustieteen laitos. Helsinki: Yliopistopaino.

Jokinen M. & Järvensivu M. 2014. En osaa sanoa -vastaaminen verkkokyselyissä. Hyvinvointikatsaus 4/2014. Tilastokeskus.

Jyrinki E. 1977. Kysely ja haastattelu tutkimuksessa. Kolmas painos. Helsinki: Gaudeamus.

Kananen J. 2008. Kvali. Kvalitatiivisen tutkimuksen teoria ja käytänteet. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 93. Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino.

Knowles P. A., Grove S. J. & Pickett G. M. 1999. Mood versus service quality effects on customers' responses to service organizations and service encounters. *Journal of service research*. Nov 1999 vol. 2 no. 2. 187–199.

Kothari C. R. 2004. *Research methodology: Methods and techniques*. Second revised edition. New Delhi: New age international publishers.

Krosnick, J.A. 2002. The causes of no-opinion responses to attitude measures in surveys: They rarely are what they appear to be. Teoksessa R. M. Groves, D. A. Dillman, J. L. Eltinge, and R. J. A. Little (toim.) *Survey Nonresponse*. New York: Wiley, 87–100.

Lapin sairaanhoitopiiri 2014a. Sairaanhoitopiiri. Organisaatio ja hallinto. Viitattu 9.9.2014  
<http://www.lshp.fi/default.aspx?nodeid=10530&contentlan=1>.

– 2014b. Palveluyksiköt. Tietohallinto. Viitattu 9.9.2014  
<http://www.lshp.fi/default.aspx?nodeid=10527&contentlan=1>.

– 2014c. Kehittäminen ja tutkimus. Kehittämishankkeet. Hukkahaavi. Viitattu 8.10.2014 <http://www.lshp.fi/default.aspx?nodeid=13431>.

Lapin sairaanhoitopiiri 2015. Sairaanhoitopiiri. Viitattu 3.3.2015  
<http://www.lshp.fi/default.aspx?nodeid=10530&contentlan=1>.

Mertala S. 2008. ZEF-kysely terveydenhuollon yhteistyön tutkimuksessa. Teoksessa S. Ronkainen & A. Karjalainen (toim.) *Sähköä kyselyyn! Web-kysely tutkimuksessa ja tiedonkeruussa*. Rovaniemi: Lapin yliopistopaino, 143–152.

- Mikkola K. 2010. Näin teet nettikyselyn. Viitattu 3.4.2015  
<http://www.liiketoiminta.info/nettikyselyt/>.
- Ojasalo K., Moilanen T. & Ritalahti J. 2009. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOYpro Oy.
- Pesonen H-L., Lehtonen J. & Toskala A. 2002. Asiakaspalvelu vuorovaikutuksena. Markkinointia, viestintää, psykologiaa. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Rantala, I. 2007. Laadullisen aineiston analyysi tietokoneella. Teoksessa J. Aaltola & R. Valli (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. Toinen korjattu ja täydennetty painos. Jyväskylä: PS-kustannus, 106–125.
- Reinboth C. 2008. Johda ja kehitä asiakaspalvelua. Helsinki: Tammi.
- Ronkainen S., Karjalainen A. & Mertala S. 2008. Graafisen kyselylomakkeen suunnittelu. Teoksessa S. Ronkainen & A. Karjalainen (toim.) Sähköä kyselyyn! Web-kysely tutkimuksessa ja tiedonkeruussa. Rovaniemi: Lapin yliopistopaino, 31–41.
- Ronkainen S., Mertala S. & Karjalainen A. 2008. Kvalitatiivisuus, kvantitatiivisuus ja sähköinen kyselytutkimus. Teoksessa S. Ronkainen & A. Karjalainen (toim.) Sähköä kyselyyn! Web-kysely tutkimuksessa ja tiedonkeruussa. Rovaniemi: Lapin yliopistopaino, 17–30.
- Rope T. & Pöllänen J. 1998. Asiakastytyväisyysjohtaminen. Neljäs painos. Juva: WSOY.
- Salmons J. 2010. Online interviews in real time. Los Angeles: SAGE.
- Sapsford R. 2007. Survey research. Second edition. London: SAGE.
- Storbacka K. & Lehtinen R. 2005. Asiakkuuden ehdoilla vai asiakkuuden armoilla. Helsinki: WSOY.
- The official introduction to the ITIL service lifecycle. 2007. London: TSO.
- Tuomi J. & Sarajärvi A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. 5. uudistettu laitos. Helsinki: Tammi.
- Tolonen V-M. 2013. Tietohallinnon kyselyn tuloksia toiminnan kehittämiseksi. Joiku 9/2013, 6.
- Tourangeau R., Couper M. P. & Conrad F. 2004. Spacing, position, and order: interpretive heuristics for visual features of survey questions. Public Opinion Quarterly, Vol. 68 No. 3, 368–393.

- Valli R. 2010a. Kyselylomaketutkimus. Teoksessa J. Aaltola & R. Valli (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin I. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Kolmas uudistettu ja täydennetty painos. Jyväskylä: PS-kustannus, 103–127.
- 2010b. Parivertailulla looginen järjestys. Teoksessa J. Aaltola & R. Valli (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin I. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Kolmas uudistettu ja täydennetty painos. Jyväskylä: PS-kustannus, 141–153.
- Vavra T. G. 1997. Improving your measurement of customer satisfaction. A guide to creating, analyzing and reporting customer satisfaction measurement programs. Milwaukee: ASQ Quality Press.
- Vehkalahti K. 2014. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsinki: Finn Lectura.
- Webropol 2012a. WEBROPOL 2.0 Käyttöopas. Viitattu 15.10.2014  
<https://www.webropolsurveys.com/Manuals/Webropol.Yleismanuaali.FIN.pdf>.
- 2012b. Text Mining -käyttöopas. Viitattu 22.3.2015  
<https://www.webropolsurveys.com/Manuals/Webropol.Textmining.FIN.pdf>.
- Yin R. 2009. Case study research. Design and methods. Fourth edition. Applied social research methods series, vol. 5. Los Angeles: SAGE.
- Ylikoski T. 2000. Unohtuiko asiakas? Toinen uudistettu painos. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.



## LIITTEET

- Liite 1. Suunniteltu asiakastyytyväisyyskysely, ns. sininen kysely
- Liite 2. Syksyllä 2013 toteutettu asiakastyytyväisyyskysely, ns. punainen kysely, saatesanoineen
- Liite 3. Tutkimuksen kutsukirje
- Liite 4. Tutkimuskysely
- Liite 5. Vastausten luokittelutaulukko



Yhteydenpito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilöstöasioiden hoito (lomahakemukset ym.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökohtaisten asioiden hoito (esim. tauoilla)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Miten arvioisit näiden asioiden hoitamisen onnistuvan tällä hetkellä työpaikallasi? \***

	hyvin	melko hyvin	kohtalaisesti	melko huonosti	huonosti	en osaa sanoa
Työtehtäviin liittyvien ohjelmien käyttö	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteydenpito tietokoneella	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilöstöasioiden hoito tietokoneella	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökohtaisten asioiden hoito tietokoneella	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Tietohallinnon tuen käyttö**

**Oletko viimeisen vuoden aikana ottanut yhteyttä ATK-tukeen / tietohallinnon väkeen tietoteknisissä ongelmissa? \***

- Kyllä, päivittäin
- Kyllä, viikoittain
- Kyllä, noin kerran kuukaudessa
- Kyllä, harvemmin
- En

**Saitko tarvitsemasi avun ja kuinka nopeasti (arvioi viimeksi tapahtunutta ongelmatilannetta)? \***

- Sain vastauksen nopeasti ja ongelmani ratkaistiin.
- Sain vastauksen nopeasti, mutta ongelma ei ratkennut.
- Vastaus tuli kohtalaisen nopeasti ja ongelmani ratkaistiin.
- Vastaus tuli kohtalaisen nopeasti, mutta ongelma ei ratkennut.
- Vastaus kesti kauan, mutta ongelma ratkesi lopulta.
- Vastaus kesti kauan eikä ongelma ratkennut.
- En ole saanut vielä vastausta.

**Mitä seuraavista yhteydenottotavoista olet käyttänyt? \***

Voit valita useamman vaihtoehdon.

- ATK-HelpDesk lomakkeen täyttö intrassa
- Soitto Lapitin palvelupisteeseen (ATK-arkipäivystysnumeroon 2055)
- Sähköposti osoitteeseen palvelupiste@lapit.fi
- Sovittu tapaaminen tietohallinnon henkilön kanssa
- Satunnainen tapaaminen esim. käytävällä
- Sähköposti suoraan jollekin tietohallinnon henkilölle
- Soitto suoraan jollekin tietohallinnon henkilölle henkilökohtaiseen työnumeroon
- Poikkeaminen jonkun tietohallinnon henkilön työhuoneeseen
- Muuta, mitä?

**Minkä käyttämästäsi yhteydenottotavoista koit parhaimmaksi (nopein, sait tarvitsemasi avun)? \***

- ATK-HelpDesk lomakkeen täyttö intrassa
- Soitto Lapitin palvelupisteeseen (ATK-arkipäivystysnumeroon 2055)

- Sähköposti osoitteeseen palvelupiste@lapit.fi
- Sovittu tapaaminen tietohallinnon henkilön kanssa
- Satunnainen tapaaminen esim. käytävällä
- Sähköposti suoraan jollekin tietohallinnon henkilölle
- Soitto suoraan jollekin tietohallinnon henkilölle henkilökohtaiseen työnumeroon
- Poikkeaminen jonkun tietohallinnon henkilön työhuoneeseen
- Muun, minkä?

**Millaiseksi koit ATK HelpDesk -lomakkeen täyttämisen? \***

- Selkeä ja nopea täyttää.
- Selkeä, mutta hidas täyttää.
- Selkeydessä ja nopeudessa kohtalainen.
- Epäselvä, mutta nopea täyttää.
- Epäselvä ja hidas täyttää.

**Millaisissa ongelmissa olet soittanut Lapitin palvelupisteeseen? \***

- Ainoastaan kiireellisissä ongelmissa.
- Sekä kiireellisissä että kiireettömissä ongelmissa.
- Ainoastaan kiireettömissä ongelmissa.

**Halutessasi voit vapaasti kuvailla ongelma/palvelutilanteita liittyen tietoteknisiin ongelmiin ja kertoa kehitystoiveita:**

Kerro mm. jos ongelmien ratkaisunopeus on vaihdellut eri ongelmatilanteissa ja miten?

**Valitse seuraavalta listalta eniten käyttämäsi ohjelmat (vähintään yksi, mutta mielellään ainakin kolme): \***

Ohjelmat aakkosjärjestyksessä.

- Akseli - potilaan itseilmoittautuminen
- Asla - asiakaslaskutus
- Clinisoft - tehohoito
- Effector - apuvälineet
- eOffice - osto-/matkalaskut
- Esko - potilastieto
- ESS - henkilöstöhallinto
- Mediform - potilastiedon kirjaaminen
- Microsoft Office - toimisto-ohjelmat
- NetCommunity NC - intran sisällöntuotanto
- Nearis - radiologia
- Oberon - potilashallinto
- Opera - leikkaustoiminta
- Ostari - materiaalitilaus
- Santsi - ateriatilaus

Titania - työvuorosunnittelu

Muu, mikä?

**Kuinka nopeaksi ja käyttötarkoitukseensa soveltuvaksi koet Eskon? Arvioi asiaa viimeksi kuluneen kuukauden osalta. \***

- |  |  |
|--|--|
| <input type="radio"/> Ohjelma on nopea                   | <input type="radio"/> ja/mutta käyttötarkoitukseensa hyvin soveltuva.          |
| <input type="radio"/> Ohjelma on melko nopea             | <input type="radio"/> ja/mutta käyttötarkoitukseensa melko hyvin soveltuva.    |
| <input type="radio"/> Ohjelma on kohtalaisen nopea/hidas | <input type="radio"/> ja/mutta käyttötarkoitukseensa kohtalaisesti soveltuva.  |
| <input type="radio"/> Ohjelma on melko hidas             | <input type="radio"/> ja/mutta käyttötarkoitukseensa melko huonosti soveltuva. |
| <input type="radio"/> Ohjelma on hidas                   | <input type="radio"/> ja/mutta käyttötarkoitukseensa huonosti soveltuva.       |

**Kuinka nopeaksi ja käyttötarkoitukseensa soveltuvaksi koet Oberonin? Arvioi asiaa viimeksi kuluneen kuukauden osalta. \***

- |  |  |
|--|--|
| <input type="radio"/> Ohjelma on nopea                   | <input type="radio"/> ja/mutta käyttötarkoitukseensa hyvin soveltuva.          |
| <input type="radio"/> Ohjelma on melko nopea             | <input type="radio"/> ja/mutta käyttötarkoitukseensa melko hyvin soveltuva.    |
| <input type="radio"/> Ohjelma on kohtalaisen nopea/hidas | <input type="radio"/> ja/mutta käyttötarkoitukseensa kohtalaisesti soveltuva.  |
| <input type="radio"/> Ohjelma on melko hidas             | <input type="radio"/> ja/mutta käyttötarkoitukseensa melko huonosti soveltuva. |
| <input type="radio"/> Ohjelma on hidas                   | <input type="radio"/> ja/mutta käyttötarkoitukseensa huonosti soveltuva.       |

**Kuinka nopeaksi ja käyttötarkoitukseensa soveltuvaksi koet Santsin? Arvioi asiaa viimeksi kuluneen kuukauden osalta. \***

- |  |  |
|--|--|
| <input type="radio"/> Ohjelma on nopea                   | <input type="radio"/> ja/mutta käyttötarkoitukseensa hyvin soveltuva.          |
| <input type="radio"/> Ohjelma on melko nopea             | <input type="radio"/> ja/mutta käyttötarkoitukseensa melko hyvin soveltuva.    |
| <input type="radio"/> Ohjelma on kohtalaisen nopea/hidas | <input type="radio"/> ja/mutta käyttötarkoitukseensa kohtalaisesti soveltuva.  |
| <input type="radio"/> Ohjelma on melko hidas             | <input type="radio"/> ja/mutta käyttötarkoitukseensa melko huonosti soveltuva. |
| <input type="radio"/> Ohjelma on hidas                   | <input type="radio"/> ja/mutta käyttötarkoitukseensa huonosti soveltuva.       |

**Tietohallinnon palveluiden käyttö, ohjelmistojen pääkäyttäjäyys**

**Tiedätkö Eskon pääkäyttäjät eli keneltä pyydät ensimmäiseksi apua ohjelman käyttöön ja esim. käyttäjätunnuksiin liittyen? Missä tämä henkilö työskentelee? \***

- Kyllä, hän on oman työyksikköni edustaja.
- Kyllä, hän on tietohallinnon edustaja.
- Kyllä, hän on muun työyksikön edustaja.
- En ole varma, luultavasti oman työyksikköni edustaja.
- En ole varma, luultavasti tietohallinnon edustaja.
- En ole varma, luultavasti muun työyksikön edustaja.
- En tiedä.

**Tiedätkö Oberonin pääkäyttäjät eli keneltä pyydät ensimmäiseksi apua ohjelman käyttöön ja esim. käyttäjätunnuksiin liittyen? Missä tämä henkilö työskentelee? \***

- Kyllä, hän on oman työyksikköni edustaja.

- Kyllä, hän on tietohallinnon edustaja.
- Kyllä, hän on muun työyksikön edustaja.
- En ole varma, luultavasti oman työyksikköni edustaja.
- En ole varma, luultavasti tietohallinnon edustaja.
- En ole varma, luultavasti muun työyksikön edustaja.
- En tiedä.

**Tiedätkö Satsin pääkäyttäjät eli keneltä pyydät ensimmäiseksi apua ohjelman käyttöön ja esim. käyttäjätunnuksiin liittyen? Missä tämä henkilö työskentelee? \***

- Kyllä, hän on oman työyksikköni edustaja.
- Kyllä, hän on tietohallinnon edustaja.
- Kyllä, hän on muun työyksikön edustaja.
- En ole varma, luultavasti oman työyksikköni edustaja.
- En ole varma, luultavasti tietohallinnon edustaja.
- En ole varma, luultavasti muun työyksikön edustaja.
- En tiedä.

**Oletko itse jonkin ohjelman pääkäyttäjä ja saiko tehtävään koulutuksen? \***

- Kyllä olen ja sain hyvän koulutuksen
- Kyllä olen, mutta koulutus oli riittämätöntä
- Kyllä olen, mutta en ole saanut koulutusta
- En ole

**Onko sinulla riittävästi aikaa hoitaa pääkäyttäjän tehtäviä ja onko pääkäyttäjäyteen määrätty varahenkilö / sijainen lomajaksoillesi? \***

- Kyllä aikaa on varattu riittävästi ja minulla on sijainen
- Kyllä aikaa on varattu riittävästi, mutta minulla ei ole sijaista
- Aikaa ei ole varattu riittävästi, mutta minulla on sijainen
- Aikaa ei ole varattu riittävästi eikä minulla ole sijaista

**Tietohallinnon palveluiden käyttö, laitteet**

**Koetko, että käytössäsi olevat laitteet ovat sopivat käyttämiesi ohjelmien käyttöön? (Näyttö riittävän kokoinen ja tarkka, kone tarpeeksi nopea tms.) \***

- Kyllä ovat
- Eivät ole, koska \_\_\_\_\_

**Oletko viimeisen vuoden aikana tilannut käyttöösi / työyksikkösi käyttöön uuden laitteen? \***

Voit valita useamman vaihtoehdon.

- Kyllä, pöytäkoneen
- Kyllä, kannettavan tietokoneen
- Kyllä, oheislaitteen
- Kyllä, älypuhelimien
- En

**Millaiseksi koit laitteiden tilausprosessin? \***

- Selkeä ja nopea.
- Selkeä, mutta hidas.
- Selkeydessä ja nopeudessa kohtalainen.
- Epäselvä, mutta nopea.
- Epäselvä ja hidas.
- En osaa sanoa.

**Halutessasi voit vapaasti kuvailla laitteiden tilausprosessia ja kertoa kehitystoiveita:****Tietohallinnon muuhun toimintaan osallistuminen****Miten olet kokenut uusien ohjelmistojen käyttöönotot käyttäjän näkökulmasta? \***

- Käyttöönotot ovat sujuneet ongelmitta.
- Käyttöönotot ovat viivästyneet suunnitellusta.
- Käyttöönotot ovat jonkin verran häirinneet normaalia toimintaa.
- Käyttöönotot ovat estäneet normaalin toiminnan miltei kokonaan.
- Muuten, miten?
- En osaa sanoa.
- En ole osallistunut uusien ohjelmistojen käyttöönottoihin.

**Miten olet kokenut eri ohjelmistojen versiopäivitykset? \***

- En ole edes huomannut, että jotain on päivitetty, joten ei ole häirinnyt toimintaani.
- Olen huomannut päivityksen vain tietohallinnon tiedotteesta.
- Uusista ominaisuuksista ja tarvittavista enakkotoimenpiteistä on tiedotettu riittävän ajoissa, joten olen osannut varautua päivitykseen.
- Päivitys on jonkin verran häirinnyt normaalia toimintaani.
- Päivitys on haitannut merkittävästi toimintaani päivityksen aikana tai sen jälkeen.
- Muuten, miten?
- En osaa sanoa.

**Jos olet osallistunut uusiin ohjelmistoihin tai versiopäivityksiin liittyviin koulutuksiin, miten olet kokenut ne? \***

- Mielestäni koulutus oli onnistunut ja kattava.
- Mielestäni koulutus oli liian yleinen, oma ammattiryhmäni olisi pitänyt huomioida paremmin.
- Mielestäni koulutus ei ollut tarpeeksi kattava.
- Koulutus oli liian aikaisin ennen ohjelmiston käyttöönottoa tai päivitystä.
- Koulutus oli liian lähellä ohjelmiston käyttöönottoa tai päivitystä.
- Koulutus oli vasta ohjelmiston käyttöönoton tai päivityksen jälkeen.
- Muuten, miten?

- En osaa sanoa.
- En ole osallistunut koulutuksiin.

**Kuinka tyytyväinen olet tietohallinnon palveluihin kokonaisuudessaan tällä hetkellä? \***

+       Erittäin tyytyväinen       Tyytyväinen       Kohtalaisen tyytyväinen       Tyytymätön       Erittäin tyytymätön      -

**Tähän voit halutessasi antaa vapaata palautetta tietohallinnolle. Kiitos vastauksestasi!**





## Tietohallinnon palveluiden käytettävyysskysely

Arvoisa Lapin sairaanhoitopiirin tietojärjestelmien käyttäjä

Lapin sairaanhoitopiirin tietohallinto kartoittaa ja kehittää tietojärjestelmiensä toimivuutta. Päämääränä on tietojärjestelmien parempi käytettävyys ja sitä kautta tyytyväisempi henkilökunta. Osana kehittämisprosessia [redacted] tekee kartoituksen tietojärjestelmistä.

Osana kartoitusta tehdään henkilöstölle verkkokysely. Sen avulla selvitetään tietojärjestelmien nykytilaa, toiminnallisuutta ja pyritään löytämään kehittämiskohteita. Lisäksi kyselyssä selvitetään LSHP:n henkilökunnan asiakastyytyväisyyttä sairaalan tietoteknisiin palveluihin. Kyselyn vastaukset käsitellään nimettöminä.

**Kyselyyn voi vastata 26.9.-13.10.2013:**

### LINKKI KYSELYYN

Kyselyyn osallistuneiden kesken arvotaan Harri Koskisen Block -valaisin.



Kyselyyn liittyen tietoja antavat tarvittaessa tietohallintojohtaja Vesa-Matti Tolonen ja kehittämispäällikkö Mikko Häikiö.

Arvostamme suuresti vaivannäköänne.

Mukavaa syksyn jatkoa!

Terveisin LSHP:n tietohallinto ja [redacted]



## Lapin sairaanhoitopiirin käytettävyyškartoitus

1. Vie hiiri alla olevan vastauskentän päälle
2. Klikkaa vastauksesi hiirellä mielestäsi oikeaan kohtaan
3. Voit palata edellisiin kysymyksiin valitsemalla kyseisen aihealueen ja kysymyksen kysymyslistasta

0%

**1. Lapin sairaanhoitopiirin käytettävyyškartoitus**

Lapin sairaanhoitopiirin tietohallinto on tilannut käytettävyyteen liittyvän kartoituksen LAN&WANilta. Kartoitukseen liittyviin tarkempiin kysymyksiin vastaavat Tietohallintojohtaja Vesa-Matti Tolonen ja Kehittämispäällikkö Mikko Häikiö.

Haastattelun vastaukset käsitellään nimettömänä. Kirjaamme kyselyyn osallistujan ammattiryhmän. Pyydämme teitä vastaamaan seuraaviin kysymyksiin.

En osaa sanoa

**ZEF**

Jatka



## Lapin sairaanhoitopiirin käytettävyyškartoitus

1. Vie hiiri alla olevan vastauskentän päälle
2. Klikkaa vastauksesi hiirellä mielestäsi oikeaan kohtaan
3. Voit palata edellisiin kysymyksiin valitsemalla kyseisen aihealueen ja kysymyksen kysymyslistasta

5%

**1. Mikä on ammattiryhmänne?**

En osaa sanoa

**ZEF**

- Lääkäri
- Hoitohenkilökunta
- Osastosihteeri
- Hallintohenkilökunta
- Muu

Tulosta omat vastaukset

© ZEF®:Markkinointi- ja tiedonkeruuratkaisut



## Lapin sairaanhoitopiirin käytettävyysskartoitus

1. Vie hiiri alla olevan vastauskentän päälle
2. Klikkaa vastauksesi hiirellä mielestäsi oikeaan kohtaan
3. Voit palata edellisiin kysymyksiin valitsemalla kyseisen aihealueen ja kysymyksen kysymyslistasta

11%  

**2. Mikä on ikänne?**

En osaa sanoa

**ZEF**

- alle 30
- 31-40
- 41-50
- 51-60
- yli 61

Tulosta omat vastaukset

© ZEF@:Markkinointi- ja tiedonkeruuratkaisut



## Lapin sairaanhoitopiirin käytettävyyškartoitus

1. Vie hiiri alla olevan vastauskentän päälle
2. Klikkaa vastauksesi hiirellä mielestäsi oikeaan kohtaan
3. Voit palata edellisiin kysymyksiin valitsemalla kyseisen aihealueen ja kysymyksen kysymyslistasta

17%   

**3. Arvio tietoteknisestä osaamisesta**

Arvioi tähän oma tietotekninen osaamisenne asteikolla 4-10

En osaa sanoa

**ZEF**

4 5 6 7 8 9 10

Tulosta omat vastaukset

© ZEF@:Markkinointi- ja tiedonkeruuratkaisut



## Lapin sairaanhoitopiirin käytettävyyškartoitus

1. Vie hiiri alla olevan vastauskentän päälle
2. Klikkaa vastauksesi hiirellä mielestäsi oikeaan kohtaan
3. Voit palata edellisiin kysymyksiin valitsemalla kyseisen aihealueen ja kysymyksen kysymyslistasta

23%

**1. Miten koette tietohallinnon tuen saatavuuden asteikolla 4-10?**

Esim. Päivystyspuhelin, Helpdesk, Intran palvelupyyntölomake, sähköposti, henkilökohtainen yhteydenotto

En osaa sanoa

**ZEF**

4

5

6

7

8

9

10

**ZEF****Lapin sairaanhoitopiirin käytettävyysskartoitus**

1. Vie hiiri alla olevan vastauskentän päälle
2. Klikkaa vastauksesi hiirellä mielestäsi oikeaan kohtaan
3. Voit palata edellisiin kysymyksiin valitsemalla kyseisen aihealueen ja kysymyksen kysymyslistasta

29%   

**1. Miten koette tietohallinnon palveluiden saatavuuden asteikolla 4-10?**

Esim. koneet, laitteet, tietoturva, verkot, ohjelmistot

En osaa sanoa

**ZEF**

4

5

6

7

8

9

10

Tulosta omat vastaukset

© ZEF®:Markkinointi- ja tiedonkeruuratkaisut



## Lapin sairaanhoitopiirin käytettävyysskartoitus

1. Vie hiiri alla olevan vastauskentän päälle
2. Klikkaa vastauksesi hiirellä mielestäsi oikeaan kohtaan
3. Voit palata edellisiin kysymyksiin valitsemalla kyseisen aihealueen ja kysymyksen kysymyslistasta

35%   

**1. Miten tyytyväisiä olette saamiinne tietohallinnon tukipalveluihin asteikolla 4-10?**

Esim. koneet, laitteet, tietoturva, verkot, ohjelmistot

En osaa sanoa

**ZEF**

- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10





## Lapin sairaanhoitopiirin käytettävyysskartoitus

1. Vie hiiri alla olevan vastauskentän päälle
2. Klikkaa vastauksesi hiirellä mielestäsi oikeaan kohtaan
3. Voit palata edellisiin kysymyksiin valitsemalla kyseisen aihealueen ja kysymyksen kysymyslistasta

41%

**1. Miten suuri osa työpäivästä tai työvuorostanne kuluu yleensä tietokoneella työskentelyssä?**

En osaa sanoa

**ZEF**

- alle 20 %
- 20-50 %
- 50-80 %
- yli 80 %

Tulosta omat vastaukset

© ZEF@:Markkinointi- ja tiedonkeruuratkaisut



## Lapin sairaanhoitopiirin käytettävyysskartoitus

1. Vie hiiri alla olevan vastauskentän päälle
2. Klikkaa vastauksesi hiirellä mielestäsi oikeaan kohtaan
3. Voit palata edellisiin kysymyksiin valitsemalla kyseisen aihealueen ja kysymyksen kysymyslistasta

47%   

**1. Miten suuri osa käytetystä ajastanne kuluu potilaan hoitoon liittyvien ohjelmien käytössä?**

En osaa sanoa

**ZEF**

- alle 20 %
- 20-50 %
- 50-80 %
- yli 80 %




Tulosta omat vastaukset

© ZEF®:Markkinointi- ja tiedonkeruuratkaisut

**ZEF**  
**Lapin sairaanhoitopiirin käytettävyyškartoitus**

1. Vie hiiri alla olevan vastauskentän päälle
2. Klikkaa vastauksesi hiirellä mielestäsi oikeaan kohtaan
3. Voit palata edellisiin kysymyksiin valitsemalla kyseisen aihealueen ja kysymyksen kysymyslistasta

52%   

**1. Mitä seuraavista ohjelmista käytätte eniten?**

Valitse kolme eniten käyttämääne ohjelmistoa.

En osaa sanoa

**ZEF**




- Oberon
- ESKO
- CCC-tehohoitojärjestelmä
- Opera-leikkaustoiminnan ohjausjärjestelmä
- Jivex-kuva-arkisto
- Effica-laboratoriojärjestelmä
- Taloushallinnon järjestelmät
- Henkilöstöhallinnon järjestelmät
- Johdon tietojärjestelmä
- Palveluyksiköiden erikoisjärjestelmät (ateriakeskus, materiaalihallinto, siivous, apteekki jne.)
- Toimistojärjestelmät (sähköposti, intra, office jne)

Jatka / Tallenna ▶



## Lapin sairaanhoitopiirin käytettävyysskartoitus

1. Vie hiiri alla olevan vastauskentän päälle
2. Klikkaa vastauksesi hiirellä mielestäsi oikeaan kohtaan
3. Voit palata edellisiin kysymyksiin valitsemalla kyseisen aihealueen ja kysymyksen kysymyslistasta

43%   

**1. Minkä arvosanan annatte kolmelle eniten käyttämällemme ohjelmalle?**

En osaa sanoa

**ZEF**

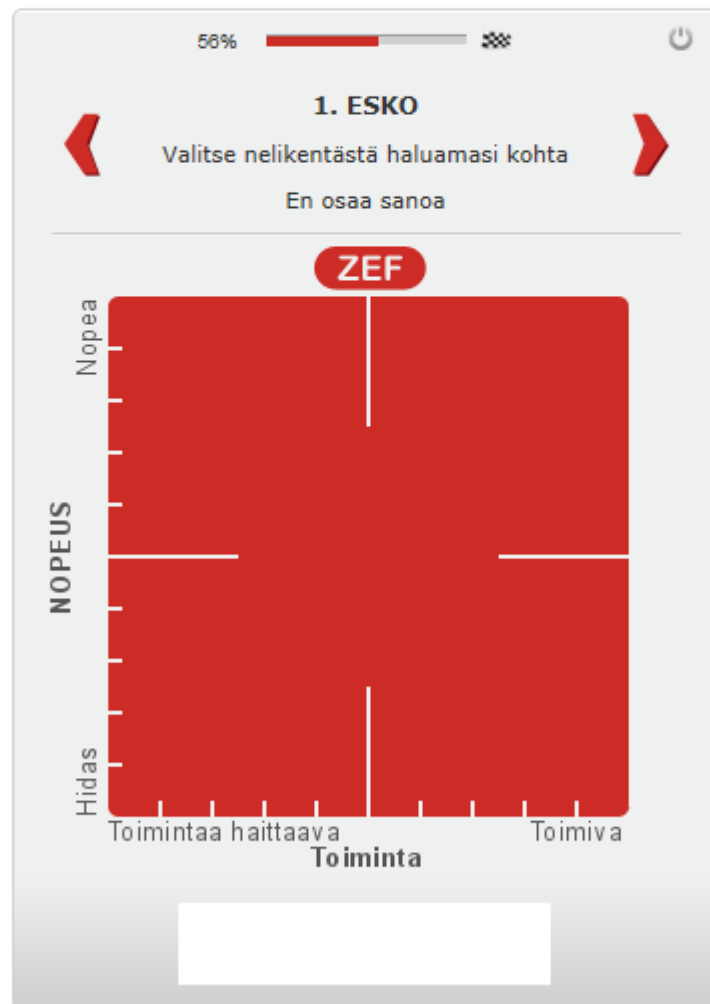
4 5 6 7 8 9 10

**ESKO**

ZEF

## Lapin sairaanhoitopiirin käytettävyysskartoitus

1. Vie hiiri alla olevan vastauskentän päälle
2. Klikkaa vastauksesi hiirellä mielestäsi oikeaan kohtaan
3. Voit palata edellisiin kysymyksiin valitsemalla kyseisen aihealueen ja kysymyksen kysymyslistasta



Tulosta omat vastaukset

© ZEF®:Markkinointi- ja tiedonkeruuratkaisut



## Lapin sairaanhoitopiirin käytettävyyškartoitus

1. Vie hiiri alla olevan vastauskentän päälle
2. Klikkaa vastauksesi hiirellä mielestäsi oikeaan kohtaan
3. Voit palata edellisiin kysymyksiin valitsemalla kyseisen aihealueen ja kysymyksen kysymyslistasta

89%
📶
🔌

**1. Millaista tietoteknistä koulutusta haluaisitte työnantajanne järjestävän?**

En osaa sanoa

**ZEF**


- IT yleisesti (esim. koulutusta tietoverkoista, tietoturvasta, laitteista, tiedon hausta)
- Oberon
- ESKO
- CCC
- Opera
- Jivex
- Effic
- Taloushallinnon järjestelmät
- Henkilöstöhallinnon järjestelmät
- Johdon tietojärjestelmät
- Palveluyksikön erikoisjärjestelmät (ateriakeskus, materiaalihallinto, siivous, apteekki yms.)
- Toimistojärjestelmät (kuten sähköposti, intra, Office yms.)
- Muu, mikä

Jatka / Tallenna ▶



## Lapin sairaanhoitopiirin käytettävyysskartoitus

1. Vie hiiri alla olevan vastauskentän päälle
2. Klikkaa vastauksesi hiirellä mielestäsi oikeaan kohtaan
3. Voit palata edellisiin kysymyksiin valitsemalla kyseisen aihealueen ja kysymyksen kysymyslistasta


65%   

**1. Miten koulutus tulisi mielestänne järjestää?**

IT yleisesti  
En osaa sanoa

**ZEF**

- ATK-luokassa tapahtuva koulutus
- Verkko-opiskelu työasemalta



Tulosta omat vastaukset

© ZEF®:Markkinointi- ja tiedonkeruuratkaisut



## Lapin sairaanhoitopiirin käytettävyyškartoitus

1. Vie hiiri alla olevan vastauskentän päälle
2. Klikkaa vastauksesi hiirellä mielestäsi oikeaan kohtaan
3. Voit palata edellisiin kysymyksiin valitsemalla kyseisen aihealueen ja kysymyksen kysymyslistasta

76%

**1. Olisitteko valmis opiskelemaan  
työnantajan tarjoamia kurseja  
omalla ajalla verkossa?**

En osaa sanoa

**ZEF**

Kyllä

Ei

Tulosta omat vastaukset

© ZEF®:Markkinointi- ja tiedonkeruuratkaisut





## Lapin sairaanhoitopiirin käytettävyyškartoitus

1. Vie hiiri alla olevan vastauskentän päälle
2. Klikkaa vastauksesi hiirellä mielestäsi oikeaan kohtaan
3. Voit palata edellisiin kysymyksiin valitsemalla kyseisen aihealueen ja kysymyksen kysymyslistasta

80%

**1. Koetteko ohjelmien käytössä eroja eri työpisteillä?**

En osaa sanoa

**ZEF**

Kyllä

Ei

Tulosta omat vastaukset

© ZEF®:Markkinointi- ja tiedonkeruuratkaisut



## Lapin sairaanhoitopiirin käytettävyyškartoitus

1. Vie hiiri alla olevan vastauskentän päälle
2. Klikkaa vastauksesi hiirellä mielestäsi oikeaan kohtaan
3. Voit palata edellisiin kysymyksiin valitsemalla kyseisen aihealueen ja kysymyksen kysymyslistasta

85%   

**1. Minkälaisia eroja eri työpisteiden välillä on?**

En osaa sanoa

**ZEF**

- Nopeusero
- Näytön laatu
- Oheislaitteiden toiminta
- Työpisteen ergonomia
- Jokin muu, mikä?

Jatka / Tallenna ▶



## Lapin sairaanhoitopiirin käytettävyysskartoitus

1. Vie hiiri alla olevan vastauskentän päälle
2. Klikkaa vastauksesi hiirellä mielestäsi oikeaan kohtaan
3. Voit palata edellisiin kysymyksiin valitsemalla kyseisen aihealueen ja kysymyksen kysymyslistasta

85%

**1. Jos työnantaja antaisi mahdollisuuden käyttää itse hankittua kannettavaa (tablet/ kannettava) laitetta tai puhelinta työssänne, valitsisitteko tämän vaihtoehdon? (BYOD – Bring Your Own Device)**

Kysymys on vallinnainen ja liittyy yleiseen tietotekniseen keskusteluun mediassa

En osaa sanoa

**ZEF**

Kyllä

Ei

Tulosta omat vastaukset

© ZEF®:Markkinointi- ja tiedonkeruuratkaisut



## Lapin sairaanhoitopiirin käytettävyysskartoitus

1. Vie hiiri alla olevan vastauskentän päälle
2. Klikkaa vastauksesi hiirellä mielestäsi oikeaan kohtaan
3. Voit palata edellisiin kysymyksiin valitsemalla kyseisen aihealueen ja kysymyksen kysymyslistasta

88%

**2. Jos arvioitte kannettavan laitteet käyttöä, onko järjestelmien käyttö estynyt laajennuksien tai päivityksien puutteeseen? (Flash, Java, Adobe)**

Kysymys on vallinnainen ja liittyy yleiseen tietotekniseen keskusteluun mediassa

En osaa sanoa

**ZEF**

Kyllä

Ei



## Lapin sairaanhoitopiirin käytettävyysskartoitus

1. Vie hiiri alla olevan vastauskentän päälle
2. Klikkaa vastauksesi hiirellä mielestäsi oikeaan kohtaan
3. Voit palata edellisiin kysymyksiin valitsemalla kyseisen aihealueen ja kysymyksen kysymyslistasta

88%   

**3. Jos saisitte valita kannettavan työvälineen työnantajan määrittelemästä laitevalikoimasta, jolloin vastaisitte laitteen toimintakunnosta ja tietohallinto tuettujen ohjelmistojen päivityksestä, valitsisitteko tämän vaihtoehdon? (Select Your Own Devices)**

Kysymys on vallinnainen ja liittyy yleiseen tietotekniseen keskusteluun mediassa

En osaa sanoa

**ZEF**

Kyllä

Ei

Tulosta omat vastaukset

© ZEF®:Markkinointi- ja tiedonkeruuratkaisut



## Lapin sairaanhoitopiirin käytettävyysskartoitus

1. Vie hiiri alla olevan vastauskentän päälle
2. Klikkaa vastauksesi hiirellä mielestäsi oikeaan kohtaan
3. Voit palata edellisiin kysymyksiin valitsemalla kyseisen aihealueen ja kysymyksen kysymyslistasta

92%
🔌
🔌

### 1. Yhteystiedot

Kyselyyn osallistuneiden kesken arvotaan Harri Koskisen Block -valaisin. Mikäli haluat osallistua arvontaan, jätä yhteystietosi. Yhteystietoja ei yhdistetä kyselyyn.

En osaa sanoa

**Nimi**

**Puhelinnumero**

**Sähköpostiosoite**

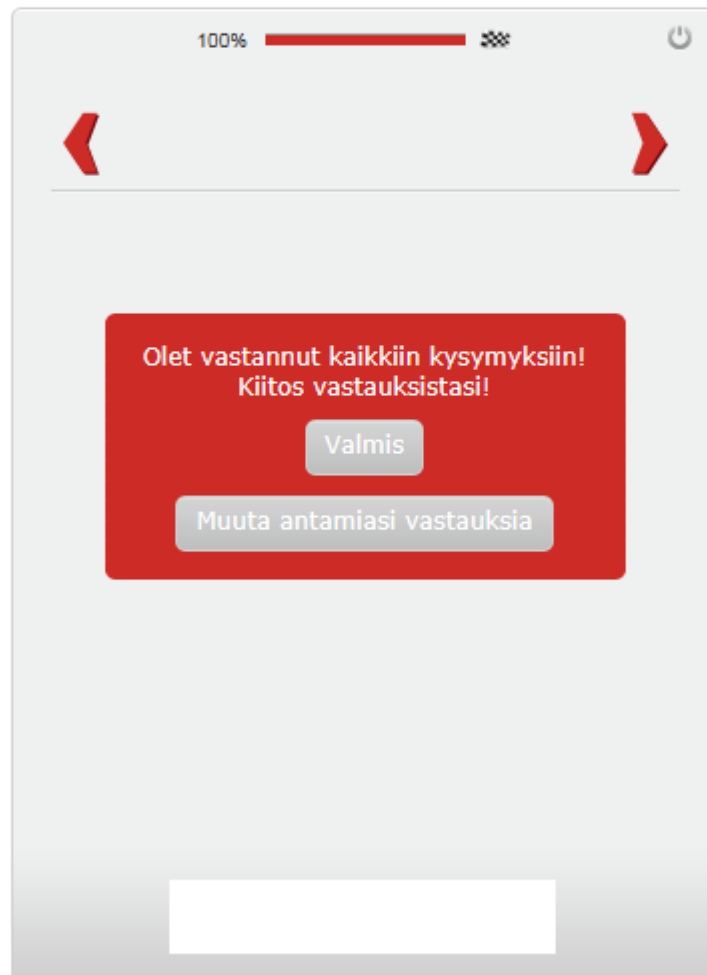
Tulosta omat vastaukset

© ZEF@:Markkinointi- ja tiedonkeruuratkaisut



## Lapin sairaanhoitopiirin käytettävyysskartoitus

1. Vie hiiri alla olevan vastauskentän päälle
2. Klikkaa vastauksesi hiirellä mielestäsi oikeaan kohtaan
3. Voit palata edellisiin kysymyksiin valitsemalla kyseisen aihealueen ja kysymyksen kysymyslistasta



## Liite 3: Tutkimuksen kutsukirje

## Liite 3

Otsikko: Ehtisitkö auttaa minua?

Hei!

Olen LSHP:n tietohallinnossa ICT-suunnittelijana ja suunnittelen parhaillaan vuosittain toteutettavaa tietohallinnon asiakastyytyväisyyskyselyä. Teen myös tutkimusta asiakastyytyväisyyskyselyiden käytettävyydestä tietohallinnon kehittämisen tukena. Tutkimusaineistoa tulen käyttämään lopputyössäni, jota teen Lapin ammattikorkeakoulun Teknologiaosaamisen johtamisen koulutusohjelmaan (YAMK). Tutkimustulosten perusteella pyritään luomaan LSHP:n tietohallinnon käyttöön asiakastyytyväisyyskysely, joka kattaa kaikki tietohallinnon palveluihin kohdistuvaan asiakkaiden tyytyväisyyteen liittyvät osa-alueet ja on samalla käyttäjäystävällinen.

Osallistuthan tutkimukseeni kertomalla oman kokemuksesi asiakastyytyväisyyskyselyistä, kiitos. Tätä tutkimusta ei ole mahdollista tehdä ilman apuasi.

Ennen tutkimuskysymyksiin vastaamista tutustu alla oleviin kahteen kyselyyn, joita tutkimus koskee:

”Punainen kysely”: <http://linkkipunaisenkyselytiedotteeseen>

(Linkki intrassa olleeseen tiedotteeseen, josta linkki itse kyselyyn. Jos et pääse intraan, voit käyttää myös suoraa linkkiä kyselyyn: <http://linkkipunaiseenkyselyyn>)

”Sininen kysely”: <https://linkkiniseenkyselyyn>

(Julkinen linkki suoraan kyselyyn, kyselyyn kutsutaan sähköpostitse henkilökohtaisella linkillä ja intrassa olevan muistutuksen kautta.)

Huomaa, että yllä olevien kyselyiden vastauksia ei kerätä ja analysoida tämän tutkimuksen yhteydessä, vaan varsinainen tietohallinnon asiakastyytyväisyyskysely tullaan toteuttamaan todennäköisesti alkuvuodesta 2015.

Tutkimuskysymykset ovat pääosin vapaita kysymyksiä ja toivonkin, että kerrot vapaasti ja omin sanoin kokemuksistasi ja mielipiteistäsi aiheesta. Oman mielipiteesi pääset kertomaan klikkaamalla alla olevaa henkilökohtaista linkkiä tutkimuskysymyksiin:

<https://linkkitutkimuskyselyyn>

Voit tarvittaessa keskeyttää tutkimuskysymyksiin vastaamisen ja jatkaa myöhemmin sopivalla ajalla. Vastauksesi tallentuvat sivuittain henkilökohtaisen linkin taakse. Vastaa siis kesken oleva sivu loppuun ja klikkaa Seuraava ennen kuin suljet selaimen, niin vastauksesi ovat tallessa.

Tutkimuskysymyksiin voit vastata 5.11.2014 mennessä. Tutkimus toteutetaan anonyyminä. Tutkijana näen ainoastaan, ketkä ovat vastanneet kyselyyn, mutta en voi yhdistää vastauksia vastaajiin. Kiitos vielä vaivannäöstäsi!

Ystävällisin terveisin

Hanne Teppo, ICT-suunnittelija, Lapin sairaanhoitopiiri

P.S. Jään äitiyslomalle 23.10.2014, mutta vastaan tutkimukseen liittyviin kysymyksiin sähköpostitse.



## Liite 4: Tutkimuskysely



## Tutkimus asiakastyytyväisyyskyselyistä

Millaisiksi koit ns. punaisen ja sinisen kyselyn? Kerro myös, jos koit toisen paremmaksi kuin toisen ja miksi. \*

Mitkä asiat motivoivat sinua vastaamaan sähköisiin kyselyihin?

Jos muistat, kerro, miksi vastasit tai miksi et vastannut ns. punaiseen kyselyyn syksyllä 2013. \*

Onko ns. punaisessa ja sinisessä kyselyssä kysytyä asioita, jotka muodostavat oman tyytyväisyytesi/tyytymättömyytesi tietohallinnon palveluita kohtaan? Millaiset kysymykset jättäisit pois ja mitä kysyisit niiden sijasta tai lisäksi? \*

Pidätkö tietohallinnon palveluita koskevan asiakastyytyväisyyden mittaamista vuosittain riittävänä vai haluaisitko antaa palautetta esimerkiksi jokaisen palvelutapahtuman yhteydessä jollain tavalla? \*

Miten mielestäsi sähköiset kyselyt yleisesti toimivat palautteen keräämisessä organisaatiossamme?  
Oletko huomannut, että jotkin asiat olisivat muuttuneet palautteen antamisen myötä? \*

Vielä viimeiseksi: Kerro, miten tärkeänä pidät sitä, että kyselyyn antamiasi vastauksia ei voida yhdistää juuri sinun antamiksesi. Kerro myös, mitä mieltä olet kyselyiden luotettavuudesta, jos verrataan esimerkiksi julkisen ja henkilökohtaisen linkin kyselyitä toisiinsa. \*



Liite 5: Vastausten luokittelutaulukko

Kysymys Vastaaja	1	2	3	4	5	6
1	P,SE,N,H	EV, PT	4, P	J?	E	3, -
2	YH, SE, H	V?, T	LP, +++	+++	+++	1, -, +++
3	-	EM, HK	-	Vu?	E	3, Y
4	S, SE, H	V, HK,VT	OK	Vu	E, %	3, -?
5	YH	-	-	J, VP	JV, I	-, Ju
6	P, SE, H	V, T	OK, S	Vu, VP	TO	3, He
7	YH, SE	V?, HK	+++	Vu, VP	I	3, He?, !
8	S, SE	EV, HK	OK	J?	TO	2, Y
9	P, SE, N	EV	OK, LP	Vu, VP	I	0/3, -
10	S, YK	VT?	OK, TO	J	E	0/2, -
11	YH, N	EV	OK, 4	J?	E	2, -
12	P, H	EM, PT	OK	Vu	E	0, -
13	S, H, YK	HK, VT	OK	Vu, VP	E, TO, %	3, He
14	S, YK	V, HK	OK,LL,VP	Vu, J	-	0, -
15	S	HK, PA	OK	VP	E?	-?
16	S, YK	HK	OK, +++	J	I	1, He
17	YH	EM	-	Vu	E	-
18	S, SE	PA	OK, LL	Vu	I	0/R, -
19	-	T	-	VP	E	0, -
20	YH, SE	HK	-	J, +++	E	R, He
21	P, SE, H	EV,PA,T,PT	4	Vu	E	2, Ju
22	-	EV	OK	Vu	-, I	0, -
23	YH, N	EV, HK	OK	Vu	JV	R, -
24	YH, N, H	PA, HK	OK	Vu, J, VP	I, E	2, He
25	YH	EV	OK	Vu	E, %	2, Y
26	YH	EM, T	OK	Vu	-	-, !
27	S?, SE, N	PT	S, LP	J	E	0, -
28	YH, YK	EM,HK,PT	OK, LV	Vu, VP	E, TO, %	0, Y
29	P, SE, N	EV,HK	LV	Vu	E	0, -
30	P	EM	OK?	Vu	E	1, -
31	P?	VT?	-?	Vu	-	3, !
32	S, SE	PT	+++	J	-?	3, -
33	S, YK	EV	S, +++	?	JV	0, -
34	S?, H?	V,T, HK	OK	Vu, J	JV, %	3, -
35	P, SE, N	PT, T, HK	OK	Vu	I	R, -
36	P, H	V, PT, HK	OK	Vu, VP	E	2, -

- =ei vastausta / vastaus ksysymyksen aiheen vierestä / eos, ?=ehkä, +++=antoisa vastaus/ideoita

P=punainen, S=sininen, YH=yhtä hyviä, SE=selkeys, H=helppous, N=nopeus/pituus,

YK=yksityiskohtaisuus, EV=ei vastannut, V=vastasi, EM=ei muista, PT=paremmuustekijät, T=tärkeys/

läheisyys/ merkitsevyys, HK=halu kehittää/vaikeuttaa, VT=velvollisuuden tunne, PA=palkinto/arvonta,

4=nelikenttäkysymys, LP= liian pitkä, LV= liikaa vaihtoehtoja, LL=liian lyhyt, Vu=vuosittain, J=jokaisessa

palvelutapahtumassa, VP=vapaa palaute, E=ei muutoksia, JV=jonkin verran muutoksia, TO=toivottavasti

muutoksia, I=informointi, %=vastausprosentti, 3=todella tärkeää, 2=tärkeää, 1=ei kovin tärkeää, 0=ei ol-

lenkaan tärkeää, Y=yhtä luotettavia, Ju=Julkinen, He=Henkilökohtainen, !=huomioitavaa