Osaamista
ja oivallusta
tulevaisuuden
tekemiseen

Lii Lepp, Annika Rauta, Elina Salviander

Hei asiakas, tiedätkö tarpeeksi?

Kyselytutkimus asiakkaille näöntutkimuksen tiedon-saannista

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Optometristi (AMK)

Optometrian tutkinto-ohjelma

Opinnäytetyö

31.3.2019

Tekijä(t) Otsikko Sivumäärä Aika	Lii Lepp, Annika Rauta, Elina Salviander Hei asiakas, tiedätkö tarpeeksi? Kyselytutkimus asiakkaille näöntutkimuksen tiedonsaannista. 41 sivua + 2 liitettä 31.3.2019
Tutkinto	Optometria (AMK)
Tutkinto-ohjelma	Optometrian tutkinto-ohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	Optometria
Ohjaaja(t)	Lehtori Kajsa Sten Lehtori Saija Flinkkilä

Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, kokevatko asiakkaat saavansa riittävästi tietoa näkemiseen liittyen. Tavoitteena on antaa tietoa optisen alan toimijoille ja optikoille siitä, miten tyytyväisiä asiakkaat ovat näöntutkimuksen tiedonsaantiin. Opinnäytetyö toteutettiin kvantitatiivisena kyselytutkimuksena erään optikkoliikeketjun asiakkaille. Kyselytutkimuksen perusta rakentui Optometrian Eettisen Neuvoston julkaiseman Hyvä näöntutkimuskäytäntö -ohjeistuksen pohjalta.

Teoriaosuudessa käsitellään asiakastyytyväisyyttä. Lisäksi siihen on koottu tietoa silmälasireseptistä, taittovirheistä ja silmien terveydentilasta. Teoriaosuuden pohjalta on koottu ohjeistus optikoille. Aineisto kerättiin sähköisesti keväällä 2019. Kyselylomaketta jaettiin satunnaisotannalla valittujen kymmenen myymälän asiakkaille. Kyselyyn vastasi 67 henkilöä. Kysely oli luotu struktuoiduilla kysymyksillä, ja lisäksi siinä oli avoimia kysymyksiä. Kyselyssä kartoitettiin, mitä tietoa asiakkaat olivat näöntutkimuksessa saaneet ja mistä he olisivat kaivanneet lisää tietoa. Tulokset analysoitiin Microsoft Excelin ja SPSS–ohjelmiston avulla.

Tulokset kertoivat asiakkaiden olevan suurelta osin tyytyväisiä. Kävi kuitenkin ilmi, että asiakas voi olla tyytyväinen, vaikka hän ei saisikaan kaikkea ohjeistusten mukaista tietoa. Voidaan päätellä, että asiakas ei välttämättä itse tiedä, mitä hänen kuuluisi tietää. Olettamuksena pidimme, että näöntutkimus koetaan liian niukaksi sekä pituudelta että tiedonsaanniltaan. Esiin ei noussut yhtä selvää selitettä sille, miksi toiset asiakkaat saavat enemmän tietoa kuin toiset. Eri ikäryhmät näöntutkimuksessa vaikuttavat kuitenkin tiedonantoon ja sen laajuuteen.

Opinnäytetyön tuloksia voidaan hyödyntää muun muassa näönhuollonpalvelujen ja optikoiden toimintatapojen kehittämisessä. Kyselyn perusteella luotu optikon vinkkilista antaa näkökulmaa siihen, mitä näöntutkimukseen liittyvistä asioita olisi hyvä kertoa asiakkaalle.

Avainsanat	näöntutkimus, asiakaskokemus, tiedonsaanti, kyselytutkimus

Author(s) Title	Lii Lepp, Annika Rauta, Elina Salviander Hey Customer – Do You Know Enough? A Survey for Customers about Information during Eye Examination.
Number of Pages Date	41 pages + 2 appendices 31 March 2019
Degree	Bachelor of Health Care
Degree Programme	Optometry
Specialisation option	Optometry
Instructor(s)	Kajsa Sten, Senior Lecturer Saija Flinkkilä, Senior Lecturer

The purpose of this thesis was to survey how much information customers in the optometry industry get to know about their sight and wellbeing of their eye care while visiting eye examination. The aim of the study was to give valuable information about eye examination experiences from the customer's point of view. This thesis can be used as a helpful guideline for developing communication during the eye examination process. As an outcome based on the survey results, a checkup list was made for optometrists. This Bachelor's thesis was carried out in co-operation with a large optical retail chain.

The theoretical part focuses on good customer service and general facts about optometry as they are mentioned in Finnish Association of Vision and Eye care report for optometrists. The survey material was collected online during Spring 2019. A total of 67 customers responded to the survey. The survey contained structured questions and open-ended questions. Quantitative methods were used while gathering the survey data. The results were analyzed by using Microsoft Excel and SPSS statistical analysis software.

According to the results, most respondents were quite pleased with the contents and the information of the eye examination. We had a hypothesis that the eye examination was considered too limited and too fast. The results led to the conclusion that customers can still be both pleased and not aware of all the facts they are concerned about. There was not a clear explanation on why some customers are given more information and instructions on their eye care. However, age was found a significant factor concerning communication after the eye examination.

This thesis can be utilised for developing customer care. The survey gives valuable information on what optometrist should tell their customers about their sight and eye healthcare.

Keywords	eye examination, customercare, survey

Sisällys

1 Johdanto 1

2 Asiakastyytyväisyys 2

2.1 Palvelun laatu 2
2.2 Asiakaslähtöinen asiakaspalvelu 3

3 Tiedonsaanti näöntutkimuksessa 5

3.1 Hyvä Näöntutkimuskäytäntö -ohjeistus 6
3.2 Viestintä ja vuorovaikutus asiakaspalvelutilanteessa 7
3.3 Kuinka informoida asiakasta näöntutkimuksessa? 8
3.3.1 Näöntarkkuus 9
3.3.2 Taittovirheet ja silmien yhteistoiminta 9
3.3.3 Silmien tutkiminen ja terveydentila 10
3.3.4 Silmälasiresepti 11
3.3.5 Piilolinssit 12

4 Aiemmat tutkimukset 14

5 Kyselytutkimuksen toteuttaminen 15

5.1 Tutkimusongelma 15
5.2 Tutkimusmenetelmä 16
5.3 Aineiston keruu 16
5.4 Tutkimusjoukko 17
5.5 Aineiston analyysi ja tulosten esittäminen 18

6 Tutkimuksen tulokset 19

6.1 Taustatiedot 19
6.2 Palvelukokemus 20
6.2.1 Kokemus optikosta 20
6.2.2 Kokemus näöntutkimuksesta 23
6.2.3 Tyytyväisyys ja ennakko-odotukset 24
6.3 Tiedonsaanti 25
6.4 Tulosten yhteenveto ja johtopäätökset 29

7 Pohdinta 33

7.1 Luotettavuus 34
7.2 Kyselylomake 35

7.3 Tulosten hyödyllisyys 37
7.4 Jatkotutkimusehdotukset 37

Lähteet 38

Liitteet
Liite 1. Kyselylomake
Liite 2. Vinkkilista optikolle

1 Johdanto

Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, kokevatko asiakkaat saavansa riittävästi tietoa näkemiseen liittyen näöntutkimuksen aikana. Tavoite on tuottaa tietoa optiselle alalle yleisesti asiakkaiden tyytyväisyydestä saamaansa näönhuollonpalveluun. Aihe on tärkeä, koska optinen ala on jatkuvan kehityksen kohteena. Alkuperältään vanha käsityöammatti on kasvanut ja muuttanut muotoaan paljon enemmän tutkimuspainotteiseksi, jossa tulee huomioida tarkasti muun muassa lääketieteellisiä aspekteja.

Opinnäytetyössä keskitytään asiakkaiden tiedonsaantiin ja siihen, miten se vaikuttaa asiakastyytyväisyyteen. Tiedonsaanti on merkittävä osa laadukasta palvelua, mutta myös asiakkaan oikeus. Palvelun laadukkuus puolestaan vaikuttaa merkittävästi asiakaskokemukseen ja sitä kautta edelleen asiakastyytyväisyyteen. Tunne ja kokemus saavat asiakkaan palaamaan takaisin ja kertomaan hyvistä kokemuksistaan eteenpäin. Parhaimmillaan palvelu on sellaista, joka vastaa käyttäjäkunnan tarpeisiin ja tuottaa samalla palveluntarjoajalle liiketaloudellista kannattavuutta ja hyötyä. (Kilpailuetua laadusta n.d.)

Määrällinen kyselytutkimus tehtiin keväällä 2019 yhteistyökumppanin asiakkaille. Kyselytutkimuksella haluttiin selvittää niitä asioita, mitä asiakkaalle kerrotaan näöntutkimuksessa ja minkälaista tietoa kaivataan lisää. Lisäksi pyrittiin selvittämään, mitkä muut asiat ovat mahdollisesti vaikuttaneet tiedonsaantiin. Tutkimuksessa selvitettiin esimerkiksi, miten ja kuinka paljon näkemiseen liittyvistä asioista asiakkaalle on kerrottu ja onko ne esitetty ymmärrettävässä muodossa.

Opinnäytetyössä pohditaan asiakastyytyväisyyteen vaikuttavia tekijöitä yleisesti sekä tiedonsaannin näkökulmasta. Lisäksi käsitellään tiedonsaantia näöntutkimuksessa ja käydään läpi asioita, joita optometrian yleisten ohjeistusten mukaan tulee asiakkaalle kertoa. Opinnäytetyön tuloksena syntyi vinkkilista optikolle, johon on koottu asioita, joista asiakkaat kaipaavat erityisesti tietoa. Vinkkilista pohjautuu sekä teoriaosuuteen että kyselyn avoimiin vastauksiin.

2 Asiakastyytyväisyys

Asiakastyytyväisyydellä tarkoitetaan asiakkaan kokemaa palvelun laatua suhteessa hänen tarpeisiinsa ja odotuksiinsa. Asiakas on tyytyväinen, kun pystytään vastaamaan hänen ennakko-odotuksiinsa. Asiakas puolestaan pettyy, mikäli odotuksiin ei vastata tai ne alitetaan. Päätös asiakkuuden jatkumisesta tehdään vertailemalla palveluodotuksia varsinaiseen palvelukokemukseen. (Lahtinen – Isoviita 1999: 50; Rothman – Runyan 2010: 292.) Tyytyväinen asiakas käyttää todennäköisemmin jatkossa yrityksen palveluja ja suosittelee niitä myös muille. Siksi yritysten on tärkeää seurata ja mitata asiakastyytyväisyyttä. (Hämäläinen – Patjas 2018: 128-134.) Positiivisilla asiakaskokemuksilla voidaan vaikuttaa asiakastyytyväisyyteen, joka on kannattavan liiketoiminnan perusta. Asiakkaan lopullinen mielipide voidaan muuttaa positiiviseksi huonosta kokemuksesta huolimatta pyytämällä anteeksi ja hyvittämällä huono kohtelu. Asiakkaasta välittäminen on suuressa roolissa asiakastyytyväisyydessä. (Lahtinen – Isoviita 1999: 64; Rothman – Runyan 2010: 292.)

2.1 Palvelun laatu

Asiakkaan käsitys laadukkaasta palvelusta muodostuu vertaamalla toisiinsa ennakko-odotuksia ja omaa kokemustaan palvelusta (Leppänen 2007: 135). Jokainen määrittelee itse, mitä laatu kenellekin on ja mitä se merkitsee. Kyse on subjektiivisesta asiasta, jossa asiakas itse päättää laadusta ja sen kriteereistä. Asiakas kiinnittää asioidessaan huomiota niihin seikkoihin, joita itse pitää tärkeinä. (Outinen – Holma – Lempinen 1993: 13-16, 34, 38.)

Asiakkaan näkökulmasta laatu tarkoittaa käytännössä sitä, mitä palvelulta halutaan ja odotetaan (Leppänen 2007: 136-137). Laatu voidaan jakaa vielä erikseen toiminnalliseen ja fyysiseen laatuun. Toiminnallisella laadulla tarkoitetaan henkilökunnan käyttäytymistä, palvelualttiutta, ilmapiiriä ja kontaktihenkilöiden asennoitumista. Fyysinen laatu kattaa puolestaan yrityksen tekniset ratkaisut, asiakastilat, koneet ja laitteet. (Outinen – Holma – Lempinen 1993: 13-16.)

Asiakkaan odotukset yrityksestä ja palvelusta muodostuvat ennakkotietojen kuten esimerkiksi kuulopuheiden tai markkinointiviestinnän perusteella. Odotukset muotoutuvat lisäksi persoonan, luonteen ja kulttuurin pohjalta. Tästä syystä myös odotukset voivat

muuttua ajan kuluessa. (Lahtinen – Isoviita 1999: 50.) Ensimmäistä asiointikertaa ohjaavat yleensä ennakko-odotukset ja ne muodostavat siten myös palvelun laadun lähtökohdan (Gerdt – Korkiakoski 2016: 93-94). Aikaisempiin kokemuksiin perustuvia korkeita odotuksia on vaikea muuttaa (Rothman – Runyan 2010: 292). Aina odotukset eivät kuitenkaan ole asiakkaalle itselleen selkeät tai hän ei osaa ilmaista mitä hän odottaa palvelulta tai millaisiin asioihin ja kysymyksiin hän kaipaa vastausta (Gerdt – Korkiakoski 2016: 93-94; Lahtinen – Isoviita 1999: 50). Kokemukseen ja tulkintaan palvelun laadusta vaikuttavat muun muassa sen sisältö, asiakaspalvelu, toimintaedellytykset, toteutus, tukijärjestelmät ja työvälineet sekä saavutetut tulokset (Outinen – Holma – Lempinen 1993: 13-16).

Asiakaskokemus on aina yksilöllinen ja siihen vaikuttavat ennakko-odotukset (Gerdt – Korkiakoski 2016: 93-94). Asiakaskokemuksella tarkoitetaan asiakkaan mielipidettä tai subjektiivista kokemusta yrityksen tuotteista tai palveluista. Asiakaskokemukseen vaikuttavat henkilökohtaisen palvelun laadun ja vuorovaikutussuhteiden lisäksi koko palveluympäristö. Tällä tarkoitetaan esimerkiksi opasteita, sisustusta, valaistusta ja ääniä. Palveluympäristön yleinen toimivuus tekee asioinnista helpompaa asiakkaalle. (Hämäläinen – Patjas 2018: 122-124.) Palvelu on merkittävässä osassa asiakaskokemusta, joten tästä johtuen asiakaskokemuksella ja palvelukokemuksella tarkoitetaan yleensä samaa asiaa (Lahtinen – Isoviita 1999: 64; Gerdt – Korkiakoski 2016: 93-94).

Asiakas on aina paras asiantuntija kertomaan omista kokemuksistaan ja siksi asiakaskokemukset antavat yrityksille arvokasta tietoa. Asiakaskokemusten mittaaminen on hyödyllistä yritykselle, sillä niiden avulla toimintaa voidaan kehittää paremmaksi ja yritykselle kannattavammaksi. Tärkeää on, että asiakkaat voivat antaa palautetta mahdollisimman helposti. (Gerdt – Korkiakoski 2016: 93-94.) Pitkäaikaisen asiakassuhteen edellytyksenä ovat jatkuvat tasalaatuiset ja hyvät asiakaskokemukset (Lahtinen - Isoviita 1999: 50).

2.2 Asiakaslähtöinen asiakaspalvelu

Asiakaspalvelulla tarkoitetaan yleensä asiakkaan saamaa henkilökohtaista palvelua. Se sisältää kaiken asiakkaan hyväksi tehdyn työn. Hyvä vuorovaikutus asiakkaan ja asiakaspalvelijan välillä on merkityksellistä onnistuneessa asiakaspalvelussa. (Lahtinen – Isoviita 1999: 52.) Hyvä palvelu vastaa asiakkaan odotuksiin ja lähtökohtana on asiakkaan ymmärtäminen (Gerdt – Korkiakoski 2016: 10).

Positiivisen ensivaikutelman luominen on hyvän asiakaspalvelun perusta (Keskinen – Kääriäinen – Oravisto – Pitkänen – Tukiala 2012: 4). Ihmisen puheella ja käyttäytymisellä on iso merkitys ensivaikutelman luomisessa (Rothman – Runyan 2010: 289). Negatiivista vaikutelmaa on myöhemmin vaikea muuttaa (Keskinen ym. 2012: 4). Edellä mainittujen lisäksi myös ihmisen ulkonäöllä on tärkeä rooli ensivaikutelman luomisessa. Asianmukainen vaatetus lisää luotettavuutta. Valkoinen takki ja virallinen työasu luovat optikosta luotettavamman yleiskuvan, mutta on kuitenkin huomioitavaa, että liian muodollinen työasu saattaa aiheuttaa asiakkaassa jännitystä ja pelkoa. Tilanne koetaan mukavaksi molemmin puolin, kun käytetään asianmukaista, tilanteeseen sopivaa vaatetusta. (Rothman – Runyan 2010: 289.)

Hyvä asiakaspalvelija pyrkii havaitsemaan ja tulkitsemaan asiakkaan antamia signaaleja ja vastaamaan niihin. Tunneäly korostuu palveluammateissa, sillä asiakas viestii sekä sanallisesti että sanattomasti. Asiakaspalvelutyössä on kuitenkin hyvä ymmärtää ihmisten käyttäytymistä. Lisäksi kyky asettua toisen asemaan on hyödyllinen taito. (Gerdt – Korkiakoski 2016: 101.) Hyväksi asiakaspalvelijaksi voi kuitenkin myös oppia. Tyypillistä asiakkaille on halu tulla kohdatuksi yksilönä. Asiakkaat haluavat erityisesti, että heidän tarpeet, ideat sekä tuntemukset tulevat kuulluksi ja heidän persoonaansa kunnioitetaan. He haluavat kokea arvostuksen, hyväksynnän, kunnioituksen ja osallisuuden tunteen. (Lahtinen - Isoviita 1999: 48.)

Asiakkaina suomalaiset ovat haastavia, koska heiltä on vaikea saada sekä myönteistä että kielteistä palautetta. Onkin tavanomaista, että asiakas päätyy niin sanotusti äänestämään jaloillaan eli huonon asiakaskokemuksen perusteella vaihtaa esimerkiksi asiointipaikkaa. Yritykset, jotka muuttavat toimintaansa saadun asiakaspalautteen perusteella, saavuttavat yleensä hyvän maineen asiakkaiden keskuudessa. (Lahtinen – Isoviita: 48.) Valittavat asiakkaat voivat sellaisenaan olla erittäin hyviä toiminnan kehittämisen lähteitä. Asiakaspalvelijan tulee olla nöyrä ja kärsivällinen sekä avoin, jotta toinen osapuoli tulee ymmärretyksi. Reklamointiin ja asiakasvalituksiin tuleekin suhtautua viileän rauhallisesti. (Aapola 2012: 73.)

Asiakaspalvelutyössä on tunnettava ala, kilpailijat, tuotteet sekä kohderyhmät. Sen vuoksi monipuolinen ammattitaito on tarpeellista, sekä kilpailukeinona ylivoimaista. Palvelu syntyy ihmisistä ja heidän osaamisestaan, eikä sitä voi kopioida. (Lepola – Pulkkinen – Raivio – Selinheimo – Sulkanen 1998: 31.) Yrityksille laadukas ja hyvä asiakaspalvelu on erinomainen tapa erottua kilpailijoista. Asiakkaan saama palvelu heijastelee

pitkälti yrityksen toimintatapoja. Esimerkiksi nopeus tai joustavuus vaikuttavat asiakaspalvelun laatuun, mutta eivät silti suoraan ole yksittäisen työntekijän ominaisuuksia. Yritysten toimintatavat voivat rajoittaa työntekijän mahdollisuutta poiketa esimerkiksi sovitusta näöntutkimuksen kulusta ja rakenteesta. (Reinboth 2008: 32; Lahtinen – Isoviita 1999: 52.) Parhaimmillaan asiakaspalvelu on elämysten tuottamista asiakkaalle, eikä ainoastaan hänen tarpeidensa tyydyttämistä. Jokainen asiakaspalvelutyössä oleva on ikään kuin yrityksen käyntikortti, johon asiakas perustaa näkemyksensä yrityksen asiakaspalvelun tasosta. (Lepola ym. 1998: 29.)

3 Tiedonsaanti näöntutkimuksessa

Tiedonsaanti on terveydenhuollon asiakkaan eli potilaan oikeus. Optikko on Valviran laillistama terveydenhuollon ammattihenkilö, jota velvoittaa aina laki potilaan asemasta ja oikeuksista. Kyseinen laki sisältää myös potilaan tiedonsaantioikeuden. (Valvira 2013.)

> ”Potilaalle on annettava selvitys hänen terveydentilastaan, hoidon merkityksestä, eri hoitovaihtoehdoista ja niiden vaikutuksista sekä muista hänen hoitoonsa liittyvistä seikoista, joilla on merkitystä päätettäessä hänen hoitamisestaan. Selvitystä ei kuitenkaan tule antaa vastoin potilaan tahtoa tai silloin, kun on ilmeistä, että selvityksen antamisesta aiheutuisi vakavaa vaaraa potilaan hengelle tai terveydelle. Terveydenhuollon ammattihenkilön on annettava selvitys siten, että potilas riittävästi ymmärtää sen sisällön. Jos terveydenhuollon ammattihenkilö ei osaa potilaan käyttämää kieltä taikka potilas ei aisti- tai puhevian vuoksi voi tulla ymmärretyksi, on mahdollisuuksien mukaan huolehdittava tulkitsemisesta.” (Laki potilaan asemasta ja oikeudesta 1992/785 § 5.)

Käytännössä tämä laki tarkoittaa sitä, että optikon on kerrottava tutkittavalle erilaisista hoitovaihtoehdoista eli optikon työssä esimerkiksi linssivaihtoehdoista tai piilolinsseistä. Lisäksi optikon tulee antaa selvitys tekemästään näöntutkimuksesta ja havainnoistaan selkeästi ja ymmärrettävästi. (Valvira 2013.)

Terveydenhuollon ammattihenkilönä optikko on velvoitettu kertomaan tutkittavalle tekemistään havainnoista ja johtopäätöksistä. Optikko ei ole kuitenkaan oikeutettu diagnosoimaan sairauksia. Tutkittava on lähetettävä lääkärille, kun oireet tai löydökset viittaavat mahdolliseen sairauteen. (Valvira 2013.)

3.1 Hyvä Näöntutkimuskäytäntö -ohjeistus

Optometrian Eettinen Neuvosto ohjaa optikkojen ammatinharjoittamista antamalla erilaisia toimintaohjeita, suosituksia ja lausuntoja. Sen tehtävä on myös seurata ohjeistusten noudattamista ja toiminnan toteuttamista. (Näe Ry n.d.) Optometrian Eettinen Neuvosto on luonut muun muassa ohjeistuksen Hyvään Näöntutkimuskäytäntöön, joka on määritelty vuonna 2014. Ohjeistuksessa on käyty läpi näöntutkimuksen, piilolinssisovituksen ja silmien terveystarkastuksen eri vaiheet, sillä optikko on näönhuollon ammattihenkilönä velvollinen toimimaan alan yleisten eettisten periaatteiden mukaan. Tässä tutkimuksessa keskitymme kuitenkin ainoastaan näöntutkimukseen ja optikon antamaan tietoon. (Hyvä Näöntutkimuskäytäntö 2014.)

Ohjeistus sisältää kohtia anamneesista, tutkimuksen eri vaiheista ja dokumentoinnista. Näiden lisäksi Hyvä Näöntutkimuskäytäntö ohjaa optikkoa antamaan tietoa asiakkaalle näkemiseen liittyvissä asioissa tiettyjen säädösten mukaisesti. Optikkoa ohjeistetaan antamaan asiakkaalle kirjallinen silmälasimääräys ja palautetta näkökyvystä. Sanallisen palautteen tulisi ohjeistuksen mukaan sisältää tieto näöntarkkuuksien muutoksista, lasien voimakkuuksien muutoksista, silmien yhteistoiminnasta, silmien terveydentilan seurannasta, mahdollisista jatkotoimenpiteistä ja seuraavasta näöntutkimuksen ajankohdasta. (Hyvä Näöntutkimuskäytäntö 2014.)

Hyvä Näöntutkimuskäytäntö -ohjeistus ei velvoita, että kaikki siinä kuvatut vaiheet ja toimenpiteet tulisi sisällyttää jokaiseen näöntutkimukseen. Ohjeistuksesta voidaan poiketa, mikäli syy on perusteltavissa. Asiakkaalta saatu tieto toimii jokaisen näöntutkimuksen lähtökohtana. Optikko tutkii näkemisen eri osa-alueita soveltaen käytössään olevaa välineistöä ja hyödyntäen tarkoitukseen sopivia tutkimusmenetelmiä asiakaskohtaisesti. (Hyvä Näöntutkimuskäytäntö 2014.)

Optometrian Eettinen neuvosto on antanut myös spesifimpiä ohjeistuksia optiseen alaan ja optikon toimenkuvaan liittyen. Tästä esimerkki on muun muassa ohjeistus potilaan informoinnista silmänpohjien kuvauksen yhteydessä. Sen avulla ohjeistetaan antamaan asiakkaalle oikeanlaista tietoa kuvien rajoitteista, mutta myös optikon tutkimuksen yleisistä rajoitteista. Lisäksi Optometrian Eettinen neuvosto on antanut yleisen ohjeistuksen optikon ammatin harjoittamisen eettisyydestä. (Optometrian Eettinen neuvosto 2017; Optometrian Eettinen neuvosto 2014.)

3.2 Viestintä ja vuorovaikutus asiakaspalvelutilanteessa

Tiedonsaanti on yksi merkittävä tekijä asiakkaan arvioidessa toimintaprosessin laadukkuutta ja verratessaan sitä odotuksiinsa ja tarpeisiinsa. Optikon ja asiakkaan välinen vuorovaikutus on merkittävässä roolissa tiedonsaannin kannalta. Asiakkaat arvostavat asiakaspalvelijassa erityisesti empaattisuutta, ystävällisyyttä ja kykyä kuunnella. Asiakkaat aistivat herkästi asiakaspalvelijan aitouden. Asiakkaat odottavat, että heille kerrotaan yksilöllisesti asianmukaista tietoa sellaisistakin asioista, joista ei osata itse edes kysyä. Palvelutilanteessa asiakas arvioi myös ammattitaitoa ja teknistä osaamista. (Outinen – Holma – Lempinen 1993: 39.)

Sosiaaliset taidot ja ammatillinen osaaminen kulkevat optikon päivittäisessä työssä käsi kädessä. Onnistuneen näöntarkastuksen taustalla ovat ensisijaisesti optikon hyvät viestintätaidot ja asianmukainen ammattiosaaminen. Terveydenhuollon ammattilaisen ja potilaan välinen kommunikaatio on muuttunut valtavasti vuosikymmenien aikana. Ihmisten tietoisuus omasta terveydentilasta ja terveyteen liittyvistä asioista on nykyaikana korostunut entisestään. Potilaan läsnäolo hoitoprosessissa on tullut vuosikymmenien aikana yhä olennaisemmaksi. Optikon viestintä ja käyttäytyminen vaikuttavat suoraan asiakkaan osallistumiseen. Tietoinen asiakas on yhteistyöhaluinen ja haluaa myös itse vaikuttaa hoitoprosessin kulkuun. (Rothman – Runyan 2010: 287.) Optikon hyvä viestintäosaaminen tulee näöntutkimuksessa hyödyksi kummankin osapuolen näkökulmasta (Fletcher – Still 1998: 11).

Asiakkaan ja optikon sujuvammaksi yhteistyöksi on tärkeää yhteisen vuorovaikutuksen löytäminen. Se tukee näöntarkastuksen kulkua ja oikeanlaisen näönkorjauksen valintaa. (Rothman – Runyan 2010: 287.) Optikon on huomioitava, että näöntarkastus on kahden ihmisen välisenä kohtaamisena tasa-arvoinen tilanne. Optikon tehtävänä on huolehtia, että molemman osapuolen osallistuminen näöntarkastukseen pysyy tasapainossa. Hyvän vuorovaikutuksen löytäminen vahvistaa asiakkaalle, että hän on tullut kuulluksi ja kohdatuksi. Luotettavan ilmapiirin luominen on kummankin osapuolen kannalta tavoitteellinen. Se rohkaisee asiakasta kertomaan oireensa. Tutkittavan avoimuus tukee optikkoa näön arvioinnissa ja lopullisen hoitoprosessin suunnittelussa. (Potilaan ja lääkärin vuorovaikutus n.d.) Optikon ja asiakkaan yhteiset päätökset tuottavat parhaan lopputuloksen. Optikon pitää kunnioittaa asiakkaan tekemiä päätöksiä. Optikko, joka osaa ottaa huomioon asiakkaan tarpeet ja toiveet luovat pitkäkestoisen ja luotettavan asiakassuhteen. (Rothman – Runyan 2010: 287.)

Optikon tulee ilmaista itsensä asiakkaalle ymmärrettävällä tavalla ja tutkimuksessa on käytettävä helppoja ja yksinkertaisia termejä. Optikon tulee osata selittää myös yksinkertaisimpien sanojen ja termien tarkoitusta. Ammattikieltä ei tulisi käyttää koko tutkimuksen aikana. (Fletcher – Still 1998: 11.)

3.3 Kuinka informoida asiakasta näöntutkimuksessa?

Asiakkaan yksityiskohtainen informointi alku- ja esitutkimuksista lähtien on erittäin tärkeää. Näöntutkimuksen aikana on tärkeää selittää asiakkaalle eri testien tarkoitusta, sillä tutkittavan jatkuva informointi lisää hänen varmuutta ja halua osallistua tutkimukseen aktiivisemmin. Optikon selvitysten avulla asiakas kokee saavansa enemmän tietoa tehdyistä tutkimuksista ja niiden tuloksista. Hän ymmärtää paremmin tarjolla olevien palveluiden merkitystä ja tarkoitusta. Tutkimuksen aikana tutkittavalle annetut selitykset tehdyistä testeistä ja testien merkityksistä, mahdollistavat asiakkaalle paremman yleiskuvan näkemisen tilasta. Tiedon visuaalinen esittely helpottaa ja selkeyttää prosessia. (Rothman – Runyan 2010: 291.)

Tutkimuksen päätteeksi asiakkaan tulisi saada kirjallinen silmälasimääräys ja palautetta näkökyvystään. Lopuksi asiakkaalle kannattaa kertoa millaisin aikavälein näöntutkimuksen tekemistä suositellaan. (Hyvä Näöntutkimuskäytäntö 2014.) Tieto seuraavan tutkimuksen ajankohdasta auttaa asiakasta ymmärtämään, että näöntutkimukseen tulee hakeutua tietyn ajan kuluttua. (Rothman – Runyan 2010: 291).

Myös alan eettiset periaatteet ja lait velvoittavat kertomaan asiakkaalle hänen näkökyvystään riittävästi ja ymmärrettävästi. Ammattisanaston käyttäminen voi aiheuttaa asiakkaalle epävarman olon, eikä hän uskalla kysyä mitä optikko tarkoittaa. Siksi on tärkeää kertoa asiakkaalle hänen näkemisestään mahdollisimman ymmärrettävällä tavalla. (Hämäläinen – Patjas 2018: 78-79).

Seuraavaksi käydään läpi lyhyesti ja yksinkertaisesti asioita, joista Hyvän Näöntutkimuskäytännön mukaisesti sekä yleisen ymmärryksen mahdollistamiseksi asiakkaalle tulisi hänen näkökyvystään ja siihen liittyvistä asioista kertoa.

3.3.1 Näöntarkkuus

Näöntarkkuus on arvo, jolla voidaan kuvata näkökykyä. Näöntarkkuus eli visus kertoo kyvystä erottaa korkeakontrastisia yksityiskohtia. Näöntarkkuus on yksilöllinen ominaisuus, mutta yleisesti normaalia näköä kuvataan näöntarkkuudella 1.0. (Bailey 2006: 240-241.) Yleensä heikentynyt näöntarkkuus johtuu silmän taittovirheestä, jolloin verkkokalvolle muodostuva kuva on epätarkka. Kyse on taittovoiman ja silmän pituuden epäsuhdasta. (Hietanen - Hiltunen - Hirn 2005: 11.) Taittovirheiden aiheuttama heikentynyt näöntarkkuus on kuitenkin korjattavissa esimerkiksi silmälaseilla tai piilolinsseillä. Taittovirheet voivat ilmetä erilaisina näkemiseen liittyvinä epätarkkuuksina tai muuna oireiluna esimerkiksi lukemisen vaikeudet, päänsärky, silmien väsyminen ja silmien vetistäminen. (Summanen 2016.)

3.3.2 Taittovirheet ja silmien yhteistoiminta

Kaukotaitteisuus eli hyperopia tarkoittaa sitä, että silmän taittovoima on liian heikko silmän pituuteen nähden. Silmän mukautumiskyky eli akkommodaatio lisää taittovoimaa ja samalla kompensoi taittovirhettä. Siitä voi kuitenkin aiheutua erilaisia oireita, kuten päänsärkyjä ja silmien väsymistä. Kaukotaitteisuus voi myös ilmetä heikentyneenä kauko- ja/tai lähinäön tarkkuutena. Silmän mukautumiskyky pystyy korjaamaan pientä kaukotaitteisuutta, mutta tarvittaessa sitä voidaan korjata myös silmälaseilla. Korjaus tapahtuu pluslinsseillä. (Seppänen 2018; Hyvärinen 2001.)

Likitaitteisuudessa eli myopiassa on kyse siitä, että silmän taittovoima on liian suuri sen pituuteen nähden. Oireina yleensä on heikentynyt kaukonäkö ja siristely. Likitaitteisuutta voidaan korjata silmälaseilla, joissa on miinuslinssit. Likitaitteinen henkilö näkee kuitenkin lähietäisyyksille ilman silmälaseja. (Seppänen 2018; Hyvärinen 2001.)

Hajataittoisuudessa eli astigmatiassa sarveiskalvo tai mykiö on muodoltaan epäsymmetrinen. Useimmiten kyseessä on epäsäännöllisen muotoinen sarveiskalvo, jolloin sen kaarevampi pinta taittaa valoa voimakkaammin. Hajataittoisuus aiheuttaa epätarkkuutta sekä kauas että lähelle katsottaessa, mutta se on korjattavissa silmälaseilla sylinterilinsseillä. (Seppänen 2018; Hyvärinen 2001.)

Presbyopia tarkoittaa ikä- tai aikuisnäköä, jolloin akkommodaatio eli silmän mukautumiskyky on heikentynyt. Heikkeneminen alkaa asteittain ikääntyessä ja ensimmäiset oireet

havaitaan yleensä 40-45 vuoden iässä. (Summanen 2016.) Suurimmalle osalle lukeminen tai muu tarkennusta vaativa lähityö käy hankalaksi, kun akkommodaatiokyky vähenee (Grosvenor 2007: 19).

Silmien yhteistoiminta tarkoittaa sitä, että näköaivokuorella yhdistetään silmien kaksi erillistä kuvaa yhdeksi. Ongelmat näköjärjestelmän toiminnassa voivat aiheuttaa muun muassa kahtena näkemistä tai yleistä näkemisen sekavuutta ja epämiellyttävyyttä. (Hyvärinen 2001; Hyvärinen n.d.).

3.3.3 Silmien tutkiminen ja terveydentila

Optikon tehtäviin kuuluu myös ennaltaehkäisevästi silmien terveydentilasta huolehtiminen (Optometrian Eettinen Neuvosto 2014). Monien silmäsairauksien jäljille voidaan päästä jo huolellisten esitietojen ja silmätutkimuksen perusteella (Hietanen – Hiltunen – Hirn 2005: 20). Heikentynyt näöntarkkuus voi viitata myös silmän terveydentilassa tapahtuneisiin muutoksiin kuten silmäsairauksiin. Näöntarkkuuden heikentymisen syy voi olla esimerkiksi jonkin silmän rakenteen, kuten sarveiskalvon, mykiön tai lasiaisen samentuminen, muutokset verkkokalvolla tai näköhermon toiminnan häiriöt. (Hyvärinen 2001; Elliott 2007: 32.)

Optikko hyödyntää silmäsairauksien seulonnassa ja seurannassa monia erilaisia silmänterveyden tilaa kartoittavia laitteita. Optikon yleisimpiä keinoja silmien terveydentilan tarkkailemiseen ovat muun muassa silmänpaineen mittaus sekä silmänpohjien tutkiminen. (Hietanen – Hiltunen – Hirn 2005: 99-100.) Silmänpaineen mittauksen avulla saadaan tietoa silmän sisäisen nesteen määrästä eli nestepaineesta (Gudgel 2018). Korkea silmänpaine on tärkein ja yleisin riskitekijä glaukoomaan eli silmänpainetautiin. Glaukoomaa sairastavilla voi kuitenkin olla täysin normaali silmänpaine. Liian korkea silmänpaine voi aiheuttaa palautumattomia vaurioita näköhermoon ja siten myös silmän toimintaan. (Hietanen – Hiltunen – Hirn 2005: 100; Saari 2011: 283.) Normaalin silmänpaineen rajaarvoina pidetään väliä 10-21 mmHg (elohopeamillimetriä). Paineen vaihtelu on yksilöllistä, mutta yleisesti se on matalimmillaan yöllä ja korkeimmillaan aamulla. (Saari 2011: 282.) Silmänpohjien tutkimisessa voidaan hyödyntää esimerkiksi silmänpohjien kuvaamista. Tätä keinoa yleisimmin hyödynnetään diabeteksen, glaukooman ja silmänpohjan ikärappeuman aiheuttamien muutosten havaitsemiseksi ja seuraamiseksi. (Kaarniranta – Kivinen – Tuulonen 2018.)

Lain mukaisesti optikolla on velvollisuus kertoa asiakkaalle tekemistään havainnoista ja löydöksistä, mutta siitä huolimatta optikolla ei ole oikeutta tehdä lääketieteellisiä diagnooseja (Henriksson – Holi 2013). Mikäli optikko havaitsee jotakin silmäsairauteen viittaavaa tai asiakkaan näöntarkkuutta ei silmälaseilla saada normaaliksi, asiakas ohjataan silmälääkärille jatkotutkimuksiin (Valvira 2013). Yleinen suositus on, että seuraava näöntutkimus tehtäisiin kahden vuoden kuluttua, mikäli oireita ei ilmaannu aiemmin (Optometrian Eettinen neuvosto 2014).

3.3.4 Silmälasiresepti

Silmälasireseptiin kirjataan ensisijaisena tietona *OD* ja *OS*, jotka kääntyvät suoraan latinan kielestä ja tarkoittavat oculus dexter eli oikea silmä ja oculus sinister, vasen silmä. Latinasta lähtöisin olevia lyhenteitä on perinteisestä käytetty niin silmälasiresepteissä kuin myös silmäsairauksiin määritetyissä lääkemääräyksissä. Silmälasireseptissä tulee lähes aina tiedot ensin oikeasta silmästä, ja sen jälkeen vasemmasta silmästä. Käytetyn yksikön arvot ilmaistaan usein 0.25 dioptrian välein. (Heiting 2018.)

Merkinnällä *sf* eli sfäärinen, tarkoitetaan merkityn linssin voimakkuutta, josta käytetään yksikkönä dioptriaa lyhennettynä dpt. Etuliitteenä käytetään merkintöjä plus (+) tai miinus (-) sen mukaan, onko kyseessä kaukonäköisyys tai likinäköisyys. Mikäli etuliitettä ei ole on kyseessä kaukonäköisyyden korjaava linssivoimakkuus. (Heiting 2018.)

Cyl ilmaisee astigmatian eli hajataitteisuuden voimakkuuden määrää. Mikäli sitä ei ole silmälasireseptissä merkittynä ollenkaan, ei todennäköisesti reseptin haltija tarvitse hajataitteisuuden korjausta. Hajataitteisuutta voidaan ilmaista reseptissä joko miinus- tai plussylinterillä. Hajataitteisuutta merkitsevää *cyl* -lyhennettä seuraa merkintä *ax* tai *axis* väliltä 1 – 180, jolla määritellään hajataitteisuuden korjaussuunta. (Heiting 2018.)

Add eli lähilisä ilmaistaan silmälasireseptissä plusmerkinnällä. Käytännössä sillä tarkoitetaan voimakkuutta, joka helpottaa lähinäköä. Tällöin silmälaseissa on kauko- ja lähikatseluun eri voimakkuudet. Yleisin vaihteluväli lähilisälle on keskiarvolta +0.75 – +3.00 dioptriaa ja se on lähes poikkeuksetta aina samanarvoinen molemmissa silmissä. (Heiting 2018.)

Silmälasireseptistä voi myös löytyä erillisenä lisänä merkintä prismasta lyhennetyssä muodossa usein *pr* tai *prd.* Prismat määrätään karsastuksen eli silmien asentopoikkeaminen helpottamiseksi, joka on yksi silmien yhteistoiminnan ongelmista. Prisman oikea asento voidaan ilmoittaa joko sanallisesti tai astelukuna. Merkintää prismakorjauksesta ei välttämättä esiinny silmälasireseptissä laisinkaan, mikäli tarvetta sille ei ole. (Heiting 2018.)

Lyhenteellä *IOP (intra ocular pressure)* ilmaistaan silmän sisäistä painetta. Silmän sisällä jatkuvasti kiertävä neste ylläpitää silmän muotoa ja rakennetta. Silmän painetta mitataan silmänpainemittarin avulla. (Millodot 2018: 275.)

3.3.5 Piilolinssit

Piilolinssi on pieni kuorimainen linssi, joka lepää sarveiskalvon päällä. Piilolinssit ovat vaihtoehtoinen korjaus sankalaseille ja ne ovatkin saavuttaneet suosiota materiaalien kehittymisen ja huoltomenetelmien yksinkertaistumisen myötä. Niitä käytetään taittovirheiden korjaamiseksi, mutta myös esteettisistä syistä sekä silmien suojaamiseksi. (Hietanen – Hiltunen – Hirn 2005: 14-15.) Piilolinsseillä voidaan korjata liki- ja kaukotaitteisuutta sekä hajataitteisuutta. Lisäksi piilolinsseillä on mahdollista korjata ikänäköä. Karsastuksia korjaavia prismoja ei kuitenkaan ole mahdollista saada piilolinsseihin. (Saari 2011: 317-320.)

Piilolinssit voidaan karkeasti jakaa koviin ja pehmeisiin linsseihin. Kovia linssejä käytetään huomattavasti vähemmän kuin pehmeitä piilolinssejä. Kovat piilolinssit ovat kestävät ja samaa linssiparia voidaan käyttää jopa muutaman vuoden ajan. Niillä voidaan usein korjata myös sellaisia taittovirheitä, joita ei pehmeillä piilolinsseillä voida korjata. Kovilla piilolinsseillä on monia etuja, mutta ne vaativat kuitenkin paljon enemmän totuttelua kuin pehmeät linssit. (Saari 2011: 317-320.)

Pehmeät piilolasit ovat käytetyin piilolasikorjaustyyppi. Pehmeät piilolinssit voidaan jaotella käyttöajan ja vaihtovälin mukaan kertakäyttöisiin linsseihin, kuukausilinsseihin ja jatkuvakäyttöisiin linsseihin. Näillä pystytään korjaamaan yleisimmät taittovirheet. Yleisimmin näillä korjataan myopiaa eli likitaittoisuutta, mutta myös hyperopiaa eli kaukotaitteisuutta, astigmatiaa eli hajataittoisuutta ja presbyopiaa eli ikänäköisyyttä. (Saari 2011: 318.)

Kertakäyttöisiä piilolinssejä käytetään vain kerran. Linssit ovat vaivattomat, sillä niitä ei puhdisteta tai säilytetä. Käytön jälkeen ne heitetään pois. Kertakäyttöisiä linssejä voidaan käyttää enintään vuorokauden ajan. (Saari 2011: 317-320.)

Lyhyen vaihtovälin linssejä eli kuukausilinssejä käytetään tavallisesti päiväsaikaan ja ne otetaan yöksi pois. Linssien käyttöaika on nimensä mukaisesti noin kuukausi ja linssit vaihdetaan uusiin noin 2-4 viikon välein. Jokaisen käyttökerran jälkeen piilolinssit puhdistetaan ja desinfioidaan piilolinssinesteellä, jotta linsseihin ei kertyisi bakteereja ja epäpuhtauksia. (Saari 2011: 317-320.)

Kertakäyttö- ja kuukausilinssien lisäksi on myös pidempikäyttöisiä piilolinssejä. On olemassa muun muassa yön yli käytettäviä linssejä ja jatkuvakäyttöisiä piilolinssejä. Jatkuvakäyttöinen tarkoittaa, että voidaan pitää samoja linssejä jopa muutamia viikkoja niin, että linssejä ei tarvitse ottaa välillä pois. (Saari 2011: 317-320.)

Piilolinssireseptissä sf tarkoittaa linssin sfääristä voimakkuutta. Sfäärisen voimakkuusarvon etumerkin avulla osoitetaan, mikä taittovirhe on kyseessä. Kuten silmälasireseptissäkin, miinusmerkki ilmaisee likitaittoisuutta ja vastaavasti plusmerkki kaukotaittoisuutta. Lyhenne PWR (power) piilolasipaketilla ilmaisee linssin sfääristä voimakkuutta eli taittovoimaa dioptrioina (D). Merkintä cyl kertoo hajataitteisuuden määrän ja ax hajataitteisuuden korjaussuunnan asteina. Lisäksi piilolinsseihin liittyviä merkintöjä ovat muun muassa BC jolla tarkoitetaan linssin takapinnan kaarevuutta. Linssin kaarevuus ilmoitetaan millimetreinä. Silmien terveydentilan, parhaan istuvuuden ja mukavuuden kannalta piilolinssien kaarevuusarvo on oltava mahdollisimman lähellä sarveiskalvon etupinnan kaarevuusarvoa. Linssin halkaisija (DIA) ilmoitetaan millimetreinä. Linssin halkaisijan oikeanlainen valinta on tärkeä linssin istuvuuden kannalta. Linssin halkaisijan on oltava suurempi, kuin iiriksen horisontaalinen halkaisija. Tavallisin piilolinssin halkaisija on 13.5-14.5 millimetriä. ADD ilmaisee moniteholinssien lähivoimakkuuden määrää dioptrioina. (Rodrigues – Heiting 2017.)

Ikänäköisille on olemassa monitehopiilolinssejä. Monitehopiilolinssien avulla voidaan saavuttaa hyvä kauko- ja lähinäkö yhtä aikaa. (All about vision 2017.) Piilolinsseillä voidaan korjata myös ikänäköisyyttä muille keinoin esimerkiksi kaukopuolen korjaus tavanomaisilla piilolinsseillä sekä lukulasit tarvittaessa lukuavuksi. Piilolinsseillä on myös mahdollista tehdä niin sanottu kompromissikorjaus, jossa dominoiva silmä on korjattu kauas ja ei-dominoiva silmä lähelle. Tällöin puhutaan monovision korjauksesta. (Bailey n.d.)

4 Aiemmat tutkimukset

Näöntutkimus on ollut aikaisemminkin tutkimuskohteena monissa opinnäytetöissä erityisesti optometrian tutkinto-ohjelman opiskelijoiden, mutta myös muiden alojen opiskelijoiden toimesta. Aikaisemmin asiaa on lähestytty käytännönläheisestä näkökulmasta ja haluttu selvittää muun muassa miten täysi-ikäiset asiakkaat kokevat näöntutkimustilanteen kokonaisena palvelutilanteena ja onko esimerkiksi optikkoliikkeiden lyhentyneet tutkimusajat vaikuttaneet asioimisen miellyttävyyteen. Tämä opinnäytetyö on optometrian opiskelijoiden tekemä ja esitettiin Oulun ammattikorkeakoulussa vuonna 2012. (Heiskanen – Koskela 2012.)

Näöntutkimusta on myös tutkittu itse ammatinharjoittajien eli optikoiden näkökulmasta. Tämä opinnäytetyö toteutettiin kyselytutkimuksen muodossa Oulun ammattikorkeakoulussa vuonna 2010 ja siinä kartoitettiin näöntutkimuskäytäntöjä suoraan optikon näkökulmasta. (Mattila – Riuttala 2010.)

Lisäksi asiakastyytyväisyydestä optisella alalla on tehty tutkimuksia hieman eri näkökulmia painottaen. On tehty muun muassa opinnäytetöitä yleisesti asiakastyytyväisyydestä tietyissä liikkeissä. Tästä esimerkkinä on muun muassa Sepän ja Ylikelloniemen opinnäytetyö asiakastyytyväisyydestä Helsingin Kampin ja Ruoholahden Fenno Optiikka liikkeissä. Tämä tutkimus toteutettiin Metropolian ammattikorkeakoulun optometrian tutkinto-ohjelman opiskelijoiden tekemänä. (Seppä – Ylikelloniemi 2009.)

Lisäksi samankaltaisesta aiheesta on tehty opinnäytetyö Savonia-ammattikorkeakoulun liiketalouden koulutusohjelman opiskelijan toimesta, aiheenaan asiakastyytyväisyyskysely Varkauden Silmäasemalle (Jaatinen 2011). Lisäksi tutkimuksia on tehty tarkemmin aihetta rajaten, josta esimerkki on Nyholmin tekemä opinnäytetyö asiakkaiden tyytyväisyydestä optikon suorittamaan näöntutkimukseen. Kyseinen tutkimus tehtiin Turun ammattikorkeakoulussa liiketalouden koulutusohjelmassa. (Nyholm 2013.)

5 Kyselytutkimuksen toteuttaminen

Käytännössä tutkimuksen toteuttaminen muodostuu tutkimusaineiston hankkimisesta, aineiston luokittelusta tai ryhmittelystä. Lisäksi tutkimuksen toteuttamiseen kuuluu olennaisesti aineiston analyysi ja tulkintojen tekeminen teorian, teoreettisen viitekehyksen tai aihepiiriin liittyvien keskeisten ammatillisten käsitteiden avulla sekä tutkimustulosten esittäminen. (Vilkka 2009: 61.)

Tutkimuksessa selvitettiin asiakkaiden kokemusta näöntutkimuksesta tiedonsaannin näkökulmasta. Kyselyn avulla selvitettiin, miten asiakkaat kokevat yleisesti näöntutkimustilanteen ja kuinka se vaikuttaa saadun tiedon määrään ja laatuun. Lisäksi selvitettiin asiakkaiden tyytyväisyyttä saamaansa tietoon sekä näöntutkimukseen yleisesti. Tutkimuksessa kartoitettiin myös asioita, joita asiakkaille kerrottiin näöntutkimuksen yhteydessä, miten asioista kerrottiin ja mistä asiakkaat haluavat tietää enemmän.

Kyselytutkimus toteutettiin kokonaisuudessaan yhteistyökumppanin kanssa keväällä 2019. Tutkimus rakennettiin yhdessä yhteistyökumppanin kanssa niin, että se vastaisi mahdollisimman paljon tutkimusongelmakysymyksiin ja tarjoaisi myös avoimilla kohdilla lisätietoa asiakkaiden kokemuksista.

5.1 Tutkimusongelma

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, kokevatko asiakkaat saavansa riittävästi tietoa näkemiseen liittyen näöntutkimuksen aikana. Tavoite on tuottaa tietoa optiselle alalle yleisesti asiakkaiden tyytyväisyydestä saamaansa näönhuollonpalveluun. Tutkimuksen taustalla on tutkimusongelma, johon halutaan saada vastaus (Vilkka 2009: 45). Yleensä tutkimusongelma on muotoiltu kysymysmuotoon (Heikkilä 2014: 12). Tutkimusta johdattelevat sen lisäksi tutkimuskysymykset eli alakysymykset, joihin halutaan tutkimusongelmassa vastata. Tutkimusongelman ja tutkimuskysymysten rajaus estää tutkimusaiheen kasvamisen liian laajaksi aikaresursseihin nähden. (Vilkka 2009: 45.)

Tutkimusongelma, joka ohjasi tutkimuksen tekoa oli: ”Ovatko asiakkaat tyytyväisiä näöntutkimuksessa saamaansa tietoon näkemisestään?” Lisäksi määritettiin tutkimuskysymykset, joiden avulla pyrittiin saamaan vastauksia tutkimusongelman selvittämiseksi. Tutkimuskysymykset on listattu alla.

1. Mitä tietoa asiakkaat saavat näöntutkimuksessa?

2. Mitä tietoa asiakkaat kaipaisivat lisää?

3. Mitkä asiat näöntutkimustilanteessa vaikuttavat siihen, miten ja kuinka paljon näkemiseen liittyvistä asioista asiakkaalle kerrotaan?

5.2 Tutkimusmenetelmä

Tärkeitä tekijöitä onnistuneen tutkimuksen kannalta ovat oikean tutkimusmenetelmän sekä sopivan kohderyhmän valitseminen. Tutkimusmenetelmän valintaan vaikuttavat kuitenkin ennen kaikkea tutkimusongelma ja tutkimuksen tavoite. Oikeita menetelmiä saattaa olla useampi, mutta näkökulma ja käytettävissä olevat resurssit voivat ohjata valintaa. (Heikkilä 2014: 12.)

Tämän tutkimuksen toteuttamisessa hyödynnettiin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää suuren otannan vuoksi. Määrällinen tutkimus pyrkii kuvaamaan erilaisia ilmiöitä numeerisen tutkimusaineiston perusteella. Tällä tutkimusmenetelmällä voidaan myös selvittää riippuvuuksia asioiden välillä tai ilmiössä tapahtuneita muutoksia. Kvantitatiivisen tutkimuksen perusta on suuri ja edustava otos ja aineiston keräämisessä käytetään usein standardoituja tutkimuslomakkeita. (Heikkilä 2014: 15.)

Kyselytutkimus on yksi määrällisen tutkimuksen aineistonkeruutavoista. Sen avulla voidaan kerätä, mutta myös tarkastella tietoa muun muassa erilaisista yhteiskunnallisista ilmiöistä sekä ihmisten toiminnasta, mielipiteistä, asenteista ja arvoista. Tällaisissa tutkimuksissa kysymykset esitetään vastaajille lomakkeen välityksellä. Kysymykset ovat lomakkeessa sanallisesti, mutta vastaus ilmaistaan yleensä numeerisesti. (Vehkalahti 2014: 11-13.) Sanallisesti voidaan antaa täydentäviä vastauksia kysymyksiin, joiden ilmaiseminen numeroina olisi epäkäytännöllistä (Vehkalahti 2008: 13).

5.3 Aineiston keruu

Kyselytutkimuksen aineiston voi kerätä verkkolomakkeella tai kirjekyselynä (Vehkalahti 2008: 42). Kyselylomake on tavallisin aineiston keräämisen tapa määrällisessä tutkimuksessa. Kyselylomakkeen haittana on vastausprosentin alhaisuuden korkea riski. Verkkokyselyn onnistumiseksi perusjoukon on oltava riittävän suuri. Standardoitu eli vakioitu

verkkokysely toteutetaan niin, että kaikilta kyselyyn osallistuvilta kysytään sama asiasisältö samalla tavalla. (Vilkka 2009: 73–75.)

Kyselytutkimuksen sähköinen kyselylomake oli vakioitu. Kaikki osallistujat vastasivat samoihin kysymyksiin. Kysely toteutettiin anonyymisti. (Vilkka 2009: 73–75.) Kyselylomake (Liite 1) oli vastaajille auki kaksi viikkoa ja aineisto kerättiin helmikuussa 2019.

Kyselylomakkeen taustamuuttujien kartoittamiseksi käytettiin monivalintakysymyksiä, mutta myös avoimia ja sekamuotoisia kysymyksiä (Vilkka 2009: 84–87). Yleisin kyselylomakkeessa käytetty mittaustapa oli Osgoodin asteikko. Osgoodin asteikko on vertailuun perustuva mittaamisen tapa, jossa hyödynnetään sanapareja. Sanaparien välillä käytettiin 10-portaista asteikkoa, jossa vain ääripäät kuvattiin sanallisesti. Asiakas sai valita asteikolta kohdan, joka vastasi parhaiten kyseistä väitettä. Sanapareiksi pyrittiin valitsemaan toistensa vastakohtia tarkoittavia sanoja. (Vehkalahti 2014: 38-39.) Sanaparien avulla asiakasta pyydettiin arvioimaan näöntutkimuksen ilmapiiriä, siihen käytettyä aikaa, optikon ammattimaisuutta ja monia muita tekijöitä, joilla saattaisi olla vaikutusta tiedonantoon.

Lisäksi kyselyssä käytettiin Osgoodin asteikkoa 8-portaisena, jonka avulla asiakas ilmaisi, kuinka yhtä mieltä oli kyseisen väitteen kanssa. Yksi vastausvaihtoehdoista oli *ei kerrottu*. (Vehkalahti 2014: 35.) Väittämien avulla asiakasta pyydettiin arvioimaan, kuinka kattavasti tiettyjä aiheita näöntutkimuksen yhteydessä asiakkaan kanssa oli käsitelty. Väittämien valinnassa hyödynnettiin Optometrian Eettisen neuvoston laatimaa Hyvä näöntutkimuskäytäntö -ohjeistusta.

Kyselylomakkeessa oli muutamia avoimia kysymyksiä, joihin vastaamalla asiakkaat saivat antaa palautetta millaista tietoa näkemisestä, näönkorjauksesta tai silmien terveydestä he olisivat kaivanneet lisää. Kyselylomakkeen lopussa oli avoin kenttä, johon sai antaa yleistä palautetta itse näöntutkimuksesta tai kyselylomakkeesta.

5.4 Tutkimusjoukko

Tutkimuksen kohderyhmänä olivat ison optikkoliikeketjun täysi-ikäiset asiakkaat. Yksinkertaisella satunnaisotantamenetelmällä valittiin 10 osallistuvaa myymälää eri puolilta Suomea. Valittujen myymälöiden näöntutkimusasiakkaille lähetettiin käynnin jälkeen

verkkokysely, johon vastaaminen oli vapaaehtoista. Vastanneita asiakkaita yhdisti kaikkia se, että he olivat käyneet hiljattain optikon suorittamassa näöntutkimuksessa ja siten kokemukset palvelutilanteesta olivat tuoreessa muistissa.

5.5 Aineiston analyysi ja tulosten esittäminen

Sanallisten vastausten analysointi on kannattavampi laadullisilla menetelmillä. Tutkimuksen avoimia vastauksia pyrittiin analysoimaan yksityiskohtaisemmin ja vastaavasti määrällisillä menetelmillä pyrittiin esittämään numeerisia tuloksia tiivistäen. (Vehkalahti 2008: 13.) Tutkimusaineiston käsittelyyn on erilaisia tilasto-ohjelmia. Tulosten analysoinnissa käytettiin hyväksi sekä SPSS-ohjelmaa että Excel-taulukkolaskentaohjelmaa. (Vilkka 2009: 94.) Tutkimuksen toteutusvaiheen lopuksi esitetään tutkimustulokset, johtopäätökset sekä kehittämis- tai toimintaehdotukset (Vilkka 2009: 61).

Tutkimuksen luotettavuutta voidaan arvioida hyödyntäen validiteetti ja reliabiliteetti käsitteitä. Validiteetilla kuvataan sitä, miten tutkimuksessa on onnistuttu mittaamaan sitä, mitä oli tarkoitus selvittää. Kyselytutkimuksessa validiteettiin vaikuttaa esimerkiksi kysymysten asettaminen eli voidaanko kysymysten perusteella saada ratkaisu tutkimusongelmaan. Validiteettia voidaan edesauttaa huolellisella suunnittelulla ja tiedonkeruulla. Validiutta on haastava arvioida jälkikäteen. (Heikkilä 2014: 27,177.)

Reliabiliteetti kuvaa puolestaan tulosten tarkkuutta. Mittauksella pyritään aina saamaan tuloksia, jotka eivät ole sattumanvaraisia. Luotettava tutkimus voidaan toistaa saaden silti samankaltaiset tulokset. Satunnaisvirheet kuten esimerkiksi otanta tai mittaus- ja käsittelyvirheet aiheuttavat yleensä puutteellista reliabiliteettia. (Heikkilä 2014: 28,178.)

6 Tutkimuksen tulokset

Kyselytutkimuksen aihepiirit jaettiin myöhemmin kahteen pääteemaan ”*palvelukokemus”* ja *”tiedonsaanti”*. Palvelukokemukseen liittyvät kysymykset jaoteltiin vielä omiin teemoihinsa seuraavasti: *kokemus optikosta, kokemus näöntutkimuksesta ja yleinen kokemus palvelusta.* Analyysissä keskityttiin erityisesti asiakkaiden tiedonsaantiin ja tarkastelemaan palvelukokemuksen vaikutusta tiedonsaantiin. Teemoja verrattiin lisäksi taustamuuttujiin kuten ikään ja sukupuoleen.

6.1 Taustatiedot

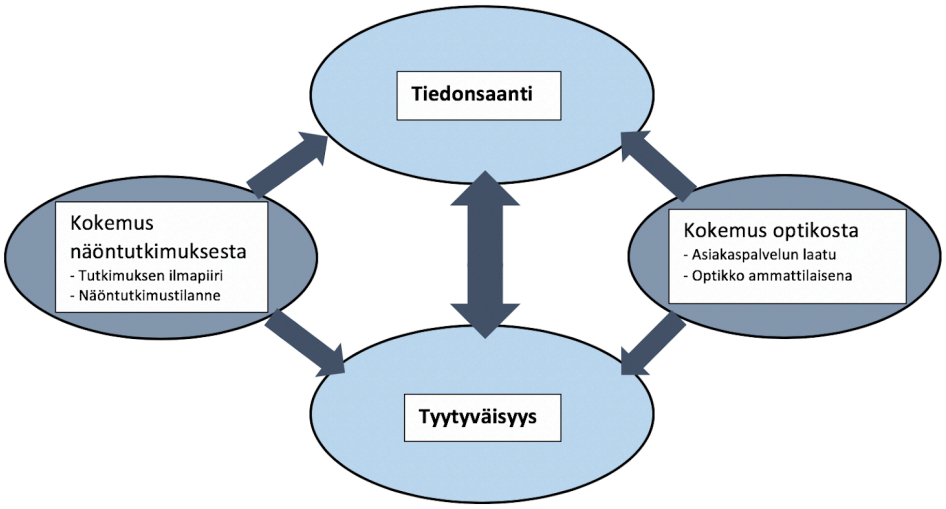
Tutkimukseen osallistui 67 henkilöä. Osallistuneista 48 oli naisia (73%) ja 18 miehiä (27%), yhden henkilön sukupuoli ei ole tiedossa. Ikäjakauman nuorin vastaaja oli 22-vuotias, vanhin 66-vuotias ja vastaajien keski-ikä oli 51 vuotta. Kaksi vastaajaa ei ilmoittanut ikäänsä. Kun tuloksia analysoitiin vastaajien iän perusteella, jätettiin huomioimatta vastaukset, joissa ikää ei oltu ilmoitettu.

Taustatietoina selvitettiin lisäksi se, missä myymälässä vastaajat olivat asioineet. Vastaajat valitsivat avoimesta hakupalkista myymälän, joita oli mukana kyselytutkimuksessa yhteensä kymmenen. Vastauksia tuli yhteensä yhdeksästä myymälästä. Myöhemmässä vaiheessa analyysiä myymälät on nimetty numeerisesti *myymälä 1, myymälä 2* ja niin edelleen sekä lisäksi ne on alajaoteltu maakunnittain.

Näöntutkimukseen hakeutumisen syitä selvitettiin kysymyksellä, johon oli annettu valmiit vastausvaihtoehdot, joista asiakas sai valita kaksi itselleen tärkeintä syytä. Ensisijainen syy näöntutkimukseen hakeutumiselle oli se, että näkemisessä koettiin tapahtuneen muutoksia (54%). Seuraavaksi tärkeimpiä syitä olivat maksuton näöntutkimus (36%), uusien silmälasien tarve (31%) ja säännöllinen näöntarkastus (21%). Muina syinä (12%) asiakkaat olivat maininneet työterveyshuollon lähetteen ja erityistyölasien tarpeen. Vain yksi vastaajista (1,5%) ilmoitti näöntutkimukseen hakeutumisen syyksi piilolasien uusimisen tarpeen. Tutkimuksessa kysyttiin vastaajilta näöntutkimuksen tulosyytä, koska tulosyyn kartoittaminen on osa näöntutkimusta ja se kertoo optikolle aihealueet, joista asiakas saattaisi kaivata lisää tietoa tutkimuksen aikana.

6.2 Palvelukokemus

Kyselyssä selvitettiin kokemusta näöntutkimustilanteesta ja siihen vaikuttaneista tekijöistä sanaparien avulla. Vastaajille esitettiin väite ja annettiin vastausvaihtoehdot 10-portaisella asteikolla, jonka ääripäissä olivat vastakkaiset adjektiivit. Negatiivista ääripäätä kuvattiin arvoilla 1-5 ja positiivista ääripäätä arvoilla 6-10. Asiakas valitsi numeerisen arvon, joka vastasi parhaiten hänen omakohtaista kokemustaan. Aihepiiriin liittyvät kysymykset jaoteltiin edelleen ryhmiin teemoittain.



Kuvio 1. Asiakaskokemukseen vaikuttavat tekijät

6.2.1 Kokemus optikosta

Optikko ammattilaisena oli yksi palvelukokemuksen arvioinnin alateemoja. Kyselyssä kartoitettiin tässä osiossa optikon luotettavuutta, ammattitaitoa, empaattisuutta, käytettyä kieltä ja kiinnostusta asiakkaan näkemiseen liittyviin tarpeisiin.

Optikko koettiin pääsääntöisesti luotettavaksi ja ammattitaitoiseksi. 80% (n=53) asiakkaista oli arvioinut optikon luotettavuutta arvolla 10 tai 9. Vain 4,5% (n=3) oli kokenut optikon epäluotettavana. Ammattitaitoisuutta arvioitiin eniten maksimipisteillä, sillä 76% (n=51) asiakkaista oli arvioinut optikon ammattitaitoisuutta arvolla 9 tai 10. Optikon empaattisuutta arvioitaessa noin 87% (n=58) vastauksista jakautui arvoille 8-10. 1,5% (n=1)

vastaajista oli kokenut, että optikko ei ollut lainkaan empaattinen. Optikon käyttämä kieli koettiin pääsääntöisesti selkeäksi, sillä 58% (n=39) vastaajista arvioi optikon käyttämän kielen maksimipisteillä. 3% (n=2) koki optikon käyttämä kielen vaikeasti ymmärrettävänä. Asiakkaan iän kasvaessa optikon kielenkäyttö oli asiakkaille selkeämpää. (r=0.306; p=0.015; n=63). Iäkkäämmät asiakkaat kokivat optikon käyttämän kielen selkeämpänä, kuin nuoremmat asiakkaat.

Kävi ilmi, että asiakkaan iällä oli tilastollisesti todella voimakas riippuvuus kokemukseen. Asiakkaan iän kasvaessa optikkoon oltiin huomattavasti tyytyväisempiä. Vanhemmille henkilöille jäi optikosta positiivisempi kokemus. (r=0.349; p=0,005; n=64). Sukupuolen ja edellä mainittujen tekijöiden välillä ei ilmennyt tilastollisesti merkittävää vaikutusta tuloksiin (r= –0.049; p= 0,699; n=65).

Tutkimuksessa kartoitettiin optikon käyttämän kielen ymmärrettävyyttä. Kysymyksen tarkoituksena oli selvittää, onko vaikeasti ymmärrettävällä puheella ja mahdollisella ammattikielen käytöllä merkitystä asiakkaiden tiedonsaantiin. Yhtenä olettamuksena oli, että optikon käyttämän kielen ollessa vaikeasti ymmärrettävää, asiakkaat valitsevat herkemmin vastausvaihtoehdon "ei kerrottu". Oletus ei pitänyt paikkaansa – vain 3% (n=2) vastanneista koki näöntutkimuksessa optikon käyttämän kielen vaikeasti ymmärrettävänä. Lisäksi asiakkaan iän kasvaessa optikon käyttämä kieli oli ymmärrettävämpää (r=0.306; p= 0.015; n=63). Nuoremmat asiakkaat kokivat optikon käyttämän kielen vaikeampana.

Lisäksi kokemusta optikosta verrattiin myymälöittäin. Taulukosta selviää, kuinka paljon tyytyväisyys optikkoon eroaa eri myymälöiden välillä. Tyytyväisyyttä mittaavat tekijät olivat optikon luotettavuus, ammattitaito, empaattisuus, kiinnostus asiakkaan näkemiseen liittyviin tarpeisiin sekä kielen selkeys. Alla olevassa taulukossa sarake “Optikko ammattilaisena” kuvaa asiakkaiden antamaa arviointia optikosta asteikolla 1-10. Taulukko kuvaa kyselyyn osallistuvien myymälöiden sijoittumista paremmuusjärjestyksessä.

Analyysissä oli mukana kahdeksan myymälää. Kahden Pirkanmaan myymälän tulokset jäivät analyysistä pois, sillä vastaajien määrä oli vähäinen tai kokonaan puutteellinen. Kaikkien myymälöiden tulosten keskiarvo on merkitty tummennetulla tekstillä. Keskiarvoa paremmin arvioidut myymälät sijoittuvat taulukossa paremmuusjärjestyksessä keskiarvon yläpuolelle. Vastaavasti keskiarvon alapuolelle sijoittuvat myymälät ovat taulukon alaosassa. Viisi myymälää kahdeksasta sijoittuivat kaikkien myymälöiden keskiarvon yläpuolelle. Tyytyväisyys optikkoon oli korkein Uusimaalla sijaitsevassa myymälässä

(myymälä 1). Asiakkaat arvioivat myymälässä 1 työskenteleviä optikoita ammattilaisina erittäin korkeilla pisteillä (9.87). Vastaavasti tyytyväisyys optikkoon oli matalin (8.26) Pohjois-Savossa (myymälä 8). Vastausten keskihajonta on korkein keskiarvon alapuolelle sijoittuvissa myymälöissä.

Myymälän sijainti	Optikko ammattilaisena (keskiarvo)	Keskihajonta	N (vastaajien lukumäärä)
Uusimaa (myymälä 1)	9,87	0,35	8
Pohjanmaa (myymälä 2)	9,28	0,68	7
Satakunta (myymälä 3)	9,06	0,81	6
Kanta-Häme (myymälä 4)	9,02	1,46	10
Lappi (myymälä 5)	8,96	1,15	5
Kaikkien myymälöiden keskiarvo	**8,90**	1,51	66
Uusimaa (myymälä 6)	8,52	1,90	17
Kanta-Häme (myymälä 7)	8,28	2,03	9
Pohjois-Savo (myymälä 8)	8,26	2,05	3
Ei tilastollista merkitystä:			
Pirkanmaa (myymälä 9)	*10,0*	-	*1*
Pirkanmaa (myymälä 10)	-	-	*0*

Taulukko 1. Tyytyväisyys optikkoon myymälöittäin.

Mielipidettä näöntutkimuksen asiakaspalvelusta kysyttiin kahdella väittämällä, joiden avulla selvitettiin palvelun yksilöllisyyttä ja ystävällisyyttä. Palvelun yksilöllisyyttä mitattiin asteikolla 1-10. 47% (n=31) vastanneista arvioivat näöntutkimuksen asiakaspalvelun

erittäin yksilölliseksi, antaen siitä maksimipisteet. Lisäksi 42% (n=28) asiakkaista antoivat palvelun yksilöllisyydestä vähintään 7 pistettä. Yli puolet vastanneista eli 57% (n=38) arvioivat palvelun ystävällisyyttä kymmenellä pisteellä.

Asiakkaat, jotka kokivat näöntutkimuksen asiakaspalvelun yksilöllisenä, kokivat sen myös ystävällisenä (r=0.897; p=0.0; n=66). Asiakaspalvelun yksilöllisyydellä on kuitenkin ystävällisyyteen verrattuna kehittämiskohteita, sillä palvelun ystävällisyys sai huomattavasti korkeampia pisteitä.

6.2.2 Kokemus näöntutkimuksesta

Tässä osiossa selvitettiin asiakkaiden kokemusta näöntutkimuksesta kartoittamalla näöntutkimustilanteen rauhallisuutta, kiireettömyyttä, miellyttävyyttä ja kestoa. Lisäksi selvitettiin asiakaspalvelun laatua näöntutkimuksessa. Kyselyssä näöntutkimuksen asiakaspalvelun laatua mittaavat tekijät olivat palvelun yksilöllisyys ja ystävällisyys.

Noin puolet vastanneista (n=33) kokivat näöntutkimustilanteen rauhalliseksi antaen siitä maksimipisteet. Vain 6% vastaajista (n=4) antoi tilanteelle arvon 5 tai huonompi. Samankaltaisia vastauksia saatiin, kun kysyttiin näöntutkimustilanteen kiireettömyyttä, hieman yli puolet vastaajista (n=35) antoi tilanteelle arvoksi 10.

Näöntutkimustilanteen rauhallisuutta, kiireettömyyttä ja miellyttävyyttä tarkasteltiin kyselyssä kolmella väittämällä. Näöntutkimustilanteen rauhallisuudella (r=-0.135; p=0.285; N=65), kiireettömyydellä (r=-0.094; p=0.453; n=66) ja miellyttävyydellä (r=-0.090; p=0.473; N=65) ei ole kokemuksena eroa sukupuolten välillä. Näöntutkimustilanteen rauhallisuudella, kiireettömyydellä ja miellyttävyydellä on tilastollisesti merkittäviä riippuvuuksia ja kaikki kolme tekijää liittyvät vahvasti toisiinsa. Kaikki vastaajat, jotka kokivat näöntutkimustilanteen rauhallisena, kokivat sen myös kiireettömänä (r=0.796; p=0.0; n=66) ja miellyttävänä (r=0.841; p=0.0; n=65).

Näöntutkimuksen ilmapiiri koettiin miellyttävänä. 76% (n=50) vastanneista koki näöntutkimuksen ilmapiirin erittäin miellyttävänä. Tutkimuksen ilmapiiri oli epämiellyttävä vain 4,5% (n=3) mielestä. Lisäksi selvitettiin kokemusta näöntutkimuksen kestosta. 71% (n=47) koki näöntutkimukseen käytetyn ajan sopivana ja 18% (n=12) koki näöntutkimuksen liian lyhyenä. Puolestaan 11% (n=7) koki näöntutkimukseen käytetyn ajan liiallisena.

6.2.3 Tyytyväisyys ja ennakko-odotukset

Väittämiä “Optikolta saatu näkemiseeni liittyvä tieto vastasi ennakko-odotuksiani” ja “Olin näöntutkimukseen tyytyväinen” tarkasteltiin yhtenä kokonaisuutena. Valtaosa asiakkaista olivat tyytyväisiä näöntutkimukseen ja samalla he kokivat myös saavansa ennakko-odotuksia vastaavaa tietoa omasta näkemisestä. Noin 39% (n=26) vastaajista arvioivat sekä tyytyväisyyttä näöntutkimukseen että näkemiseen liittyvän tiedon vastaavuutta heidän ennakko-odotuksiin maksimipisteillä. Alle puolet vastaajista olivat tutkimukseen erittäin tyytyväisiä, ja näöntutkimuksessa saatu tieto vastasi täysin heidän ennakko-odotuksiaan. Lisäksi 40% (n=27) vastaajista olivat tyytyväisiä molempiin tekijöihin ja he arvioivat kumpaakin väittämää vähintään seitsemällä pisteellä (asteikolla 1-10). Kokonaisuudessa noin 79% (n=53) vastaajista olivat tyytyväisiä sekä saamaansa tietoon että itse näöntutkimukseen.

Vastanneista 5.5% (n=4) eivät olleet tyytyväisiä näöntutkimukseen. Kolmea neljäsosaa (n=3) näöntutkimukseen tyytymättömistä asiakkaista kokivat samalla myös, että optikolta saatu tieto ei vastannut heidän ennakko-odotuksiin.

Asiakkaita pyydettiin tarkentamaan tyytyväisyyteen liittyvän kysymyksen jälkeen avoimella kysymyksellä, miksi he olivat olleet tyytyväisiä tai tyytymättömiä näöntutkimuspalveluun. Avoimeen kysymykseen tuli vastauksia 26, joten kaiken kaikkiaan vastanneista alle puolet perustelivat tyytyväisyyttään näöntutkimukseen. Suurin osa vastauksista oli positiivista. Monissa positiivisissa palautteissa oli yhteistä se, että asiakkaat olivat olleet tyytyväisiä optikkoon. Optikko oli koettu muun muassa miellyttäväksi, päteväksi, ystävälliseksi ja hyväksi asiakaspalvelijaksi. Useissa tyytyväisten asiakkaiden vastauksissa kävi ilmi, että tutkimus oltiin koettu huolelliseksi ja tarkaksi. Lisäksi vastauksissa toistui se, että muutokset näössä oli havaittu tai syy näkemisen ongelmiin oli löytynyt tehdyn näöntutkimuksen perusteella. Eräässä kommentissa asiakas nosti esiin modernin laitteiston.

Tyytymättömien asiakkaiden vastauksissa nousi useimmiten esiin ongelmat voimakkuuksissa ja lasien toimivuudessa. Eräs asiakas vastasi, ettei tutkimuksessa oltu löydetty syytä näkemisen ongelmiin. Muita vastauksista esiin nousseita asioita, jotka aiheuttivat tyytymättömyyttä, olivat muun muassa huono palvelu ja epäammattimaisuus. Lisäksi erään asiakkaan mielestä tutkimus ei ollut riittävän laaja. Yhdessä kommentissa kävi puolestaan ilmi, että tutkimus oli asiakkaan mielestä tehty liian nopeasti.

Vaikuttaa siltä, että vastauksia on tullut eniten heiltä, jotka ovat olleet joko tyytymättömiä tai erittäin tyytyväisiä näöntutkimukseen. Kysymykseen vastanneista 16 oli arvioinut tyytyväisyyttään näöntutkimukseen arvolla 10, joka tarkoitti asiakkaan olleen erittäin tyytyväinen asteikon ollessa 1-10. Vain kolme palautetta antaneista oli arvioinut tyytyväisyyttään arvoilla 2 tai 3.

6.3 Tiedonsaanti

Kyselytutkimuksen toisessa osiossa selvitettiin asiakkaiden kokemuksia tiedonsaannista. Asiakkaita pyydettiin arvioimaan asteikolla 1–7 millaisena he kokivat näöntutkimuksen yhteydessä saadun tiedon. Vastausvaihtoehdot 1–3 ilmaisivat tiedon vähäisyyttä ja vastausvaihtoehdot 5–7 puolestaan tiedon liiallisuutta. Janan keskeltä löytyvä vastausvaihtoehto 4 tarkoitti, että optikko kertoi asiasta sopivasti. Mikäli asiasta ei kerrottu ollenkaan, asiakkaan oli valittava vastausvaihtoehto X=ei kerrottu. Asiakkaiden tiedonsaantia kartoitettiin seuraavista näöntutkimukseen liittyvistä asioista, kuten näöntarkkuus, silmälasivoimakkuus, silmälasireseptin tulkitseminen, erilaiset linssivaihtoehdot, silmien terveydentila, silmänpohjakuvat, silmänpaine, piilolinssit, mahdolliset silmäleikkaukset ja seuraavan näöntutkimuksen ajankohta.

Ensimmäisessä väitteessä tiedusteltiin, kuinka paljon näöntarkkuudesta asiakkaille oli kerrottu. Noin 78% (n=52) vastanneista koki näöntarkastuksen yhteydessä saavansa sopivasti tietoa omasta näöntarkkuudesta. Noin 12% (n=8) asiakkaista koki saadun tiedon liian vähäisenä ja 7,5% (n=5) liiallisena. Tuloksista voidaan päätellä, että asiakkaat ovat melko tyytyväisiä saamansa tietoon, sillä vain 3%:lle (n=2) asiakkaista ei kerrottu näöntarkkuudesta ollenkaan. Asiakkaat, jotka ovat saaneet tietoa omasta näöntarkkuudesta, ovat kokeneet näöntarkastuksen pääsääntöisesti myös kiireettömänä (n=55).

Toisessa väitteessä selvitettiin, kuinka asiakkaat olivat kokeneet silmälasivoimakkuuksista kerrottavan. 68% (n=45) asiakkaista koki saavansa optikolta riittävästi tietoa omasta silmälasivoimakkuudesta. 17% (n=11) vastanneista oli sitä mieltä, että tietoa silmälasivoimakkuudesta annettiin näöntarkastuksen yhteydessä liian vähän.

Kolmas väite käsitteli silmälasireseptin tulkintaa. Siinä selvitettiin, kuinka paljon optikko oli asiakkaiden mielestä kertonut asiasta. Silmälasireseptin tulkintaan liittyvän tiedon kokivat liian vähäisenä 32% (n=21) asiakkaista ja lisäksi 14%:lle (n=9) ei kerrottu mitään silmälasireseptin tulkinnasta. Silmälasireseptin tulkintaan liittyvään tietoon tyytymättömiä

oli yhteensä 46% (n=30) asiakkaista. Asiakkailla voi olla vaikeuksia tulkita silmälasireseptin lukuisia lyhenteitä sekä voimakkuusarvoja. Tulosten perusteella voidaan päätellä, että lähes puolet asiakkaista eivät saa riittävästi tietoa ja apua silmälasireseptin tulkintaan. 40% näöntutkimukseen erittäin tyytyväisiä olleista asiakkaista olisivat kaivanneet apua silmälasireseptin tulkinnassa.

Neljännessä väitteessä haluttiin selvittää, oliko erilaisista linssivaihtoehdoista ollut puhetta näöntutkimuksen yhteydessä. Yli puolet vastanneista saivat optikolta tarpeeksi informaatiota erilaisista linssivaihtoehdoista. 15% (n=9) koki tiedon liian vähäisenä ja 8% mielestä aihetta käsiteltiin liian laajasti. 22% (n=14) vastanneista ilmoitti, että aihetta ei käsitelty näöntutkimuksessa olenkaan. 37% (n=23) asiakkaista kokivat tiedon liian vähäisenä tai kokonaan puutteellisena. Erilaisia linssivaihtoehtoja käsiteltiin kattavammin iäkkäämpien asiakkaiden kanssa. Yli 40 vuotiaista asiakkaista 16% ja alle 40 vuotiaista asiakkaista 46% kokivat tiedon riittämättömänä.

Viides väite koski silmien terveydentilaa. Siinä tiedusteltiin, kuinka paljon kyseisestä aiheesta oli ollut puhetta. Silmien terveydentilaa koskevaa tietoa jaetaan asiakkaille melko kattavasti. 12% (n=8) koki saamansa tiedon kuitenkin liian vähäisenä. 6%:lle (n=4) vastanneista ei kerrottu mitään silmien terveydestä. Asiakkaat, jotka kokivat saavansa riittävästi tietoa silmien terveydentilasta, kokivat myös silmänpohjakuvista kerrotun tiedon määrällisesti sopivana.

Kuudes väite käsitteli silmänpohjakuvia ja siinä selvitettiin, miten paljon asiasta oli asiakkaille kerrottu. Silmänpohjakuvista sai sopivan määrän tietoa 71% (n=46) vastanneista. 19% (n=12) asiakkaista ei saanut mitään tietoa silmänpohjakuvista. Tuloksista selviää, että noin viidesosalle näöntutkimuksessa käyneille ei kerrota silmänpohjakuvista kuvantamisen jälkeen. Kertomatta jättäminen kuvaa melko suurta tiedonpuutetta. Asiakkaat, jotka eivät saaneet mitään tietoa silmänpohjakuvista, olivat silti tyytyväisiä silmien terveydentilaa koskevaan tietoon.

Seitsemännessä väitteessä aiheena oli silmänpaine ja asiakkailta tiedusteltiin, kuinka paljon asiakkaat kokivat asiasta kerrottaneen. Valtaosalle asiakkaista kerrottiin silmän paineesta sopivasti. Yhteensä noin 24% (n=15) vastanneista koki tiedon joko liian vähäisenä (13%), tai kokonaan puutteellisena (11%). 6% (n=4) koki saavansa jopa liian kattavaa tietoa silmän paineesta.

Kahdeksannessa väitteessä selvitettiin, kuinka paljon optikko oli kertonut asiakkaalle piilolinsseistä. Kävi ilmi, että piilolinsseistä puhutaan näöntutkimuksessa äärimmäisen vähän. Yli puolet vastanneista (n=34) eivät saaneet optikolta mitään piilolaseihin liittyvää tietoa. Lisäksi 9% (n=5) näöntutkimuksen asiakkaista ilmoitti saavansa liian vähän tietoa. Yhteensä 63% (n=39) asiakkaista koki piilolaseja koskevan tiedon liian vähäisenä tai kokonaan puutteellisena. Vähäistä tai puutteellista tietoa saaneista asiakkaista 79% (n=31) koki näöntarkastuksen kuitenkin kiireettömänä. Tiedon vähäinen saanti ei pitäisi johtua ajan puutteesta. Alle 40 vuotiaista asiakkaista 85% ei saanut näöntutkimuksen aikana mitään piilolaseihin liittyvää tietoa. Iäkkäämmille ihmisille jaettiin kattavampaa tietoa piilolaseista. Yli 40 vuotiaista asiakkaista 46% ei saanut näöntutkimuksen aikana ollenkaan tietoa piilolinsseistä.

Yhdeksännessä väitteessä tiedusteltiin, oliko asiakkaalle kerrottu mahdollisista silmäleikkauksista. Vain 25% (n=16) vastaajista koki saavansa sopivasti tietoa silmäleikkauksista. 64% (n=41) asiakkaista ilmoitti, että näöntutkimuksessa ei ollut puhetta silmäleikkauksista. Lisäksi 8% (n=5) koki silmäleikkaukseen liittyvän tiedon saannin liian vähäisenä. Silmäleikkauksista kertomatta jättäminen oli yleisempi alle 40 vuotiaiden asiakkaiden palvelemisessa. Alle 40 vuotiaista asiakkaista 77% ja yli 40 vuotiaista asiakkaista 61% koki silmäleikkauksiin liittyvän tiedon kokonaan puutteellisena.

Kymmenes väite liittyi seuraavan näöntutkimuksen ajankohtaan ja selvitettiin, että oliko asiasta ollut puhetta näöntutkimuksen yhteydessä. 39%:lle (n=25) ei kerrottu seuraavan käynnin suositeltavaa ajankohtaa ollenkaan. Lähes puolet vastanneista (n=29) kokivat saavansa tietoa seuraavan näöntutkimuksen ajankohdasta sopivasti. 12% (n=8) olisivat halunneet lisäinformaatiota seuraavan näöntutkimuksen suositeltavasta ajankohdasta. 86% asiakkaista, jotka kokivat näöntutkimuksen kiireisenä eivät saaneet mitään tietoa seuraavan näöntutkimuksen suositeltavasta ajankohdasta.

Koska ihmiset kokevat eri asiat tärkeiksi, haluttiin asiakkaille antaa mahdollisuus vastata, mikäli jokin näöntutkimuksen kannalta olennainen asia jäi kyselyssä arvioimatta. Asiakkaat saivat vastata, oliko jokin muu asia, jota ei kyselyssä mainittu. Kysymyksen jälkeen asiakkaita pyydettiin arvioimaan samalla tavalla kuin aiemmissa kohdissa, kuinka he kokivat optikon kyseisestä asiasta kertoneen eli kerrottiinko siitä liian vähän, sopivasti vai liikaa.

Vastauksia avoimeen kysymykseen tuli neljä. Vastauksista kävi ilmi, että eräälle asiakkaalle näöntarkkuudesta ei oltu kerrottu mitään. Lisäksi yksi vastanneista oli jäänyt kaipaamaan lisää tietoa siitä, miksi linssit eivät onnistu, vaikka tehdään säätöjä. Eräs vastanneista koki, että juuri mistään ei oltu puhuttu näöntutkimuksessa. Yksi vastaaja kertoi, että oli saanut tietoa kaiken kaikkiaan sopivasti, vaikkei sinänsä vastannut esitettyyn kysymykseen.

Kyselyn lopussa oli yksi avoin kysymys, jossa pyydettiin asiakasta kertomaan millaista tietoa näkemisestä, näönkorjauksesta tai silmien terveydestä olisi kaivannut lisää. Vastauksia saatiin kymmenen. Puolet vastanneista kertoivat olleensa tyytyväisiä saamaansa tietoon. Lopuissa vastauksissa ilmeni muutamia erilaisia asioita, joista kaivattiin lisää tietoa. Vastauksissa mainittiin muun muassa silmänpaine, taittovirheet, voimakkuudet ja niiden muutokset, erilaiset linssivaihtoehdot ja ikänäköä korjaavat piilolinssit.

Aiempien vastausten perusteella oli odotettavissa, että piilolinsseistä puhutaan näöntutkimuksessa liian vähän ja siitä kaivataan lisää tietoa. Myös erilaisista linssivaihtoehdoista on ymmärrettävästi kaivattu lisää tietoa, sillä 22% vastanneista kertoi, että asiasta ei kerrottu. Silmänpaine puolestaan ei noussut aiempien vastausten takia merkittäväksi epäkohdaksi tiedonsaannissa, sillä 71% oli vastannut saaneensa asiasta sopivasti tietoa.

Lopussa asiakkailla oli vielä mahdollisuus vapaalle sanalle, johon saatiin vastauksia 14. Eniten palautteissa esiintyi kiitoksia optikoille, silmälääkäreille ja asiakaspalvelijoille onnistuneesta ja miellyttävästä tutkimuksesta tai palvelusta ylipäätään. Muuta yhtä laajaa teemaa vastauksissa ei toistunut. Muuten palautteissa kävi ilmi yksittäisten ihmisten kokemuksia palvelusta, tuotteista ja asioista, joihin kaivattiin parannusta. Muutamassa vastauksessa saatiin palautetta kyselylomakkeesta.

Muutamat asiakkaat antoivat palautetta epäonnistumisista. Eräs asiakas oli kokenut, että näöntutkimus ei ollut onnistunut ja toinen puolestaan koki tyytymättömyyttä linsseihin. Kyselyä koskien saatiin palautetta kahdelta vastaajalta. Toisen vastaajan mielestä kyselylomake oli ollut hyvä ja selkeä. Toinen vastaaja olisi kaivannut kyselyä ruotsinkielisenä.

6.4 Tulosten yhteenveto ja johtopäätökset

Opinnäytetyössä selvitettiin asiakkaiden tyytyväisyyttä näönhuollonpalveluun tiedonsaannin näkökulmasta. Tätä tutkimusongelmaa lähdettiin ratkaisemaan selvittämällä mitä tietoa asiakkaat saavat näöntutkimuksessa ja mitä he kaipaisivat lisää. Yksi oletus oli, että asiakkaat eivät saa riittävästi haluamaansa tietoa näöntutkimuksessa, joka osittain piti paikkaansa. Kaiken kaikkiaan asiakkaat olivat melko tyytyväisiä näöntutkimukseen ja siellä saamaansa tietoon. Tuloksista kävi kuitenkin ilmi muutamia epäkohtia asiakkaiden tiedonsaannissa. Alla olevassa taulukossa (Taulukko 2) on esitetty tiedonsaannin kehittämiskohteita, jotka nousivat esiin tutkimustulosten analyysissa. Taulukkoon on listattu aiheita, joista asiakkaat eivät saaneet ollenkaan tietoa tai kokivat saadun tiedon liian vähäisenä. Ongelmakohtina nousivat erityisesti esiin silmäleikkauksiin liittyvä tiedon jako ja piilolaseja koskeva tieto. Seuraavan näöntutkimuksen ajankohtaa ei kerrottu ja lisäksi silmälasireseptin tulkintaan liittyvä tieto oli vähäistä. Tuloksista kävi myös ilmi, että harvat asiakkaat kokivat mistään kerrottaneen liikaa.

Taulukko 2. Asiakkaiden tiedonsaannin epäkohtia

Tutkimuksessa selvitettiin lisäksi mitkä asiat näöntutkimustilanteessa vaikuttivat siihen, miten ja kuinka paljon näkemiseen liittyvistä asioista asiakkaalle kerrottiin. Näöntutkimukseen varatut ajat ovat rajalliset, joten ennakkoon oletettiin, että asiakkaat kokevat näöntutkimustilanteen kiireisenä. Olettamuksien vastaisesti asiakkaat kuitenkin kokivat tutkimustilanteen kiireettömäksi, rauhalliseksi ja miellyttäväksi. Näöntutkimukseen vaikuttaneista tekijöistä ei käynyt ilmi yhtä selittävää tekijää tai syytä sille, miksi tietyistä asioista kerrotaan asiakkaille vähemmän tai jätetään kertomatta kokonaan. Vaikka kiire

ei aina välittyisikään asiakkaalle, on se todennäköisesti kuitenkin yksi merkittävin tiedonjakoa rajoittava tekijä. Työssään optikot joutuvat varmasti priorisoimaan tekemisiään ja siten myös miettimään tilanne- ja asiakaskohtaisesti mistä asioista asiakkaalle kerrotaan.

Yhtenä taustamuuttujana kysyttiin asiakkailta asiointimyymälää, sillä paikkakunnan uskotiin vaikuttavan tuloksiin. Oletuksena oli, että pääkaupunkiseudun asiakkaat kokevat näöntutkimustilanteen huomattavasti kiireisempänä, ja siten myös asiakkaiden tyytyväisyys saamansa tietoon ja palveluun on alhaisempi. Tuloksista kävi ilmi, että asiakkaat eivät kokeneet näöntutkimusta kiireisenä, eikä kiireellä ollut vaikutusta tiedonsaantiin tai tyytyväisyyteen. Päinvastaisesti tyytyväisyys optikkoon (Taulukko 1) oli korkein pääkaupunkiseudun myymälässä (myymälä 1).

Vaikka nykyään optometristit saavat oikeudet piilolinssien sovittamiseen ja diagnostisten lääkeaineiden käyttöön jo valmistuessaan, on silti työelämässä edelleen optikoita, joilla niitä ei ole. Osa aiheista, joista optikko kertoi asiakkaan mielestä liian vähän tai ei ollenkaan, voi osittain selittyä sillä, että optikoiden osaaminen ja varmuus kaikilla osa-alueilla ei kenties ole vielä riittävällä pohjalla. Se voi vaikuttaa siihen, että asiasta ei osata kertoa riittävän ymmärrettävästi asiakkaalle ja siksi osa aihealueista jätetään kokonaan käsittelemättä.

Asiakkaat eivät myöskään välttämättä ole tietoisia siitä, mitä kaikkea heidän kuuluisi saada tietää. He eivät siten osaa myöskään kaivata kyseistä tietoa. Tietämättömyys saattaa vaikuttaa siihen, että ollaan tyytyväisempiä, koska ennakko-odotuksia tiedon suhteen ei ole. Jos ennakko-odotukset tiedon suhteen ovat lähtökohtaisesti pienet, on helpompi täyttää odotukset ja asiakas on tyytyväinen. Ennakko-odotukset ja kuinka ne täyttyivät ovat merkittävästi yhteydessä asiakaskokemukseen ja siten asiakastyytyväisyyteen.

Asiakkaiden ymmärrys optikoiden ja silmälääkärien työnkuvasta saattaa olla epäselvä. Asiakkaat tulevat oletettavasti hakemaan uusia silmälaseja optikolta, eivätkä välttämättä tiedosta optikoiden seulovan myös silmäsairauksia ja siten arvioivan myös silmien terveydentilaa. Kyselyyn osallistuneilta otettiin näöntutkimuksessa silmänpohjakuvat. Asiakkaat, jotka eivät saaneet minkäänlaista tietoa silmänpohjakuvista, olivat silti tyytyväisiä silmien terveydentilaa koskevaan tietoon. Vaikka he ovatkin melko tyytyväisiä silmien

terveyttä koskevaan tietoon, täytyy silti asiakkaille pyrkiä kertomaan enemmän, jotta asiakkaat saisivat tarpeeksi kattavasti tietoa silmiensä terveydentilasta.

Taulukosta (Taulukko 2) käy ilmi, että ylivoimaisesti suurin osa vastanneista koki saavansa liian vähän tai ei ollenkaan tietoa silmäleikkauksista. Tässä kohdassa kyselylomaketta viitattiin erityisesti taittovirhekirurgiaan ja linssileikkauksiin, joita voidaan pitää kirurgisina näönkorjausmenetelminä. Silmäleikkauksien suositteluun voidaan todeta vaikuttavan leikkauksille otollisen kohderyhmän rajallisuus. Kaikille asiakkaille silmäleikkaukset eivät ole lainkaan sopiva näönkorjausmuoto. Lisäksi leikkaukset sisältävät riskejä ja ovat myös kalliita, eikä optikoilla ole välttämättä osaamisensa puolesta riittävää taustatietoa niiden suositteluun.

Yksi neljäsosa vastanneista koki saavansa liian vähän tietoa silmänpaineesta. Koska silmänpainetta on mitattu jo vuosikausia, voidaan olettaa optikoiden tietoperustan aiheesta olevan riittävällä tasolla. Eräs asiakas ilmoitti avoimessa vastauksessa, että sai silmänpainenmittarista silmätulehduksen. Vastauksen perusteella voidaan tehdä johtopäätöksiä, että silmänpaineen mittauksen yhteydessä asiakkaille kerrotaan liian vähän itse mittaustoimeenpiteestä. Asiakkaille voisi kertoa mittauksen yhteydessä, että silmänpaineen mittaus on steriili, eikä aiheuta asiakkaalle mitään haittaa. Lisäksi asiakkaita saattaisi kiinnostaa mitä silmänpaineella tarkoitetaan ja miksi sitä mitataan.

Kävi ilmi, että erilaisia näönkorjausvaihtoehtoja, kuten piilolaseja ja erilaisia silmälasilinssejä käsiteltiin kattavammin iäkkäämpien asiakkaiden kanssa. Aikuisnäköisillä asiakkailla on todennäköisesti enemmän haasteita näkemisensä kanssa, joten voidaan olettaa, että he siten myös osaavat vaatia kattavampaa tietoa erilaisista näönkorjausvaihtoehdoista. Kohderyhminä nuoret ja ikänäköiset asiakkaat ovat tasavertaisia, sillä kumpikin ikäryhmä saattaisi tarvita monipuolisempia näönkorjausvaihtoehtoja erilaisiin harrastuksiin ja elämäntilanteisiin. Ikänäköisille asiakkaille tarjotaan enemmän linssivaihtoehtoja ottaen huomioon heidän tarpeensa lähinäön suhteen. Lasien rinnalla yhtenä vaihtoehtona kuuluisi olla myös piilolasit. Monitehopiilolasien valtava kehitys on luonut kummallekin ikäryhmälle tasavertaiset edellytykset piilolasien käytölle. Nykyhetkellä asiakkaiden tiedonsaanti piilolaseista on riittämätön. Koska piilolaseista kerrottiin asiakkaille melko vähän, voidaan olettaa, että sillä on huomattava vaikutus myös niiden myyntiin.

Asiakkaat olisivat kaivanneet lisätietoa myös silmälasilinsseistä. Erilaisista linssivaihtoehdoista kertominen näöntutkimuksessa antaa asiakkaalle selkeämmän yleiskuvan erilaisista vaihtoehdoista ja mahdollisuuksista. Avoimesta vastauksesta kävi ilmi, että eräs asiakas koki hyödyllisenä optikon henkilökohtaisiin kokemuksiin perustuvat suositukset. Optikon henkilökohtainen kokemus ja asiantunteva mielipide saattavat helpottaa asiakkaan valintoja asioidessaan optikkoliikkeessä.

Eräs asiakas kertoi avoimessa vastauksessa, ettei taittovirheistä ollut mitään puhetta. On syytä kuitenkin suhtautua kriittisesti siihen, että asiasta ei ole ollut näöntutkimuksessa mitään puhetta. Näöntutkimuksen merkittävä osa on kuitenkin taittovirheen määritys. Asiakkaan kommentti antaa viitteitä siitä, että asiakkaan informointi ei aina onnistu. Kyse voi olla yksinkertaisesti siitä, että asiakkaalla ei ole ollut riittävästi tietämystä siitä, mitä taittovirhe tarkoittaa. Syitä voi olla monia muitakin, kuten kiire tai optikon osaamattomuus selittää asiaa tarpeeksi ymmärrettävällä tavalla.

Suurin osa asiakkaista koki, että ennakko-odotukset tiedonsaannista täyttyivät ja he olivat tyytyväisiä näöntutkimukseen. Niiden välillä oli havaittavissa selvä yhteys, joten voidaan todeta, että asiakkaiden tiedonsaanti vaikuttaa osaltaan myös asiakastyytyväisyyteen. Vaikka jostain asiasta ei ollut kerrottu, se ei välttämättä tarkoittanut, että asiakas olisi ollut kokonaisuudessaan tyytymätön näöntutkimukseen. Tästä voidaan tehdä päätelmä, että näöntutkimusasiakkaat eivät välttämättä edes osaa odottaa tai vaatia muuta tietoa uuden silmälasireseptin lisäksi. Näin ollen odotukset on helpompi täyttää ja asiakas on tyytyväinen.

7 Pohdinta

Melko varhaisesta vaiheesta lähtien oli selvää, että opinnäytetyössä keskitytään asiakkaisiin ja heidän näkemyksiinsä. Alkuperäinen ajatus oli, että tutkimuksen vastaajiksi haettaisiin eri liikkeiden asiakkaita, jolloin saatu tieto olisi ollut paremmin yleistettävissä ja asiakaskokemukset todennäköisesti monipuolisempia. Toteutustapa aiheutti kuitenkin haasteita, sillä tutkimukseen olisi ollut haastava saada vastaajia. Lisäksi kaikkien optikkoliikkeiden näöntutkimusmalli on rakennettu hyvin yksilölliseksi ja näiden vertaileminen keskenään olisi tutkimuksellisesti haastavaa. Jos puolestaan yhteistyöhön olisi ryhdytty useamman eri ketjun tai liikkeen kanssa, olisi tutkimus paisunut liian suureksi. Lisäksi tutkimusta olisi ollut myös vaikea toteuttaa sähköisenä. Käytännön toteutuksen takia tutkimus päädyttiin toteuttamaan yhteistyössä yhden alalla toimivan ketjun kanssa. Tutkimuksen luotettavuuden kannalta halusimme rajata vastaajia myös niin, että vastauksia tulisi vain hiljattain näöntutkimuksessa käyneiltä asiakkailta.

Opinnäytetyön aihe muotoutui ja rajautui lopulta näöntutkimukseen ja tiedonsaantiin. Tarkoituksena oli selvittää asiakkaiden tyytyväisyyttä saamaansa tietoon näkemiseen liittyvissä asioissa. Lisäksi pyrittiin selvittämään niitä tekijöitä, jotka mahdollisesti vaikuttivat tiedonsaantiin näöntutkimuksessa. Optisella alalla yleisesti on käyty paljon keskustelua alan kehityksestä. Optisen alan peruspalvelujen lisäksi asiakkaille tarjotaan nykyisin myös erilaisia silmien terveydentilan seulontaan ja seurantaan liittyviä palveluja. Samaan aikaan on keskusteltu näöntutkimusten kestojen asettamista haasteista. Opinnäytetyössä haluttiin saada asiakkaiden näkökulma aiheeseen selvittämällä asiakkaiden tyytyväisyyttä tiedonsaantiin. Vastasiko saatu tieto asiakkaiden ennakko-odotuksia, saivatko he riittävästi tietoa sekä mistä asioista he olisivat halunneet kuulla vielä enemmän? Tulokset pohjautuvat täysin asiakkaiden omakohtaiseen kokemukseen näöntutkimustilanteesta. Tiedonsaantiin näöntutkimuksessa voi vaikuttaa monet asiat, kuten esimerkiksi kiire, optikon kyky selittää asioita tai yleinen ilmapiiri. Tutkimuksessa pyrittiin myös selvittämään näiden muiden osatekijöiden vaikutusta tiedonsaantiin.

Alalla on tietyt ohjeistukset siitä, mitä asioita tutkimuksen aikana kuuluisi tehdä ja mitä asiakkaalle niistä pitäisi kertoa. Olettamuksena oli, että asiakkaat eivät saa riittävästi haluamaansa tietoa näöntutkimuksessa ja siten se vaikuttaisi yleiseen tyytyväisyyteen näöntutkimuksesta. Ajateltiin, että asiakkaat haluavat tietää mahdollisimman paljon näkemisestään ja näönkorjausmahdollisuuksista. Lisäksi oletuksena oli, että näöntutkimustilanne koetaan kiireisenä ja tämä voi vaikuttaa asiakkaiden tiedonsaantiin muun muassa

siten, että asiakkaille ei keretä selittämään asioita heidän toivomallaan tavalla. Olettamuksiin vaikuttivat omat kokemukset työelämästä. Alan yleisten ohjeistusten mukaan tutkimukseen pitäisi sisällyttää taittovirheen määritys sekä silmien terveydentilan arviointia. Työelämässä käytettävissä oleva aika näöntutkimukseen on kuitenkin melko lyhyt, jolloin aikaa ei jää keskusteluun asiakkaan kanssa halutulla tavalla. Tutkimus mahdollisti näöntutkimuksen toisen osapuolen näkemyksen kuulemisen, jonka perusteella voidaan todeta, että oletukset eivät pitäneet täysin paikkaansa.

7.1 Luotettavuus

Kyselytutkimuksen luotettavuuteen vaikuttavat sisällölliset, tilastolliset, kulttuuriset, kielelliset ja tekniset seikat (Vehkalahti: 40). Luotettavuutta heikentävät erilaiset virheet aineistoa hankittaessa, joita ovat käsittelyvirheet, mittausvirheet, peitto- ja katovirheet sekä otantavirheet (Heikkilä: 176). Kyselytutkimus perustuu edustavaan otantaan ja mahdollisimman suureen vastausmäärään. Luotettavuuteen vaikuttaa siten otos ja sen koko. Tavoiteotanta kyselytutkimuksessa oli 100 vastaajaa ja lopulliseen kyselyyn vastasi yhteensä 67 vastaajaa eri puolilta Suomea. Kyselyyn vastanneita oli lopulta vähemmän, mitä alun perin tavoiteltiin ja lisäksi suurin osa vastanneista oli naisia. Lisävastaajia olisi mahdollisesti saatu enemmän, jos tutkimukseen valittuja myymälöitä olisi ollut enemmän ja ne olisivat olleet isompia. Myös se, että kysely olisi ollut esillä pidemmän aikaa, olisi voinut tuoda lisää vastaajia. Aikataulullisista syistä tämä vaihtoehto ei kuitenkaan ollut mahdollista. Kaiken kaikkiaan kyselytutkimus oli julki noin kaksi viikkoa, mikä oli alkuperäisen suunnitelman mukainen aika. Nämä tekijät vaikuttavat heikentävästi opinnäytetyön yleistettävyyteen, eikä siksi voitu tehdä kovin pitkälle meneviä johtopäätöksiä tuloksien perusteella. Sattumanvaraisuus on huomioitava tuloksissa.

Koska opinnäytetyö tehtiin yhteistyönä, otos koostui vain tämän ketjun asiakaskunnasta, eikä siksi tulokset ole myöskään laajemmalti yleistettävissä. Yleistettävyyteen vaikuttaa myös se, että kysely toteutettiin vain sähköisesti yhteistyökumppanin välittämänä. Tämänkaltainen toteutus rajaa osittain perusjoukkoa, eikä kaikkia asiakkaita välttämättä tavoitettu. Rinnakkaisena tiedonkeruun välineenä olisi voinut käyttää paperisia kyselylomakkeita, joita optikot olisivat jakaneet myymälöissä osalle asiakkaista. Tällöin luotettavuuteen olisi saattanut vaikuttaa se, että optikoiden tietoisuus kyselytutkimuksesta olisi ollut erilaista ja he olisivat saattaneet muuttaa tahattomasti käytöstään näöntutkimuksessa. Sähköisesti vastanneiden asiakkaiden optikot eivät todennäköisemmin olleet tietoisia kyselystä.

Luotettavuutta arvioitaessa täytyy huomioida myös opinnäytetyön validiteetti ja reliabiliteetti ja ne toteutuvat tutkimuksessa jokseenkin hyvin. Tutkimuksen tulokset vastaavat siihen, mitä alun alkaen on lähdetty tutkimaan ja ne ovat oletettavasti toistettavissa. Kyselylomakkeeseen olisi kuitenkin voinut tehdä parannuksia, joiden myötä tutkimuksen validiteetti sekä reliabiliteetti olisi todennäköisesti parempi. Isompi otos olisi myös vahvistanut tutkimuksen validiteettia. Reliabiliteettia vahvistaa kuitenkin se, että kysely lähetettiin asiakkaille, jotka juuri olivat käyneet näöntutkimuksessa.

7.2 Kyselylomake

Kyselylomakkeen heikkouksilla voi olla merkittävä vaikutus opinnäytetyön luotettavuuden kannalta. Kysymysten tulisi olla yksiselitteisiä ja selviä, mutta kysymysten asettelua on vaikea arvioida itse. Kyselylomakkeen suunnittelussa hyödynnettiin teoreettista viitekehystä, jotta kyselyn avulla saavutettaisiin tutkimuksen tavoitteet. Kyselylomakkeen rakenteessa pyrittiin loogisuuteen ja selkeyteen. Kysymysten asettelussa kiinnitettiin erityistä huomiota siihen, miten asiakas kysymyksen ymmärtää ja siksi kysymykset pyrittiin laatimaan mahdollisimman yksinkertaisiksi. Ennen kyselyn toteuttamista, kyselylomake esitestattiin ihmisillä, joilla ei ole tarkempaa optisen alan termistön tuntemusta. Heiltä saatujen palautteiden perusteella kyselylomake lähetettiin lopullisessa muodossaan asiakkaille.

Kysely piti alun perin toteuttaa Metropolian E-lomakkeella, jonka linkkiä yhteistyökumppani olisi jakanut asiakkailleen. Yhteistyökumppanille oli kuitenkin helpompi toteuttaa kyselylomake omalla ohjelmallaan, jonka he loivat E-lomakkeelle tehdyn kyselyn perusteella. Asiakkaille jaetussa kyselyssä oli muutama epäkohta, jotka olisivat helpottaneet tulosten analysointia sekä samalla vahvistaneet tutkimuksen validiteettia ja reliabiliteettia. Esimerkiksi alkuperäistä kyselyä ei olisi voinut palauttaa, jollei kaikkiin kysymyksiin oltu vastattu. Tämä ominaisuus jäi lopullisesta kyselystä epähuomiossa pois.

Tuloksia analysoidessa havaittiin muutamia heikkouksia ja epäkohtia kyselylomakkeessa, joita olisi voinut tehdä toisin. Kyselyssä oli muutamia ylimääräisiä kysymyksiä, joista saatiin tietoa, jota ei lopulta käytetty varsinaisten johtopäätösten tekemisessä. Lisäksi jälkeenpäin kyselyä tarkasteltaessa havaittiin myös pieniä puutteita esimerkiksi vastausvaihtoehtojen suhteen. Tiedonsaantia käsittelevissä kysymyksissä, joissa asiakas arvioi kertoiko optikko näöntutkimuksen aikana seuraavista asioista, olisi asiakkaalle

voinut antaa vielä yhden vastausvaihtoehdon “olisin halunnut tietää”. Tällaisenaan kysymys ei antanut vastausta siihen, olisiko asiakas halunnut asiasta kerrottavan, jos hän oli vastannut vaihtoehdon “ei kerrottu”. Lisäksi olisi ollut kiinnostavaa tietää, minkälaisia ennakko-odotuksia asiakkailla oli tiedonsaannin suhteen. Nyt kyselyssä kysyttiin ainoastaan sitä, vastasiko tieto ennakko-odotuksia. Jälkeenpäin huomattiin myös, että järkevintä olisi ollut pyytää kyselyyn vastaajaa valitsemaan vain yhden syyn näöntutkimukseen hakeutumisen vuoksi. Ongelma ilmeni analysointivaiheessa, jossa lukuisat vastausvaihtoehtovariaatiot toivat hankalaa ja osittain vaikealukuista tietoa.

Kyselyssä oli lisäksi kaksiosainen kysymys, jota asiakkaat eivät täysin olleet ymmärtäneet. Ensimmäinen osa oli avoin kohta, jossa kysyttiin jotain muuta asiaa, josta ei kerrottu tai kerrottiin liikaa. Tämän kysymyksen jälkeen heitä pyydettiin arvioimaan, kuinka paljon optikko oli kyseisestä asiasta heille kertonut. Tämän vapaaehtoisen kysymyksen asettelu oli ilmeisesti ollut asiakkaille vaikea ymmärtää. Kysymys oli teknisistä syistä jaettu kahteen osaan. Jos asiakas koki kyselystä puuttuvan jonkin asian tai aihealueen, oli hänellä mahdollisuus kertoa siitä ensimmäisessä osassa. Mikäli ensimmäiseen kysymykseen vastattiin, oli tarkoitus jälkimmäisessä kohdassa arvioida, kuinka kyseisestä asiasta oli asiakkaan mielestä kerrottu. Monet olivat vastanneet jälkimmäiseen kysymykseen, vaikka eivät olleet vastanneet ensimmäiseen. Tästä syystä johtuen ei ole tiedossa, mitä tiedonsaannin osa-aluetta he jälkimmäiseen kysymykseen vastatessaan olivat arvioineet. Jälkeenpäin ajateltuna kysymykset olisivat voineet asettaa esimerkiksi toisin päin, jolloin se olisi ollut asiakkaille selkeämpi.

Kysely toteutettiin suomenkielisenä versiona eikä suunnitelmissa ollut luoda siitä esimerkiksi ruotsin- tai englanninkielistä. Tästä tuli kuitenkin yhdeltä vastaajalta avoin palaute, jossa oltaisiin haluttu kyselylomake myös ruotsinkieliseksi. Jälkeenpäin ajateltuna se olisi ollut ehkä järkevää, mutta haasteena olisi ollut se, että kysymysten pitäisi vastata toisiaan. Kääntäminen ruotsiksi olisi voinut vaikuttaa kyselyn ymmärrettävyyteen, joten tulosten luotettavuus tuskin kuitenkaan kärsi mainitusta epäkohdasta.

Asiakkailta ei erikseen kysytty palautetta kyselylomakkeesta, vaan asiakkailla oli mahdollisuus vapaavalintaiselle sanalle. Yleistä palautetta kyselystä ei tullut kovinkaan paljon. Itse kyselyyn kohdistuvaa avointa palautetta ilmeni yhden vastaajan jättämässä kommentissa: *“Kyselylomake oli oikein hyvä ja selkeä.”* Monet vastaajat hyödynsivät vastauskenttää antamalla palautetta esimerkiksi asiointimyymälälle tai optikolleen.

7.3 Tulosten hyödyllisyys

Opinnäytetyön tavoitteena oli tuottaa tietoa optisella alalle asiakkaiden tyytyväisyydestä saamaansa näönhuollon palveluun. Tutkimuksessa keskityttiin näöntutkimuksen tiedonsaantiin. Tulosten perusteella saatiin käsitystä siitä, mihin näönhuollon palvelun osa-alueisiin asiakkaat olivat tyytyväisiä ja mihin eivät. Tulokset hyödyttävät optikoita, sillä niiden perusteella voidaan kehittää omia toimintatapoja asiakaslähtöisemmiksi.

Vaikka asiakkaiden näkökulmasta asiat vaikuttivat olevan melko hyvin, nousi muutamia kehityskohteita kuitenkin selkeästi esiin. Ensinnäkin tulosten perusteella saadaan paremmin käsitystä siitä, mistä asioista asiakkaille voisi kertoa enemmän näöntutkimuksen yhteydessä. Tietoa voidaan hyödyntää erityisesti palvelun, mutta myös esimerkiksi myynnin kehittämisessä.

7.4 Jatkotutkimusehdotukset

Kyselyn perusteella kävi ilmi, että asiakkaat voivat olla tyytyväisiä näöntutkimukseen kokonaisuutena, vaikka jostain asioista kerrotaan liian vähän tai ei ollenkaan. Asiakkaat eivät tiedä, mitä kaikkea heidän kuuluisi saada näöntutkimuksessa tietää. Tutkimustulokset herättivät muutamia aiheita jatkotutkimusehdotuksille. Esimerkiksi asiakkaiden ennakko-odotuksia tiedonsaannin suhteen voisi tutkia tarkemmin. Lisäksi mielenkiintoinen tutkimusaihe olisi selvittää, kuinka hyvin asiakkaat ylipäätään tietävät optikoiden työnkuvasta ja osaamisesta.

Lähteet

Aapola, Sari 2012. Tunnustettu asiantuntijuus - Thought Leadership. 1. painos. Docendo Oy.

Bailey, Ian L. 2006. Visual Acuity. Teoksessa Benjamin, William J. (toim.) Borish's Clinical Refraction. Second Edition. USA: Butterworth Heinemann, Elsevier Inc.

Elliott, David B. 2007. Clinical Procedures in Primary Eye Care. 4.painos. Yorkshire, UK: Elsevier Saunders.

Fletcher, Robert – Still, D.C 1998. Eye examination & refraction. 2. painos. Oxford: Blackwell Science Ltd.

Gerdt, Belinda – Korkiakoski, Kari 2016. Ylivoimainen asiakaskokemus. Helsinki: Talentum Media Oy.

Grosvenor, Theodore 2007. Primary Care Optometry. Anomalies of Refraction. Missouri: Butterworth-Heinemann, Elsevier Inc.

Heikkilä, Tarja 2014. Tilastollinen tutkimus. 9.painos. Porvoo. Edita Publishing Oy.

Heiskanen, Taru – Koskela, Elisa 2012. Näöntutkimus aikuisen asiakkaan näkökulmasta. Opinnäytetyö. Oulu: Oulun Ammattikorkeakoulu. Saatavilla: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/50174/Heiskanen_Taru.pdf?sequence=1>. Luettu 25.2.2019.

Heiting, Gary 2017. Multifocal contact lenses. All about vision. Saatavana osoitteessa: <https://www.allaboutvision.com/over40/multifocalcls.htm>. Luettu 20.3.2019.

Heiting, Gary 2018. How to read your eyeglass prescription. All about vision. Saatavana osoitteessa: <https://www.allaboutvision.com/eyeglasses/eyeglass-prescription.htm>. Luettu 27.11.2018.

Henriksson, Markus – Holi, Tarja 2013. Optikon ja silmälääkärin välisestä työnjaosta ja potilaan informoinnista. Valvira. Saatavana osoitteessa: <https://www.valvira.fi/-/optikon-ja-silmalaakarin-valisesta-tyonjaosta-ja-potilaan-informoinnista>. Luettu 31.1.2019.

Hietanen, Jaana – Hiltunen, Riitta – Hirn, Heli 2005. Silmähoidon käsikirja. 1.painos. Werner Söderström Oy.

Hyvä Näöntutkimuskäytäntö -ohjeistus 2014. Ammatillinen ohje optikon toimen harjoittamisesta. Optometrian Eettinen Neuvosto. Saatavana osoitteessa: <https://naery.fi/wpnaery/wp-content/uploads/hyva-optikon-tutkimuskaytanto-ohjeistus_2014-id-4106.pdf>. Luettu 4.12.2018.

Hyvärinen, Lea 2001. Silmät ja näkeminen. Saatavana osoitteessa: <http://www.lea-test.fi/su/silmat/index.html>. Luettu 4.11.2018.

Hyvärinen, Lea n.d. Koulujen näönhuolto. Yhteisnäkö. Lea-test. Saatavana osoitteessa: <http://www.lea-test.fi/su/naonarv/koulujen/12.html>. Luettu 12.12.2018.

Hämäläinen, Marjo – Patjas, Liisa-Maria 2018. Palvelun taitajaksi. 11.painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Jaatinen, Else 2011. Asiakastyytyväisyyskysely Varkauden Silmäasemalle. Opinnäytetyö. Savonia Ammattikorkeakoulu. Theseus. Saatavana osoitteessa: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/34192/Jaatinen_Else.pdf?sequence=>. Luettu 2.11.2018.

Kaarniranta, Kai – Kivinen, Niko – Tuulonen, Anja 2018. Silmänpohjan kuvantaminen yleistyy ja tarkentuu. Duodecim-aikakauskirja. Saatavana osoitteessa: <https://www.duodecimlehti.fi/lehti/2018/12/duo14388>. Luettu 19.12.2018.

Keskinen, Jukka – Kääriäinen, Aino – Oravisto, Julius – Pitkänen, Rauli – Tukiala, Anna-Kaisa 2012. Asiakastyö kohtaamisena. Helsinki: Socca - Pääkaupunkiseudun sosiaalialan osaamiskeskus ja Heikki Waris -instituutti. Saatavana myös sähköisesti osoitteessa: <http://www.socca.fi/files/2329/Asiakastyo_kohtaamisena_-_resepteja_vastavuoroisuuteen.pdf>. Luettu 28.10.2018.

Kilpailuetua laadusta n.d. Hyrrat.fi. Hyvinvointialalle reittejä yrittäjyyteen. Saatavana osoitteessa: <http://hyrrat.metropolia.fi>. Luettu 18.2.2019.

Lahtinen, Jukka – Isoviita, Antti 1999. Asiakaspalvelu ja markkinointi. 2. painos. Jyväskylä: Avaintulos Oy.

Lepola, Reija – Pulkkinen, Irma – Raivio, Liisa – Selinheimo, Raili – Sulkanen Linnea 1998. Asiakaspalvelu. 1. painos. Werner Söderstrom Oyj.

Leppänen, Erkki 2007. Asiakaslähtöinen myynti. Yrityskirjat Oy.

Mattila, Katja – Riuttala, Taru 2010. Näöntutkimukset optikon työssä. Opinnäytetyö. Oulu: Oulun Ammattikorkeakoulu. Saatavana osoitteessa: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/21889/Mattila_Katja_Riuttala_Taru.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Luettu 25.2.2019.

Millodot, Michel 2018. Dictionary of Optometry and vision science. 8. painos. Puola: Elsevier Inc. Saatavana myös sähköisesti osoitteessa: <https://books.google.fi/books?id=Wfw6DwAAQBAJ&pg=PA275&lpg=PA275&dq=meaning+of+iop+optometry&source=bl&ots=rGxmyIDfS&sig=ACfU3U1t_-WIYOnM-hivKwR9yU77Nm4G-A&hl=et&sa=X&ved=2ahUKEwjB_ezSg9TgAhWow4sKHcd_Aqk4FBDoATABegQICRAB#v=onepage&q=meaning%20of%20iop%20optometry&f=false>. Luettu 23.2.2019.

Nyholm, Sami 2013. Tyytyväisyys optikon suorittamaan näöntarkastukseen Instrumentarium-myymälässä. Opinnäytetyö. Turku: Turun Ammattikorkeakoulu. Saatavana: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/59855/Sami_Nyholm.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Luettu 2.2.2019

Näe Ry n.d. Optometrian Eettinen Neuvosto. Saatavana osoitteessa: <https://www.naery.fi/nae-ry/yhteistyotahot/optometrian-eettinen-neuvosto/>. Luettu 4.12.2018.

Optometrian Eettinen Neuvosto 2014. Optikon ammatin harjoittamisen eettiset ohjeet. Saatavana osoitteessa: <https://naery.fi/wpnaery/wp-content/uploads/optikon-ammatin-harjoittamisen-eettiset-ohjeet-2014.pdf>. Luettu 5.12.2018.

Optometrian Eettinen Neuvosto 2017. Tutkittavan informointi silmänpohjakuvauksen yhteydessä ja jatkotutkimuksiin ohjaaminen. Saatavana osoitteessa: <https://naery.fi/wpnaery/wp-content/uploads/Silmanpohjakuvien-potilasinformointi_ja_ohjaus-jatkotutkimuksiin_OEN_23012017.pdf>. Luettu 5.12.2018.

Outinen, Maarit – Holma, Tupu – Lempinen, Kristiina 1993. Laatu ja asiakas. Laatutyöskentely sosiaali- ja terveysalalla. Wernee Söderström oy.

Potilaan ja lääkärin vuorovaikutus n.d. Suomen lääkäriliitto. Saatavana osoitteessa: <https://www.laakariliitto.fi/laakarinetiikka/potilas-laakarisuhde/potilaan-ja-laakarin-vuorovaikutus>. Luettu 17.11.2018.

Reinboth, Camilla 2008. Johda ja kehitä asiakaspalvelua. Helsinki: Tammi Oy.

Rothman, Stuart – Runyan, Dan 2010. Business aspects of optometry. Association of Practice Management Educators. 3. painos. Missouri: Butterworth-Heinemann, Elsevier Inc.

Seppä, Jarna - Ylikelloniemi, Esa 2009. Asiakastyytyväisyyskysely Helsingin Kampin ja Ruoholahden Fenno Optiikka -liikkeissä. Opinnäytetyö. Helsinki: Metropolian Ammattikorkeakoulu. Saatavana: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/21308/opinnaytetyo_seppa_ylikelloniemi_so07s1_VALMIS6.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Luettu 2.2.2019

Seppänen, Matti 2018. Silmän taittovirheet (kaukotaittoisuus, likitaittoisuus ja hajataittoisuus). Lääkärikirja Duodecim. Duodecim Oy. Saatavana osoitteessa: <https://www.terveysportti.fi/terveyskirjasto/tk.koti?p_artikkeli=dlk01232&p_hakusana=n%C3%A4k%C3%B6>. Luettu 2.2.2019.

Summanen, Paula 2016. Heikentynyt näkö. Lääkärin käsikirja. Terveysportti/Duodecim. Saatavana osoitteessa: <https://www.terveysportti.fi/dtk/ltk/koti?p_artikkeli=ykt00939&p_haku=taittovirhe>. Luettu 12.3.2019.

Summanen, Paula 2016. Taittoviat. Lääkärin käsikirja. Terveysportti/Duodecim. Saatavana osoitteessa: <https://www.terveysportti.fi/dtk/ltk/koti?p_artikkeli=ykt00939&p_haku=taittovirhe>. Luettu 12.3.2019.

Valvira 2013. Optikon ja silmälääkärin välisestä työnjaosta ja potilaan informoinnista. Saatavana osoitteessa: <https://www.valvira.fi/-/optikon-ja-silmalaakarin-valisesta-tyon-jaosta-ja-potilaan-informoinnista>. Luettu 2.2.2019.

Vehkalahti, Kimmo 2008. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Vammala: Vammalan Kirjapaino Oy.

Vilkka, Hanna 2009. Tutki ja kehitä. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Liite 1. Kyselylomake

Tervetuloa vastaamaan kyselyyn!

Olemme kiinnostuneet kuulemaan mielipiteesi näöntutkimuksesta. Olemme Metropolian ammattikorkeakoulun optikko-opiskelijoita ja kyselytutkimus on osa opinnäytetyötämme. Tällä kyselyllä kartoitamme asiakkaiden kokemuksia tiedonsaannista näöntutkimuksen yhteydessä. Tavoitteena on optikoiden toiminnan kehittäminen ja siten myös paremman näöntutkimuspalvelun tarjoaminen asiakkaille.

Kyselyyn vastaaminen on vapaaehtoista ja vie vain muutaman minuutin. Tuloksia käsitellään täysin luottamuksellisesti ja anonyymisti. Vastaamalla kyselyyn annatte suostumuksen tuloksien nimettömään analysointiin ja hyödyntämiseen opinnäytetyössämme.

Mikäli haluatte lisää tietoa kyselystä, voitte olla yhteydessä meihin sähköpostitse. Vastaamme mielellämme kysymyksiinne. Kiitos vastauksestasi.

Ystävällisin terveisin,
Lii Lepp
Annika Rauta
Elina Salviander

Opinnäytetyön ohjaajat:
Tutkintovastaava Saija Flinkkilä
Lehtori Kajsa Sten

Sukupuoli:

- ○ nainen
- ○ mies
- ○ muu

Ikä

[ ]

Missä myymälässä asioit? *

Valitse vaihtoehto... ▼

Mikä sai Sinut hakeutumaan näöntutkimukseen? Valitse mielestäsi KAKSI tärkeintä vaihtoehtoa:

- ☐ näkemisessäni oli tapahtunut muutoksia
- ☐ halusin uusia silmälasit
- ☐ halusin uudet piilolinssit
- ☐ käyn säännöllisesti näöntutkimuksessa
- ☐ näöntutkimus oli maksuton
- ☐ Jokin muu syy, mikä?

[ ]

Nääntutkimustilanne ja asiakaspalvelu

	rauhaton									rauhallinen
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
I Nääntutkimustilanne oli mielestäni	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

	kiireinen									kiireetön
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
II Nääntutkimustilanne oli mielestäni	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

	epämiellyttävä									miellyttävä
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
III Nääntutkimustilanteen ilmapiiri oli	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

	epäluotettavalta									luotettavalta
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
IV Optikko vaikutti mielestäni	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

	epäpätevältä									ammattimaiselta
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
V Optikko vaikutti mielestäni	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

	ei lainkaan empaattiselta									empaattiselta
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
VI Optikko vaikutti mielestäni	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

	vaikeasti ymmärrettävää									selkeää
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
VII Optikon käyttämä kieli oli	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

	ei lainkaan yksilöllistä									yksilöllistä
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
VIII Asiakaspalvelu näöntutkimuksessa oli	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

	töykeää									ystävällistä
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
IX Asiakaspalvelu näöntutkimuksessa oli	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

	teennäisesti									aidosti
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
X Optikko oli kiinnostunut näkemiseen liittyvistä tarpeistani	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

	erittäin huonosti									erittäin hyvin
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
XI Optikolta saatu näkemiseeni liittyvä tieto vastasi ennakko-odotuksiani	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
XII Olin näöntutkimukseen	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

XII Miksi? - Perustele

Arvioi väitettä annetulla asteikolla. Asteikossa valinta 6 tarkoittaa, että näöntutkimuksen kesto oli sopiva.

	liian pitkä										liian lyhyt
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
XIII Näöntutkimuksen kesto oli mielestäni	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

Kertoiko optikko seuraavista asioista näöntutkimuksen aikana tai sen jälkeen? Asteikossa valinta 4 tarkoittaa, että optikko kertoi aiheesta sopivasti. X=ei kerrottu.

	liian vähän						liikaa	
	1	2	3	4	5	6	7	x
Näöntarkkuus	○	○	○	○	○	○	○	○
Silmälasivoimakkuus	○	○	○	○	○	○	○	○
Silmälasireseptin tulkitseminen	○	○	○	○	○	○	○	○
Erilaiset linssivaihtoehdot	○	○	○	○	○	○	○	○
Silmien terveydentila	○	○	○	○	○	○	○	○
Silmänpohjakuvat	○	○	○	○	○	○	○	○
Silmänpaine	○	○	○	○	○	○	○	○
Piilolinssit	○	○	○	○	○	○	○	○
Mahdolliset silmäleikkaukset	○	○	○	○	○	○	○	○
Seuraavan näöntutkimuksen ajankohta	○	○	○	○	○	○	○	○

Jokin muu asia, josta ei kerrottu tai kerrottiin liikaa

Arvioi, miten optikko kertoi asiasta. Asteikossa numero 4 tarkoittaa, että optikko kertoi aiheesta sopivasti. X=ei kerrottu.

	liian vähän						liikaa	
	1	2	3	4	5	6	7	x
Muu asia, mikä?	○	○	○	○	○	○	○	○

Millaista tietoa näkemistä, näönkorjauksesta tai silmien terveydestä olisit kaivannut lisää?

Vapaavalintainen sana (voit antaa esimerkiksi palautetta kyselylomakkeesta tai näöntutkimuksesta jne.)

Liite 2. Vinkkilista optikolle

KUINKA INFORMOIDA ASIAKASTA NÄÖNTUTKIMUKSESSA?

VINKKEJÄ KOMMENTTIEN PERUSTEELLA

”Tarkempaa tietoa näöstä, voimakkuuksista, vertailua edelliseen näköön enemmän.”
”Silmän paineista ei ollut mitään puhetta, eikä taittovirheistä joita muualla huomattiin.”

→ **Muista peruskäsitteiden selittäminen asiakkaalle** (mitä tarkoittaa taittovirhe, näöntarkkuus, silmälasireseptin merkinnät…)
→ **Kerro, minkälainen muutos näössä on tapahtunut**
→ **Havainnollista tarvittaessa visusrivien avulla** (näöntarkkuus nykyisillä ja uusilla voimakkuuksilla)

”Optikko toi kivasti esiin oman kokemuksensa laseistaan, joka vakuutti. Ei minkäänlaista tuputtamista, vaan eri vaihtoehtojen selkeät esittelyt.”
”Erilaisista linssivaihtoehdoista.”

→ **Kerro oma kokemus linsseistä ja kehyksistä**
→ **Anna asiakkaalle valinnanvaraa ja esittele eri vaihtoehdot**
→ **Ehdota asiakkaalle piilolinssejä silmälasien rinnalle**
→ **Käytä linssien esittelyssä fyysisisä esimerkkejä mahdollisuuksien mukaan** (esimerkiksi ohennettu ja ohentamaton linssi, pinnoitettu ja pinnoittamaton linssi…)

”Nopeaa ja ammattimaista, optikon käyttämä kieli oli ymmärrettävää. Sain selkeän kuvan näköni tilanteesta ja jatkosuositukset.”
”Tutkimus tehtiin huolellisesti ja hyvin. Kysymyksiin sain selkeät vastaukset.”

→ **Käytä yksinkertaisia termejä**
→ **Anna mahdollisuus kysyä**
→ **Tee lopuksi yhteenveto tuloksista**
→ **Muista kertoa jatkosta**

”Silmänpainerajalukemista ja syy ja seuraus / seuranta.”
”Sain silmätulehduksen silmänpaine mittarista.”

→ **Selitä, mitä teet ja miksi silmänpaineen mittaus on tärkeää** (silmänpainetaudin seuranta)
→ **Kerro, että silmänpaineen mittaus on steriili ja kivuton**
→ **Kerro, että mittauksen avulla saadaan tietoa silmän sisäisen nesteen määrästä eli nestepaineesta** (normaalisti 10-21mmHg)