

Tuula Rasinmäki

Hyllykallion kirjaston tiedotuksen kehittäminen

Opinnäytetyö

Syksy 2012

Kulttuurialan yksikkö

Kirjasto- ja tietopalvelujen koulutusohjelma



Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Kulttuurialan yksikkö

Koulutusohjelma: Kirjasto- ja tietopalvelujen koulutusohjelma

Tekijä: Tuula Rasinmäki

Työn nimi: Hyllykallion kirjaston tiedotuksen kehittäminen

Ohjaaja: Pirkko Vuorela

Vuosi: 2012

Sivumäärä: 64

Liitteiden lukumäärä: 3

Tutkimuksen tavoitteena oli Hyllykallion kirjaston tiedotuksen kehittäminen ja sen kautta uusien asiakkaiden saaminen kirjastolle. Seinäjoen kaupunginkirjasto - maakuntakirjaston lähikirjastoista Hyllykallion kirjasto on pienin. Tutkimuksen lähtökohtana oli Opetusministeriön Yleisten kirjastojen laatusuositus vuodelta 2010. Laatusuosituksia pohdittiin Seinäjoen kaupunginkirjastossa vuoden 2011 aikana. Kehittämiskohteeksi Hyllykallion kirjastossa nousi tiedotuksen kehittäminen.

Tutkimuksen viitekehys tarkasteli voittoa tavoittelemattomien organisaatioiden tiedotuksen, markkinoinnin ja viestinnän merkitystä. Viestintää peilataan Seinäjoen kaupungin viestintästrategiaan, jota kaupunginkirjastossa noudatetaan. Tutkimus toteutettiin kyselytutkimuksena, jonka avulla asiakkailta tiedusteltiin, mitä asioita ja palveluita Hyllykallion kirjastossa tulisi kehittää. Kysely oli saatavilla 28.5. – 20.8.2012 kirjastossa ensi kertaa asioiville ja uusille asiakkaille, joille tehtiin kirjastokortti. Vastauksia kyselyyn tuli 85. Tutkimukseen otettiin mukaan kaikki 85 vastausta, jolloin kyseessä oli kokonaistutkimus. Tutkimusote oli kvantitatiivinen. Kysely analysoitiin Excel-taulukko-ohjelman avulla.

Tutkimus osoitti, että kirjaston löytyvyyttä ja houkuttelevuutta tulee tehostaa erilaisen mainoskampanjoiden ja esitteiden avulla. Kirjaston kokoelmia ja erilaisia palvelumuotoja mainostetaan ja markkinoidaan entistä paremmin lehtien, kotisivujen, ilmoitustaulujen ja sosiaalisen median kautta. Kokoelmat pidetään ajantasaisina ja kiinnostavina. Tiekylytien ja erilaisten opasteiden näkyvyyttä parannetaan ja selkeytetään sekä kuunnellaan yhteistyötahojen toiveita ja tarpeita. Vuoropuhelua käydään asiakkaiden kanssa asiakastytyväisyyskyselyjen avulla. Mielikuvamarkkinoinnissa vahvistetaan kirjaston kodikkuuden ja viihtyisyyden tuntua ja tehdään siitä brändi. Tiedotuksen, mainonnan ja markkinoinnin kehittämisen kautta tavoitetaan ja saadaan Hyllykallion kirjastoon uusia asiakkaita.

Avainsanat: tiedotus, markkinointi, mainonta, viestintä, kirjastot, kirjastopalvelut, asiakkaat

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: School of Culture and Design

Degree programme: Library and Information Services

Author: Tuula Rasinmäki

Title of thesis: The improvement of the marketing in the Hyllykallio Library

Supervisor: Pirkko Vuorela

Year: 2012

Number of pages: 64

Number of appendices: 3

The aim of the research was to improve the marketing in the Hyllykallio Library and to bring in new patrons to the library. The Hyllykallio Library is the smallest unit in the City library of Seinäjoki – the regional Library. The starting point of the research was the Quality recommendation of the Ministry of Education and Culture 2010. Quality recommendations were studied in The City Library of Seinäjoki during the year 2011. The key area for development for the Hyllykallio Library became the improvement of the marketing.

The framework of the research considered Non Profit Organizations` publicity, marketing and communication. The city communications strategy was used as a base for the Library`s communications. The method I used for this research was a quantitative survey and it covered the issues and services the patrons would like to have improved in the library. The survey was available from 28th of May to 20th of August 2012 in the Hyllykallio Library for the patrons who were in the Library for the first time or who were ordering the library card. The method I used was a complete enumeration survey so I included all 85 answers in the survey. The survey were analysed by the Excel program.

The results pointed out that the attraction and the discovery of the Library should be enhanced with marketing campaigns and brochures. The marketing and advertising of the library`s collections and services should be improved by using magazines, web pages, bulletin and social media. Collections will be kept up to date and interesting. Road signs and guidings to the Library will be made more visible and clearer. The library will listen to the wishes and needs of its partners. A dialog with the patrons will be held via customer satisfaction surveys. With the use of image marketing will enhance the feeling of coziness and comfort in the library as well as branding the library. The improvement of publicity marketing and communication will help the library reach new patrons and get them to come to the Hyllykallio library.

Keywords: publicity, marketing, advertising, communication, libraries, library services, patrons

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ.....	4
Käytetyt termit ja lyhenteet.....	6
Kuvio- ja taulukkoluetelo.....	9
1 JOHDANTO.....	11
2 HYLLYKALLION KIRJASTON TOIMINTAYMPÄRISTÖ.....	12
2.1 Seinäjoen kaupunginkirjaston toiminta-ajatus.....	12
2.2 Lähikirjastoa tarvitaan.....	14
2.3 Hyllykallion sijainti.....	14
2.4 Hyllykallion lähikirjasto.....	15
3 VAIKUTTAMINEN KIRJASTOSSA.....	16
3.1 Vaikuttamisen portaat.....	16
3.2 Viestinnän määritelmä.....	17
3.3 Sisäinen viestintä kirjastossa.....	18
3.4 Ulkoinen viestintä kirjastossa.....	19
4 HYLLYKALLION KIRJASTON BRÄNDI.....	21
4.1 Kirjaston brändi.....	21
4.2 Hyllykallion kirjaston maine.....	21
4.3 Hyllykallion kirjaston asiakastytyväisyyskysely.....	22
4.4 Hyllykallion kirjaston aiheenmukainen hyllyluokitus.....	22
5 TUTKIMUKSEN TAVOITTEET.....	24
5.1 Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimusongelma.....	24
5.2 Kyselytutkimus.....	25
5.3 Vastausten käsittely.....	26
6 TUTKIMUSTULOKSET.....	27
6.1 Sukupuolijakauma prosentteina ja ikäryhmä.....	27

6.2 Kirjaston käyttö	28
6.3 Käyntikertojen tiheys.....	29
6.4 Kirjastokäynnin tarkoitus	31
7 KYSELYTUTKIMUKSEN HYLLYKALLION KIRJASTON OSUUS ..	33
7.1 Hyllykallion kirjastoon.....	33
7.2 Hyllykalliolla oma kirjasto	34
7.3 Perille kirjastoon.....	35
7.4 Opasteiden selkeys.....	36
8 TIEDOTUKSEN MERKITYS.....	39
9 MIELIKUVAT HYLLYKALLION KIRJASTOSTA.....	41
10 AVOIN PALAUTE	53
11 TOIMENPITEET TIEDOTUKSEN KEHITTÄMISEKSI	57
11.1 Kirjaston löytyvyyden parantaminen	57
11.2 Tiedotuksen tehostaminen	58
11.3 Kirjaston houkuttelevuuden lisääminen.....	59
11.4 Kokoelmien kehittäminen.....	60
11.5 Mainonnan terävöittäminen.....	60
11.6 Toiminnan, mielikuvien ja tiedotuksen vahvistaminen.....	62
12 JATKOTUTKIMUKSEN TARVE	63
LÄHTEET	64
LIITTEET	

Käytetyt termit ja lyhenteet

<i>Brändi</i>	Positiivinen maine, joka on muodostunut tavaramerkin ympärille (Juholin 2009, 186).
<i>Hiljainen tieto</i>	Vuosien tuomaa kokemusta ja osaamista siitä, miten asiat tehdään ja miten, jotta tehtävät tai asiat saadaan hoide- tuiksi (Virta 2011, 2).
<i>Mainonta</i>	Mainonta on osa markkinointiviestintää ja maksettua tie- dottamista. Sen kohteena on tuote tai palvelu. Mainonta kohdistetaan suureen yleisöön. Sisältö määräytyy mai- nosvälineen mukaan. Tavoitteena on aikaansaada vai- kuttamista. (Pesonen 2012, 137.)
<i>Markkinointi</i>	Mainontaa ja muuta markkinointia, kuten sponsorointia, myynnin edistämistä ja suoramarkkinointia (Pesonen 2012, 72).
<i>Mielikuvat</i>	Ohjaavat käyttäytymistä, ajatuksia, tekoja ja valintoja. Esim. mitä ajattelemme organisaatioiden tuotteista, palve- luista ja työntekijöistä tai toisistamme. (Isohookana 2007,19–20.)
<i>Sanaton viestintä</i>	Sanattomalla eli nonverbaalisella viestinnällä tarkoitetaan mm. ilmeitä, eleitä, kehonkieltä, äänen sävyjä. (Kielijelppi, [viitattu 7.10.2012]).

<i>Segmentointi</i>	Palvelut kohdistetaan tietyille asiakasryhmälle (Yleisten kirjastojen neuvoston strategia 2011–2016,10).
<i>Sisäinen viestintä</i>	Sisäinen viestintä on organisaation johdolta tai muiden esimiesten taholta tulevaa viestintää henkilöstölle. Sen avulla pyritään saamaan henkilökunta toimimaan päivittäin yrityksen strategian, tavoitteiden ja päätösten mukaisesti. Sisäinen viestintä toteutetaan esim. sähköpostin tai sisäisen tietoverkon avulla. Tiedotuksen välineinä voivat olla erilaiset oppaat, tiedotteet ja henkilöstölehdet. Siihen kuuluu myös epävirallinen viestintä, kuten kahvipöytä- ja käytäväkeskustelut sekä viestintä sosiaalisessa mediasa. (Pesonen 2012, 145.)
<i>Sosiaalinen media</i>	Sosiaalinen media käsittää sisällön tuottamisen, jakamisen ja julkaisemisen välineitä ja palveluja tietoverkon avulla. Näitä ovat esim. Google, Facebook, Twitter, YouTube, chatit, blogit, wikit, keskustelupalstat ja erilaiset sivustot ja palvelut, joissa ihmiset tuottavat ja jakavat kirjoituksia, valokuvia ja viihdettä. (Pesonen 2012, 176.)
<i>Tiedottaminen</i>	Tiedottaminen on yrityksen sisäistä ja ulkoista viestintää (Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen, 2008, 8).
<i>Ulkoinen viestintä</i>	Ulkoinen viestintä on osa yritysviestintää, jonka tarkoituksena on mediasuhteiden hoitaminen. Ulkoisen viestinnän kanavat määräytyvät viestin sisällön ja kohderyhmän mukaan. (Pesonen 2012, 116.)

YSA

Yleinen suomalainen asiasanasto (YSA) verkossa (VESA) on kaikki tieteenalat kattava yleissanasto. Sitä käytetään kirjojen, artikkeleiden ja muiden aineistotyyppien asiansoitukseen ja tiedonhakuun. (Yleinen Suomalainen asiasanasto, 1994, 7.)

Kuvio- ja taulukkoluetelo

TAULUKKO 1. Sukupuoliosuus prosentteina

TAULUKKO 2. Ikäryhmä jaottelu

Kuvio 1. Kirjaston käyttö

Kuvio 2. Käyntikertojen tiheys

Kuvio 3. Miksi kirjastoon?

Kuvio 4. Lainaan / Palautan kirjoja

Kuvio 5. Hyllykallion kirjastoon juuri nyt

Kuvio 6. Hyllykalliolla oma kirjasto

Kuvio 7. Kirjaston löytyvyys

Kuvio 8. Tiekyllit ja opasteet

Kuvio 9. Tiedotuskanavien valinta

Kuvio 10. Tilat

Kuvio 11. Aukioloajat

Kuvio 12. Opasteet

Kuvio 13. Kirjakokoelmat

Kuvio 14. Lehdet

Kuvio 15. Av-aineisto

Kuvio 16. Pikalainat

Kuvio 17. Koneet

Kuvio 18. Tapahtumat

Kuvio 19. Kotisivut

Kuvio 20. Kirjastojen välinen yhteistyö

Kuvio 21. Henkilökunta

1 JOHDANTO

Hyllykallion kirjasto oli puoli elämäni neljän vuoden ajan. Työskentelin siellä määrällikaisena kirjastovirkailijana elokuusta 2008 aina elokuun loppuun 2012. Kun aloitin työt kirjastossa, se kuului vielä Nurmon kuntaan. Vuonna 2009 tapahtui kuntaliitos, joka liitti Nurmon ja Ylistaron Seinäjoen kaupunkiin. Entisten kuntien pääkirjastot siirtyivät Seinäjoen kaupunginkirjaston alaisuuteen ja niistä tuli lähikirjastoja, joihin kuuluvat Hyllykallion, Nurmon, Ylistaron ja Peräseinäjoen kirjastot.

Seinäjoen kaupunginkirjaston toiminta-ajatus luo pohjan kirjastojen tavoitteille ja päämäärille. Kirjastoissa noudatetaan yhteisiä menettelytapaohteita ja käytöskäytäntöjä. Kirjastojärjestelmä on kaikissa sama. Kirjastoille on annettu kuitenkin vapaus toimia omien voimavarojensa ja taloudellisten resurssiensa mukaan.

Hyllykallion kirjasto sijaitsee Hyllykallion, Tanelinrannan ja Kertunlaakson asutuskeskusten ympäröimänä. Kirjasto tekee yhteistyötä Hyllykallion, Tanelinrannan koulujen ja alueella toimivien päivähoitoyksiköiden kanssa. Kirjasto on kodikas ja viihtyisä. Sen asiakaskunta on vakiintunutta, vaikka alueelle muuttaa jatkuvasti uutta väestöä. Kirjasto haluaisi tavoittaa alueelle muuttavat uudet asukkaat. Tutkimuksen tavoitteena on Hyllykallion tiedotuksen kehittäminen ja sen avulla uusien asiakkaiden saaminen kirjastolle.

Aihe kumpuaa vuoden 2010 Opetusministeriön antamista Yleisten kirjastojen laatusuosituksista. Laatusuosituksia pohdittiin Seinäjoen kirjastoissa vuoden 2011 aikana ja Hyllykallion kirjasto nimesi kehittämiskohteeksi tiedotuksen kehittämisen. Tartuin aiheeseen innolla, koska opinnäytetyön tekeminen tuli ajankohtaiseksi. Aiheen koin haastavana ja tutkimisen arvoisena kokonaisuutena.

2 HYLLYKALLION KIRJASTON TOIMINTAYMPÄRISTÖ

Seinäjoen kaupunginkirjasto-maakuntakirjaston kirjastoverkkoon kuuluvat Seinäjoen pääkirjasto, Hyllykallion-, Nurmon-, Peräseinäjoen- ja Ylistaron lähikirjastot, kirjastoautot Sepe ja Ykä, Keski-Nurmon kombikirjasto sekä Kouran kyläkirjasto. Laina-asemia on Viitalan ja Kihniänkylän kouluilla. Lisäksi kirjastotoimintaa on Törnävän kirjastossa, Simunanrannan palvelukeskuksessa ja kotikirjastopalvelu vie sopimuksesta kirjat henkilöille, jotka eivät itse pääse esim. vamman, sairauden tai korkean iän vuoksi kirjastoon.

Kuortaneen kunnankirjaston kanssa on yhteinen kirjastojärjestelmä, kirjastokortti, käytösäännöt ja maksut. Yhteistä aineistokuljetusta Seinäjoen ja Kuortaneen kirjastojen välillä ei ole. Aineistokuljetukset hoidetaan postin välityksellä.

Tässä tutkimuksessa käsitellään Hyllykallion lähikirjastoa. Kirjastoverkko, joka tutkimuksessa esiintyy, on rajattu koskemaan Seinäjoen pääkirjastoa, lähikirjastoja ja kirjastoautoja.

2.1 Seinäjoen kaupunginkirjaston toiminta-ajatus

Seinäjoen kaupunginkirjasto-maakuntakirjasto turvaa vaikutusalueellaan tiedonsaannin, mahdollisuuden virkistykseen, henkiseen kasvuun ja elämyksiin tarjoamalla ammattitaitoisia ja tasavertaisia kirjastopalveluita yksilöiden tarpeet huomioon ottaen.

Tehtävänsä toteuttamiseksi kaupunginkirjasto tarjoaa kirjoja ja muuta aineistoa lainattavaksi ja kirjastossa käytettäväksi, antaa tietopalvelua ja opastaa kirjaston painetun, sähköisen ja muun aineiston käytössä. Lisäksi kirjasto toimii lukemaan innostajana yhteistyössä koulujen ja muiden tahojen kanssa.

Maakuntakirjastona kirjasto on alueellinen keskuskirjasto, jonka tehtävänä on kehittää toiminta-alueetta koskevaa tietopalvelua, antaa kaukolainoja kokoelmistaan, järjestää koulutusta sekä perehdyttää kirjastotyön uusiin toimintamuotoihin ja kehittämishankkeisiin.

Kirjastolla on lähikirjastoja ja lainausasemia. Kirjasto harjoittaa myös kirjastoautotoimintaa, kotipalvelua ja ylläpitää kirjastopalveluja sairaaloissa ja hoitolaitoksissa. (Seinäjoen kaupunginkirjasto, [viitattu 7.10.2012])

Lähikirjastoissa toiminta-ajatusta toteutetaan kunkin kirjaston voimavarat ja taloudelliset resurssit huomioon ottaen. Kirjastot tarjoavat kokoelmansa ja palvelunsa asiakkaidensa käyttöön. Hankinnalla ja poistoilla pyritään pitämään kokoelmat ajantasaisina ja kartuttamaan kokoelmaa asiakkaiden toivomusten mukaisesti.

Seinäjoen kaupunginkirjaston kirjastoverkon kirjastoilla on yhteinen kirjastojärjestelmä, käytösäännöt, maksut ja tietokannat. Jokaisessa kirjastossa on tietokoneita, joilta pääsee kirjautumaan tietokantoihin ja Seitti-tiedonhakuun. Aineistoja voi varata ja palauttaa mihin tahansa kirjastoon. Kuljetusfirman kautta ne kulkeutuvat oikeisiin kirjastoihin. Aineistokuljetukset ovat asiakkaille maksuttomia. Kirjastoista pääsee myös langattomaan verkkoon.

Kirjastoissa noudatetaan yhteistyösuunnitelmia, jotka on tehty koulujen ja kirjastojen sekä päivähoidon kanssa. Kirjastot edistävät kaikenikäisten lukuharrastusta ja osallistuvat sen tiimoilta erilaisiin valtakunnallisiin kampanjoihin. Kirjastoissa pidetään satutuokioita ja kirjallisuuspiirejä sekä järjestetään kirjailijavierailuja. Kirjastoissa tuotetaan erilaisia tapahtumia, tilaisuuksia ja näyttelyitä. Kirjastot menevät enenevässä määrin mukaan muiden järjestämiin tilaisuuksiin ja tapahtumiin.

Kirjastojen henkilökunta osallistuu erilaisiin maakuntakirjaston ja muiden tahojen järjestämiin koulutustapahtumiin, kokouksiin ja messuille. Henkilökunnan kaikenpuolista osaamista ja ammattitaitoa kehitetään ja ylläpidetään. Toiminnan tarkoituksena on antaa kuntalaisille tasavertaiset kirjastopalvelut kirjastojen vaikutusalueilla.

2.2 Lähikirjastoa tarvitaan

Lähikirjasto on kohtaamispaikka ja oleskelutila alueen asukkaille. Sinne tullaan lainaamaan kirjastoaineistoa, lukemaan lehtiä ja saamaan niitä palveluja, joita pääkirjastokin tarjoaa. Kirjasto tekee yhteistyötä lähialueen koulujen ja päiväkotien kanssa. Sen tapahtumat kohdistuvat kaikenikäiseen väestöön. Lähikirjastosta saadaan usein ensimmäinen kosketuspinta kirjastoon ja kirjastontyöntekijöihin. Sen palvelut ulottuvat kansalaisen koko elämänkaareen. Lähikirjasto on tuttu ja turvallinen pistäytymispaikka. Opetusministeriön kirjastopolitiikka linjaa, että ”lähikirjastot voivat keskittyä oman toimintaympäristönsä tarpeisiin painottamalla jotakin toimintaa erityisesti” (Opetusministeriön kirjastopolitiikka 2015, 32). Hyllykallion kirjastossa tämä merkitsee sitä, että kirjasto keskittyy lasten ja aikuisväestön kirjallisuuden hankintaan.

2.3 Hyllykallion sijainti

Hyllykallio on yksi Seinäjoen suurimmista asutuskeskuksista. Sinne muuttaa jatkuvasti uutta väestöä ja eteenkin lapsiperheitä. Alun perin Hyllykallio kuului Nurmmon kuntaan, mutta kuntaliitoksen myötä vuonna 2009 siitä tuli osa Seinäjokea. Hyllykallion läheisyydessä ovat Tanelinrannan ja Kertunlaakson asukaslähiöt. Asukkaita 31.12.2011 mukaan Hyllykalliolla oli 4 399, Kertunlaaksossa 1 518 ja Tanelinrannassa 1 644 (Mäntymäki 2012). Yhteensä asukkaita näissä lähiöissä oli 7 561, joka vastaa pienen kunnan asukaslukua. Hyllykallion tuntumassa ovat Roveksen ja Kapernaumin teollisuusalueet. Suuret liikekeskukset kuten Prisma, K-citymarket Päivölä, Minimani, Masku, Tokmanni ja Biltema sijaitsevat siellä. Vapaa-aikaa voi viettää Skaala-areenassa (pesäpallstadion), kuntokeskus Pulssissa ja Tanelinlammen virkistysalueella.

2.4 Hyllykallion lähikirjasto

Hyllykallion kirjasto sijaitsee Hyllykallion ja Tanelinrannan koulujen läheisyydessä. Kirjasto on samassa rakennuksessa kuin Hyllykallion seurakuntakoti, neuvola, hammashoitola sekä Hyllykalliokoti. Hyllykalliokoti on vanhusten palvelutalo, jonne kirjasto vie siirtokokoelman. Kirjoja viedään myös Hyllykallion neuvola-hammashoitolaan. Kirjaston asiakaskunta muodostuu lapsista, koululaisista, heidän vanhemmistaan ja aikuisväestöstä. Alueella sijaitsee useita päiväkoteja ja siksi on luontevaa tehdä yhteistyötä Hyllykallion koulun ja erilaisten päivähoitoryhmien kanssa. Kirjahankinnoissa tämä otetaan huomioon siten, että painopistealueina ovat lasten- ja nuortenkirjallisuus sekä kaunokirjallisuuskokoelmat.

Seinäjoen kaupunginkirjastoon on matkaa 3 km, Nurmon kirjastoon 6 km ja Keski-Nurmon kombikirjastoon 3 km. Alueella kiertää joka toinen viikko kirjastoauto. Kirjastoverkko on kattava ja kirjastopalvelut ovat jokaisen ulottuvilla.

Hyllykallion kirjastossa työskentelee kirjastonjohtaja ja kirjastovirkailija. Kummankin vastuualueet on määritelty toimenkuvissa. Käytännössä kumpikin tekee kaikkia kirjaston töitä, koska toinen toimii tarvittaessa toisen sijaisena. Työpäivät puolitehtaan siten, että molemmat ovat asiakaspalvelussa n. 3 ½ tuntia päivässä. Kirjasto on avoinna viitenä päivänä viikossa: maanantaista keskiviikkoon klo 12.00–19.00 sekä torstaina ja perjantaina klo 10.00–16.00, yhteensä 33 tuntia viikossa.

3 VAIKUTTAMINEN KIRJASTOSSA

Alla olevan määritelmän mukaan markkinoinnin tavoite on saada aikaan myyntiä, edistää tuotteiden houkuttelevuutta sekä saada yritykset ja asiakkaat kohtaamaan toisensa.

Marknadsföring omfattar alla de aktiviteter ett företag eller en organisation utför för att främja sin försäljning och sina produkters upplevda attraktivitet. Begreppet behandlar också vilka målgrupper av kunder företaget väljer att rikta sig till. Eller ännu enklare: marknadsföring gör att kunder och organisationer eller företag finner varandra. (Helinsky 2011, 8.)

Wymer Jr., Knowles ja Gomes kirjassaan "Nonprofit marketing" (2006, 6, 14, 88) korostavat, että voittoa tavoittelemattoman yrityksen tärkein viestinnän kohde ovat asiakkaat. Viestinnän suunnittelussa käytetään apuna viestintästrategiaa. Viestintäorganisaatio saavuttaa parhaiten tavoitteensa, kun organisaation tehtävät ja tavoitteet ovat selkeästi määriteltyjä. Organisaatio viestii asiakkaiden ja sidosryhmien kanssa.

3.1 Vaikuttamisen portaat

Kirjastot kuuluvat nonprofit eli voittoa tavoittelemattomiin organisaatioihin, joiden markkinoinnin tavoite on vaikuttaminen ja muutoksen aikaansaaminen sekä toiminnan jatkuvuus. Pirjo Vuokko kirjassaan "Nonprofit- organisaatioiden markkinointi" (2004, 43) kuvaa asiaa vaikuttamisen portailla.

Alimmalla portaalla on:

Toiminta: Millaisia tuotteita, palveluja ja toimintaa meidän tulisi tarjota ja mitkä ovat kohderyhmän tarpeet? Mitä tarjotaan ja kenelle?

Seuraava porras on:

Mielikuva: Mikä tarjonnassa on kohderyhmän kannalta merkityksellistä ja houkuttelevaa?

Ylimmällä portaalla on:

Tieto: Mitä tietoa meidän tulisi antaa ja miten?

Kirjastoissa vaikuttaminen merkitsee asiakaslähtöisyyden korostamista. Kirjastopalveluita tulisi kehittää asiakkaiden tarpeita kuunnellen ja vuoropuhelua käyden. Kirjaston tulisi olla yhteydessä nykyisiin ja tuleviin asiakkaisiinsa. Toiminta perustuu jatkuvuuden periaatteelle. (Yleisten kirjastojen laatusuositus 2010, 14.)

3.2 Viestinnän määritelmä

Viestinnän avulla luodaan ja tuodaan esille yrityksen missio, visio ja arvot. Tiedottamiseen kuuluu yrityksen sisäinen ja ulkoinen viestintä. Viestinnän avulla tehdään yritys tunnetuksi, uutisoidaan siitä ja annetaan myönteinen kuva sidosryhmille. (Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2008, 9.)

Maria Mäkelän luentomonisteet (2012) kirjasto- ja tietopalvelualan aikuisopiskelijoille (AH10KIKO) kuvaavat viestintää seuraavasti:

Viestintä on kommunikaatioita, jonka tarkoituksena on

- jakaa
- tehdä yhteiseksi
- tehdä osalliseksi
- viestiä
- neuvotella.

Tämä määritelmä on yhtenäinen Seinäjoen kaupungin viestintästrategian kanssa, jota myös kaupunginkirjasto noudattaa. Strategia määrittelee viestinnän tehtäväksi edistää

- asukkaiden osallisuutta
- Seinäjoen näkyvyyttä
- hyvää viestintää
- yhteisöllisyyttä.

Seinäjoen kaupungin visio on, että kaupunki on sen asukkaille ja yrityksille luotettava yhteistyökumppani. Seinäjoki-brändi ja vahvuudet tunnetaan valtakunnallisesti ja kaupunki on henkilöstöviestinnän edelläkävijä. (Seinäjoen kaupungin viestintästrategia 2010–2012, 3.)

Viestintä on tiedottamista, markkinointia, henkilöstöviestintää, sosiaalista mediaa, ulkoista viestintää, kansainvälistä viestintää, yhteiskuntasuhteita, kriisiviestintää, mainontaa, sponsoriyhteistyötä ja tapahtumia (Mäkelä 2012).

Viestintä jaetaan sisäiseen ja ulkoiseen viestintään. Ulkoinen viestintä kohdistuu ulkopuoliseen yleisöön, vaikuttajiin ja asiakkaisiin. Sisäinen viestintä on kohdistettu henkilökunnalle tai se on alaisten ja esimiesten välistä sekä työkavereiden keskinäistä viestintää. Viestintää tapahtuu kirjallisesti, suullisesti tai sähköisesti. (Pesonen 2012, 115.)

3.3 Sisäinen viestintä kirjastossa

Hyllykallion kirjasto on osa Seinäjoen kaupunginkirjastoa, joten sisäinen viestintä toimii sisäisessä verkossa olevan levyaseman eli R-aseman kautta. Sinne kirjataan kaikki Seinäjoen kaupunginkirjastoa koskevat päätökset, kokospöytäkirjat ja suunnitelmat sekä muita tärkeitä asioita. R-asemalle on kaikilla vakituisilla tai heihin rinnastettavilla henkilöillä kirjaantumisoikeus tunnusten avulla. Lisäksi kirjastossa pidetään henkilöstökokouksia, osastonjohtajakokouksia ja eri työryhmien kokouksia säännöllisin väliajoin. Kehityskeskusteluja käydään kerran vuodessa kaikkien työntekijöiden kesken. Koko henkilökuntaa tiedotetaan sähköpostin avulla tärkeistä asioista.

Seinäjoen kaupunginkirjastolla on käytössä myös yhteinen Etelä-Pohjanmaan kirjastoja koskeva MaakuntaWiki. Kirjautumiseen tarvitaan tunnukset. Sinne viedään tietoja kirjastoja koskevista ajankohtaisista asioista ja keskustellaan esim. maakuntakirjastokokouksissa käsitellyistä asioista. Se toimii myös tiedotuskanavana kirjaston työntekijöille koulutustapahtumista.

Seinäjoen kaupunginkirjastolla on oikeus käyttää myös Seinäjoen kaupungin intranettia, jota Aaltonetiksi kutsutaan. Kirjautumiseen tarvitaan tunnukset. Aaltonetissä on kaikkia kaupungin henkilöstöä koskevia tiedotus- ym. asioita ja erilaisia lomakkeita. Henkilökuntalehti Alvari on sitä kautta luettavissa bdf-muodossa. Alvari ilmestyy myös paperiversiona ja se toimitetaan kaikkiin kaupungin toimipisteisiin.

Hyllykallion kirjaston sisäinen viestintä on päivittäistä. Viestintä on avointa ja luottamukseen perustuvaa. Tärkeät asiat kirjataan ylös. Varsinaisia henkilökunnan palaverieita pidetään tarvittaessa. Suunnitelmiin ja päätöksentekoon osallistuvat molemmat työntekijät. Tapahtumista, koulutuksista ja kokouksista voidaan keskustella heti, kun siihen tarjoutuu tilaisuus, usein jo saman päivän aikana.

3.4 Ulkoinen viestintä kirjastossa

Kirjaston ulkoinen viestintä suunnataan asiakkaille, potentiaalisille asiakkaille, päättäjille ja sidosryhmille. Viestintää ovat tiedottaminen, markkinointi, ajankohtais-tiedottaminen, maineen hallinta ja vaikuttaminen sekä sidosryhmäviestintä ja lobbaus. (Juntunen 2012, 135.)

Tiedottaa voi eri tiedotusvälineiden kautta. Tiedottamisen tärkeäksi kanavaksi ovat muodostuneet kirjaston omat kotisivut. Ne eivät kuitenkaan yksinään tavoita kaikkia kirjastosta kiinnostuneita tahoja. Viestin perillemenoon tarvitaan edelleen perinteisiä kanavia kuten sanoma- ja paikallislehtiä. Tiedottaa voi myös radiossa ja te-

levisiossa, vaikka se on kallista. Paikallisradiota ja televisiota saattaisi kiinnostaa kirjaston toiminnasta kertominen ja näkyvyyden aikaansaaminen.

Kirjaston tarjoamat kokoelmat, palvelut ja henkilökunnan asiantuntemus kuuluvat kaikille kuntalaisille. Miksi siis vaieta, kun niistä voi kuuluttaa kaikille tahoille eri tiedotuskanavia pitkin? Onko kirjaston vika, jos sen tarjoamia palveluita ei käytetä tai niistä ei tiedetä?

Kyllä, se on kirjaston oma vika. Markkinointi kuuluu kirjastolle, vaikka se ei tavoittele voittoa. Toimintaa kuitenkin tilastoidaan ja arvioidaan kirjaston käytöllä ja lainan hinnalla per asukas. Määrällisen kasvun tavoite on jokaisen kirjaston päämäärä. Jos nämä tavoitteet eivät täyty, ja tilastot laskevat, kirjasto kokee epäonnistuneensa tehtävässään. Markkinoinnin avulla pyritään tiedottamaan kirjaston toiminnasta ja saamaan kuntalaiset tietoisiksi sen tarjonnasta. Täkyjä kannattaa pitää yllä ja pohtia, mikä kulloinkin olisi se paras keino saada asiakas tulemaan kirjastoon.

4 HYLLYKALLION KIRJASTON BRÄNDI

4.1 Kirjaston brändi

Kirjastolla on Juntusen (2012, 140) mukaan hyvä maine. Se koetaan luotettavana tiedon, taidon ja elämysten välittäjänä. Henkilökunnan koulutustaso on korkeaa luokkaa. Kirjaston saatavuus on hyvä. Kirjaston käyttö on lähes maksutonta.

Seinäjoen kaupungin viestintästrategia korostaa Seinäjoki-brändin luomista. Seinäjoen kaupungin uusi kirjastotalon julkisivu viestii kuntalaisille korkeatasoisesta kirjastolaitoksesta. Sen avarat lasi-ikkunat kutsuvat sisään. Kuparinen ulkokuori on monumentaalinen. Ulkoasuun totutaan kuitenkin nopeasti, joten kirjaston palvelut, kokoelmat, asiakkaan huomioon ottaminen, tilajärjestelyt, viihtyvyys ja sisäiset arvot luovat pohjan Seinäjoen kaupunginkirjaston brändille ja maineelle.

4.2 Hyllykallion kirjaston maine

Vaarana on, että pienet lähikirjastot jäävät pääkirjaston varjoon. Mikä on Hyllykallion kirjaston brändi ja profiili tulevaisuudessa? Kotisivuillaan kirjasto korostaa, että se on pieni, kodikas lähikirjasto. Kirjastolle tulee palautetta juuri tästä, että se on söpö pieni kirjasto, josta on helppo löytää kirjoja. Kokoelmat on luotu silmälläpitäen lapsiperheiden ja aikuisväestön tarpeita. Tässä on sen vahvuus ja brändi, jota tulee korostaa. Kirjaston tunnettavuuden parantamiseen on syytä kiinnittää huomiota ja mainostaa näitä vahvuuksia.

4.3 Hyllykallion kirjaston asiakastyytyväisyyskysely

Hyllykallion kirjaston asiakastyytyväisyyskysely toteutettiin vuonna 2007, jolloin kirjasto oli juuri muuttanut nykyisiin tiloihin.

Asiakastyytyväisyyskyselyn avulla selvitettiin aikuisten ja lasten- ja nuortenosastojen kokoelmaa ja palveluita. Molemmille ryhmille suunnattiin oma kysely. Vastauksia saatiin kaikkiaan 135, joista aikuisia oli 53 ja lapsia/nuoria 82. Osastojen kokoelmia ja kirjaston tarjoamia palveluita pidettiin hyvinä. Kirjaston uudet tilat koettiin valoisina ja asianmukaisina. Lapset kaipasivat lisää äänikirjoja, lastenmusiikkia, nuorten aikuisten romaaneja, dvd-levyjä, sarjakuvia, jännitysromaneja, jääkiekkoihteisia kirjoja ja lehtiä. Aikuiset kaipasivat lisää ääni-, runo-, käsityö- ja matkakirjoja sekä lukuromaneja (Kesäniemi 2007).

Kuluneiden vuosien aikana toivomuksiin on vastattu ja kokoelmaa on kartutettu asiakastyytyväisyyskyselyn mukaisesti.

4.4 Hyllykallion kirjaston aiheenmukainen hyllyluokitus

Salla Suomela on tehnyt opinnäytetyön Oulun ammattikorkeakouluun v. 2006 ”Hyllykallion kirjaston hyllyluokitus”. Sen seurauksena Hyllykallion kirjaston romaanit ovat järjestelty kirjallisuuden genreihin eli aihepiireihin perustuvan hyllyluokituksen mukaan. Hyllykalliolla se merkitsee sitä, että kaunokirjallisuudesta ovat rakkaus-, historialliset romaanit, sota-, jännitys-, dekkarit, erä-, pakinat ja fantasiakirjallisuus eroteltu omiksi ryhmikseen hyllyihin.

Asiakastyytyväisyyskyselyssä tiedusteltiin, mitä mieltä asiakkaat ovat aiheenmukaisesta hyllyluokituksesta. Sitä pidettiin selkeänä, mikä auttaa kirjojen löytymistä hyllystä. Osa asiakkaista koki, että luokitus on sekava (Kesäniemi 2007).

Kirjastot ovat siirtymässä aiheenmukaiseen luokitukseen, koska Yleinen suomalainen asiasanasto eli YSA asiasanoittaa romaanit genrejen mukaan. Seinäjoen kaupunginkirjasto-maakuntakirjaston kaunokirjallista aineistoa on järjestelty aiheenmukaisesti vuoden 2011 aikana. Se tulee näkymään kirjojen sijoittelussa uuden kirjastotalon valmistumisen myötä elokuussa 2012.

Yleinen suomalainen asiasanasto (YSA) verkossa (VESA) on kaikki tieteenalat kattava yleissanasto. Sitä käytetään kirjojen, artikkeleiden ja muiden aineistotyyppien asianastoitukseen ja tiedonhakuun. (Yleinen suomalainen asiasanasto, 1994, 7.)

5 TUTKIMUKSEN TAVOITTEET

5.1 Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimusongelma

Tutkimuksen tavoitteena on Hyllykallion kirjaston tiedotuksen kehittäminen.

Opetusministeriön Yleisten kirjastojen laatusuositus vuodelta 2010 ohjeistaa kirjastoja markkinoimaan ja viestimään toiminnastaan avoimesti ja säännöllisesti eri tiedotusvälineiden kautta. Kirjastojen tiedottamiselle tulisi asettaa selkeät tavoitteet. Kirjastoja kehoitetaan verkostoitumaan, menemään mukaan sosiaaliseen mediaan ja virtuaalisiin verkkoihin. Kirjastojen toivotaan osallistuvan erilaisiin tapahtumiin ja tilaisuuksiin. Asiakkaille tulisi luoda mahdollisuudet antaa palautetta kirjastojen toiminnasta ja tuloksista. (Yleisten kirjastojen laatusuositus, 42, 66- 67.)

Laatusuositusta pohdittiin Seinäjoen kaupunginkirjastossa vuoden 2011 aikana. Hyllykallion kirjastossa kehittämiskohteeksi nousi kirjaston tiedotuksen kehittäminen. Toimeksianto tutkimuksen tekemiseen tuli Hyllykallion kirjastonjohtajalta.

Tutkimusongelma on tiivistetty kysymykseen: miten Hyllykallion tiedotusta ja kirjaston löytyvyyttä tulee kehittää ja mitä mielikuvia kirjastopalvelut asiakkaissa herättävät?

Tavoitteena on Hyllykallion kirjaston tiedotuksen kehittäminen ja sen kautta uusien asiakkaiden saaminen kirjastolle.

5.2 Kyselytutkimus

Tietoa päätettiin kerätä kyselytutkimuksen avulla, joka tunnetaan survey-tutkimuksen keskeisenä menetelmänä. Siinä aineistoa kerätään standardoidusti ja kohdehenkilöt muodostavat otoksen tai näytteen tietystä perusjoukosta. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 193.) Kysymykset olivat monivalintakysymyksiä, avoimia tai niiden välimuotoja.

Koska Seinäjoen kaupunginkirjasto sulki ovensa 28.5.2012 ja aloitti muuton uuteen kirjastotaloon, pääteltiin, että uusia ensi kertaa asioivia henkilöitä alkaisi virrata Hyllykallion kirjastoon. Kysely päätettiin kohdistaa heille sekä uusille kirjastokorttia tekeville asiakkaille.

Kysely toteutettiin kontrolloituna kyselynä ja tarkemmin informoituna kyselynä. Hirsjärven, Remeksen ja Sajavaaran (2009, 196) mukaan informoitu kysely tarkoittaa, että lomakkeet jaetaan henkilökohtaisesti halutulle kohdejoukolle. Hyllykalliolla tämä tapahtui siten, että tiskin alta jaettiin lomakkeita asiakkaille, joiden huomattiin asioivan ensikertaa kirjastossa. Uudet asiakkaat, joille tehtiin kirjastokortti, olivat selvä kohdejoukko. Lomakkeen antamisen yhteydessä kerrottiin, mitä kyselyn avulla tutkitaan. Asiakkaat täyttivät lomakkeen heti ja palauttivat sen kirjaston henkilökunnalle. Lomakkeet kerättiin laatikkoon odottamaan käsittelyä. Kysely oli saatavilla kirjastossa 28.5. – 20.8.2012. Vastauksia saatiin kaikkiaan 85 kappaletta.

Koska havaintoyksiköiden eli vastausten määrä jäi alle sataan, otokseen otettiin mukaan kaikki 85 vastausta. Kyseessä oli kokonaistutkimus eli sensus (census) (Kananen 2010, 96). Kokonaisuustutkimuksessa tutkitaan kaikki vastaukset, joten niiden luotettavuus eli valideetti täyttyy. Sisältövaliditeetiksi eli mittareiksi valittiin tiedotuksen ja kirjaston toiminnan kannalta tärkeäksi koettuja asioita ja palvelumuotoja. (Kananen 2010, 129–130.) Vastausten avulla kehitetään kirjaston tiedotusta ja pyritään lisäämään kirjaston asiakaskuntaa.

5.3 Vastausten käsittely

Kyseessä oli kvantitatiivinen (määrällinen) eli tilastollinen tutkimus. Se vastaa kysymyksiin: Mikä? Missä? Paljonko? Kuinka usein? Vastaukset käsiteltiin Excel-
taulukko-ohjelman avulla, koska muuttujia oli vähän. (Heikkilä 2008, 17, 122.)

Muuttujaksi otettiin ikä. Vastanneista naisia oli 87 % ja miehiä 13 %, joten ei ollut mielekästä käsitellä heitä erikseen. Paitsi kysymyksen 12 kohdalla, joka oli avoin, naiset ja miehet käsitellään erillisinä joukkoina. Muissa kysymyksissä vastaukset käsiteltiin ikäryhmittäin, joista eniten vastauksia kertyi 26–65-vuotiaiden ikäryhmässä.

6 TUTKIMUSTULOKSET

6.1 Sukupuolijakauma prosentteina ja ikäryhmä

Kyselyyn vastasi yhteensä 85 henkilöä, joista naisia oli 74 eli 87 % ja miehiä 11 eli 13 %. Naisia liikkui kirjastossa kesän aikaan paljon. Miesten osuus jää alhaiseksi, koska se on vain 13 % kaikista vastanneista.

Taulukko 1. Sukupuoliosuus prosentteina

Sukupuoli	Vastanneet	%
Nainen	74	87 %
Mies	11	13 %
Yhteensä	85	100 %

Vastaukset käsiteltiin ikäryhmittäin, koska miesten vastauksia oli vähän. Ei siis ollut mielekästä erotella erikseen miesten ja naisten ryhmiä. Oheinen taulukko selvittää asiaa. Ikäryhmistä muodostui neljä joukkoa, jotka ovat 0–15 v., 16–25 v., 26–65 v. ja yli 65 v.

Taulukko 2. Ikäryhmä jaottelu

Sukupuoli	0–15 v.	16–25 v.	26–65 v.	yli 65 v.	Yhteensä
Nainen	5	17	46	6	74
Mies	1	1	6	3	11
Yhteensä	6	18	52	9	85

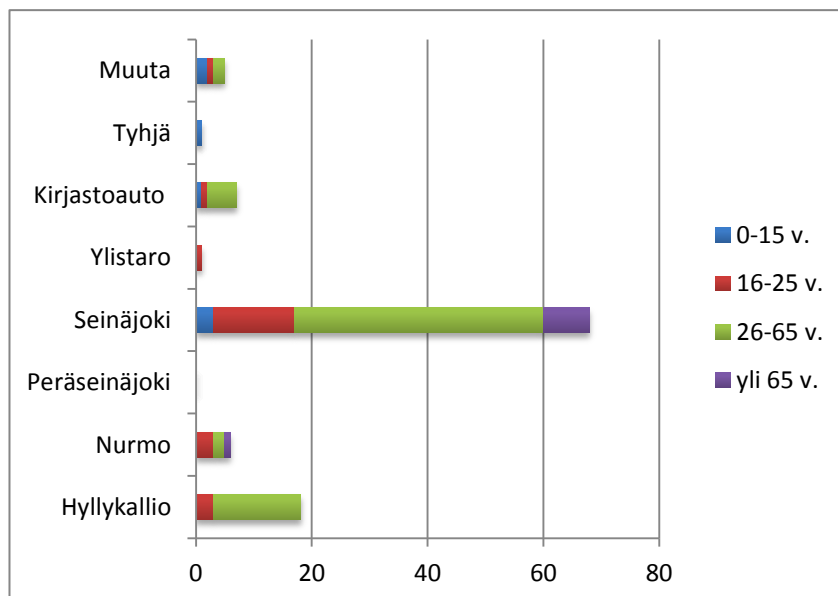
Ikäryhmät jaoteltiin 0–15-vuotiaisiin lapsiin ja nuoriin, 16–25-vuotiaat ovat nuorten ja aikuisten ryhmä, 26–65-vuotiaat ovat työssäkäyviä. Yli 65-vuotiaat ovat siirtymässä pois työelämästä tai eläkeläisiä.

Eniten kirjastoa käytti 26–65-vuotiaiden työikäisten ryhmä. Asia selittyy sillä, että he ovat usein pienten lasten vanhempia. Otanta-ajankohta ajoittui koululaisten ja työikäisten kesälomien aikaan ja tämä saattoi myös osaltaan selittää heidän suurta vastaajamääräänsä. Luettavaa haettiin omiin ja pienten lasten lukutarpeisiin.

Huolestuttavaa oli, että lapset ja nuoret eivät tulleet kirjastoon. Oletamus oli, että heitä olisi asioinut kirjastossa enemmän. Pääkirjaston sulkuaika sijoittui koulujen lomien kanssa päällekkäin, mutta sillä ei näyttänyt olevan vaikutusta lasten ja nuorten aktiivisuuteen. Yli 65-vuotiaiden osuus jäi myös vähäiseksi. Hyllykalliolle liikennöi bussi kirjaston aukioloaikoina 6-9 kertaa / pv, joten kulkuyhteydet Seinäjoki-Hyllykallio-Nurmo -akselilla olivat hyvät.

6.2 Kirjaston käyttö

Kysymyksen avulla haluttiin selvittää, mistä kirjastoista asiakkaita tuli Hyllykallion kirjastoon, kun Seinäjoen kaupunginkirjasto oli kesällä kiinni.



Kuvio 1. Kirjaston käyttö

Kuten kuvioista 1 näkyy kaikista ikäryhmistä eniten asiakkaita tuli Seinäjoelta eli n. 80 %. Seuraavaksi eniten tuli Hyllykalliolta eli n. 20 %. Peräseinäjoelta ei käynyt kesän aikaan yhtään asiakasta.

0–15-vuotiaista yksi asiakas käytti Ilmajoen kunnankirjastoa.

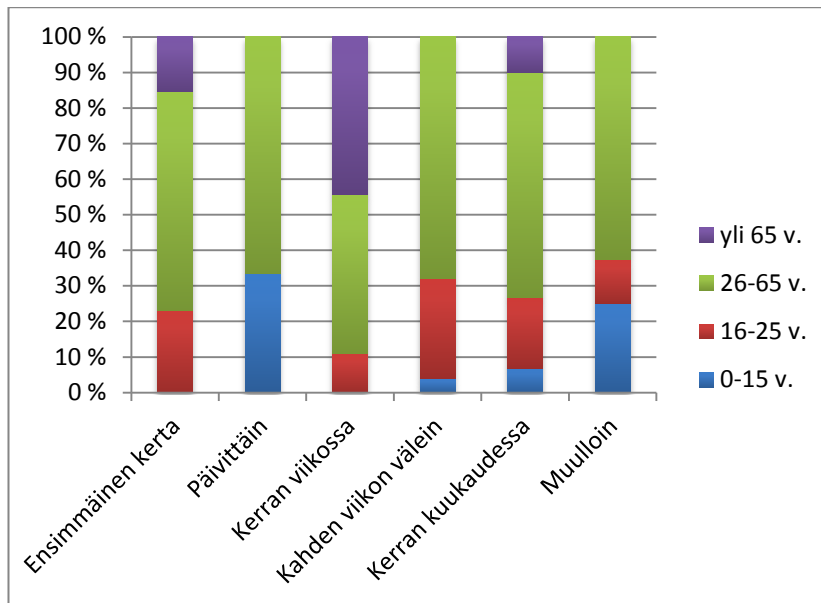
16–25-vuotiaista yksi asiakas käytti sekä Hyllykallion, Seinäjoen ja Ylistaron kirjastoa ja yksi Tampereen kaupunginkirjastoa. Yksi vastanneista ilmoitti asuneensa Suomessa 1,5 kuukautta ja oli nyt ensimmäistä kertaa Hyllykallion kirjastossa. Joukossa oli myös yksi vastaus, missä ei ollut ympyröity mitään vaihtoehtoa.

26–65-vuotiaista viisi asiakasta käytti Hyllykallion ja Seinäjoen kirjastoa. Neljä käytti Seinäjoen kirjastoa sekä kirjastoautoa ja yksi käytti Hyllykallion ja Nurmon kirjastoa. Näiden lisäksi käytettiin myös Lapuan ja Lappeenrannan kirjastoja.

Seinäjoen kaupunginkirjaston kirjastoverkon kirjastot ovat enimmillään noin 35 km etäisyydellä toisistaan. Lisäksi kirjastoautot liikkuvat lähiöissä ja taajamissa viikoittain, joten se mahdollistaa asioinnin useamassa kirjastopisteessä. Lapua ja Ilmajoki ovat lähietäisyydellä, mutta eivät kuulu Seinäjoen kirjastoihin. Lappeenrannasta ja Tampereelta tulleet olivat ilmeisesti kesälomalla ja pistäytyivät hakemassa luettavaa Hyllykallion kirjastosta.

6.3 Käyntikertojen tiheys

Aktiivikäyttäjiksi Serola ja Vakkari (2011, 44) määrittelevät henkilöt, jotka käyvät kirjastossa kerran kuussa. Passiivikäyttäjiksi ovat henkilöt, jotka käyttävät kirjastoa harvemmin kuin kerran kuussa, mutta kuitenkin muutaman kerran vuodessa. Eikäyttäjiksi ovat henkilöt, jotka eivät käy kirjastossa lainkaan tai eivät käy nykyisin.



Kuvio 2. Käyntikertojen tiheys

Kuviosta 2 näkyy, että suurin ryhmä kirjastoon tulleista asiakkaista olivat ns. aktiivikäyttäjiä, jotka asioivat kirjastossa kerran kuukaudessa tai useammin eli kahden viikon välein. Kerran kuukaudessa käyviä oli 34 %. Kahden viikon välein asioivia oli 28 %. Ensimmäistä kertaa kirjastoon tulleita oli 15 %. Päivittäin kirjastoa käytti lasten ja nuorten ikäryhmä eli 0–15-vuotiaat sekä 26–65-vuotiaat.

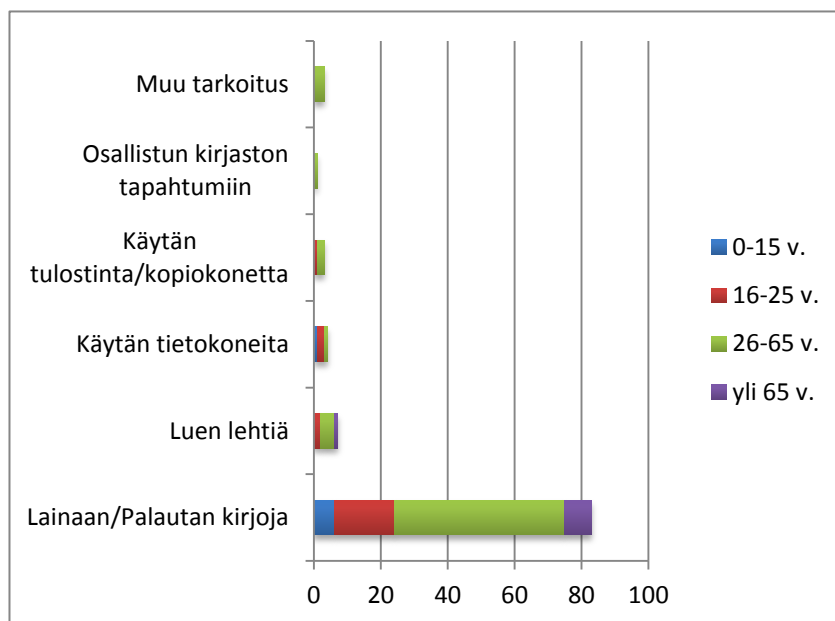
Joukossa oli myös asiakas, joka kertoi käyttävänsä kirjastoa 1-2 kertaa viikossa. Vuodenajoilla oli myös vaikutusta, kuinka usein kirjastoa käytetään. Talvella saataan käydä kerran viikossa ja kesällä kahden viikon tai kuukauden välein.

Passiivikäyttäjät ilmoittivat käyttävänsä kirjastoa välillä useammin ja välillä harvemmin tai noin kolme kertaa vuodessa. Yksi asiakas käytti kirjastoa muutaman kerran vuodessa ja yksi käytti parin kuukauden välein. Lisäksi yksi vastaaja käytti kirjastoa kuusi kertaa vuodessa.

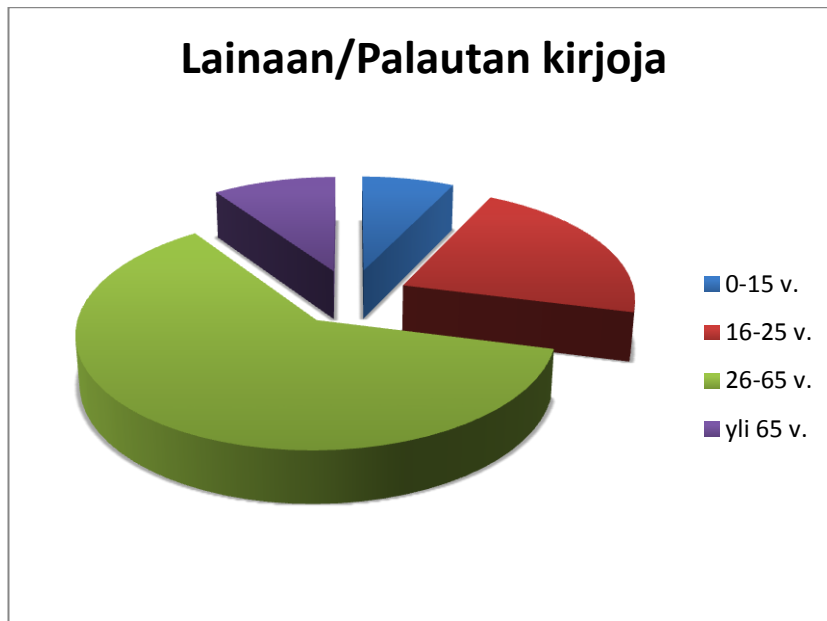
6.4 Kirjastokäynnin tarkoitus

Vakkarin (1983, 13) mukaan kirjaston käyttö on sitä, että henkilö käy kirjastossa. Kirjastossa käynniksi riittää, että henkilö on käynyt kirjastossa ja tullut sieltä ulos. Tämä käsite on laaja, koska kirjastossa ei tarvitse tehdä mitään. Riittää, että pistäytyy kirjastossa. Määritelmä on kuitenkin edelleen käyttökelpoinen, koska tähän perustuvat kirjaston kävijälaskentaotannot.

Vakkari (1983, 14) täsmentää väittämänsä edelleen, että kirjastonkäyttö tarkoittaa sitä, että henkilö käy kirjastossa ja käyttää ainakin yhtä kirjaston palvelumuodoista hyväkseen. Täsmennys tuntuu loogiselta, koska yleensä kirjastossa myös tehdään jotain, eikä vain kuljeta sisälle ja ulos.



Taulukko 3. Miksi kirjastoon



Kuvio 4. Lainaan / Palautan kirjoja

Kuviot 3 ja 4 osoittavat, että kirjastoon tultiin lainaamaan ja palauttamaan kirjoja. Kyselyssä tähän kohtaan oli vastattu eniten kaikissa ikäryhmissä. Seuraavaksi eniten luettiin lehtiä ja käytettiin tietokonetta. Kirjastossa otettiin myös kopioita tai tulosteita. Vain harva vastanneista osallistui kirjaston järjestämiin tapahtumiin. Kirjasto koettiin myös sosiaalisena paikkana, jonne tullaan tapaamaan muita ihmisiä. Yksi vastanneista ilmoitti olevansa töissä kirjastossa.

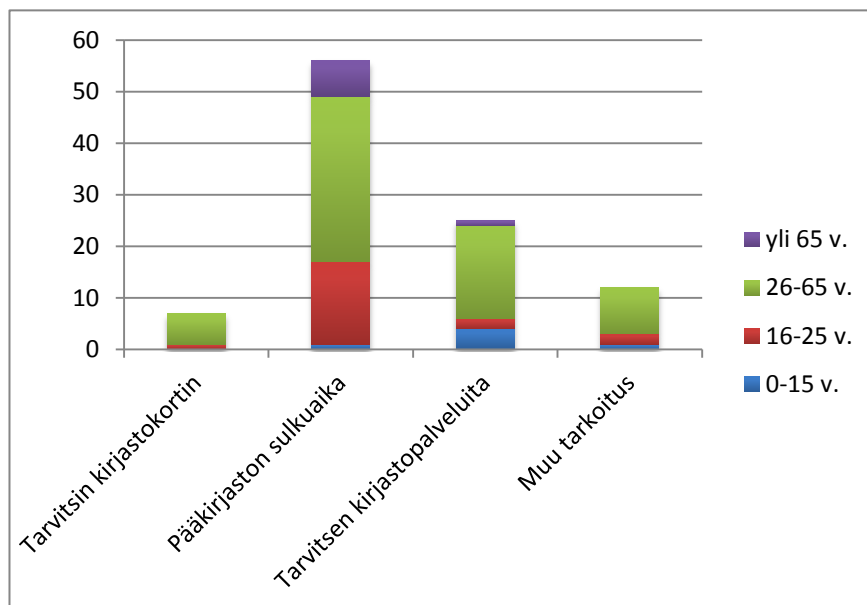
7 KYSELYTUTKIMUKSEN HYLLYKALLION KIRJASTON OSUUS

Yleisten kysymysten jälkeen kyselytutkimus haluttiin kohdistaa Hyllykallion kirjastolle. Tutkimuksen tarkoituksena on kehittää Hyllykallion tiedotusta. Sen takia oli tärkeää kohdistaa kysymykset koskemaan ko. kirjastoa.

Seinäjoen kaupunginkirjasto sulki ovensa uuteen kirjastotaloon siirtymisen vuoksi 28.5. – 19.8.2012. Muuton aikana pääkirjaston aineistot eivät olleet lainattavissa eivätkä varattavissa. Lainattavan aineiston laina-aikaa pidennettiin syyskuulle asti. Kirjaston toiminta ohjattiin lähikirjastoihin ja kirjastoautoihin. Järjestelyn takia oli odotettavissa, että Hyllykalliolle tulisi ensimmäistä kertaa asioivia ihmisiä. Kyselytutkimus kohdistettiin heille sekä uusille asiakkaille, joille tehtiin kirjastokortti.

7.1 Hyllykallion kirjastoon

Kysymyksen avulla selvitettiin sitä, mikä sai asiakkaat tulemaan Hyllykallion kirjastoon juuri nyt.



Kuvio 5. Hyllykallion kirjastoon juuri nyt

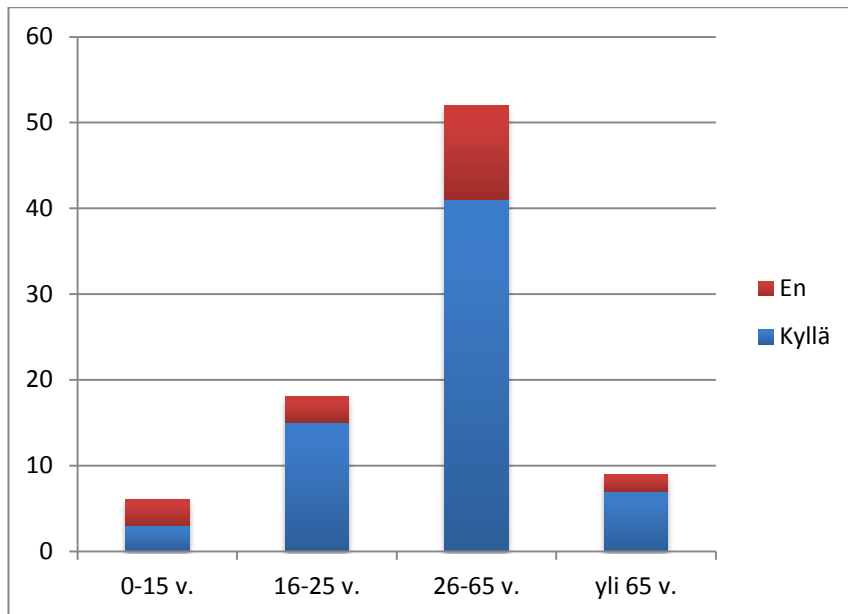
Kuvio 5 mukaan pääkirjaston sulkuaika oli syy tulla Hyllykallion kirjastoon. Ensimmäistä kertaa Hyllykallion kirjastossa asioivista 65 % tuli pääkirjaston sulkuajan vuoksi. Myös kirjastopalveluiden takia tultiin kirjastoon. Aiemmin kävi jo ilmi, että ylivoimaisesti tärkein syy tulla kirjastoon oli kirjojen lainaaminen ja palauttaminen. Kirjastopalveluiden tarve ja pääkirjaston sulkuaika kytkeytyi toisiinsa, sillä yhdessä ne muodostivat syyn hakeutua kirjastoon. Uusia asiakkaita oli 8 % vastanneista.

Avoimeen kohtaan tulleita mielipiteitä:

Kirjastoon tultiin, koska se oli matkan varrella ja on kiva käydä eri kirjastoissa. Eräs haki lukemista matkalle. Toinen tykkäsi lukea ulkona. Joku tuli lainaamaan kolme vuotiaan tytön kanssa kesälukemista. Yksi kertoi, että halusi lainata tietyn kirjan, joka oli hyllyssä Hyllykallion kirjastossa ja parissa muussa. Hän asioi samalla Prismassa. Yksi oli lähtenyt ”isännän” mukaan hakemaan varattua kirjaa ja hänelle se oli ensimmäinen kerta Hyllykallion kirjastossa. Yhden mielestä Hyllykallion kirjastosta löytyy aina uusimpia kirjoja hyvä valikoima. Yksi vastasi, että hänen haluamansa kirja oli saatavissa kirjastosta heti. Kaksi asiakasta oli muuttanut Hyllykalliolle ja tuli nyt Hyllykallion kirjastoon. Pari asiakasta halusi lainata kirjoja. Yksi asiakas ei antanut selitystä muulle tarkoitukselle.

7.2 Hyllykalliolla oma kirjasto

Tutkimuksen lähtökohtana oli väite, että asiakkaat eivät tiedä, että Hyllykalliolla on oma kirjasto. Kirjasto saa jatkuvasti palautetta tästä. Asiaa kartoitettiin kyselyn avulla.



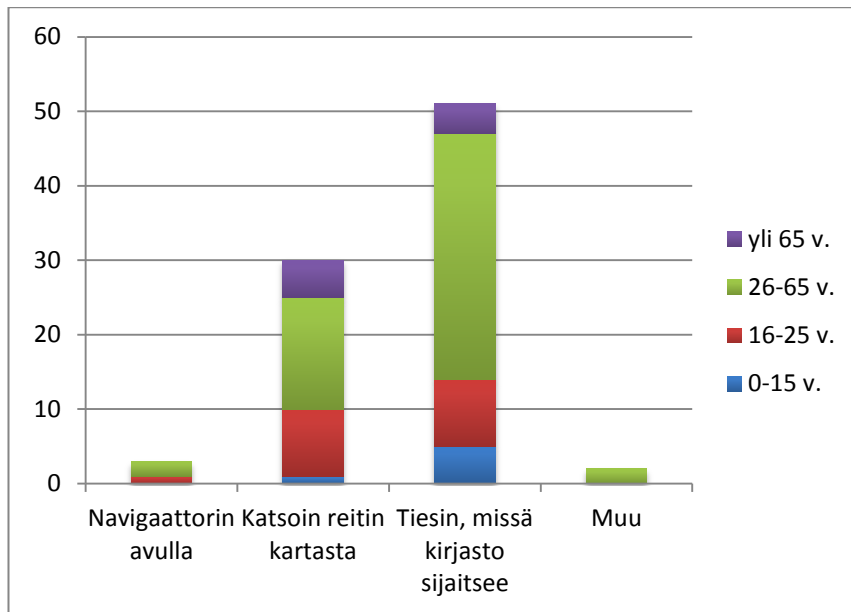
Kuvio 6. Hyllykalliolla oma kirjasto

Kuten kuviosta 6 selviää vastanneista 66 eli 77 % tiesi kirjaston olemassaolon ja vain 17 eli 23 % ei tiennyt, että Hyllykalliolla on oma kirjasto. Ensimmäistä kertaa kirjastossa asioi 13 henkilöä eli 15 % vastanneista ja uusi kirjastokortti tehtiin 7 henkilölle eli 8 %. Tutkimus osoittaa, että valtaosa asiakkaista tiesi, että Hyllykalliolla on oma kirjasto ja pääasiallinen syy tulla kirjastoon oli kaupunginkirjaston sulku-aika.

Pari asiakasta ilmoitti, että sai ikään kuin vahingossa tietää, kun eksyi lenkille ja ystävä kertoi kirjaston olemassaolosta.

7.3 Perille kirjastoon

Kirjasto saa palautetta siitä, että se on vaikeasti löydettävissä. Tutkimuksen avulla haluttiin selvittää, kuinka uudet asiakkaat löysivät tien perille.

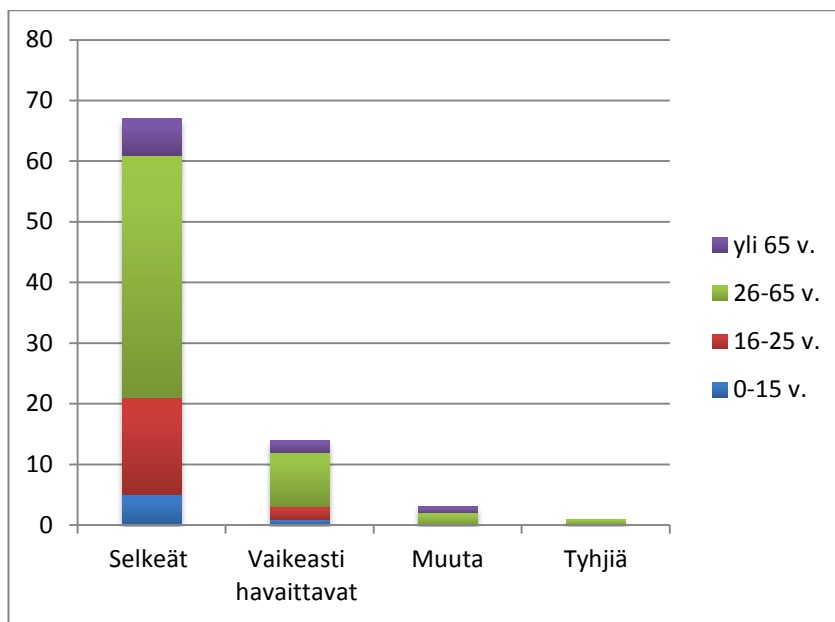


Kuvio 7. Kirjaston löytyvyys

Kuviosta 7 käy ilmi, että väite ei pitänyt paikkaansa. Vastanneista 60 % ilmoitti, että tiesi, missä kirjasto sijaitsee. Karttaa tai navigaattorin apua oli tarvinnut 39 % vastanneista. Muut eli 1 % vastanneista oli saanut tietää kirjaston sijainnin ystävän tai omaisen välityksellä.

7.4 Opasteiden selkeys

Kirjasto on saanut palautetta siitä, että tiekyltit kirjastoon ovat epäselvät. Tutkimuksen tulos osoitti, että väite ei pidä paikkaansa.



Kuvio 8. Tiekylyt opasteet

Kuviosta 8 käy ilmi, että asiakkaista 79 % oli sitä mieltä, että tiekylyt ovat selkeitä ja 16 % oli sitä mieltä, että tiekylyt ovat vaikeasti havaittavissa. Kysymykseen oli annettu myös avoin vastausvaihtoehto ja siihen tuli seuraavia kommentteja:

”Mustapohjainen kyltti näkyi ”isolle” tielle hyvin, mutta kun tielle kääntyi, meinasi mennä (ja menikin) oikeasta liittymästä ohi. Kirjasto teksti, kun oli vain rakennuksen kyljessä.”

”Viittakin voisi vielä vasemmalle olla.”

”Pienet kyltit risteyksessä vaikea havaita ja perille päästessään miettii, onko tämä nyt varmasti kirjasto.”

”Vähän huonosti havaittava opastus.”

”Navigaattori ohjasi väärälle puolelle taloa. Vähän piti hakea ennen kuin oikea ovi löytyi.”

”Rakennus ei erotu päiväkodista, kouluista ja seurakuntakeskuksesta. Ei hahmota sitä kirjastoksi. Ensimmäisellä kerralla joutuu hakemaan oikeaa ovea.”

”Opasteet epäselvästi asetettu. Kirjasto on piilossa.”

"Prisman suunnasta lähestyessä kirjaston kyltin ehtii nähdä, mutta Kuortaneelta päin tullessa kyltti on puiden tms. peitossa. Apukuski ehti sen vilaukselta nähdä, mutta kuljettajana en sitä ehtinyt havaita."

"Vähän vaatii hakemista ensin."

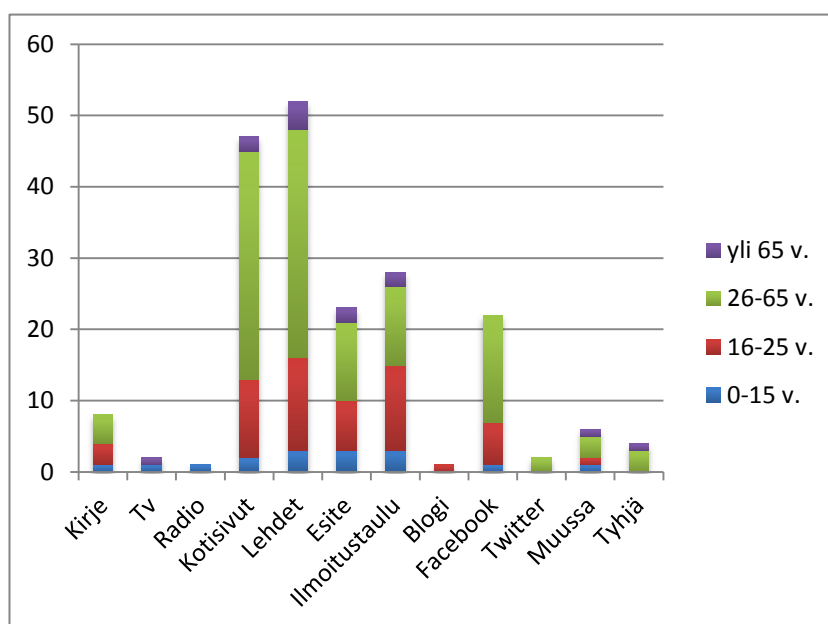
"Karttaa tarvittiin."

"Alueelle löysi hyvin, mutta hieman piti etsiä kirjaston ovea."

Kommenteista päätellen kirjasto on piilossa ja kylttejä on vaikea havaita. Navigaattori ohjaa väärälle puolelle taloa. Noin 40 % vastanneista asiakkaista oli tarvinnut karttaa tai navigaattorin apua löytääkseen perille.

8 TIEDOTUKSEN MERKITYS

Opinnäytetyön päätarkoitus on selvittää ne kanavat, joissa Hyllykallion kirjaston pitäisi tiedottaa tullakseen näkyväksi Seinäjoen alueella. Vastaajat saivat ympyröidä useamman vaihtoehdon.



Kuvio 9. Tiedotuskanavien valinta

Kuten kuviosta 9 käy ilmi paras tiedotuskanava on lehdet. Kotisivut koettiin myös tärkeänä tiedottamisen kanavana, niin 26–65 kuin 16–25-vuotiaiden keskuudessa. Ilmoitustaulu ja esitteet saivat lähes samansuuruisen kannatuksen. Kirjeilmoittelua kannatti 8 asiakasta. Tästä päätellen painettuun sanaan kannattaa panostaa ja tehdä kirjastoa näkyväksi sen kautta.

Sosiaalisesta mediasta Facebook sai eniten kannatusta. Suosituinta sen käyttö on 16–25-vuotiaiden ja 26–65-vuotiaiden keskuudessa. He haluaisivat kirjaston tiedottavan itsestään sen kautta. Sen sijaan yli 65-vuotiailta se ei saanut ollenkaan kannatusta. Blogia ja Twitteriä ei koettu erityisen tärkeiksi tiedotuskanaviksi vas-

tanneiden keskuudessa. Blogin ja Twitterin kanssa tasaväkisinä painivat televisio ja radio.

Valitettavaa on, että miesasiakkaita liikkui kirjastossa kesän aikaan vähän. Olisi ollut mielenkiintoista tehdä vertailuja nais- ja miesasiakkaiden välillä. Olisiko se tuonut eroavuuksia heidän välilleen? Näin pienestä määrästä miesten vastauksia ei pystynyt tekemään minkäänlaisia johtopäätöksiä.

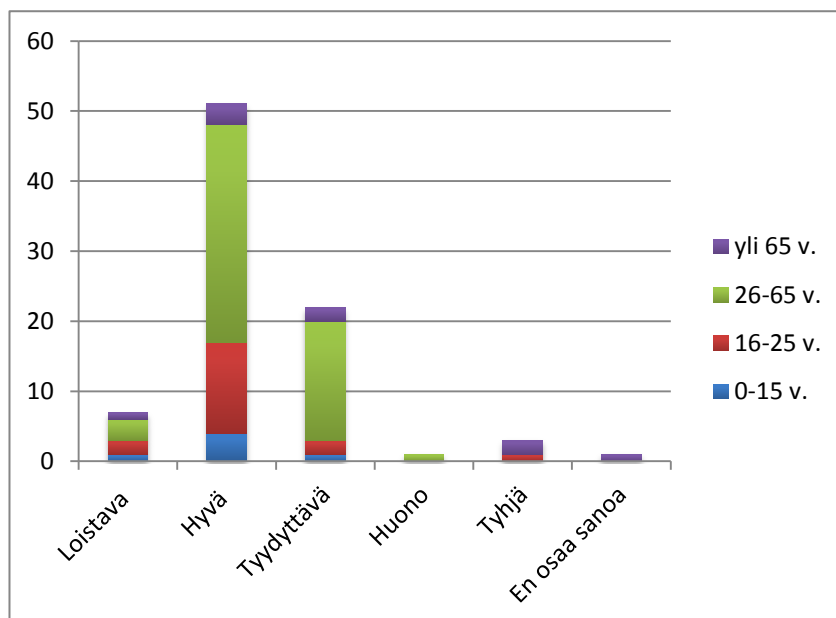
Avoimessa kohdassa annettiin seuraavia toiveita:

”Internetissä, pääkirjastossa, isot A 3 julisteet Prismaan, Maskuun ja Hyllykallion keskustaan, Seinäjoen kaupungin nettisivuilla, aukioloajat paikallislehtiin, ilmoittelua Eparissa ja Seinäjokisessa.”

9 MIELIKUVAT HYLLYKALLION KIRJASTOSTA

Kyselylomake kohdistettiin Hyllykallion kirjastossa ensi kertaa asioiville ihmisille ja uusille asiakkaille, joille tehtiin kirjastokortti. Tärkeäksi koettiin tiedustella asiakailta, minkälaisia mielikuvia kirjasto heissä herätti, kun he tulivat ensimmäistä kertaa kirjastoon.

Tilat. Hyllykallion kirjasto toimii 167 m² suuruisessa tilassa. Kirjastossa on lehtilukusali, aikuisten tieto- ja kaunokirjallisuusosasto, nuorten tieto- ja kaunokirjallisuusosasto ja lastenosasto.

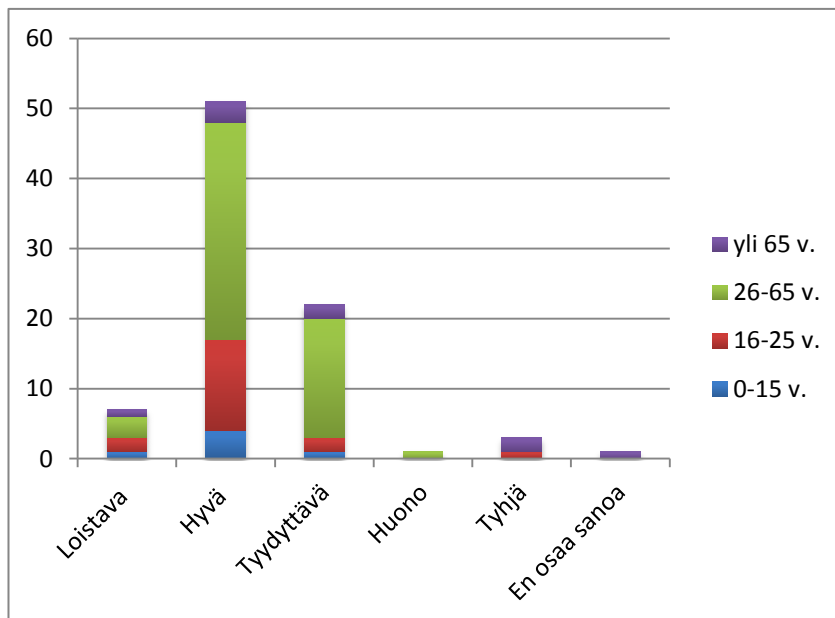


Kuvio10. Tilat

Kuvio 10 mukaan tilat koettiin myönteisinä, sillä 90 % asiakkaista oli sitä mieltä, että kirjaston tilat ovat hyvät tai ainakin tyydyttävät. Asiakkaista 4 % koki tilat loistavina. Kotisivuillaan kirjasto viestii, että se on kodikas ja tutkimustulos osoittaa tämän todeksi.

Aukioloajat. Kirjasto on avoinna ma-ke 12–19 ja to-pe 10–16 yhteensä 33 tuntia viikossa. Tutkimuksen avulla tahdottiin selvittää, miten asiakkaat kokivat aukioloai-

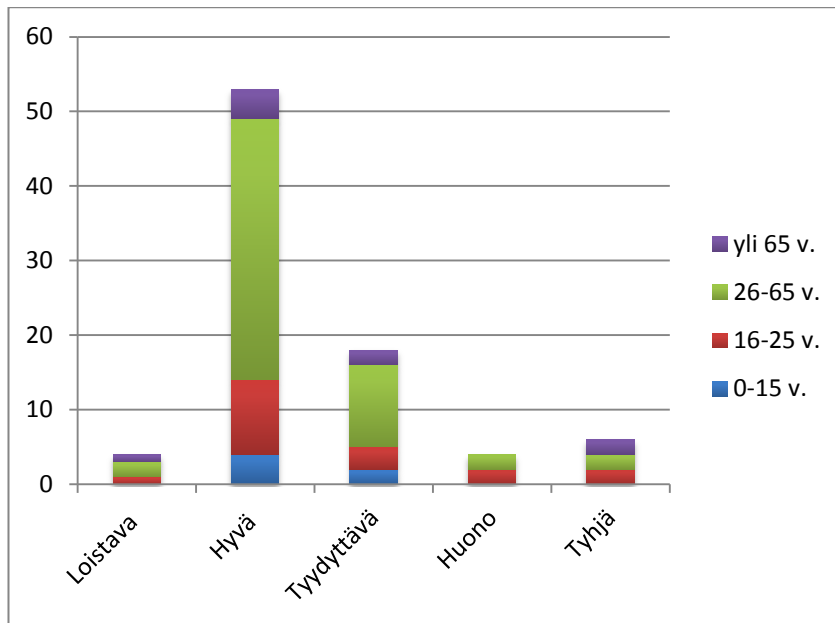
kojen riittävyyden. Kirjastoa on kritisoitu siitä, että se ei ole avoinna perjantai-iltoisin myöhempään tai lauantaisin, jolloin ihmisillä on vapaata. Lauantain aukioloaikaa ei kirjastossa ole kokeiltu.



Kuvio 11. Aukioloajat

Kuten kuvio 11 osoittaa, niin 60 % vastanneista piti aukioloaikoja hyvinä. Tyydyttävänä niitä piti 25 % ja loistavina 8 %. Loput vastaajista kokivat aukioloajat huonoina tai he eivät osanneet kertoa mielipidettään. Tutkimuksen valossa aukioloaikoja voidaan pitää riittävinä.

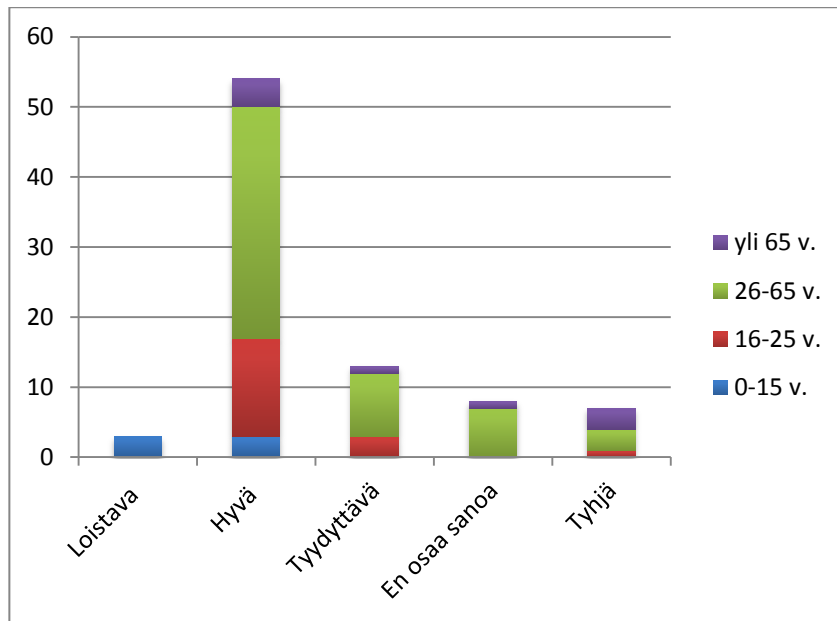
Opasteet. Tässä yhteydessä opasteilla tarkoitetaan hyllynpääty- ja muita hyllyopasteita sekä nimikylttejä, jotka ohjaavat asiakkaita kirjaston sisällä löytämään aineistoja ja paikkoja.



Kuvio 12. Opasteet

Kuviosta 12 näkyy, että asiakkaista 62 % piti opasteita hyvinä ja 21 % tyydyttävänä. Huonon ja tyhjää vastanneiden yhteinen osuus oli 12 %. Loistavina opasteita piti 5 % asiakkaista.

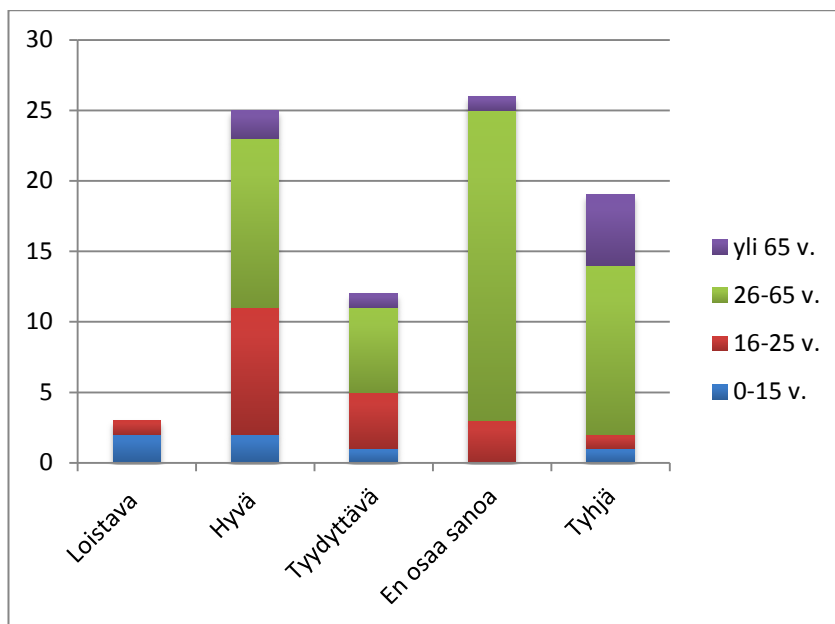
Kokoelmat. Kirjat. Kirjastokäynnin tarkoituksena on useimmiten tulla lainaamaan tai palauttamaan kirjoja. Kirjakokoelmat ovat siksi kirjastolle tärkeä viestinnän kanava. Niiden avulla asiakkaat luovat mielikuvan kirjastosta.



Kuvio 13. Kirjakokoelmat

Kuviosta 13 näkyy, että asiakkaista 63 % koki kirjakokoelmat hyvinä ja 15 % tyydyttävinä. Loistavan arvosanan oli antanut vain 0–15-vuotiaiden ryhmässä kolme asiakasta. Vastanneiden osuus 26–65-vuotiaissa oli suuri ja heistä 13 % eivät osanneet arvioida kirjakokoelmaa ollenkaan. Vastaamatta jättäneiden osuus oli lähes yhtä suuri kaikissa ikäryhmissä. Huonona kirjakokoelmaa ei pitänyt yksikään vastaajista. Merkille pantavaa on, että nuorten ikäryhmässä ei jätetty yhtään tyhjää vastausta. Kirjasto panostaa lasten ja nuorten kirjakokoelmien hankintaan ja tutkimus todensi tämän. Hajontaa kuitenkin oli. Tyydyttävän tai en osaa sanoa yhteensä laskettu osuus oli 28 %, joten kokoelmaa ei voida kaikilta osin pitää onnistuneena.

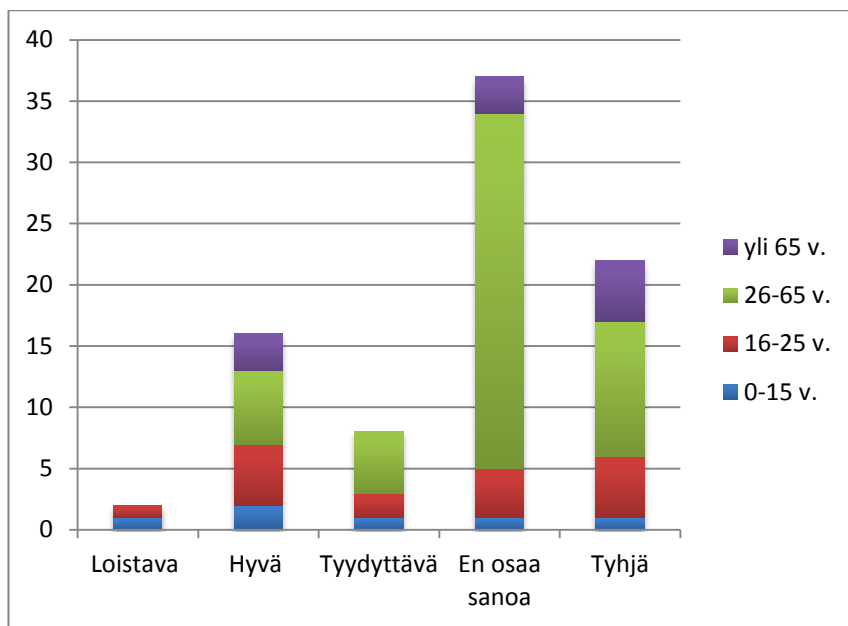
Lehdet. Kirjastoon tulee sanomalehdistä Helsingin Sanomat, Ilkka, Pohjalainen, Maaseudun Tulevaisuus, Epari ja Seinäjoen Sanomat. Eri alojen aikakauslehtiä tulee 50 kappaletta. Lasten- ja nuortenlehtiä tulee 10 kpl.



Kuvio 14. Lehdet

Kuviosta 14 käy ilmi, että ensimmäistä kertaa asioivien tai niille, joille tehtiin kirjastokortti, käynnin tarkoituksena ei ollut tulla hakemaan tai lukemaan lehtiä. Asiakkaat eivät joko osanneet sanoa tai jättivät kokonaan vastaamatta tähän kohtaan. Heidän osuutensa oli 53 %. Loistavan, hyvän tai tyydyttävän yhteenlaskettu osuus oli 47 %, joka jäi alle puoleen kaikista annetuista vastauksista. Asiakkaat, jotka olivat kiinnostuneita lehdistä, pitivät kokoelmaa hyvänä tai tyydyttävänä. Huonona lehtikokoelmaa ei pitänyt yksikään vastaajista.

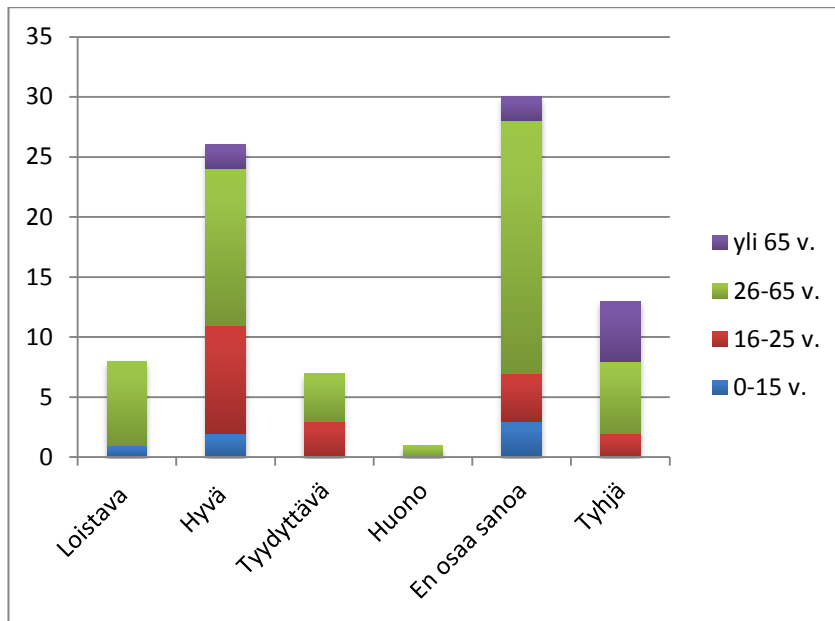
Av-aineisto. Kirjaston audiovisuaalinen aineisto käsittää lähinnä lasten- ja nuorten cd- ja dvd-levyjä, cd-romeja, blue-ray levyjä sekä aikuisten- ja lasten äänikirjoja. Aikuisten musiikkiäänitteet ja elokuvat puuttuvat kokoelmasta täysin.



Kuvio 15. Av-aineisto

Kuviosta 15 käy ilmi, että asiakkaat eivät tulleet hakemaan kirjastosta Av-aineistoa, koska en osaa sanoa- ja tyhjiä vastauksia oli 70 %. Huonoksi Av-kokoelmaa ei arvioinut yksikään vastaajista. Loistavina, hyvinä tai tyydyttävinä kokoelmaa piti 30 % asiakkaista. Kirjasto on panostanut parin viime vuoden aikana lasten dvd-levyjen hankintaan ja niinpä lapset ja nuoret pitivät kokoelmaa hyvänä. Työikäisissä on luultavasti ollut pienten lasten vanhempia, tai he ovat lainanneet aikuisten äänikirjoja, jolloin kokoelma on vastannut joiltain osin heidän tarpeitaan. Samoin on käynyt yli 65-vuotiaiden keskuudessa.

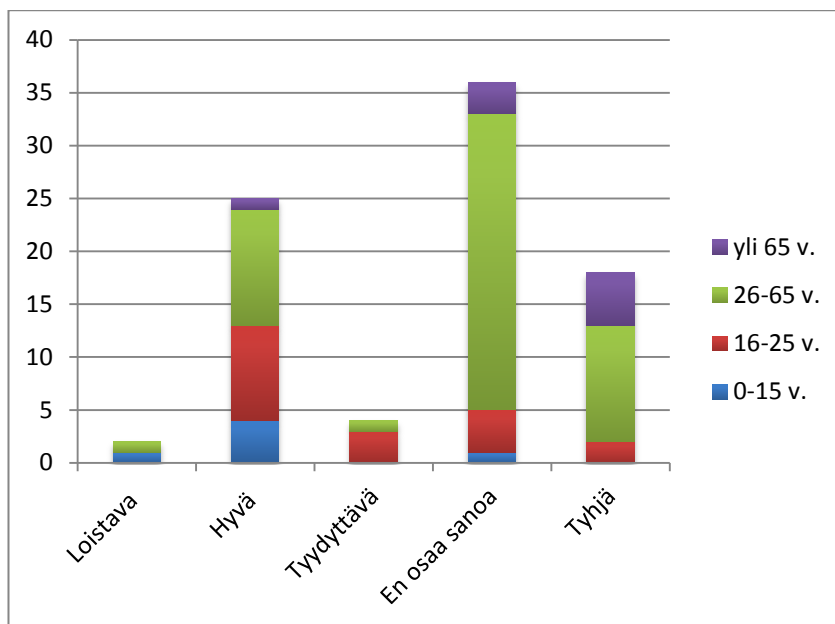
Pikalainat. Pikalainat otettiin käyttöön vuonna 2009. Tuolloin tapahtui kuntaliitos ja Seinäjoen kaupunginkirjaston yhteyteen liitettiin Hyllykallion, Nurmon ja Ylistaron kirjastot. Kaikki kirjastoverkon kirjat tulivat yhteisen varausjärjestelmän piiriin ja menekkikirjojen varausjonoista tuli pitkät. Pikalainojen tarkoitus oli helpottaa uutuskirjojen saantia sellaisille asiakkaille, jotka lukevat kirjat nopeasti, tai eivät tee yleensä kirjoihin varauksia. Pikalainoihin ei voi tehdä varauksia eikä niitä voi uusia. Laina-aika on kaksi viikkoa.



Kuvio 16. Pikalainat

Kuviosta 16 käy ilmi, että 26–65-vuotiaista pikalainoja piti loistavina, hyvinä tai tyydyttävinä 46 % vastanneista ja 25 % heidän ryhmästään ei osannut sanoa mitään tai jättivät tyhjän vastauksen. Yli 65–vuotiaat jättivät myös tyhjiä vastauksia, vaikka juuri heidän luulisi olevan ahkeria pikalainojen käyttäjiä. Toisaalta voisi olettaa, että heillä on aikaa tehdä kirjavarauksia ja odottaa uutuuskirjaa pidempään. Yksi 26–65-vuotiaista asiakkaista piti pikalainoja huonona palvelumuotona.

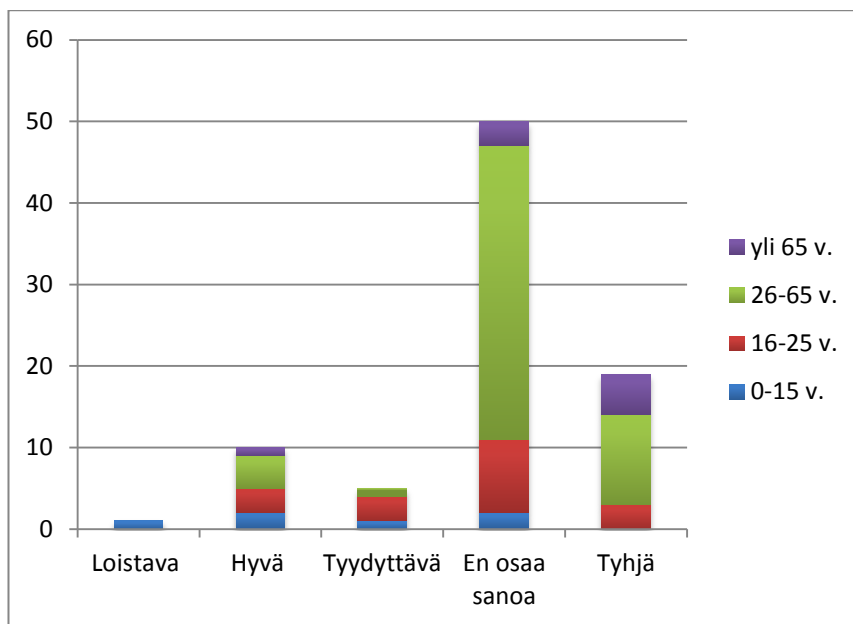
Koneet. Kirjastossa on kaksi Internet-yhteyksillä varustettua tietokonetta ja yksi tiedonhakukone. Asiakkaiden käytössä on kopiokone ja tulostin. Tulosteen tai kopion hinta on 0,20 €. Värikopioita ei ole mahdollista saada kummaltakaan laitteelta. Kirjastossa ei ole skanneria.



Kuvio 17. Koneet

Kuvio 17 selventää, että loistavina, hyvinä tai tyydyttävinä konekantaan piti 37 % asiakkaista ja 64 % ei osannut sanoa mielipidettään tai jätti tyhjän vastauksen. Huonoksi konekantaan ei ollut arvioinut kukaan vastaajista. Tuloksesta päätellen ne, jotka tarvitsivat näitä palveluita, olivat tyytyväisiä nykyiseen käytäntöön.

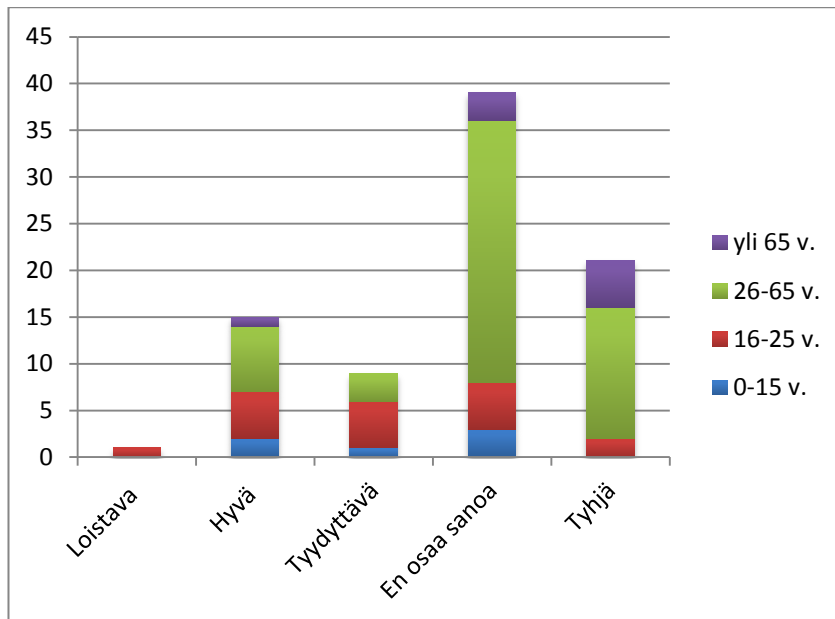
Tapahtumat. Kirjastossa pidetään satutunteja, nukketheateri- ja teatteriesityksiä tai muita pienimuotoisia tapahtumia. Kyselyn aikana oli menossa lukupassikampanja. Tarran sai, kun lainasi kirjastosta kirjoja.



Kuvio 18. Tapahtumat

Kuviosta 18 käy ilmi, että kirjaston tapahtumista 81 % vastaajista ei osannut sanoa mitään tai jättivät kokonaan vastaamatta kysymykseen. Tulos oli odotettu, sillä aikuisille järjestetyt tapahtumat eivät ole olleet kovin suosittuja. Olettaa sopii, että vastanneet eivät tienneet kirjaston tapahtumista mitään. Kukaan vastaajista ei pitänyt tapahtumien järjestämisestä huonona. Loistavina, hyvinä tai tyydyttävinä kirjastontapahtumia piti 18 % vastanneista.

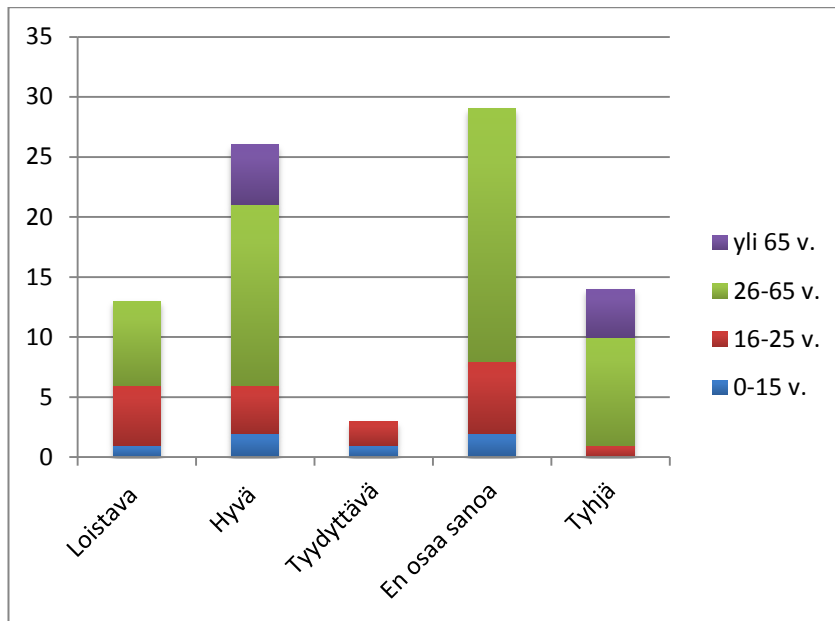
Kotisivut. Seinäjoen kaupunginkirjaston kotisivujen yleisilme on yhtenäinen Seinäjoen kaupungin kanssa. Kaupungin sivuilta on linkki kirjaston sivuille ja pääkirjaston sivuilta pääsee Hyllykallion kirjaston kotisivuille.



Kuvio 19. Kotisivut

Kyselyn avulla asiakkailta tiedusteltiin, mitä mielikuvia Hyllykallion kirjaston kotisivut heissä herätti. Kuten kuviosta 19 käy ilmi, niin kotisivuja ei lueta. Asiakkaista 70 % ei osannut sanoa tai jätti vastaamatta tähän kohtaan. Ainoastaan 30 % vastaajista piti kotisivuja loistavina, hyvinä tai tyydyttävinä. Eniten kotisivuilla oli käynyt 16–25 ja 26–65-vuotiaat. Huonoina niitä ei pitänyt yksikään vastaajista.

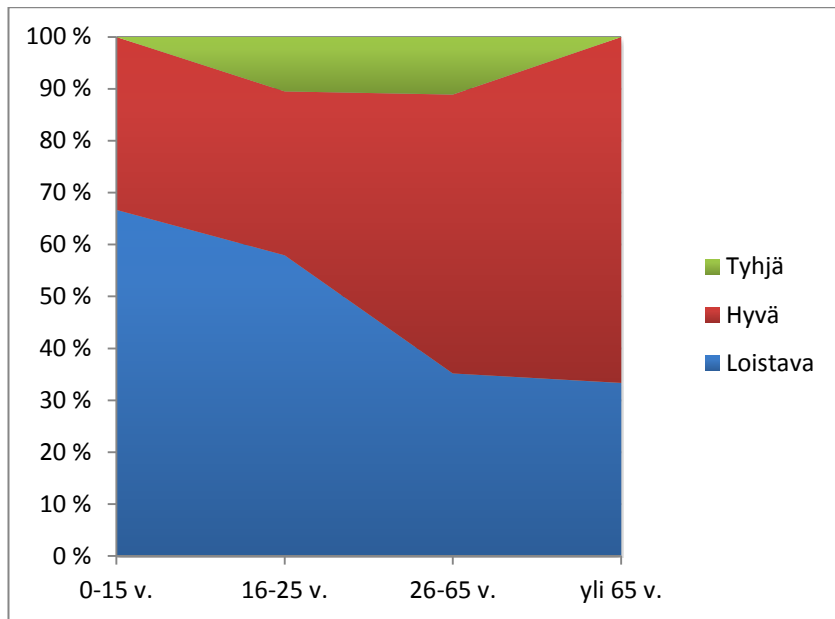
Kirjastojen välinen yhteistyö. Kaikissa Seinäjoen kirjastoverkon kirjastoissa on yhteinen Seitti-kirjastokortti, jolla voi lainata ja palauttaa aineistoja mihin tahansa kirjastoon. Kuljetusliikkeen kautta aineistot palautuvat oikeisiin kirjastoihin. Varatun aineiston voi noutaa valitsemastaan kirjastosta. Aineistokuljetus on asiakkaalle ilmainen. Kuortaneen kunnankirjastossa käy sama kortti, mutta aineistokuljetuksia sinne ei ole. Kirjastoissa on yhteiset tietokannat ja käyttö säännöt.



Kuvio 20. Kirjastojen välinen yhteistyö

Kuten kuviosta 20 käy ilmi kirjastojen välinen yhteistyö sai asiakkailta 50 % tuen. Puolet vastaajista ei tunnu tietävän näistä palveluista mitään, koska vastasivat en osaa sanoa tai antoivat tyhjän vastauksen. Huonoksi kirjastojen välistä yhteistyötä ei arvioinut kukaan vastaajista.

Henkilökunta. Asiakkaan astuessa kirjastoon hän kohtaa henkilökunnan edustajia, jotka ovat tärkeä osa kirjaston viestintää. He viestivät sanattomasti ja sanallisesti asiakkaan kanssa.



Kuvio 21. Henkilökunta

Kuviosta 21 käy ilmi, että Hyllykallion kirjaston henkilökunta sai vastaajilta 91 %:sti loistavan tai hyvän arvosanan. Vain 9 % vastanneista jätti täyttämättä tämän kohdan. Ikäryhmissä 0–15 ja 16–25-vuotiaat pitivät kirjaston henkilökuntaa loistavina. Hyvän arvosanan antoivat 26–65-vuotiaat ja yli 65–vuotiaat. Näyttäisi siltä, että asiakkaiden iän karttuessa vaatimukset henkilökuntaa kohtaan kasvavat.

10 AVOIN PALAUTE

Lomakkeen viimeinen kysymys oli avoin. Siinä asiakkaat saivat antaa suoraa palautetta kirjastolle. Seuraavassa on koottuna eri ikäryhmien vastauksia ko. kohtaan.

Naiset 0–15 v.

”Erityisesti mangat ja dvd:t olivat mukava yllätys: niistä oli hyvät valikoimat.”

”Nuorten levyjä ei löytynyt.”

”Eipä oikeastaan mitään. Hyvä kirjasto oli.”

”Paljon terveisiä ja hyvää kesää.”

Naiset 16–25 v.

”Mukavaa, että lainat saa palautettua mihin toimipisteeseen tahansa. On myös hyvä, että kirjasto on auki ilta-aikanakin. Kiitos, ystävällisestä palvelusta! Kirjasto on tunnelmaltaan kotoisa.”

”Kotoisa tunnelma ja hyvä palvelu. Vaikka onkin pieni, niin etsimäni kirjat on aina löytynyt.”

”Kotisivun oma karttaopastus ei ainakaan älypuhelimella toiminut. Piti näpytellä osoite Google Mapsiin.”

”Pieni ja kiva. Hyvää kesää!”

Naiset 26–65 v.

”Mukava paikka ja uusiakin kirjoja hyvin tarjolla ilman jonoa.”

”Toivottavasti tämä pysyy aina täällä.”

”Kiitos hyvästä palvelusta ja hyvää kesää.”

”Uudelle kävijälle kirjaston opasteet eri aineiston löytämiseksi voisivat olla selkeämmät ja paremmin näkyvissä. Esim. luettelo kaikista luokista, joiden kirjoja on hyllyssä aakkosin varustettuna. Esim. luokka nro 84.2 aikuiset A-K, lapset K-L.”

”Vaikea vastata kaikkiin kohtiin, koska olen ”nettivastainen” = kehityksen vastainen. Tulin vain palauttamaan lainaamani kirjat ja lainaamaan uusia.”

”Vaikka Hyllykallion kirjasto on pääkirjastoa paljon pienempi, niin täältä löytyy melkein helpommin luettavaa, koska kirjasto on jotenkin ”selkeämpi”. Myös varaukset muista kirjastoista kulkevat hyvin. 3-vuotias tyttöni löytää täältä helpommin prinsessakirjoja, koska pääkirjastossa ne ovat useimmiten menossa. Kirjasto on rauhallinen ja selkeä.”

”Pienen kirjaston hyvät puolet: Saatavuus, hyvät kirjavalikoimat ja hyvä henkilökunta.”

”Netissä ei ollut kesäaikatauluja. Tulin siksi ensin väärään aikaan, mutta ei se mitään – lomalla ollaan.”

”Kirjat oli hyvin lajiteltu, että löytyi ”rakkausosastokin” helposti.”

”Ystävällinen kirjastovirkailija. Kiitos! Jäi hyvä mieli.”

”Siisti, kodikas, rauhallinen, selkeä.”

”Piha-alue oven edessä oleva viheriö täytyy siivota, siinä on valtavasti rikkaruohoja.”

”Mukava tuttavuus. Kotoisan pieni.”

”Kiitos ystävällisestä ja asiantuntevasta palvelusta Hyllykallion kirjaston ensikertalaiselta.”

Naiset yli 65 v.

”Kiitos hyvistä parkkipaikoista.”

”Hieno rauhallinen ympäristö. Siistiä.”

”Hyvin siisti ja rauhallinen. Kirjoja on runsaasti saatavana. Henkilökunta on avulias ja ystävällinen.”

Miehet 0–15 v.

”Ei mitään.”

Miehet 16–25 v.

”Hyvä paikka.”

Miehet 26–65 v.

”Olen ensimmäistä kertaa ja olen tyytyväinen palveluun, kiitos.”

Miehet yli 65 v.

”Ensimmäistä kertaa en osaa sanoa vielä.”

”Tulen käyttämään kirjastoa, kunhan nyt tuli tehtyä ensi vierailu.”

11 TOIMENPITEET TIEDOTUKSEN KEHITTÄMISEKSI

11.1 Kirjaston löytyvyyden parantaminen

Tutkimus osoitti, että suurin osa asiakkaista tiesi, että Hyllykalliolla on kirjasto, mutta sen tarjoamia palveluita ei tunneta. Kirjaston vuotuinen kävijämäärä on vuoden 2011 tilaston mukaan 21 974 kävijää (Kesäniemi 2012). Jos jokainen hyllykalliolainen kävisi kirjastossa, olisi se noin 5 kertaa / v. Jos tilastoon lisätään Kertunlaakso ja Tanelinranta, kävijämäärä tippuu 3 kertaan / v. Kirjastolla riittää tavoitetta saada kirjasto tunnetuksi koko vaikutusalueellaan.

Käyntikertoja voidaan verrata vuoden 2011 valtakunnan tilastoihin, joiden mukaan suomalaiset kävivät kirjastossa keskimäärin 10 kertaa / v. Tilaston mukaan koko Seinäjoen alueella kävijämäärä oli 6 kertaa / v. (Suomen yleisten kirjastojen tilastot 2011; Opetus- ja kulttuuriministeriö 2012, [viitattu 7.10.2012]). Jos näitä lukuja vertaa pelkästään hyllykalliolaisiin, voidaan todeta, että he ovat aktiivisia kirjastonkäyttäjiä.

Kirjasto jää seurakuntakodin, päiväkodin ja Hyllykallion koulun pimentoon. Karttaa ja navigaattoria tarvitaan, että tien löytää perille. Kartta olisi hyvä sijoittaa kirjaston omalle kotisivulle eikä pelkästään yhteystietoihin, jotka ovat samassa kohdassa muiden kirjastojen kanssa.

Opasteet ja tiekyltit ovat vaikeasti havaittavissa. Kirjaston tulisi selvittää, voiko opasteiden ja tiekylttien selkeyttä parantaa nostamalla niitä näkyvämmälle paikalle. Ne eivät saisi olla vinossa eivätkä oksien tai muiden esteiden peitossa (Liite 2).

11.2 Tiedotuksen tehostaminen

Kirjaston näkyvyyttä tulisi parantaa viemällä tietoa kirjastosta lähialueen ostoskeskuksiin ja kerrostalojen ilmoitustauluille. Isot julisteet huomataan paremmin kuin pienet. Sitä asiakkaat toivoivat.

Mainostaa voi kirjaston kaikkia palvelumuotoja. Esitteessä voisi olla myös kartta, jonka avulla kirjaston sijainnin voi hahmottaa. Kirjasto ilmoittaa tapahtumista ja aukioloajoista Eparissa ja Ilkassa. Ilmoittelua voisi laajentaa Seinäjokiseen ja Seinäjoen Sanomiin, jotka tulevat ilmaiseksi kotiin.

Lehtiin kannattaisi tarjota juttuja kirjastosta, joiden avulla yritetään saada ihmisten mielenkiinto heräämään. Kotisivuihin kannattaa panostaa ja ilmoitella siellä kirjaston toiminnasta. Vaikka suurin osa tutkimukseen vastanneista eivät osanneet sanoa Hyllykallion kirjaston kotisivuista mitään, silti sivuja pidetään tiedottavina. Kotisivut koettiin tärkeänä ilmoittelun muotona, joten sieltä tulee löytyä tarvittava tieto nopeasti ja vaivattomasti.

Kirjaston tapahtumista ilmoitellaan Seinäjoen kaupunginkirjaston yhteisellä Facebook-sivustoilla. Vaarana on, että lähikirjastojen ilmoittelu jää kaupunginkirjaston varjoon. Lähikirjastot voisivat luoda omat sivustonsa ja ylläpitää niitä.

Kirjastolla ei ole omaa esitettä, mutta sellainen olisi hyvä olla, koska painettuun sanaan luotetaan. Asiakkaita varten olisi hyvä olla oma esite. Se voi olla selkeä, värikäs, lyhyt tietopaketti kirjaston palveluista esim. kirjanmerkki-muotoinen tai joku muu vastaava, joka on helppo sujauttaa mukaan.

Esitettä tulisi olla saatavilla myös muissa kirjastopisteissä. Kaupunki jakaa uusille asukkaille tietopaketin kaupungin toiminnasta. Siihen pakettiin voisi lisätä Hyllykalliolle ja lähiasutuskeskuksiin muuttaville esitteen kirjastosta. Silloin se tavoittaisi heti uudet asukkaat ja toimisi tervetulo-toivotuksena tulla kirjastoon. Kirjaston omal-

le ilmoitustaululle pitäisi sijoittaa näkyvät esitteet kirjastosta. Tällä hetkellä kirjaston omalla ilmoitustaululla ilmoitetaan vain omista ja muiden kirjastojen tapahtumista.

11.3 Kirjaston houkuttelevuuden lisääminen

Tutkimuksen avulla selvitettiin niitä mielikuvia, joita ihmiset saivat tullessaan ensikertaa kirjastoon. Tutkimus osoitti, että tilat koettiin kodikkaina. Mainonnassa kannattaa korostaa kodikkuuden tuntua ja tehdä se kirjaston vahvuudeksi ja brändiksi.

Aukioloaikoja pidettiin yleisesti riittävinä tämän kokoisessa kirjastossa. Ehkä perjantai-illan tai lauantain aukioloa voisi kokeilla. Perjantai-iltaisina haetaan viikonloppulukemista ja lauantaisin ihmisillä on enemmän aikaa olla kirjastossa. Asiaa voi tiedustella vakituisilta asiakkailta esim. asiakastytyväisyyskyselyn muodossa.

Hyllyopasteet saivat hyvän arvosanan. Kritiikkiä annettiin siitä, että ne voisivat olla selkeämmät ja paremmin näkyvissä. Opasteet ovat hyllyjen päädyissä. Ne ovat kirjoitettu kopiopaperille ja pistetty muovitaskuihin. Niistä tulee epäselvä vaikutelma. Ehkä opasteet olisi syytä laminoida hyllyihin, jolloin niistä tulisi selkeämmät ja paremmin luettavat. Lainaus ja palautus kyltit ovat selkeät ja asialliset samoin eri osastoista kertovat kyltit (Liite 3).

Avoimessa palautteessa tuli ilmi, että ihmiset huomaavat ympäristön. Moitetta annettiin piha-alueiden epäsiisteydestä. Kukkaistutusten ja nurmikoiden sekä teiden kunnossapito kuuluu usein ulkopuoliselle taholle. Kiitosta saivat hyvät parkkipaikat. Asiakkaat havainnoivat ulkoiset seikat. Siksi ei ole yhdentekevää, miltä ympäristö näyttää. Kirjaston henkilökunta ei vastaa ulkoalueista, mutta vastaanottavat palautetta niistä. Siisteys sisällä ja ulkona ovat aivan yhtä tärkeitä asioita.

11.4 Kokoelmien kehittäminen

Kirjakokoelmat koettiin hyvinä. Kirjastossa on vuoden 2011 tilaston mukaan yhteensä 19 497 kirjaa. Niistä kaunokirjallisuuden osuus oli 14 370 kirjaa eli 74 %. Tietokirjallisuutta oli 5 127 eli 26 %. Lasten- ja nuortenkirjoja oli 9 875 eli 50 % kaikesta kirjallisuudesta (Kesäniemi 2012). Kirjasto keskittyy lasten- ja nuorten kauno- ja tietokirjojen hankintaan sekä aikuisten kaunokirjallisuuteen. Aikuisten tietokirjallisuutta on vähän. Hankinnassa voi panostaa tähän. Tietokirjakokoelmaa tulisi kartuttaa ajankohtaisilla yleisluontoisilla teoksilla ja kokoelmista poistetaan vanhentuneet teokset.

Lehtikokoelmaa voidaan pääosin pitää hyvänä tai tyydyttävänä. Asiakkaiden toiveita kuunnellaan ja pyritään tilaamaan niitä lehtiä, mitä he haluavat. Lehtikokoelmaa arvioidaan syksyisin, kun uudet lehdet tulevat tilattaviksi. Samalla karsitaan pois sellaiset lehdet, joita ei lainata.

Lasten Av-aineistojen hankintaan on panostettu ja niitä lainataan runsaasti. Kokoelmasta puuttuu aikuisten elokuvat ja musiikki. Tulevaisuudessa näiden hankintaa tulisi miettiä, sillä nykyaikaisen kirjaston pitäisi tarjota kaikkia markkinoilla olevaa materiaalia. Tämä siitakin huolimatta, että kaupunginkirjaston kokoelmat ovat kaikkien yhteisessä käytössä ja niitä voidaan lähikirjastoon sitä kautta tilata.

11.5 Mainonnan terävöittäminen

Pikalainat ovat kirjastojen uusi palvelumuoto, mutta asiakkaat eivät tunnu tietävän niistä mitään. Niitä kannattaa mainostaa nopeille lukijoille. Asiakkaiden antama palaute pikalainoista on ollut myönteinen. Uutuuskirja halutaan lukea nopeasti ja välittää se sitten pikaisesti seuraavalle lainaajalle.

Kirjaston tietokoneiden käyttöaste on parin viime vuoden aikana hiipunut. Tämä johtuu siitä, että kotitietokoneet ovat yleistyneet. Tulostus- ja kopiointimahdollisuutta pidetään hyvänä. Skannerille ei ole ollut kysyntää, mutta väritulostusmahdollisuutta tiedustellaan. Väritulostin on nykyaikaa ja sellainen olisi hyvä olla asiakkaiden käytössä, vaikka kopioiden hintaa jouduttaisiin nostamaan. Kirjastossa on mahdollisuus päästä langattomaan verkkoon. Koneista, laitteista ja langattomasta verkosta pitäisi tehdä mainoskampanja asiakkaille.

Tapahtumista kannattaa tiedottaa aina ja yrittää saada väkeä tulemaan kirjastoon. Lastentapahtumat vetävät hyvin, mutta aikuisille suunnatuissa tapahtumissa käy vain vähän väkeä. Tutkimus osoitti, että asiakkaat eivät tieneet, että kirjastossa järjestetään sellaisia. Lehdistölle, kotisivuille ja ilmoitustauluille pitää siis laittaa tietoa aina, kun kirjastossa tapahtuu jotain.

Kirjastojen välistä yhteistyötä kannattaa mainostaa. Asiakkaat eivät välttämättä tiedä, että heillä on mahdollisuus saada ilmaiseksi Seinäjoen kaupunginkirjaston kirjastoverkon aineistoja haluamaansa kirjastoon ja palauttaa niitä mihin tahansa toimipisteeseen. Asiakkaille aineistokuljetukset ovat ilmaisia. Moni ei edes tiedä sitä, että sama Seitti-kortti käy kaikkiin Seinäjoen kaupunginkirjaston toimipisteisiin. Kaupunginkirjaston kaikki sähköiset tietokannat ovat käytettävissä kirjastoissa. Kaukolainoja voi tehdä kaikista toimipisteistä.

Hyllykallion kirjaston henkilökunta sai loistavan palautteen työtaidoistaan. Henkilökunta on pitkän työkokemuksen omaavaa, ammattitaitoista ja koulututtunutta. Heille on kertynyt paljon osaamista ja kokemusta siitä, miten asiat ja tehtävät hoidetaan, jotta kaikki asiat tulevat tehdyiksi. Tätä tietoa kutsutaan hiljaiseksi tiedoksi. (Virta 2011, 2.) Hiljainen tieto tulisi saada tiedottamisen muodossa asiakkaiden käyttöön.

11.6 Toiminnan, mielikuvien ja tiedotuksen vahvistaminen

Hyllykallion kirjaston toiminnan tulisi olla läpinäkyvää. Tarjonnan pitäisi kohdata kohderyhmän tarpeet. Asiakkaiden segmentointi, johon kirjastossa pyritään, ei ole huono asia. Segmentoinnin tarkoituksena on palvelujen kohdistaminen tietyille asiakasryhmälle (Yleisten kirjastojen neuvoston strategia 2011–2016, [viitattu 7.10.2012]). Hyllykalliolla se merkitsee sitä, että lapsiperheiden ja alakoululaisten tarpeet ovat etusijalla. Aikuisväestön kaunokirjallisuuskokoelmaan panostetaan. Tilojen rajallisuus pakottaa valikoimaan kohderyhmää.

Alueen asukkaat ovat pienten lasten tai koululaisten vanhempia, joten kirjaston tiedotus kohdistetaan juuri heidän tarpeisiinsa. Kun asiakkaat kokevat, että kirjastosta saa sellaisia merkityksellisiä ja houkuttelevia palveluita, että sinne kannattaa hakeutua, he tulevat kirjaston käyttäjiksi. Ilman tiedotusta, markkinointia ja mainontaa pieni kirjasto ei pärjää. Tietoa kirjastosta tulee jakaa entistä paremmin, sitä kautta kirjastoon saadaan uusia asiakkaita.

12 JATKOTUTKIMUKSEN TARVE

Kirjastosta kannattaa tehdä juliste, jota viedään kouluille, päiväkodeille, ostoskeskuksiin, kerrostalojen- ja kirjaston omalle ilmoitustaululle. Lisäksi kannattaa tehdä kirjastosta esite, joka jaetaan kodista kotiin kaupungin tietopaketin mukana ja jota on saatavana omassa ja muissa kaupunginkirjaston toimipisteissä. Tarjotaan juttuja lehdistölle ja ilmoitellaan siellä aukioloajoista sekä tapahtumista. Kotisivut uudistetaan ja pidetään ajan tasalla.

Tiedotuskampanjan jälkeen nähdään, toiko se kirjastolle uusia asiakkaita ja vastasiko kirjaston tarjonta heidän odotuksiaan ja tarpeitaan. Vain kokeilemalla opitaan uutta ja rohkaistutaan jatkamaan markkinointia sekä kehittämään kirjaston toimintaa. Lainausluvut ja kävijämäärät johtavat määrälliseen kasvuun ja vertailemalla lukuja edellisvuosiin voidaan arvioida onnistuttiinko pääsemään tavoitteisiin.

Kysely osoitti, että pääkirjaston sulkuaika toi asiakkaita kirjastoon Seinäjoen alueelta. Mielenkiintoista olisi selvittää, kuinka moni heistä jäi Hyllykallion kirjaston asiakkaaksi. Kokivatko he kirjaston sellaisena, että sitä kannattaa jatkossa käyttää?

Hyllykallion kirjaston asiakastytyväisyystutkimus on tehty vuonna 2007. Nyt tehdyn tutkimuksen valossa olisi mielenkiintoista tehdä Hyllykallion kirjaston omille asiakkaille asiakastytyväisyystutkimus. Mitä mieltä vakituiset asiakkaat ovat palveluista ja kokoelmista. Siitä saatuja tuloksia voisi verrata tässä tutkimuksessa tulleisiin tuloksiin.

LÄHTEET

- Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. 7. uud. p. Helsinki: Edita.
- Helinsky, Z. 2011. En nödvändig liten bok om marknadsföring av bibliotek del 2. Lund: BTJ Förlag.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uud.p. Hämeenlinna: Karisto.
- Isohookana, H. 2007. Yrityksen markkinointiviestintä. Helsinki: WSOYpro.
- Juholin, E. 2009. Communicare!: Viestintä strategiasta käytäntöön. C! 5. uud.p. Porvoo: Infor.
- Juntunen, A. & Saarti, J. 2012. Kirjaston johtaminen: käytännön opas laadukkaaseen kirjastonhoitoon. Helsinki: Avain.
- Kananen, J. 2010. Opinnäytetyön kirjoittamisen opas. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu, Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 111.
- Kesäniemi, M-L. 2007. Hyllykallion kirjaston asiakastyytyväisyyskyselyn tuloksia 10.10. – 24.10.2007. Tiivistelmä. Hyllykallio: Hyllykallion kirjasto. Julkaisematon. [Viitattu 7.10.2012].
- Kesäniemi, M-L. Kirjastonjohtaja 2012. Hyllykallion kirjasto. xxx.xxx@xx.fi 28.9.2012. Tilastoja. [Henkilökohtainen sähköpostiviesti]. Vastaanottaja: Tuula Rasinmäki. [Viitattu 7.10.2012].
- Kielijelppi-Språkhjälpen 2004–2010. [Verkkosivusto]. Helsinki: Helsingin yliopiston Kielikeskuksen äidinkielen viestintäyksikön palveluyksikkö. [Viitattu 7.10.2012]. Saatavana: <http://www.kielijelppi.fi/puheviestinta/nonverbaalinen-viestinta>
- Kortetjärvi-Nurmi, S., Kuronen, M-L. & Ollikainen, M. 2008. Yrityksen viestintä. 5. uud.p. Helsinki: Edita.
- Kärki, E. (vastaava toim. [et.al.]). 1994. Yleinen suomalainen asiasanasto: YSA. 1.p. Helsinki: Kirjastopalvelu.
- Mäkelä, M. 2012. Kirjasto viestinnän edelläkävijä. Luentomoniste. 21.4.2012. Seinäjoen ammattikorkeakoulu. Kulttuuriala, kirjasto- ja tietopalvelualan koulutusohjelma. Julkaisematon. [Viitattu 7.10.2012].

- Mäntymäki, S. 2012. Kehittämispäällikkö. Seinäjoen kaupunki. xxx.xxx@xx.fi 25.9.2012. Hyllykallion, Kertunlaakson ja Tanelinrannan asukasluvut. [Henkilökohtainen sähköpostiviesti]. Vastaanottaja: Tuula Rasinmäki. [Viitattu 7.10.2012].
- Opetus- ja kulttuuriministeriö. 24.4.2012. Kirjastopalveluille riittää käyttöä ja käyttäjiä. [Verkkouutinen]. Helsinki: Valtioneuvosto. [Viitattu 7.10.2012]. Saatavana: <http://www.minedu.fi/OPM/Verkkouutiset/2012/04/kirjastotilastot.html>
- Opetusministeriön kirjastopolitiikka 2015. Yleiset kirjastot. Kansalliset strategiset painoalueet. [Verkkosivusto] Helsinki: Opetusministeriö. [Viitattu 7.10.2012]. Saatavana: <http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/2009/liitteen/opm32.pdf?lang=fi>
- Pesonen, P. 2012. Yritysviestinnän säännöt. 1.p. Helsinki: Edita.
- Seinäjoen kaupunginkirjasto-maakuntakirjasto. Toiminta-ajatus. 25.7.2012. Seinäjoki: Seinäjoen kaupunginkirjasto. [Viitattu 7.10.2012]. Saatavana: <http://www.seinajoki.fi/kirjasto/toiminta-ajatus.html>
- Seinäjoen kaupungin viestintästrategia 2010 – 2012. [Verkkosivusto] Seinäjoki: Seinäjoen kaupunginhallitus, [Viitattu 7.10.2012]. Saatavana: <http://www.seinajoki.fi/hallinto/.julkaisut.html/34723.pdf>
- Serola, S. & Vakkari, P. 2011. Yleinen kirjasto kuntalaisten toimissa: Tutkimus kirjastojen hyödyistä kuntalaisten arkielämässä. Helsinki: Opetus- ja kulttuuriministeriö. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2011:21. [Viitattu 7.10.2012]. Saatavana: <http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/2011/liitteen/OKM21.pdf?lang=fi>
- Suomela, S. 2006. Hyllykallion kirjaston hyllyluokitus. Oulun seudun ammattikorkeakoulu. Liiketalouden yksikkö, kirjasto- ja tietopalvelualan koulutusohjelma. Opinnäytetyö.
- Suomen yleisten kirjastojen tilastot. 2011. [Verkkosivusto]. Helsinki: Opetus- ja kulttuuriministeriö. [Viitattu 7.10.2012]. Saatavana: <http://tilastot.kirjastot.fi>
- Vakkari, P. 1983. Kirjojen lukeminen ja yleiset kirjastot. Helsinki: Kirjastopalvelu.

- Virta, M. 2011. Asiantuntijuuden siirtäminen sukupolvien välillä. Informaatiotutkimus. Vol. 30 (2). [Viitattu 7.10.2012]. Saatavana: <http://ojs.tsv.fi/index.php/inf/article/view/4442/4195>
- Vuokko, P. 2004. Nonprofit-organisaatioiden markkinointi. Porvoo: WSOY.
- Wymer, W. Jr., Knowles, P. & Gomes, R. 2006. Nonprofit marketing: Marketing Management for Charitable and Nongovernmental Organizations. California: SAGE Publications.
- Yleisten kirjastojen laatusuositus. Helsinki: Opetusministeriö. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2010:20. [Viitattu 7.10.2012]. Saatavana: <http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/2010/liitteen/OKM20.pdf?lang=fi>
- Yleisten kirjastojen neuvoston strategia 2011–2016. Helsinki: Yleisten kirjastojen neuvosto. [Viitattu 7.10.2012]. Saatavana: <http://www.kirjastot.fi/File/aca26e87-a1eb-4925-8c56-0491d5751bcf/Ykn-strategia-kirjastoversio-fin.pdf>

LIITTEET

Liite 1. Kyselylomake

Hyllykallion kirjaston tiedotuksen kehittäminen

Kyselyn avulla kehitetään Hyllykallion kirjaston toimintaa. Vastaukset täytetään nimettömänä ja ne käsitellään luottamuksellisesti.

Vaihtoehtoisissa kysymyksissä ympyröi mielestäsi sopivin kohta!

1. Oletko

1. Nainen
2. Mies

2. Mihin ikäryhmään kuulut?

1. 0–15 v.
2. 16–25 v.
3. 26–65 v.
4. yli 65–

3. Mitä kirjastoa yleensä käytät?

1. Hyllykallion
2. Nurmon
3. Peräseinäjoen
4. Seinäjoen
5. Ylistaron
6. Kirjastoautoa
7. Muuta, mitä? _____

4. Kuinka usein käytät kirjastoa?

1. Ensimmäistä kertaa
2. Päivittäin
3. Kerran viikossa
4. Kahden viikon välein
5. Kerran kuukaudessa
6. Muulloin, kuinka usein? _____

5. Miksi käyt kirjastossa?

1. Lainaan tai palautan kirjastoaineistoa
2. Luen lehtiä
3. Käytän tietokoneita
4. Käytän tulostinta / kopiokonetta

5. Osallistun kirjaston järjestämiin tapahtumiin, mi-
hin? _____

6. Muu tarkoitus, mi-
kä? _____

6. Mikä sai sinut tulemaan Hylykallion kirjastoon juuri nyt?

1. Tarvitsen kirjastokortin
2. Pääkirjaston sulkuaika
3. Tarvitsen kirjastopalveluita
4. Muu tarkoitus mi-
kä? _____

7. Tiesitkö, että Hylykalliolla on oma kirjasto?

1. Kyllä
2. En

8. Kuinka löysit kirjastoon?

1. Navigaattorin avulla
2. Katsoin reitin kartasta
3. Tiesin, missä kirjasto sijaitsee

9. Ovatko kirjaston tiekyltit / opasteet mielestäsi

1. Selkeät
2. Vaikeasti havaittavat
3. Muuta mainittavaa, mi-
tä? _____

10. Missä kanavissa Hylykallion kirjaston pitäisi tiedottaa?

Halutessasi voit ympyröidä useamman vaihtoehdon!

1. Kirje
2. Televisio
3. Radio
4. Kotisivut
5. Lehdissä
6. Esite
7. Ilmoitustauluilla
8. Blogi
9. Facebook
10. Twitter

11. Missä muual-
la? _____

11. Minkälaisen ensivaikutelman sait Hyllykallion kirjaston

Ruksaa mielestäsi sopivin vaihtoehto!

	Loistava 1.	Hyvä 2.	Tyydyttävä 3.	Huono 4.	En osaa sanoa 5.
1. Tiloista					
2. Aukioloajoista					
3. Opasteista					
4. Kokoelmista					
1. Kirjat					
2. Lehdet					
3. Av-aineisto					
5. Pikalainoista					
6. Koneista					
7. Tapahtumista					
8. Kotisivuista					
9. Kirjastojen välisestä yhteistyöstä					
10. Henkilökunnasta					

**12. Mitä muuta kerrottavaa sinulla on Hyllykallion kirjastol-
le?** _____

Lämmin kiitos vastauksestasi!

Hyllykallion kirjaston henkilökunta

Marja-Liisa Kesäniemi
Kirjastonjohtaja

Tuula Rasinmäki
Vs. kirjastovirkailija
Seinäjoen AMK kirjasto- ja tietopal-
velualan opiskelija / tutkimuksen te-
kijä

Liite 2. Opasteet ja tiekyltit





Liite 3. Opasteet

