

SAVONIA



OPINNÄYTETYÖ - YLEMPI AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO
MATKAILU- JA RAVITSEMISALA

YHDISTYKSEN TOIMINNAN KE- HITTÄMINEN ASIAKASTYYTYVÄI- SYYDEN NÄKÖKULMASTA

TEKIJÄ Mira Remes

Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala	
Tutkinto-ohjelma Wellness-palveluliiketoiminnan johtaminen	
Työn tekijä Mira Remes	
Työn nimi Yhdistyksen toiminnan kehittäminen asiakastyytyväisyyden näkökulmasta	
Päiväys	18.2.2025
	52/3
Yhteistyötaho Kuopion Englantilaisen Leikkikoulun Kannatusyhdistys ry.	
<p>Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää toimeksiantajayhdistyksen tämän hetken asiakastyytyväisyyden tila ja tehdä tämän perusteella ehdotuksia, joiden avulla yhdistys voi lähteä kehittämään toimintaansa.</p> <p>Opinnäytetyön toimeksiantajana oli Kuopion Englantilaisen Leikkikoulun Kannatusyhdistys ry. Voittoa tavoittelemattoman yhdistyksen visiona on edistää Kuopion alueen kansainvälistymistä sekä kehittää lasten ja nuorten englannin kielen taitoa. Tätä visiota tukee yhdistyksen ylläpitämä leikkikoulu, jossa lapset pääsevät oppimaan englannin kieltä arjen toiminnassa eli ns. kielikylynä. Leikkikoulutoiminta on luvanvaraista toimintaa ja siinä tulee täyttää varhaiskasvatus- ja opetuslain määritelmät.</p> <p>Keskeiset tutkimuskysymykset tässä työssä ovat:</p> <ul style="list-style-type: none"> - mitkä tekijät vaikuttavat yhdistyksen asiakastyytyväisyyteen - miten yhdistyksen asiakastyytyväisyyttä voidaan kehittää <p>Opinnäytetyö toteutettiin laadullisena kehitystutkimuksena, jonka teoreettisena viitekehyksenä toimii palvelumuotoilu sekä asiakastyytyväisyyden osa-alueet. Palvelumuotoiluun suunnittelutyökaluna käytettiin British Design Councilin tuplatimantti, joka sopii hyvin palveluiden kehittämiseen.</p> <p>Tutkimusote tässä opinnäytetyössä oli laadullinen kehittämistutkimus, missä aineistonkeruumenetelmänä hyödynnettiin asiakastyytyväisyyskyselyä yhdistyksen asiakastyytyväisyyden lähtötilanteen selvittämiseksi. Kyselyn tuloksia hyödynnettiin ideariihessä, missä lähdettiin pohtimaan kehitysehdotuksia toimeksiantajalle.</p> <p>Tällainen yhteiskehittäminen on tyypillistä palvelumuotoilulle ja sen etuna on mahdollisimman laaja kuva lähtötilanteesta, jonka perusteella päästään pohtimaan ratkaisuehdotusta esille tulleeseen kehityskohteeseen. Ideariihen kautta tulleista ideoista tehtiin kehitysehdotuksia yhdistystoiminnan kehittämiseksi, joka oli tämän opinnäytetyön tavoite ja tarkoitus.</p> <p>Tutkimuksen lähtötilanteessa kartoitettiin asiakastyytyväisyyskyselyllä yhdistyksen jäsenistön kokemuksia yhdistyksen toiminnasta sekä asiakastyytyväisyyttä. Asiakastyytyväisyyskyselyn vastausprosentti oli 37 %. Kyselyn perusteella yhdistyksen asiakastyytyväisyys on tällä hetkellä hyvällä tasolla. Muutamia yksittäisiä kehityskohteita löytyi kuitenkin kyselyn perusteella.</p> <p>Asiakastyytyväisyyskyselyn ja teoreettisen viitekehyksen pohjalta toteutettiin laadullisena tutkimusmenetelmänä ideariihi. Ideariihessä hyödynnettiin asiakastyytyväisyyskyselyn tuloksia ja sen perusteella laajennettiin ajatusmaailmaa ja pohdittiin ideoita yhdistystoiminnan kehittämiseksi. Ideariihen kautta tuli useita ehdotuksia, joista koottiin yhteensä neljä konkreettista ehdotusta yhdistykselle toteutettavaksi toiminnan kehittämisen osalta.</p>	
Avainsanat asiakastyytyväisyys, palvelumuotoilu, tuplatimantti, ideariihi, yhdistys	

Field of Study Tourism, Catering and Domestic Services	
Degree Programme Master's Degree Programme in Wellness Business Management	
Author Mira Remes	
Title of Thesis Developing operations for non-profit organisation based on the customer satisfaction	
Date 18.2.2025	Pages/Appendices 52/3
Client Organisation /Partners The English Kindergarten of Kuopio	
<p>The purpose of this thesis is to understand the current state of customer satisfaction of the client organisation and based on that make proposals how the client organisation can develop their operations.</p> <p>The client organisation for the thesis is non-profit organisation The English Kindergarten of Kuopio. The vision of the organisation is to help Kuopio area to be more international and to improve the language skills for the children. To support this vision the organisation admin the kindergarten where children can learn English naturally through authentic everyday situations and activities. The kindergarten requires a licence from the authority, and it must follow the law of the Early Childhood Education and Care.</p> <p>The key research questions in this work are: - what factors affect the organisation's customer satisfaction - how to develop the organisation's customer satisfaction</p> <p>The thesis was a qualitative development study, where the theoretical framework was service design and the areas of customer satisfaction. The service design tool was the British Design Council's double diamond, which is well suited for service development.</p> <p>The research approach was qualitative development research, which utilised a quantitative customer satisfaction survey for the organisation's members as a data collection method. The results of the survey were used in the brainstorming session as a base for the development ideas.</p> <p>Mixed methods research is typical for service design and the benefit is a wide picture of the initial situation and based on that it is possible to think a proposal for the development. The ideas of the brainstorming session were gathered and based on them the suggestions were made to the organisation which was the aim for this thesis.</p> <p>At the start of the research, a customer satisfaction survey was used to gather the experiences and the customer satisfaction level from the organisation's members. Response rate for the survey was 37%. Based on the survey, the organisation's customer satisfaction is currently at a good level. However, a few individual areas for development were identified based on the survey.</p> <p>Based on the customer satisfaction survey and the theoretical framework, brainstorming was carried out as a qualitative research method. In the brainstorming the survey results were used to expand the mindset and consider ideas for developing organizations operations. Several proposals came through the brainstorming session, from which a total of four concrete proposals were put together for the organisation.</p>	
Keywords customer satisfaction, service design, double diamond, brainstorming, non-profit organisation	

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO.....	5
1.1	Opinnäytetyön tarkoitus ja tutkimuskysymykset	5
1.2	Toimeksiantaja	6
1.3	Yhteiskunnan muutokset ja kansainvälisyys	7
2	PALVELUMUOTOILU	10
2.1	Tuplatimantti palvelumuotoilun keinona	11
2.2	Tuplatimantti tässä työssä.....	12
3	ASIAKASTYYTYVÄISYYDEN KULMAKIVET	14
3.1	Asiakasymmärrys	14
3.2	Asiakaskokemus	15
3.3	Asiakasarvo	18
3.4	Palvelupolku	20
3.4.1	Toimeksiantajan palvelupolku ja asiakaskokemuksen arvon muodostuminen	22
4	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS.....	25
4.1	Tutkimusaineiston kerääminen	26
5	TUTKIMUKSEN TULOKSET	29
5.1	Kyselytutkimuksen tulokset	29
5.1.1	Taustakysymykset	29
5.1.2	Yleiset ajatukset ja kokemukset.....	30
5.1.3	Kasvuympäristö / päivittäinen toiminta	32
5.1.4	Henkilökunta ja viestintä	34
5.2	Työkaluna ideariihi	38
5.3	Tutkimusprosessiin eettisyys ja luotettavuus	41
6	RATKAISUEHDOTUKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET	44
7	POHDINTA.....	48
	LÄHTEET	50
	LIITE 1: KYSELYLOMAKKEEN SAATEKIRJE.....	53
	LIITE 2: KYSELYLOMAKE.....	54
	LIITE 3: ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELYN AVOIMET VASTAUKSET	57

1 JOHDANTO

Suomi ja suomalaiset tarvitsevat kansainvälisyyttä ollakseen mukana maailman menossa. Yksi käytännön asia, mikä kansainvälisyyteen liittyy, on kielitaito. Kielitaito on tärkeä pääoma meille jokaiselle ja kielitaidon lisää myös ymmärrystä vieraisiin kulttuureihin.

Lasten ja nuorten kielitaidon kehittymisen tarpeen osalta on Suomessa herätty ja tähän toimenpiteenä Opetus- ja kulttuuriministeriö on käynnistänyt kansainvälisyshankkeen, missä tarkoituksena on kehittää kansainvälisyyttä kaikilla koulutusasteilla, lähtien varhaiskasvatuksesta aina korkeakouluihin. Suomessa vieraan kielen opiskelu alkaa peruskoulun ensimmäiseltä luokalta eli sinä vuonna, kun lapsi täyttää 7 vuotta. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2018, 1–7.) EU:n alueella kielten opiskelu alkaa keskimäärin 6–8-vuotiaana (European Education and Culture Executive Agency 2023, 39).

Kielitaito nähdään voimavarana sekä tietyllä tavalla myös huoltovarmuutena Suomelle. Jo pelkäänsä kanssakäyminen esimerkiksi Europan Unionissa ja Natossa edellyttää kielitaitoa sekä ymmärrystä muista kulttuureista. (Dufva 2024.)

Sujuva englannin kielen taito on jo oletusarvo työelämässä ja kansainvälisissä yrityksissä, myös Suomessa, työkieli on useimmiten englanti. Elinkeinoelämän keskusliiton jäsenyritykselleen teettämän kyselyn mukaan englannin kielen taito on yksi merkittävimmistä kriteereistä rekrytoitaessa uusia työntekijöitä. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2010, 5.) Tämä korostaa varsinkin englannin kielen osaamisen tärkeyttä työelämän siirtyessä.

Vaikka Suomessa aloitetaan nykyään vieraan kielen opiskelu jo ensimmäisellä luokalla niin lukiossa tai ammattikoulussa opiskelevien nuorten kielten opiskelu on vähentynyt tilastojen mukaan. Jotta tätä toisen asteen koulutuksen kielten opiskeluintoa saataisiin nostettua, niin tulisi kielten opiskelua lisätä jo perusopetuksessa. (Värri 2023.)

Jotta kielten monipuolinen opiskelu jatkuu lapsuudesta nuoruuteen, niin on tärkeää aloittaa kielten ja sitä kautta myös kulttuurien opiskelu jo nuorena. Tätä tukee jo varhaiskasvatuksessa tarjottavat kieli-panotteiset päiväkodit ja leikkikoulut.

1.1 Opinnäytetyön tarkoitus ja tutkimuskysymykset

Tämä opinnäytetyö toteutetaan kehittämistyönä Kuopion Englantilaisen Leikkikoulun Kannatusyhdistys ry:lle, joka tukee omalla toiminnallaan vahvasti kansainvälisyyden ja englannin kielitaidon kehittämisessä nimenomaan lasten ja nuorten osalta. Yhdistyksen tarkoituksena on luoda edellytyksiä lasten ja nuorten englannin kielen kehitykselle, mitä edistääkseen yhdistys pyörittää englannin kielistä leikkikoulua Kuopion ja lähialueen lapsiperheille. Yhdistystoiminnan merkitys myös alueellisesti on merkittävä, sillä se on ainoa englannin kielellä varhaiskasvatusta tarjoava toimija (Kuopion Englantilaisen Leikkikoulu Kannatusyhdistys ry 2025).

Voittoa tavoittelematon yhdistys on toiminut pitkään ja vuosikymmenien aikana rakentunut hyvä maine on luonut edellytykset toiminnan jatkumiselle ilman erillisiä kehitystoimia. Viime vuosina yhdistyksen toimintaympäristö on muuttunut ja yhdistyksessä on todettu, että jonkinlaisia kehitystoimia tulee tehdä, jotta yhdistyksellä on hyvät toimintaedellytykset myös tulevaisuudessa. Vaikka yhdistys on toiminut pitkään, niin aiemmin ei ole tehty erityisiä toimia yhdistyksen toiminnan tai asiakastytyväisyyden kehittämiseen liittyen.

Kehittämistyön tavoitteena on aina muuttaa olemassa olevaa toimintaa tehokkaammaksi ja tavoitteellisuus onkin yksi keskeinen osa kehittämistyötä (Toikko & Rantanen 2009, 16). Tähän opinnäytetyöhön kehittämisenäkökulma sopii erityisen hyvin, sillä tavoitteena on kehittää toimeksiantajan toimintaa.

Opinnäytetyön tarkoituksena on kartoittaa yhdistyksen tämänhetkinen asiakastytyväisyyden tila yhdistyksen jäsenistön osalta ja näihin tuloksiin perustune laatia ehdotuksia yhdistyksen asiakastytyväisyyden ja sitä kautta toiminnan kehittämiseksi.

Keskeiset tutkimuskysymykset tässä työssä ovat:

- mitkä tekijät vaikuttavat yhdistyksen asiakastytyväisyyteen
- miten yhdistyksen asiakastytyväisyyttä voidaan kehittää

Yhdistyksen toiminta perustuu leikkikoulutoimintaan eli palvelun tuottamiseen. Tästä syystä työn toteuttamistavaksi valikoitui kehitystyö ja palvelumuotoilu sekä palvelumuotoilun keinot valikoituivat tämän työn teoriapohjaksi. Palvelumuotoilun ydinajatuksena on ymmärtää nykyhetken tilanne, löytää kehitettävä asia, ideoida ratkaisuja kehitettävään asiaan ja tämän jälkeen tehdä ratkaisuehdotus kehitettävän asian eteenpäin viemiseksi. Kaikki nämä vaiheet tulee tarkastella asiakkaan eli palvelun kuluttajan näkökulmasta, joka otetaan kehittämiseen osaltaan myös mukaan. (Tuulaniemi 2011, luku 3.) Palvelun kehittämisen työkaluna käytetään tuplatimantti-mallia, joka on vuonna 2004 kehitetty työkalu ja pitää sisällään palvelumuotoilun ydinajatuksen. Tuplatimantti visualisoi palvelumuotoilun kokonaisuuden kahteen vierekkäin seisovaan timanttiin, mitkä auttavat palvelumuotoilun ydinajatuksen eteenpäin viennissä. (British Design Council n.a.)

Palvelumuotoilun ollessa ihmislähtöistä kehittämistä, niin ennen kehittämistoimia tulee selvittää tämän hetken tilanne, jotta vältetään oletuksilta ja varmistutaan siitä, että lähdetään ratkaisemaan asiakkaiden tarpeita (Stickdorn, Lawrence, Hormess & Schneider 2018, 98). Tässä työssä asiakkaiden kokemusten selvittämiseen käytetään sähköistä asiakastytyväisyyskyselyä, jonka avulla lähdettiin selvittämään lähtötilannetta sekä sieltä tulevia mahdollisia kehityskohteita yhdistystoiminnan ja asiakastytyväisyyden kehittämisen osalta.

Lähtötilanteen eli asiakastytyväisyyskyselyn jälkeen tulokset käytiin läpi ja ideoita toiminnan kehittämiseksi lähdettiin pohtimaan ideariihen muodossa. Ideariihen tarkoituksena on ideoida ja pohtia käytännön asioita, mistä voidaan valita toimivimmat, joita lähdetään edistämään (Vilka 2021a, osio 2.). Ideoinnin jälkeen kyselylomakkeella vastaukset analysoitiin, jotta saadaan näkemys siitä mitkä ovat yhdistyksen toiminnan kannalta olennaisia asioita lähteä kehittämään, ja ideoinnin kautta tulleet ideat koottiin yhteen. Näiden perusteella tehtiin yhdistykselle konkreettisia kehitysehdotuksia, joita yhdistys voi lähteä toteuttamaan.

Opinnäytetyön tavoite on luoda kehitysehdotuksia yhdistystoiminnan kehittämiseksi, jotta se vastaisi asiakkaiden tarpeita. Tämä tavoite toteutui ja yhdistyksen toiminnan kehittämisen osalta tehtiin yhteensä neljä konkreettista kehitysehdotusta. Kehitysehdotukset ovat konkreettisia ja yhdistyksen näin halutessaan heti toimeenpantavia toimia.

1.2 Toimeksiantaja

Opinnäytetyöni toimeksiantajana on Kuopion Englantilaisen Leikkikoulun Kannatusyhdistys ry. Yhdistys on voittoa tavoittelematon yhdistys ja se ylläpitää Kuopion Englantilaisen leikkikoulun (The

English Kindergarten of Kuopio) toimintaa. Yhdistys on yksityinen päivähoidon palveluntarjoaja Kuopiossa ja se tarjoaa englanninkielistä päivähoitoa sekä esiopetusta 3–6-vuotiaille lapsille yli 50 vuoden kokemuksella kahdessa eri toimipisteessä Kuopion keskustan alueella. Leikkikoulun toimintaan osallistumalla lapsilla on mahdollisuus hakea kaksikieliseen opetukseen peruskouluun siirryttäessä. (Kuopion Englantilainen Leikkikoulu n.d.)

Yhdistyksen järjestämä leikkikoulutoiminta pohjautuu Suomen varhaiskasvatus- ja perusopetuslakiin, jossa määritellään varhaiskasvatuksen ja esiopetuksen tavoitteet sekä lasten oikeudet. Lasten oppimisen edistäminen, tasa-arvoisuus, yhdenvertaisuus, moninaisuuden arvostaminen sekä jokaiselle lapselle henkilökohtaisesti laadittava varhaiskasvatussuunnitelma ovat toiminnan kulmakiviä. Nämä myös velvoittavat kaikki varhaiskasvatustoimintaa järjestäviä tahoja ja ne tulee täyttää, jotta lainmukaista varhaiskasvatus- ja esiopetustoimintaa saa ylipäättään järjestää. (Opetushallitus 2022, 9–10, 12.)

Yhdistyksen tarkoitus on varhaiskasvatus- ja perusopetuslain mukaisten asioiden lisäksi kehittää lasten englannin kielen taitoa sekä tukea Kuopion ja sen lähialueiden kansainvälistymistä. Kielikylpymenetelmään pohjautuva varhaiskasvatus tukee lasten englannin kielen kehittymistä arjen askareiden ohessa, mikä tarkoittaa käytännössä, että varhaiskasvattajat puhuvat lapsille ainoastaan englantia. Leikkikoulu työllistää keskimäärin 15 vakituista varhaiskasvattajaa ja tämän lisäksi määrääkäsilla sopimuksilla esimerkiksi ryhmäavustajia. (Kuopion Englantilaisen Leikkikoulu Kannatusyhdistys ry 2025, 4.)

Yhdistys on ainoa Kuopiossa toimiva täysin englanninkielinen varhaiskasvatustoimija ja näin tärkeä osa Kuopion tarjoamia kansainvälisiä palveluita. Tulevaisuudessa yhdistys haluaa edelleen olla vahvasti mukana tarjoamassa laadukasta varhaiskasvatuspalvelua kansainvälistyvissä Kuopiossa. Tämä tarkoittaa toiminnan kehittämistä vastaamaan asiakkaiden tarpeita sekä pätevän henkilökunnan pysyvyyttä yhdistyksen palveluksessa. (Kuopion Englantilaisen Leikkikoulu Kannatusyhdistys ry 2025, 1.)

Yhdistyksen varsinaisia jäseniä ovat leikkikoulussa olevien lasten vanhemmat, jotka ovat oikeutettuja osallistumaan yhdistyksen syys- ja kevätkokouksiin. Näissä kokouksissa yhdistykselle valitaan johtokunta, joka toimii leikkikoulun hallituksena, hoitaen käytännön asioita. Johtokuntaan valitaan uusia jäseniä syyskokouksissa kahdeksi vuodeksi kerrallaan ja johtokunnan koko on 4–8 jäsentä. Kuukausittain järjestettävissä kokouksissa päätetään leikkikoulun ajankohtaisista asioista ja suunnitellaan leikkikoulun tulevaisuutta. Leikkikoulun ajankohtaisista asioista johtokunnalle raportoi leikkikoulun johtaja, joka hoitaa arjen toimintaa leikkikoulussa. (Kuopion Englantilaisen Leikkikoulu Kannatusyhdistys ry 2025, 3–4.)

Yhdistyksen visiona on olla positiivisen imagon omaava ketterä toimija, joka pyrkii aktiivisesti uudistamaan toimintaansa (Kuopion Englantilaisen Leikkikoulu Kannatusyhdistys ry 2025, 2). Yhdistys on toiminut jo yli 50 vuotta ja toiminta on muotoutunut luonnostaan sellaiseksi kuin se tänä päivänä on.

1.3 Yhteiskunnan muutokset ja kansainvälisyys

Suomessa syntyvyys on ollut laskussa 2010-luvulta saakka ja noususuhdannetta tämän osalta tuskin on ainakaan lähivuosina odotettavissa (Tilastokeskus 2024). Syntyvyyden laskiessa Suomen

väestö vähenee koko ajan. Suomeen tarvitaan tulevaisuudessa siis maahanmuuttoa, jotta väestön väheneminen saadaan tasaantumaan ja jossain vaiheessa jopa nousuun.

Suomalaiselle yrityksille tämä tarkoittaa sitä, että tulevaisuudessa katse on suunnattava Suomen rajojen ulkopuolelle ja etsittävä kansainvälisiä osaajia Suomen rajojen ulkopuolelta. Tällä pystytään osaltaan paikkaamaan suomen syntyvyyden laskua ja tukemaan Suomen kasvua. (Seitasalo 2024.)

Maahanmuuttoviraston tekemän selvityksen mukaan Suomeen kohdistuva maahanmuutto on kokonaisuudessaan ollut tasaista vuonna 2024 edellisvuosiin verrattuna. Maahanmuuton suurimpina ryhminä ovat työn tai opiskelujen perässä Suomen muuttavat henkilöt sekä heidän perheenjäsenensä. Suomalaisten yritysten kansainvälistyminen pitää työperäisen maahanmuuton luvut tasaisina viime vuosina. (Maahanmuuttovirasto 2024.)

Tähän tasaiseen kasvuun vaikuttaa osaltaan vuonna 2020 alkanut Talent Boost-ohjelma, jolla pyritään luomaan Suomeen tulo opiskelijana tai työntekijänä aiempaa helpommaksi. Yhtenä tavoitteena hankkeessa on Suomen houkuttelevuuden lisääminen kansainvälisten osaajien ja heidän perheensä osalta. Tähän liittyy muun muassa oleskelulupaprosessin nopeuttaminen ja sujuvoittaminen. Tämän lisäksi yksi tärkeimmistä asioista on osaajien pitäminen Suomessa. Tähän olennaisena osana kuuluu esimerkiksi parantaa suomalaisen tutkinnon johtamista työllistymiseen Suomessa ja lisätä englannin kielistä koulutusta varhaiskasvatuksesta alkaen. Myös suomen ja ruotsin kielen koulutustarjonnan parantaminen työssä käyvien osalta on olennaista, sillä paikallisen kielen osaaminen on tärkeä osa kotoutumista uuteen kotimaahan. (Valtioneuvosto 2023, 19–20, 23–25.)

Kansainvälistyminen on osa arkea ja suomalaisessa koulutusjärjestelmässä tämä on huomioitu suomea, ruotsia tai saamea äidinkielenään puhuvien nuorten osalta. Tämä näkyy muun muassa niin, että vieraan kielen opiskelun aloittamisen ikää on alennettu ja ylioppilastutkinto järjestetään myös englannin kielellä. Nämä toimet edesauttavat lasten ja nuorten vieraan kielen oppimista sekä edistävät kansainvälisyyttä kaikilla eri koulutusasteilla. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2018.)

Myös varhaiskasvatuksen osalta tunnetaan vieraskielinen varhaiskasvatus, joka tukee lapsen vieraan kielen oppimista. Kielikylpymenetelmään perustuvaa varhaiskasvatusta voidaan järjestää lapsille, joiden äidinkieli on paikkakunnan enemmistön kieli. Tämä lisää kantaväestön kielen oppimista sekä sen kautta myös kansainvälistymistä. Kielikylpymenetelmässä hyödynnetään ympäristöä ja varhaiskasvatuksen arkea vieraan kielen oppimisessa. Kun lapsen arki varhaiskasvatuksessa ei ole oma äidinkieli, niin lapsen huoltajien tulee huolehtia lapsen äidinkielen kehityksestä kotona. Vieraalla kielellä aloitetulle varhaiskasvatukselle tulee olla jatkomahtodollisuuksia perusopetuksessa, mikä kunnan tulee huolehtia. (Stakes 2005, 5–6.)

Kuopio on Pohjois-Savossa sijaitseva elinvoimainen kaupunki, jonka tulevaisuuden kasvun perustana on matkailun lisäksi kansainvälinen elinkeinoelämä, mikä näkyy erityisesti tutkimus- ja koulutuskeskittymänä sekä terveys- ja hyvinvointialalla. Kuopion yksi vuoden 2030 strategisista tavoitteista on kansainvälisyys, missä huolehditaan ulkomailta tulevien vastuullisesta kotouttamisesta Kuopioon sekä suvaitsevasta ilmapiiristä. (Kuopion kaupungin valtuusto 2022, 4–5.)

Kuopion strategiassakin mainittu kansainvälisyys on tärkeää Kuopiossa sen elinvoimaisuuden säilyttämiseksi jatkossa. Vuoden 2024 tilastojen mukaan Kuopiossa asuvia ulkomaalaisia ja vieraskielisiä

(äidinkieli muu kuin suomi, ruotsi tai saame) oli noin 11.800. Tähän lukuun sisältyy kaikkia ikäryhmiä, lapsista senioreihin ja lukema on tasaisesti lisääntynyt vuosien saatossa. Tämän lisäksi eri koulutustason oppilaitoksissa on noin 1.400 vaihto- ja tutkinto-opiskelijaa. (Kuopion kaupunki n.d.b.)

Lapset ja nuoret ovat Kuopion määrittämässä strategiassa etusijalla, mihin sisältyy turvallinen ympäristö elää ja opiskella (Kuopion kaupungin valtuusto 2022, 4). Kaikissa Kuopion kouluissa tarjotaan Opetus- ja kulttuuriministeriön hankkeen mukaisesti peruskoulun 1.luokalta alkaen A1-kielenä englantia sekä yhdessä koulussa myös saksaa. (Kuopion kaupunki n.d.a.) Tämän lisäksi Kuopiossa on peruskoulun ensimmäiseltä luokalta alkaen tarjolla myös kaksikielistä opetusta, missä edellytetään suomen ja englannin kielen osaamista. Kaksikielinen opetus noudattaa kansallista opetussuunnitelmaa, mutta painopiste on englannin kielessä ja muutamaa ainetta lukuun ottamatta opetus tapahtuu täysin englanniksi. (Peda.net n.d.) Kaksikieliseen perusopetukseen ja sitä kautta kansainväliseen toimintaan mukaan pääseminen edellyttää suomen ja englannin kielen osaamista. Ilman leikkikoulun toimintaa kaksikielistä opetusta ei välttämättä Kuopiossa järjestettäisi, sillä suurin osa kaksikielisen perusopetuksen oppilaista tulee leikkikoulun kautta.

Tämän opinnäytetyön toimeksiantaja Kuopion Englantilaisen Leikkikoulun Kannatusyhdistys ry tarjoaa englannin kielistä varhaiskasvatusta ja esiopetusta ainoana palveluntarjoajana Kuopiossa. Yhdistyksen toiminta on hyvin merkityksellinen Kuopion alueen kansainvälistymisen kannalta, sillä se tarjoaa varhaiskasvatusta kaikille Kuopiossa asuville lapsiperheille ja näin ollen tarjoaa myös palveluitaan Kuopioon muuttaville kansainvälisille perheille.

Ainoana palveluntarjoajana yhdistys edesauttaa Kuopion alueen kansainvälistymistä ja on siksi tarpeellinen toimija vastaamaan yhteiskunnan muutoksiin. Tämän vuoksi on tärkeää, että yhdistyksen toiminnalla on edellytyksiä jatkaa toimintaansa myös tulevaisuudessa. Tämän opinnäytetyön tarkoitus on auttaa yhdistystä tunnistamaan mahdollisia kehityskohteita asiakastyytyväisyyskyselyn kautta ja tehdä ehdotuksia toiminnan kehittämiseksi ideariihen kautta tulevien ideoiden avulla.

2 PALVELUMUOTOILU

Kautta aikojen ihmiset ovat ostaneet ja myyneet palveluita toisilleen. Tuolloin palvelut muuttivat muotoaan luonnollisesti ihmisten tarpeiden muuttuessa. Vaurastumisen seurauksena 1970-luvulla yhteiskunnassa alettiin nähdä muutoksia, missä palveluliiketoiminta alkoi lisääntyä ja alettiin puhua palvelullistamisesta, jonka tavoitteena oli entistä enemmän vastata asiakkaiden tarpeisiin ja saavuttaa kilpailuetua markkinoilla. Onnistuneen palvelullistamisen edellytyksenä oli yrityksen erityisen vahva asiakaslähtöisyys, joka saattoi edellyttää yrityksen koko toiminnan uudelleen järjestelyä. Termi *service design*, joka suomentuu palvelumuotoiluksi, on ollut käsitteenä 1980-luvun johtamis- ja markkinointikirjoissa, joten voitaneen puhua, että palvelumuotoilun historia on virallisesti alkanut noihin aikoihin. (Koivisto, Säynäjäkangas & Forsberg 2019, 17–18, 32.) Tulevaisuudessa menestyksekkäät yritykset siirtyvät entistä enemmän palveluiden tuottamiseen ja yritysten tuleekin löytää erottautumiskeinoja kilpailijoistaan ja tuoda uutta arvoa palveluillaan. (Moritz 2005, 27.)

Palvelumuotoilua ja palveluiden kehittämistä siinä muodossa, miten sitä tänä päivänä tunnetaan, on tehty vasta 1990-luvulta saakka (Tuulaniemi 2011, luku 2). Palvelumuotoilulla tarkoitetaan palveluiden kehittämistä erilaisia menetelmiä hyödyntäen. Palvelumuotoilun keinoin muokata olemassa olevia palveluita tai kehittää uusia. Tavoitteena on, että palvelumuotoilun jälkeen palvelut vastaavat paremmin ihmisten tarpeita. Palvelumuotoilun avulla pystytään myös havainnoimaan uusia mahdollisuuksia yritysten toiminnassa ja niiden tarjoamissa palveluissa. (Tuulaniemi 2011, luku 3.)

Viimeisen vuosikymmenen aikana palvelumuotoilu on maailmanlaajuisesti juurtunut palveluiden kehittämisen keskeiseksi osaksi. Tämä viimeinen vuosikymmen tunnetaan asiakkaan aikakautena, jolloin asiakkailla on entistä enemmän valtaa ja yritysten tulee tehdä enemmän töitä erottuakseen kilpailijoistaan. Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että yrityksen toiminnassa asiakas tulee aina laittaa etusijalle ja asiakkaan tarpeet tulee täyttää sekä ylittää, jotta saadaan asiakas ostamaan yrityksen palveluita ja palaamaan yrityksen palveluiden äärelle kerta toisensa jälkeen. (Koivisto ym. 2019, 16–17, 22.)

Asiakkaan aikakauden muodostumiseen varmasti yksi suuri tekijä on ollut digitalisaatio, joka on muuttanut palveluyritysten luonnetta ja on ollut vauhdittamassa palvelumuotoilun kehittymistä nykyiseen muotonsa. (Tuulaniemi 2011, luku 2.) Digitalisaatio tuo yrityksille jatkuvasti mahdollisuuksia luoda uusia palveluita (Moritz 2005, 27). Digitalisaatio myös on tehnyt asiakkaista entistä vaativampia palveluihin sekä niiden laatuun, kun tarjolla on esimerkiksi paljon enemmän tietoa, vaikkapa muiden asiakaskokemuksia, ja mahdollisuus tehdä hintavertailua omalta koti sohvalla käsin. Palveluita on netin kautta saatavilla maailmanlaajuisesti eikä enää tarvitse tyytyä oman kylän tarjoamaan palveluun. Joskus on jopa vaivattomampi hankkia jokin palvelu vaikkapa toiselta puolelta maailmaa kuin lähituottajalta. (Stickdorn ym. 2018, 6.)

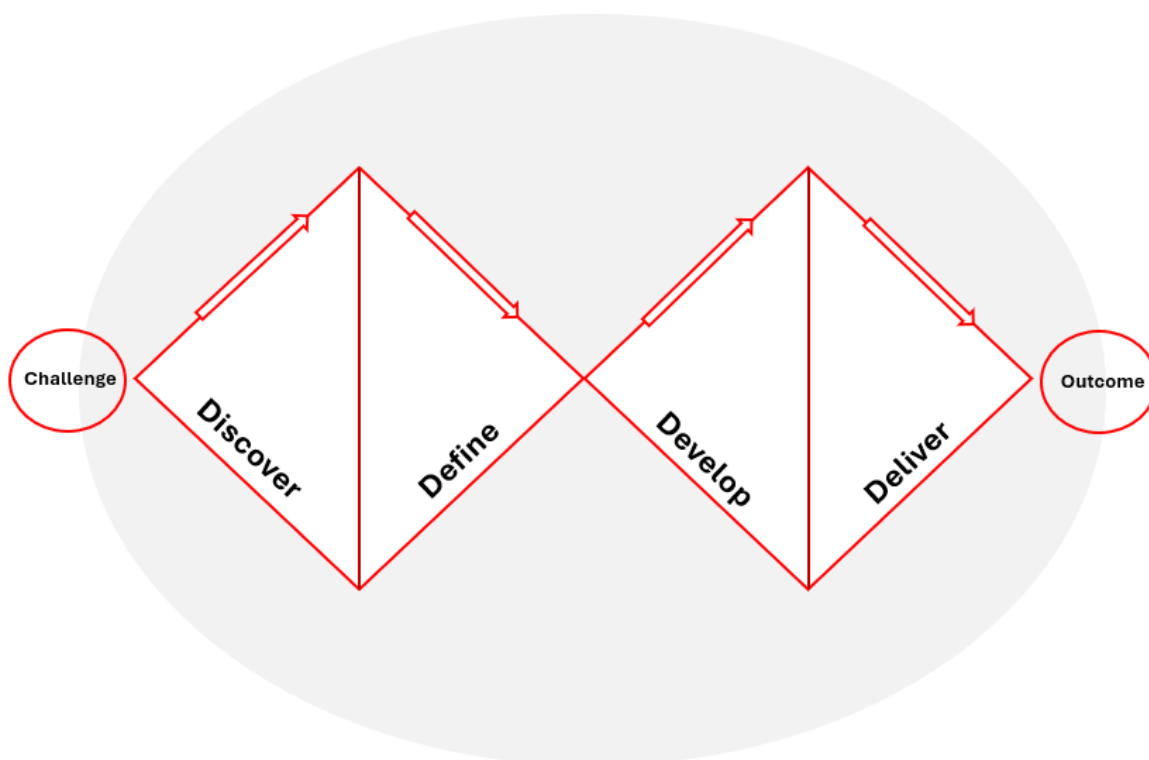
Palvelun tuottaminen on yrityksen ja asiakkaan välinen vuorovaikutusprosessi, missä yritys tarjoaa palveluitaan asiakkaalle. Palvelut, niiden tuottaminen ja palveluita käyttävien ihmisten tarpeet muuttuvat koko ajan, mikä tarkoittaa, että palveluita sekä niiden prosesseja on muokattava jatkuvasti. Kerran tehty ja suunniteltu palvelu ei ole ikuinen. Palvelumuotoilun tarkoitus on kehittää tarjottavaa palvelua vastaamaan paremmin asiakkaiden tarpeita ja onkin tietynlaista palvelujen ongelmanratkaisua. (Tuulaniemi 2011, luku 2.)

Palvelumuotoilu on levinnyt nopeasti suomalaisissa yrityksissä. Tähän avaintekijänä lienee suomalainen matalahierarkkinen yhteiskunta, missä on luonnollista ottaa asiakkaat ja työntekijän mukaan yrityksen toiminnan kehittämiseen palvelumuotoilun kautta. (Koivisto ym. 2019, 34.) Yrityksen henkilöstön ottaminen mukaan palvelumuotoiluprosessiin on tärkeää, sillä henkilöstö on usein kaikista parhaiten kartalla siitä, mitä asiakkaat palvelulta toivovat ja tahtovat. Mukana olo myös sitouttaa henkilökuntaa toimimaan yrityksen brändin mukaisesti, kun heillä on ollut itse mahdollisuus olla mukana kehittämässä yrityksen toimintaa. (Tuulaniemi 2011, luku 2.)

Palvelumuotoilu toimii ongelmanratkaisutyökaluna se antaa uudenlaisen tavan palveluiden kehittämiseen eikä se ole liikaa rajattu. Palvelumuotoilua voisi ajatella ajatustapana, missä kehitystyötä lähdetään tekemään asiakas kehityksen kärkenä. (Tuulaniemi 2011, luku 2.)

2.1 Tuplatimantti palvelumuotoilun keinona

Palvelumuotoilussa maailmanlaajuisesti käytetty tuplatimantti (the double diamond) on palvelumuotoiluun kehitetty visuaalinen suunnittelutyökalu. British Design Council kehitti vuonna 2004 tuplatimantin selkeyttämään ja visualisoimaan palvelumuotoilun prosessia. Timantit kuvaavat erilaisia vaiheita, kun lähdetään kehittämään haluttua prosessia palvelumuotoilun keinoin. (British Design Council n.a.)



Kuva 1. The Double Diamond (mukaillen British Design Council n.a.)

Tuplatimantin käyttö on helppoa sen selkeyden ansiosta. Vierekkäin, kärjellään seisovat timantit viestittävät selkeästi prosessin kulkua. Ensimmäisessä discover eli tutki-kohdassa lähdetään liikkeelle asiakkaasta ja asiakkaan näkemyksistä sekä kokemuksista yrityksen tarjoaman palvelun osalta. Tässä vaiheessa ei oleteta mitään, vaan tutkitaan tilannetta ja pyritään saamaan käsitys tämän hetken tilasta. Tämä vaihe sisältää palvelun käyttäjän kokemusten selvittämistä ja tavoitteena

kerätä mahdollisimman paljon tietoa jatkovaiheita varten. (British Design Council n.a.) Jo tässä ensimmäisessä vaiheessa saadaan myös käsitys siitä, onko yrityksellä samanlainen ajatus kehittämistä vaativasta palvelusta kuin asiakkailla.

Define eli määrittele-kohdassa ensimmäisen vaiheen tutkimuksen tuloksia lähdetään käymään läpi ja löydetään sieltä kehityskohde tai -kohteita (British Design Council n.a.) Tässä vaiheessa on tärkeää katsoa kehitettävää asiaa avoimin mielin ja mahdollisimman laajasti. Ensimmäisen timantin vaiheessa on löytää kehitettävä ongelma (Koivisto ym. 2019, 43). Tämän jälkeen, kun ongelma on tunnistettu niin päästään siirtymään toiseen timanttiin.

Toisen timantin ensimmäisessä vaiheessa develop eli kehitysvaiheessa keskeinen kehityskohde on määritelty ja lähdetään kehittämään palvelua paremmaksi. (British Design Council n.a.) Palvelumuotoilussa kehittäminen alkaa suurista linjoista, miten palvelu toimii ja miten käyttäjät sen kokevat. Tärkeintä on kirkastaa ajatus siitä, mitä toimintoa on tarkoitus kehittää ja mitä kehitystyöllä saavuttaa. Edellisessä develop-vaiheessa määriteltyjä asioita voidaan kehittää yksittäisinä tai jopa yhdistää toimivaksi kokonaisuudeksi. Tähän prosessin vaiheeseen hyvä tapa on esimerkiksi ryhmäideointi, missä kehitettävään asiaan saadaan useita näkökulmia. Ryhmäideoinnin kautta saadaan usein paljon ideoita, joista voidaan valita suurimmat ja lähdetään kehittämään niitä. (Stickdorn ym. 2018, 158–159, 212–213.) Ryhmäideointi, mistä myös yhteiskehittämisenä puhutaan, on palvelumuotoilulle ominaista. Tällä saadaan osallistutettua suunnitteluprosessiin niitä henkilöitä kehen palvelu vaikuttaa ja näin suunnittelulla pyritään vastaamaan palvelun käyttäjien tarpeisiin eikä yrityksen oletuksiin palvelun käyttäjien tarpeista. (Koivisto ym. 2019, 41.)

Kun on käyty läpi toisen timantin ensimmäinen vaihe, niin valitaan ne vaihtoehdot, mitä toimenpidettä lähdetään kokeilemaan palvelun parantamiseksi. (British Design Council n.a.) Näin ollaan toisen timantin toisessa eli deliver-vaiheessa. Tämä tarkoittaa käytännön tasolla päästöstä asioiden ideoiden ja ratkaisujen käyttöönotosta. (Koivisto ym. 2019, 46.) Jonkin ajan kuluttua ideoiden käyttöönotosta voi lähteä uudelleen selvittämään, miten hyvin tehty palvelumuotoilu toimii ja onko siinä jotain parannettavaa edelleen.

Tuplatimantti ohjaa palvelumuotoilua neljän ydinkohdan kautta, jotta palvelumuotoilu toimisi mahdollisimman tehokkaasti. Tärkeintä prosessissa on muistaa se, että kaiken keskiössä palvelua käyttävät ihmiset ja heidän tarpeidensa ymmärtäminen. (British Design Council n.a.) Tänä päivänä tilanteet vaihtelevat ja yritysten tulee päivittää omia palveluitaan jatkuvasti. Tähän toiminnan päivittämiseen tuplatimantti-malli on selkeä ja se sopii hyvin niin suurempiin kuin pienempiinkin kehityshankkeisiin.

2.2 Tuplatimantti tässä työssä

Opinnäytetyön tarkoituksena on yhdistyksen toiminnan kehittäminen palvelumuotoilun keinoin ja tähän on käytetty tuplatimantti-mallia työkaluna. Työn tavoite on löytää tuplatimanttia hyödyntäen yhdistystoiminnan kehityskohtia ja tehdä näihin kehityskohtiin ratkaisuehdotuksia. Näin yhdistystoimintaa päästään kehittämään siten, että yhdistys vastaa paremmin asiakkaidensa toiveisiin toiminnan osalta ja toiminta houkuttelee myös uusia asiakkaita.

Yhdistyksen toiminnan ydin ovat asiakkaat ja ilman asiakkaita yhdistys ei pysty toimimaan. Palvelumuotoilun tuplatimantti-malli sopii tähän kehitystyöhön erityisen hyvin, sillä tutkimuskysymyksiä on

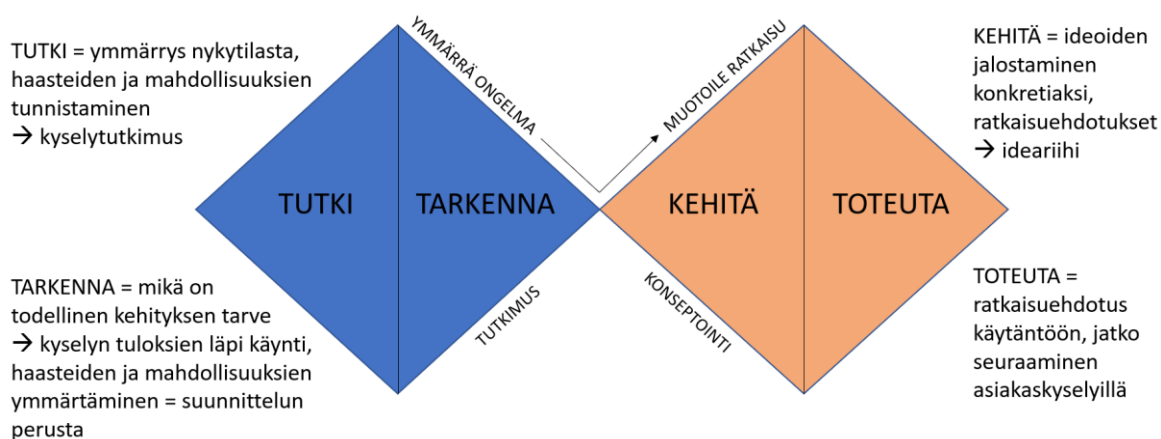
selvittää nimenomaan asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät sekä pohtia keinoja asiakastyytyvyyden lisäämiseen.

Opinnäytetyöhön liittyvän asiakastyytyväisyyskyselyn perusteella saadaan kerättyä asiakkaiden kokemuksia palvelusta ja saadaan näin palvelun käyttäjien ajatukset selville. Näin pystytään tunnistamaan yhdistystoiminnan keskeiset vahvuudet sekä kehityskohteet eli saadaan asiakkaiden ääni kuuluviin, mikä on keskeinen osa palveluiden kehittämistä. Tämä tehdään tuplatimantin ensimmäisen timantin tutki-kohdassa (kuva 2).

Kun kyselytutkimus on tehty niin tulosten perusteella ymmärretään yhdistystoiminnan vahvuudet sekä mahdolliset haasteet ensimmäisen timantin tarkenna-kohdassa (kuva 2). Näiden vastausten avulla päästään pohtimaan niitä aihealueita, missä yhdistyksen toimintaa tulee kehittää. Kyselyn perusteella valitaan aihealueet seuraavaan eli kehittä-vaiheen ideointiin.

Palvelumuotoilussa luovana ongelmanratkaisutapana ja palvelun kehittämisessä yksi keino on ideointi (Tuulaniemi 2011, luku 3). Tuplatimantti-mallin toisen timantin kehittä-kohdassa ideoiden jalostamisessa käytetään hyödyksi ideariihimenetelmää, missä useampi henkilö pohtii aihetta ja antaa hulleimmatkin ideat yhdistyksen toiminnan kehittämiseen liittyen (kuva 2). Keskeinen ajatus ideoinnissa on hyödyntää aiemmin saatua tietoa palvelun käyttäjien tarpeista. Ideoinnin tarkoituksena on pohtia toimintaa ja miettiä mahdollisimman paljon erilaisia vaihtoehtoja toiminnan kehittämiseksi, mitä voidaan seuraavassa vaiheessa lähteä toteuttamaan konkreettisiksi toimiksi. (Koivisto ym. 2019, 46.)

Ideariihessä tulevat ideat ja ajatukset jalostetaan lopulta tuplatimantin viimeisessä eli toteuta-kohdassa konkreettisiksi ratkaisuehdotuksiksi yhdistyksen toiminnan kehittämistä varten. Tässä vaiheessa ideariihin ja aiemmin tehdyn kyselytutkimuksen tuloksia tarkastellaan yhdessä. Näiden yhteistuloksena tehdään yhdistykselle kehitysehdotus toiminnan osana, minkä avulla toimintaa voidaan lähteä kehittämään. (Kuva 2)



Kuva 2. Tuplatimantti tässä työssä (mukaillen British Design Council n.a.)

3 ASIAKASTYYTYVÄISYYDEN KULMAKIVET

Palveluita on ympärillämme joka puolella. Välillä käytämme palveluita aktiivisesti ja toisinaan olemme palveluiden passiivisia vastaanottajia. Palvelu itsessään on pääasiassa aineeton vuorovaikutusprosessi, mutta se voi olla yhteydessä johonkin tuotteeseen tai tavarahan esimerkiksi myynti- tai asiakaspalveluna. Palvelun tarkoitus on yksinkertaisuudessaan se, että asiakas saa ratkaisun ongelmaansa. (Grönroos 2020, luku 2.) Olennainen osa palvelua on palvelun tarjoajan eli yrityksen ja palvelun kuluttajan eli asiakkaan välinen vuorovaikutus, mistä asiakkaan palvelukokemus muodostuu (Tuulaniemi 2011, luku 2).

Nykyaikana on myös ymmärretty tavaroiden kuluttamisen merkitys ja sen vaikutus ympäristöön. Tämä on lisännyt palveluiden kuluttamista, sillä palvelut ovat lähtökohtaisesti ympäristöystävällisempiä kuin ostettavat konkreettiset tavarat ja tuotteet. (Tuulaniemi 2011, luku 1.) Toki myös palvelut voivat olla hyvin kuormittavia ympäristön kannalta. Kuluttajien ympäristötietoisuus on kuitenkin kasvanut valtavasti vuosien aikana ja niin tuotteita kuin palveluita kuluttavat usein peräänkuuluttavatkin yrityksen vastuullisuutta ympäristöasioissa (Koivisto ym. 2019, 24).

Kehittyneissä maissa palvelujen osuus bruttokansantuotteesta on suurempi kuin tavaroiden ja työikäisistä suurin osa työskentelee palveluja tarjoavissa yrityksissä. (Tuulaniemi 2011, luku 1.) Suomessa palvelualoilta kertyy noin 40 % koko maan bruttokansantuotteesta eli palvelualat ovat merkittävä tekijä koko Suomen taloutta katsoessa. Palveluiden viennin osalta palvelualojen osuus koko Suomen viennistä on noin 30 % ja työllistävyysvaikutus on yli miljoona työpaikkaa Suomessa. Tulevaisuudessa odotetaan palvelualan kasvattavan osuuttaan näiden lukujen osalta entisestään. (Palvelualojen työnantajat PALTA ry n.d.) Tämän vuoksi palveluiden laadun ja asiakastyytyväisyyden merkitys on suuri sillä ilman tyytyväisiä asiakkaita ei ole palveluiden kuluttajia, millä on suora vaikutus yllä mainittuihin lukuihin.

3.1 Asiakasymmärrys

Palveluita tarjoavien yritysten toiminnan ytimessä on palvelun käyttäjä eli asiakas. Ilman asiakasta, joka ostaa yrityksen palvelua, palveluyrityksen toimintaa ei ole. Tämän takia on olennaista ymmärtää asiakkaan tarpeet ja toiveet hankittavan palvelun osalta, jotta yritys pystyy tarjoamaan asiakkailleen sellaista palvelua, jota asiakkaat haluavat ostaa. Tästä puhutaan asiakasymmärryksenä. (Tuulaniemi 2011, luku 2–3.)

Asiakasymmärrys tarkoittaa, että palveluntarjoajan tulee olla tietoinen asiakkaiden tarpeista, sillä ilman ymmärrystä asiakkaan tarpeista ei voida tarjota juuri hänelle sopivaa palvelua. Yrityksen tulee ymmärtää, mitkä tekijät ohjaavat asiakkaiden palveluiden kulutusta ja tämä on myös lähtökohta yritystoiminnalle. Ei riitä, että arvataan mitä asiakas mahtaisi tarvita, vaan todella ymmärretään asiakkaan tarpeet, odotukset ja arvot. (Tuulaniemi 2011, luku 2.) Ymmärtämättömyys johtaa hyvin nopeasti siihen, että asiakkaan tarpeita ei pystytä täyttämään tarjotulla palvelulla, joka johtaa asiakkaan puolelta tyytymättömyyteen eikä asiakas välttämättä enää jatkossa osta palveluita. Tämän takia asiakasymmärrys on hyvin suuressa roolissa, kun lähdetään luomaan pitkiä asiakassuhteita. (Hinshaw n.d.)

Asiakasymmärrys on edellytys olemassa olevien palveluiden kehittämiseksi sekä uusien palveluiden luomiselle. Uusia palveluita tulisikin lähteä suunnittelemaan asiakkaiden sen hetkisestä näkökulmasta, jotta ne saadaan vastaamaan käyttäjien eli asiakkaiden tarpeita. Tämä edellyttää, että ymmärretään asiakasta ja hänen tarpeitaan. (Fisk & Patrício 2013, 188.) Kattava asiakasymmärrys auttaa myös siinä, että yrityksen ei tarvitse käyttää resursseja turhaan suunnitteluun, vaan palvelu vastaa mahdollisimman hyvin asiakkaiden tarpeisiin heti (Tuulaniemi 2011, luku 2).

Asiakasymmärrys vaatii pitkäjänteistä työtä ja tutkimista. Palveluiden kohdalla tämä on haastavaa, sillä asiakkaiden toiveisiin palvelusta vaikuttavat usein eniten subjektiiviset asiat, jotka vaihtelevat ja perustuvat esimerkiksi aiempiin kokemuksiin palveluista. (Grönroos 2020, luku 3.) Asiakasymmärrystä voi kartoittaa esimerkiksi haastatteluilla, havainnoinnilla tai eri menetelmin toteuttavilla kyselyillä. Yksi keino asiakasymmärryksen syventämiseen on asiakastytyväisyyskysely, vaikkakaan se ei anna aukotonta kuvaa asiakkaiden tarpeista. Tämä korostuu varsinkin uutta palvelua luodessa. Uuden palvelun kohdalla on tärkeää tutkia asiakkaan toimintaa ja löytää sieltä asiakkaan tarpeet, myös ne mitä asiakas ei vielä itse ehkä täysin edes tiedosta. (Tuulaniemi 2011, luku 2.)

Asiakasymmärryksen selvittämisellä yritys pystyy myös ennakoimaan asiakkaan tarpeita. Ennakointi on yrityksen liiketoiminnan kannalta hyvin tärkeää, mikäli haluaa olla markkinoiden ensimmäinen toimija, joka tuo tietyn palvelun asiakkaille kulutettavaksi. (Tuulaniemi 2011, luku 2.)

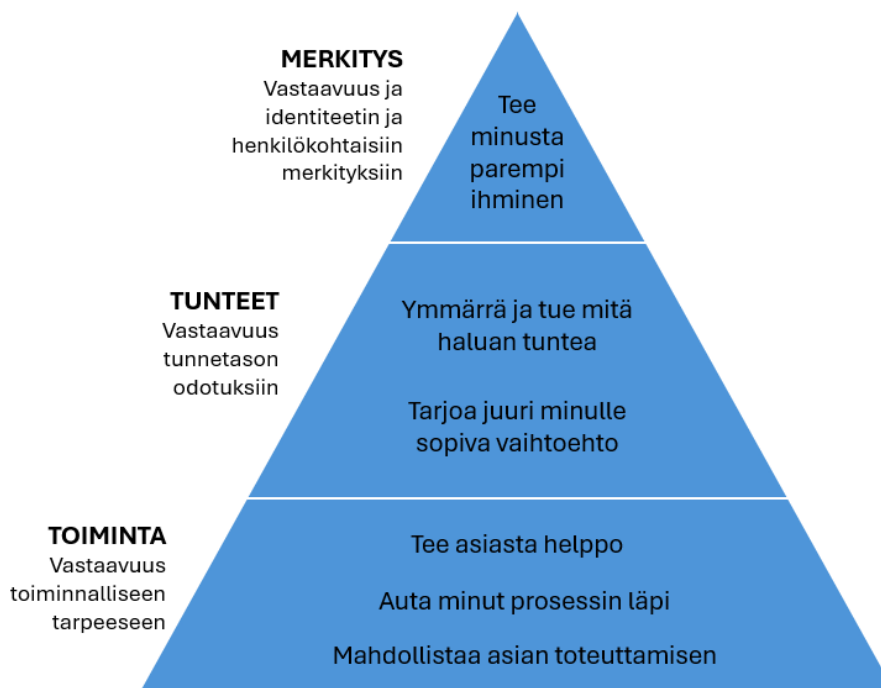
3.2 Asiakaskokemus

Kun yrityksellä on tarvittava asiakasymmärrys niin tämän jälkeen palvelua kehittäessä sekä toteuttaessa tulee huomioida asiakaskokemus, mitä yritys palvelullaan tuottaa asiakkailleen. Hyvän asiakaskokemuksen luomisen keskeinen asia on se, että asiakas kokee yrityksen tarjoaman palvelun olevan hintansa arvoinen. (Tuulaniemi 2011, luku 2.)

Palveluita tuottavalle yritykselle haasteen luo se, että kaikki asiakkaat kokevat palvelun henkilökohtaisesti eikä palvelua voi varastoida myöhemmin käytettäväksi. Palvelua ei voi testata ennen sen kuluttamista ja vaikka asiakas asioi yrityksessä saman asiakaspalvelijan kanssa useamman kerran, niin jokainen näistä kohtaamisista on uniikki ja ainutlaatuinen kokemus. Jokainen asiakaskokemus syntyy palveluhetkellä palvelun tarjoajan ja asiakkaan välistä vuorovaikutuksesta. (Grönroos 2020, luku 4.)

Asiakaskokemus asiakkaalle palveluprosessin aikana, jota kuvataan kirjallisuudessa palvelupolkuna. Tämä palvelupolku pitää sisällään asiakkaan palvelun hankinnan vaiheet ennen palvelun ostamista, palvelun aikana sekä palvelukokemuksen jälkeen, mihin vaikuttaa kaikki kokemukset tämän palvelupolun aikana. (Saarijärvi & Puustinen 2020, luku 2.) Palvelupolkua avaan tarkemmin luvussa 3.4.

Asiakaskokemuksen muodostuminen jakautuu kolmeen vaiheeseen, jotka ovat toiminta, tunteet ja merkitys (kuva 3). Nämä vaiheet tarkoittavat käytännössä sitä, miten sujuvaa palvelu on asiakkaan näkökulmasta, onko palvelu asiakkaalle juuri hänen tarpeisiinsa sopivaa ja vastaako se asiakkaan odotuksia tai jopa ylittää ne. (Tuulaniemi 2011, luku 2.) Asiakaskokemuksen arvon muodostumisen pyramidi näyttää konkreettisesti asiakkaan palveluiden sekä tuotteiden ostamisen osalta arvon muodostumisen ydinasiat. Yritykset pystyvät hyödyntämään arvopyramidia ja sen elementtejä oman toiminnan sekä asiakassuhteidensa kehittämisessä ja tätä kautta luomaan pidempiä asiakassuhteita. (MasterClass 2022.)



Kuva 3. Asiakaskokemuksen arvon muodostumisen pyramidi (mukaillen Tuulaniemi 2011, luku 2)

Asiakaskokemuksen muodostuminen alkaa toiminnan tasosta, missä palvelun tarvitsee ainoastaan olla asiakkaan näkökulmasta helposti saatavissa ja vastata asiakkaan tarvetta. Näiden tarpeiden täytyessä asiakas on tyytyväinen. (Tuulaniemi 2011, luku 2.) Toiminnan tasolla tärkeintä ovat käyttömukavuutta lisäävät asiat esimerkiksi ajan ja kustannusten säästäminen tai riskien vähentäminen (MasterClass 2022).

Kun tämä toiminnan taso on täytetty niin sen jälkeen asiakas siirtyy kokemuksen näkökulmasta tunnetasolle. Tunnetasolla asiakas odottaa jo palveluiden räätälöintiä hänen tarpeisiinsa eli tässä vaiheessa yrityksen tulee ymmärtää asiakkaan toiveita yrityksen tarjoamia palveluita kohtaan. Tässä vaiheessa asiakas kokee, että hänen henkilökohtaisia tarpeitaan ymmärretään ja palvelu vastaa asiakkaalle syntyneisiin mielikuviin yrityksestä. (Tuulaniemi 2011, luku 2.) Tunnetasolla palvelu hivelee asiakkaan itsetuntoa ja mahdollisesti palvelun hankkimisella asiakas saavuttaa itselleen tärkeää statusarvoa. Tässä vaiheessa asiakkaalla alkaa jo muodostua odotuksia palvelulle. (MasterClass 2022.)

Kolmion huipulla on merkityksen taso, missä asiakkaan ostamien palveluiden tulee vastata hänen arvojaan, elämäntapaansa ja identiteettiään. (Tuulaniemi 2011, luku 2.) Ylimmällä arvonmuodostumisen tasolla palvelun ostaminen auttaa myös asiakasta toteuttamaan itseään ja näin se toimii myös sosiaalisena elementtinä (MasterClass 2022).

Asiakaskokemus on aina asiakaskohtainen kokemus saadusta palvelusta ja sen hetkistä kokemuksistaan. Tämän takia yritys ei mitenkään pysty tarjoamaan jokaiselle asiakkaalle täysin samaa asiakaskokemusta, mutta yritys pystyy vaikuttamaan siihen minkälaisia kokemuksia ja hyötyjä, se pyrkii asiakkaalle tuottamaan. (Löytänä & Korteso 2011, luku 1.1.)

Hankittu palvelu tuottaa asiakkaalle hyötyä, mutta tämän lisäksi asiakkaat odottavat palvelun tuottavan myös hyvän asiakaskokemuksen. Konkreettisenä esimerkkinä lento paikasta A paikkaan B. Kaikki lentoyhtiöt kuljettavat tuon matkan, mutta asiakaskokemuksen lennolla luo henkilökunta, joka voi luoda hyvän tai huonon kokemuksen. (Koivisto ym. 2019, 22–23.) Tässä päästään asiakaskokemuksen osalta toiminnan tasolta tunne- tai jopa merkitystasolle.

Palvelua tarjoavan yrityksen asiakasrajapinnassa olevat henkilöt ovat avainasemassa luomassa asiakkaalle palvelukokemusta yrityksen tarjoamasta palvelusta. Tämä vuorovaikutus on olennainen, kun rakennetaan palvelukokonaisuutta asiakkaalle. Osaava henkilökunta osaa aistia asiakkaan tarpeita ja tarvittaessa muokata palvelua henkilökohtaisemmaksi (Tuulaniemi 2011, luku 2). Asiakasrajapinnan ulkopuolella olevia työntekijöitä ei toki saa unohtaa, sillä he ovat luomassa omaa osaansa asiakkaiden kokemuksista mahdollistamalla asiakasrajapinnassa työskentelyä esimerkiksi tuotannon tai markkinoinnin puolella. Jopa yritysten johtajien tulisi itsekkin ymmärtää asiakkaidensa perustarpeet ja luoda asiakaslähtöinen ajattelutapa yrityksen sisällä. Tämä edesauttaa yritystä tarjoamaan asiakkailleen asiakaslähtöistä palvelua ja saamaan sitä kautta kilpailuetua. (Hinds & Gupta 2023.)

Kaiken kaikkiaan työntekijäkokemus vaikuttaa siihen asiakaskokemukseen, mitä yritys tuottaa asiakkailleen. Ne työntekijät, jotka kokevat työntekijänä arvostusta ja luottoa ovat tutkimustenkin mukaan parempia tuottamaan hyviä asiakaskokemuksia kuin ne, jotka eivät arvostusta koe. Tämän takia tuleekin huomioida kaikki yrityksen toiminnot eikä pelkästään asiakasrajapintaa, vaikka tämä onkin asiakkaalle näkyvin osa yritystä. (Nirell 2023.) Positiivinen työntekijäkokemus luo positiivisia asiakaskokemuksia (Koivisto ym. 2019, 22).

Palveluita tuottavassa yrityksessä korostuu kokonaisuuden merkitys asiakaskokemuksen luojana, mihin liittyy kaikki yrityksen toiminnot. Alla oleva kuva (kuva 4) havainnollistaa hyvin sitä, miten yrityksen kaikki toiminnot ovat yhteydessä asiakaskokemukseen ja ettei pelkkä hyvä asiakaspalvelu takaa hyvää asiakaskokemusta vaan siihen vaikuttavat kaikki palvelun tuottamisessa mukana olevat yksiköt yrityksessä. (Löytänä & Korteso 2011, luku 1.3.)



Kuva 4. Asiakaskokemus vs. asiakaspalvelu, asiakaskokemukseen vaikuttavat tekijät (mukailien Löytänä & Korteso 2011, luku 1.3)

Yrityksen kaikki toiminnot, myös ne mitkä eivät näy asiakkaalle, ovat kaikki osana asiakaskokemuksen luomista. Tiedetyt toiminnot ovat asiakkaalle näkyvämpiä ja toiset taas eivät parhaassa tilanteessa näy asiakkaalle ollenkaan. Usein yrityksen myynti tai asiakaspalvelu ovat niitä toimintoja, joissa kohdataan asiakkaita ja ovat asiakkaille kaikista näkyvimpiä. Jotta nämä asiakkaita kohtaavat yksiköt voivat hoitaa työnsä hyvin, tarvitaan siihen toimivat tukitoimet eli esimerkiksi toimivat järjestelmät, jotka luovat palveluiden tuottamisen edellytykset. Asiakaskokemusta luodessa tulee asiakas olla keskiössä ja kaikkien yrityksen toimintojen tulee toimia niin, että ne hyödyttävät asiakasta. (Löytänä & Korteso 2011, luku 1.3.–1.6.)

Hyvä asiakaskokemus ei toki tarkoita virheetöntä toimintaa. Palvelut ovat vuorovaikutusta ja joskus vuorovaikutuksessa tapahtuu väärinkäsityksiä ja epäonnistumisia. Kyse onkin erityisesti siitä, miten väärinkäsitykset ja virheet korjataan. Hyvin hoidettu reklamaatio voi kääntyä entistä paremmaksi asiakaskokemukseksi ja vahvistaa näin asiakassuhdetta. (Grönroos 2020, luku 8.)

Hyvät asiakaskokemukset toimivat myös tietynlaisena markkinointina palveluyritykselle, kun tyytyväiset asiakkaat kertovat saamastaan palvelustaan eteenpäin ja näin yrityksen on mahdollista saada uusia asiakkaita. Tänä päivänä on tyypillistä, että ennen ostopäätöksen tekemistä asiakkaat selvittävät kokemuksia, joko netistä tai vaikkapa ystäviltään (Löytänä & Korteso 2011, luku 1.7). Asiakaskokemusten kautta yritykset voivat jopa saada kustannussäästöjä esimerkiksi markkinointikuluissa, sillä positiivinen asiakaskokemus usein tarkoittaa asiakkaan palaamista yrityksen palveluiden pariin automaattisesti sekä suosittelua eli tyytyväiset asiakkaat suosittelevat palvelua ja yritys voi näin saada uusia asiakkaita. (Koivisto ym. 2019, 26.)

Yksi parhaista mittareista asiakaskokemuksen osalta on asiakkaan suositteluhalukkuus. Yleisin ja suosituin suositteluasteen mittaamiseen käytetty malli on NPS (Net Promoter Score), mitä käytetään myös tässä tutkimuksessa suositteluhalukkuuden mittaamiseen. NPS-mallista tekee suosituksen yksinkertaisuus, missä asiakas vastaa asteikolla 0–10 siihen, miten suurella todennäköisyydellä suosittelisi yritystä toiselle henkilölle. (Löytänä & Korteso 2011, luku 7.1.) Mikäli suositteluhalukkuus on 70 tai yli niin voidaan yleisesti ottaen katsoa positiiviseksi tulokseksi (Raileanu 2024).

Kilpailu eri yritysten ja palveluiden välillä on käytännössä kilpailua asiakaskokemuksesta. Parhaan asiakaskokemuksen tuottaja voittaa asiakkaan puolelleen. (Saarijärvi & Puustinen 2020, luku 1.)

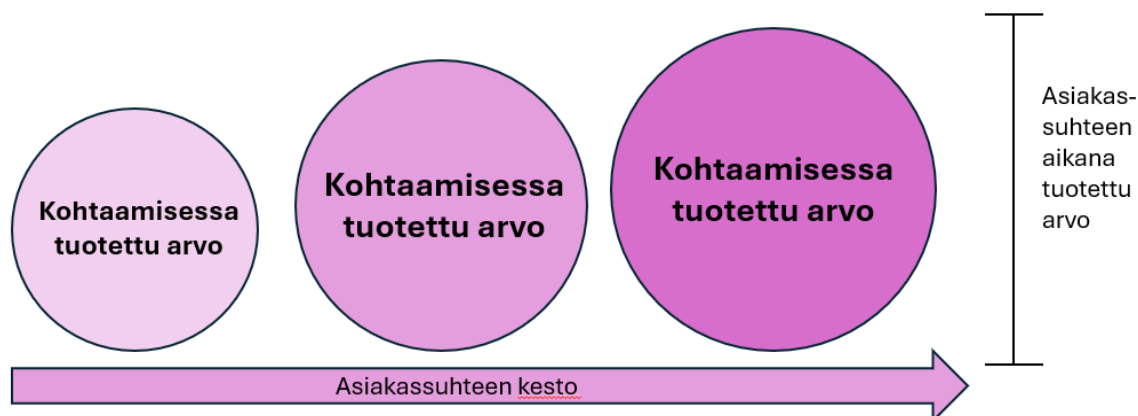
3.3 Asiakasarvo

Asiakasarvon luominen on kilpailuetu sekä asiakasuskollisuuden lähtökohta. (Berryhill 2021). Hyvän asiakaskokemuksen luomisen lisäksi yritysten tulee tuottaa asiakasarvoa, jotta asiakas palaa yrityksen tuottamien palveluiden ääreen uudestaan ja uudestaan. (Löytänä & Korteso 2011, luku 1.4.)

Tarjottavan palvelun asiakasarvo muodostuu asiakkaan henkilökohtaisesta kokemuksesta ostettavan palvelun hinnan ja sen hyödyn välisestä suhteesta eli asiakas on se, kuka määrittelee, onko arvon tuottamisessa onnistuttu (Tuulaniemi 2011, luku 1; Berryhill 2021). Tarjottava asiakasarvo voi vaihdella toiminnallisesta tunnepitoiseen tai arvopohjaiseen hyötyyn, mitä asiakas kokee palvelulta saavansa. (Koivisto ym. 2019, 59.)

Asiakkaalle tuotettu asiakasarvo kasvaa asiakassuhteen edetessä (kuva 5). Mitä pidempi asiakassuhde on takana, niin sitä suurempi on yksittäisessä kohtaamisessa tuotettu arvo asiakkaan näkökulmasta. Toistuvissa ja pitkissä asiakassuhteissa arvoa tuo edellisessä palvelutilanteessa kerätyt

tiedot ja niiden hyödyntäminen seuraavassa tapaamisessa. Tämä on tyypillistä esimerkiksi pankki-toiminnassa. Asiakassuhteen keston pidetessä kasvaa myös luottamus, joka lisää itse asiakassuhteen arvoa asiakkaan näkökulmasta. (Löytänä & Kortesus 2011, luku 2.3.)



Kuva 5. Asiakasarvon kehittyminen (mukaillen Löytänä & Kortesus 2011, luku 2.3)

Palvelun laatu on keskeisessä osassa asiakasarvon muodostumista ja vaikeasti kopioitavana se luo merkittävää kilpailuetua yritykselle. Laadun parantaminen ei useinkaan vaadi yritykseltä lisäpanostuksia rahallisesti, vaan ainoastaan sitä, että palvelutilanteessa keskitytään palvelun tuottamiseen ja asiakassuhteen ylläpitoon. Hyvä palvelu on myös yritykselle strateginen valinta ja tarkoittaa kilpailijoihin nähden parempaa palvelun laatua. Tämä myös estää asiakassuhteiden menettämistä ja liiketoiminnallisesta näkökulmasta parantaa yritystoiminnasta saatavaa tulosta. (Grönroos 2020, luku 8.) Kun asiakas ostaa yrityksen palveluita ensimmäisen kerran, niin hyvä asiakaskokemus voi olla riittävä syy palata yrityksen asiakkaaksi myös toisen kerran. Jotta asiakassuhde jatkuu, niin hyvän asiakaskokemuksen lisäksi tulee huomioida myös asiakasarvon tuottaminen, mikä sitoo asiakkaan yritykseen.

Yritysten asiakkailleen tuottama asiakasarvo on yksinkertaisimmillaan asiakkaan odotusten täyttämistä sekä hieman niiden ylittämistä palvelutilanteessa. Ainoastaan asiakkaan perustarpeet täyttämällä asiakas lähtee helposti etsimään uutta palveluntarjoajaa. Asiakkaalleen arvoa tuottavan yrityksen vertailu hintanäkökulmasta toiseen samaa palvelua tarjoavaan yritykseen on vaikeaa, mikä syventää asiakassuhdetta ja nostaa asiakkaan kynnystä vaihtaa palvelua tarjoavaa yritystä. Asiakasarvoa tuottamalla yritys pystyy siis erottautumaan kilpailijoistaan. Lisäarvon määrittely on aina subjektiivista eli asiakkaan itse kokemaa ja jokaisella asiakkaalla on omat määritelmänsä tähän, joka tekee asiakasarvon tuottamisesta haasteellista. (Löytänä & Kortesus 2011, luku 1.4–2.3.)

Asiakasarvon luomisessa tärkeintä on asiakasymmärrys, missä yrityksen on ymmärrettävä asiakaidensa toiveet ja tarpeet, jotta se pystyy luomaan hyviä asiakkailleen asiakaskokemuksia sekä asiakasarvoa. Palveluutoitilun avulla pyritään kehittämään omalle asiakaskohderyhmälle sopiva palvelu, mikä tuottaa asiakasarvoa, huomioiden kuitenkin palvelun liiketoiminnallinen puoli eli kannattavuus (Koivisto ym. 2019, 59).

Yrityksen näkökulmasta erilaiset asiakassuhteet ovat eriarvoisia, sillä mitä pidempi asiakassuhteen kesto niin sitä tuottavampi asiakassuhde on yritykselle. Tämän vuoksi yritysten kannattaa panostaa asiakasarvon kehittämiseen, sillä näin se luo itselleen pitkäkestoisia asiakassuhteita. (Peppers & Rogers 2017, 143.)

Asiakkaiden odotukset ovat koko ajan korkeammalla ja asiakkaiden vaikutusvalta kasvaa jatkuvasti. Tämän takia asiakasarvon tuottaminen on entistä tärkeämpää. Yritysten tulisi aktiivisesti kuunnella asiakkaitaan ja kerätä säännöllisesti tietoa asiakkaiden tyytyväisyyden tilasta. (Forrester n.d.)

Asiakkaalle hyviä asiakaskokemuksia tuottamalla luotu asiakasarvo toimii liimana asiakkaan ja yrityksen välillä. Näin yritykset saavat pitkäaikaisia asiakkaita ja oman polkunsä löytämällä myös pienet yritykset voivat palvelun laadulla pärjätä isojen yritysten rinnalla.

3.4 Palvelupolku

Asiakkaalle palvelu näyttäytyy kokonaisuutena, mitä yritys tarjoaa, mutta siihen vaikuttavia tekijöitä on hyvinkin paljon. Asiakkaan palvelun hankintaan liittyvää kokonaisuutta kuvataan palvelupolulla, joka kuvaa asiakkaan matkaa yrityksen palveluiden äärellä. Visuaaliseksi poluksi muotoiltuna palvelupolku auttaa yritystä ymmärtämään asiakasmatkan eri vaiheet asiakkaan näkökulmasta eri kanavissa ja tekee aineettomasta palvelusta näkyvän kokonaisuuden. (Peppers & Rogers 2017, 456; Tuulaniemi 2021, luku 2.)

Organisaatioista 82 % on tehnyt palveluistaan asiakkaan palvelupolun, mutta ainoastaan 47 % hyödyntää palvelupolusta saamaansa tietoa. Usein syynä on se, että palvelupolut eivät ole yrityksen toiminnan kannalta hyödyllisiä tai edes käyttökelpoisia. (Panetta 2019.)

Palvelumuotoilun näkökulmasta palvelupolkuajattelu on avainasemassa palveluiden asiakaskokemuksen kehittämisessä. Palvelupolku antaa yritykselle tärkeää tietoa siitä, mitä eri vaiheita asiakas käy läpi palvelun aikana, sekä auttaa löytämään ne kohdat, mitkä palvelun osalta vaativat kehittämistä. (Villani 2019, 83–84.) Varsinkin kehittämistä vaativat kohdat palvelupolusta on tärkeä tunnistaa, jotta toimintaa voidaan lähteä kehittämään. Palvelupolku tuo läpinäkyvyyttä asiakkaan näkökulmasta ja näin kehittämiskohteita voidaan paremmin kohdistaa niin, että ne auttavat palveluiden tuottamisessa asiakkaille. (Goran 2017.)

Palvelupolku on asiakkaan sama palvelukokonaisuus. Palvelupolun voi jakaa arvon muodostumisen näkökulmasta pääpiirteittäin kolmeen palvelun vaiheeseen, joita ovat esipalvelu, ydinpalvelu sekä jälkipalvelu. (Tuulaniemi, 2021, luku 2.) Palvelupolun jakaminen asiakkaan näkökulmasta arvonmuodostumisen näkökulmasta on tyypillistä asiakaskeskeistä ajattelua (Koivisto ym. 2019, 19).

Esipalvelu valmistelelee asiakasta palvelun hankintaan eli ydinpalveluun. Tämä voi olla esimerkiksi ajanvarauksen tekoa tai muuta yhteydenottoa palvelua tarjoavaan yritykseen. Ydinpalvelun vaiheessa asiakas saa sen, mitä on tullut hankkimaan. Jälkipalvelu on ydinpalvelun jälkeinen vaihe, mitä voi olla esimerkiksi jälkimarkkinointi. Riippuen palvelusta, jälkipalvelua voi olla vain vähän tai se voi puuttua kokonaan. (Tuulaniemi, 2021, luku 2.)

Jokainen palvelun vaihe sisältää yhden tai useamman palvelutuokion, joiden määrä riippuu tarjottavasta palvelusta (Tuulaniemi 2021, luku 2). Nämä palvelutuokiot voivat olla digitaalisia, fyysisiä tai näiden sekoituksia (Koivisto ym. 2019, 35).

Jokainen palvelutuokio sisältävää kontaktipisteitä, mikä tarkoittaa vuorovaikutusta sekä kohtaamista asiakkaan ja yrityksen välillä (Villani 2019, 94). Kontaktipisteet ovat palvelun rakennuspalikoita, jotka täydentävät palvelun kokonaiseksi (Moritz 2005, 45). Asiakkaan ja yrityksen välisiä kontaktipisteitä ovat yrityksen tarjoama palvelun lisäksi esimerkiksi asiakaspalvelu, asiakasviestintä ja nettisivut. Asiakkaiden kokemukset ja mielikuvat yrityksestä rakentuvat näiden kontaktipisteiden kautta ja jo ennen palvelua hankkiessa näiden kontaktipisteiden kautta asiakas voi tehdä päätöksen olla hankkimatta yrityksen tuotetta. Siksi on tärkeää ottaa palvelun suunnittelussa ja kehittämisessä huomioon kaikki nämä kontaktipisteet. (Saarijärvi & Puustinen 2020, luku 2.)



Kuva 6. Palvelutuokiot ja kontaktipisteet (mukaillen Tuulaniemi 2011, luku 2)

Palveluiden suunnittelussa kannattaa keskittyä niihin asiakaskokemukseen vaikuttaviin tekijöihin ja kontaktipisteisiin, joita voi itse hallita. Joitain kontaktipisteitä voi olla hyödyllistä ulkoistaa, mikäli niitä ei ole kustannus- tai osaamismielessä järkevää hoitaa itse. Tässä tulee kuitenkin huomioida se, että myös tämä osa tulee vaikuttamaan asiakkaiden kokonaiskäsitykseen yrityksestä ja sen palveluita. Tämän takia olisi hyvä, että tämä alihankkijayritys jakaa samat arvot kuin ydinpalvelua tuottava yritys, jotta ulkoistaminen tuottaa hyötyä. (Saarijärvi & Puustinen 2020, luku 2.)

Kontaktipisteiden vaikutus asiakaskokemukseen riippuu asiakkaan tarpeista ja odotuksista palvelua kohtaan. Palveluiden kannalta onkin olennaista ymmärtää ne asiat, mitkä tekevät vaikutuksen oman yrityksen asiakaskuntaan ja keskittyä niihin. (Saarijärvi & Puustinen 2020, luku 2.)

Digitaalisuus on tuonut yrityksille paljon mahdollisuuksia palveluiden kehittämisen osalta, kun palveluita voi hankkia kivijalkakaupan lisäksi myös netistä. Omnichannel eli asiakaskokemuksen huomioon otettava monikanavaisuus on lisännyt asiakkaiden kontaktipisteitä yritykseen ja sen tarjoamiin palveluihin. Hyvin suunniteltu ja toteutettu monikanavaisuus tarjoaa asiakkaille saumatonta palvelua eri kanavissa, kun asiakkaat voivat valita itselleen sopivimman ja helpoimman tavan sekä paikan kuluttaa palveluita. (Villani 2019, 115.)

3.4.1 Toimeksiantajan palvelupolku ja asiakaskokemuksen arvon muodostuminen

Tämän opinnäytetyön toimeksiantajan eli Kuopion Englantilaisen leikkikoulun Kannatusyhdistys ry:n toiminnan kehittämiseen liittyen muodostettiin palvelupolku sekä kontaktipisteet yhdistystoiminnan osalta (kuva 7). Palvelupolku on kuvattu yhdistyksen varsinaisen jäsenen eli leikkikoulun lasten vanhempien näkökulmasta ja on tehty osana tämän yhdistyksen toiminnan ja asiakastytyväisyyden kehittämistä, joka on tämän opinnäytetyön tavoite ja tarkoitus.

Yhdistys tarjoaa aatteensa mukaisesti leikkikoulutoimintaa lapsille, mutta leikkikoulun päivittäinen toiminta ei ole suoraan yhdistyksen ydintoimintaa, vaan yhdistys luo puitteet leikkikoulutoiminnalle. Yhdistyksen palvelupolussa on huomioitu leikkikoulutoiminta osana ydinpalvelua, sillä se on kuitenkin yhdistyksen toiminnan kannalta merkityksellistä.

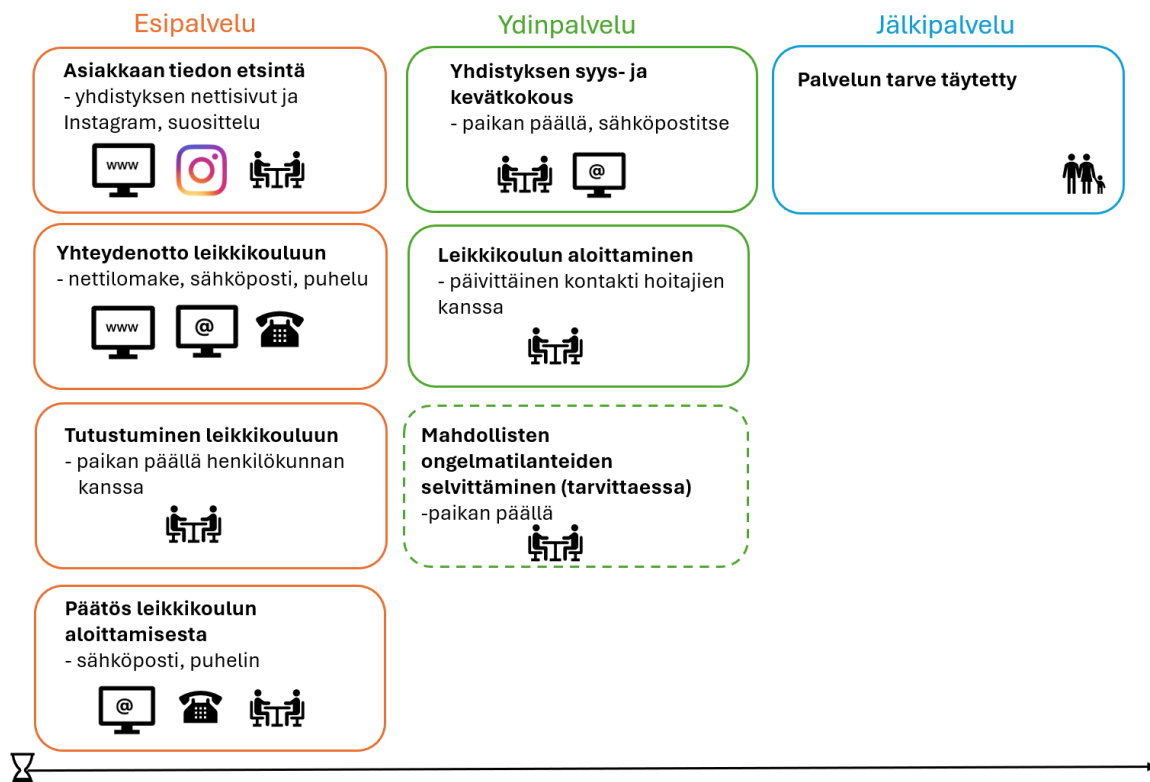
Yhdistyksen palvelupolun kuvauksesta näkee yhdistyksen palvelutuokiot eli ne kohtaamisen hetket, joissa yhdistyksen edustaja tai siihen liittyvät asiat ovat vuorovaikutuksessa tulevan tai olemassa olevan jäsenen kanssa. Esipalvelu-vaiheeseen liittyvät hetket ovat ennen yhdistyksen jäseneksi liittymistä, mikä alkaa potentiaalisen yhdistyksen jäsenen tiedon etsinnällä. Tässä vaiheessa yhdistyksen itse hallittavia kanavia ovat nettisivut sekä sosiaalisen median tili. Näiden sisältö luo potentiaaliselle asiakkaalle mielikuvaa yhdistyksen toiminnasta. Myös suosittelu on luettuna tähän, sillä suositteluun yhdistys pystyy vaikuttamaan luomalla olemassa oleville asiakkailleen hyvän palvelukokemuksen, mitä kautta yhdistys saa suosittelijoita toiminnalleen.

Tiedon etsinnän jälkeen yhteydenotto leikkikoulun edustajaan eli leikkikoulun johtajaan voi tapahtua useita kanavia pitkin. Tämä madaltaa potentiaalisten asiakkaiden kynnystä ottaa yhteyttä. Yhteydenoton jälkeen leikkikoulu- sekä yhdistystoimintaan tutustuminen paikan päällä toisessa leikkikoulun toimipisteessä. Ilmoitus päätöksestä aloittaa leikkikoulu ja tulla mukaan yhdistystoiminnan piiriin.

Ydinpalvelun vaiheessa yhdistystoiminnan kulmakivenä on yhdistyksen syys- ja kevätkokoukset. Näihin kokouksiin ovat tervetulleita kaikki yhdistyksen jäsenet ja kokoukset on pidettävä sen säännöissä määrittelemänä aikana (Yhdistyslaki 503, 20 §). Kokouksissa käydään läpi yhdistyksen tilannetta ja siellä yhdistyksen toimintaan liittyen tehdään päätöksiä. Tämä on yhdistysten jäsenten mahdollisuus päästä kuulemaan yhdistyksen asioista sekä vaikuttamaan niihin. Kokoukset järjestetään yleensä toisessa leikkikoulun pisteessä ja ennen sitä tapahtuva kommunikaatio tapahtuu sähköpostitse.

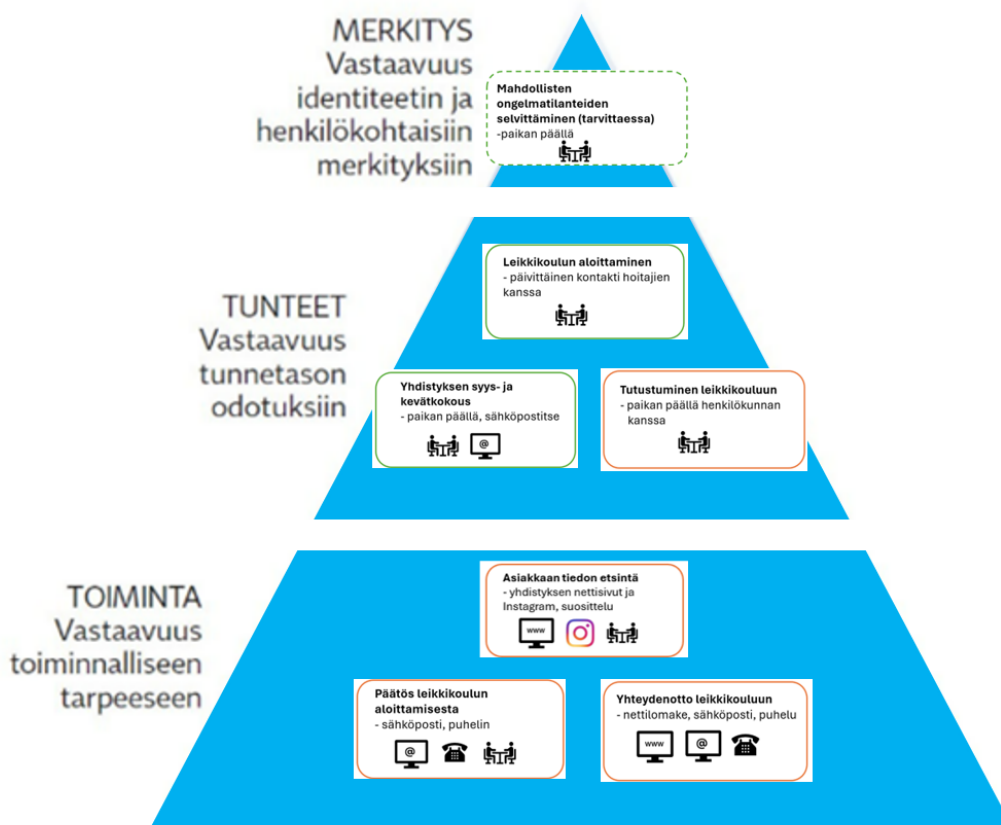
Vaikka leikkikoulun päivittäinen toiminta ei ole kehityskohteena tässä työssä, niin se kuuluu olennaisena osana yhdistyksen toimintaa. Leikkikoulutoiminnan päivittäiseen tekemiseen liittyen yhdistyksen jäsenet ovat suoraan kontaktissa yhdistyksen työntekijöihin paikan päällä eli kun he hakevat huollettavan leikkikoulupäivän päätteeksi. Tässä kontaktivaiheessa yhdistyksen työntekijöiden kohtaaminen vaikuttaa hyvin paljon siihen, mitä yhdistyksen jäsenet ajattelevat toiminnasta. Näitä kohtauksia ja kokemuksia leikkikoulun pihalla voi pitää hyvin merkityksellisinä, ja ne vaikuttavat jäsenen ajatuksiin yhdistyksestä jopa enemmän kuin muu toiminta ja kontaktit.

Yhdistyksen toiminnassa jälkipalveluvaiheetta ei tässä vaiheessa ole. Yhdistyksen tarjoama leikkikoulutoiminta perustuu hyvin vahvasti asiakasperheiden tarpeeseen ja on riippuvainen leikkikoulupalveluita tarvitsevan lapsen iästä. Kun asiakasperheen lapsi lopettaa leikkikoulun, niin leikkikoulun tulee poistaa perheen yhteystiedot omasta tietokannastaan. Tämän takia esimerkiksi palvelun jälkimarkkinointi ei ole mahdollista.



Kuva 7. Kuopion Englantilaisen Leikkikoulun palvelupolku ja kontaktipisteet

Yhdistystoiminnan asiakaskokemus muodostuu palvelupolun aikana. Tämän matkan aikana on tärkeää luoda hyviä asiakaskokemuksia, jotta asiakassuhde säilyy. Alla olevassa kuvassa (kuva 8) on tuotu yhdistyksen palvelupolun vaiheet Tuulaniemen (2011, luku 2) asiakaskokemuksen arvon muodostumisen pyramidiin. Pyramidista näkee yhdistyksen asiakaskokemuksen arvon muodostumisen vaiheet eri palvelupolun vaiheissa.



Kuva 8. Yhdistyksen asiakaskokemuksen arvon muodostumisen pyramidi (mukaillen Tuulaniemi 2011, luku 2)

Alimmassa toiminnan vaiheessa yhdistys vastaa asiakasperheen tarpeeseen, joka on paikka leikkikoulusta. Tässä luodaan perustukset asiakaskokemukselle.

Ensimmäisen vaiheen jälkeen, kun asiakasperhe aloittaa leikkikoulun niin asiakasperheille tarjotaan heidän tarvitsemaansa leikkikoulupalvelua sekä tukea niissä asioissa, mitä perhe tarvitsee. Tässä vaiheessa ymmärrys tarpeista tulee pitkälti henkilökohtaisista kohtaamisista leikkikoulun henkilökunnan kanssa.

Huipulla ovat ongelmatilanteet ja niiden käsittely. Ongelmatilanteiden käsittely on usein se hetki, kun asiakaskokemuksen saa seuraavalle tasolle tai sitten asiakaskokemus romuttuu kokonaan. Mallikkaasti hoidettuna asiakaskokemuksen näkökulmasta asiakkaan kokemukset voivat jopa vahvistua (Grönroos 2020, luku 8). Tämän seurauksena asiakassuhde vahvistuu tälle arvon muodostumisen ylimmälle tasolle, joka myös pidentää asiakassuhteen kestoa.

Kuten kuvasta (kuva 8) näkee niin asiakkaan näkökulmasta arvoa muodostuu läpi palvelun. Palvelun vaiheet voivat arvonmuodostumisen pyramidissa muuttaa paikkaa, sillä jokaiselle asiakasperheelle arvon kokemuksen tunne muodostuu henkilökohtaisesti.

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Työelämään liittyvissä tutkimuksissa lähdetään useimmiten hakemaan ratkaisua johonkin ongelmaan kehittämällä toimintaa paremmaksi. (Vilkkä 2021b, luku 1.) Kehittyminen ja toimintojen kehittäminen ovat konkreettista toimintaa, missä pyritään saamaan toimintoja paremmaksi aiempaan verrattuna. Kehitystyö voi kohdistua koko organisaatioon, erilaisiin prosesseihin tai jopa yksittäisiin työntekijöihin. Useimmiten kehitystyön taustalla on organisaation laadun kehitykseen tai varmennukseen liittyvä työ. (Toikko & Rantanen 2009, 16.)

Tieteelliseen tutkimukseen liittyy vahvasti teorian tiedon käyttö. Teoriaan pohjataan tutkimusprosessissa saatu tieto ja tämän avulla saadaan vakaa pohja tehdyille tutkimukselle. Teorialla luodaan tutkimuksen raamit, joiden läpi tutkimusta itsessään katsotaan. Teoriapohjan avulla saadut tutkimustulokset tuodaan yleiselle tasolle, mitä analysoimalla päästään tutkimuksen lopputulokseen. (Vilkkä 2021b, luku 2.)

Tutkimusprosessin käytännön osuus alkaa taustatietojen ja tiedon hankinnalla. Tämän jälkeen saatu tieto kootaan, analysoidaan ja luodaan kokonaiskuva tilanteesta sekä ratkaisuehdotus tutkittavaan kehityshankkeeseen. Tavoitteena tutkimusprosessille on aina tuottaa ratkaisuja ja kehitysehdotuksia vallitsevaan tilanteeseen sopivalla tavalla. Tieteellisessä tutkimuksessa puhutaan uuden tiedon tuottamisesta, mitä voi olla täysin uuden tiedon sijaan myös aiempien tietojen yhdistämistä ja tämän käyttämistä uudella tavalla. (Vilkkä 2021b, luku 2.)

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää asiakastyytyväisyyden nykytila ja tähän perustuen luoda ehdotuksia yhdistystoiminnan kehittämiseksi. Tutkimusmenetelmänä käytetään laadullista tutkimusmenetelmää, mihin yhdistettiin aineiston keruussa määrällinen tutkimusmenetelmä asiakastyytyväisyyskyselyn muodossa. Määrällinen tutkimus eli asiakastyytyväisyyskysely tukee laadullista tutkimusta antamalla ajankohtaista tietoa asiakkaiden tämän hetken kokemuksista.

Laadullisen ja määrällisen tutkimusmenetelmän yhdistämisellä saadaan parempi kokonaiskuva ja ymmärrys aiheeseen. Näin pystytään vastaamaan esitettyihin tutkimuskysymyksiin paremmin ja luotettavammin. (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 2.)

Tämän opinnäytetyön ja tutkimuksen aihe muodostui hyvin tarveperäisesti, sillä toimeksiantajayhdistyksen toiminta on riippuvaista asiakasperheistä ja jos asiakasperheitä ei ole, niin silloin voittoa tavoittelemattoman yhdistyksen toiminta ei ole mahdollista. Tämän työn tarkoituksena on löytää nykyisille asiakasperheille tehtävän asiakastyytyväisyyskyselyn avulla yhdistyksen toiminnan vahvuudet ja kehityskohteet. Kyselyn vastausten perusteella kerätään tärkeää tietoa nykyisten asiakasperheiden näkökulmasta yhdistyksen toiminnasta, sekä saadaan tarpeellista informaatiota yhdistyksen toiminnan kehittämiseen.

Palvelumuotoilussa on tärkeää kehittää valittua palvelua yhteistyössä palvelun käyttäjien ja tuottajien kanssa. Tämän tutkimuksen osalta tässä hyödynnettiin yhteiskehittämistä. Yhteiskehittämisen tarkoituksena on tavoitteena palvelun kehittäminen yhdessä asiakkaan kanssa. Etuna yhteiskehittämässä on se, että saadaan mahdollisimman laaja näkemys lähtötilanteesta, mistä voidaan lähteä kehittämään palvelua. (Koivisto ym. 2019, 41.) Yhteiskehittäminen toteutui tässä työssä siten, että tutkimusaineistoa kerättiin asiakasperheiltä asiakastyytyväisyyslomakkeella ja saatiin näin asiakkaan

näkemyksistä sekä kokemuksista todellinen käsitys. Kyselylomakkeen pohjalta järjestettiin ideointi-työpaja ideariihimenetelmällä pienellä porukalla, missä ideoita toiminnan kehittämiseksi lähdettiin pohtimaan.

Tutkimusaineiston kerääminen toteutettiin standardoidulla eli vakioidulla kyselylomakkeella. Määrällinen tutkimus ja kyselylomakkeen käyttö valikoituivat tähän tutkimukseen siitä syystä, että tutkimukseen osallistujia eli yhdistyksen asiakkaita on paljon ja asiakkaat eivät ole kootusti yhdessä paikassa, sillä yhdistyksellä on kaksi toimipistettä. Toinen seikka määrällisen tutkimuksen puolesta oli, että anonyymillä kyselyllä tutkimukseen saataisiin mahdollisimman paljon vastauksia. Näin saadaan mahdollisimman kattavat tulokset kyselyn osalta.

Aineiston keräämisen jälkeen ideointiin hyödynnettiin laadullista tutkimusmenetelmää järjestämällä ideariihen, minkä avulla pystyttiin hyödyntämään toimeksiantajayhdistyksen henkilöitä ideointiin. Yhdistyksen avainhenkilöiden osallistuttaminen ideointiin voi auttaa myös heidän sitoutumisessaan toiminnan kehittämiseen tämän työn jälkeen.

4.1 Tutkimusaineiston kerääminen

Tutkimusprosessin tiedon keruu alkaa kyselylomakkeen suunnittelulla. Kyselylomakkeen suunnittelu on tutkimuksen tärkein osa, sillä siitä saadaan tutkimusmateriaali koko tutkimukselle. (Vilka 2021b, luku 4.) Kyselylomaketta suunnitellessa tulee pitää mielessä tutkimuksen tarkoitus ja asetella kysymykset niin, että niiden kautta saadaan vastauksia olemassa oleviin tutkimuskysymyksiin. Jokaisen kysymyksen tulee tukea tutkimuksen etenemistä ja luoda aineistoa analysointia varten. (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 3.1.1.)

Kyselylomakkeella kysymykset on mahdollista asetella monivalinnaisiksi, avoimiksi tai sekamuotoisiksi. Monivalintakysymyksissä vastaajalle annetaan vaihtoehdot, mistä vastaajan tulee valita itselleen sopiva, mikä luo vastausten vertailusta helpompaa. (Vilka 2021b, luku 4.) Monivalintakysymyksissä vastausvaihtoehdot eivät saa mennä päällekkäin vaan niiden tulee olla toisensa poissulkevat (Vehkalahti 2019, 24).

Avoimissa kysymyksissä vastaaja pääsee muotoilemaan vastauksen täysin itse. Vastaukset ovat spontaaneja ja tämä tekee vastausten vertailuun työlääksi. Avoimille kysymyksille on kuitenkin paikkansa sellaisten asioiden kohdalla, mihin tarkkaa vastausta ei välttämättä ole kyselyn tekijällä tiedossa. (Vilka 2021b, luku 4.) Ilman avoimia kysymyksiä voi myös jotain tutkimukselle olennaista saattaa jäädä havaitsematta (Vehkalahti 2019, 25).

Sekamuotoisen kysymyksen tunnuspiirteitä on se, että osa vastausvaihtoehdoista on annettu, mutta jätetty mahdollisuus vastata myös avoimeksi. Sekamuotoinen kysymys on kirjaimellisesti sekoitus avointa ja monivalintakysymystä. Tämä toimii hyvin tilanteessa, missä epäillään, ettei potentiaalisia vastausvaihtoehtoja kaikkia tiedetäkään ja vastaajalle jätetään vaihtoehto kertoa se vastatessaan. Sekamuotoisen kysymyksen tunnistaa siitä, että vastausvaihtoehtona on ”jokin muu, mikä”. (Vilka 2021b, luku 4.)

Kyselylomakkeen kysymyksiä asetellessa tulee ottaa huomioon, että niissä kysytään yhtä asiaa kerrallaan. Tämä on useimmiten se kompastuskivi, jonka kyselyn laatija kohtaa. Kysymysten tulee olla yksinkertaisia ja selkeitä, minkä lisäksi kyselyn tulisi olla maltillisen mittainen. Tämän takia kyse-

lylomake tulee aina testata, ennen kuin kysely lähetetään lopullisesti vastaajille. Testaajien tulisi vastata lopullista kohderyhmää, jotta testaajat pystyvät arvioimaan sekä kommentoimaan kyselyä totuuden mukaisesti. (Vilkkä 2021b, luku 4.) Siinä vaiheessa, kun tutkimus aloitetaan ja kyselylomake lähetetään lopullisille vastaajille, ei muutoksia voi enää tehdä (Vehkalahti 2019, 20).

Tutkimuksessa tehtävän kyselyn tarkoituksena on kerätä tietoa tutkittavasta aiheesta. Kyselytutkimuksen avulla halutusta aiheesta kerätään tietoa, mitä halutaan tutkia ja kyselylomake toimii mitausvälineenä tutkittavaan aiheeseen. (Vehkalahti 2019, 11.) Määrällisessä tutkimusmenetelmässä kyselylomakkeen käyttö on myös yleisin tapa kerätä tietoa. Usein kyselylomake on standardisoitu eli vakioitu, mikä tarkoittaa, että kyselylomake on kaikille vastaajille samanlainen. Kyselyyn vastaajat lukevat lukemaansa kirjalliseen kysymyksen ja vastaavat siihen omatoimisesti ilman lisäkysymyksiä. Vakioitu kyselylomake antaa lähtökohtaisesti luotettavampaa ja laadukkaampaa aineistoa tutkimusta varten. (Vilkkä 2021b, luku 3.)

Kuten kaikissa kyselyissä niin kyselylomakkeessakin on etuja ja haittoja. Etuina kyselylomakkeella on anonymiteetti eli kyselyn vastaaja jää tunnistamattomaksi. Tämä voi kannustaa useita vastaajia vastaamaan hyvinkin realistisesti tutkittavaan aiheeseen, mikä on tutkimukselle tärkeää. (Vilkkä 2021b, luku 3.) Sähköinen lomake luo myös etua siinä, että vastauksia ei tarvitse erikseen tallentaa ja vastausten tallentuessa automaattisesti säästyy aikaa, sekä vältetään myös tallennusvirheitä, mikä paperisten kyselylomakkeiden kanssa usein on vaarana. (Vehkalahti 2019, 48.)

Haasteena sähköisissä kyselylomakkeissa on matala vastausprosentti (Vilkkä 2021b, luku 3). Sähköistyminen on tehnyt kyselytutkimuksista yleisiä ja tämän takia vastaajat jättävät usein kyselyihin vastaamatta. Tämän takia tulee erityisen tarkasti miettiä mitä kyselytutkimuksella halutaan kysyä ja miten se esitetään vastaajille. Vastaamisen tulisi olla yksinkertaista ja helppoa. (Vehkalahti 2019, 48.)

Tyypillistä on lähettää kyselylomakkeita sähköpostitse, mikä tekee kyselyn uudelleen lähettämisestä helppoa ja kustannustehokasta, jos kyselyn vastausprosentti uhkaa jäädä pieneksi. Sähköpostikyselyyn liittyy haaste, jos tutkija lähettää kyselyn itse. Tämä ei takaa vastaajien anonymiteettia, joka voi tuoda tutkimukseen tutkimuseettisen ongelman. (Vilkkä 2021b, luku 3.)

Kyselylomakkeella kerätyn aineiston keruun jälkeen tulee kerätty aineisto koota yhteen. Sähköistä lomaketta käytettäessä aineiston koonti on suhteellisen vaivatonta. (Vehkalahti 2019, 49.)

Tutkimusta varten tehty kyselylomake pohjautui yhdistyksen aiemmin teettämiin asiakaskyselyihin ja se testattiin muutamaaan otteeseen, jotta kyselystä saadaan paras lopullinen versio lähetettäväksi. Kyselyn perusrunko säilyi suurimmaksi osaksi samana, mutta testaamisella sieltä saatiin karsittua pois kyselyiden perusongelmat, kuten yhdessä kysymyksessä kahden asian kysyminen. Kyselyn tekijänä sokaistuu helposti kyselylle, mutta ulkopuolisen katsoessa kysymystä tilanne ei välttämättä kuitenkaan ole niin. Vaikka kyselylomakkeen testaus vei hieman aikaa prosessissa, ole se lopputuloksen kannalta tärkeää.

Asiakastyytyväisyyskysely toteutettiin sähköisesti Webropol-kyselytyökalun avulla. Webropol-kyselytyökalu on yksinkertainen tapa toteuttaa asiakastyytyväisyyskysely ja vastaajan näkökulmasta sähkö-

köisesti toteutettu kysely on vaivaton tapa osallistua kyselyyn. Työkalu kokoaa tehdyn kyselyn vastaukset yhteen, mikä helpottaa vastausten raportointia sekä analysointia. Tutkimusta varten toteutettu asiakastyytyväisyyskysely löytyy kokonaisuudessaan tämän työn liitteistä (liite 2).

Kyselylomakkeeseen vastausaika oli alun perin kaksi viikkoa. Linkki kyselylomakkeeseen lähetettiin yhdistyksen asiakasperheille sähköpostitse. Kahden viikon jälkeen vastausmäärä oli hyvin alhainen ja tässä vaiheessa päädyin siihen, että kyselyn vastauslinkki lähetetään uudelleen. Yhdistyksen puolelta tuli ehdotus, että linkki ja muistutus kyselystä lähetettäisiin Whatsapp-pikaviestisovelluksen kautta. Vastausaikaa pidennettiin tässä vaiheessa kokonaisuudessaan neljään viikkoon. Tämä toimintatapa oli kannattava ja kyselyyn vastauksia tuli tämän myötä roimasti lisää. Toimeksiantaja oli lopulta tyytyväinen vastausten määrään, joten vastausaikaa ei ollut tarpeellista enää pidentää. Kyselylomake oli avattu 122 kertaa eli hyvin suuri osa kyselyn saaneista on avannut kyselyn. Se, miksi kyselyyn ei ole vastattu jää pimentoon. Vastaamisen aloittaneista ainoastaan yksi oli jättänyt vastaamisen kesken.

5 TUTKIMUKSEN TULOKSET

5.1 Kyselytutkimuksen tulokset

Tutkimukseen liittyvä asiakastytyväisyyskysely lähetettiin yhdistyksen asiakkaille marraskuussa 2024 ja vastausaika kokonaisuudessaan oli 3,5 viikkoa. Asiakastytyväisyyskysely lähti yhteensä 148 yhdistyksen jäsenelle ja vastauksia kyselyyn tuli 55 kappaletta. Tämä tekee kyselyn vastausprosentiksi 37 %. Keskimääräinen vastausprosenttiverkkokyselyihin on 33 %, joka on riittävä ja tällä saa luotettavan, kohderyhmää kuvaavan aineiston (Webropol n.d). Tehdyn kyselyn prosentuaalinen vastaajamäärä ylittää tuon tilastollisen vastaajien keskiarvon eli vastaaja määrään voi olla tyytyväinen. Keskustelin asiakasta toimeksiantajan edustajan kanssa ja hän oli myös tyytyväinen tulokseen. Mikäli vastausmäärä olisi ollut alhaisempi tai toimeksiantaja ei olisi ollut vastaajamäärään tyytyväinen, olisi kyselyä jatkettu pidempään.

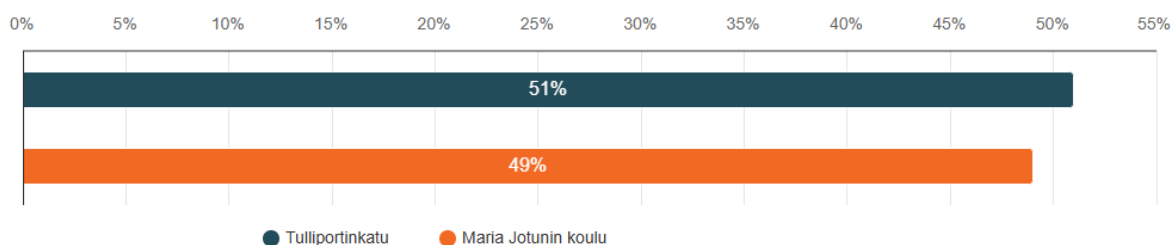
Asiakastytyväisyyskysely jakautui karkeasti neljään osaan, missä ensimmäisenä oli luonnollisesti taustakysymykset. Taustakysymyksiä oli vain kaksi, sillä enemmälle määrälle taustakysymyksiä ei ollut tarvetta. Näin myös saatiin vastaajien osalta varmennettua, että vastauksien perusteella ei voida tietää vastaajan henkilöllisyyttä. Taustatietoina olennaisena näin kaksi asiaa eli missä yhdistyksen toimipisteessä asiakkaat asioivat ja kuinka pitkä asiointisuhde asiakkailla on yhdistyksen kanssa.

Taustakysymysten jälkeen kyselyn varsinaiset asiakastytyväisyyteen liittyvät kysymykset oli jaettu kolmeen osaan. Ensin selvitettiin asiakkaiden yleisiä ajatuksia sekä kokemuksia leikkikoulusta ja sen toiminnasta. Tämän jälkeen kysymykset koskivat leikkikoulun arjen toimintaa ja kasvuympäristöä. Viimeisessä kohdassa kysyttiin henkilökuntaan ja viestintään liittyvistä asioista.

Lopuksi vastaajat pääsivät vastaamaan suositteluasteikolla, suosittelisivatko leikkikoulua omien kokemustensa perusteella. Suosittelemiseen käytin NPS-asteikkoa (Net Promoter Score), joka on yleisin asiakastytyväisyyden mittari (Löytänä & Korteso 2011, luku 7.1).

5.1.1 Taustakysymykset

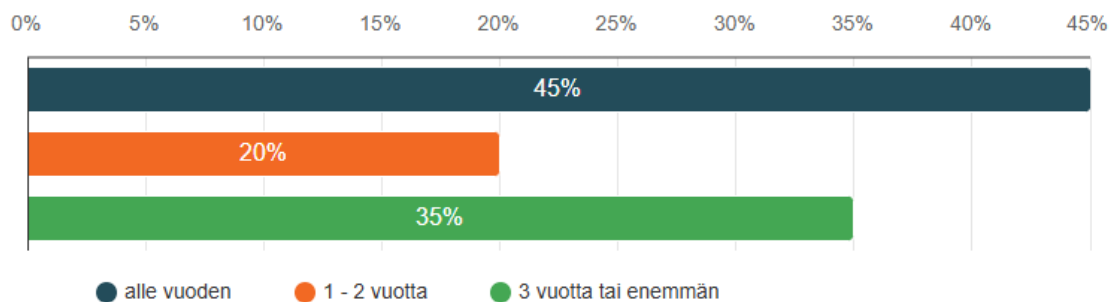
Yhdistyksellä on kaksi toimipaikkaa ja vastauksia tuli tasaisesti molemmista pisteistä. Vastausprosentit jakoutuivat 49,1 % ja 50,9 % toimipaikkojen välillä. (Kuva 9.)



Kuva 9. Lapseni päivähoitopaikka on tällä hetkellä (n=55)

Asiakassuhteen osalta vastausvaihtoehtoja oli kolme. Voidaan todeta, että kyselyyn innokkaimmin ovat vastanneet alle vuoden asiakassuhteessa yhdistykseen olleet (45,5 %). Seuraavaksi eniten vastauksia on pitkien asiakassuhteiden eli 3 vuotta tai enemmän yhdistyksen asiakkaana olleet, ketä

vastanneista oli 35 %. Vähiten vastaajia oli 1–2 vuoden asiakassuhteen omaavista perheistä, mistä vastaajia oli 20 %. (Kuva 10.)



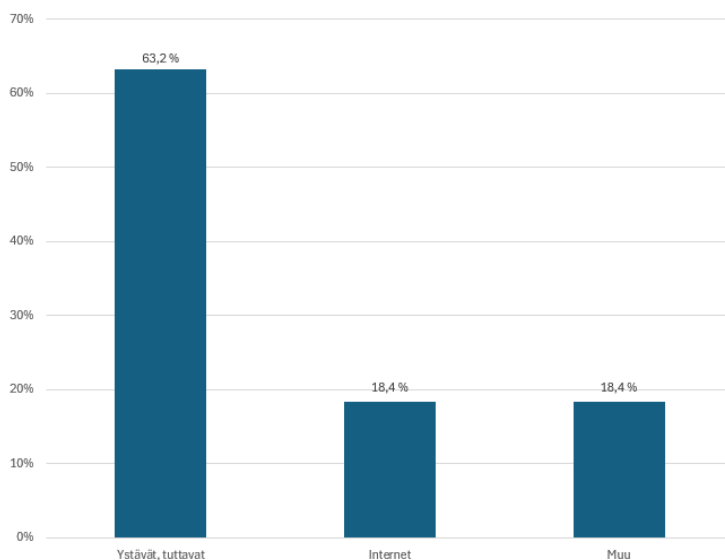
Kuva 10. Perheeni on ollut Enkun asiakas (n=55)

Näiden taustakysymysten perusteella voidaan todeta, että kerätty aineisto tosiaan kattaa koko yhdistyksen asiakaskuntaa niin toimipaikkojen kuin asiakassuhteen pituuksien osalta.

5.1.2 Yleiset ajatukset ja kokemukset

Tutkimuksessa oli muutamia avoimia kysymyksiä, joihin vastaajat saivat vasta omin sanoin. Vaikka tämä tekee vastausten tulkitsemisesta haasteellisempaa, niin tämä mahdollisuus haluttiin vastaajille antaa, jotta tutkimukseen saadaan syvyyttä vapaan sanan muodossa. Tähän kysymykseen vastaajia oli 49 eli muutamat vastaajat jättivät kysymykseen vastaamatta. Kyselylomakkeen teko vaiheessa oli tietoinen valinta jättää avoimet kysymykset sellaisiksi, ettei niihin ole pakko vastata, sillä joku olisi saattanut näin alkuvaiheessa vaiheessa lopettaa vastaamisen kokonaan.

Suurin osa yhdistyksen asiakkaista oli kuullut yhdistyksen toiminnasta puskaradion kautta. Näin vastasi 63,2 %. Tämä oli oletettava tulos sen ennakkokäsityksen valossa, mitä yhdistyksen toiminnasta oli olemassa. Yhdistyksen verkkosivujen tai hakukoneen kautta yhdistyksen toiminnasta oli saanut selville 18,4 % vastaajista. Täysin jostain muualta yhdistyksen toiminnasta oli kuullut 18,4 %, mihin sisältyy esimerkiksi messut sekä myös vastaukset, missä vastaajat eivät ole osanneet yksilöidä mistä ovat yhdistyksestä kuulleet. (Kuva 11.)



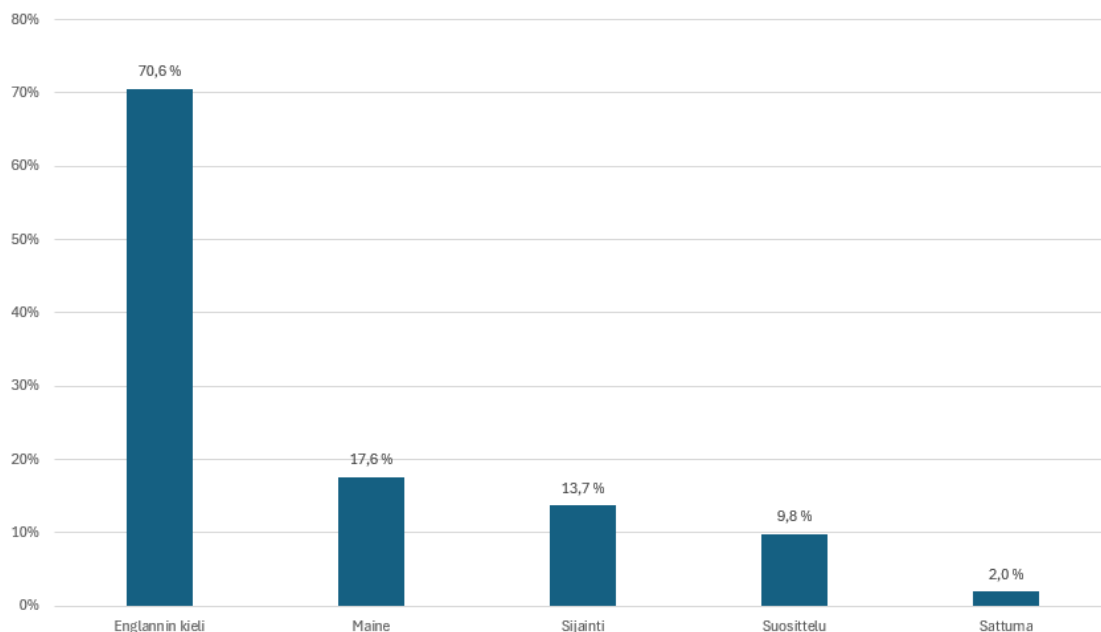
Kuva 11. Mistä kuulut Enkusta ensimmäisen kerran (n=49)

Kyselyn muutamista avoimista kysymyksistä seuraavan avoimeen kysymyksen kohdalla kohtasin vastauksia analysoidessa haasteen. Ajatus oli, että vastaajat vastaavat tähän kysymykseen yhden asian, miksi ovat valinneet leikkikoulun lapsen varhaiskasvatuspaikaksi. Kuitenkin vastaajista noin viidennes oli vastannut kysymykseen useamman asian. Kehittämistyössä kaikki saatava tieto on tärkeää, joten tässä kysymyksessä on huomioitu kaikki vastukset, mitä vastaajat ovat tähän kyselyyn antaneet.

Yhdistyksen pyörittämän leikkikoulun valikoituminen varhaiskasvatuspaikaksi valikoitui englanninkielisen kielikyllyn vuoksi 70,6 %:lle vastaajista. Tämä tulos oli hyvin odotettavissa, sillä yhdistys on ainoa koko Kuopion sekä lähiseudun alueella englannin kielistä varhaiskasvatusta tarjoava taho. (Kuva 12.)

Toiseksi suosituin vastaus oli maine sekä siihen liitettävät asiat, mitä vastaajista 17,6 % vastasi ja leikkikoulun sijainti, mikä vastasi 13,7 % vastaajista. (Kuva 12.)

Neljänneksi suosituin vastaus oli 9,8 % ja 2 % oli valikoinut varhaiskasvatuspaikan sattumalta ja päättänyt yhdistyksen tarjoaman varhaiskasvatuksen pariin. (Kuva 12.)



Kuva 12. Miksi Enkku valikoitui lapsesi varhaiskasvatuspaikaksi (n= 51)

Ennako-odotusten täyttäminen on tärkeää, jotta toiminta vastaa ihmisten mielikuvaa eikä alita sitä. Yhdistyksen toiminnan osalta 78 % oli täysin sitä mieltä, että ennako-odotukset on täytetty ja 22 % jokseenkin samaa mieltä. Kun kaikki vastaajat vastasivat ennako-odotusten täyttyneen niin kysymys, miksi ennako-odotukset eivät ole täyttyneet, ei aktivoitunut vastaajille. (Kuva 13.)



Kuva 13. Enkku on vastannut hyvin ennako-odotuksiani (n=55)

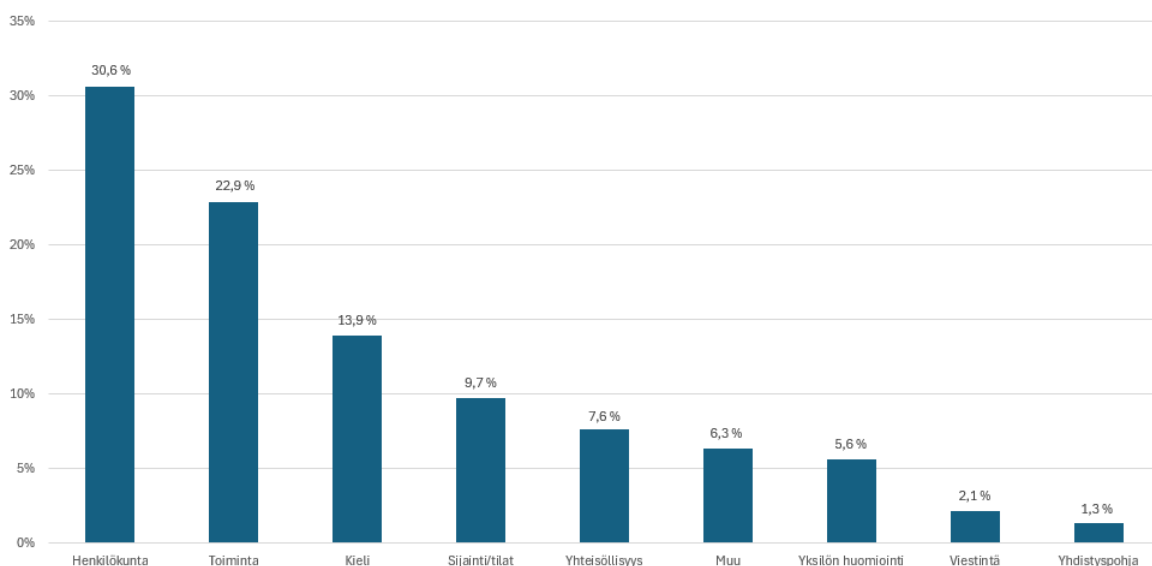
Yhdistyksen vahvuuksia tutkiessa pyydettiin kysymyksessä vastaamaan siihen, mikä on parasta leikkikoulussa. Vastaajia tähän kysymykseen oli 48 ja jokainen sai mainita kolme asiaa. Jokainen kyselyyn vastaaja vastasi kolme asiaa ja tämä tekee kokonaisvastausmääräksi 144.

Tutkimuksen mukaan eniten kiitosta saa henkilökunta, kun vastaajista 30,6 % oli tätä mieltä. Toiseksi eniten 22,9 % yleinen toiminta ja siihen liittyvät asiat kuten erilaiset retket ja yleisesti monipuolinen toiminta arjessa. (Kuva 14.)

Hieman yllättäen kielelliset asiat eli englannin kielen oppiminen tulee kolmantena. Näin vastasi 13,9 % vastaajista. (Kuva 14.)

Leikkikoulun sijaintiin ja sen tiloihin liittyen vastaajista 9,7 % piti hyvänä asiana. Ilmapiiiriä yhteisöllisenä pitää 7,6 %. Muihin asioihin vastaajat olivat maininneet esimerkiksi lapsen kaverit ja lapsi menee innoissaan hoitoon, näistä tulee 6,3 %. (Kuva 14.)

Lapsen huomiointi ja kohtaaminen yksilönä kerrytti 5,6 % äänistä. Viestintä 2,1 % ja leikkikoulun yhdistyspohjainen toiminta 1,3 %. (Kuva 14.)



Kuva 14. Mikä on Enkussa parasta (n=144)

5.1.3 Kasvuympäristö / päivittäinen toiminta

Kasvatusympäristön liittyen vastaukset olivat odotetun kaltaiset. Leikkikoulun aukioloajat olivat vastaajien mielestä pääsääntöisesti sopivat. Täysin samaa mieltä oli 94 % ja jokseenkin samaa mieltä 4 %. Vastaajista 2 % oli jokseenkin eri mieltä aukioloaikojen sopivuudesta heidän perheelleen. (Kuva 15.)

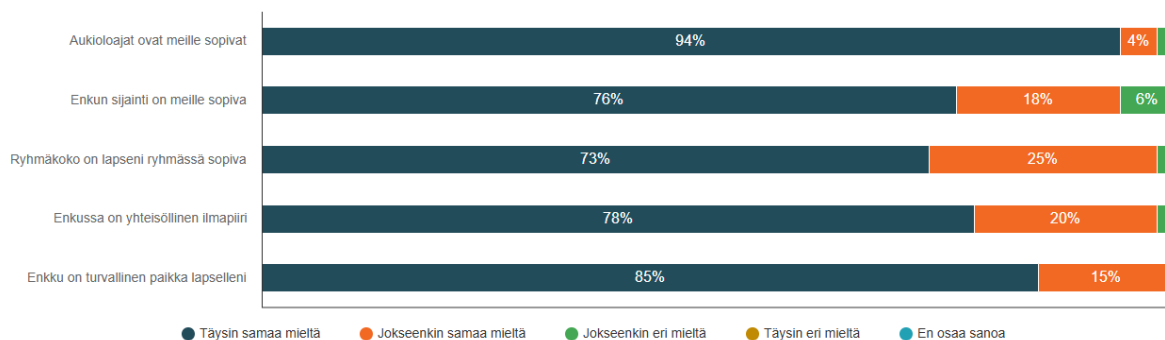
Sijainnin osalta 94 % koki leikkikoulun sijainnin olevan täysin tai jokseenkin sopiva heidän tarpeisiinsa. Ainostaan 6 % ei pitänyt sijaintia täysin sopivana. (Kuva 15.)

Ryhmäkoko on varhaiskasvatuksessa yleisesti hyvin puhuttu ja jopa kiistelty aihe. Leikkikoulun osalta kuitenkin asiakkaiden tyytyväisyys näyttää hyvältä, sillä ryhmäkoon kokee täysin sopivaksi 73

% ja jokseenkin samaan mieltä tästä on 25 %. Ainostaan 2 vastaajista on hieman eri mieltä siitä, että ryhmäkoko olisi sopiva. (Kuva 15.)

Yhdistyspohjaista toimijaa kiinnostaa, miten asiakkaat kokevat yhteisöllisyyden toiminnassaan. Leikkikoulun osalta 98 % on täysin tai osittain samaa mieltä yhteisöllisyyden kokemuksesta. Vastaajista 2 % on jokseenkin eri mieltä tämän kohdalla. (Kuva 15.)

Turvallinen ympäristö on tärkeää erityisesti lasten kanssa toimiessa ja vastaajista 85 % on täysin samaa mieltä siitä, että leikkikoulu on turvallinen paikka. Jokseenkin samaan mieltä oli 15 % vastaajista. (Kuva 15.)



Kuva 15. Enkku kasvatusympäristönä (n=55)

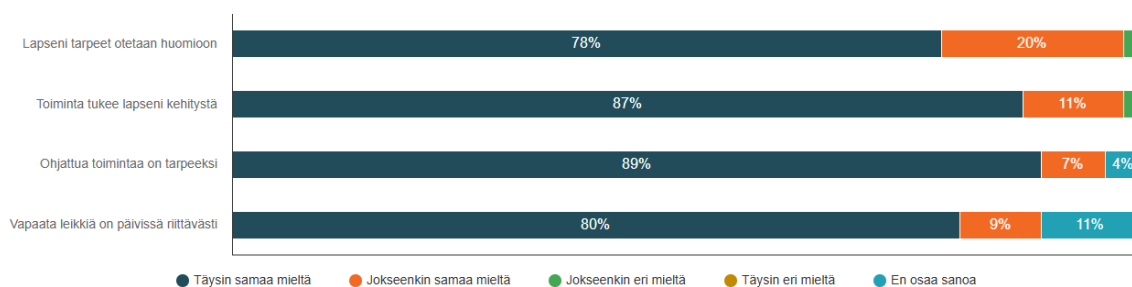
Päivittäisen toiminnan osalta lasten vanhemmat ovat pitkälti riippuvaisia lapsen tai leikkikoulun aikuisten kertomisesta. Kyselyn vastaukset antavat näkemyksen siitä, miten aikuiset kokevat päivittäisen toiminnan, kun eivät itse ole sitä kokemassa.

Lapsen tarpeiden huomioon ottoon liittyen 78 % vastaajista kokee, että näin tapahtuu. Jokseenkin samaa mieltä on 20 % vastaajista. Yhteensä siis 98 % ovat tyytyväisiä lapsen huomiointiin päivän aikana. Yksi vastaaja oli jokseenkin eri mieltä siitä, että lapsen tarpeet otetaan huomioon. (Kuva 16)

Kyselyn mukaan 98 % oli täysin samaa tai osittain samaa mieltä siitä, että leikkikoulun toiminta tukee lapsen kehitystä. Kuten edellisessä kysymyksessäkin niin 2 % oli asiasta jokseenkin eri mieltä. (Kuva 16.)

Vastaajista 4 % ei osaa sanoa, onko ohjattua toimintaa tarpeeksi ja toisaalta 11 % ei osaa sanoa onko vapaata leikkiä tarpeeksi. Ohjatun toiminnan ja vapaan leikin suhde on haasteellinen määrittellä, sillä oman kokemuksen mukaan lapset haluaisivat leikkiä vapaata leikkiä enemmän, mikä saattaa näissä epätietoisissa vastauksissa näkyä, kun lasten vanhemmat eivät ole leikkikoulun päivissä mukana näkemässä tilannetta. (Kuva 16.)

Ohjattua toimintaa kokee vastaajista olevan tarpeeksi tai ainakin jokseenkin tarpeeksi 96 % ja vapaata leikkiä 89 %. (Kuva 16.)

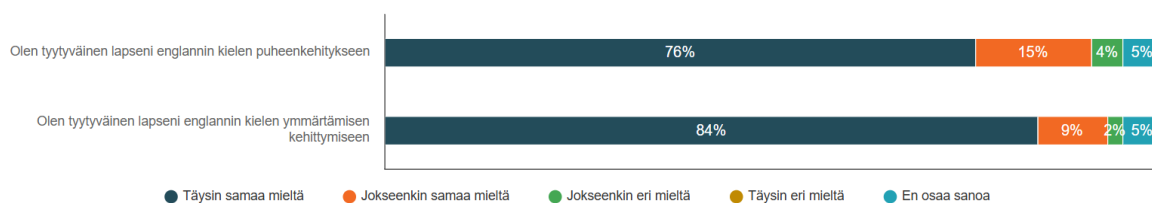


Kuva 16. Enkun päivittäinen toiminta (n=55)

Leikkikoulun erottautumistekijä muista alan toimijoista on englanninkielinen kielikylypy ja tämän takia vastaajien näkemykset lasten englannin kielen kehityksen osalta on tärkeää toiminnan kehittämisen kannalta.

Kyselyn mukaan lapsen englannin kielen puheen kehityksen osalta tyytyväisiä tai osittain tyytyväisiä on 91 % ja englannin kielen ymmärtämisen kehittymisen osalta 93 % vastaajista. Molempien kysymysten osalta 5 % ei osaa sanoa ovatko he tyytyväisiä. (Kuva 17.)

Jokseenkin erimieltä lapsen englannin kielen puheenkehityksen osalta on 4 % ja englannin kielen ymmärtämisen kehityksen osalta 5 %. (Kuva 16.) Näihin kysymyksiin jokseenkin eri mieltä vastanneille avautui kyselyssä avoin kenttä, missä vastaajat saivat perustella vastauksensa. Näissä vastauksissa korostui leikkikoulun lasten keskinäinen viestintä, joka vastausten mukaan tapahtuu pääasiassa suomen kielellä. Näin ollen englannin kielellä kommunikointi on jäänyt ainoastaan lapsen ja leikkikoulun aikuisen väliseksi.



Kuva 17. Kielellinen kehitys (englannin kieli) (n=55)

5.1.4 Henkilökunta ja viestintä

Henkilökunnan ja viestinnän merkitys varsinkin lapsiin liittyvässä toiminnassa on hyvin merkityksellistä. Kyselyn mukaan leikkikoulun henkilökuntaan ja henkilökunnan toimintaan ollaan pääasiassa tyytyväisiä.

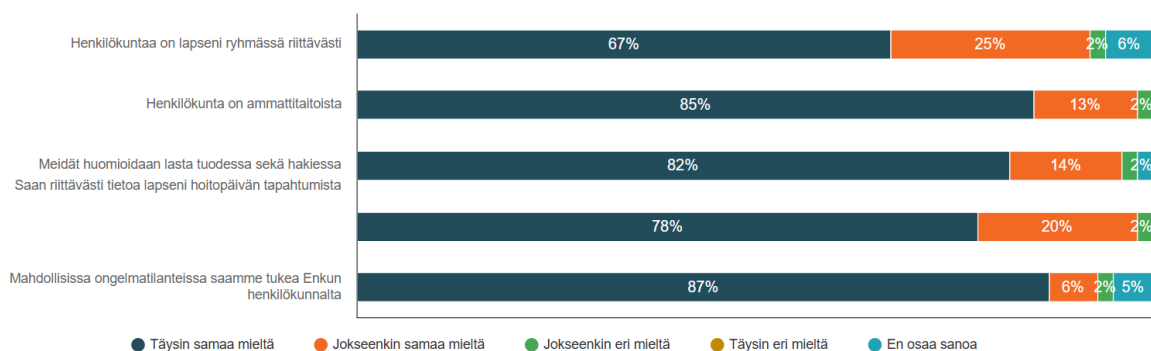
Henkilökunnan riittävyys ryhmissä jakaa mielipiteitä tässä osiossa eniten. Vastaajista 67 % on täysin sitä mieltä, että henkilökuntaa on ryhmissä riittävästi ja 25 % on jokseenkin samaa mieltä tästä. Jokseenkin eri mieltä on 2 % ja 6 % ei osaa sanoa kantaansa tähän. (Kuva 18.)

Vaikka henkilökunnan riittävyys ryhmissä jakaa mielipiteitä niin vastaajat kokevat henkilökunnan olevan ammattitaitoista. Täysin samaa mieltä tästä on 85 % ja jokseenkin samaa mieltä 14 %, yhteensä siis 99 %. Yksi vastaaja on tästä jokseenkin eri mieltä. (Kuva 18.)

Huomiointi kohtaamistilanteissa on tärkeää ja 82 % kokee, että heidät huomioidaan kohtaamistilanteissa hyvin. Jokseenkin samaa mieltä on 14 % ja 2 % ei osaa sanoa kantaansa tähän. Vastaajista jokseenkin eri mieltä on 2 %. (Kuva 18.)

Viestinnästä kohtaamistilanteessa eli tietoa lapsen hoitopäivän kulusta 78 % kokee saavansa riittävästi tietoa. Jokseenkin samaa mieltä riittävästä tiedon saannista on 20 %, mutta 2 % kokee olevansa jokseenkin eri mieltä informaation riittävästä saannista. (Kuva 18.)

Ongelmatilanteiden käsittelyyn henkilökunnan osalta täysin tyytyväisiä on 87 % ja jokseenkin samaa mieltä 6 %. Ongelmatilanteiden käsittelyyn tukeen jokseenkin eri mieltä on vastaajista 2 %. Vastaajista 5 % ei osaa sanoa ottaa kantaa ongelmatilanteiden käsittelyyn. (Kuva 18.)

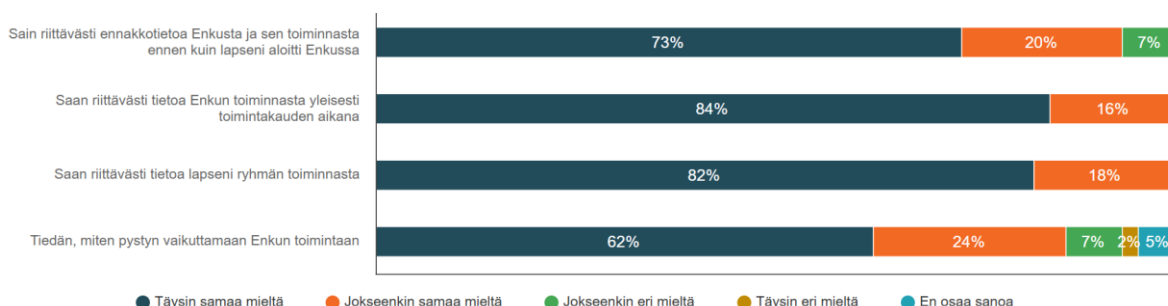


Kuva 18. Henkilökunta (n=55)

Ennen aloittamista ennakkotietoa yhdistyksen toiminnasta koki saaneensa riittävästi 73 % ja jokseenkin riittävästi 20 %. Jokseenkin riittämättömästi ennakkotietoa sai 7 % vastaajista. (Kuva 19.)

Toimintakauden eli asiakassuhteen aikana tiedon saanti yleisesti leikkikoulun toiminnasta on ollut riittävä 84 % ja jokseenkin riittävä 16 %. Ryhmien toimintaan liittyvä tiedon saantiin on ollut riittävä 82 % ja jokseenkin riittävä 18 %. (Kuva 19.)

Kyselyn mukaan asiakkaat eivät ole täysin tietoisia vaikutusmahdollisuuksista yhdistyksen toimintaan. Vastaajista 2 % ei ole lainkaan tietoisia mahdollisuuksista vaikuttaa toimintaan ja 7 % jokseenkin epävarmoja. Vastaajista 5 % ei osaa sanoa tietävätkö he, miten yhdistyksen toimintaan pääsee mukaan. Kuitenkin 62 % vastaajista on täysin tietoisia ja jokseenkin tietoisia 24 % kuinka yhdistyksen toimintaan pääsee vaikuttamaan. (Kuva 19.)

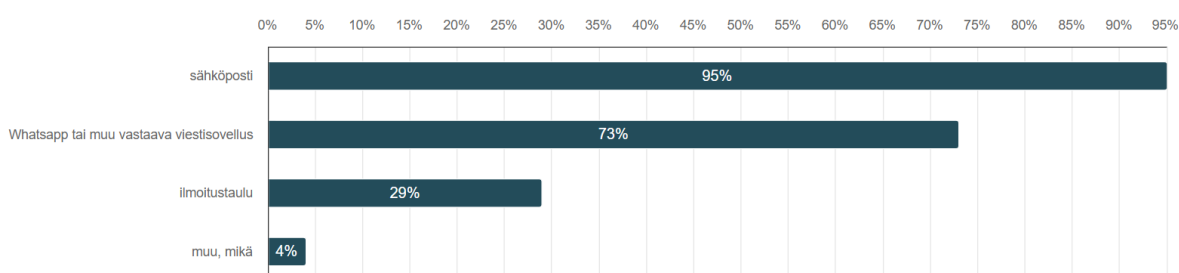


Kuva 19. Yhteistyö ja viestintä (n=55)

Viestintään liittyen on paljon eri kanavia ja kun viestitään suurelle ryhmälle ihmisiä, niin mielipiteitä viestintäkanavasta on useita. Kyselyssä viestintään liittyvä kysymys oli aseteltu niin, että vaihtoehtoista vastaajat pystyivät valitsemaan useamman vaihtoehdon. Vastaajien määrä näihin kahteen kysymykseen oli 55 ja vastausten lukumäärä 110. (Kuva 20.)

Yleisesti yhdistyksen toiminnasta vastaajat kokivat sopivimmaksi tavaksi vastaanottaa tietoa sähköpostitse (95 %) tai viestisovelluksen esimerkiksi Whatsappin kautta (73 %). Ilmoitustaulu, joka on perinteinen tiedon jakopaikka, sopi 29 % vastauksista. (Kuva 20.)

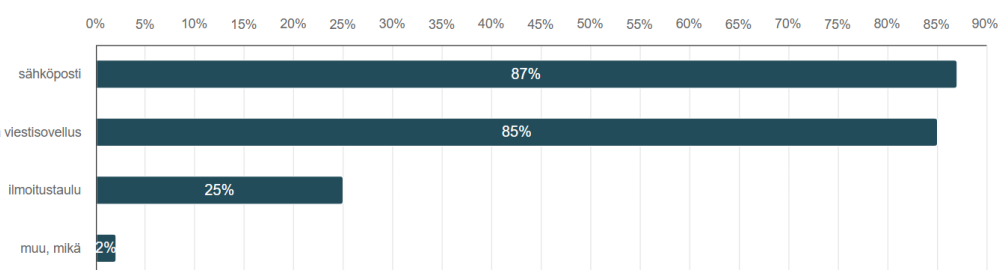
Muu-vaihtoehtoon tuli muutama vastaus (4 %). Näissä vastauksissa sopivaksi tavaksi koettiin tiedon saaminen suoraan henkilökunnalta tai yhdistyksen omasta sovelluksesta, mistä näkisi kaikki leikkikoulun asiat ja joka toimisi myös muuhun viestintään kuten lapsen hoitoaikojen ilmoittamiseen. (Kuva 20.)



Kuva 20. Minulle sopiva tapa vastaanottaa tietoa Enkun toiminnasta yleisesti, esim. EnkkuNews (voit valita useampia) (n=110)

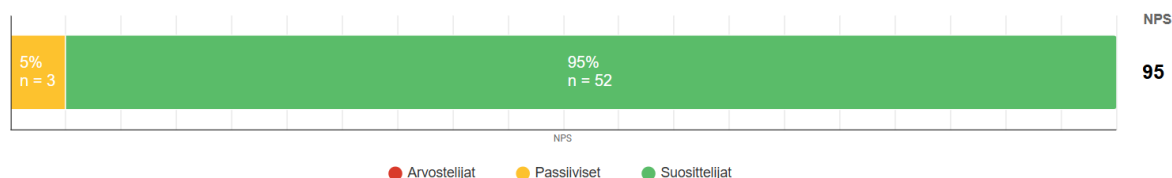
Ryhmien arkeen ja toimintaan liittyen vastaukset olivat linjassa edelliseen kysymykseen eli yleisesti yhdistyksen toiminnasta tiedon vastaanottamiseen.

Viestisovellus nousi viikoittaisessa viestinnässä kuitenkin hieman kilpailemaan sähköpostin rinnalle. Sähköpostia kannatti 87 % vastauksista ja viestisovellusta 85 %. Ilmoitustaulun puolesta 25 % äänistä ja muu, mikä-vaihtoehto keräsi 2 % äänistä. (Kuva 21.)



Kuva 21. Minulle sopiva tapa vastaanottaa tietoa lapseni ryhmän toiminnasta, esim. viikkoviesti (voit valita useampia) (n=110)

Leikkikoulun suositteluaste eli NPS (Net Promoter Score) oli 95 eli erittäin korkea. Passiivisia suosittelevia 5 %. Keskiarvo suosittelevilla 9,7 / 10. (Kuva 22.) Hyvä suositteluaste summaa tämän kyselyn kokonaisuuden hyvin eli vastausten perusteella yhdistyksen jäsenet ovat pääasiassa erittäin tyytyväisiä yhdistyksen toimintaan.



Kuva 22. Suositteletko Enkkua lähipiirillesi? (n=55)

Kyselylomakkeen viimeisenä kohtana olleeseen avoimeen palautekenttään vastauksia tuli odotuksia enemmän, kun yli puolet (54,5 %) kokonaisvastaajamäärästä antoi avoimen palautteen. Kaikista annetuista avoimista palautteista 76 % oli positiivisia. Avomissa palautteissa korostuu henkilökunnan merkitys asiakastytyväisyyteen. Henkilökunta on leikkikoulutoiminnan ydin. Yleisissä avoimissa palautteissa korostui henkilökunta ja yleisesti yhdistystoiminnan sekä leikkikoulun toiminnan sujuvuus ja joustavuus. (Kuva 23.)

Parhaaksi puoleksi leikkikoulussa nousee myös avoimissa palautteissa henkilökunta. Kokonaisuudessaan palautteista 53 % kohdistui henkilökuntaan nimenomaan positiivisessa mielessä. Henkilökunta on isossa osassa luomassa ilmapiiriä, ja he ovat päivittäin tekemisissä niin lasten kuin aikuis-tenkin kanssa. (Kuva 23.)

Yhdistyksen toiminnan näkökulmasta henkilökunta on haavoittuvaisin kohta ja yhdistyksen tarjoaman kielikylyleikkikoulun osalta myös henkilökunnan tulee hallita niin suomen kuin englannin kieli. Tästä oli noussut myös muutama avoin palaute vastaajien osalta, missä mainittiin henkilöstövaihdoksista, sekä pohdittiin henkilökunnan riittävää englannin kielen taitoa, kun valtaosa henkilökunnasta on suomea äidinkielenään puhuvia. Nämä palautteet korostavat henkilökunnan merkitystä niin asiakastytyväisyyden kuin yhdistystoiminnan kannalta



Kuva 23. Asiakastytyväisyyskyselyn avoimet vastaukset (n=30)

Kokonaisuudessaan yhdistyksen tilanne on asiakastytyväisyyskyselyn perusteella vakaa. Kyselyn tulokset kertovat vakaudesta asiakastytyväisyyden osalta, mikä oli helpottava tieto, ja suurin osa asiakkaista on erittäin tyytyväinen yhdistyksen toimintaan. Avoimet palautteet tukivat muuten kyselylomakkeella saatuja vastauksia eikä niissä mitään yllättävää tullut ilmi.

Asiakastytyväisyyskyselyn perusteella valikoitui kolme aihetta jatkotarkasteluun ja ideariihi-menetelmään käsiteltäväksi. Nämä aiheet olivat yhdistystoiminta, yhteisöllisyys ja henkilöstö. Aihealueet

valikoituivat jatko pohdintaan niiden tärkeyden takia. Yhdistystoiminnan sekä yhteisöllisyyden vahvistaminen ovat tärkeä erottautumistekijä muista saman alan toimijoista, minkä takia näiden kehittäminen on tärkeää. Henkilöstö on yhdistyksen toiminnan kulmakivi, minkä takia tämä oli selkeä valinta kehityslistalle.

5.2 Työkaluna ideariihi

Palvelumuotoilu on ongelmien ratkaisua asiakaslähtöisesti ja tässä työssä asiakastyytyväisyyskyselyn jälkeen lähdettiin pohtimaan ratkaisuja siihen, miten yhdistyksen toimintaa voidaan lähteä kehittämään. Tuplatimantti-mallissa ollaan toisen timantin ensimmäisessä vaiheessa eli kehittä (kuva 2).

Palvelumuotoilussa kehittäminen jaetaan pienempiin osiin, missä yhtenä osana on ongelman ratkaisu. Tuulaniemen (2011, luku 2) mukaan keskeisiä piireiteitä palvelumuotoilussa on uusien ideoiden tuottaminen ja sen jälkeen ideat karsitaan, minkä jälkeen jäljelle jäävät ne ideat minkä kautta palvelun toimintaa lähdetään kehittämään.

Ideariihi on toiminnallinen tapa luoda ideoita ja koota ajatuksia kehitettävään asiaan. Ideariihin tarkoituksena on saada mahdollisimman paljon ideoita, mistä voidaan valita mitä lähdetään kehittämään. (Vilkka 2021a, osio 2.)

Ideoinnissa keskustelun ylläpitäjän eli fasilitaattorin tarkoituksena on kiinnittää huomiota siihen, että keskustelu etenee ideoiden tuottamisesta karsintaan päin, jotta ideointi onnistuu. Fasilitaattorin tulee olla aktiivinen ja puolueeton kuuntelija, joka antaa keskustelijoille selkeät ohjeet keskustelulle ja pitää huolen, että keskustelu etenee halutulla tavalla. (Kantojärvi 2012, luku 1.) Tutkija on itse useimmiten fasilitaattori ja näin hän saa keskittyä neutraalistu keskustelun ylläpitoon ja ohjaamiseen. (Kantojärvi 2012, luku 1, 2.)

Näiden ideoiden sekä teoriapohjan avulla tehdään yhdistykselle konkreettisia ehdotuksia palveluiden kehittämistä varten. Näiden ehdotusten avulla yhdistys voisi kehittää toimintaansa niin, että toimintaedellytykset ovat jatkossakin olemassa.

Ideariihi toteutettiin sähköisesti Flinga-sovelluksen avulla. Flinga on suomalainen sovellus, missä osallistujat pystyvät osallistumaan keskusteluun ja antamaan vastauksensa anonyymisti (NordTouch n.d). Ideointi ajasta ja paikasta riippumattomasti antaa osallistujille mahdollisuuden osallistua heille sopivalle hetkellä ja ilman häiriötekijöitä. Ideointi tunnistamattomana antaa vastaajalle rauhan luovuuteen ja se vähentää vastaajan tarvetta pohtia, mitä mieltä muut osallistujat hänen ideastaan ovat. (Vilkman 2023.) Erilaiset tutkimukset tukevat tätä väitettä, sillä ideoiden luomisessa liiallinen toisten ideoihin keskittyminen vie pois osallistujan omaa luovuutta (Giang 2012).

Sähköinen, ajasta ja paikasta riippumaton ideariihi kuulosti mielenkiintoiselta ja sopi hyvin kokonaisuuteen, sillä ideariihen osallistuvien henkilöiden oli vaikea saada yhteistä aikaa sovittua. Ennen digitaalisen ideariihen avaamista alustalle osallistujille ohjeistettiin ideariihen osalta, mitä on ajatus tehdä. Ohjeistuksen jälkeen osallistujille jaettiin osallistumiskoodi, millä he pääsivät kirjautumaan alustalle. Osallistumiskoodi oli kaikille sama, mikä takaa anonymiteetin, joka tässä toteutustavassa on olennainen.

Ideariihi toteutettiin kuuden johtokuntalaisen kesken, missä allekirjoittanut toimi fasilitaattorin roolissa. Sähköisesti toteutetun ideoiden keräämisen alusta oli auki viikon osallistujille.

Ideariihen idea ja alustus käytiin läpi kaikkien kanssa, missä kerrottuun tavoitteet ideoinnille. Yhteisesti käytiin myös läpi aiemmin tehdyn asiakastyytyväisyyskyselyn tulokset läpi. Ideariihen osallistujille kerrottiin, että tavoitteena oli saada mahdollisimman paljon ideoita ja kehitysehdotuksia yhdistyksen toiminnan kehittämiseen liittyen. Mitään valmista ideaa ei tarvinnut olla, vaan riitti jos mieleen tuli jonkinlainen ajatus, jota muut voisivat halutessaan täydentää. Nämä ideat tai idean osat fasilitaattori kerää yhteen ja näistä valitaan yhdessä toimivimmat ideat jatkokehitykseen.

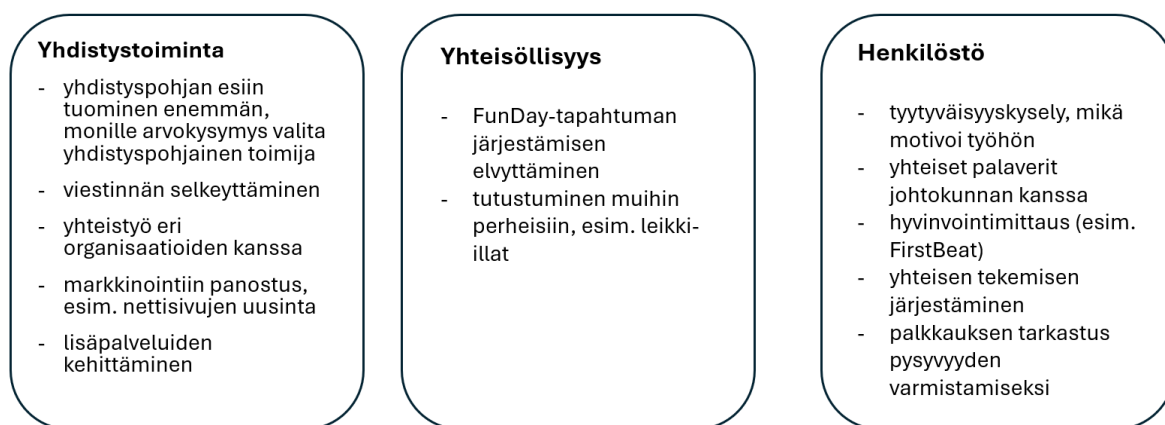
Ideariihen aihealueita oli kolme: yhdistystoiminta, yhteisöllisyys ja henkilöstö. Aihealueet ideariihen menetelmää varten valikoituivat asiakastyytyväisyyskyselyn pohjalta.

Yhdistystoiminta valikoitui yhdeksi aiheeksi heti, sillä asiakastyytyväisyyskyselyssä nousi esille se, että kaikki vastaajat eli yhdistyksen jäsenet eivät tiedä, miten yhdistyksen toimintaan on mahdollista vaikuttaa. Yhdistyspohja on yksi kilpailuetu muihin toimijoihin nähden ja siksi on tärkeää, että sen tuomia etuja sekä jäsenistön mahdollisuutta vaikuttaa toimintaan tuodaan jatkossa enemmän esille.

Yhdistyksen toimintaan liittyy yhteisöllisyys, mikä yhdistyksen maineen ja suosittelun osalta on tärkeää. Myös muista toimijoista erottautumisen kannalta yhteisöllisyys on varmasti yksi kilpailutekijä. Tämän takia yksi aihealue oli yhteisöllisyys.

Henkilöstö valikoitui aiheeksi sen tärkeyden kannalta. Yhdistystoiminnan ytimessä oleva leikkikoulu-toiminta ei toimi ilman henkilökuntaa. Myös henkilöstön tyytyväisyys omaan työhön näkyy asiakasperheille päin ja mikäli asiat ovat huonosti niin se valuu asiakasperheisiin päin hyvin nopeasti.

Ideariihen osalta ideoita tuli mukavasti kaikkiin osa-alueisiin (kuva 24). Yhdistystoiminnan osalta selkeästi korostuu markkinoinnin ja viestinnän osuus. Markkinointi on avainasemassa varsinkin uusien asiakkaiden osalta.



Kuva 24. Ideariihen ideat

Markkinointi myös luo mielikuvia tuleville asiakkaille ja on osana asiakashankintaa. Markkinoinnissa tulee myös huomioida potentiaalisille asiakkaille oleelliset asiat, millä herätetään mielenkiinto. (Löytänä & Korteso 2011, luku 3.9.) Toimeksiantaja osalta yhdistyspohjan esille tuominen on kielikyllyn lisäksi yksi selkeä erottautumistekijä muista toimijoista alueella. Tätä tulisi hyödyntää enemmän ja

kuten yksi ideariihen kautta tulleista ideoista huomauttaa, niin yhdistyspohja voi olla monille tärkeä arvopohjainen asia, mitä arvostetaan.

Yhteistyön tekeminen eri toimijoiden kanssa luo verkostoja ja sitä kautta avaa mahdollisesti uusia toimintamahdollisuuksia. Yhteistyökumppaneiden kautta voi myös saada yhdistyksen toiminnalle näkyvyyttä esimerkiksi erilaisten tapahtumien kautta, joita yhdessä järjestetään. Yhdistys on järjestänyt FunDay-nimistä tapahtumaa aiemmin ja tuossa on tehty yhteistyötä esimerkiksi ammattiin opiskelevien kautta. Tätä kautta on saatu jopa opinnoista valmistuneita työntekijöiksi yhdistykselle eli mahdollisuus on myös tavata potentiaalisia työntekijöitä tällaisten yhteistöiden kautta. Yhteistyöt voivat olla myös liikkeelle laukaisija vaikkapa lisäpalveluiden kehittämisen näkökulmasta, mikä ideariihessä nostettiin esille.

Yhteisöllisyys on yhdistystoiminnassa suuressa roolissa ja yhteisöllisyyden kehittämisen osalta erilaiset tapahtumat ovat yksi keino lisätä sitä. Jo aiemmin mainittu FunDay on ollut aikoinaan hyvinkin suosittu ja hyvin yhteisöllinen tapahtuma. Tällaisen tapahtuman järjestämisellä tulisi olla jatkuvuutta, jotta siitä tulisi osa yhdistyksen toimintaa ja näin yhdistyksen jäsenet eli asiakasperheet osaisivat odottaa tapahtumaa. Tämän tapahtuman elvyttäminen olisi varmasti yksi yhteisöllisyyttä lisäävä tekijä. Myös erilaiset muihin perheisiin tutustumiset auttaisivat varmasti varsinkin, kun leikkikoulu aloitetaan. Yleisin aika aloittaa leikkikoulu on syksyllä, joten syksyisin järjestettävä leikki-ilta leikkikoulun tiloissa auttaisi tutustumaan yhdistyksen muihin jäseniin, mikä toisi myös yhteisöllisyyttä lisää.

Henkilöstö on toiminnan mahdollistaja. Panostaminen henkilöstöön ja sen hyvinvointiin on hyvin tärkeää toiminnan sekä henkilöstön sitouttamisen näkökulmasta. Ideariihen kautta tuli monia konkreettisia ideoita toimista, mitä henkilöstön osalta voisi tehdä.

Asiakaskyselyn perusteella yksi parhaista asioista leikkikoulussa on henkilökunta eli sillä onkin merkittävä rooli leikkikoulun olemassaolon kannalta. Henkilöstön rooli olla tuottamassa asiakaskokemusta yhdistyksen jäsenille eli leikkikoulun asiakasperheille on hyvin merkittävä. Henkilöstön käsisissä on markkinoinnissa herätetyn mielenkiinnon sekä luotuun mielikuvaan vastaaminen ja mikäli tätä mielikuvaa ei pystytä lunastamaan, niin silloin asiakaskokemus ja pahimmillaan jopa maine kärsii (Löytänä & Korteso 2011, luku 3.9).

Asiat, jotka vaativat taloudellista panostusta, ovat hieman pidemmän ajan toteutuksessa kuin ne, mihin taloudellista panostusta ei tarvita. Henkilöstön osalta tuli ideariihessä hyviä ajatuksia molemmista. Itse näen yhtenä tärkeimmistä asioista henkilöstön kuuntelemisen ja kuulluksi tulemisen tunteen. Tähän tarvitaan toimiva suhde henkilöstön sekä lähiesihenkilön kanssa, mutta yhdistyspohjaisella toimijalla myös yhdistyksen hallituksen eli tässä tapauksessa leikkikoulun johtokunnan kanssa. Tämän takia on tärkeää selvittää ne tekijät, mitkä motivoivat työntekijöitä. Työstä saatu palkka tai palkan korotus on yksi motivaatiotekijä, mutta kun työntekijä kokee arvostusta ja palkitsemista myös muilla tavoilla niin hänen motivaationsa säilyy paremmin (Kauppakamari 2024). Voittoa tavoittelemattoman yhdistyksen talous tuskin mahdollistaa jatkuvat palkan korotukset ja tämän takia tulee olla tietoinen siitä, mikä muu kuin raha motivoi henkilöstöä. Tämä selviää ainoastaan kysymällä.

Ideariihen toteuttaminen sähköisesti onnistui omasta näkökulmastani hyvin ja myös konkreettisia ideoita tuli vastaajilta. Jälkikäteen ajateltuna kun sähköisessä ideariihessä ei pääse keskustelemaan niin joistakin asioista olisi varmasti saanut jalostettua konkreettisempia ideoita, mikäli toteutus olisi ollut vuorovaikutteisempi.

Kokonaisuuden osalta olen kuitenkin tyytyväinen ja saattoi todeta, että ideariihen toteutus onnistuu tarvittaessa myös sähköisesti, mikäli on itse valmis näkemään enemmän vaivaa ideoiden jatkojalostamiseen yksin, kun kommunikaatio jää tässä tavassa pois.

5.3 Tutkimusprosessiin eettisyys ja luotettavuus

Koko tutkimusprosessin ajan läsnä on tutkimuseettiikka ja hyvä tieteellinen käytäntö, mitä tulee kunnioittaa koko prosessin ajan. Hyvä tieteellinen käytäntö edellyttää vastuunkantoa tutkimuksesta, rehellisyyttä, luotettavuutta ja arvostusta kaikissa tutkimuksen vaiheissa (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2023, 11). Tämä koskee kaikkia tutkimuksen tekijöitä ja tarkoittaa käytännössä, että tutkimusprosessin aikana tulee käyttää tiedeyhteisön yleisesti hyväksymiä tiedonhankinta- ja tutkimusmenetelmiä sekä toteuttaa tutkimus. Myös toisten tutkijoiden saavutuksia tulee kunnioittaa eikä vilppiä, kuten toisen tekstin esittämistä omana, saa tehdä. (Vilkkä 2021b, luku 2.)

Tutkimukseen osallistuvien henkilöiden kohdalta heidän itsemääräämisoikeuttaan tulee kunnioittaa ja osallistumisen tulee perustua vapaaehtoisuuteen. Tutkimusaineiston käsittelyyn liittyen tulee olla tietoinen henkilötietojen käsittelystä ja kaikki ylimääräiset sekä tutkimukselle tarpeettomat henkilötiedot tulee poistaa heti kun niiden käytölle ei ole enää perusteita. Myöskään tutkimukseen osallistuneiden henkilöiden yksityisyyden suoja ei saa rikkoa. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2019, 7–8, 12.)

Tutkimuksen kannalta turhat ja liian yksityiskohtaisten tiedonkeruu kannattaa jättää pois, jotta tutkittavien yksityisyyttä saadaan suojattua. Tietoja, joista vastaajan voi tunnistaa, tulee kerätä ainoastaan siinä tapauksessa, että se on tutkimuksen kannalta merkittävää ja tarkoituksen mukaista. Tarpeettomien henkilötietojen keräämisen kieltää myös EU:n tietosuojasetus. (Tietoarkisto n.d.)

Tässä tutkimuksessa kiinnitettiin huomiota anonymiteettiin tutkimuksen kaikissa vaiheissa eli asiakastytyväisyyskyselyssä sekä ideariihessä. Anonyymi eli tunnistamaton tieto on tutkijan kannalta helpompaa ja tutkimusta suunniteltaessa tämä kannattaa ottaa huomioon sen vaativalla vakavuudella. Mikäli se vain on tutkimuksen kannalta mahdollista, niin tutkimusten tieto kannattaa kerätä mahdollisimman anonyymina eli siten, ettei vastuksesta voi suoraan tunnistaa vastaajaa. Anonymiteetilla on tärkeä rooli tutkimuksen luotettavuudessa, jotta tutkija pystyy olemaan puolueeton vastauksia tulkitessa. (Tietoarkisto n.d.; Tuomi & Sarajarvi 2018, luku 6.1.)

Ihmisiin kohdistuvissa tutkimuksissa tulee tarvittaessa pyytää eettinen ennakoarviointi ihmistieteiden eettiseltä toimikunnalta, mikäli tutkimuksesta arvioidaan aiheutuvat tutkittaville jotain haittoja. Tutkimuksissa, missä puututaan tutkittavien fyysiseen koskemattomuuteen, tutkimus kohdistuu alle 15-vuotiaisiin ilman huoltajan suostumusta tai tutkimuksesta voi koitua liikaa henkistä haittaa tai turvallisuusuhkaa, tulee kyseinen ennakoarviointi tehdä. Ennakoarviointi tulee tehdä ennen tutkimuksen tekemistä ja tämän laiminlyönnistä voi joutua hyvän tieteellisen käytännön loukkausepäilyyn. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2019, 14–15.) Tutkimusta suunniteltaessa tulee myös selvittää, tarvitseeko työlle tutkimusluvan. Tutkimuslupa haetaan tutkittavalta organisaatiota (Kettunen 2018).

Tätä opinnäytetyötä varten tehtyyn tutkimukseen osallistuminen oli täysin vapaaehtoista, eikä tutkimuksessa puututtu tutkittavien fyysiseen koskemattomuuteen. Tämän vuoksi eettistä ennakoarviointia ei tarvinnut tehdä asiakastytyväisyyskyselyn osalta. Myös ideariihen osallistuminen perustui vapaaehtoisuuteen. Vapaaehtoisuus ja mahdollisuus jättää tutkimus kesken kuuluu tutkimukseen

osallistuvien suojaan, mitä tutkimuksen kaikissa vaiheissa tulee kunnioittaa (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 5.4.4).

Asiakastyytyväiskyselyä varten tehty kyselylomake ja ohjeet siihen vastaamiseen lähetettiin toimeksiantajan toimesta ja näin tutkimuksen osalta myöskään erillistä tutkimuslupaa tarvita. Näin saatiin suojattua vastaajien yksityisyyttä, sillä vastaajien tiedot eivät tule esille kyselyn vastuksissa eikä millään muullakaan tavalla organisaation ulkopuolelle. Mikäli kyselyä varten olisi saatu esimerkiksi sähköpostilista, mihin kysely lähetetään, olisi tutkimusluvan tarvinnut ja vastaajien tietosuojaa-asioita tarvinnut miettiä tarkemmin.

Tutkimuksen tekeminen ja kyselytutkimukset eivät ole suoraviivaisia vaan vaativat paljon erilaisten asioiden huomioon ottamista. Jokainen kysely on ainutlaatuinen ja kun kyselylomake on lähetetty, valta siirtyy vastaajalle. Tällöin tulee vain toivoa, että kysely on onnistuttu tekemään siten, että vastaaja ymmärtää tekijän tarkoittamalla tavalla. (Vehkalahti 2019, 40.)

Kun puhutaan määrällisen tutkimuksen luotettavuudesta niin tulee arvioida mittaako kysely sitä asiaa, mitä oli tarkoitus (validiteetti) ja sisältyykö siihen mittausvirheitä (reliabiliteetti). (Vehkalahti 2019, 41.)

Validiteetin osalta mitataan tutkimusprosessissa sitä, miten hyvin tutkimuksen teoriapohja ja tutkimusongelma on saatu siirrettyä lähetettävään kyselylomakkeeseen. Käytännössä siis miten hyvin kyselyyn vastaajat ovat ymmärtäneet kyselylomakkeen kysymykset. Mikäli tässä ei olla onnistuttu, niin silloin kyselylomakkeella saadut vastaukset antavat virheellistä tietoa, kun vastaajat vastaavat eri asiaan, mitä tutkimuksen osalta on ollut tarkoitus kysyä. (Vilka 2021b, luku 7.)

Mittaustulosten tarkkuudella (reliabiliteetti) tarkoitetaan mittaustulosten toistettavuutta ja sitä, antavatko mittaustulokset ei-sattumanvaraisia mittaustuloksia (Vilka 2021b, luku 7).

Nämä tekijät muodostavat tutkimuksen kokonaisluotettavuuden. Vaikka tutkimus on aina totta siinä hetkessä, kun se on tehty, niin luotettavuutta voivat heikentää useat eri tekijät. Näitä voivat olla sattunaisvirheet, joita voivat olla esimerkiksi, että kyselyyn vastaaja tulkitsee kyselyä eri tavalla kuin on ajateltu tai tutkija tekee virheen tallentaessaan aineistoa. Nämä eivät välttämättä vaikuta kokonaistulokseen merkittävästi, mutta nämä tulee ottaa huomioon tuloksia raportoitaessa. (Vilka 2021b, luku 7.)

Laadullisen ja määrällisen tutkimusmenetelmän yhdistäminen (mixed methods research) tuo kokonaisluotettavuutta ja parempia tuloksia tutkimuksen osalta (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 2.5). Tämän mielestäni toteutui tämän työn osalta sillä näin saatiin parempi kokonaiskäsitys tutkittavasta aiheesta ja tätä kautta laadukkaammat kehitysehdotukset toimeksiantajalle.

Tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttaa osaltaan kyselyyn vastaajien määrä ja sillä on suora vaikutus tulosten yleistettävyyteen. Tavoite vastausprosentiksi oli 50 %, minkä olin ennakkoon ajatellut tuovan tarpeeksi kattavan vastausmäärän. Kyselytutkimukseen vastausprosentti oli 37 %, mikä jäi hieman tavoitteesta. Kuitenkin kyselyn tuloksia analysoidessa huomasin, että kaikki vastaukset olivat hyvin samanlaisia, eikä mikään asia tai kohta erityisesti herättänyt huomiotani. Tämän voi tulkita niin, että tällä vajaan 40 %:n vastausprosentilla tulokset vastaavat riittävän hyvin asiakaskunnan näkemystä yhdistyksen tarjoamasta palvelusta ja sen laadusta. Tähän vastausprosenttiin voi siis olla tyytyväinen ja todeta sen antavan todellisen kuvan tutkittavasta asiasta yhdistyksen osalta.

Ideariihen osallistajat olivat johtokunnan jäseniä, jotka kaikki ovat yhdistyksen jäseniä ja valittu edustamaan muita yhdistyksen jäseniä. Ideariiheen osallistuneet vastaavat näkemykseni mukaan hyvin koko yhdistyksen jäsenistöä, mikä tuo luotettavuutta, vaikka osallistujia oli lukumäärällisesti vähän.

Kokonaisuudessaan tämän kehittämistutkimuksen osalta eettisyys sekä luotettavuus on hyvällä tasolla ja tutkimus noudattaa hyvää tieteellistä käytäntöä.

6 RATKAISUEHDOTUKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Asiakasymmärrys on tärkeintä, kun lähdetään luomaan palvelulla arvoa asiakkaalle ja arvon muodostumisessa palvelun laatu on keskiössä. Arvon luomisella luodaan kilpailuetua muihin toimijoihin nähden ja näin luodaan omalle toiminnalle toimintaedellytyksiä ja mahdollisuuksia kehittää omaa toimintaa entistä paremmaksi sekä vastaamaan palvelun käyttäjien odotuksia. (Koivisto ym. 2019, 59; Grönroos 2020, luku 8.)

Tätä opinnäytetyötä tehdessä itselleni on korostunut, että varsinkin yhdistystoiminnan kehittämisessä tärkeää on kuunnella niitä ihmisiä, joihin yhdistystoiminta vaikuttaa. Toikko ja Rantanen (2009, 89) sanovat kehitystoiminnan olevan sosiaalinen ja vuorovaikutuksellinen prosessi. Tämän työn jälkeen pystyn allekirjoittamaan tuon täysin. Myös yhdistystoiminnan osalta tuli vahvistus sille, että kehitystarpeita on ja kehittämistä tulee jatkaa myös tämän työn jälkeen.

Yhdistys toimijana tarvitsee jäseniään eli leikkikoulun tilanteessa lasten vanhempia, jotka ovat kiinnostuneita kehittämään yhdistyksen toimintaa. Leikkikoulun kohdalla tämä on selkeä etu esimerkiksi kunnalliseen päivähoitoon, mihin vaikuttaminen on käytännössä mahdotonta. Leikkikoulun vahvuus yhdistyksenä tuo ketteryttä mahdollisiin kehityshankkeisiin liittyen ja erilaiset ammatilliset taustat omaavat yhdistyksen jäsenet voivat kaikki tuoda yhdistystoimintaan jotain lisää.

Yhdistyksen toiminnan kehittäminen edellyttää vuoropuhelua yhdistysten jäsenten kanssa ja palvelun kehittämiseksi tulee ymmärtää jäsenten odotuksen palvelun osalta. Tässä kehittämistutkimuksessa tehtiin toimeksiantaja yhdistyksen jäsenille asiakastytyväisyyskysely, mihin kaikille yhdistyksen jäsenille annettiin mahdollisuus vastata ja näin saada oma äänensä kuuluviin. Kysely tehtiin anonyymina vastauskynnyksen madaltamiseksi.

Asiakastytyväisyyskyselyn jälkeen pohdittiin ideariihessä pienemmällä porukalla erilaisia ideoita yhdistystoiminnan kehittämiseen liittyen. Ideariihen aihealueet valikoituivat asiakastytyväisyyskyselyn perusteella esille tulleisiin aiheisiin.

Asiakastytyväisyyskyselyn ja ideariihen pohjalta muotoutui yhdistystoiminnalle kehitysehdotuksia, mikä on esitelty alla.

Kehitysehdotus 1: henkilökunnan sitouttaminen

Yhdistykselle työskentelevä henkilökunta on toiminnan kulmakivi ja asiakastytyväisyyskyselyn perusteella henkilöstö on tärkein asia leikkikoulussa (kuva 14). Henkilöstö on kontaktissa päivittäin yhdistyksen jäsenten eli lasten vanhempien kanssa. Henkilöstö on yhdistyksen toiminnan kasvot jäsenistölle ja tehdyn kyselytutkimuksen mukaan henkilökunta on parasta leikkikoulussa.

Päivittäin asiakkaiden kanssa kontaktissa oleva henkilöstö ymmärtää asiakkaiden tarpeet ja pystyy näin luomaan uniikkeja asiakaskokemuksia. Henkilöstö on näin luomassa asiakkailleen sitä arvoa ja merkityksellisyyttä, mikä nostaa asiakaskokemuksen tasoa ja luo asiakasarvoa. Tämä arvon luominen sitouttaa asiakkaita palveluntarjoajaan ja luo elämyksellisyyttä palvelun osalta. (Tuulaniemi 2011, luku 2; Löytänä & Korteso 2011, luku 2.1.)

Yleisesti varhaiskasvatuksessa puhutaan henkilöstöpulasta, mikä tekee koulutetun henkilöstön saamisesta haasteellista (Suomen tietotoimisto, 2025). Tämän takia henkilöstön sitouttaminen on tärkeää varsinkin, kun leikkikoulun osalta ammattitaitoiselta henkilökunnalta odotetaan myös englannin kielen taitoa.

Sitouttamiseen liittyen yhdistyksen toiminnan osalta kehitysehdotus on yhdistyksen hallituksen eli johtokunnan ja työntekijöiden välisen yhteistyön lisääminen. Tähän käytännön ehdotuksena on johtokunnan ja henkilöstön yhteiset kokoontumiset. Tällainen kokoontuminen voisi olla kerran toimintakaudessa eli kerran syksyllä ja kerran keväällä. Näin henkilöstö tai henkilöstöstä valitut henkilöstön edustajat voisivat tulla kertomaan ajatuksiaan suoraan johtokunnalle. Tämä lisäisi avoimuutta sekä sitouttaisi henkilökuntaa, kun he pääsisivät kertomaan suoraan yhdistyksen johtokunnalle ajatuksiaan ja toiveistaan. Avoimuus ja kokemus vaikuttamismahdollisuuksista on tärkeänä vaikuttamassa siihen asiakaskokemukseen, mitä henkilöstö asiakkaille tarjoaa (Nirell 2023).

Kehitysehdotus 2: yhteistyö alueen eri kansainvälisten tahojen välillä

Yhdistyksen tarkoitus on kehittää englannin kielen taitoa lasten ja nuorten keskuudessa sekä edistää kansainvälisyyttä. Asiakastytyväisyyskyselyn perustella 70 % vastaajista valitsivat leikkikoulun englannin kielen olleen syy hakea leikkikouluun, ja englannin kieli onkin leikkikoulun suurin olemassaolon syy. Kyselyssä kuitenkin tuli muutamia mainintoja siitä, ettei lapsen kielellinen kehitys ole vanhempien mielestä toivotulla tasolla (kuva 17). Tähän konkreettiseksi syyksi kyselyssä kerrottiin, että lasten välinen leikkikieli on suomi. Yhdistys toimii asiakasperheilleen ja vaikka englannin kielen kehitys on lapsikohtaista eikä niin yksiselitteistä, niin tulee nämä muutamakin palautteet ottaa kehityksistalle.

Tämän vuoksi yhdistyksen tulisi pohtia laajempaa yhteistyötä eri tahojen välillä, mitkä tukisivat yhdistyksen sekä leikkikoulun toimintaa. Yhdistys tekee jonkin verran yhteistyötä Rajalan koulun kanssa, missä tarjotaan kaksikielistä perusopetusta lapsille. Tämän yhteistyön tiivistäminen ja mahdollinen kummiluokkatoiminta voisi tuoda leikkikoulun arkeen enemmän englannin kieltä lasten väliin leikkeihin.

Laajempi yhteistyö tukisi yhdistyksen näkyvyyttä alueella ja toimisi myös hyvänä markkinointina yhdistykselle. Markkinointi on yksi asiakaskokemuksen muodostumisen kulmakivistä ja positiiviset kohtaamiset luovat hyvä mielikuvaa palveluntarjoajasta. Tällainen yhteistyö luo myös elämyksiä olemassa oleville asiakkaille, mikä kasvattaa olemassa olevien asiakasperheiden silmissä yhdistyksen heille tuottamaa asiakasarvoa. (Löytänä & Korteso 2011, luku 3.9.)

Myös yhteistyö alueen muiden lasten ja nuorten kansainvälistä toimintaa edistävien tahojen kanssa tulisi miettiä, jotta lapset saisivat kansainvälisiä kontakteja sekä pääsisivät käyttämään englannin kieltä arjen tilanteissa. Näitä tilanteista voisi olla käytännössä erilaiset leikkihetket tai tapahtumat.

Kehitysehdotus 3: avoimet ovet asiakasperheille

Yhdistyksen toiminta perustuu siihen, että asiakasperheet haluavat tulla yhdistyksen jäseniksi ja hyödyntää yhdistyksen tarjoamaa leikkikoulutoimintaa. Ilman näitä asiakasperheitä yhdistyksen toimintaa ei ole. Asiakastytyväisyyskyselyssä suurinta hajontaa vastauksissa aiheutti leikkikoulun päivittäinen toiminta.

Vastaajista pieni osa oli jokseenkin eri mieltä siitä, että toiminta tukee lapsen kehitystä ja että ohjattua toimintaa sekä toisaalta vapaata leikkiä ei ole tarpeeksi. Yhdistyksen jäsenet eli lasten vanhemmat kuulevat päivien kulusta hoitajilta sekä lapsilta, mutta näiden asioiden kommunikointi eli välttämättä kerro täysin oikeaa kuvaa päivien kulusta.

Tämän perusteella ensimmäinen kehitysehdotus on avointen ovien päivä, jossa aikuiset pääsevät tutustumaan lasten päivien toimintaan. Avoimet ovet voidaan toteuttaa esimerkiksi kerran toimintakaudessa eli kerran syksyllä ja kerran keväällä, jolloin vanhemmilla olisi mahdollista päästä katsomaan muutaman tunnin ajaksi toimintaa paikan päälle sekä keskustelemaan lasten kanssa työskentelevien henkilöiden kanssa päivittäisestä toiminnasta. Tällä tavoin lasten vanhemmat pääsisivät näkemään päivittäistä toimintaa omin silmin, eivätkä olisi ainoastaan kerrotun tiedon varassa. Tämä toisi lisää avoimuutta päivittäiseen toimintaan sekä vanhemmat pääsisivät näkemään oman lapsen osallistumista ryhmässä. Toiminnan näkeminen toisi ymmärrystä toimintaan ja vanhemmat pääsisivät toimintaan enemmän kiinni. Tämä toisi asiakaskokemuksen muodostumisen näkökulmasta enemmän tunnetason ymmärrystä ja arvoa vanhemmille (Tuulaniemi 2011, luku 2).

Tämä auttaisi vanhempien osalta kokemuksen luomisesta konkreettisesta leikkikoulutoiminnasta. Leikkikoulutoiminnan ytimessä ovat leikkikoulua käyvät lapset, mutta yhdistystoiminnan näkökulmasta vanhemmat ovat ne, jotka päättävät asioista. Näin ollen myös aikuisille pitäisi luoda kokemus leikkikoulun toiminnasta, jotta heillä olisi oikea käsitys siitä, mitä leikkikoulussa tapahtuu ja miten siellä toimitaan.

Kokemusten luominen edellyttää, että asiakas laitetaan keskiöön ja palvelun kautta luodaan kokemuksia. Tämä luo toimintaan ainutlaatuisuutta, joka luo kilpailuetua. Jokainen kokemus on henkilökohtainen ja siksi todellisen kuvan palvelusta saa osallistumalla itse siihen. (Löytänä & Korteso 2011, luku 1.4.) Avointen ovien kautta leikkikoulua käyvien lasten vanhemmat saataisiin hetkeksi aikaa toiminnan keskipisteeseen ja asiakkaan rooliin kokemaan leikkikoulun tunnelma.

Avoimet ovet olisivat myös hyvä paikka kertoa jäsenistölle leikkikoulun tapahtumista ja suunnitelmista. Tässä voisi olla myös yhdistyksen johtokunnan edustaja paikalla, jotta perheille voidaan kertoa yhdistyksen toimintaan vaikuttamismahdollisuuksista. Kyselyn mukaan 14 % vastaajista ei osannut sanoa tai ei ollut tietoinen siitä, miten yhdistyksen toimintaan pystyy vaikuttamaan (kuva 19). Tämä on mielestäni suuri luku siihen nähden, että kaikki vastaajat ovat yhdistyksen jäseniä ja sitä kautta halutessaan vaikutusvaltaisia yhdistyksen toimintaan.

Kehitysehdotus 4: viestinnän ja yhteydenpidon kehittäminen asiakasperheisiin päin

Jäsenistölle tehty kysely sisälsi myös kysymyksiä viestintään liittyen. Viestinnän osalta nyt käytössä on sähköposti sekä pikaviestisovellus Whatsapp. Viestintäkanava riippuu siitä, onko kyseessä yhdis-

tyksen yleinen viestintä vai leikkikoulun viikoittainen viestintä arjen tekemiseen liittyen. Tämän yhtenäistämiseksi tulisi yhdistyksen tehdä suunnitelma viestinnän osalta. Yksi kyselyssä (kuva 20) sekä ideariihessä (kuva 24) esiin tullut idea on oma sovellus. Sovelluksesta löytyisi kaikki tarvittava tieto yhdistyksen sekä leikkikoulun päivittäisen toiminnan osalta. Myös lasten hoitoaikojen ilmoitus toivottiin toteutettavaksi sovelluksen kautta. Sovellus toisi asiakaskokemukseen laajuutta ydinpalveluun eli leikkikoulutoimintaan, mikä toisi lisäarvoa asiakkaille (Löytänä & Korteso 2011, luku 3.2).

Tarkoitukseen soveltuvia sovelluksia on olemassa ja kehitysehdotus on tällaisen sovelluksen hankinnan selvittely. Yhdistyspohjaisella ja voittoa tavoittelemattomalla toimijalla tällaiset hankinnat ovat aina suuria taloudellisia pohdintoja ja ajatuksellista kamppailua siitä, tuottaako esimerkiksi tällaisen sovelluksen hankinta niin paljon hyötyä ja lisäarvoa, että sen hankkiminen kannattaa. Leikkikoululla on erottautumistekijänä englannin kieli ainoana toimijana alueella, niin kynnys hankkia tällainen mahdollista taloudellista panostusta vaativa sovellus tulee pohtia yhdistyksessä. Tähän liittyen voisi pohtia myös yhteistyötä jonkin oppilaitoksen kanssa ja sen tarjoamia mahdollisuuksia tällaiseen viestinnälliseen sovellukseen liittyen.

7 POHDINTA

Oman lapsen turvallinen päivähoito sekä päivähoitossa tarjottavat taidot tulevaisuutta varten ovat asioita, jotka mietityttävät pienten lasten vanhempia. Tulevaisuudessa myös kansainvälisyys ja sen merkitys ovat varmasti asioita, jotka tulevat jatkossa korostumaan. Toimeksiantajayhdistys on tarjonnut tähän vastauksen jo usean vuosikymmenen ajan ja tämän toiminnan kehittäminen tulee jatkossa olemaan entistä tärkeämpää.

Tämän työn tarkoituksena oli kerätä yhdistyksen jäseniltä heidän tyytyväisyydestään yhdistyksen tarjoamaan palveluun eli leikkikoulutoimintaan. Näiden vastausten perusteella tavoite oli luoda konkreettisia kehitysehdotuksia, joita yhdistys voisi käyttää toimintansa ja asiakastytyväisyyden kehittämiseen liittyen. Toimeksiantajayhdistys tarjoaa asiakkailleen eli yhdistyksen jäsenille palvelua, minkä vuoksi palvelumuotoilun kautta toiminnan kehittäminen tuntui luonnolliselta.

Palvelumuotoiluun perehtyminen avasi itselle täysin uuden maailman palveluiden konkretisoinnin osalta. Suurin oivallus oli palvelun konkretisoituminen omassa ajatusmaailmassa. Palvelumuotoilun kaikessa yksinkertaisuudessaan tarjoaa niin monia näkökulmia, vaikka kaiken keskellä onkin asiakas. Oma tietoni palvelumuotoiluun liittyen ja sen tarjoamiin mahdollisuuksiin on luonnollisesti lisääntynyt tämän prosessin myötä. Teen itse töitä asiakkaiden kanssa ja tämän työn palvelumuotoilun teoriaan perehtymisellä tulee varmasti olemaan vaikutusta oman työn suunnitteluun ja asiakas-kohtaisiin liittyen.

Tutkimusmenetelminä yhdistyi määrällinen sekä laadullinen menetelmä, jotka tukivat toisiaan tässä kehitystyössä. Tutkimuksen toteutukseen liittyi yhdistyksen jäsenistölle tehty asiakastytyväisyyskysely. Kyselyllä kerättiin tietoa nykyisten asiakkaiden tyytyväisyydestä. Tämän määrällisen aineiston keräämisen jälkeen käytettiin laadullisena menetelmänä ideointiin ideariihimenetelmää, minkä kautta luotiin konkreettisia kehitysehdotuksia yhdistykselle, mitkä tukevat yhdistystoimintaa ja sen kehittämistä tulevaisuudessa.

Asiakastytyväisyyskyselyn mukaan yhdistyksen asiakastytyväisyys on hyvällä tasolla eikä mitään erityisen kehityskohteita kyselyn perusteella ole. Aiempaa näin laajaa asiakastytyväisyyskyselyä ei ole yhdistyksessä tehty eli saadut vastaukset varmasti ovat mieluisia toimeksiantajalle. Eikä vain kyselyn vastausten positiivisuuden vuoksi, vaan koska nyt selkeästi tiedetään mitä asiakasperheet ajattelevat ja sen pohjaksi on kerättyä tietoa.

Kun opinnäytetyön kautta tulleet kehitysehdotukset tai osa niistä on toteutettu, niin asiakastytyväisyyskysely on syytä tehdä uudestaan, jotta nähdään, onko tehdyillä muutoksilla vaikutusta asiakastytyväisyyteen.

Oman kehittämisen kannalta konkreettinen sekä täysin uusi oppimani asia oli yllä mainittu ideariihimenettely. Tämä ei ole aiemmin ollut minulle tuttu konsepti, mutta tämän työn kautta näin siitä tulevat edut kehittämistoimiin liittyen. Tämä on myös sellainen, mitä koen voivani hyödyntää jatkossa töiden osalta uusien ideoiden kehittämiseen liittyen.

Opinnäytetyöprosessi oli mieluisa siitä syystä, että tiesin sen olevan toimeksiantajalle tärkeä. Yhdistyspohjaisena toimijana resurssit ovat rajalliset ja tällaisen kyselyn ulkoistaminen, kun on mahdollista niin tämä työ tuli kaikkien kannalta oikeaan ajankohtaan.

Vaikka aiemmin on jo todettu, että sähköiset kyselyt ovat kokeneet tietynlaisen inflaation ja vastaajia on haasteellisempi saada (Vilkkä 2021b, luku 3), niin ajattelin ennen kyselyn lähettämistä, että kyselyyn tulee vastaamaan yli puolet yhdistyksen jäsenistä. Tämä ei toteutunut ja se laittoi suunnitelmia aikataulullisesti uusiksi, kun vastausaika oli pidennettävä lisävastauksien saamiseksi. Toimeksiantajatahon kanssa yhteistyö oli kuitenkin vaivatonta, joten jatkoaika ja muistutusviesti yhdistyksen jäsenille toimeksiantajan kautta sujuivat helposti.

Jos lähtisin nyt tekemään tutkimusta uudelleen, niin panostaisin enemmän asiakastyytyväisyyskyselyyn. Lähtisin miettimään asiaa jopa niin, että olisiko parempi kerätä aineisto jotenkin muuten kuin nettikyselyllä. Kysely on helppo tapa ja siinä säilyy anonymiteetti, mutta kyselyn vastaukset voisivat kehittämisen näkökulmasta olla monipuolisempia, ja niiden kautta pääsisi syvemmälle kehitettäviin asioihin käsiksi.

Tämän opinnäytetyöprosessin tutkimuksen osalta tärkeintä on hyvä toimeksiantaja, joka on innoissaan opinnäytetyön tekemisestä ja sen lopputuloksesta. Ilman ajatusta siitä, että tällä työllä on oikeasti merkitystä, olisin voinut lopettaa sen tekemisen jo ensimmäiseen vastoinkäymiseen.

Opinnäytetyöprosessi alkoi jo keväällä 2024, kun aiemmin suunnittelemani aihe ei toteutunut ja täytyi pohtia uutta vaihtoehtoa. Yleensä kun yksi ovi sulkeutuu, niin toinen avautuu ja eteen tuli mahdollisuus tehdä työ toimeksiantajayhdistykselle. Tämän jälkeen prosessi eteni kesän ja syksyn aikana teoriapohjaan perehtyen ja sitä edistäen, joka oli oleellista jo asiakastyytyväisyyskyselyn rakentamisen kannalta.

Vaikka asiakastyytyväisyyskysely otti hieman enemmän aikaa kuin alun perin suunnittelin, niin se ei kokonaisuudessaan hidastanut prosessin loppuun viemistä eli lopullista analysointia ja aineiston muuttamista tähän kirjalliseen muotoon.

Asiakastyytyväisyyskyselyn tulokset on annettu kyselyn jälkeen jo tiedoksi yhdistyksen johtokunnalle. Johtokunta oli tyytyväinen tuloksiin sekä siihen, että asiakastyytyväisyyttä on nyt mitattu pitkän tauon jälkeen. Käytännön kehitysehdotuksen esitleminen yhdistyksen johtokunnalle tapahtuu keväällä 2025 aikana, jolloin johtokunta pääsee kuulemaan kyselyn ja ideariihen pohjalta tehdyt kehitysehdotukset.

Pienistä vastoinkäymisistä huolimatta olen tyytyväinen opinnäytetyöni lopputulokseen ja siihen, että asetettuun tavoitteeseen päästiin. Työn kautta yhdistykselle saatiin konkreettisia kehitysehdotuksia, joiden toteutus voidaan aloittaa vaikka heti.

Tämän tutkimuksen kautta nousi selkeästi esille yhdistyksen henkilöstö ja sen tärkeys yhdistystoiminnalle. Jatkotutkimuksen aiheena olisi hyvä selvittää henkilöstön motivaatiotekijöitä tehdä työtään sekä mitkä ovat ne tekijät, että he haluavat työskennellä yhdistyksen leikkikoulussa. Motivaatiotekijöitä on yhtä paljon kuin työntekijöitäkin, eikä palkka läheskään aina ole niistä se tärkein. Olisi siis tärkeää saada näkemys siitä, mitä tämä leikkikoulun tiivis työyhteisö pitää parhaana omassa työssään. Näin yhdistyksen toimintaa pääsisi kehittämään myös työntekijänäkökulmasta.

LÄHTEET

- Berryhill, J. 2021. Transforming Customer Value Into A Key Business Strategy. Verkkojulkaisu. Forbes. Julkaistu 2.7.2021. <https://www.forbes.com/councils/forbesbusinessdevelopmentcouncil/2021/07/02/transforming-customer-value-into-a-key-business-strategy/> . Viitattu 27.1.2025.
- British Design Council n.a. The Double Diamond. Verkkojulkaisu. <https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/the-double-diamond/history-of-the-double-diamond/> . Viitattu 6.1.2025.
- Dufva, H. 2024. Kielitaito on huoltovarmuutta. Verkkojulkaisu. MustRead. Julkaistu 10.6.2024. <https://www.mustread.fi/artikkelit/kielitaito-on-huoltovarmuutta/> . Viitattu 24.1.2025.
- Fisk, R. & Patrício, L. 2013. Serving Customers: Global Services Marketing Perspectives. Tilde University Press.
- Goran, P. 2017. Mapping The Course: Storytelling And The Customer Journey. Verkkojulkaisu. Forbes. Julkaistu 10.5.2017. <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2017/05/10/mapping-the-course-storytelling-and-the-customer-journey/> . Viitattu 26.5.2025.
- Elinkeinoelämän keskusliitto 2010. Työelämässä tarvitaan yhä useampia kieliä. EK:n henkilöstö- ja koulutustiedustelu 2009. Verkkojulkaisu. Julkaistu 06/2010. https://ek.fi/wp-content/uploads/Henko2009_Tyoelamassa_tarvitaan_yha_useampia_kielia.pdf . Viitattu 15.1.2025.
- European Education and Culture Executive Agency, 2023. Key data on teaching languages at school in Europe. Verkkojulkaisu. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/e0f69418-d915-11ed-a05c-01aa75ed71a1/language-en> . Viitattu 24.1.2025.
- Forrester n.d. Cracking The Code Of Customer Value. Verkkojulkaisu. <https://www.forrester.com/bold/customer-value/> . Viitattu 26.1.2025.
- Giang, V. 2012. Turns Out The Way Your Team Is Brainstorming Is Probably All Wrong. Business Insider. Artikkelii. Päivitetty 2.1.2012. <https://www.businessinsider.com/brainstorming-team-building-effectiveness-2012-1> . Viitattu 7.1.2025.
- Grönroos, C. 2020. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. E-kirja. Talentum Media Oy. Viitattu 7.1.2025.
- Hinds, R. & Gupta S. 2023. Customer Experience Is Everyone's Responsibility. Harvard Business Review. Verkkojulkaisu. Julkaistu 6.4.2023. <https://hbr.org/2023/04/customer-experience-is-everyones-responsibility>. Viitattu 27.1.2025.
- Hinshaw, M. n.d. The Key to Customer Experience Is Knowing How to Understand Customers. Verkkojulkaisu. McorpCX. <https://www.mcorpCX.com/resource-center/articles/the-key-to-customer-experience-is-customer-understanding> . Viitattu 28.1.2025.
- Kantojärvi, P., 2012. Fasilitointi luo uutta menesty ryhmän vetäjänä. E-kirja. Talentum. Viitattu 11.1.2025.
- Kauppakamari, 2024. Kuinka ylläpitää työmotivaatiota? Verkkojulkaisu. Julkaistu 26.8.2024. https://www.kauppakamari.fi/blogs/news/kuinka-yllapitaa-motivaatiota-tyossa?srsId=AfmBOoqbr04r3R_ScBftGsxCLeHfWbrbMk01q7H7JJhV3DFQoMOeQx80 . Viitattu 14.1.2025.
- Kettunen J. 2018. Selvitä, tarvitsetko tutkimuksellesi luvan. Vastuullinen tiede. Päivitetty 24.7.2019. <https://vastuullinentiede.fi/fi/tutkimuksen-suunnittelu/selvita-tarvitsetko-tutkimuksellesi-luvan> . Viitattu 7.1.2025.
- Koivisto, M., Säynäjäkangas J. & Forsberg, S. 2019. Palvelumuotoilun bisneskirja. E-kirja. Alma Talent Oy. Viitattu 7.1.2025.
- Kuopion Englantilainen Leikkikoulu n.d. Verkkojulkaisu. <https://enkku kuopio.fi/> . Viitattu 2.1.2025.
- Kuopion Englantilaisen Leikkikoulu Kannatusyhdistys ry 2025. Toimintasuunnitelma 2025. Viitattu 2.1.2025.
- Kuopion kaupunki n.d.a Kuopion kaupungin perusopetuksen kieliohjelma. Verkkojulkaisu. <https://www.kuopio.fi/varhaiskasvatus-opetus-ja-nuorisopalvelut/perusopetus/vieraiden-kielten-opiskelu/kuopion-kaupungin-perusopetuksen-kieliohjelma/> . Viitattu 3.1.2025.

- Kuopion kaupunki n.d.b Kuopion ulkomaalaiset ja vieraskieliset 2023. PowerPoint-diat. www.kuopio.fi/uploads/2024/05/tilastotiedote-10-2024-kuopion-ulkomaalaiset-ja-vieraskieliset-2023.pdf . Viitattu 3.1.2025.
- Kuopion kaupungin valtuusto 2022. Kuopion strategia vuoteen 2030. Hyvän elämän pääkaupunki. PowerPoint-diat. 16.5.2022. https://www.kuopio.fi/uploads/2024/04/kuopio2030_teksti_kv_160522_korjattu1.pdf . Viitattu 2.1.2025.
- Löytänä, J. & Korteso, K., 2011. Asiakaskokemus: palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. E-kirja. Talentum Media Oy. Viitattu 8.1.2025.
- Maahanmuuttovirasto 2024. Maahanmuutto Suomeen. PowerPoint-diat. Julkaistu 2/2024. https://migri.fi/documents/5202425/166014458/Maahanmuutto+Suomeen_2_2024.pdf/411dd310-27d1-a201-e74f-ba034b25cacb?t=1716285368835 . Viitattu 2.1.2025.
- MasterClass, 2022. How to Use the Elements of Value to Appeal to Customers. Verkkojulkaisu. Julkaistu 21.1.2022. <https://www.masterclass.com/articles/elements-of-value> . Viitattu 27.5.2025.
- Moritz, S. 2005. Service Design. Praticval Access to an Evolving Field. E-kirja. <https://www.stefan-moritz.com/> . Viitattu 27.1.2025.
- Nirell, L. 2023. 3 Ways Companies Get Customer Experience Wrong. Verkkojulkaisu. Harvard Business Review. Julkaistu 7.4.2023. <https://hbr.org/2023/04/3-ways-companies-get-customer-experience-wrong> . Viitattu 27.1.2025.
- NordTouch n.d. Engaging Students with Flīngā. Verkkojulkaisu. <https://www.nordtouch.fi/>. Viitattu 9.1.2025
- Opetushallitus 2022. Varhaiskasvatussuunnitelman perusteet 2022. Määräykset ja ohjeet 2022:2a. Julkaistu 18.2.2022. https://www.oph.fi/sites/default/files/documents/Varhaiskasvatussuunnitelman_perusteet_2022_2.pdf . Viitattu 2.1.2025.
- Opetus- ja kulttuuriministeriö 2018. Avoin ja kansainvälinen Suomi. Julkaistu 5.12.2018. <https://valtioneuvosto.fi/documents/1410845/4449678/Avoin+ja+kansainvalinen+Suomi+6.2.2018/07b16d72-d566-4f6b-b633-6ed10d8993e9/Avoin+ja+kansainvalinen+Suomi+6.2.2018.pdf> . Viitattu 2.1.2025.
- Opetus- ja kulttuuriministeriö n.d. Maahanmuuttajien koulutus Verkkojulkaisu. <https://okm.fi/maahanmuuttajien-koulutuksen-kehittaminen> . Viitattu 2.1.2025.
- Palvelualojen työnantajat PALTA ry n.d. Tietoa palvelualoista. Verkkojulkaisu. <https://www.palta.fi/tietoa-palvelualoista/> . Viitattu 27.1.2025.
- Panetta, K. 2019. How to Create an Effective Customer Journey Map. Verkkojulkaisu. Julkaistu 10.6.2019. <https://www.gartner.com/en/marketing/insights/articles/how-to-create-an-effective-customer-journey-map> . Viitattu 26.1.2025.
- Peda.net n.d. Bilingual classes (Finnish English). Verkkojulkaisu. <https://peda.net/kuopio/p/rajal/%2A%2A%2A%2A%2A3> . Viitattu 3.1.2025.
- Peppers, D. & Rogers, M. 2017. Managing Customer Experience and Relationships. Strategig Framework. E-kirja. Wiley. Viitattu 27.1.2025.
- Raileanu, G. 2024. What is a good Net Promoter Score? Retentlyn blogi. Julkaistu 29.3.2024. <https://www.retently.com/blog/good-net-promoter-score/> . Viitattu 27.1.2025.
- Saarijärvi, H. & Puustinen, P. 2020. Strategiana asiakaskokemus. Miksi, mitä, miten? E-kirja. Docendo. Viitattu 7.1.2025.
- Seitasalo, S. 2024. Suomi elää kansainvälisyydestä. Opetushallituksen blogi. 19.3.2024. <https://www.oph.fi/fi/blogi/suomi-elaa-kansainvalisyystesta> . Viitattu 2.1.2025.
- Stakes Sosiaali- ja terveysalan tutkimus- ja kehittämiskeskus 2005. Varhaiskasvatussuunnitelman perusteet. Gummerus Kirjapaino Oy.
- Stickdorn M., Lawrence A., Hormess, M. & Schneider, J. 2018. This is Service Design Doing. O'Reilly Media Inc. Viitattu 5.1.2025.
- Suomen tietotoimisto, 2025. Henkilöstö tekee laadukkaan varhaiskasvatuksen - työvoimapula vain pahenee. Verkkojulkaisu. Päivitetty 18.1.2023. <https://www.sttinfo.fi/tiedote/69962667/sttk-henkilosto-tekee-laadukkaan-varhaiskasvatuksen---tyovoimapula-vain-pahenee?publisherId=1912> . Viitattu 13.1.2025.

- Tietoarkisto n.d. Tunnisteellisuus ja anonymisointi. Verkkajulkaisu. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/aineistonhallinta/tunnisteellisuus-ja-anonymisointi/> . Viitattu 7.1.2025.
- Tilastokeskus 2024. Syntyvyys laski tilastohistorian matalimmalle tasolle vuonna 2023. Tiedote. Julkaistu 24.5.2024. <https://stat.fi/julkaisu/cln4jsw103qcn0avxz5icrry3> . Viitattu 2.1.2025.
- Toikko, T. & Rantanen, T. 2009. Tutkimuksellinen kehittämistoiminta. Verkkajulkaisu. Tampere: Tampere yliopistopaino Oy – Juvenes Print. https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/100802/Toikko_Rantanen_Tutkimuksellinen_kehittamistoiminta.pdf?sequence=1&isAllowed=y . Viitattu 7.1.2025.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. E-kirja. Viitattu 27.1.2025.
- Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2019. Ihmiseen kohdistuvan tutkimuksen eettiset periaatteet ja ihmistieteiden eettinen ennakoarviointi Suomessa. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan ohje 2019 Verkkajulkaisu. Julkaistu 03/2019. https://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/Ihmistieteiden_eettisen_ennakoarvioinnin_ohje_2019.pdf?_ga=2.18946232.1495919454.1599766713-462614596.1599766713. Viitattu 7.1.2025.
- Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2023. Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausepäilyjen käsitteleminen Suomessa. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan HTK-ohje 2023. Julkaistu 15.2.2023. https://tenk.fi/sites/default/files/2023-03/HTK-ohje_2023.pdf . Viitattu 7.1.2025.
- Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. E-kirja. Talentum Media Oy. Viitattu 13.1.2025.
- Valtioneuvosto 2023. Talent Boost 2023–2027. Työ- ja koulutusperusteisen maahanmuuton toimenpideohjelma. Valtioneuvoston julkaisu 2023:71. https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/165274/VN_2023_71.pdf?sequence=1&isAllowed=y . Viitattu 2.1.2025.
- Vehkalahti, K. 2019. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsingin Yliopisto. <https://helda.helsinki.fi/server/api/core/bitstreams/bc1c2c8a-0eb8-4881-ba8f-510ce386b810/content> . Viitattu 6.1.2025.
- Vilka, H., 2021a. Näin onnistut opinnäytetyössä: ratkaisut tutkimuksen umpikujiin. E-kirja. PS-Kustannus. Viitattu 11.1.2025.
- Vilka, H. 2021b. Tutki ja kehitä. E-kirja. Jyväskylä: PS-Kustannus. Viitattu 13.1.2025.
- Vilkman, U. 2023. Edelläkävijät. Yhdessä ideointi ei aina tuotakaan parasta lopputulosta. Julkaistu 25.11.2023. Blogi. <https://edellakavijat.kaks.io/blogi/blogi/yhdessa-ideointi-ei-aina-tuotakaan-parasta-lopputulosta> . Viitattu 9.1.2025.
- Villani, I. 2019. Transform customer experience: how to achieve customer success and create exceptional CX. E-kirja. Milton, Queensland : Wiley. Viitattu 13.1.2025.
- Värrö, K. 2023. Mitä vieraiden kielten opiskelulle on tapahtumassa lukiokoulutuksessa?. Verkkajulkaisu. Kieliverkosto. Julkaistu 11.10.2023. <https://www.kieliverkosto.fi/fi/journals/kieli-koulutus-ja-yhteiskunta-lokakuu-2023/mita-vieraiden-kielten-opiskelulle-on-tapahtumassa-lukiokoulutuksessa> . Viitattu 24.1.2025.
- Yhdistyslaki 503. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1989/19890503> . Viitattu 13.1.2025
- Webropol n.d. Mikä on hyvä kyselyn vastausprosentti? Verkkajulkaisu. <https://webropol.fi/mika-on-hyva-kyselyn-vastausprosentti/#:~:text=Se%20lasketaan%20jakamalla%20vastajien%20m%C3%A4%C3%A4r%C3%A4%20l%C3%A4hetettyjen%20kyselyjen%20koonaism%C3%A4%C3%A4r%C3%A4ll%C3%A4%20ja%20kertomalla%20tulos%20sadalla> . Viitattu 7.1.2025.

LIITE 1: KYSELYLOMAKKEEN SAATEKIRJE

Hei!

Olemme kiinnostuneita teidän vanhempien kokemuksista ja ajatuksista liittyen Enkun toimintaan. Palautekyselyyn liittyy myös konkreettinen kehittämistoiminta, kun johtokunnan jäsen Mira tekee omaa opinnäytetyötään aiheeseen liittyen!

Katso Miran saate kyselyyn alla! Kyselyyn vastaaminen tapahtuu nimettömänä!

Linkki palautekyselyyn: <https://link.webropol.com/s/Enkunpalautekysely>

Toivon että teiltä löytyisi pieni hetki aikaa käydä vastaamassa, näin myös me saamme tärkeää tietoa!

terveisin Mari

Hei enkkulaisen vanhempi!

Olen Mira Remes, itsekin enkkulaisen vanhempi sekä johtokunnan jäsen. Teen YAMK-opintoihin liittyvää opinnäytetyötä Enkun kehittämiseen liittyen.

Kehitystyöhön tarvitsen nykyisten perheiden panosta eli juuri teidän kokemuksianne Enkusta ja sen toiminnasta.

Omat kokemuksesi pääset kertomaan oheisesta linkistä, jonka kautta perheen jokainen aikuinen voi antaa oman vastauksensa. Kyselyn vastaukset käsitellään nimettöminä eikä tuloksista paljastu vastaajien tietoja. Mikäli haluat ottaa yhteyttä kyselyyn liittyen mira.remes@edu.savonia.fi.

Kyselyyn vastaaminen kestää alle 5 minuuttia ja vastausaikaa on marraskuun loppuun saakka eli vastaathan kyselyyn 30.11.2024 mennessä.

Kiitos osallistumisestasi Enkun kehittämiseen!

Ystävällisin terveisin, Mira Remes

LIITE 2: KYSELYLOMAKE

**Palautekysely - Enkku**

Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (*)

Lapseni päivähoitopaikka on tällä hetkellä *

- Maria Jotunin koulu
 Tulliportinkatu

Perheeni on ollut Enkun asiakas *

- alle vuoden
 1 - 2 vuotta
 3 vuotta tai enemmän

Mistä kuulit Enkusta ensimmäisen kerran?

Miksi Enkku valikoitui lapsesi varhaiskasvatuspaikaksi?

Enkku on vastannut hyvin ennako-odotuksiani *

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	En osaa sanoa
*	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Mikä on Enkussa parasta (kolme tärkeintä)

Enkku kasvatusympäristönä *

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	En osaa sanoa
Aukioloajat ovat meille sopivat *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Enkun sijainti on meille sopiva *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ryhmäkoko on lapseni ryhmässä sopiva *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Enkussa on yhteisöllinen ilmapiiri *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Enkku on turvallinen paikka lapselleni *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Enkun päivittäinen toiminta *

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	En osaa sanoa
Lapseni tarpeet otetaan huomioon *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Toiminta tukee lapseni kehitystä *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ohjattua toimintaa on tarpeeksi *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vapaata leikkiä on päivissä riittävästi *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kielellinen kehitys (englannin kieli) *

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	En osaa sanoa
Olen tyytyväinen lapseni englannin kielen puheenkehitykseen *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olen tyytyväinen lapseni englannin kielen ymmärtämisen kehittymiseen *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Henkilökunta *

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	En osaa sanoa
Henkilökuntaa on lapseni ryhmässä riittävästi *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökunta on ammattitaitoista *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Meidät huomioidaan lasta tuodessa sekä hakiessa *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saan riittävästi tietoa lapseni hoitopäivän tapahtumista *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mahdollisissa ongelmatilanteissa saamme tukea Enkun henkilökunnalta *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Yhteistyö ja viestintä *

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	En osaa sanoa
Sain riittävästi ennakkotietoa Enkusta ja sen toiminnasta ennen kuin lapseni aloitti Enkussa *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saan riittävästi tietoa Enkun toiminnasta yleisesti toimintakauden aikana *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saan riittävästi tietoa lapseni ryhmän toiminnasta *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

LIITE 3: ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSSELYN AVOIMET VASTAUKSET

Kiitos näistä vuosista joita kolmen lapsen kanssa on kertynyt jo 7 vai 8 vuotta 😊 on ollut todella turvallista jättää lapset aina enkuun ja henkilökunta on aina ollut ihana

Homma toimii! Kiitos paljon tärkeästä työstä lasten eteen.

Kiitos! <3

Haluaisin kiittää Lions ryhmän henkilökuntaa lämpimästi ja sensitiivisistä hoidosta ja kasvatuksesta! Koen, että lapsellani on turvallinen olo, joka mahdollistaa uuden oppimisen. Ymmärrän, että laki ohjaa henkilökunnan määrää suhteessa lapsiin. Silti henkilökuntaa voisi mielestäni olla enemmän sillä vieras kieli voi lisätä tuen tarvetta kaikissa asioissa etenkin lapsen aloittaessa Enkussa.

Olemme tyytyväisiä Enkuun. Ruokailuissa tulisi huomioida tarkasti kansalliset ravitsemussuosituksot. Herkkupäiviä ei tulisi olla usein ja esimerkiksi Oivarinia tai vastaavaa ei tulisi käyttää, vaan kasvisrasvapohjaisia tuotteita.

Henkilöstössä paljon vaihdoksia ollut vuoden aikana. Se on hieman huolestuttavaa. Onko henkilökunnan englanninkielentaito riittävää, kun ei nativipuhujia?

Aivan ihana henkilökunta!

Kiitokset henkilökunnalle!

Aivan mahtavat hoitajat ja ihan huippu päiväkoti kaikin puolin! Iso kiitos siitä<3

Olen ollut tyytyväinen toimintaan Enkussa ja ammattitaitoiset hoitajat osaavat selvästi hallinnoida arkea ja lasten välistä toimintaa. Harvoin on päiviä että Enkusta lähdetäisiin huonoissa mielin. Lähtökohtaisesti kun lasta tulee hakemaan on vastassa lapsi hymyissä suin. Kiitos teille teette hyvää ja tärkeää työtä varmistamassa lapsille turvallista, yhteisöllistä ja kehittävästä ilmapäästä kasvun ja kehittymisen tueksi päiväkodilla. Enkusta tarttuu hyvä fiilis itsellekin aamusta lapsen tuodessa.

Ruokalista voisi tulla myös alkuvuokolla Whatsapp:illa

Henkilökunta on timanttia. Ihanaa kun lapset oppivat kielen lisäksi kansainvälisiä käytöstapoja ja kaveritaitoihin kiinnitetään huomiota. Kiusaamiseen puututaan heti ja tehdään toimenpiteitä. Enkun perinteitä kannattaa vaalia ja tuoda enemmän historiaa esille vahvuutena. Enkun retket ja teemapäivät ovat tosi hyviä. Kiitos henkilökunnalle!

Jatkakaa samaan malliin, kiitos!

Iloista ja luotettavaa toimintaa

Lapsemme aloitti tänään syksynä enkussa. Ollaan oltu tosi tyytyväisiä eikä lapsi ole yhtenkään päivänä valittanut, että ei lähtisi leikkikouluun. Aina, kun kysyy oliko mukava päivä, vastaus on joo! Kiitos Lions ryhmän henkilökunta :))

Retkiä voisi olla aina välillä.

Kiitos syksystä ja ihanaa loppuvuotta ! :)

Olette ihana päiväkotij ja henkilökuntanne on kultaa. Vaikka tilat ovat vanhat ja osittain toimimattomat, en voisi olla tyytyväisempi toimintaan. Lapsemme ovat saaneet teiltä hyvät eväät koulutaipaleelle ja mikä tärkeintä; ihania kavereita ja toimivia ystävyyssuhteita!

Kiitos. Olemme olleet tyytyväisiä ja lapsemme ovat viihtyneet.

Toivoisin, että ryhmät kävisivät enemmän ulkoilemassa läheisissä puistoissa. Muuten toiminta on kyllä monipuolista.

Jatkakaa samaan malliin 😊

Kiitos koko Enkun henkilökunnalle tästä vuodesta. Lapsi on mukava tuoda joka aamu hoitoon kun tietää, että hänet huomioidaan hyvin ja on muutenkin hyvissä käsissä. Rauhallinen musiikki aamulla on iso plussa! Siinä omakin mieli rauhoittuu töihin mennessä.

Ollaan oltu tosi tyytyväisiä ja henkilökunta on huippua! Muuten ehkä hieman yllätti kuinka vähän vanhemmat näyttävät olevan tekemisissä keskenään. Ja jos ikinä mietitte uusia toimipisteitä/toimipisteen vaihtoa, harkitkaa ihmeessä myös Savilahden kampusaluetta, sillä luulisin siellä olevan paljon kansainvälistä väkeä.

Hoitoaikojen ilmoittaminen olisi helpompaa, jos olisi sovellus mitä kautta ne ilmoittaa. Mutta tiedän tämän vaatimaan rahaa ja työaikaa, jota kautta tämä on todennäköisesti mahdotonta.

Keväällä oli enemmän aktiviteetteja kuin syksyllä

Kiitos upeasta työstä mitä teette!

Enkku on paras. Lapsi nauttii päivästä Enkussa, ympärillä on tutut aikuiset, sopivasti tekemistä ja erilaisista kulttuureista tulevia kavereita. On aina hyvä ja turvallinen olo tuoda lapsi Enkuun ja raskaampikin aamu kääntyy paremmaksi. Kiitos!

Ei ole koskaan jälkikäteen kaduttanut, että tuli laitettua lapsi Enkuun, vaikka itseä ehkä aluksi jännittikin, kuinka vieraalla kielellä toimiminen onnistuu ilman mitään aiempaa osaamista.

Ei ole muuta sanottavaa kuin, että teette loistavaa työtä välillä hankalissa olosuhteissa. Iso arvostus teitä kaikkia kohtaan. Kiitos.

Kiitoksia ammattitaitoisesta ja osaavasta varhaiskasvatuksesta!