



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Uuden edellä

KIRKES-KIRJASTOJEN IMAGO

Palvelukokemuksen ja palvelun laadun vaikutus syntyviin mielikuviin

Kallionpää, Minna

Kinnunen, Sari

2011 Kerava

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Kerava

KIRKES-KIRJASTOJEN IMAGO
Palvelukokemuksen ja palvelun laadun vaikutus syntyviin
mielikuviin

Minna Kallionpää
Sari Kinnunen
Liiketalouden koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Syyskuu, 2011

Minna Kallionpää, Sari Kinnunen

Kirkes-kirjastojen imago - palvelukokemuksen ja palvelun laadun vaikutus syntyviin mielikuviin

Vuosi 2011 Sivumäärä 98

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, millainen imago Kirkes-kirjastoilla on ja miten palvelukokemus- ja palvelun laatu vaikuttavat käyttäjissä syntyneisiin mielikuviin. Tutkimukseen avulla pyrittiin selvittämään millaisena asiakkaat kokevat saamansa palvelun ja mitä mieltä Kirkes-kirjastojen asiakkaat ovat kirjastojen ominaisuuksista ja henkilökunnasta. Tavoitteena oli selvittää kuinka hyvin Kirkes-kirjastojen mielikuva ja imago ihmisten keskuudessa kohtaavat todellisuuden eli Kirkes-kirjastoista vallitsevan identiteetin. Tutkimuksen avulla pyrittiin selvittämään ne palvelun osa-alueet, joissa Kirkes-kirjastoilla olisi vielä parannettavaa ja missä osa-alueissa on onnistuttu hyvin.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsitellään yrityskuvaa eli identiteettiä, profiilia ja imagoa; sekä mielikuvia ja niiden syntymistä, kehittämistä ja niiden mahdollisia ongelmia. Kirkes-kirjastojen imago selvitetään palvelukokemukseen ja palvelun laatuun pohjautuvan teorian avulla.

Kirkes-kirjastojen imagotutkimus toteutettiin kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena kyselylomakkeen avulla. Kyselylomake oli rakennettu koostumaan seitsemästä eri osiosta, jotka mittasivat asiakkaiden kirjastokäyttäytymistä, Kirkes-kirjastojen ominaisuuksia, kirjastoa asiointiympäristönä ja sen henkilökuntaa ja palvelua, kokoelmien laajuutta sekä Kirkes-yhteistyön tuomia etuja asiakkaille. Seitsemäntenä osiona oli avoin kysymyskohta, johon asiakkaat saivat itse kirjoittaa terveisensä tai kehitysehdotuksensa kirjastojen henkilökunnalle. Kyselytutkimus toteutettiin vuoden 2008 marraskuun alusta joulukuun loppuun kaikissa Kirkes-kirjastojen toimipisteissä.

Kyselytutkimuksen tulokset analysoitiin SPSS-tietojenkäsittelyohjelman avulla. Tutkimustulosten perusteella voidaan todeta, että Kirkes-kirjastojen asiakkaat ovat tyytyväisiä kirjastojen tarjoamiin palveluihin ja palvelukokemus ja sen laatu koetaan hyvin positiivisena. Tutkimustulokset ja kehitysehdotukset esiteltiin SWOT-analyysin avulla.

Asiasanat: imago, palvelukokemus, palvelun laatu, mielikuvat

Minna Kallionpää, Sari Kinnunen

Image of Kirkes libraries - how Service Experience and the Quality of Service effects on the customers mental image

Year	2011	Pages	98
------	------	-------	----

The purpose of this Bachelor's thesis is to analyze the image of Kirkes libraries among the customers, and find out how Service Experience and the Quality of Service effects on the customers mental image. With the help of the research we will be able to find out how the customers experience the service and what kind of opinions the Kirkes libraries customers have of the organizations properties and its employees. The goal was to investigate how well the existing image of Kirkes libraries among the people meets with the real identity of Kirkes libraries. The research strives to clarify which parts of the Quality of Service are successful and in what there still are improvements to establish.

The theoretical section of this thesis discusses corporate image, focusing on identity, profile and image. It also approaches the concept of mental images and how they arise, develop and their possible problems. The image of Kirkes libraries is explained using theory about Service Experience and the Quality of Service.

The Kirkes libraries image research was executed as a quantitative research in form of a questionnaire. The questionnaire consists of seven different sections, which measured the customer's library behaviour, Kirkes libraries properties, the libraries as transact environment, its employees, the volume of the collections and the benefits Kirkes cooperation creates to the customers. In the last section the customers had a chance to send their greetings or improvement suggestions in their own words to the Kirkes libraries. The questionnaire was executed in November - December in the year of 2008 in every Kirkes library business place.

The SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) statistics program was used to analyze the result of the research. The results indicate that the customers of Kirkes libraries are satisfied with the offered services and the Service Experience and the Quality of Service in experienced in a positive way. The results and improvement propositions were presented in the form of a SWOT analysis.

Key words: image, Service Experience, Quality of Service, mental image

Sisällys

1	Johdanto.....	7
1.1	Tutkimuksen tavoite ja rajaus.....	7
1.2	Tutkimusmenetelmät, aineisto ja tulosten analysointi.....	8
1.3	Tutkimuksen kulku.....	9
2	Kirkes-kirjastot.....	9
2.1	Tilastot vuonna 2009.....	10
2.2	Toiminta-ajatus ja päämäärät.....	10
2.3	Toimintaperiaatteet.....	11
3	Teoria.....	11
3.1	Yrityskuva.....	12
3.1.1	Identiteetti.....	12
3.1.2	Profiili.....	13
3.1.3	Imago.....	13
3.2	Mielikuva.....	15
3.2.1	Mielikuvien ongelmat.....	16
3.2.2	Mielikuvien kehittäminen.....	17
3.3	Palvelukokemus ja palvelu.....	18
3.3.1	Kokemus.....	19
3.3.2	Palvelukokemus.....	20
3.3.3	Palvelun laatu ja sen ulottuvuudet.....	21
4	Tutkimusmenetelmät ja toteutus.....	24
4.1	Kvantitatiivinen tutkimus.....	24
4.2	Kyselytutkimus.....	24
4.3	Strukturoidut kysymykset.....	25
4.4	Avoimet kysymykset.....	25
4.5	Likertin asteikko.....	26
4.6	Ongelmakohdat.....	26
4.7	Reliabiliteetti ja validiteetti.....	26
5	Tutkimustulokset.....	28
5.1	Perustiedot.....	28
5.2	Kirjaston ominaisuudet.....	29
5.3	Kirjasto asiointiympäristönä.....	32
5.4	Palvelu ja henkilökunta.....	39
5.5	Kokoelmat.....	42
5.6	Kirkes-yhteistyön tuomat edut.....	53
5.7	Kehittämisehdotukset ja terveiset Kirkes-kirjastoille.....	57
5.8	Toimipisteiden ristiintaulukointi.....	58

6	Kirkes-kirjastojen SWOT-kehittämissuodotus	58
6.1	Vahvuudet	59
6.2	Heikkoudet	59
6.3	Mahdollisuudet.....	60
6.4	Uhat	60
6.5	SWOT-kehittämissuodotuksen johtopäätökset	61
7	Johtopäätökset	62
8	Oma ammatillinen kehittyminen	62
	Lähteet	65
	Kaaviot.....	67
	Kuviot	68
	Taulukot	69
	Liitteet.....	70

1 Johdanto

Opinnäytetyömme tavoitteena oli selvittää asiakkaiden saaman palvelukokemuksen ja palvelun laadun vaikutus Kirkes-kirjastoista syntyviin mielikuviin sekä kehittää kirjastoa näiden kokemusten perusteella. Lisäksi työn tarkoituksena oli selvittää, mitkä palvelun osa-alueet ovat kriittisiä asiakkaan kokeman palvelun laadun kannalta. Ja koetaanko palvelussa tietyt osa-alueet selkeästi huonommaksi ja miksi näin on?

Asiakkaan saama palvelukokemus ja sen tutkiminen on vielä uutta ja lastenkengissä, mikä loi mielenkiintoisen mahdollisuuden tutkia uutta aihealuetta. Hankkeen toteuttamisen taustalla oli Tuusulan pääkirjaston kirjastotoimenjohtajan Elisabet Nielsenin ja Riihikallion kirjastonjohtajan Leena Rehnströmin kiinnostus kirjaston palvelujen kehittämistä kohtaan. Saimme heiltä kehittämishankkeen, jonka tarkoitus on selvittää palvelukokemuksen avulla Kirkes-kirjastojen asiakkaiden saamia mielikuvia sen toiminnasta. Kirkes-kirjastot ovat Järvenpään, Keravan, Tuusulan ja Mäntsälän kirjastojen yhteinen kirjastoverkko, jolla on yhteensä yhdeksän toimipistettä Keski-Uudellamaalla. Tutkimus pyrkii kokoamaan kattavaa tietoperustaa Kirkes-kirjastojen mielikuvien ja palvelukokemuksen tutkimiseen ja kehittämiseen. Lisäksi meitä yhdisti kiinnostus imagoon ja siihen liittyviin tutkimuksiin.

Palvelukokemuksen avulla saimme mahdollisuuden kerätä ja tutkia mielenkiintoista informaatiota asiakkaiden näkökannasta Kirkes-kirjastojen imagosta. Leena Rehnström näki, että tutkimus voisi olla hyvin tarpeellinen ja informatiivinen sekä opinnäytetyön tekijöille että kohdeorganisaatiolle. Kirkes-kirjastoja kiinnosti tieto siitä, miten asiakkaat heidät näkevät niin imagon kuin palvelukokemuksenkin kannalta. Tutkimustulosten avulla Kirkes-kirjastot voivat saada kuvan siitä, kuinka hyvin heidän oma käsityksensä tarjoamastaan palvelukokemuksesta kohtaa todellisen asiakkaiden kokeman palvelukokemuksen kanssa. Toisin sanoen Kirkes-kirjastoille tutkimuksesta on hyötyä, sillä tutkimuksen avulla ne saavat selville, mitkä asiat ovat kunnossa ja millä osa-alueilla on vielä kehitettävää.

1.1 Tutkimuksen tavoite ja rajaus

Imagotutkimus on tällä hetkellä ajankohtainen, koska trendinä on kehittää palvelua kokonaisvaltaiseksi palvelukokemukseksi. Eli tarjotulla palvelulla ja sen laadulla on hyvin suuri merkitys nykyihmisille. Asiakkaat valitsevat palveluntarjoajan, joka herättää positiivisia tunteita. Imago on se, mikä ratkaisee. Yrityskuvan rakentuessa kahdesta suunnasta, on Kirkes-

kirjastoille tärkeää olla tietoisia, millaisena asiakkaat näkevät kirjastot sekä minkälaisen kuvan ne itsestään asiakkailleen antavat. Tutkimuksen avulla Kirkes-kirjastot saivat selville mitä asiakkaat arvostavat ja kuinka tulevaisuudessa voidaan pyrkiä entistä parempaan asiantuntijuuteen ja asiakaspalveluun.

Palvelukokemukseen on hyödyllistä panostaa, sillä asiakas palaa helpommin takaisin saatuaan itseään miellyttävän palvelukokemuksen. Se, kuinka hyvin tai huonosti asiakasta palvellaan tietyssä yrityksessä, voi ratkaista asiakkaan päättymisen kilpailevaan yritykseen. Palvelun tulee olla aina hyvää ja tasalaatuista, jotta asiakas kokee palvelutilanteen miellyttävänä ja kaikkein puolin onnistuneena. Palvelutilanne kestää yleensä vain hyvin lyhyen ajan, jolloin positiiivisen kokemuksen muodostaminen on entistä tärkeämpää. Hyvä vaikutus pitää tehdä lyhyessä ajassa, joten kaikkien palvelun osa-alueiden hallitseminen ja taitaminen on hyvin tärkeää.

Opinnäytetyössä Kirkes-kirjastojen asiakkaiden saaman palvelukokemuksen vaikutus mielikuviin selvitettiin Tuusulan, Keravan, Järvenpään ja Mäntsälän toimipisteissä. Tutkimustulosten avulla saatiin selville Kirkes-kirjastojen asiakkaiden mielipiteet siitä, miten heidän saamansa palvelukokemus on vaikuttanut Kirkes-kirjastoista syntyviin mielikuviin ja millainen kirjastojen imago todellisuudessa asiakkaiden mielestä on.

Kirkes-kirjastojen mielikuva rakentuu identiteetistä, profiilista ja imagosta. Tässä tutkimuksessa keskityimme ensisijaisesti tutkimaan Kirkes-kirjastojen identiteetistä ja profiilista syntyvää imagoa, eli sitä kuvaa, jonka asiakkaat vastaanottavat. Pohdimme imagoa erityisesti asiakkaan palvelukokemuksen pohjalta.

1.2 Tutkimusmenetelmät, aineisto ja tulosten analysointi

Tutkimusmenetelmänä opinnäytetyössä käytettiin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta. Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla saatiin vastaus kysymyksiin mikä, missä, paljonko ja kuinka usein. Eli pystyttiin selvittämään, millä tavalla Kirkes-kirjastojen asiakkaat käyttävät kirjaston palveluja ja minkälainen palvelukokemus heille syntyi saadusta palvelusta.

Tutkimuksessa käytettiin kyselylomaketta, joka piti sisällään strukturoituja ja avoimia kysymyksiä. Tutkimustulokset esitettiin kaavioiden avulla, jotka havainnollistavat kunkin kysymysvaihtoehdon tulokset prosentuaalisesti. Jotta Kirkes-kirjastojen palvelumielikuva- ja imago-tutkimuksen tutkimustulokset olisivat mahdollisimman helposti ja selkeästi todettavissa, käytettiin niiden esittelyyn tekstin lisäksi pylväsdiagrammeja.

1.3 Tutkimuksen kulku

Tutkimus eteni selkeässä järjestyksessä. Jokaiset tutkimuksen vaiheet olivat yhtä tärkeitä ja jokaiseen vaiheeseen perehdyttiin ja panostettiin paljon. Ensimmäisessä vaiheessa mietittiin tarkasti, mihin tutkimuskysymykseen haluttiin saada vastaus. Tämän jälkeen varmistettiin, että jokainen valmiiksi mietitty kysymys vastasi tähän tutkimuskysymykseen. Seuraavaksi luotiin itse kyselylomake, joka luonnollisesti esitettiin, jotta varmistettiin kyselyn onnistuminen. Tämän jälkeen kyselylomakkeet jaettiin kaikkiin tutkimuksessa mukana oleviin toimipisteisiin ja tutkimus käynnistettiin marraskuussa 2008 kalenteriviikolla 47. Kyselyn annettiin olla voimassa viikolle 52 asti, jotta taattiin riittävien vastausten saaminen. Kyselylomakkeet noudettiin tutkimusajankohdan päätyttyä ja samalla tarkistettiin, että vastauksia on tullut riittävästi jokaisesta toimipisteestä. Mäntsälän toimipisteeseen jouduttiin lähtemään kenttätyöhön, jotta vastauksia saataisiin enemmän. Seuraava vaihe oli tietojen syöttäminen kyselylomakkeista SPSS-tietojenkäsittelyohjelmaan. Tietojen syöttämisen jälkeen tulostusaineistoa käsiteltiin, jotta saatiin tuloksia ja niistä grafiikkaa. Kyselylomakkeiden avoimet kysymykset kirjoitettiin auki ja jokaisen toimipisteen kehitysehdotukset ja kommentit kirjoitettiin erillisille asiakirjoille ylös. Näin varmistettiin, että jokainen toimipiste sai juuri heille tarkoitetut kommentit ja kehitysehdotukset. Kaiken tämän jälkeen saatuja tuloksia analysoitiin. Analyysit kirjoitettiin raporttiin ja saatujen tulosten perusteella laadittiin Kirkes-kirjastoille kehitysehdotus SWOT-analyysia apuna käyttäen. Tutkimus esitettiin arviointiseminaarissa lokakuussa 2010 muulle seminaariryhmälle.

2 Kirkes-kirjastot

Järvenpään, Keravan, Tuusulan ja Mäntsälän kirjastot muodostavat Keski-Uudellamaalla kirjastoverkon, jota kutsutaan Kirkes-kirjastoiksi. Kirkes-kirjastoilla on yhteensä yhdeksän toimipistettä, jonka lisäksi Tuusulassa ja Mäntsälässä kiertävät kirjastoautot. Järvenpäässä toimipisteitä on kaksi, Järvenpään kaupungin pääkirjasto sekä Haarajoen toimipiste. Keravalla toimipisteitä on yksi, Keravan kaupunginkirjasto. Tuusulassa toimipisteitä on viisi, Tuusulan kunnan pääkirjasto sekä Jokelan, Kellokosken ja Riihikallion sivutoimipisteet. Lisäksi Kellokosken sairaalan yhteydessä toimii Kellokosken sairaalakirjasto. Mäntsälässä toimipisteitä on yksi, Mäntsälän kunnankirjasto.

Kirkes-yhteistyö käynnistettiin vuonna 1995 Järvenpään kaupunginkirjaston, Keravan kaupunginkirjaston sekä Tuusulan pääkirjaston ja sen sivutoimipisteiden välillä. Vuonna 2005 mukaan liittyi myös Mäntsälän kunnankirjasto, jolloin saavutettiin Kirkes-yhteistyön tämänhetkinen kokoonpano.

Kirkes-kirjastoilla on yhteinen kirjastojärjestelmä ja aineistokanta, mikä mahdollistaa kaikkien Kirkes-kirjastoyhteistyöhön kuuluvien kirjastojen tarjoaminen palveluiden käyttämisen yhdellä ainoalla kirjastokortilla. Lisäksi Kirkes-kirjastoilla on yhteinen kirkes.fi-verkkopalvelu, jonka avulla asiakkaiden on yksinkertaista hallinnoida tarvitsemiaan palveluita. (Leena Rehnström, 2008.)

2.1 Tilastot vuonna 2009

Kirkes-kirjastoja voi tarkastella myös numeroiden valossa. Suomen yleisten kirjastojen vuositilastot vuodelta 2009 havainnollistavat (Taulukko 1.), että Kirkes-yhteistyökuntien yhteenlaskettu asukasluku oli 127 652, joista 50 213 henkilöä aktiivisia Kirkes-kirjastojen lainaajia. Kirkes-kirjastoiden kokoelmat kattavat 675 860 teosta, joista tehtiin vuonna 2009 yhteensä 2 232 789 lainaa. Fyysisiä käyntikertoja Kirkes-kirjastoihin tehtiin yhteensä 1 170 017 ja verkkopalvelu Intron käyttökertoja oli yhteensä 643 712. (Suomen yleisten kirjastojen vuositilastot 2009)

	Asukas- luku	Lainaaajia	Kokoelmat	Kokonais- lainaus	Fyysiset käynnit	Verkko- käynnit
Järvenpää	38 288	14 469	202 505	788 161	344 087	193 114
Kerava	33 546	14 825	174 043	592 251	317 134	167 365
Tuusula	36 386	13 509	206 127	606 292	336 701	186 676
Mäntsälä	19 432	7 410	93 185	246 085	172 095	96 557
<u>Yhteensä:</u>	127 652	50 213	675 860	2 232 789	1 170 017	643 712

Taulukko 1. Suomen yleisten kirjastojen vuositilastot 2009, Kirkes-kirjastot

2.2 Toiminta-ajatus ja päämäärät

Kirkes-kirjastojen toiminta-ajatuksena ja tavoitteena voidaan pitää kirjasto- ja tietopalvelujen mahdollisuutta edistää väestön yhtäläisiä mahdollisuuksia sivistykseen, kirjallisuus- ja taideharrastuksiin, jatkuvaan tietojen, taitojen ja kansalaisvalmiuksien kehittämiseen, elinikäiseen oppimiseen sekä kansainvälistymiseen.

Kirkes-kirjastot muodostavat Keski-Uudellamaalla kattavan kirjastoverkon neljällä päätoimipisteellään lähikirjastoineen yhteensä yhdeksällä toimipisteellä. Kirjastojen tarkoitus on tukea vahvistaa paikkakuntalaisten elinikäistä oppimista ja aktiivisuutta sekä kasvua kansalaisuuteen ja kansainvälisyyteen. Kirjastot tukevat luovuutta ja arjessa jaksamista. Kirkes-kirjastot ovat osa paikkakuntalaisten, ikään ja sukupuoleen katsomatta, ajanmukaista ja mo-

nipuolista oppimisympäristöä. Kirjastojen tarkoitus on myös säilyttää paikkakuntalaisia kirjallisia ja muuta tallennettua kulttuuria ja välittää sitä aktiivisesti asiakkaiden käyttöön.

2.3 Toimintaperiaatteet

Kirkes-kirjastojen toimintaperiaatteisiin kuuluu tuottaa korkealaatuisia kirjastopalveluja asiakaslähtöisesti, ihmisläheisesti tarkoituksenmukaisuudella, sekä tukea kuntalaisten sivistyksellistä kehitystä. Toiminta toteutetaan tehokkaasti ja taloudellisesti.

Asiakkaille ja kuntalaisille tarjotaan toimivat ja tasavertaiset kirjasto- ja tietopalvelut. Toimiva lähipalveluverkosto ulottuu kuntien eri asuinalueille siten että kaikilla asukkailla on yhtäläinen mahdollisuus käyttää kirjastojen palveluita asuinalueestaan riippumatta. Kirjastojen aukioloajat ovat riittävät ja aineistokokoelmat pidetään ajanmukaisena. Laadukkaat kirjastopalvelut ovat suunniteltu, siten että ne vastaavat kaikenikäisten asiakkaiden tarpeita ja ovat mukana tulevaisuuden kehityksessä. Palvelun laatua seurataan toimivalla palaute- ja arviointijärjestelmällä.

Kirkes-kirjastot ovat vastuussa ympäristöstä ja pyrkivät toteuttamaan toimintansa ympäristövastuullisesti sekä aktiivisesti levittämään ympäristötietoutta ja tukea kuntalaisten ympäristökasvatusta yhteistyössä Ympäristökeskuksen ja palkallisten ympäristöjärjestöjen kanssa.

Uudistuminen ja oppiminen kuuluvat olennaisena osana Kirkes-kirjastojen toimintaan. Henkilöstön koulutus ja kehittäminen tähtäävät palveluosaamisen parantamiseen ja auttavat henkilöstöä jaksamaan työssään ja takaavat riittävän ammattitaidon. Päätöksenteko on toimivaa ja läpinäkyvää, siten kuntalaisilla on vahvistunut mahdollisuus olla mukana vaikuttamassa esimerkiksi aineistohankintoihin. Lisäksi onnistuneella taloussuunnittelun avulla etsitään jatkuvasti taloudellisempia ja tehokkaampia tapoja toimia ja tuottaa palveluita.

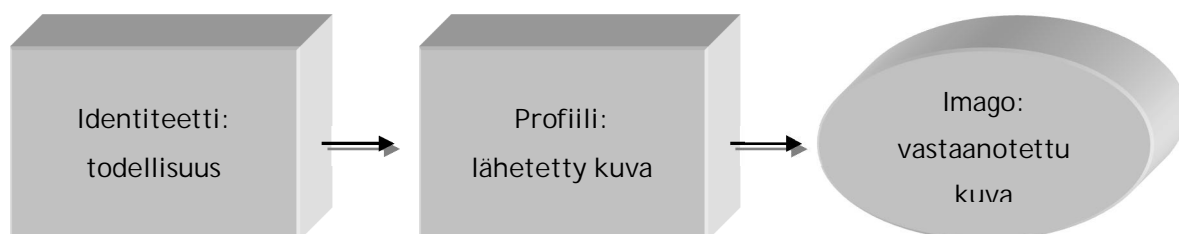
Laaja yhteistyö paikallisten yritysten, järjestöjen, yhdistysten ja muiden yhteisöjen sekä lähi-alueiden kuntien kanssa monipuolistaa ja täydentää kirjastojen palveluntuotantoa sekä tuovat toiminnallista lisäarvoa (Kirjaston strategia 2008).

3 Teoria

Tämän opinnäytetyön keskeiset teoriakappaleet käsittelevät yrityskuvaa, palvelumielikuvaa, palvelukokemusta sekä asiakkaan laatukokemuksia palvelusta. Edellä mainittujen teoriaosuuksien avulla pystyttiin selvittämään Kirkes-kirjastojen asiakkaiden saamasta palvelusta syntyvä palvelukokemus.

3.1 Yrityskuva

Puhuttaessa yritysmielikuvasta törmätään kolmeen keskeiseen termiin: identiteetti, imago ja profiili. Esittelemme yrityskuvan muodostumisen informatiivisella kaaviolla (Kaavio 1.), joka havainnollistaa, että identiteetillä tarkoitetaan yrityksen todellista kuvaa itsestään. Profiili pitää sisällään työyhteisön olemuksen, julkitavoitteet sekä yhteiset arvostukset. Imagolla tarkoitetaan kohderyhmän mielikuvia tai mielipiteitä yrityksestä. (Pohjola 2003, 21-24.)



Kaavio 1. Yrityskuvan muodostumien (Pohjola 2003, 20).

3.1.1 Identiteetti

Identiteetti tarkoittaa yrityksen kuvaa itsestään eli sitä, mitä yritys todellisuudessa on. Se sisältää yrityksen tai organisaation perusarvojen ja perusolettamuksien lisäksi ympäristön keskeiset seikat eli yrityskulttuurin, liikeideat, strategiat, visiot sekä suhtautumisen markkinoihin ja kilpailuun. Identiteettiin kuuluu erilaiset tarinat, myytit ja riitit. Identiteetti muodostuu siitä päivästä lähtien, jolloin toiminta aloitetaan. Identiteetin hallinta on yrityksen kannalta erittäin tärkeää, sillä se on kaiken yrityksestä ulospäin näkyvän lähtökohta. (Poikolainen 1994, 26.)

Identiteetti pohjautuu yrityksen keskeisiin valintoihin eli strategiaan kulmakiviin. Identiteetti-strategialla on monia eri tehtäviä. Strategia antaa suuntaviivaa viestien artikuloinnille ja käyttöönoton ja toiminnan kautta määritykset muuttuvat vastaanottajien mielikuviksi. Yrityksen visuaalisella identiteetillä tarkoitetaan sitä osaa identiteetistä, joka on näkyvillä eli yrityksen todellisuus. Sen avulla yritys voi vaikuttaa imagoonsa eli mielikuvaansa. Visuaalisen ilmeen tulkintaan vaikuttavat huono julkisuus ja asiakkaiden huonot kokemukset. Identiteetti on yrityksille tärkeä, koska sen avulla luodaan merkityksiä. Yrityksen on aina tiedettävä, mitä se haluaa olla ja mitä se todellisuudessa on. Usein tämä tarkoittaa yrityksen arvojen määrittelyä, jonka avulla identiteettiä tuetaan ja usein kuvataan. Yrityksen toimintatapa ja ajatte-

lutapa määräytyvät identiteetistä käsin. Tämä näkyy kaikessa siinä, mitä yritys milloinkin tekee. Viestintä on tässä suuressa osassa, sillä se tukee yrityksen identiteettiä ja toimintaa. Viestintä liittyy siihen, mitä yritys todella haluaa sanoa itsestään ulospäin. Kaikkeen viestintään liittyy se, miltä yritys näyttää ja ei näytä. (Pohjola 2003, 20.)

3.1.2 Profiili

Profiili on se kuva jonka yritys lähettää itsestään eli se, miltä yritys haluaa näyttää ulospäin. Profiili merkitsee yritykselle samaa kuin ihmisille käytös, pukeutuminen ja ulkonäkö. Yritys voi tuoda persoonallisuuttaan esiin samoin kuin ihminen näyttämällä siltä, miltä haluaa ja käyttäytymällä niin kuin uskoo sopivaksi. (Poikolainen 1994, 27.)

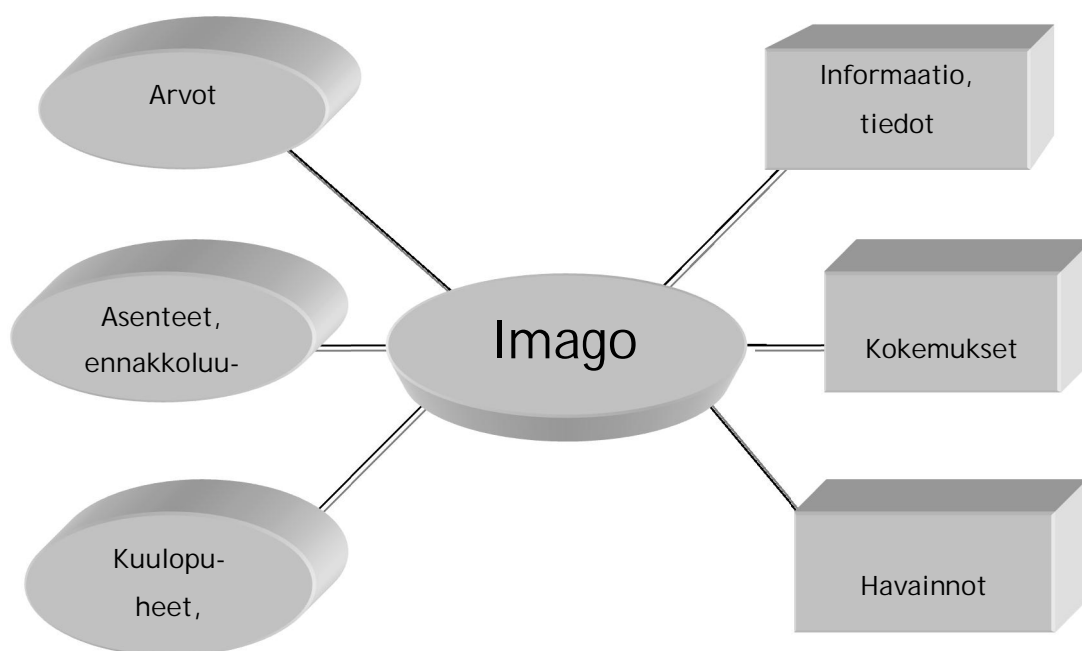
Tavoiteprofiilin tai tavoiteimagon määrittely voi olla pelkistetty kiteytymä yrityksen tai yhteisön tehtävästä, se mielikuva, jonka yritys haluaisi kohderyhmillään itsestään olevan (Pohjola 2003, 24).

Tavoitekuva eli profiili on strateginen työkalu, jonka määrittelee yrityksen ylin johto. Profiili rakennetaan työyhteisön ja strategisten tavoitteiden varaan. Profiiliin tulee olla yhdenmukainen todellisuuden ja yrityskulttuurin kanssa ja siinä ilmaistaan selkeästi visio, missio ja julkittavat tavoitteet, työyhteisön identiteetti sekä yhteiset arvostukset. Käytännössä profiili vastaa kysymyksiin, mitkä ovat työyhteisön tavoitteet, joiden avoin viestiminen edistää tavoitteiden saavuttamista, millainen työyhteisö on ja mitä se tekee juuri nyt sekä millainen työyhteisön yrityskulttuuri on ja mitä se arvostaa. (Åberg 2002, 68.)

Profiilin tulisi kertoa mihin yrityksessä ollaan menossa ja miksi (visio ja tavoitteet) niin tehdään, mistä on lähdetty liikkeelle sekä mihin ollaan matkalla. Lisäksi on syytä ottaa huomioon ne tekijät, jotka auttavat tai estävät vision saavuttamista. (Åberg 2002, 69.)

3.1.3 Imago

Imago eli yrityskuva tai yhteisökuva on mielikuva yrityksestä tai tuotteesta ihmisten mielessä. Yrityksen identiteetti vaikuttaa kyseessä olevaan mielikuvaan. Yrityskuvan elementit voidaan jakaa kahteen ryhmään. Niihin, joihin yritys voi itse vaikuttaa, kuten informaatioon, kokemuksiin ja havaintoihin. Toiseen ryhmään yritys ei itse pysty vaikuttamaan, kuten arvoihin, asenteisiin, ennakkoluuloihin, kuulopuheisiin ja uskomuksiin. (Kaavio 2.) Imago on mielikuva, jonka syntymiseen vaikuttavat vastaanottajan asenteiden ja luulojen lisäksi kilpailuympäristön ja yhteisön muutokset sekä sidos- ja kohderyhmien vastaanotettujen viestien tulkinnat, jotka voivat olla virheellisiä. (Vuokko 2002, 111.)



Kaavio 2. Yrityskuvan elementit (Vuokko 2002,111).

Yritysimago on kaikkien niiden käsitysten summa, joita yksilöllä, yhteisöllä tai sidosryhmällä on yrityksestä. Yritysimago on siis se käyntikortti, joka saa asiakkaan hakeutumaan yritykseen, auttaa asiakasta ostopäätöksen teossa, suosimaan yritystä sen kilpailijoihin nähden sekä hankkimaan yrityksen tarjoaman palvelun tai tuotteen. Ei siis pidä ajatella, että kyse olisi pelkästä yrityksen itse luomasta kuvasta, jonka avulla se voisi saada asiakkaat hankkimaan yrityksen tarjoaman palvelun tai tuotteen. Yritysimagolla asiakkaita houkutellaan tulemaan tutustumaan yrityksen palveluun tai tuotteisiin. Jokaisella toimivalla yrityksellä on palvelu tai tuote, jota se myy ja valmistaa omassa toimintaympäristössään ja josta se jollain tavalla, aktiivisesti tai passiivisesti, viestii. Tästä syystä hyvän ja rehellisen yritysimagon kautta yrityksen on mahdollista saavuttaa todellista kilpailuetua muihin yrityksiin nähden. Massasta erottuminen käy helpommin, kun yritysidentiteetti ja imago sopivat saumattomasti yhteen. Tämä voi tuottaa ongelmia, sillä kilpailevan yrityksen tuotteet ovat todennäköisesti hyvin samankaltaisia kuin oman yrityksen tuotteet. Asiakkaat pitää saada tavalla tai toisella huomaamaan juuri oman yrityksen tuote tai palvelu. Ehkä juuri mielikuvilla voidaan vaikuttaa kuluttajiin ja siten saada mahdolliset asiakkaat vakuuttuneiksi oman yrityksen paremmuudesta suhteessa kilpailijoihin. (Vuokko 2002, 103.)

Palveluorganisaation imago syntyy seuraavien asioiden perusteella:

- Organisaation identiteetti: nimi ja logo, organisaation ominaisuudet sekä mainonnan määrä ja laatu
- Organisaation maine: toiminnan uskottavuus, palvelun luotettavuus ja yrityskulttuuri, joka pitää sisällään organisaation asiakaskeskeisyyden ja ympäristöstä huolehtimisen
- Konkreettiset vihjeet palvelusta: vaikuttavia tekijöitä ovat toimipisteiden sisustus ja layout, valaistus, rakennukset sekä parkkipaikat. Lisäksi imagoon vaikuttavat myös muut asiakkaat.
- Palvelun taso: palvelukokonaisuus, joka pitää sisällään palvelujen määrän sekä palvelun saavutettavuuden ja palveluprosessit.
- Asiakaspalvelu henkilöstö: vaikuttavia tekijöitä ovat asiakkaan huolenpito, asenteet ja käyttäytyminen, pätevyys, ystävällisyys ja ulkoinen olemus. (Ylikoski 1999, 138-139.)

Imagoa voidaan parantaa ja kehittää tarjoamalla asiakkaille myönteisiä elämyksiä ja kokemuksia esimerkiksi järjestämällä erilaisia kampanjoita ja tapahtumia sekä lisäämällä tiedotusta ja markkinointia. Myös monet muut asiat vaikuttavat imagoon ja sen kehittymiseen. Tällaisia ovat muun muassa henkilökohtaisen palvelun laatu sekä kirjaston normaalit toimintatavat jokaisena aukiolopäivänä ja verkkopalveluiden kautta myös muina aikoina. Hyvät työsuoritukset lisäävät myönteisiä mielikuvia ja myönteinen imago lisää hyviä suorituksia. Henkilökunnan mielikuva omasta työyhteisöstään on tärkeässä roolissa sillä heidän mielikuvansa ja käsityksensä imagosta vaikuttavat suuresti palvelukuvaan. Vaikutukset voivat olla joko myönteisiä tai kielteisiä. Kun henkilöstö on palveluhenkistä kaikki voivat hyvin ja sitä kautta myönteinen ilmapiiri heijastuu asiakaspalveluun. (Lovio & Tiuhonen 2005, 16.)

3.2 Mielikuva

Mielikuvien syntymiseen vaikuttavat monet tekijät. Mielikuvassa on kyse siitä, miten asiakkaat ja sidosryhmät havaitsevat kohteen. On tärkeää muistaa, että jokainen ihminen havaitsee asioita erilailla. Havaitsemiseen vaikuttavat ihmisten mielissä jo aikaisemmin vaikuttavat skeemat ja tietorakenteet. Nämä skeemat ovat kokemusten, tulkintojen ja havaintojen myötä muistiin syntyneitä malleja ja rakenteita. Näiden aikaisempien kokemusten pohjalta ihminen toimii eri tilanteissa erilailla. Tästä syystä havaitseminen on esiin tulevien vihjeiden pohjalta

tapahtuvaa tulkintaa ja päättelyä. Kyse ei siis ole esimerkiksi yrityksen todellisesta tilasta, vaan asiakkaiden tekemistä havainnoista, joista heille syntyy mielikuva yrityksestä. Asiakas havaitsee ja tarkkailee ympäristöään, vaikka ei sitä itse tiedostaisi, ja muodostaa saamastaan informaatiosta mielikuvan. (Karvonen 1999, 119.)

Mielikuvat ovat yrityksille pääomaa. Tämä pääoma on aineetonta, mutta sitä voi kehittää systemaattisesti. Tarvitaan identiteettiin sointuvaa viestintää, niin verbaalisella kuin visuaalisellakin tasolla. Kaiken ydin on oikeastaan se, miltä yritys tuntuu ja millaista fiilistä se välittää ja pystyy kehittämään. (Pitkänen 2001, 190.)

3.2.1 Mielikuvien ongelmat

Ihmisten muodostamissa mielikuvissa voi olla ja onkin paljon erilaisia ongelmia, jotka vaikuttavat muodostuneisiin mielikuviiin. Mielikuvia tutkittaessa yritysten tulee olla tietoisia näistä ongelmista. Vain ymmärtämällä, mitkä asiat voivat haitata positiivisten mielikuvien syntymistä, voidaan mahdolliset esteet eliminoida. Palvelukokemusta voidaan parantaa ja kehittää ymmärtämällä, miten mielikuvat syntyvät ja kuinka niiden kehittymiseen voidaan vaikuttaa.

Ongelma voi olla siinä, että mielikuva voi olla vanhentunut. Mielikuva voi perustua eilisen todellisuuden tai siihen millaisena asia on nähty joskus paljon aikaisemmin. Tiedoissa voi olla paljonkin päivitettävää ja sellaisia asioita, joita täytyy ottaa selville pystyäkseen vaikuttamaan uudelleen syntyvään mielikuvaan. Mielikuva voi olla ohut ja suppea. Asioista ei välttämättä tiedetä juuri mitään ja se mitä tiedetään, on satunnaista. Mielikuva jostain asiasta voi olla yksipuolinen. Vain jokin puoli on korostuneesti tullut esiin esimerkiksi julkisuudessa tai median kautta. (Karvonen 2003 Maineenhallinnan erikoiskurssi)

Mielikuvatutkimuksessa on tärkeää muistaa pitää korvat auki ja kuunnella tarkasti, mitä asiakkailla on sanottavaa tutkittavasta yrityksestä ja sen tavasta toimia. Asiakkaiden kanssa keskustellaan ja heitä rohkaistaan kertomaan omia näkemyksiään ja kokemuksiaan. Tärkeintä on saada palautetta, oli se sitten hyvää tai huonoa. Itse tutkimus voidaan suorittaa monella eri tavalla ja käyttää montaa eri menetelmää. Kysymykset voidaan esittää kasvotusten, puhelimitse tai lähettää lomake kotiin täytettäväksi. Lomakkeessa voi olla monivalintakysymyksiä tai vastaaja vastaa kysymyksiin vapaasti kirjoittaen, mitä mieleen tulee. Tapoja on monia, mutta oikean tavan valitseminen ja käyttäminen tuo varmemmin tuloksia ja näin ollen syvällisempiä vastauksia, jotka vastaavat juuri siihen esitettyyn kysymykseen. (Karvonen 1999, 118 - 119.)

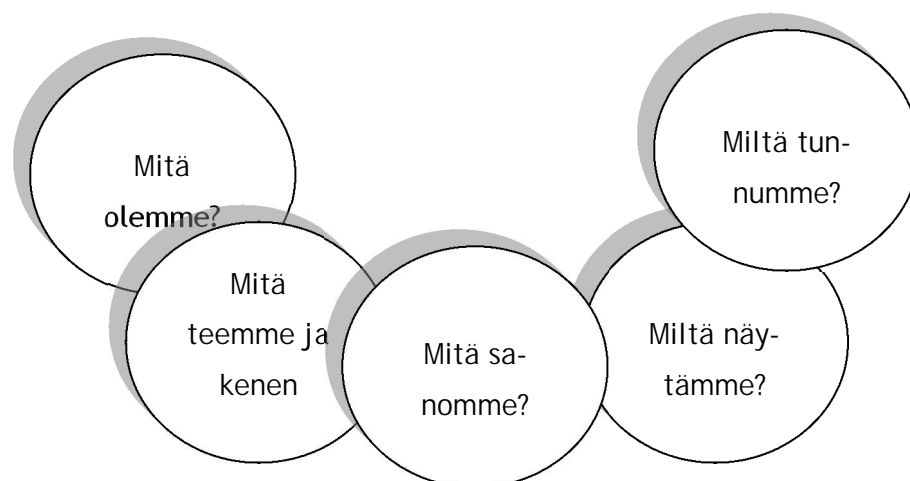
3.2.2 Mielikuvien kehittäminen

Mielikuvien kehittämisestä voidaan yleensä erotella neljä eri vaihetta. Ensimmäinen ja hyvin tärkeä vaihe on selvittää, millainen kuva yrityksestä todellisuudessa vallitsee. Mitä sidosryhmät ajattelevat kyseisestä yrityksestä, mitä heille tulee ensimmäisenä mieleen kun mainitaan yrityksen nimi? Tällaiset asiat täytyy selvittää huolella jo hyvissä ajoin. Selvitetään, millainen yrityksen imago on, mitä hyvää ja huonoa siitä löytyy. Tarkastellaan kilpailijoiden imagoa sekä mietitään, millainen kuva koko toimialasta vallitsee. Tärkeää on myös selvittää, millaisia asioita eri sidosryhmät arvostavat ja tarvitsevat (Kaavio 3.). (Karvonen 1999, 118 -119.)

Seuraavassa vaiheessa hahmotellaan sellainen ihannekuva yrityksestä, jollaista toivottaisiin olevan ihmisten mielissä. Tätä ihannekuva verrataan todelliseen vallitsevaan mielikuvaan. Miten se eroaa todellisesta, mitä voidaan tehdä? Millainen kuva ihmisillä pitäisi olla yrityksestä ja asetetaan tavoitteet näiden saavuttamiseksi. Vahvuuksien määrittely niin omasta kuin kilpailijoidenkin yrityksistä kannattaa. Näin tiedetään mitä hyvää omassa yrityksessä on ja mitä voisi omaksua kilpailevalta yritykseltä, jotta oma toiminta olisi mahdollisimman hyvää ja täydellistä. Tähän vaiheeseen kuuluvat myös tavoitekuvan määrittely sekä aikataulujen ja resurssien määrittely. Taustatyön tekeminen ja todellisuuden määrittelemine ovat tärkeitä asioita tehdä mahdollisimman hyvin ja perusteellisesti tässä vaiheessa. (Karvonen 1999, 118 -119.)

Kolmannessa vaiheessa ryhdytään itse toimenpiteisiin. Tarkoituksena on kuroa umpeen todellisen ja tavoitellun mielikuvan eroa. Kehitetään sellaisia toimintatapoja ja yhteisökuultuuria, joilla päästään haluttuun tulokseen. Sisäisellä ja ulkoisella viestinnällä on tässä tärkeä rooli. Sisäisen viestinnän tulee onnistua ja mennä perille omalle henkilökunnalle mutkattomasti. Jokaisen työntekijän pitää ymmärtää tehtävät muutokset, jotta asioita voidaan lähteä muuttamaan. Jokaisen pitää olla perillä uusista asioista ja olla valmiita muuttamaan omia työskentelytapojaan ja pyrkimään kohti uutta ja parempaa. Siinä vaiheessa, kun työyhteisöllä on selkeä kuva omasta työstään ja toiminta-ajatuksestaan, heijastuu se yhteisön kaikessa toiminnassa luonnollisesti ulospäinkin. Kun tavoitteet on määriteltä kaikille tarkasti, toiminnasta tulee määrätietoista ja tehokasta. On tärkeää viestiä sidosryhmille tehdyistä muutoksista, olivatpa ne sitten kuinka pieniä tai suuria tahansa. Asiakkaiden mielikuviin vaikuttavat pienetkin asiat, joten kaikella ulospäin suuntautuvalla viestinnällä on merkitystä. Se, millä volyymilla viestitään uusista muutoksista ja parannuksista sidosryhmille, on jokaisen yrityksen käsissä. Monesti kovin suurilla ja laajoilla viestintäkanavilla ei voida liikkua, sillä resurssit ja budjetti tulevat monesti ensimmäisenä vastaan, etenkin pienissä yrityksissä. (Karvonen 1999, 118 -119.)

Neljäs ja viimeinen mielikuvien kehittämisvaihe sisältää tulosten ja saavutusten tutkimista ja analysointia. Tutkitaan kuinka käytetyt toimenpiteet vaikuttivat ja tuottivat tulosta. Mahdollisia korjauksia käytettyihin toimenpiteisiin voidaan tehdä, jos jokin asia ei ole toiminut odotetulla tavalla. Toisin sanoen mahdolliset ohjausliikkeet on mahdollista tehdä vielä tässä vaiheessa. Pääasiallisesti siis seurataan ja mitataan saatuja tuloksia. Tulosten vertailu asetettuihin tavoitteisiin nähden on hyvin tärkeää. Tässä vaiheessa nähdään onko toimenpiteistä ollut hyötyä ja kuinka hyvin tavoitteisiin on päästy. Nyt nähdään ovatko todellinen ja tavoitemielikuva samalla viivalla, vai pitääkö asioiden eteen tehdä vielä töitä. Pitää kuitenkin muistaa, että mielikuvat eivät säily ihmisten mielissä pitkään. Saavutettuja mielikuvia pitää ylläpitää, joten voikin sanoa, että toiminta on jatkuvan prosessin luontaista. Työ on jatkuvaa ja mielikuvia täytyy uusia jatkuvasti. Tehdyt lupaukset on lunastettava päivittäin. Vain näin yrityksestä vallitsevat mielikuvat kehittyvät ja pysyvät positiivisina koko ajan. (Karvonen 1999, 118 - 119.)



Kaavio 3. Yritysmielikuvien kehittämiskysymykset (Karvonen 1999, 118).

3.3 Palvelukokemus ja palvelu

Palvelua ei voida kosketella käsin ja eikä sitä ole käsitteellisesti helppo ymmärtää. Palvelu sekä käytetään että tuotetaan samanaikaisesti. Palvelulla ei näin useinkaan ole samalla tavalla selkeästi mitattavia ominaisuuksia kuin esimerkiksi tavaroilla tai asioilla. (Lehtinen 1983, 21, 53.)

Palvelu käsitteenä tarkoittaa aineettoman hyödykkeen, kuten kirjastopalveluiden tarjoamista asiakkaille. Palvelu kulutetaan samaan aikaan kuin se tuotetaan, joten asiakkaalle ei siirry omistusoikeutta. (Kannisto & Kannisto 2008, 13.)

Palvelukuvalla tarkoitetaan yleensä sitä mielikuvaa, joka yksilöllä ja yhteisöllä on toimipaikasta. Kirjastosta puhuttaessa käytetään mieluummin palvelukuva-käsitettä kuin yritysmaailmasta lainattua yrityskuva-termiä. Palvelukuvaa voidaan tarkastella laajemminkin kuin vain asiakaspalvelutapahtuman tai palvelutilanteen kuvaajana. (Lovio & Tiihonen 2005, 15.)

Millaista sitten on hyvä palvelu? Hyvässä palvelussa asiakasta kuunnellaan, antaen asiakkaan rauhassa ensin kertoa tarpeensa. Palvelutoimihenkilön varmistuttua siitä, että hän ymmärtää asiakastaan, hän etsii ratkaisun ongelmaan yhdessä asiakkaan kanssa. Hyvässä palvelussa asiakas asetetaan aina etusijalle. Palvelutoimihenkilö ei ajattele vain yrityksen etuja, vaan miettii, mikä olisi asiakkaalle parhaaksi. Hyvä palvelu kunnioittaa asiakasta ihmisenä. Asiakasta kohdellaan tasavertaisena ja hänen tarpeensa huomioidaan. Asiaan kuuluu tervehtiminen ja ystävällinen puhuttelu, unohtamatta katsekontaktia. Asiakkaalle ollaan kohteliaita luontevasti ja luonnollisesti. Hyvässä palvelussa asiakkaalle annetaan aikaa. Asiakasta pitää muistaa palvelulla keskittyneesti. Muiden tehtävien, asiakkaiden tai kollegoiden ajatteleminen ei sovi kuvaan. (Kannisto & Kannisto 2008, 13.)

Hyvän palvelun tulee olla luotettavaa. Asiakkaalle ei tehdä turhia lupauksia. Asiakkaalle luvataan vain sellaisia asioita, jotka voidaan varmasti pitää ja toteuttaa. Joskus pitää tunnustaa, että asiakkaan tarpeita ei välttämättä pystytä täyttämään. Tämä vaatii malttia, mutta asiakkaalle on aina parempi antaa rehellinen vastaus kuin kierrellä ja kaarrella totuutta. Hyvän palvelun tulee olla tasalaatuista. Asiakkaan tulee voida luottaa saavansa hyvää palvelua kerta kerran jälkeen. Tämä takaa sen, että hän palaa yrityksen asiakkaaksi yhä uudelleen ja uudelleen. Asiakas kertoo saamastaan hyvästä palvelusta mielellään eteenpäin. Sama pätee negatiivisiin kokemuksiinkin. Vanha viisaus pätee palvelualallakin: kohtele muita niin, kuin haluaisit heidän kohtelevan sinua. Joudumme kaikki päivittäin tilanteisiin, joissa olemme sekä asiakkaina että palvelijoina, silloin voisimme miettiä: miten haluamme tulla kohdelluiksi? (Kannisto & Kannisto 2008, 14.)

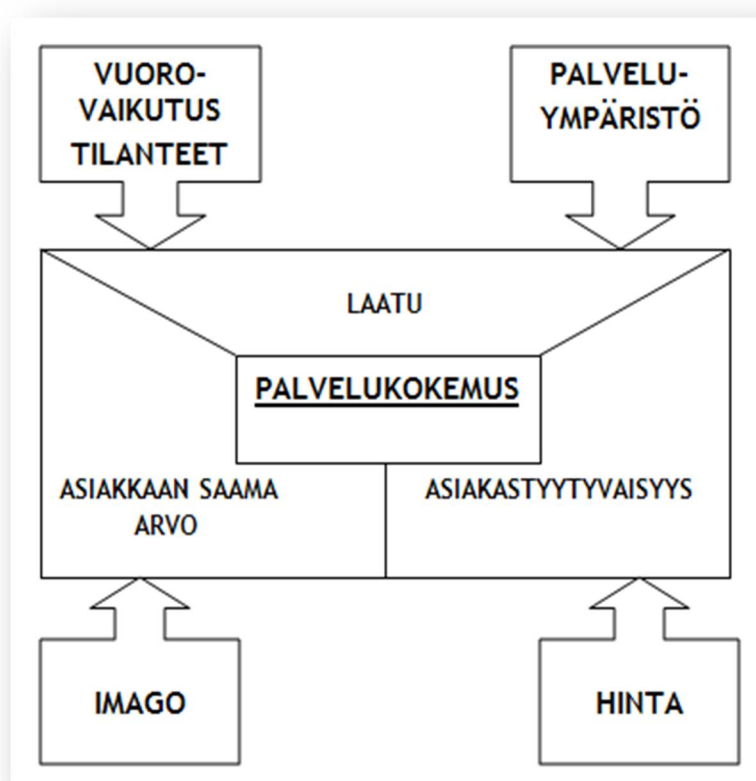
3.3.1 Kokemus

Mitä kokea sana tarkoittaa, mistä se on tullut ja miten se voidaan ymmärtää? Verbi kokea on suomen kielessä vanhaa indoeurooppalaista perua. Sen ala on hyvin laaja ja se voidaan käsitellä monella eri tavalla. Voimme "kokea" yhtä hyvin järkytyksiä kuin esimerkiksi katiskaa. Voimme "kokea" uskonnollisia elämyksiä ja erilaisista kokemuksesta voidaan oppia. Kokemus on tullut merkitsemään myös aistihavaintoa ja sen kautta syntyvää tietoa. Kokea-sanana johdannainen on verbi kokeilla, johon pohjautuvat sanat kokeilu sekä koe. (Haaparanta & Oesch 2002, 9.)

Sisäisesti tärkeänä ja merkityksellisenä koettu vuorovaikutus ja elämäntilanne muodostaa senhetkisen kokemuksen ihmisen elämyksellisestä tilasta. Käsite kokemus kuvaa ihmisen kasvamisen, kulttuurin ja oppimisen sosiaalistumisen prosesseja. Ihmisten elämä on jatkuvia kokemuksen virtoja, jolla ymmärretään elämyksiä, tunnelmia, tunteita, aistimuksia ja tunteja. Ennen kaikkea kokemuksen arvolla mitataan hetkien arvoa. (Kajaanin ammattikorkeakoulu Kokemus ja käsitys.)

3.3.2 Palvelukokemus

Palvelukokemus ja sen muodostuminen on monen tekijän summa (Kaavio 4.). Se muodostuu palvelun käyttäjän tiedoista, taidoista, luonteesta ja arvoista. Kokemuksen muodostumiseen vaikuttaa tapahtumat ja toiminnot kuten tutkiminen, käyttäminen, havaitseminen, vertaaminen ja muistaminen. Sosiaalisella, taloudellisella ja fyysisellä ympäristöllä on vaikutuksensa. Toisin sanoen palvelukokemus muodostuu käyttäjän ympäristöstä ja toimista, jossa palvelu tapahtuu, palveluun liittyvistä tapahtumista ja palvelun ja käyttäjän ominaisuuksista. On siis luontevaa katsoa palvelukokemusta tutkittaessa tilannetta kolmesta eri näkökulmasta eli palvelun, vuorovaikutuksen ja käyttäjän kannalta. (Mannonen 2010. Palvelukokemus)



Kaavio 4. Asiakkaan palvelukokemuksen muodostuminen (Ylikoski 1999, 154).

Palvelukokemukseen vaikuttaa syvästi muiden asiakkaiden läsnäolo. Monissa palvelutilanteissa paikalla saattaa olla hyvinkin paljon muita asiakkaita, kuten esimerkiksi juuri kirjastoissa. Jo pelkästään asiakkaiden määrä ja se, miten he käyttäytyvät, vaikuttaa siihen, millaisena palvelu koetaan. Kirjastoissa äänekkäästi puhuvat asiakkaat saattavat herättää närkästystä ja häiritä toisten lukurauhaa. Tällöin joidenkin asiakkaiden kokemus saattaa saada negatiivisen sävyn. Valitessaan palvelua voi asiakas pitää yhtenä valintaperusteena muita asiakkaita. Tällöin muut asiakkaat ovat kuluttajalle palveluorganisaatiota kuvaava ominaisuus. (Ylikoski 1999, 91.)

Palvelukokemusta voidaan suunnitella paremmaksi ja toimivammaksi. Suunnittelussa tulee ottaa huomioon muutamia seikkoja, jotka auttavat hyvän palvelukokemuksen saavuttamista. Perimmäisenä edellytyksenä palvelukokemukselle on tyydyttää oikea tarve ja tavoite. On tärkeää suunnitella syvä ja positiivinen palvelukokemus, johon asiakas otetaan osalliseksi. Asiakasta ei saa kuitenkaan rasittaa liiaksi, vaan niin, että hän tuntee olonsa huomioiduksi ja arvostetuksi. Palvelukokemusta suunniteltaessa on tärkeää muistaa sen ajallinen ulottuvuus. Kokemukseen vaikuttaa vuorovaikutus ennen ja jälkeen palvelun. Siihen vaikuttaa odotukset ja aikaisemmat muistot palvelutilanteista. Palvelun käyttäjien tunteet vaikuttavat suuresti koetun palvelun laatuun ja arvoon. Asiakkailta voi olla tunteita ilman suoraa kontaktia asiakaspalvelijoihin, jolloin ympäristöllä ja ilmapiirillä on paljon merkitystä. Asiakas päättää tunteen pohjalta. (Mannonen 2010. Palvelukokemus)

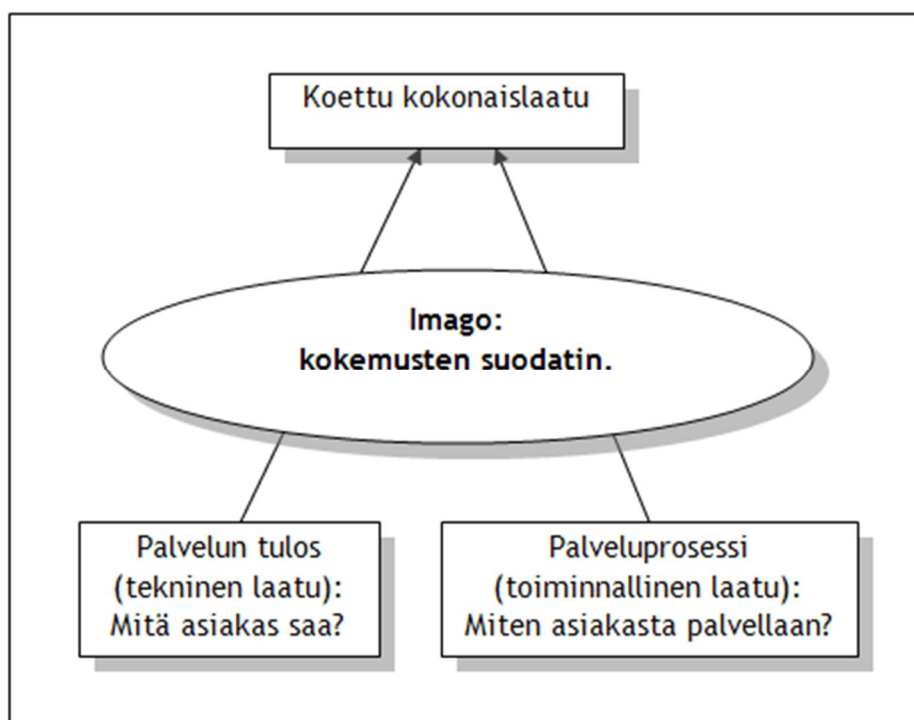
3.3.3 Palvelun laatu ja sen ulottuvuudet

Laatu tarkoittaa sitä, miten hyvin tuote (tavara tai palvelu) vastaa asiakkaan odotuksia ja vaatimuksia. Toisin sanoen kuinka hyvin asiakkaan toiveet ja tarpeet tyydyttyvät, eli yleinen näkemys siitä, miten hyvin palvelu on onnistunut. Asiakas on laadun tulkitsija ja laatu on asiakkaan asenne organisaatiota ja sen tarjoamia tuotteita kohtaan. (Ylikoski 1999, 118.)

Palvelun laatu voidaan nähdä kilpailukeinona, jolla voidaan erottua positiivisella tavalla kilpailevista yrityksistä. Palvelualoilla organisaatioiden on entistä vaikeampaa erottua toisistaan tarjoamansa ydinpalvelun avulla. Tästä syystä palvelun laadulla on iso merkitys siinä, kuinka pystytään houkuttelemaan uusia asiakkaita, pitämään nykyinen asiakaskunta tyytyväisenä sekä erottumaan kilpailijoista. Jokainen asiakas odottaa luonnollisesti saavansa hyvää palvelua. Asiakaspalvelua kehitettäessä, täytyy palvelun laatuakin tarkastella asiakkaiden silmin. Palvelun tuottajilla on omat näkemyksensä siitä, millaista hyvä palvelu on, mutta se ei aina välttämättä kohtaa asiakkaiden näkemysten kanssa. Jokainen asiakas kokee saamansa palvelun eri lailla ja se merkitsee ihmisille eri asioita. Organisaatioiden suurimpana tehtävänä onkin selvittää, mitä juuri sen asiakkaikseen tavoittelemat ihmiset arvostavat ja pitävät tärkeinä.

Asiakkaan odotukset tulee muuttaa konkreettiseksi toiminnaksi. Täyttämällä asiakkaiden odotukset saadaan tyytyväisiä asiakkaita. (Ylikoski 1999, 117.)

Koetun palvelun kokonaislaatu rakentuu kolmesta osasta, teknisestä eli lopputuloslaadusta, toiminnallisesta eli prosessilaadusta sekä asiakkaan mielikuvasta/yrityskuvasta organisaatiosta eli imagosta (Kaavio 5.). Asiakkaalle saattaa olla tärkeämpää se, kuinka häntä on palveltu kuin itse palvelun lopputulos. Hyvän palvelukokemuksen kannalta on tärkeää, että vuorovaikutus palveluorganisaation henkilöstön ja asiakkaan välillä toimii saumattomasti. Laatukoke-
musta suodattaa imago. Vaikka palvelu ei olisikaan täydellistä, hyvä imago suodattaa virheet pois ja asiakas on kaikesta huolimatta tyytyväinen saamaansa palveluun ja sen laatuun. Imagon ollessa huono vahvistaa se asiakkaan huonoja kokemuksia entisestään. (Ylikoski 1999, 118.)



Kaavio 5. Palvelun laadun osatekijät (Ylikoski 1999, 119).

Asiakkaan arvioidessa saadun palvelun laatua muodostaa hän mielipiteen monista palveluun liittyvistä asioista. Palvelun laadun syntyessä kokemusten ja odotusten vertailuna, on asiakkaalla jo odotuksissaan mukana laadun arvioinnin kriteerit. Parasuraman tekemän tutkimuksen (1985) perusteella voidaan erotella kymmenen erilaista laatu-ulottuvuutta, jotka toteutuvat varsin hyvin useimpien palvelualojen kohdalla. Seuraavista laadun ulottuvuuksista kuluttaja muodostaa käsityksen arvioidessaan palvelun laatua:

1. Luotettavuus tarkoittaa virheetöntä ja johdonmukaista palvelusuoritusta, jossa palvelun tuottaja pitää lupauksensa ja onnistuu suorittamaan palvelun oikein heti ensimmäisellä kerralla.
2. Reagointialttius (responsivisuus) tarkoittaa henkilöstön halukkuutta ja valmiutta palvella asiakkaita, joka mahdollistaa nopean ja sujuvan palvelun.
3. Pätevyys tarkoittaa, että palvelun tuottajat omaavat tarvittavat tiedot ja taidot sekä riittävän pätevyyden olla kaikessa toiminnassa perillä alan kehityksessä.
4. Saavutettavuus merkitsee helppoa yhteydenottoa, eikä asiakas joudu etsimään tai odottamaan palvelua kohtuuttoman kauan. Lisäksi toimipisteiden sijainnit ja aukioloajat ovat asiakasystävälliset.
5. Kohteliaisuus käsittää ystävällisen, asiakasta arvostavan sekä huomioonottavan käytöksen, mihin vaikuttaa myös asiakaspalveluhenkilöstön ulkoinen olemus ja pukeutuminen.
6. Viestintä pitää sisällään sellaisen tavan viestiä, että asiakkaat ymmärtävät mistä on kyse. Erilaiset toimialakohtaiset termit saattavat olla asiakkaille vieraita, joten ne tulee sopeuttaa kaikkien asiakasryhmien ymmärrettäviksi. Viestinnän avulla voidaan vakuuttaa asiakas siitä, että hänen asiansa tulevat hoidetuksi.
7. Uskottavuus merkitsee asiakkaalle luottoa siihen, että organisaatio rehellisesti ajaa asiakkaan etua. Organisaation nimi, maine ja henkilökunta vaikuttavat myös uskottavuuteen.
8. Turvallisuus luo luottamuksen tunnetta ja merkitsee palvelun riskittömyyttä niin fyysisesti kuin taloudellisestikin. Luottamus pitää sisällään asioiden käsittelyn luottamuksellisuutta, johon vaikuttaa voimakkaasti asiakasta palvelevan henkilökunnan käyttäytyminen.
9. Asiakkaan ymmärtäminen/tunteminen pitää sisällään asiakkaiden tarpeiden ymmärtämistä, johon kuuluu erityistarpeiden selvittäminen ja asiakkaiden huomioiminen yksilöinä.
10. Palveluympäristö tarkoittaa näkyviä palveluun liittyviä asioita, esimerkiksi organisaation tiloja, koneita, laitteita, henkilökunnan olemusta sekä muita palvelutilassa olevia asiakkaita. (Ylikoski 1999, 126-129.)

4 Tutkimusmenetelmät ja toteutus

Tutkimusmenetelmänä opinnäytetyössä käytettiin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta. Tutkimuksen avulla saadaan vastauksen kysymyksiin mikä, missä, paljonko ja kuinka usein. Tutkimus edellyttää riittävän suurta ja edustavaa otosta. Tutkimuksessa käytettiin kyselylomaketta ja se analysoitiin kvantitatiivisesti erilaisten kuvioiden ja kaavioiden avulla.

Hyviä puolia kyselylomakkeella suoritettussa tutkimuksessa on esimerkiksi se, että tutkija ei voi vaikuttaa vastauksiin, kuten esimerkiksi haastattelussa. Siinä on myös mahdollisuus esittää runsaasti erilaisia kysymyksiä, varsinkin jos vastausvaihtoehdot on laadittu valmiiksi. Lisäksi kysymykset laaditaan kaikille vastaajille täysin samassa muodossa. Huonoja puolia kyselyssä on että vastausprosentti saattaa jäädä alhaiseksi, kysymykset saatetaan ymmärtää väärin ja lomake saatetaan täyttää väärin tai epätarkasti.

4.1 Kvantitatiivinen tutkimus

Kvantitatiivinen tutkimus, joka nimensä mukaisesti tarkoittaa määrällistä tutkimusta, pyrkii yleistämään mielipiteitä. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa käsitellään mittauksen tuloksena saatua aineistoa tilastollisin menetelmin. Tutkimuksen perusideana voidaan pitää tutkimusongelmaan liittyvien kysymysten esittämistä pieneltä joukolta, eli otokselta tavoitteenaan selvittää tutkittavaa ilmiötä. Otoksen vastaajien edellytetään edustavan perusjoukkoa, joten tutkimustulokset voidaan katsoa edustavan koko joukkoa. (Kananen 2008, 10.)

Kvantitatiivinen tutkimus perustuu positivismiin, joka pyrkii absoluuttiseen ja objektiiviseen totuuteen. Tutkimuksen tavoitteena on tuottaa perusteltua, luotettavaa ja yleistettävää tietoa. (Kananen 2008, 10.)

4.2 Kyselytutkimus

Kyselytutkimuksessa tietoa kerätään kyselylomaketta avuksi käyttäen. Kyselylomake rakennetaan huolella tutkimuskysymysten ehdoilla. Aihealueeseen liittyvän teorian ja käsitteiden tuntemus auttaa jäsentämään tietotarpeita ja muotoilemaan onnistuneita kysymyksiä. Jokaisen kysymyksen kohdalla tulee huolellisesti miettiä muun muassa näitä asioita; saanko kysymyksen avulla todella tietää sen mitä haluan tietää, voisiko saman tiedon saada luotettavammin ja tehokkaammin toisenlaisella kysymyksellä ja miten kysymyksellä saatava tieto edesauttaa tutkimuskysymyksiin vastaamista. (Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Kyselytutkimus.)

Luotettavuus- ja pätevyys-ongelmat liittyvät aina kyselylomakkeen avulla kerättävään tietoon. Jo kysymyksiä laadittaessa näitä ongelmia voi paikantaa ja lieventää. Erityisesti tähän

auttaa itse vastaamistapahtumaan liittyvien vaiheiden hahmottaminen; kysymyksen kuuleminen tai lukeminen, kysymysten ymmärtäminen, vastausten hahmottaminen tai muistaminen sekä kyselyyn vastaaminen. Nämä vaiheet eivät ole toinen toisiaan seuraavia, vaan kietoutuvat toisiinsa. Jokainen kysymys on laadittava sellaiseksi, että yllä luetellut neljä vaihetta sujuisivat vastaajan kannalta vaivattomasti. (Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Kyselytutkimus.)

4.3 Strukturoidut kysymykset

Strukturoitujen kysymysten käyttämisellä on paljon hyviä puolia. Koska kyselylomakkeessa on valmiiksi toisensa poissulkevat valmiit vastusvaihtoehdot, vastaajien ei itse tarvitse miettiä tai muistaa aiheeseen liittyviä asioita. Vastausten vertailu on mielekkäämpää ja kohtuullisen helppoa sekä nopeaa. Strukturoidut kysymykset mahdollistavat hyvin suurien aineistojen käsittelyn ja työstämisen. Vastausten käsittely ja analysointi on nopeaa tietokoneiden tilastollisten analyysiohjelmien ansiosta.

Hyvällä esitestauksella varmistetaan tutkimuksen tarkoituksenmukaisuus. Hyvien vastausvaihtoehtojen ja luokitteluiden tulee olla tyhjentäviä, toisensa poissulkevia sekä sisällöllisesti mielekkäitä. Näin varmistetaan, että saadaan juuri oikeat ja tarvittavat tiedot tutkimuksen onnistumisen kannalta. (Helsingin yliopiston tietotekniikkaosasto. Aineistonkeruu kyselylomakkeella.)

4.4 Avoimet kysymykset

Avoimilla kysymyksillä on paljon hyviä puolia. Niissä vastaajat voivat/saavat ilmaista omin sanoin, mitä mieltä he todellisuudessa ovat. Näin tietoa saadaan hieman pintaa syvemältä. Avoimet kysymykset ovat tarkoituksenmukaisempia, kun vastausvaihtoehtoja ei tarkkaan tunneta. Niitä kannattaa käyttää, kun halutaan tietää, miten vastaajat tietyt asiat hahmottavat.

Avoimia kysymyksiä voidaan käyttää tarkentamaan strukturoitujen kysymysten vastauksia. Eli auttaa strukturoitujen kysymysten vastausten tulkinassa. Huonona puolena voidaan pitää suurien aineistojen käsittelyn työläyttä ja hitautta. (Helsingin yliopiston tietotekniikkaosasto. Aineistonkeruu kyselylomakkeella.)

4.5 Likertin asteikko

Likertin asteikkoa käytettäessä esitetään väite, johon halutaan saada vastaus. Kyselyyn vastaajat valitsevat 3-7-portaisesta vastausasteikosta mielipidettään vastaavan väitteen. Vastausvaihtoehdot ovat esimerkiksi: täysin samaa mieltä, jokseenkin samaa mieltä, ei osaa sanoa, jokseenkin eri mieltä ja täysin eri mieltä. (Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Kyselytutkimus.)

Teimme jo tutkimuksen suunnitteluasteella tietoisien valinnan jättämällä kyselylomakkeesta pois kohdan "ei osaa sanoa." Halusimme saavuttaa vastaajien oikean mielipiteen asioista, jonka takia katsoimme, että kohdan poistaminen olisi oikea ratkaisu. Osa vastaajista kuitenkin toivoi kyseistä kohtaa lomakkeisiin, luultavasti siitä syystä, että he eivät olleet käyttäneet kyseisiä palveluita, joita kysymys koski. Nämä henkilöt jättivät usein kyseiset kohdat tyhjiksi. Näin teki kuitenkin vain hyvin pieni osa.

Likertin asteikon mukaisesti vastaajia on joskus "pakotettava" vastaamaan/antamaan mielipiteensä. Saimme oikeita vastauksia sen sijaan, että olisimme antaneet ihmisten valita helpoimman vastauksen "ei osaa sanoa."

4.6 Ongelmakohdat

Mielipiteitä, uskomuksia ja asenteita koskevat kysymykset ovat erityisen alttiita luotettavuus- ja pätevyysongelmille. Vastaaja ei ole ehkä välttämättä ennen kysymyksen esittämistä koskaan pysähtynyt miettimään tuntemuksiaan kyseiseen asiaan. Hän ei myöskään ole ehkä täysin selvillä omista tuntemuksistaan. Mielentila, ympäristö ja ajankohta vaikuttavat vastaajan tulkintaan omasta mielipiteestään.

Pitää muistaa, että vastaaja saattaa ajatella vastauksen sosiaalista hyväksyttävyyttä tai kyselyn tekijän odotuksia valitessaan vastausta. Näissä tilanteissa tulosten mittaamiseen voidaan käyttää seuraavia tapoja; Likertin asteikkoa, semanttista asteikkoa, valmiit vaihtoehdot tarjoavaa asteikkoa, annettujen vaihtoehtojen järjestämistä sekä avoimia kysymyksiä. (Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Kyselytutkimus.)

4.7 Reliabiliteetti ja validiteetti

Kun arvioidaan tutkimustulosten luotettavuutta, on syytä kiinnittää huomiota kahteen asiaan, kuinka luotettavia saadut tulokset ovat, eli miten hyvin tulokset vastaavat olemassa olevaa todellisuutta (reliabiliteetti) sekä saadaanko tutkimusongelmiin vastaukset tutkimuksessa käytetyillä menetelmillä (validiteetti). (Erätuuli, Leino & Yli-Luoma 1994, 98.)

Opinnäytetyön Kirkes-kirjastojen imago tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti olivat onnistuneet. Tutkimustulokset olivat luotettavia, sillä kyselylomake oli tarkoin harkittu ja muotoiltu mahdollisten väärinkäsitysten minimoimiseksi. Kyselylomake suunniteltiin niin, että se olisi mahdollisimman helppolukuinen, helposti täytettävä ja visuaalisesti houkutteleva. Lomake suunniteltiin yhteistyössä Riihikallion kirjaston johtajan Leena Rehnströmin kanssa ja se esitettiin ennen varsinaista tutkimuksen käynnistämistä. Vastauksia kyselyyn saatiin 252 kappaletta, eli vastaajia oli paljon, joten vastauksia voinee pitää enemmistön mielipiteenä.

Kyselylomakkeen avulla saatiin vastaus siihen, millainen imago Kirkes-kirjastoilla on ja kuinka palvelukokemus ja palvelun laatu vaikuttavat Kirkes-kirjastoista syntyviin mielikuviin. Opinnäytetyömme validiteetti kärsi hieman siitä, että kaikki kyselyyn vastanneet eivät välttämättä ottaneet kantaa kaikkiin kyselylomakkeen kysymyksiin tai kohtiin. Syynä tähän oli luultavimmin se, että vastaaja ei välttämättä ymmärtänyt kysymystä oikein, vaikka kysymykset olivatkin huolella laadittu. Vastaamattomuutta selventää todennäköisemmin kuitenkin se, että kohdat, jotka jätettiin tyhjiksi, käsittelivät sellaisia Kirkes-kirjastojen tarjoamia palveluita tai ominaisuuksia, joista vastaajilla ei ollut käyttökokemusta tai mielipidettä. Kyselyyn vastamatta jättäneitä oli kuitenkin vain murto-osa kaikista vastaajista, joten kyselyä voidaan pitää validina.

Tutkimustuloksissa oli havaittavissa myös pientä ristiriitaisuutta. Esimerkkinä voidaan pitää sitä, että vastaajien mielestä Kirkes-kirjastojen aukioloajat ovat sopivat, mutta kuitenkin avoimessa kysymyksessä paljastui, että monet asiakkaat toivoivat pidennettyjä aukioloaikoja niin arkisin kuin viikonloppuisinkin.

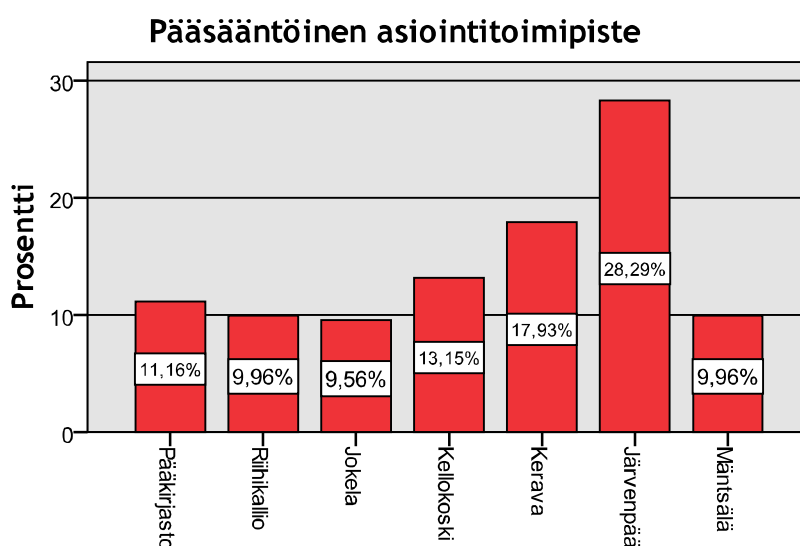
Opinnäytetyötämme viimeisteltäessä paljastui, että kyselylomakkeen kysymykset ja työn lopullinen fokus eivät sataprosenttisesti kohdanneet. Tämä johtui siitä, että kyselylomake oli tehty ja imago tutkimus suoritettu, kun opinnäytetyön teoreettista viitekehystä ja tutkimusongelmaa kehitettiin vielä eteenpäin. Jälkikäteen mietittynä olisimme voineet keskittyä tutkimaan sitä, millaista konkreettista palvelua asiakkaat todellisuudessa saivat. Tämä olisi tuonut opinnäytetyöhömmä lisää syvyyttä ja näkökulmaa. Mielestämme opinnäytetyömme kuitenkin havainnollistaa, että asiakkaan saama palvelukokemus ja palvelun laatu vaikuttavat syntyviin mielikuviin ja imagoon. Asiakaspalvelu ja sen onnistuminen koettiin erittäin tärkeänä ja vaikuttavana tekijänä Kirkes-kirjastoista syntyvien mielikuvien ja imagon muodostamisessa. Myös Kirkes-kirjastojen asiointiympäristö ja kokoelmien laajuudella oli vaikutusta syntyviin mielikuviin.

5 Tutkimustulokset

Vastauksia kyselyyn saatiin kaikki Kirkes-kirjaston toimipisteet mukaan lukien yhteensä 252 kappaletta. Vastaukset jakautuivat seuraavalla tavalla toimipisteittäin: Järvenpään kaupunginkirjasto 71, Keravan kaupunginkirjasto 45, Tuusulan pääkirjasto 29, Jokelan kirjasto 24, Kellokosken kirjasto 33, Riihikallion kirjasto 25 ja Mäntsälän kunnankirjasto 25.

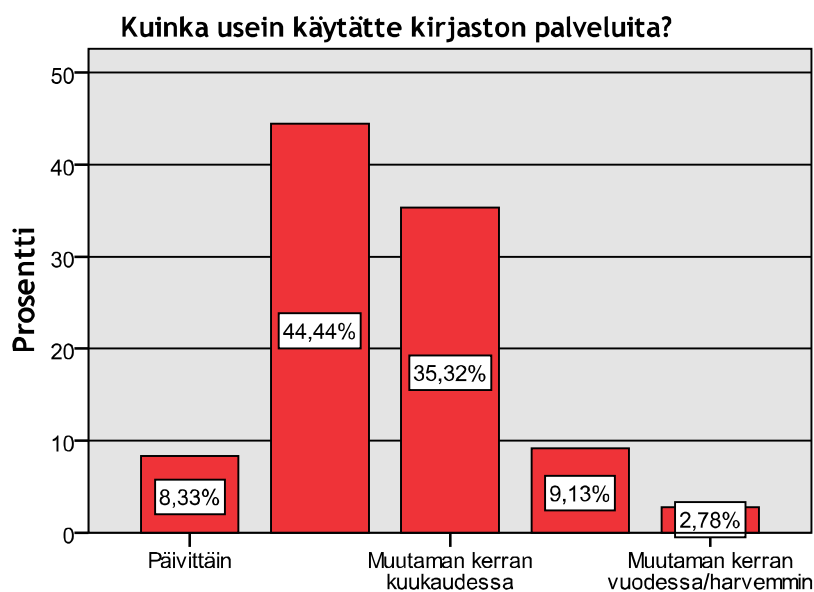
5.1 Perustiedot

Kyselyn ensimmäisessä osiossa selvitettiin mitä toimipistettä ja kuinka usein kyselyyn vastanneet Kirkes-kirjastojen asiakkaat pääsääntöisesti käyttävät. Kysymyksen vastausvaihtoehdot olivat päivittäin, viikoittain, muutaman kerran kuukaudessa, kerran kuukaudessa ja muutama kerran vuodessa tai harvemmin.



Kuvio 1. Pääsääntöinen asiointitoimipiste.

28,29 % kyselyyn vastanneista käyttivät pääsääntöisenä asiointitoimipisteenä Järvenpään kaupunginkirjastoa. 17,93 % vastaajista oli Keravan kaupunginkirjaston asiakkaita. 11,16 % vastaajista käytti Tuusulan kunnankirjaston pääkirjastoa, 13,15 % Kellokosken sivutoimipistettä, 9,96 % Riihikallion sivutoimipistettä ja 9,56 % Jokelan sivutoimipistettä. 9,96 % vastaajista oli Mäntsälän kunnankirjaston asiakkaita.



Kuvio 2. Kuinka usein käytätte kirjaston palveluita?

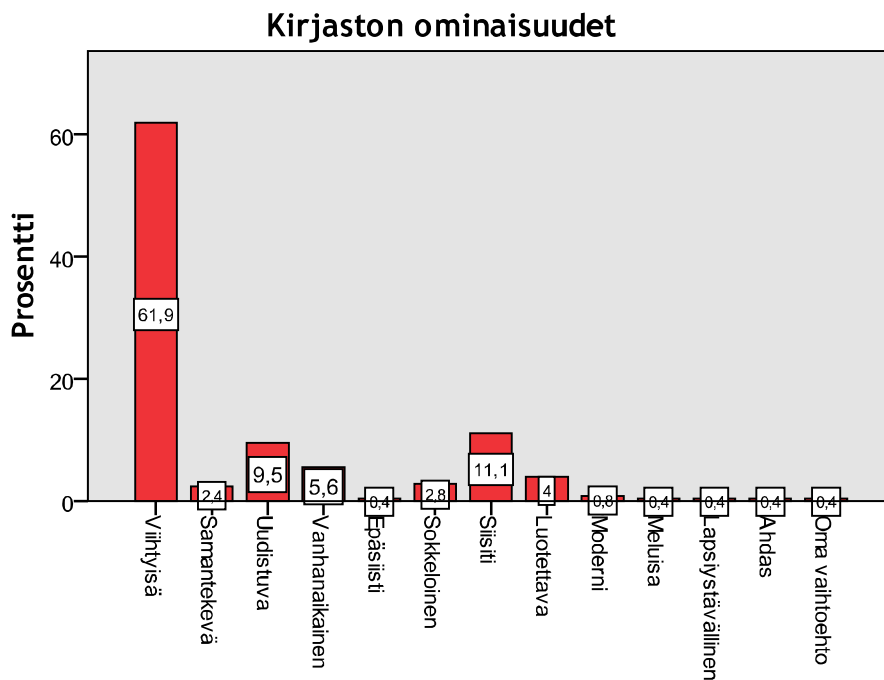
44,44 % kyselyyn vastanneista Kirkes-kirjastojen asiakkaista käytti kirjaston palveluita viikoittain. 35,32 % käytti kirjaston palveluita muutaman kerran kuukaudessa. 9,13 % kirjaston asiakkaista käytti kirjastoa kerran kuukaudessa ja 8,33 % vastanneista päivittäin. Vain 2,78 % kyselyyn vastanneista käytti kirjaston palveluita muutaman kerran vuodessa tai sitä harvemmin. Viikoittain ja kuukausittain kirjastoa käyttävät asiakkaat olivat selkeästi aktiivisempia vastaamaan kyselyyn kuin kirjastoa harvemmin käyttävät asiakkaat.

5.2 Kirjaston ominaisuudet

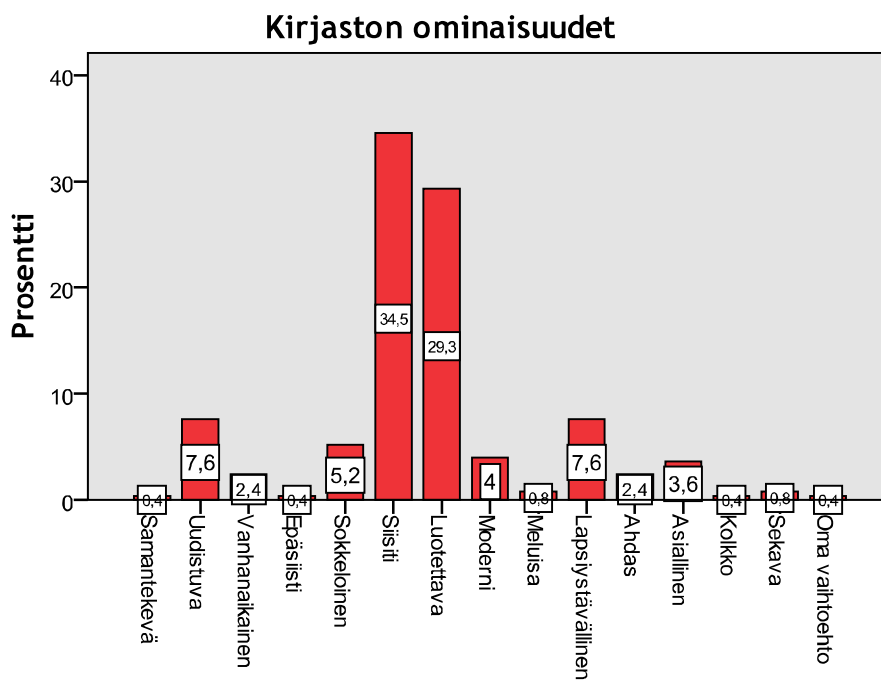
Kyselyn toisessa osiossa pyydettiin vastaajia valitsemaan kolme ominaisuutta, joihin he yhdistävät Kirkes-kirjastot. Kyselylomakkeeseen oli määritelty valmiit vastausvaihtoehdot, niin positiivisia kuin negatiivisiakin ominaisuuksia. Asiakkailta oli myös mahdollisuus määritellä itse sopiva ominaisuus, mikäli valmiiksi määritellyt vastausvaihtoehdot eivät olleet sopivia. Kyselyn tulokset esitetään kolmen eri pylväsdiagrammin avulla, joissa näkyy ne kolme vaihtoehtoa, jotka kyselyyn vastanneet asiakkaat olivat valinneet. 2,4 % kyselyyn vastanneista Kirkes-kirjastojen asiakkaista ei ollut ottanut kantaa kysymykseen.

Valmiit vaihtoehdot olivat:

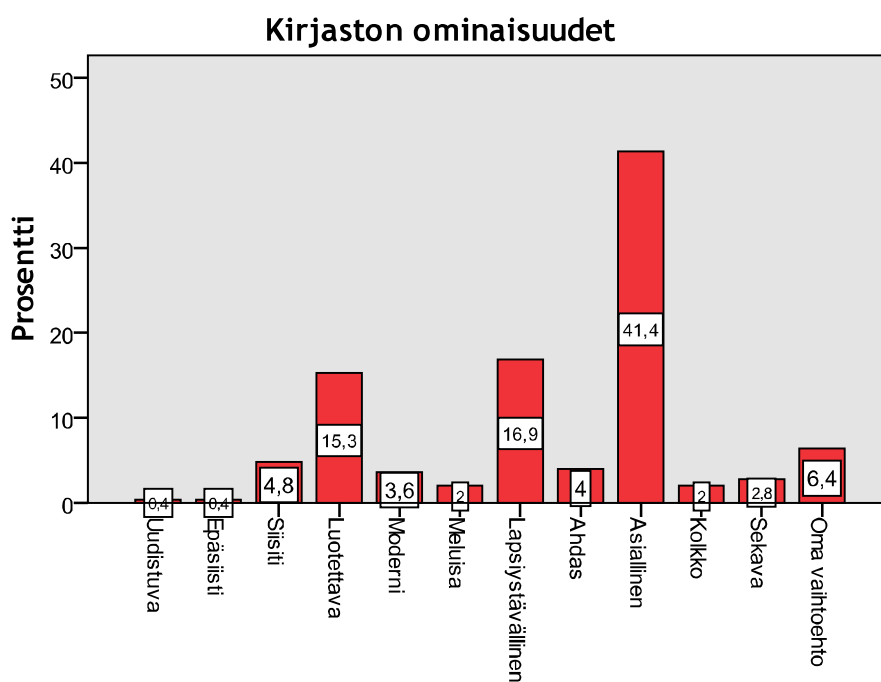
- Viihtyisä
- Sokkeloinen
- Lapsiystävällinen
- Samantekevä
- Siisti
- Ahdas
- Uudistuva
- Luotettava
- Asiallinen
- Vanhanaikainen
- Moderni
- Kolkko
- Epäsiisti
- Meluisa
- Sekava
- Johonkin muuhun? Mihin?



Kuvio 3. Kirkes-kirjaston ominaisuudet.



Kuvio 4. Kirkes-kirjaston ominaisuudet.



Kuvio 5. Kirkes-kirjastojen ominaisuudet.

Kyselyyn vastanneista Kirkes-kirjastojen asiakkaista selkeä enemmistö piti Kirkes- kirjastojen ominaisuuksia positiivisina. Tutkimustulosten perusteella Kirkes-kirjastot saivat eniten kannatusta seuraavista positiivisista ominaisuuksista:

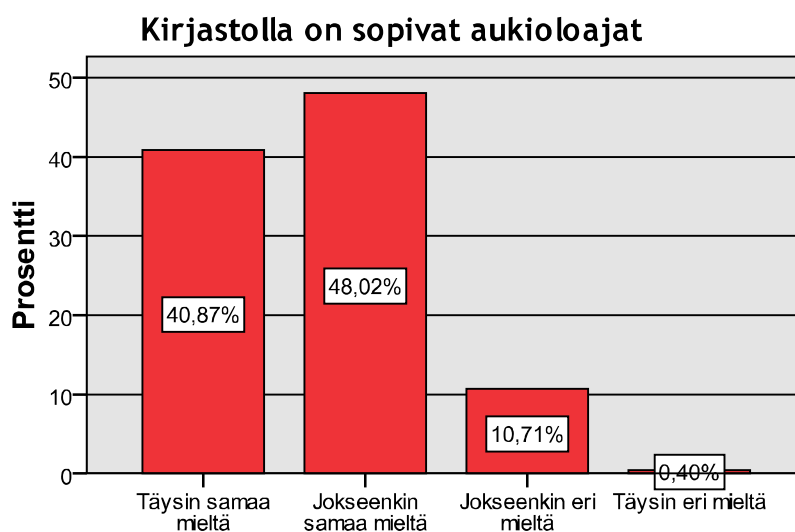
- Viihtyisä 61,9 %
- Siisti 50,4 %
- Asiallinen 45,0 %
- Luotettava 44,6 %
- Lapsiystävällinen 24,5 %
- Uudistuva 17,5 %

Kyselylomakkeen Kirkes-kirjastojen ominaisuuksia käsittelevään kohtaan vastattiin suurimmaksi osaksi hyvin positiivisesti, joten negatiiviset ominaisuudet jäivät selkeään vähemmistöön. Tutkimustulosten perusteella Kirkes-kirjastojen negatiivisista ominaisuuksista eniten kannatusta saivat kuitenkin seuraavat ominaisuudet:

- Sokkeloinen 8,0 %
- Vanhanaikainen 8,0 %
- Ahdas 6,8 %

5.3 Kirjasto asiointiympäristönä

Kyselyn kolmannessa osiossa pyydettiin Kirkes-kirjastojen asiakkaita vastaamaan kysymyksiin liittyen kirjastojen asiointiympäristöön. Halusimme selvittää millaisena asiakkaat näkevät kirjaston toimintaympäristönä. Väittämillä saatiin vastauksia kysymyksiin, jotka koskivat toimipisteitä ja niiden sijainteja sekä aukioloaikoja. Tässä osiossa kartoitimme myös asiakkaiden näkemyksiä kirjaston tiedottamisen tasosta, toimipisteiden visuaalisesta ulkonäöstä ja toimivuudesta sekä kirjastojen tilojen ja ominaisuuksien toimivuutta.

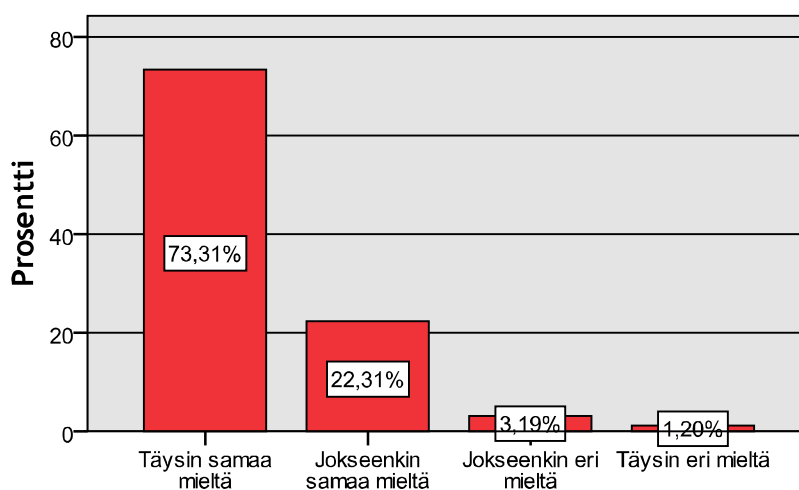


Kuvio 6. Kirjastolla on sopivat aukioloajat.

48,02 % kyselyyn vastanneista olivat jokseenkin samaa mieltä väittämän kanssa. Kun taas 40,87 % mielestä kirjastolla on sopivat aukioloajat. 10,71 % vastaajista oli jokseenkin eri mieltä kirjaston sopivista aukioloajoista. Vain 0,40 % kaikista kyselyyn vastanneista oli sitä mieltä, että kirjaston aukioloajat eivät ole sopivat.

88,89 % kyselyyn vastanneista oli täysin tai jokseenkin samaa mieltä siitä, että kirjasto on auki juuri heille sopivana aikana. Tulosten perusteella voidaan siis sanoa, että kirjaston aukioloaikoihin ollaan suhteellisen tyytyväisiä. Avoimesta kysymyslomakkeen kohdasta selvisi kuitenkin, että osa Kirkes-kirjastojen asiakkaista toivoi kuitenkin pidempiä aukioloaikoja ja aikaisempia viikonlopun aukaisuaikoja.

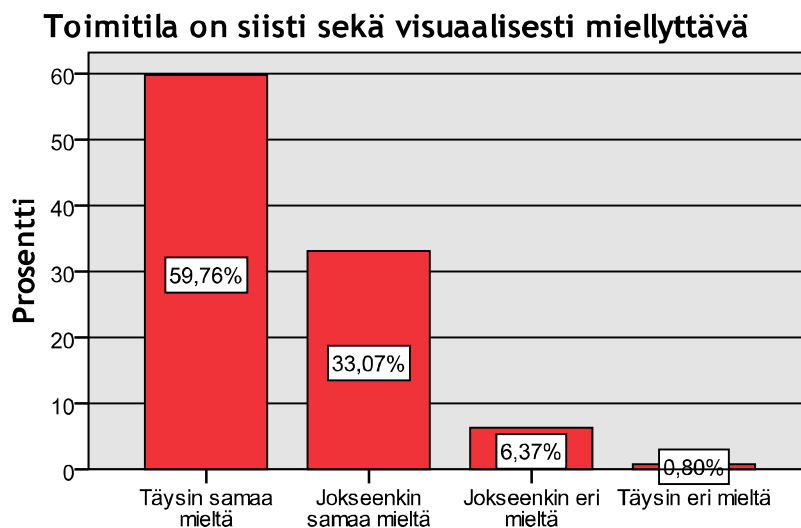
Sijainti on hyvien liikenneyhteysien läheisyydessä



Kuvio 7. Sijainti on hyvien liikenneyhteysien läheisyydessä.

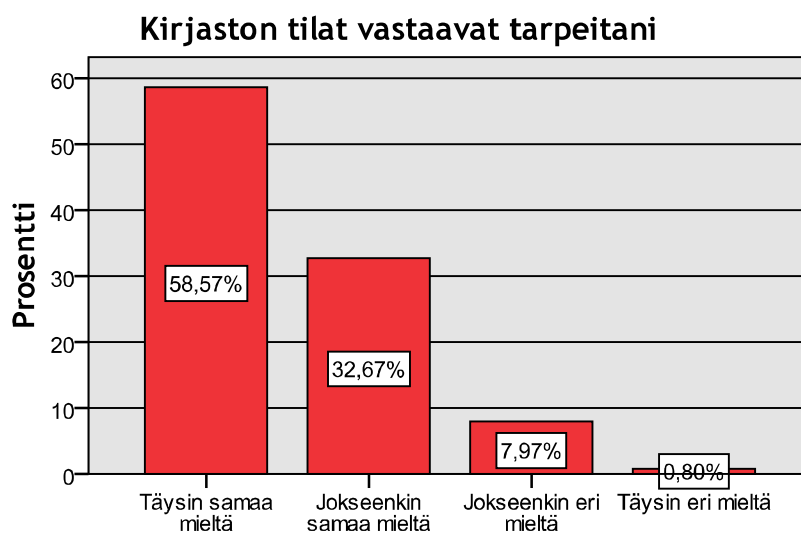
Selkeä enemmistö eli 73,31 % kyselyyn vastanneista oli täysin samaa mieltä siitä, että kirjasto sijaitsee hyvien liikenneyhteysien läheisyydessä. 22,31 % oli asiasta jokseenkin samaa mieltä, kun taas 3,19 % oli väittämästä jokseenkin eri mieltä. Vain 1,20 % oli sitä mieltä, että liikenneyhteyskirjastoon ovat huonot ja yksi kyselyyn vastanneista ei ollut ottanut asiaan kantaa.

Tutkimustulosten perusteella voidaan todeta, että kirjastot ovat onnistuneesti sijoittuneet hyvien liikenneyhteysien läheisyyteen, niin että mahdollisimman moni kunta- tai kaupunkilainen voi hyödyntää kirjaston palveluita. Kaikkiin toimipisteisiin on helppo tulla, sillä kirjastot ovat sijoittuneet keskeisille paikoille kuntien ja kaupunkien ydinkeskustassa.



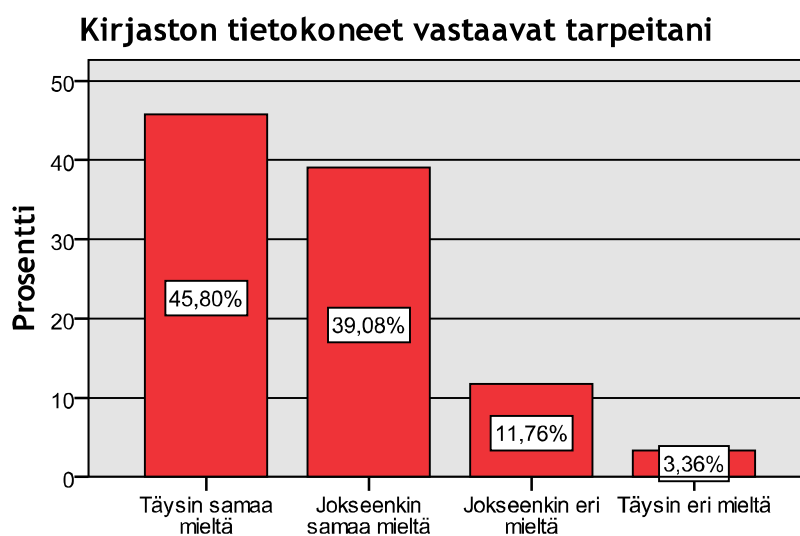
Kuvio 8. Toimitila on siisti sekä visuaalisesti miellyttävä.

Yli puolet vastaajista eli 59,76 % oli sitä mieltä, että kirjaston toimitilat ovat siistit sekä visuaalisesti miellyttävät. Jokseenkin samaa mieltä asiasta oli 33,07 % vastaajista. 6,37 % vastanneista toivoi kirjaston toimitilojen olevan siistimpiä ja visuaalisesti miellyttävämpiä, koska olivat väittämistä jokseenkin eri mieltä. Vain 0,80 % vastanneita oli täysin eri mieltä väittämän kanssa ja sen vuoksi tyytymättömiä kirjaston visuaaliseen ilmeeseen.



Kuvio 9. Kirjaston tilat vastaavat tarpeitani.

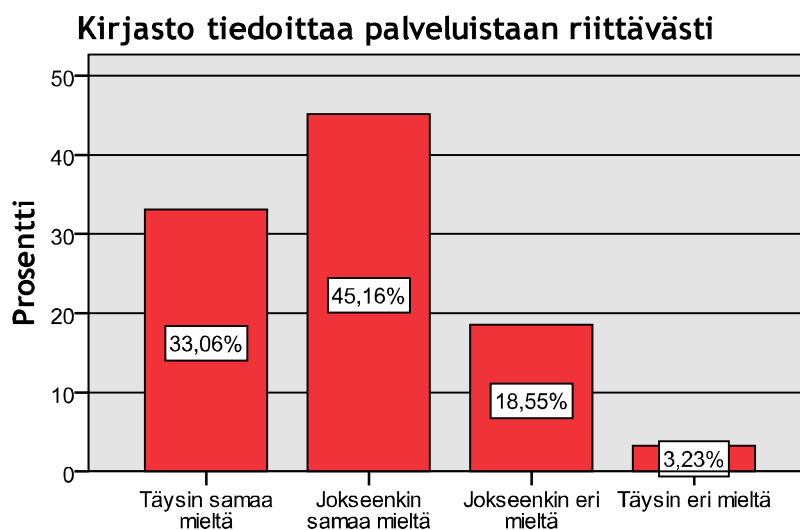
58,57 % vastanneista oli täysin samaa mieltä väittämän kanssa siitä, että kirjaston tilat vastasivat käyttäjän tarvetta. 32,67 % oli asiasta jokseenkin samaa mieltä. Vastaavasti 7,97 % piti kirjaston tiloja epäsovivina olemalla jokseenkin eri mieltä ja 0,80 % täysin eri mieltä. Selkeä enemmistö oli tyytyväisiä kirjaston tiloihin. Kuitenkin noin kymmenen prosenttia vastaajista kaipasi tiloihin muutosta, eikä ollut niihin täysin tyytyväisiä.



Kuvio 10. Kirjaston tietokoneet vastaavat tarpeitani.

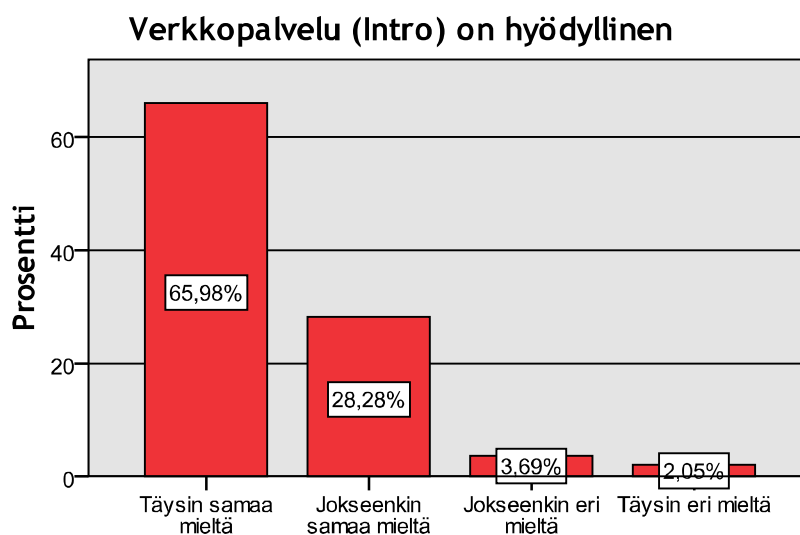
Vajaa puolet kyselyyn vastanneista eli 45,80 % kokivat tietokoneiden vastaavan tarpeitaan täysin. 39,08 % mielestä tietokoneissa oli parantamisen varaa ja 11,76 % toivoi huomattavaa muutosta kirjaston tietokoneiden ominaisuuksiin. Vain 3,36 % oli täysin tyytymättömiä ja kokivat, ettei kirjaston tietokoneet vastanneet heidän tarpeitaan.

5,6 % kyselyyn vastanneista eivät olleet ottaneet kantaa vastaavatko tietokoneet heidän tarpeitaan. Vastaamattomuutta selittää luultavasti se, että käyttökokemuksia tai tarvetta tietokoneiden käytölle ei ole ollut.



Kuvio 11. Kirjasto tiedottaa palveluistaan riittävästi.

45,16 % vastaajista toivoisi, että Kirkes-kirjastot tiedottaisivat palveluistaan nykyistä enemmän. 33,06 % oli tyytyväisiä kirjastojen tiedottamiseen sen tämän hetkiselä tasolla. 18,55 % toivoi parannusta ja näkyvyyttä tiedottamiseen ja 3,23 % pitivät palveluista tiedotusta riittä-mättömänä. Selkeä enemmistö eli 66,94 % kyselyyn vastanneista toivoi kirjaston tiedottavan palveluistaan nykyistä enemmän.

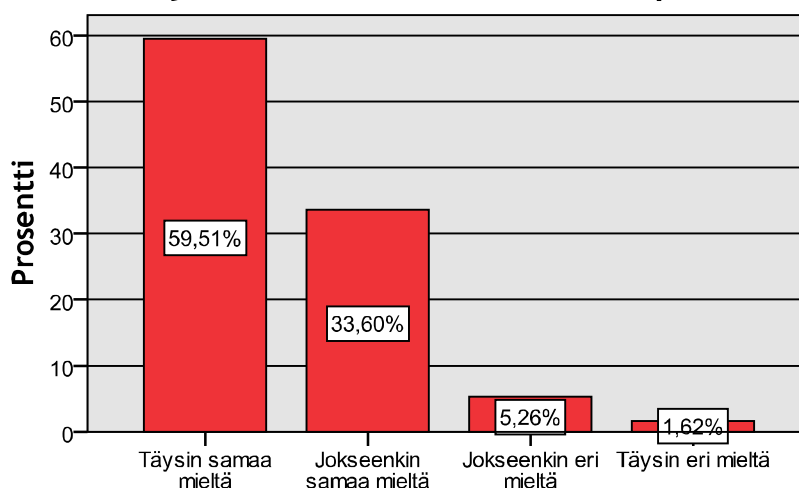


Kuvio 12. Verkkopalvelu (Intro) on hyödyllinen.

Selvä enemmistö eli 65,98 % piti verkkopalvelu Introa hyödyllisenä. 28,28 % oli asiasta jokseenkin samaa mieltä. Hyvin pieni osa vastaajista eli 5,74 % oli jokseenkin tai täysin eri mieltä verkkopalvelu Intron hyödyllisyydestä. 3,2 % vastaajista ei ottanut kantaa kysymykseen, mikä mahdollisesti johtuu siitä, että heillä ei ole kokemusta tai tarvetta käyttää Kirkes-kirjastojen tarjoamaa verkkopalvelua.

Tutkimustulosten perusteella voidaankin siis todeta, että verkkopalvelu Introa pidetään hyödyllisenä ja se tuo lisäarvoa kirjaston tarjoamiin palveluihin. Koska verkkopalvelua pidetään erittäin hyödyllisenä, tulisi Kirkes-kirjastojen kehittää sen toimivuutta jatkossakin ja panostaa sillä saavutettaviin mahdollisuuksiin.

Kirkes-kirjastoilla on riittävä määrä toimipisteitä



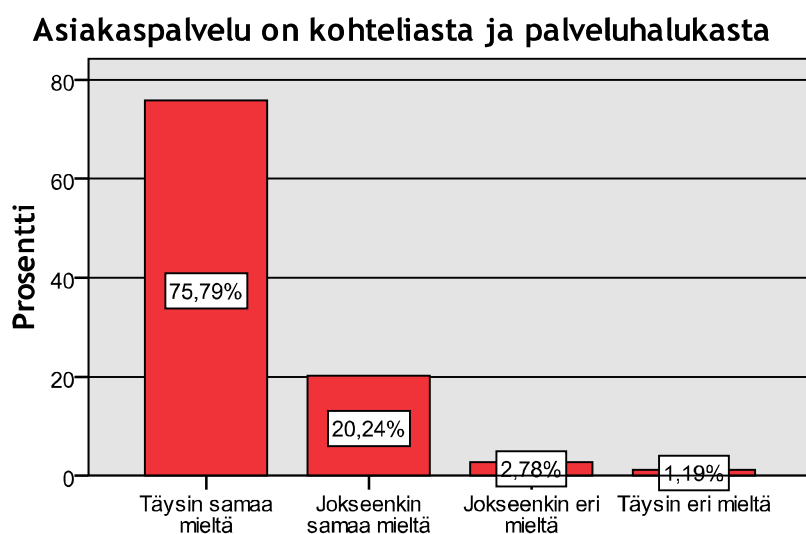
Kuvio 13. Kirkes- kirjastoilla on riittävä määrä toimipisteitä.

59,51 % kyselyyn vastanneista oli tyytyväisiä Kirkes-kirjastojen toimipisteiden lukumäärään. 33,60 % vastaajista oli jokseenkin samaa mieltä väittämän kanssa. 5,26 % oli jokseenkin eri mieltä toimipisteiden riittävästä määrästä. Vain 1,62 % oli täysin eri mieltä väittämän kanssa ja toivoi lisää toimipisteitä. 2,00 % vastaajista ei ollut ottanut kantaa kysymykseen.

Kuten kaavio havainnollistaa, selkeä enemmistö eli 93,11 % kaikista kyselyyn vastanneista oli vähintäänkin jokseenkin samaa mieltä Kirkes- kirjastojen toimipisteiden määrään riittävydestä.

5.4 Palvelu ja henkilökunta

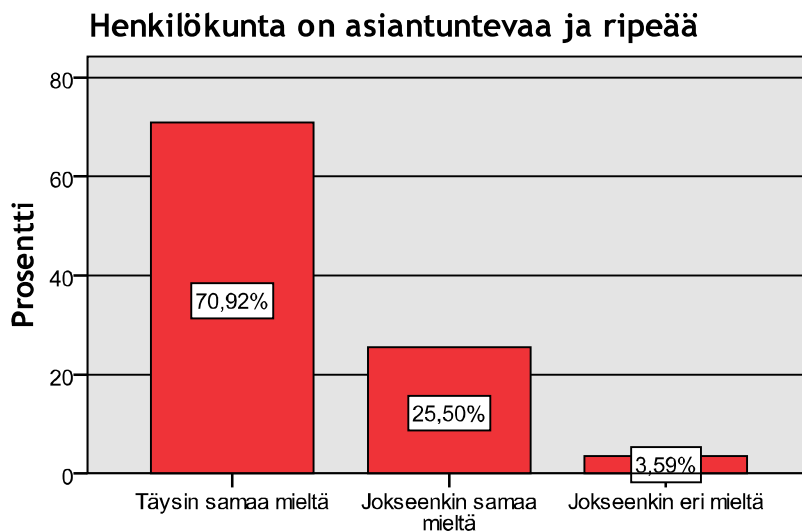
Neljännessä osiossa kartoitimme mielipiteitä ja näkemyksiä Kirkes-kirjastojen henkilökunnan pätevyydestä ja palvelualltiudesta. Kysyimme asiakkailta, oliko Kirkes-kirjastojen henkilökunta asiantuntevia ammattilaisia ja oliko heidän ulkoinen olemuksensa tarkoituksenmukainen. Kysymykset mittasivat myös henkilökunnan aikaa vastata asiakkaiden kysymyksiin sekä henkilökunnan valmiutta ratkaista asiakkaiden ongelmat.



Kuvio 14. Asiakaspalvelu on kohteliasta ja palveluhalukasta.

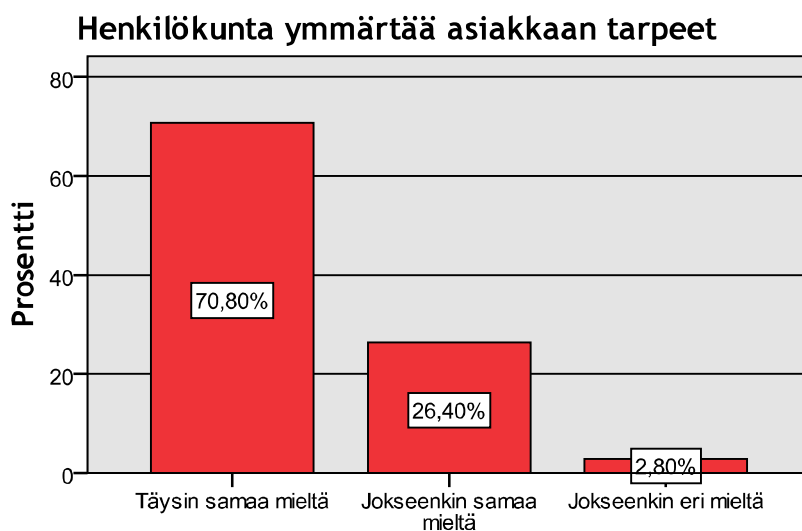
Enemmistö kyselyyn vastanneista eli 75,79 % oli täysin sitä mieltä, että Kirkes-kirjastojen asiakaspalvelu oli kohteliasta ja palveluhalukasta. 20,24 % oli jokseenkin samaa mieltä väittämän kanssa. 2,78 % oli jokseenkin eri mieltä ja 1,19 % täysin eri mieltä asiakaspalvelun kohteliaisuudesta ja palveluhalukkuudesta.

96,03 % vastaajista oli vähintään jokseenkin samaa mieltä siitä, että Kirkes-kirjastojen asiakaspalvelu oli kohteliasta ja palveluhalukasta. Asiakaspalveluun oltiin hyvin tyytyväisiä ja henkilökuntaa pidettiin kohteliaana ja palveluhalukkaana.



Kuvio 15. Henkilökunta on asiantuntevaa ja ripeää.

70,92 % kyselyyn vastanneista piti Kirkes-kirjastojen henkilökuntaa asiantuntevana ja ripeänä. 25,50 % vastaajista oli jokseenkin samaa mieltä väittämän kanssa. Vain 3,59 % oli jokseenkin eri mieltä henkilökunnan asiantuntevuuden ja riipeyden kanssa. Kukaan kysymykseen vastanneista ei ollut täysin eri mieltä väittämän kanssa, yksi vastaajista ei ollut ottanut kantaa kysymykseen.

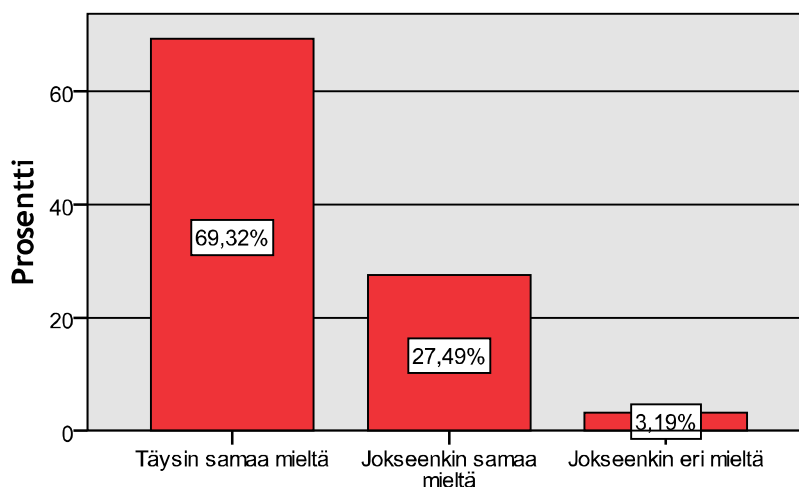


Kuvio 16. Henkilökunta ymmärtää asiakkaan tarpeet.

70,80 % prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että Kirkes-kirjastojen henkilökunta ymmärsi heidän tarpeensa. 26,40 % oli asiasta jokseenkin samaa mieltä. Jokseenkin eri mieltä väittämän kanssa oli 2,80 % kyselyyn vastanneista. Kukaan kysymykseen vastanneista ei ollut täysin eri mieltä väittämän kanssa ja 0,80 % vastaajista ei ottanut kantaa kysymykseen.

97,20 % kyselyyn vastanneista oli vähintään jokseenkin samaa mieltä siitä, että Kirkes-kirjastojen henkilökunta ymmärtää asiakkaidensa tarpeet.

Henkilökunnalla on ammattimainen ja siisti ulkoasu

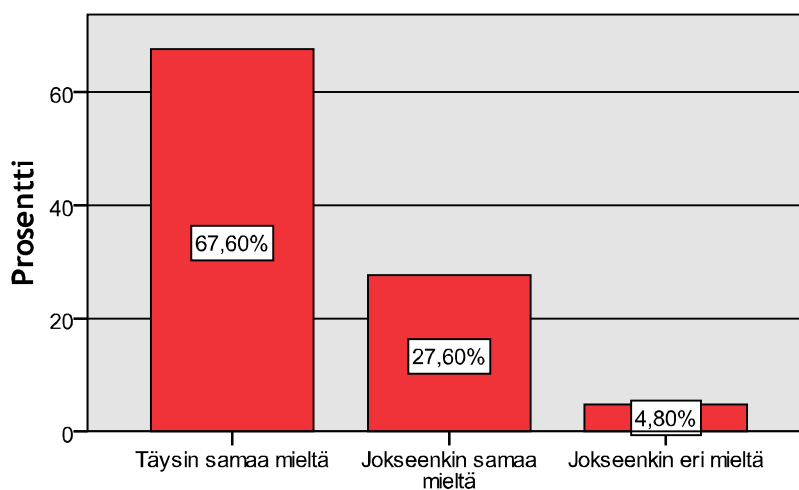


Kuvio 17. Henkilökunnalla on ammattimainen ja siisti ulkoasu.

69,32 % vastaajista oli täysin tyytyväisiä Kirkes-kirjastojen henkilökunnan ammattimaiseen ja siistiin ulkoasuun. 27,49 % oli jokseenkin samaa mieltä väittämän kanssa. Vain 3,19 % vastaajista oli väittämästä jokseenkin eri mieltä. Kukaan kysymykseen vastannut ei ollut täysin eri mieltä. Yksi kysymykseen vastannut ei ollut ottanut kantaa väittämään.

Tutkimustulosten pohjalta voidaan todeta, että selkeä enemmistö pitää Kirkes-kirjastojen henkilökunnan ulkoasua ammattimaisena ja siistinä. Osa vastaajista oli kuitenkin sitä mieltä, että henkilökunnan ulkoasussa olisi vielä hieman parantamisen varaa.

Henkilökunnalla on aina aikaa vastata asiakkaiden kysymyksiin



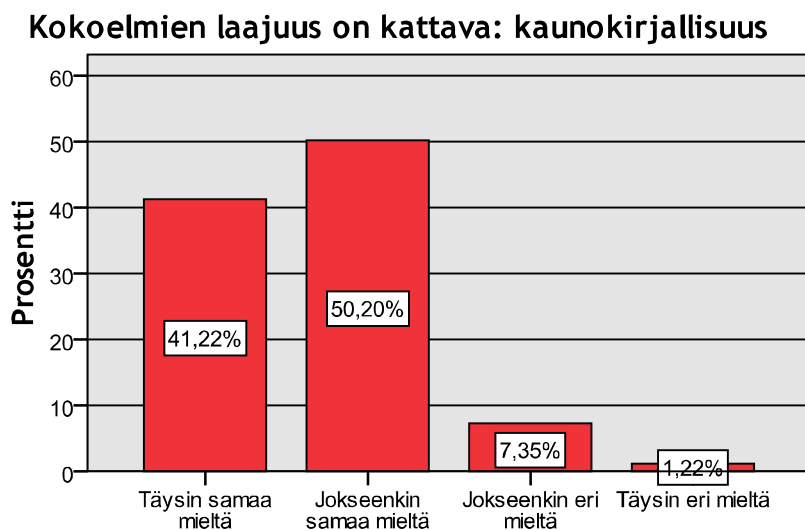
Kuvio 3. Henkilökunnalla on aina aikaa vastata asiakkaiden kysymyksiin.

67,60 % kyselyyn vastanneista oli täysin tyytyväisiä Kirkes-kirjastojen henkilökunnan alttiuteen vastata heidän kysymyksiinsä. He kokivat, että henkilökunnalla on aina aikaa palvella heitä. 27,60 % vastaajista koki, että henkilökunnalla ei aina ollut aikaa vastata heidän kysymyksiinsä. 4,80 % oli väittämän kanssa jokseenkin eri mieltä. Kukaan kysymykseen vastanneista ei ollut asiasta täysin eri mieltä. 0,80 % ei ollut ottanut kantaa kyseiseen väittämään.

Tutkimustulosten perusteella voidaankin päätellä, että 95,20 % on vähintään jokseenkin samaa mieltä siitä, että Kirkes-kirjastojen henkilökunnalla on useimmiten aikaa vastata heidän kysymyksiinsä.

5.5 Kokoelmat

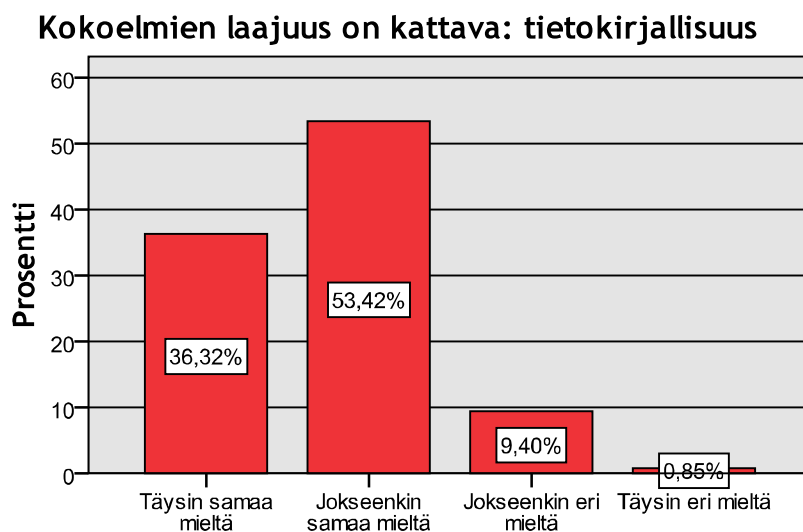
Kyselyn viides osio käsitteli Kirkes-kirjastojen kokoelmien laajuutta. Lisäksi saimme vastauksia kysymyksiin koskien aineiston kuntoa, saatavuutta ja ajantasaisuutta. Kysymysten avulla saatiin selvitettyä kuinka tyytyväisiä Kirkes-kirjastojen asiakkaat olivat kirjastojen kokoelmiin, mihin oltiin tyytyväisiä ja mihin kaivattiin täydennystä.



Kuvio 19. Kokoelmien laajuus on kattava: kaunokirjallisuus.

50,20 % kyselyyn vastanneista oli jokseenkin samaa mieltä siitä, että Kirkes-kirjastojen kokoelmien laajuus kaunokirjallisuuden osalta oli kattava. 41,22 % piti kaunokirjallisuuskokoelmia kattavina. 7,35 % vastanneista oli väittämästä jokseenkin eri mieltä. Täysin eri mieltä väittämästä oli vain 1,22 %. 2,80 % vastaajista ei ollut ottanut kantaa kysymykseen.

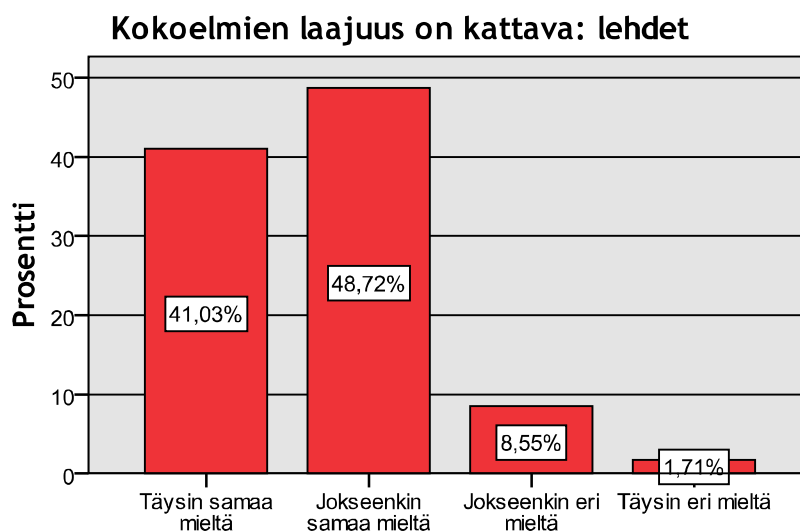
58,77 % kyselyyn vastanneista ei ollut täysin tyytyväisiä Kirkes- kirjastojen kaunokirjallisuuden kokoelmien kattavuuteen. Voidaan siis todeta, että kaunokirjallisuuskokoelmissa oli puutteita ja välttämättä kaikkia asiakkaiden toivomia teoksia ei Kirkes-kirjastojen aineistokannasta löytynyt.



Kuvio 20. Kokoelmien laajuus on kattava: tietokirjallisuus.

53,42 % vastaajista oli jokseenkin samaa mieltä siitä, että Kirkes-kirjastojen kokoelmien laajuus tietokirjallisuuden osalta oli kattava. 36,32 % vastaajista oli täysin samaa mieltä väittämän kanssa. 9,40 % vastaajista oli jokseenkin eri mieltä tietokirjallisuuskokoelmien kattavuuden kanssa. 0,85 % vastaajista oli väittämän kanssa täysin eri mieltä. 7,1 % vastaajista ei ollut ottanut kantaa kysymykseen, mikä voi johtua tietokirjallisuuskokoelmien vähäisestä tai olemattomasta käytöstä.

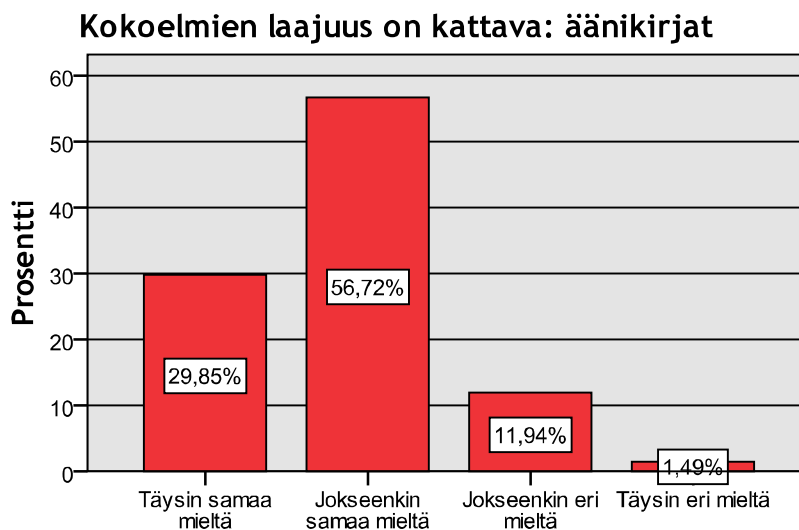
63,67 % kyselyyn vastanneista ei ollut täysin tyytyväisiä Kirkes-kirjastojen tietokirjallisuuden kokoelmien kattavuuteen. Voidaan siis todeta, että tietokirjallisuuskokoelmissa oli puutteita ja välttämättä kaikkia asiakkaiden toivomia teoksia ei Kirkes-kirjastojen aineistokannasta löytynyt.



Kuvio 21. Kokoelmien laajuus on kattava: lehdet.

48,72 % kyselyyn vastanneista oli jokseenkin samaa mieltä siitä, että Kirkes-kirjastojen kokoelmien laajuus lehtien osalta kattava. 41,03 % vastanneista oli väittämän kanssa täysin samaa mieltä. 8,55 % kyselyyn vastaajista oli jokseenkin eri mieltä lehtikokoelmien kattavuuden kanssa. Vain 1,71 % oli väittämästä täysin eri mieltä. 7,10 % vastaajista ei ollut ottanut kantaa kysymykseen, mikä voi johtua lehtikokoelmien vähäisestä tai olemattomasta käytöstä.

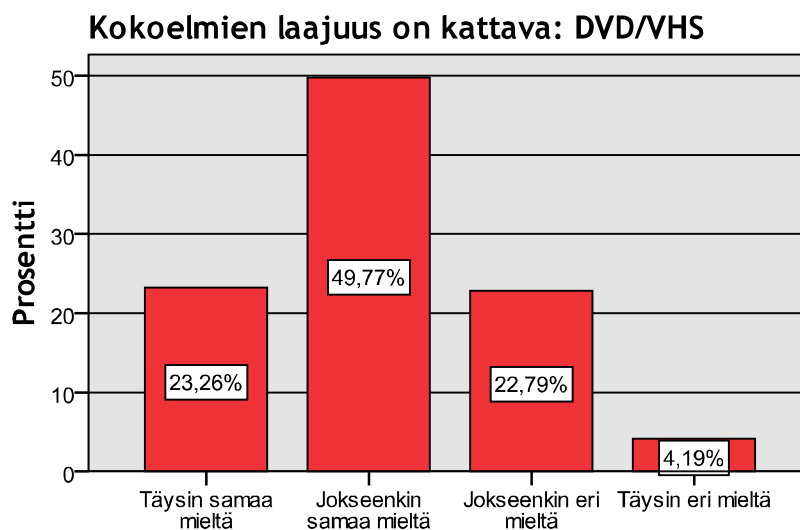
53,98 % kyselyyn vastanneista lehtien lukijoista ei ollut täysin tyytyväisiä Kirkes-kirjastojen lehtikokoelmien kattavuuteen. Voidaan siis todeta, että lehtikokoelmissa oli puutteita ja välttämättä kaikkia asiakkaiden toivomia lehtiä ei Kirkes-kirjastojen aineistokannasta löytynyt. 41,03 % vastaajista kuitenkin löysivät itselleen mieleiset lehdet Kirkes-kirjastojen kokoelmista ja näin ollen olivat lehtikokoelmiin täysin tyytyväisiä.



Kuvio 22. Kokoelmien laajuus on kattava: äänikirjat.

Yli puolet eli 56,72 % kyselyyn vastanneista oli sitä mieltä, että Kirkes-kirjastojen äänikirjakokoelmat olivat jokseenkin puutteellisia. 29,85 % vastaajista oli täysin tyytyväisiä äänikirjavalkoiimiin. Jokseenkin eri mieltä väittämästä oli 11,94 % vastanneista ja täysin eri mieltä 1,49 %. Huomattava osa eli 20,20 % vastaajista ei ollut ottanut kantaa kysymykseen, mikä todennäköisesti johtuu äänikirjakokoelmien vähäisestä tai olemattomasta käytöstä.

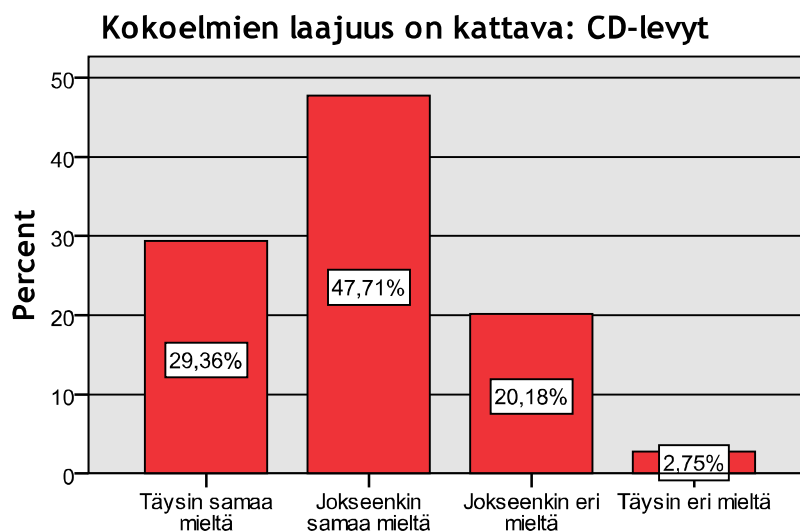
70,15 % kyselyyn vastanneista äänikirjojen käyttäjistä ei ollut täysin tyytyväisiä Kirkes-kirjastojen äänikirjakokoelmien kattavuuteen. Voidaan siis todeta, että äänikirjakokoelmissa oli puutteita ja välttämättä kaikkia asiakkaiden toivomia äänikirjoja ei Kirkes-kirjastojen aineistokannasta löytynyt.



Kuvio 23. Kokoelmien laajuus on kattava: DVD/VHS.

Noin puolet kyselyyn vastanneista eli 49,77 % oli jokseenkin samaa mieltä Kirkes-kirjastojen DVD/VHS- kokoelmien kattavuudesta. 23,26 % oli täysin tyytyväisiä DVD/VHS-kokoelmiin, kun taas 22,79 % oli kattavuuden suhteen jokseenkin eri mieltä. Täysin eri mieltä väittämästä oli 4,19 % vastanneista. 14,70 % vastaajista ei ollut ottanut kantaa kysymykseen, mikä todennäköisesti johtuu DVD/VHS-kokoelmien vähäisestä tai olemattomasta käytöstä.

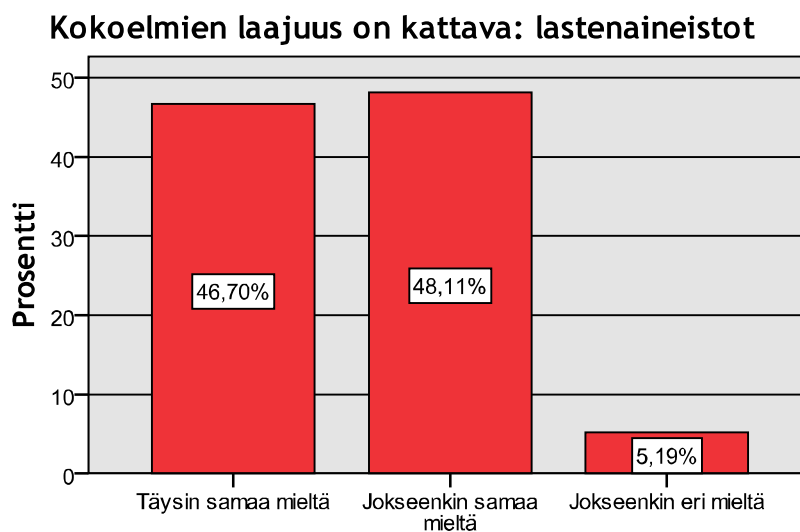
86,75 % kyselyyn vastanneista DVD/VHS-tallenteiden käyttäjistä ei ollut täysin tyytyväisiä Kirkes- kirjastojen DVD/VHS- kokoelmien kattavuuteen. Voidaan siis todeta, että kokoelmissa oli puutteita ja välttämättä kaikkia asiakkaiden toivomia DVD/VHS-tallenteita ei Kirkes-kirjastojen aineistokannasta löytynyt. Asiakkaiden tyytymättömyyteen saattaa vaikuttaa etenkin DVD-tallenteiden tämän hetkinen valtava suosio. Etenkin uusien juuri kokoelmiin saapuneiden tallenteiden varausjonot saattavat olla hyvinkin pitkiä ja varattua DVD-tallennetta saattaa joutua odottamaan viikkoja.



Kuvio 24. Kokoelmien laajuus on kattava: CD-levyt.

Melkein puolet eli 47,71 % kyselyyn vastanneista oli jokseenkin samaa mieltä Kirkes-kirjastojen CD-levykokoelmien kattavuudesta. 29,36 % vastaajista oli väittämän kanssa täysin samaa mieltä kun taas 20,18 % vastaajista oli CD-levyjen kattavuudesta jokseenkin eri mieltä. Vain 2,75 % vastaajista oli täysin eri mieltä CD-levykokoelmien kattavuuden laajuudesta. 13,50 % ei ollut ottanut kantaa kysymykseen, mikä todennäköisesti johtuu CD-levykokoelmien vähäisestä tai olemattomasta käytöstä.

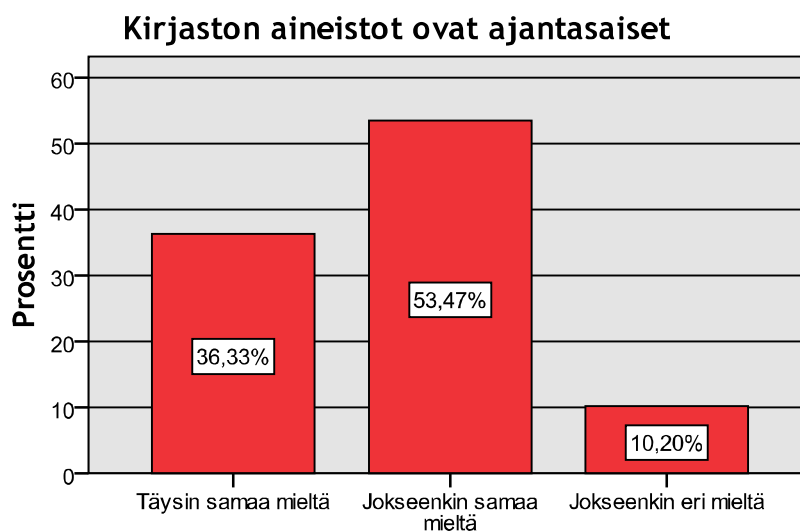
70,64 % kyselyyn vastanneista CD-levyjen käyttäjistä ei ollut täysin tyytyväisiä Kirkes-kirjastojen CD-levykokoelmien kattavuuteen. Voidaan siis todeta, että kokoelmissa oli puutteita ja välttämättä kaikkia asiakkaiden toivomia CD-levyjä ei Kirkes-kirjastojen aineistokannasta löytynyt.



Kuvio 25. Kokoelmien laajuus on kattava: lastenaineistot.

48,11 % kyselyyn vastanneista oli väittämän kanssa jokseenkin eri mieltä. Kuitenkin 46,70 % kysymykseen vastanneista piti Kirkes-kirjastojen lastenaineistokokoelmien laajuutta tarpeeksi kattavana. Vain 5,19 % vastaajista oli väittämästä jokseenkin eri mieltä, täysin eri mieltä ei ollut kukaan kyselyyn vastanneista Kirkes-kirjaston asiakkaista. 15,90 % vastanneista ei ollut ottanut kantaa kysymykseen, mikä todennäköisesti johtuu lastenaineistojen vähäisestä tai olemattomasta käytöstä.

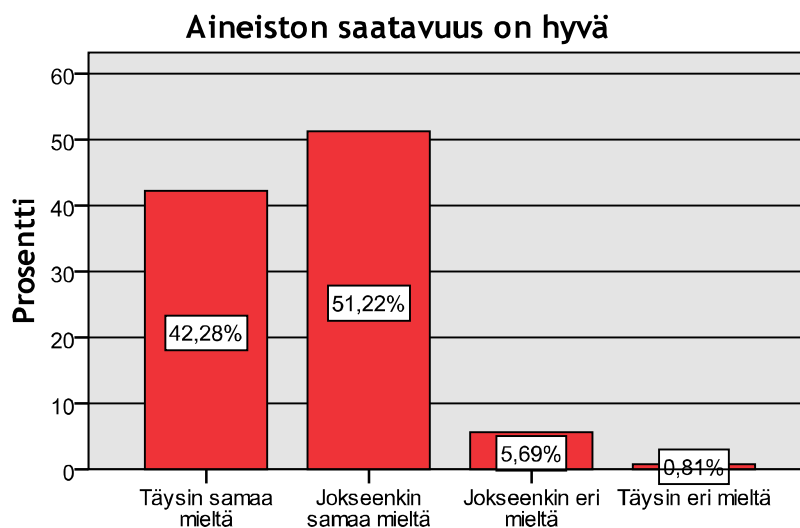
Tutkimustuloksista ilmeni, että 94,81 % Kirkes-kirjaston asiakkaista oli lastenaineistoihin suurimmaksi osaksi tyytyväisiä. Kirkes-kirjastojen lastenaineistoista löytyykin monipuolinen valikoima aineistoa lapsille ja lapsenmielisille käyttäjille.



Kuvio 26. Kirjaston aineistot ovat ajantasaiset.

Yli puolet eli 53,47 % kyselyyn vastanneista oli jokseenkin samaa mieltä väittämän kanssa siitä, että Kirkes-kirjastojen aineistot ovat ajantasaiset. 36,33 % oli täysin samaa mieltä aineistojen ajantasaisuuden kanssa. 10,20 % vastaajista oli jokseenkin eri mieltä väittämän kanssa. Kukaan kysymykseen vastanneista ei ollut täysin tyytymätön aineistojen ajantasaisuuteen. 2,80 % vastanneista ei ollut ottanut kantaa kysymykseen.

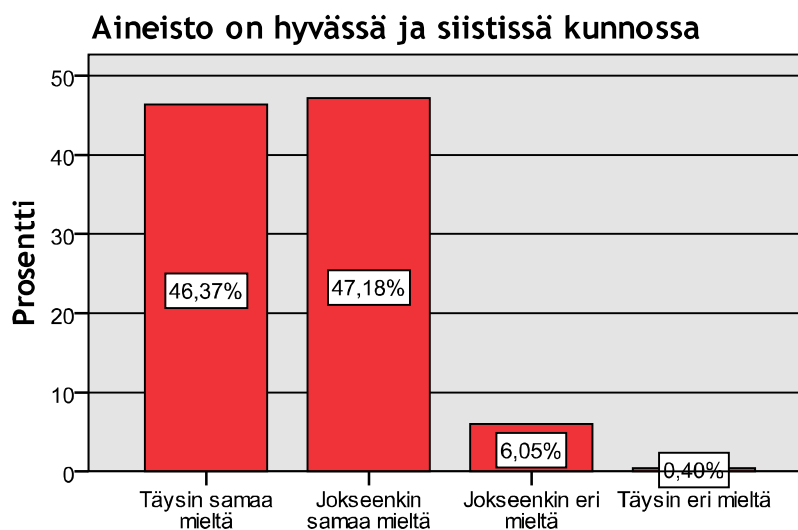
Selkeä enemmistö eli 89,80 % kyselyyn vastanneista oli vähintään jokseenkin samaa mieltä siitä, että Kirkes-kirjastojen aineistot ovat ajantasaiset. Tutkimustulosten perusteella voidaan todeta Kirkes-kirjastojen aineistojen olevan melko ajantasaiset, mutta uusille aineistoille olisi kuitenkin vielä kysyntää.



Kuvio 27. Aineiston saatavuus on hyvä.

Yli puolet eli 51,22 % kyselyyn vastanneista oli sitä mieltä, että Kirkes-kirjastojen aineiston saatavuus ei ollut parhaalla mahdollisella tasolla, eli olivat väittämän kanssa jokseenkin samaa mieltä. 42,28 % mielestä aineistoa oli saatavilla tarpeiden mukaisesti. Jokseenkin eri mieltä väittämästä oli 5,69 % ja täysin eri mieltä vain 0,81 % vastaajista. 2,4 % vastaajista ei ollut ottanut kantaa kysymyksen.

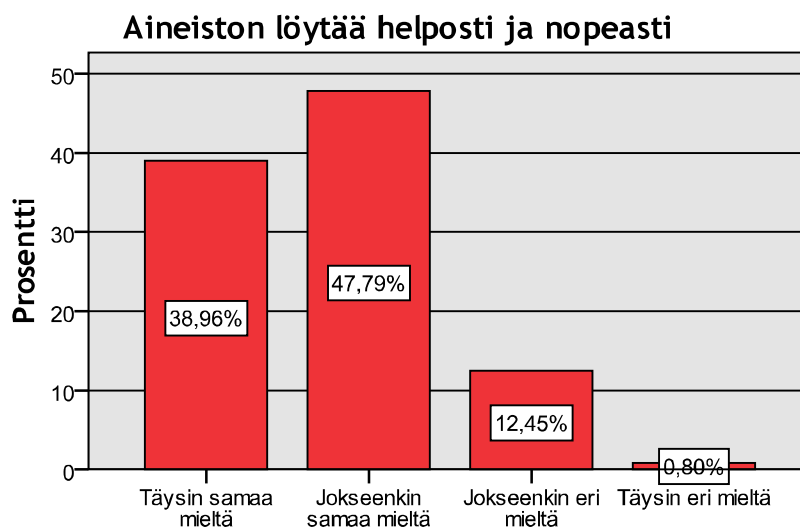
Tutkimustulokset antavat olettaa, että asiakkaat ovat pääsääntöisesti tyytyväisiä aineistojen saatavuuteen. Koska Kirkes-kirjastoilla on yhteinen aineistokanta ja varausjono vaikuttaa se saatavuuteen niin positiivisesti kuin negatiivisestikin.



Kuvio 28. Aineisto on hyvässä ja siistissä kunnossa.

Täysin samaa mieltä ja jokseenkin samaa mieltä kyselyyn vastanneiden asiakkaiden välinen ero oli vain 0,81 % Kirkes-kirjastojen aineistojen kunnan siisteydestä, eli mielipiteet jakautuivat hyvin tasaisesti vaihtoehtojen välillä. 47,18 % vastanneista oli aineiston hyvä kuntoisuudesta ja siisteydestä jokseenkin samaa mieltä, kun 46,37 % oli aineiston kuntoon täysin tyytyväisiä. 6,05 % vastaajista oli jokseenkin eri mieltä väittämästä, ja piti aineiston kuntoa heikokkona. Vain 0,40 % vastaajista oli sitä mieltä, että aineisto ei ole hyvässä ja siistissä kunnossa. 1,6 % vastaajista ei ollut ottanut kantaa kysymykseen.

Selkeä enemmistö kyselyyn vastanneista eli 93,55 % oli vähintään jokseenkin samaa mieltä väittämästä, että Kirkes-kirjastojen aineisto on hyvässä ja siistissä kunnossa. Tutkimustuloksista voidaan havaita että, Kirkes-kirjastojen aineistojen kuntoon ollaan selkeästi tyytyväisiä, mutta parantamisen varaa oli havaittavissa.



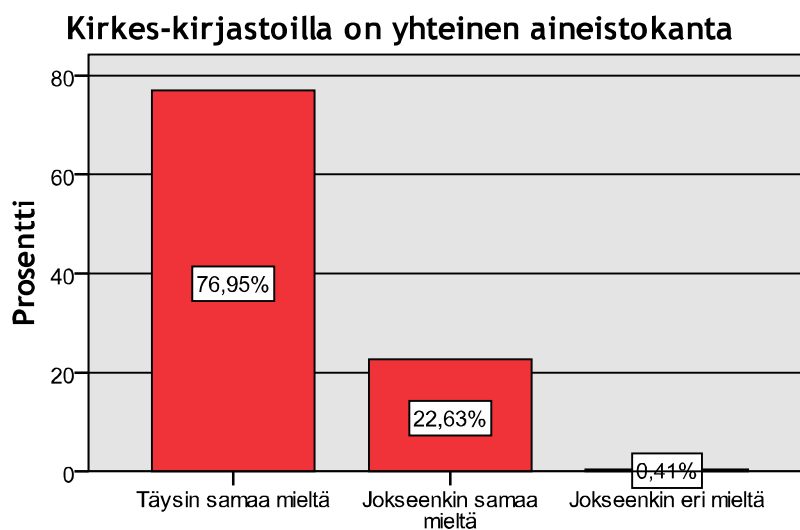
Kuvio 49. Aineiston löytää helposti ja nopeasti.

47,79 % kyselyyn vastanneista asiakkaista oli jokseenkin samaa mieltä, että Kirkes-kirjastojen aineisto on helposti ja nopeasti löydettävissä. 38,96 % vastaajista löysi etsimänsä aineiston ilman ongelmia ja oli siis täysin tyytyväisiä aineiston löydettävyyteen. 12,45 % mielestä aineistojen löytäminen ei käynyt tarpeeksi helposti ja nopeasti. Täysin eri mieltä väittämän kanssa oli vain 0,80 %, joiden mielestä aineiston löytäminen oli hankalaa ja hieman vaivalloista. 1,20 % vastaajista ei ollut ottanut kantaa kysymykseen.

Tutkimustulosten valossa voisi sanoa, että aineistot löytyvät ilman suurempia vaikeuksia ainakin 86,75 % mielestä. Aineistot ovat siis selkeästi esillä eikä niiden etsimiseen kulu turhaa aikaa tai vaivaa.

5.6 Kirkes-yhteistyön tuomat edut

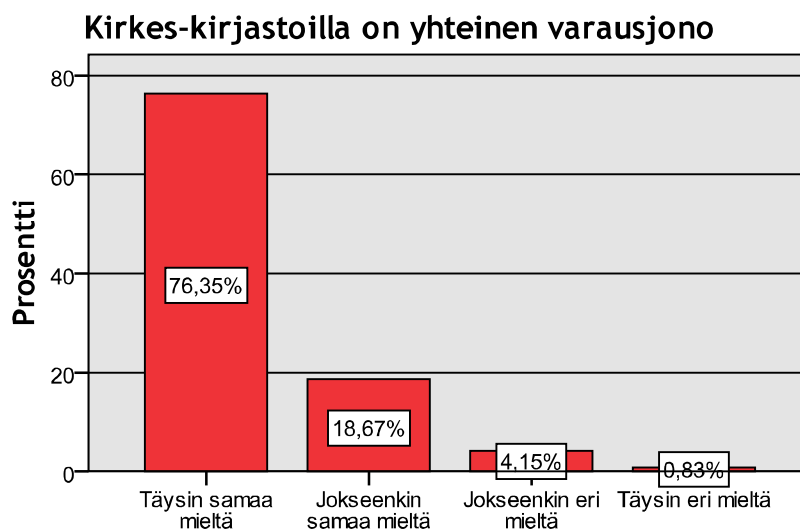
Kyselyn kuudennessa osiossa käsitelimme Kirkes-yhteistyön tuomaa lisäarvoa kaupungin- ja kunnankirjastoille ja heidän asiakkailleen. Kartoitimme asiakkaiden mielipiteitä yhteisestä aineistokannasta, kirjastokortista ja varausjonosta. Kysymykset oli muotoiltu niin, että asiakailta tiedusteltiin, kokevatko he, että Kirkes-yhteistyö parantaa kirjaston laatua.



Kuvio 5. Kirkes- kirjastoilla on yhteinen aineistokanta.

Kirkes- kirjastojen aineistokantojen yhtenäisyyteen oli täysin tyytyväisiä 76,95 % kyselyyn vastanneista. Jokseenkin samaa mieltä väittämän kanssa oli 22,63 % ja jokseenkin eri mieltä vain 0,41 %. Kukaan vastanneista ei ollut täysin tyytymätön Kirkes-kirjastojen yhteisiin aineistokantoihin. 3,60 % kyselyyn vastanneista ei ollut ottanut kantaa kysymykseen.

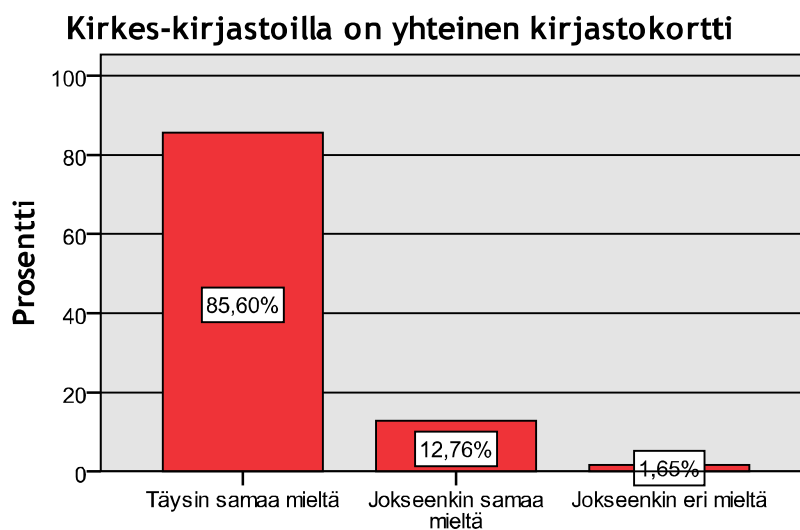
Selkeä enemmistö eli 99,58 % vastaajista oli vähintään jokseenkin samaa mieltä siitä, että Kirkes-kirjastojen yhteinen aineistokanta on todella positiivinen asia. Kirkes-kirjastoverkkoon ollaan selkeästi erittäin tyytyväisiä ja se nähdään asiakkaiden mielestä asiointia huomattavasti helpottavana tekijänä.



Kuvio 31. Kirkes-kirjastoilla on yhteinen varausjono.

Huomattava määrä kyselyyn vastaajista, eli 76,35 % piti Kirkes-kirjastojen yhteistä varausjonoa todella hyvänä asiana. Jokseenkin samaa mieltä varausjonoista oli 18,67 %. Huomattava vähemmistö piti yhteisiä varausjonoja negatiivisena asiana, eli jokseenkin eri mieltä oli 4,15 % ja täysin eri mieltä vain 0,83 %. Vastaajista 4,40 % ei ollut ottanut kantaa kysymykseen.

Tutkimustuloksista on selkeästi havaittavissa, että huima enemmistö on tyytyväisiä Kirkes-kirjastojen yhteiseen varausjonoon, sillä haluttu aineisto on mahdollista varata kaikista Kirkes-kirjastojen toimipisteistä. Yhteinen varausjono voidaan kuitenkin myös kokea negatiivisena, sillä se saattaa pitkittää ja hankaloittaa aineiston saatavuutta.

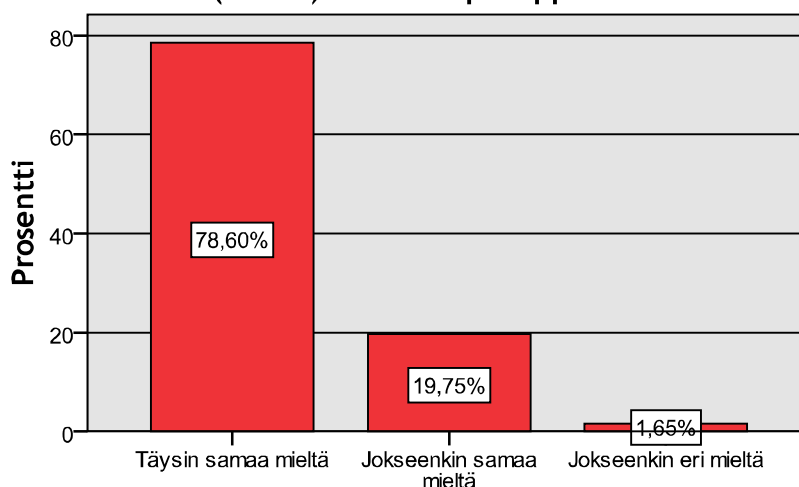


Kuvio 32. Kirkes-kirjastoilla on yhteinen kirjastokortti.

Kirkes-kirjastojen yhteinen kirjastokortti on selkeästi enemmistön, eli 85,60 % mieleen, sillä se on väittämän kanssa täysin samaa mieltä. Kuitenkin 12,76 % vastaajista ei ole täysin tyytyväisiä toimipisteiden yhteiseen kirjastokorttiin, olemalla jokseenkin samaa mieltä väittämän kanssa. Jokseenkin eri mieltä kirjastokorttien yhtenäisyydestä oli vain 1,65 % vastaajista. Kukaan kysymykseen vastanneista ei ollut väittämän kanssa täysin eri mieltä. 3,60 % vastaajista ei ollut ottanut kantaa kysymykseen.

Enemmistö näkee Kirkes-kirjastojen yhteisen kirjastokortin positiivisena asiana. Kyselyyn vastanneiden asiakkaiden keskuudesta löytyy kuitenkin vastaajia, jotka eivät ole yhteiseen kirjastokorttiin täysin tyytyväisiä.

Samaa nidettä (teosta) on useampi kappale lainattavissa



Kuvio 63. Samaa nidettä (teosta) on useampi kappale lainattavissa.

Kun samaa nidettä (teosta) on useampi kappale lainattavissa, 78,60 % kyselyyn vastanneista Kirkes-kirjastojen asiakkaista on enemmän kuin tyytyväisiä. 19,75 % vastaajista on jokseenkin samaa mieltä väittämän kanssa. Vain 1,65 % vastaajista on väittämän kanssa jokseenkin eri mieltä. Kukaan kyselyyn vastanneista Kirkes-kirjastojen asiakkaista ei ollut täysin tyytymättömiä. 3,60 % vastaajista ei ollut ottanut kantaa kysymykseen.

Selkeä enemmistö eli 98,35 % on vähintään jokseenkin samaa mieltä siitä, että on positiivista, kun Kirkes-kirjastojen kokoelmista on saatavilla useampi kappale samaa nidettä (teosta). Kun samaa nidettä on useampi kappale lainattavissa, myös teosten saatavuus paranee huomattavasti.

5.7 Kehittämisehdotukset ja terveiset Kirkes-kirjastoille

Kyselyn viimeisessä osiossa pyydettiin kyselyyn vastanneilta asiakkailta kehitysehdotuksia tai muita terveisiä Kirkes-kirjastojen henkilökunnalle. Kysymys oli esitetty avoimena kysymyksenä, jossa asiakkaat saivat itse kirjoittaa terveisensä sille varattuun kohtaan. Kaikki vastaukset kirjoitettiin toimipisteittäin ylös ja ne löytyvät opinnäytetyön liitteistä. Kokonaisuudessaan avoimet vastaukset saivat hyvin positiivisen sävyn.

Kirkes-kirjastojen henkilökuntaa pidettiin ammattitaitoisena ja asiantuntevana. Palvelu koettiin erittäin ystävälliseksi ja avuliaksi, kirjastojen henkilökunnalla oli aikaa vastata asiakkaiden kysymyksiin ja ratkaista heidän ongelmansa. Kirkes-kirjastojen asiointiympäristöjä ja tilo-

ja pidettiin viihtyisinä ja hyvin organisoituina, aineisto oli helposti löydettävissä ja sitä pidettiin siistikuntoisena. Kirkes- kirjastojen sijainteja pidettiin helposti saavutettavina ja liikenneyhteydet toimipisteisiin olivat erinomaiset. Pysäköintimahdollisuudet sen sijaan saivat osassa toimipisteitä negatiivisen palautteen, toisinaan asiakkailla oli vaikeuksia löytää pysäköintipaikkaa omalla autolla liikuttaessa.

Avoimen kysymyksen vastausten perusteella oli havaittavissa, että kirjastojen muut kanssakäyttäjät ja heidän kirjastokäyttäytyminen koettiin osittain negatiivisena. Kaikilla kirjaston käyttäjillä ei välttämättä ollut kirjastoetiketti kohdallaan, vaan meluamista ja muiden asiakkaiden häiriköintiä erinäisissä muodoissa esiintyi lähes kaikissa Kirkes- kirjastojen toimipisteissä. Kuten opinnäytetyömme teoriaosuudessa esiteltiin, asiakkaan palvelukokemukseen vaikuttavat suuresti palvelutilanteissa sekä kirjastojen toimipisteissä olevat muut asiakkaat ja se, miten he siellä käyttäytyvät. Negatiivisena koettu käytös voi vaikuttaa kirjastoista syntyviin mielikuviin negatiivisesti.

5.8 Toimipisteiden ristiintaulukointi

Kaikki kyselylomakkeen kysymykset ristiintaulukoitiin asiointipaikan kanssa. Ristiintaulukointin avulla jokainen Kirkes-kirjastojen toimipiste pystyy tarkistamaan omaa toimipistettään koskevat vastaukset ja niiden avulla näkemään, missä toiminnan osa-alueissa on onnistuttu ja missä osa-alueissa olisi vielä parannettavaa.

Ristiintaulukoinnit löytyvät opinnäytetyömme liitteissä **NRO!!!**, josta ne on helppo tarkistaa. Ristiintaulukointien esittämiseen käytettiin SPSS-tietojenkäsittelyohjelmaa, jonka avulla tehtiin taulukot jokaisen kysymyksen vastauksiin toimipistekohtaisesti.

6 Kirkes-kirjastojen SWOT-kehittämissuositukset

Opinnäytetyön avulla esiin tulleet Kirkes-kirjastojen kehittämissuositukset esitellään SWOT-analyysin avulla. SWOT-analyysi on havainnollinen tapa esitellä tutkimustuloksia toimeksiantajalle. SWOT-analyysissä kartoitetaan yrityksen vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia liiketoiminnan nelikenttäanalyysin avulla. Vahvuudet ja heikkoudet kuvaavat yrityksen sisäisiä tekijöitä, kun taas mahdollisuudet ja uhat liittyvät ulkoisiin tekijöihin. Lyhenne SWOT tulee sanoista strength (vahvuus), weakness (heikkous), opportunity (mahdollisuus) ja threat (uhka). Nelikentän avulla voidaan tarkastella joko koko yritystä tai yksityiskohtaisemmin jokin yritystoiminnan osaa. (Kotler 1999, 219.)

6.1 Vahvuudet

Vahvuuksia Kirkes-kirjastoilla on paljon. Kirjastojen välinen yhteinen varausjono helpottaa asiakkaiden asiointia huomattavasti. Asiakas voi tilata kirjoja toisista toimipisteistä omaan asiointipaikkaansa helposti ja kätevästi. Asioimista helpottaa yhteinen kirjastojärjestelmä ja aineistokanta. Kaikkien kirjastoiden kokoelmat ovat kaikkien asiakkaiden yhteisessä käytössä. Asiakas voi käyttää kaikkien Kirkes-kirjastojen palveluita samalla kirjastokortilla. Verkkopalvelu on yksi suuri vahvuus, jota pyritään kehittämään koko ajan eteenpäin. Verkon kautta voi varata ja uusia varauksia kirjoista, joka on asiakkaille suuri hyöty. Vahvuus on selkeästi palvelussa. Palvelu on joustavaa ja asiakaslähtöistä.

Tutkimustulokset osoittavat, että Kirkes-kirjastojen asiakkaiden mielestä Kirkes-kirjastoilla oli riittävä määrä toimipisteitä, jotka sijaitsivat hyvien liikenneyhteyksien läheisyydessä ja kirjastojen aukioloaikoja pidettiin sopivina. Kirkes-kirjastojen toimitiloja pidettiin siisteinä sekä visuaalisesti miellyttävinä. Tilat on sisustettu siten, että aineisto on löydettävissä nopeasti ja helposti ja aineisto oli siistissä kunnossa.

Kyselyyn vastanneet asiakkaat olivat sitä mieltä, että aineiston saatavuus oli hyvällä tasolla sekä ajantasaisia ja sitä paransi Kirkes-yhteistyön mahdollistama useiden nidekappaleiden (teosten) olemassa olo. Kirkes-kirjastojen verkkopalvelu Introa pidettiin kaikkine ominaisuuksineen hyödyllisenä ja toimivana lisäarvoa tuottavana palveluna. Kirkes-yhteistyötä pidettiin arvossa, sen koettiin helpottavan ja laajentavan kirjastojen tarjoamia palveluja.

Suurena vahvuutena nähtiin Kirkes-kirjastojen henkilökunta ja asiakaspalvelu. Palvelun tasoon ja laatuun oltiin tyytyväisiä, henkilökuntaa pidettiin asiantuntevana ja palveluhalukkaana. Henkilökunnalla oli taito ymmärtää asiakkaiden tarpeet ja vastata asiakkaiden kysymyksiin.

6.2 Heikkoudet

Heikkouksia jokaisella yrityksellä on, mutta ratkaisevaa on se, kuinka niihin suhtaudutaan ja miten niihin reagoidaan. Kirkes-kirjastoilla heikkoudet liittyvät suurimmalta osin näkyvyyteen. Markkinointia voisi olla hieman enemmän ja laajemmassa määrässä. Erilaisella ja tehokkaammalla markkinoinnilla saavutettaisiin varmasti enemmän asiakkaita. Heikkous on se, että monet asiakkaat eivät yksinkertaisesti tiedä kaikista Kirkes-kirjastoiden tarjoamista palveluista, sillä kirjaston näkyvyys on hyvin vähäistä. He eivät esimerkiksi välttämättä tiedä, että aineistoa voi tilata toisestakin toimipisteestä. Heikkous on siinä, että aineiston kuljettaminen toisista toimipisteistä toisiin parantaa selkeästi palvelua, mutta on hyvin kallista.

Tutkimustulokset osoittavat, että Kirkes-kirjastot eivät tiedota palveluistaan riittävästi. Kyselyyn vastanneet asiakkaat kokivat, että kirjastojen näkyvyyteen toivottiin selkeää parannusta. Heikkoutena voidaan pitää Kirkes-kirjastojen kokoelmia, osa kyselyyn vastanneista asiakkaista toivoivat laajempia ja kattavampia kokoelmia. Etenkin DVD/VHS- ja CD-levy-kokoelmiin oltiin tyytymättömiä. Osa kyselyyn vastanneista asiakkaista toivoi laajennusta kaunokirjallisuus- ja tietokirjallisuuskokoelmiin. Käyttökokemusten perusteella osa lainaajista toivoisi lisäystä lehti- ja äänikirjakokoelmiin. Lastenkirjakokoelmiin oltiin kaiken kaikkiaan hyvin tyytyväisiä. Osa tietokoneita käyttävistä kyselyyn vastanneista oli sitä mieltä, että tietokoneet eivät täysin vastanneet heidän tarpeitaan ja toivoivat tietokoneiden päivitystä.

6.3 Mahdollisuudet

Tulevaisuus näyttää Kirkes-kirjastoiden kannalta valoisalta. Mahdollisuuksia kehittyä ja kasvaa on monia. Uusien toimipisteiden liittyminen Kirkes-kirjastoiden ryhmään on selkeä ja hyvin todennäköinen tapahtuma tulevaisuudessa. Uusien kuntien mukaan liittyminen on sekin mahdollista, mutta se tuo tullessaan uusia haasteita ja luonnollisesti huimasti uusia mahdollisuuksia. Samoin asiakasmäärien kasvu entisestään sekä teknologia kehitys tuo tullessaan uusia mahdollisuuksia ja uusia avoimia ovia. Asiakasmäärien noustessa kirjastot saavat lisää asiakkaita, jota seuraa kansainvälistyminen ja sen myötä monikulttuurisuus. Asiaksmääriä saadaan nostettua saamalla kirjastoa harvoin käyttävät asiakkaat asioimaan enemmän kirjastossa ja viihtymään siellä. Toisin sanoen suuri haaste Kirkes-kirjastoille onkin saada ”ei-käyttäjät” käyttäjiksi. Uusia ovia avaa uudenlainen ja kattava tiedottaminen kirjaston palveluista, tapahtumista ja uusista kirjoista. Tiedottamisen avulla saavutetaan asiakkaat ja vastavuoroisesti asiakkaat saavuttavat Kirkes-kirjastot positiivisella ja monipuolisella tavalla.

Tutkimustulosten perusteella voidaan todeta, että Kirkes-kirjastojen palveluista tiedottaminen ja sen lisääminen on loistava mahdollisuus lisätä kirjastojen näkyvyyttä sekä tunnettuutta kunta- ja kaupunkilaisten keskuudessa. Parempi tiedotus ja näkyvyys lisäävät kirjastojen houkuttelevuutta ja kiinnostavuutta ja tuo uusia potentiaalisia asiakkaita. Aineistojen ja kokoelmien lisäämisellä parannetaan asiakastytyväisyyttä ja houkutellaan uusia asiakkaita kirjastojen käyttäjiksi.

6.4 Uhat

Kaikilla toimivilla yrityksillä on luonnollisesti ympärillään paljon erilaisia uhkia, joista jotkin ovat lievempiä kuin toiset. Uhkiin voidaan varautua ja niitä estää kunhan uhat selkeästi tiedostetaan ja niihin reagoidaan tarpeeksi ajoissa. Suurin osa Kirkes-kirjastoiden uhista on ympäriltä tulevia uhkia. Tärkeimpänä lienee kuntien taloudellinen tilanne. Toimipaikkojen lukumäärän supistaminen on selkeä uhka tänä päivänä, kun taloudellinen tilanne on mitä on.

Kuntaliitos, jos sellaista tulee, saattaa vaikuttaa negatiivisesti Kirkes-kirjastoihin. Henkilöstön ikääntyminen on sekin uhka vaikka pienempi sellainen. Myös ammattitaitoisen, asiantuntevan ja palveluhalukkaan henkilökunnan saatavuus ja palkkaaminen saattavat tulevaisuudessa olla Kirkes-kirjastoille haaste.

Asiakkaiden vaatimukset ja toiveet palveluiden ja kokoelmien suhteen kasvavat jatkuvasti. Tämä tuo omia haasteita ja muutoksia Kirkes-kirjastoiden eteen. Tutkimustuloksista voidaan päätellä, että mahdollisia uhkia ovat Kirkes- kirjastojen asiakkaiden tyytymättömyys kirjastojen kokoelmiin. Tästä voi seurata se, että asiakkaat saattavat siirtyä käyttämään muiden pääkaupunkiseudun kirjastojen tarjoamia palveluja.

6.5 SWOT-kehittämisehdotuksen johtopäätökset

Miten siis vahvuuksia voidaan kehittää edelleen paremmiksi? Ajan hengessä pysyminen ja uuden luominen on hyvin tärkeää. Ollaan mukana maailman menossa ja kehitetään jatkuvasti jotain uutta, joka tuo lisäarvoa asiakkaalle. Palvelua voi aina kehittää ja parantaa, sille on aina tarvetta. Jatkuva kouluttautuminen ja panostaminen jo entuudestaan tuttuihin asioihin, kehittää sekin vahvuuksia parempaan suuntaan. Henkilökunnan tulee olla aktiivinen ja kiinnostunut kehittämään omaa osaamistaan ja palveluaan sekä ponnistelemaan kohti parempaa. Verkkopalvelua voidaan kehittää eteenpäin ja keksiä uusia ja toimivampia ratkaisuja verkossa asioimiseen.

Kuinka sitten mahdollisia heikkouksia voitaisiin poistaa? Vastaus on selkeä; panostetaan heikkoihin asioihin ja yritetään kehittää niitä edelleen parempaan suuntaan. Markkinoinnin ja viestinnän kehittäminen poistaa heikkouden, jolloin saavutetaan kaikki Kirkes-kirjastoiden käyttäjät säännöllisesti kirjastoa käyttävistä ei-käyttäjistä. Näkyvyys paranee ja asiakkaat tietävät, missä mennään ja mitä palveluita heidän on mahdollista käyttää.

Miten mahdollisuuksia voidaan hyödyntää? Panostetaan asioihin ja tehdään niiden eteen paljon töitä. Uusien asiakkaiden saaminen kannattaa ja siihen kannattaa panostaa kunnolla. Teknologian kehityksen myötä avautuu uusia ovia kaikille yrityksille. Onkin siis tärkeää olla liikkeellä kehityksen etujoukoissa. Asiakkaita kiinnostaa kovasti kaikki tavat, jotka helpottavat heidän asiointiaan ja teknologian avulla uusia keinoja siihen varmasti löytyy.

Miten sitten uhkia voidaan torjua? Pyritään tarjoamaan asiakkaille mahdollisimman hyviä palvelukokemuksia kuin mahdollista. Saadaan asiakkaat haluamaan palata kirjastoihin yhä uudelleen. Pidetään aineisto ajan tasalla ja tehdään uusia hankintoja, jolloin asiakkaat saavat mitä he tarvitsevat/haluavat. Taloudelliselle tilanteelle ei voi tehdä mitään, joten sitä on turha

murehtia. Tarjotaan vain parasta mahdollista apua asiakkaille. Pyritään täyttämään kaikki asiakkaiden toiveet ja ylittämään ne jokaisella palvelukerralla.

7 Johtopäätökset

Tutkimuksemme palvelukokemuksen vaikutuksesta Kirkes-kirjastoista syntyviin mielikuviin selvisi, että palvelukokemus vaikuttaa selvästi asiakkaiden imagoikäilykseen. Palvelukokemuksella ja palvelun laadulla on merkittävä rooli siinä, millaisen kokonaismielikuvan asiakkaat saavat koko organisaatiosta heidän saamansa palvelun kautta.

Tutkimustulokset havainnollistivat, että Kirkes- kirjastot koetaan laadukkaana ja tarpeita tyydyttävänä palveluntuottajana, johon kirjastonkäyttäjät ovat tyytyväisiä. Kirkes-kirjastoja pidettiin miellyttävänä asiointiympäristöinä, jotka sijaitsevat erinomaisten liikenneyhteyksien läheisyydessä. Kirkes-kirjastojen asiakaspalveluun ja henkilökuntaan oltiin erittäin tyytyväisiä jokaisessa toimipisteessä, mikä on selkeästi yksi Kirkes-kirjastojen vahvuus ja voimavara. Kirkes-yhteistyö koettiin tuovan lisäarvoa paikkakuntien kunnallisiin kirjastopalveluihin ja samalla luovan paljon uusia mahdollisuuksia ja lisää palveluominaisuuksia kirjastojen asiakkaille. Kirkes-kirjastoyhteistyö lisää ja edistää keskiuusimaalaista kuntayhteistyötä ja samalla tuottaa ja lähentää keskiuusimaalaisten asukkaiden yhteenkuuluvuuden tunnetta.

Palvelukokemustutkimuksessa selvisi että, 44,44 % kyselyyn vastanneista Kirkes-kirjastojen asiakkaista käytti kirjaston palveluita viikoittain, 8,33 % päivittäin ja 35,32 % käytti kirjaston palveluita muutaman kerran kuukaudessa. On siis selvää että Kirkes-kirjastoja käyttävät asiakkaat asioivat usein kirjastoissa ja palvelukokemus sekä palvelun laatu koetaan positiivisena kokemuksena. Kirkes-kirjastopalveluja käyttävät asiakkaat pitävät tarjottuja palveluita tärkeinä ja kirjasto on heille luonnollinen osa jokapäiväistä arkea.

8 Oma ammatillinen kehittyminen

Opinnäytetyömme aihe oli hyvin mielenkiintoinen, sillä olimme molemmat erittäin kiinnostuneita imagosta ja sen tutkimisesta. Asiakastyytyväisyyttä on aikaisemmin tutkittu paljon, mutta sitä vastoin palvelukokemusta ja palvelun laadun merkitystä syntyviin mielikuviin ja imagoon on vähemmälle jäänyt aihealue, joten työn aiheesta saatiin mielenkiintoinen ja haastava, uudenlainen aihe. Päätimme tehdä opinnäytetyön yhdessä, sillä tämä mahdollisti sen, että saimme tehtyä tutkimuksesta laajemman ja kattamaan koko Kirkes-kirjastot kaikkine toimipisteineen, mikä siis mahdollisti ammattimaisemman ja laadukkaamman opinnäyte-

työn tekemisen, josta varmasti olisi paljon hyötyä myös Kirkes-kirjastoille toimintansa kar-toittamisessa ja kehittämisessä.

Työn aloittaminen tuntui aluksi hieman haastavalta, sillä oikean ja relevantin teorian löytä-minen aiheutti ongelmia. Aluksi olimme kirjoittaneet teoriaa aivan liian paljon ja käsitelleet sellaisia aiheita, jotka eivät tukeneet opinnäytetyömme aihetta tarpeeksi. Kun työmme viite-kehys lopulta selveni ja aihe saatiin rajattua, teorian kirjoittaminen luonnistui paremmin. Löysimme oikeat teoriat ja opinnäytetyön kirjoittaminen alkoi sujua. Työn valmistumisen jäl-keen olimme erityisen tyytyväisiä siihen, että pohdimme ja käsitelimme aihetta ja kirjoitet-tua tekstiä useisiin erilaisiin muotoihin ja työstä muokattiin useita eri versioita, mikä mahdol-listi parhaan mahdollisen lopputuloksen.

Suurimmat ongelmat opinnäytetyömme tekemiseen liittyivät ajankäyttöön ja opinnäytetyöhön suunniteltuun aikabudjettiin. Työtä tehdessä osoittautui hieman vaikeaksi yhdistää kahden täysipäiväisesti vuorotyössä käyvän ihmisen aikataulut sopimaan niin, että yhteistä aikaa opinnäytetyön tekemiseen löytyi. Saimme kuitenkin sovittua yhteistä aikaa ja se auttoi opin-näytetyötämme kypsymään ja kehittymään parempaan suuntaan. Teimme työtä erikseen ja yhdessä aina mahdollisuuksien mukaan. Haastetta opinnäytetyön tekemiseen toi molempien yksityiselämään liittyvät elämäntilanteet ja niiden muuttuminen, mikä harmillisesti viivästy-tivät niin opinnäytetyön tekemistä ja valmistumista kun opiskelujen loppuun saattamista ja tradenomiksi valmistumista.

Molempien opinnäytetyön tekijöiden suuntautuminen opinnoissa oli yritysviestintä, joten opinnäytetyö, ja etenkin sen teoriaosuus, vahvisti ja syvensi suuntautumisopintojen opinto-jaksojen sisältöä ja kyselylomakkeen laatiminen, kyselyn toteuttaminen ja tulosten analysoin-ti loivat vankan osaamisen ja valmiuden imago tutkimusten tekemiseen tulevaisuuden työelä-mässä. Uskomme että opinnäytetyömme lisäsi merkittävästi imago- ja palvelukokemustietä-mystämme ja sen tekemisen myötä saavutimme kilpailuetua tulevaisuuden työmarkkinoita ajatellen.

Tärkeimpiä asioita, joita olemme oppineet opinnäytetyötämme tehdessä, oli ehdottomasti imago tutkimuksen tekeminen, tulosten analysointi ja niiden merkitysten tulkitseminen, sekä kehitysehdotusten laatiminen tutkimustuloksia apuna käyttäen. Yksi huomioitava asia, jolle ei välttämättä aseteta kovinkaan suurta painoarvoa, on kyselylomakkeiden kysymysten muotoilu ja kuinka niistä saadaan mahdollisimman onnistuneita siten, että ne eivät ole harhaanjohtavia tai vastauksien kannalta johdattavia, oli myös oppi, joka harjaantui opinnäytetyötä tehdes-sä. Erilaisten vahvuuksien, heikkouksien, mahdollisuuksien ja uhkien ymmärtäminen ja löytä-minen on kehittynyt ja saanut uusia ulottuvuuksia, niin että yrityksien sisäisiä ja ulkoisia vai-kuttajia on helpompi löytää ja ymmärtää, josta varmasti tulee olemaan hyötyä jatkossa.

Koska opinnäytetyö tehtiin parityönä, tiimityöskentely tuli entistäkin tutummaksi vaikka koko tradenomiopintojen aikana oppimistehtävät Laurea-ammattikorkeakoulussa ovat suurimmaksi osaksi olleet ryhmätöitä. Opinnäytetyötä tehtäessä näki ryhmätyöskentelyn niin hyvät kuin huonotkin puolet. Haasteena on kahden ihmisen hyvinkin erilaiset näkemykset ja niiden kääntäminen yhdeksi vahvaksi ja harkituksi yhteiseksi näkemykseksi.

Lähteet

Kirjalliset lähteet:

Erätuuli, M., Leino, J. & Yli-luoma, P. 1994. Kvantitatiiviset analyysimenetelmät ihmistieteissä. Rauma: Kirjapaino Oy Westpoint.

Haaparanta, L. & Oesch, E. 2002. Kokemus. Tampereen yliopisto.

Kananen, J. 2008. Kvali: kvalitatiivisen tutkimuksen teoria ja käytänteet. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu

Kannisto, P. & Kannisto, S. 2008. Asiakaspalvelu: tiedettä taikuutta vai talonpoikaisjärkeä? Tampere: AMK Kustannus

Karvonen, E. 1999. Elämää mielikuvayhteiskunnassa: Imago ja maine menestystekijöinä myöhäismodernissa maailmassa, Helsinki: Gaudeamus.

Kotler, P. 1999. Muuttuva markkinointi - luo, voita ja hallitse markkinointia. Porvoo: WSOY.

Lehtinen, J. 1986. Palvelujen laatupainotteinen markkinointi. Espoo: Weilin & Göös.

Lovio, M & Tiihonen, V. 2005. Kirjaston asiakaspalvelu. Helsinki: BTJ Kirjastopalvelu.

Pitkänen, K. 2001. Yrityskuva ja maine menestystekijöinä. Helsinki: Edita Oyj.

Pohjola, J. 2003. Ilme: visuaalisen identiteetin johtaminen. Helsinki: Inforviestintä.

Poikolainen, L. 1999. Design Management. Yrityskuvasta kilpailuvaltti. Otava.

Vuokko, P. 2002. Markkinointiviestintä: merkitys, vaikutus ja keinot. Helsinki: WSOY.

Ylikoski, T. 1999. Unohtuiko asiakas? Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Åberg, L. 2002. Viestinnän STRATEGIAT. Helsinki: Juva: WS Bookwell Oy.

Elektroniset lähteet:

Kirkes-kirjastojen verkkosivut. Luettu 20.10.2010.
<http://www.kirkes.fi>

Mannonen, 2010. Palvelukokemus. Luettu 20.10.2010.
http://www.servicefactory.aalto.fi/fi/wp-content/uploads/2010/05/Petri-Mannonen_AST_Extreme-Design-seminaari-25.5..pdf

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Kyselylomake. Luettu 15.5.2008.
<http://myy.haaga-helia.fi/~taaak/t/kysel.html>

Helsingin yliopiston tietotekniikkaosasto. Luettu 20.10.2010
<http://balsa.helsinki.fi/~hotulain/Tilasto/Kyselomakeohjeet.htm>

Karvonen, 2003. Maineenhallinnan erikoiskurssi. Tulostettu 3.9.2009
http://www.valt.helsinki.fi/staff/aula/maineenhallinnan_erikoiskurssi/mainekurssi_1istunto_karvonen.pdf

Kajaanin ammattikorkeakoulun verkkosivut. Kokemus ja käsitys. Luettu 20.10.2010.
<http://193.167.122.14/Opari/ontTukiKokemus.aspx>

Suomen yleisten kirjastojen vuositilastot, Kirkes-kirjastot 2009. Luettu 21.10.2010.
<http://tilastot.kirjastot.fi/fi-FI/vuositilastot.aspx>

Julkaisemattomat lähteet:

Leena Rehnströmin haastattelu 24.10.2008

Kirjaston strategia 2008

Kaaviot

Kaavio 1. Yrityskuvan muodostumien (Pohjola 2003, 20.)

Kaavio 2. Yrityskuvan elementit (Vuokko 2002, 111.)

Kaavio 3. Yritysmielikuvien kehittämiskysymykset (Karvonen 1999, 118.)

Kaavio 4. Asiakkaan palvelukokemuksen muodostuminen (Ylikoski 1999, 154.)

Kaavio 5. Palvelun laadun osatekijät (Ylikoski 1999, 119.)

Kuviot

- Kuvio 1. Pääsääntöinen asiointitoimipiste
- Kuvio 2. Kuinka usein käytätte kirjaston palveluita?
- Kuvio 3. Kirjaston ominaisuudet
- Kuvio 4. Kirjaston ominaisuudet
- Kuvio 5. Kirjaston ominaisuudet
- Kuvio 6. Kirjastolla on sopivat aukioloajat
- Kuvio 7. Sijainti on hyvien liikenneyhteyksien läheisyydessä
- Kuvio 8. Toimitila on siisti sekä visuaalisesti miellyttävä
- Kuvio 9. Kirjaston tilat vastaavat tarpeitani
- Kuvio 10. Kirjaston tietokoneet vastaavat tarpeitani
- Kuvio 11. Kirjasto tiedottaa palveluistaan riittävästi
- Kuvio 12. Verkkopalvelu (Intro) on hyödyllinen
- Kuvio 13. Kirkes-kirjastoilla on riittävä määrä toimipisteitä
- Kuvio 14. Asiakaspalvelu on kohteliasta ja palveluhalukasta
- Kuvio 15. Henkilökunta on asiantuntevaa ja ripeää
- Kuvio 16. Henkilökunta ymmärtää asiakkaan tarpeet
- Kuvio 17. Henkilökunnalla on ammattimainen ja siisti ulkoasu
- Kuvio 18. Henkilökunnalla on aina aikaa vastata asiakkaiden kysymyksiin
- Kuvio 19. Kokoelmien laajuus on kattava: kaunokirjallisuus
- Kuvio 20. Kokoelmien laajuus on kattava: tietokirjallisuus
- Kuvio 21. Kokoelmien laajuus on kattava: lehdet
- Kuvio 22. Kokoelmien laajuus on kattava: äänikirjat
- Kuvio 23. Kokoelmien laajuus on kattava: DVD/VHS
- Kuvio 24. Kokoelmien laajuus on kattava: CD-levyt
- Kuvio 25. Kokoelmien laajuus on kattava: lastenaineistot
- Kuvio 26. Kirjaston aineistot ovat ajantasaiset
- Kuvio 27. Aineiston saatavuus on hyvä
- Kuvio 28. Aineisto on hyvässä ja siistissä kunnossa
- Kuvio 29. Aineiston löytää helposti ja nopeasti
- Kuvio 30. Kirkes-kirjastoilla on yhteinen aineistokanta
- Kuvio 31. Kirkes-kirjastoilla on yhteinen varausjono
- Kuvio 32. Kirkes-kirjastoilla on yhteinen kirjastokortti
- Kuvio 33. Samaa nidettä (teosta) on useampi kappale lainattavissa

Taulukot

Taulukko 1. Kirkes-kirjastojen toimipisteiden tilastot 2009

Liitteet

Liite 1. Kyselylomake

Liite 2. Avoimet vastaukset

Liite 3. Toimipisteiden ristiintaulukointi



Kysely palvelukokemuksen vaikutuksesta Kirkes-kirjastoista syntyviin mielikuviiin. Arvoisa Kirkes-kirjaston käyttäjä, Kehitä kanssamme Kirkes-kirjastojen toimintaa vastaamalla tähän kyselyyn. Kyselyn tarkoitus on selvittää mielikuvianne Kirkes-kirjastoista sekä selvittää kokemuksianne kirjastoissa saamastanne palvelusta. Kyselyyn vastataan nimettömästi.

Olkaa ystävällisiä ja vastatkaa kysymyksiin rastittamalla (x) teille eniten omaa mielipidettänne vastaava vaihtoehto.

1. PERUSTIEDOT

Pääsääntöinen toimipiste jossa asioitte?

- Tuusulan kunnankirjasto
 - Pääkirjasto
 - Riihikallio
 - Jokela
 - Kellokoski
 - Kirjastoauto
- Keravan kaupunginkirjasto
- Järvenpään kaupunginkirjasto
- Mäntsälän kaupunginkirjasto

Kuinka usein käytätte kirjaston palveluita?

- Päivittäin
- Viikoittain
- Muutaman kerran kuukaudessa
- Kerran kuukaudessa
- Muutaman kerran vuodessa tai harvemmin

2. KIRJASTON OMINAISUUDET

Mihin seuraavista sanoista yhdistätte Kirkes-kirjastot? Valitkaa kolme (3) eniten teidän mielipidettänne vastaavaa vaihtoehtoa.

- | | | |
|--|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Viihtyisä | <input type="checkbox"/> Sokkeloinen | <input type="checkbox"/> Lapsiystävällinen |
| <input type="checkbox"/> Samantekevä | <input type="checkbox"/> Siisti | <input type="checkbox"/> Ahdas |
| <input type="checkbox"/> Uudistuva | <input type="checkbox"/> Luotettava | <input type="checkbox"/> Asiallinen |
| <input type="checkbox"/> Vanhanaikainen | <input type="checkbox"/> Moderni | <input type="checkbox"/> Kolkko |
| <input type="checkbox"/> Epäsiisti | <input type="checkbox"/> Meluisa | <input type="checkbox"/> Sekava |
| <input type="checkbox"/> Johonkin muuhun? Mihin? _____ | | |

3. KIRJASTO ASIOINTIYMPÄRISTÖNÄ

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä
Kirjastolla on sopivat aukioloajat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sijainti on hyvien liikenneyhteyksien läheisyydessä	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Toimitila on siisti sekä visuaalisesti miellyttävä	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kirjaston tilat vastaavat tarpeitani	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kirjaston tietokoneet vastaavat tarpeitani	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kirjasto tiedottaa palveluistaan riittävästi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verkkopalvelu (Intro) on hyödyllinen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kirkes-kirjastoilla on riittävä määrä toimipisteitä	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. PALVELU JA HENKILÖKUNTA

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä
Asiakaspalvelu on ripeää ja kohteliasta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Henkilökunta on asiantuntevaa ja palveluhalukasta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Henkilökunta ymmärtää asiakkaan tarpeet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Henkilökunnalla on ammattimainen ja siisti ulkoasu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Henkilökunnalla on aina aikaa vastata asiakkaiden kysymyksiin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. KOKOELMAT

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä
Kokoelmien laajuus on kattava	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kaunokirjallisuus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tietokirjallisuus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lehdet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Äänikirjat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
DVD/VHS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

CD-levyt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lastenkirjat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kirjaston aineistot ovat ajantasaiset	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aineiston saatavuus on hyvä	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aineisto on hyvässä ja siistissä kunnossa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aineiston löytää helposti ja nopeasti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. KIRKES-KIRJASTOJEN YHTEISTYÖ

Koetteko että Kirkes-yhteistyö parantaa kirjaston laatua?

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä
Kirjastoilla yhteinen aineistokanta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kirjastoilla yhteinen varausjono	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kirjastoilla yhteinen kirjastokortti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Samaa nidettä(teosta) useampi kappale lainattavissa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. KEHITTÄMISEHDOITUKSIA TAI MUITA TERVEISIÄ KIRKES-KIRJASTOILLE JA SEN HENKILÖKUN- NALLE?

KIITOS VASTAUKSISTANNE!

Tulemme ottamaan huomioon mielipiteenne Kirkes-kirjastojen toiminnan kehittämisessä.

Tuusulan pääkirjaston avoimet vastaukset kysymykseen: kehittämissuhteita tai muita terveisiä Kirkes-kirjastoille ja sen henkilökunnalle?

- Ruotsinkielisiä kirjoja ja lehtiä melko hyvin, ei ainakaan vähempää jatkossa.
- Määräaikainen pysäköinti mahdollisuus (1-2 h) kirjaston läheisyydessä!
- Parkkialueelle 2 h rajoitus. Viihdyn kirjastossa, mutta onhan puitteet vähän kolkot, siis sisustus voisi olla olohuonemaisempi ja ääniä pehmentävä. Parasta palvelua Tuusulassa, kiitos!
- Lisää pöytiä ja penkkejä kirjastoon.
- Kiitos!
- Samaa teosta on useampia mutta saman kirjailijan muita teoksia ei lainkaan. Uutuuksia ja uusia kirjoja kaipaisi lisää jännitysosastolle.
- Elokuvia voisi olla enemmän DVD:inä, samoin erilaisia dokumentteja.
- Olette parhaita!
- Kirjastoauto on mainio. Käytän sitä jos suinkin mahdollista, mutta työssäkäyvälle useinkaan näin ei ole, kaiken kaikkiaan mainio kirjasto.
- Tuusulan pääkirjaston henkilökunta on mukavia ja ammattitaitoisia - hyvä ilmapiiri!
- Tuusulan kirjastossa mölyvästi käyttäytyvälle nuorisolle tulisi antaa herkemmin palautetta käytöksestään.
- Palautuspalvelu mahdolliseksi myös muiden kirjastojen kirjoille. Ehdottomasti EI Internet ajan varausta verkkoon. Tyhjäkäyntiä ja palveluhan on niille, joilla ei ole omaa yhteyttä. Henkilökuntaa lisää etenkin Järvenpään lastenosastolle, miksei myös infoon ja lainaukseen. Yhdenmukainen aukioloaika. Jos lauantait kirjasto on kiinni, pidennystää arkiin. Internet muistutuksissa olisi kehittämistä. Palautusmuistutuksia tulee noin

viikon ajan joka päivä. Pieni haitta mutta ikävä. Kirjavaraushinta hyvä, ei saa nostaa euroon tai enempään, kyseessä on kiireisten tai tietoa hakevien palvelu.

Riihikallion toimipisteen avoimet vastaukset kysymykseen: kehittämissuhteita tai muita terveisiä Kirkes-kirjastoille ja sen henkilökunnalle?

- Palvelu on ystävällistä, kaikki ok!
- Mahtavaa palvelua, jatkakaa samaan malliin! :) Riihikalliossa on hyvät valikoimat ja kirjoja hyvin saatavilla vaikka onkin pieni paikka.
- Säilyttäkää kirjasto Riihikalliossa, tärkeä paikka niille jotka eivät pääse muihin toimipisteisiin.
- Kiitos Riihikallio!
- Kirjaston miespuolinen virkailija on ihana ja todella ystävällinen!!
- Henkilökunta on luotettavaa ja erittäin ystävällistä! Riihikalliossa on todella ensiluokkainen palvelu!
- Säilyttäkää Riihikallion kirjasto, kiitos!!
- Riihikallioon palautusluukku
- Kiitos ystävällisestä palvelusta!
- Lisää tietokirjallisuutta.

Jokelan toimipisteen avoimet vastaukset kysymykseen: kehittämissuhteita tai muita terveisiä Kirkes-kirjastoille ja sen henkilökunnalle?

- Jokelassa ihania kirjastotätejä.
- Jokelan kirjaston aukioloaika - aamu-aika joka päivä.
- Henkilökunta on aina kovin auttavaista ja auttaa etsimään haluamani kirjat. Ystävällistä palvelua.

- Kiitos erinomaisesta palvelusta.
- Aukioloaikoja voisi olla enemmän ennen klo 13.00.
- Toivoisin Jokelan kirjastoon lisää DVD:itä vaikka saahan niitä muualtakin.
- Mukavaa että kirjasto uudistui nyt se on todella moderni ja viihtyisä.

Kellokosken toimipisteen avoimet vastaukset kysymykseen: kehittämisehdotuksia tai muita terveisiä Kirkes-kirjastoille ja sen henkilökunnalle?

- Toiminta on hyvää, toivoisin kirjastosta viihtyisämmän.
- Kaikki on ok.
- Hauskaa joulua!
- Asiantuntevaa, ystävällistä ja joustavaa palvelua. Ainakin täällä Kellokosken kirjastossa.
- Kiitos hyvästä palvelusta!
- Kellokoskelle uusi kirjastotalo.
- Käyttäjien kirjastokäyttäytyminen on huonoa! Kännykässä puhumista, lapset meluavat jne! Henkilökunta/vanhemmat eivät reagoi millään lailla.
- Tämä on todella hyvä paikka ja siisti. Kiitos!
- Olen hyvin tyytyväinen palveluihin. Nettikirjasto, varaupalvelut ja tekstariviestit ovat hyvää ja modernia palvelua. Kellokosken kirjaston henkilökunta on erittäin ystävällistä ja ammattitaitoista.
- Ostakaa kirjastoon lisää elokuvia ja konsolipelejä.
- Onko jotain tapaa jolla kirjastojen aineistoa voisi toivoa kehitettävän? Olisin kiinnostunut tietyn alan aineistoista, joten voiko "toivoa"?

- Kirjastojen määrärahat: uutuuksia saisi tulla enemmän vuosittain. Tiedonkäsittelyä koskeva kirjallisuus liian vanhaa.
- Ainahan saa hyviä kirjoja hankkia lisää :) Kiitos hyvästä fantasiavalikoimasta!
- Kirjastotiedotteet voisi jakaa sähköpostiin -> tavoitettavuus paranisi.
- Teillä on kivoja kirjoja.
- Olisi tietenkin kiva saada omaankin kirjastoon esim. Me Naiset, Taika, Avotakka, vaikka ne tilaamalla saankin ne paikalle. Vesiautomaatti olisi kiva. Joitakin pehmeämpiä tuoleja hyllyjen väliin, olisi liikuntaesteisenkin helpompi viivähtää. Lasten hokemana "tapa se" yms. kommentit koneilla pelatessaan ja aikuisten "pornokuvien" tulostus tuntuvat vastenmielisiltä. Ja jospa ihmiset eivät nuolisi sormiaan ja kaivaisi neniään lukiessaan julkisesti julkisia lehtiä. (Asia mihin ette varmaankaan voi vaikuttaa, mutta...)

Keravan kaupunginkirjaston avoimet vastaukset kysymykseen: kehittämisehdotuksia tai muita terveisiä Kirkes-kirjastoille ja sen henkilökunnalle?

- Verkkopalvelu voisi hyväksyä myös vähän väärin kirjoitetut tekijöiden nimet, voisi löytyä "google"-tyylillä, niin että kone ehdottaisi lähelle osuvia hakutuloksia.
- Tummat värit pimentävät -> masentavat. Tuolit kolisevat.
- Matkaoppaita voisi Keravan kirjastossa olla enemmän, vaikka niiden saatavuus onkin hyvä. Kokonaisuudessaan olen erittäin tyytyväinen kirjastoon - se on Keravan ylpeys ja sijainti ihan kodin vieressä on erinomainen!
- parkkipaikka Keravan kirjaston vieressä voisi olla 30 min. eikä invalidipaikka, se voisi olla kirjaston edessä kun siinä muutenkin pyörii autoja ("Huoltoajoja?"). Perjantai aukioloaika voisi olla sama kuin muutkin arkipäivät.
- Todella hyvää palvelua!
- Pidän Kirkes- yhteistyötä erittäin tärkeänä ja siitä on paljon hyötyä asiakkaille. Keravan kirjaston kieli- ja kirjallisuustiede kokoelmiin olen kaivannut uudempiä teoksia. Järvenpäässä sen sijaan valikoima on parempi, onneksi sieltä lainaaminen onnistuu helposti.

- Toivoisin että Keravan kirjaston miesten WC-kopin lämpöanturihanat vaihdettaisiin yksiotehanoihin. Joskus on kiire "asioille" että heittää hatun ja hanskat lavuaariin ja - hups - ne ovat märät. Erillinen hattuhylly auttaisi asiaa :)
- "Olette kivoja"
- Oikein kiva kirjasto.
- Lauantaisin avattava kello 9.00 meille aamuvirkuille.
- Paikallishistorian kirjat sijoitettava hyllyyn paikkakunnan mukaisessa aakkosjärjestyksessä, ei tekijän. Jos haen Pohjois-Karjalasta tietoa, haluan sen löytyvän nopeasti, enkä halua etsiä sitä nimellä Matti Klinge samoin on kyse elämäkerroista ja henkilöhistorioista; miksi kaikki Einsteinista kirjoitettu ei voi olla vierekkäin? Tällainen kirjojen järjestys on valtionarkistoissa. Kaunokirjallisuuden osalta tilanne on toinen, sillä kaunokirjallisuutta etsitään nimenomaan tekijän mukaan.
- Kiitos että teillä on hyvä henkilökunta joka kuuntelee toisten toiveita.
- Perjantain aukiolo pitäisi olla pidempi kuten muinakin arkipäivinä kello 20.00 asti!
- Jatkakaa samaa rataa!
- Keravan kirjastolla on upea henkilökunta ja loistavaa asiakaspalvelua hymyn kera!
- Kirjaston voisi avata jo aikaisemmin aamuisin ja opiskelijoille olisi hyvä raivata pieniä opiskelupisteitä.
- Joistakin suosikkikirjoista voisi olla useampi kappale.
- Keravan kirjaston henkilökunta on todella ystävällistä! Yhteinen nettivaraus- ja aineistohakujärjestelmä on loistava!
- Talvella kirjaston nurkilla kiroilevia koululaisia heittelemässä lumesta tekemiään palloja. Polttavat tupakkaa porraspäässä - pois asiaton sakkii!
- Lisää ooppera- ja taide DVD: itä.

- Koko kirjasto auki myös sunnuntaisin.
- Kiitos hyvästä ja iloisesta tunnelmasta.
- Puhelinkoppi = kirjastonlukusali = Täysin eri mieltä
- Kiitos!

Järvenpään kaupunginkirjaston avoimet vastaukset kysymykseen: kehittämissuhteita tai muita terveisiä Kirkes-kirjastoille ja sen henkilökunnalle?

- Voisiko kirjasto aueta aamupäivällä aikaisemmin?
- Järvenpään kirjaston valaistus on surkea. Sitä tulisi ehdottomasti parantaa. Sisään astuessa mieleen tulee pimeä riipi tai lato.
- Ilo käydä, hyvä palvelu.
- Henkilökunta voisi olla kohteliaampi nuorille.
- VHS- ja DVD- aineistojen lyhentyneestä lainausajasta olisi voinut ilmoittaa näkyvämmän, esim. päivittää aineistojen kotelossa olevat laput ajantasalle!
- Lämmin kiitos ystävällisestä ja erittäin avuliaasta palvelusta, etenkin Järvenpään musiikkiosastolle! Terveiset "mummoille"!!
- Kirjoihin ja kirjailijoihin liittyvää pienimuotoista näyttelytoimintaa.
- Voisiko kysyä esim. lehdistä, mitä toivotaan vuosittain ja sitten päätös. Nojatuoleja lisää!
- Enemmän aikaa käyttää koneita ja enemmän kirjoja nuorille. Kummitustarinoita enemmän. Ostakaa Johnny Depp - Kapinallinen -kirjoja (aina lainassa kun haluaa lukea!)
- Aineiston haku kirjastossa hankalaa.

- Häiritsevään käyttäytymiseen (kännykän käyttö, meluaminen) tulisi puuttua. Kiitoksia erityisesti Järvenpään musiikkiosaston henkilökunnalle, siellä olen aina saanut hyvää palvelua!
- Hyvää jatkoa!!
- Henkilökunnalta varsinkin kauemmin olleilta toivoisin enemmän lapsiystävällisyyttä ja hymyä palveluun. Etenkin kun lapsi lainaa ja sanoo ole hyvä, olisi miellyttävää saada ystävällinen kiitos vastaukseksi, mutta se on vain vihainen vilkaisu.
- Hälisevä vähemmistönuoriso saatava käyttäytymään hillitysti -> ottamalla yhteyttä vähemmistönuorison vanhempiin/ yhteisöön joilla on vaikutusvaltaa ko. nuoriin esim. Roope Berg. Heillähän on oma kulttuuri ja ao. henkilöt tietävät normitavat.
- Jatkakaa samaan malliin!
- Jatkakaa samaan malliin! T. Ella Kupila
- Englanninkielisiä kirjoja olisi mukava saada lisää.
- Tietokone.
- Kiitos kaiken kaikkiaan upeasta suomalaisesta kirjastopalvelusta, johon olen ollut > 50v erittäin tyytyväinen. 10+
- Jatkakaa vain tähän malliin! Kirjasto + internet-haku/varauspalvelu lisää varmasti kirjaston käyttöä.
- Palvelutiskin henkilökunta on iloista, ystävällistä ja hymyilevää - paitsi yksi tyyppi joka kyllä osaa hommat, mutta muuten vaikuttaa olevan pakkotyössä: hymytön ja hapan ja aina. Olen kirjaston suurkuluttaja ja äärimmäisen tyytyväinen toimintaan.
- Musiikkiosastolle lisää tilaa.
- Kuunnelmia lisää, samoin teoksia kuvanveistoksesta.
- Nykyaikaa on kaupungin ja kirjaston langaton internet WLAN. Se puuttuu Järvenpäästä. Myös kannettavat PC:t kuten Keravalla on hyvää ja tarpeellista palvelua.

- Lisää alkuperäiskielisiä teoksia ja sarjakuvia. Frank Millerin Sin City ja Neil Gaimanin Sandman olisivat kovassa kysynnässä.
- Enemmän tietokoneita!!!!
- Voisitte hankkia enemmän tietokoneita, muuten loistavaa!
- Varhaisnuorille omat tietokoneet, joihin vanhemmilta lupa pelaamiseen. Esim. erillinen pelimuovikortti.
- Uutuuskirjoja täältä ei saa.
- Toivoisin enemmän käsityölehtiä, esim. lastenvaatteisiin suunniteltua Ottobre- lehden. Lisäksi haluaisin käsityölehtien laina-ajan palautumista neljään viikkoon.
- Kiitos ystävällisestä palvelusta.
- Käyttämissäni jokelan ja Järvenpään kirjastoissa on aina kiva asioida.
- Musiikkiosasto on hieno! Kiitos hyvästä palvelusta kaikille!
- Kirkes- yhteistyö on hyvä järjestelmä! Uudempia tietokoneita hakukoneiksi. Lastenkirjoissa epäsiistejä ja likaisia kuvakirjoja. Lastenosaston ja musiikkiosaston henkilökunta on erittäin ystävällistä ja palvelualtista. Kiitos! Kielten esimerkiksi venäjän kieli- osastoille ajantasaisempaa aineistoa.
- Kirjasto on viihtyisä ja mukava paikka. Siellä palvellaan hyvin asiakkaita ja on riittävästi kirjoja.
- Ei koodeja koneisiin.
- Nuorten fantasiakirjaosastolle voisi olla hyvä saada uusia teoksia. Aikuisien fantasia- kirja valikoima ei ole tarpeeksi laaja.
- Kirjasto on viihtyisä ja mukava paikka. Palvelukin on hyvä. Kiitos!
- Kiitoksia! Jatkakaa kuten tähänkin asti hyvän palvelun ja mielenkiintoisten näyttelyiden ja eri luentojen + esitelmien merkeissä!

- Kiitos hienoista kirjastopalveluista. "Lahopäisenä" olen säästynyt sakoilta s-posti muistutuksen avulla - tosi hyvä keksintö! Aina olen löytänyt tarvitsemaani materiaalia Järvenpään kirjaston avulla!

Mäntsälän kunnankirjaston avoimet vastaukset kysymykseen: kehittämisehdotuksia tai muita terveisiä Kirkes-kirjastoille ja sen henkilökunnalle?

- Kiitos hyvästä kirjastosta henkilökunnalle.
- Pidemmän lauantai aukioloajat olisivat tervetulleita.
- Uusi kirjasto Mäntsälään muutaman vuoden kuluttua maksanee liikaa...
- 5 lainauksen jälkeen aineisto palautettava kirjastoon, usein tilanne on kumminkin sellainen että kirjastoon ei pääse pyhän tai oman aikataulun takia. Kumminkaan aineistoa ei voi uusia vaikka varauksia ei olekaan joten sakko "juoksee", välillä tuntuu että sakotuskäytäntö on pelkkää rahastusta. Pitäisi lisätä yhteistyötä muiden kirjastoliittymien kanssa ja helpottaa kaukolainoja, jolloin kirjan voisi lainata ympäri suomea ja palauttaa omaan kirjastoon. Samaan sarjaan pitäisi kuulua myös "tiedekirjastot", lainauksen pitäisi olla halpaa/ilmaista. Joskus jotain vieraskielisiä teoksia ei löydy koko maasta, ulkomailta lainaamista/tiedon etsimistä pitäisi helpottaa, ja tehdä se halvaksi.
- Iso kiitos ystävälliselle ja avuliaalle henkilökunnalle.
- Musiikkiosastoa voisi laajentaa, ainakin Mäntsälän toimipisteessä.
- Kirjasto on liian pieni ja sokkeloinen, uusi tilalle mahdollisimman pian.
- Mäntsälän kirjaston lukusaliin olisi aihetta tilata yksi ruotsinkielinen päivälehti (esim. Dagens Nyheter) ja edes yksi iltapäivälehti (Ilta-Sanomat tai Iltalehti).
- Kaukolainaus toimii loistavasti. Tein graduni ilman yhtään kauemmas suuntautuvaa kirjastomatkaa.
- Pidennetty lauantai aukiolo ja myös kesäisin olisivat asiakasystävällisiä työssä käyville.

- Mäntsälään Aleksis-artikkeliviite tietokantaan pääsy! Enemmän mainostusta, esim. paikallislehteen. Kaukainen toive: isommat tilat kirjastolle. Lehtivalikoiman päivittäminen - joitakin suosittuja lehtiä ei ole juuri koskaan paikalla ja joitakin näyttää olevan aina.
- Palvelu voisi olla ystävällisempää ja henkilökunta voisi olla auttavaisempaa.

Toimipisteiden ristiintaulukointi

Liite 3

Ristiintaulukoinnit, asiointipaikkaa on verrattu kaikkien kyselylomakkeen kysymysten kanssa, joten on saatu selville jokaisen Kirkes-kirjastojen toimipisteiden kyselylomakkeiden vastaukset.

Asiointipaikka * Käyttökerrat

Count

		Käyttökerrat					Total
		Päivittäin	Viikoittain	Muutaman ker- ran kuukaudessa	Kerran kuukau- dessa	Muutaman ker- ran vuodes- sa/harvemmin	
Asiointipaikka	Pääkirjasto	3	12	11	1	1	28
	Riihikallio	2	12	10	1	0	25
	Jokela	2	14	7	1	0	24
	Kellokoski	1	8	17	5	2	33
	Kerava	7	26	11	1	0	45
	Järvenpää	5	31	22	11	2	71
	Mäntsälä	1	8	11	3	2	25
Total		21	111	89	23	7	251

Asiointipaikka * Kirjastolla on sopivat aukioloajat

Count

		Kirjastolla on sopivat aukioloajat				Total
		Täysin samaa mieltä	Jokseenkin sa- maa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	
Asiointipaikka	Pääkirjasto	10	15	3	0	28
	Riihikallio	10	11	4	0	25
	Jokela	14	9	0	1	24
	Kellokoski	16	15	2	0	33
	Kerava	14	25	6	0	45
	Järvenpää	31	33	7	0	71

	Mäntsälä	7	13	5	0	25
Total		102	121	27	1	251

Asiointipaikka * Sijainti on hyvien liikenneyhteysien läheisyydessä

Count

		Sijainti on hyvien liikenneyhteysien läheisyydessä				Total
		Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	
Asiointipaikka	Pääkirjasto	19	8	0	1	28
	Riihikallio	20	4	1	0	25
	Jokela	21	3	0	0	24
	Kellokoski	20	10	2	1	33
	Kerava	39	5	1	0	45
	Järvenpää	54	15	1	0	70
	Mäntsälä	10	11	3	1	25
Total		183	56	8	3	250

Asiointipaikka * Toimitila on siisti sekä visuaalisesti miellyttävä

Count

		Toimitila on siisti sekä visuaalisesti miellyttävä				Total
		Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	
Asiointipaikka	Pääkirjasto	18	9	1	0	28
	Riihikallio	17	8	0	0	25
	Jokela	21	3	0	0	24
	Kellokoski	18	12	2	1	33
	Kerava	32	12	1	0	45
	Järvenpää	40	27	4	0	71
	Mäntsälä	4	12	8	1	25
Total		150	83	16	2	251

Asiointipaikka * Kirjaston tietokoneet vastaavat tarpeitani

Count

		Kirjaston tietokoneet vastaavat tarpeitani				Total
		Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	
Asiointipaikka	Pääkirjasto	12	9	5	0	26
	Riihikallio	14	8	1	1	24
	Jokela	13	7	3	0	23
	Kellokoski	15	13	0	1	29
	Kerava	21	15	6	1	43
	Järvenpää	28	28	10	4	70
	Mäntsälä	6	13	3	1	23
Total		109	93	28	8	238

Asiointipaikka * Kirjasto tiedottaa palveluistaan riittävästi

Count

		Kirjasto tiedottaa palveluistaan riittävästi				Total
		Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	
Asiointipaikka	Pääkirjasto	8	14	5	0	27
	Riihikallio	8	13	4	0	25
	Jokela	14	8	1	0	23
	Kellokoski	17	13	2	1	33
	Kerava	15	21	7	2	45
	Järvenpää	16	34	15	4	69
	Mäntsälä	3	9	12	1	25
Total		81	112	46	8	247

Asiointipaikka * Verkkopalvelu (Intro) on hyödyllinen

Count

		Verkkopalvelu (Intro) on hyödyllinen				Total
		Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	
Asiointipaikka	Pääkirjasto	19	7	1	0	27
	Riihikallio	16	9	0	0	25
	Jokela	18	4	0	0	22
	Kellokoski	20	10	0	2	32
	Kerava	29	12	2	0	43
	Järvenpää	49	17	3	2	71
	Mäntsälä	9	10	3	1	23
Total		160	69	9	5	243

Asiointipaikka * Kirkes-kirjastoilla on riittävä määrä toimipisteitä

Count

		Kirkes- kirjastoilla on riittävä määrä toimipisteitä				Total
		Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	
Asiointipaikka	Pääkirjasto	16	9	3	0	28
	Riihikallio	13	11	0	1	25
	Jokela	16	7	1	0	24
	Kellokoski	22	8	1	0	31
	Kerava	23	17	2	1	43
	Järvenpää	43	21	5	2	71
	Mäntsälä	14	10	1	0	25
Total		147	83	13	4	247

Asiointipaikka * Asiakaspalvelu on kohteliasta ja palveluhalukasta

Count

		Asiakaspalvelu on kohteliasta ja palveluhalukasta				Total
		Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	
Asiointipaikka	Pääkirjasto	20	7	1	0	28
	Riihikallio	23	2	0	0	25
	Jokela	23	1	0	0	24
	Kellokoski	31	2	0	0	33
	Kerava	31	13	1	0	45
	Järvenpää	46	19	3	3	71
	Mäntsälä	16	7	2	0	25
Total		190	51	7	3	251

Asiointipaikka * Henkilökunta on asiantuntevaa ja ripeää

Count

		Henkilökunta on asiantuntevaa ja ripeää			Total
		Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	
Asiointipaikka	Pääkirjasto	21	7	0	28
	Riihikallio	22	3	0	25
	Jokela	22	2	0	24
	Kellokoski	30	3	0	33
	Kerava	25	18	2	45
	Järvenpää	45	20	5	70
	Mäntsälä	12	11	2	25
Total		177	64	9	250

Asiointipaikka * Henkilökunta ymmärtää asiakkaan tarpeet

Count

		Henkilökunta ymmärtää asiakkaan tarpeet			Total
		Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	
Asiointipaikka	Pääkirjasto	19	9	0	28
	Riihikallio	20	5	0	25
	Jokela	21	3	0	24
	Kellokoski	30	2	1	33
	Kerava	28	17	0	45
	Järvenpää	46	20	4	70
	Mäntsälä	13	10	2	25
Total		177	66	7	250

Asiointipaikka * Henkilökunnalla on ammattimainen ja siisti ulkoasu

Count

		Henkilökunnalla on ammattimainen ja siisti ulkoasu			Total
		Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	
Asiointipaikka	Pääkirjasto	18	9	1	28
	Riihikallio	22	3	0	25
	Jokela	22	2	0	24
	Kellokoski	30	2	1	33
	Kerava	28	16	1	45
	Järvenpää	43	25	3	71
	Mäntsälä	10	12	2	24
Total		173	69	8	250

Asiointipaikka * Henkilökunnalla on aina aikaa vastata asiakkaiden kysymyksiin

Count

		Henkilökunnalla on aina aikaa vastata asiakkaiden kysymyksiin			Total
		Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	
Asiointipaikka	Pääkirjasto	19	8	1	28
	Riihikallio	21	4	0	25
	Jokela	22	2	0	24
	Kellokoski	26	6	1	33
	Kerava	20	20	5	45
	Järvenpää	44	21	5	70
	Mäntsälä	17	8	0	25
Total		169	69	12	250

Asiointipaikka * Kokoelmien laajuus on kattava: kaunokirjallisuus

Count

		Kokoelmien laajuus on kattava: kaunokirjallisuus				Total
		Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	
Asiointipaikka	Pääkirjasto	12	13	2	0	27
	Riihikallio	9	14	2	0	25
	Jokela	8	10	4	0	22
	Kellokoski	15	15	2	1	33
	Kerava	19	22	3	0	44
	Järvenpää	33	31	3	2	69
	Mäntsälä	4	18	2	0	24
Total		100	123	18	3	244

Asiointipaikka * Kokoelmien laajuus on kattava: tietokirjallisuus

Count

		Kokoelmien laajuus on kattava: tietokirjallisuus				Total
		Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	
Asiointipaikka	Pääkirjasto	12	13	2	0	27
	Riihikallio	10	10	5	0	25
	Jokela	4	14	3	0	21
	Kellokoski	10	16	1	1	28
	Kerava	15	24	3	0	42
	Järvenpää	30	31	6	0	67
	Mäntsälä	4	17	2	1	24
Total		85	125	22	2	234

Asiointipaikka * Kokoelmien laajuus on kattava: lehdet

Count

		Kokoelmien laajuus on kattava: lehdet				Total
		Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	
Asiointipaikka	Pääkirjasto	12	12	1	1	26
	Riihikallio	10	15	0	0	25
	Jokela	10	9	3	0	22
	Kellokoski	16	12	3	2	33
	Kerava	18	21	3	0	42
	Järvenpää	23	34	5	1	63
	Mäntsälä	7	11	5	0	23
Total		96	114	20	4	234

Asiointipaikka * Kokoelmien laajuus on kattava: äänikirjat

Count

		Kokoelmien laajuus on kattava: äänikirjat				Total
		Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	
Asiointipaikka	Pääkirjasto	7	15	3	0	25
	Riihikallio	7	15	1	0	23
	Jokela	4	11	3	0	18
	Kellokoski	8	10	7	0	25
	Kerava	10	22	4	0	36
	Järvenpää	19	30	5	2	56
	Mäntsälä	5	11	1	1	18
Total		60	114	24	3	201

Asiointipaikka * Kokoelmien laajuus on kattava: DVD/VHS

Count

		Kokoelmien laajuus on kattava: DVD/VHS				Total
		Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	
Asiointipaikka	Pääkirjasto	5	12	6	3	26
	Riihikallio	7	15	2	0	24
	Jokela	4	7	8	0	19
	Kellokoski	9	9	6	1	25
	Kerava	7	21	12	0	40
	Järvenpää	17	32	9	3	61
	Mäntsälä	1	11	6	2	20
Total		50	107	49	9	215

Asiointipaikka * Kokoelmien laajuus on kattava: CD-levyt

Count

		Kokoelmien laajuus on kattava: CD-levyt				Total
		Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	
Asiointipaikka	Pääkirjasto	5	15	6	1	27
	Riihikallio	8	11	5	0	24
	Jokela	3	9	7	0	19
	Kellokoski	9	7	7	1	24
	Kerava	10	21	9	0	40
	Järvenpää	28	31	3	3	65
	Mäntsälä	1	10	7	1	19
Total		64	104	44	6	218

Asiointipaikka * Kokoelmien laajuus on kattava: lastenaineistot

Count

		Kokoelmien laajuus on kattava: lastenaineistot			Total
		Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	
Asiointipaikka	Pääkirjasto	12	13	0	25
	Riihikallio	14	9	1	24
	Jokela	7	12	0	19
	Kellokoski	15	7	3	25
	Kerava	16	18	1	35
	Järvenpää	29	30	3	62
	Mäntsälä	6	13	3	22
Total		99	102	11	212

Asiointipaikka * Kirjaston aineistot ovat ajantasaiset

Count

		Kirjaston aineistot ovat ajantasaiset			Total
		Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	
Asiointipaikka	Pääkirjasto	7	16	4	27
	Riihikallio	10	12	3	25
	Jokela	10	12	2	24
	Kellokoski	15	13	4	32
	Kerava	12	27	3	42
	Järvenpää	29	36	5	70
	Mäntsälä	5	15	4	24
Total		88	131	25	244

Asiointipaikka * Aineiston saatavuus on hyvä

Count

		Aineiston saatavuus on hyvä				Total
		Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	
Asiointipaikka	Pääkirjasto	11	14	2	0	27
	Riihikallio	14	11	0	0	25
	Jokela	12	11	0	0	23
	Kellokoski	18	11	2	1	32
	Kerava	12	33	0	0	45
	Järvenpää	30	34	6	0	70
	Mäntsälä	6	12	4	1	23
Total		103	126	14	2	245

Asiointipaikka * Aineisto on hyvässä ja siistissä kunnossa

Count

		Aineisto on hyvässä ja siistissä kunnossa				Total
		Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	
Asiointipaikka	Pääkirjasto	14	12	2	0	28
	Riihikallio	14	11	0	0	25
	Jokela	14	10	0	0	24
	Kellokoski	19	11	2	0	32
	Kerava	19	22	3	0	44
	Järvenpää	29	35	6	1	71
	Mäntsälä	6	16	2	0	24
Total		115	117	15	1	248

Asiointipaikka * Aineiston löytää helposti ja nopeasti

Count

		Aineiston löytää helposti ja nopeasti				Total
		Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	
Asiointipaikka	Pääkirjasto	11	10	6	1	28
	Riihikallio	14	9	2	0	25
	Jokela	13	10	1	0	24
	Kellokoski	14	16	2	0	32
	Kerava	13	28	4	0	45
	Järvenpää	29	32	9	1	71
	Mäntsälä	3	14	7	0	24
Total		97	119	31	2	249

Asiointipaikka * Kirkes-kirjastoilla on yhteinen aineistokanta

Count

		Kirkes-kirjastoilla on yhteinen aineistokanta			Total
		Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	
Asiointipaikka	Pääkirjasto	21	6	0	27
	Riihikallio	16	9	0	25
	Jokela	21	2	0	23
	Kellokoski	22	8	0	30
	Kerava	36	9	0	45
	Järvenpää	54	15	1	70
	Mäntsälä	16	6	0	22
Total		186	55	1	242

Asiointipaikka * Kirkes-kirjastoilla on yhteinen varausjono

Count

		Kirkes-kirjastoilla on yhteinen varausjono				Total
		Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	
Asiointipaikka	Pääkirjasto	20	5	1	0	26
	Riihikallio	18	5	1	1	25
	Jokela	20	3	0	0	23
	Kellokoski	22	8	0	0	30
	Kerava	36	7	2	0	45
	Järvenpää	55	12	3	0	70
	Mäntsälä	12	5	3	1	21
Total		183	45	10	2	240

Asiointipaikka * Kirkes-kirjastoilla on yhteinen kirjastokortti

Count

		Kirkes-kirjastoilla on yhteinen kirjastokortti			Total
		Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	
Asiointipaikka	Pääkirjasto	21	3	3	27
	Riihikallio	20	4	1	25
	Jokela	19	4	0	23
	Kellokoski	25	5	0	30
	Kerava	42	3	0	45
	Järvenpää	61	9	0	70
	Mäntsälä	19	3	0	22
Total		207	31	4	242

Asiointipaikka * Samaa nidettä (teosta) on useampi kappale lainattavissa

Count

		Samaa nidettä (teosta) on useampi kappale lainattavissa			Total
		Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	
Asiointipaikka	Pääkirjasto	18	7	0	25
	Riihikallio	15	10	0	25
	Jokela	18	4	1	23
	Kellokoski	23	8	0	31
	Kerava	38	6	1	45
	Järvenpää	58	10	2	70
	Mäntsälä	20	3	0	23
Total		190	48	4	242

