



TAMPEREEN  
AMMATTIKORKEAKOULU

# **SISÄISTEN ASIAKKAIDEN TYYTYVÄISYYS PATRIA-KONSERNIN TALOUSPALVELU- KESKUKSEN PALVELUIHIN**

Karoliina Salmi

Opinnäytetyö  
Lokakuu 2016  
Liiketalouden koulutusohjelma



## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Liiketalouden koulutusohjelma

SALMI, KAROLIINA

Sisäisten asiakkaiden tyytyväisyys Patria-konsernin talouspalvelukeskuksen palveluihin

Opinnäytetyö 62 sivua, joista liitteitä 11 sivua  
Lokakuu 2016

---

Tämä opinnäytetyö käsittelee asiakastyytyväisyyttä ja palvelun laatua. Työssä selvitetään, mitä asiakastyytyväisyys ja palvelun laatu ovat, mistä tekijöistä ne muodostuvat ja miten niitä voidaan mitata. Lisäksi käydään lyhyesti läpi laadunhallintajärjestelmiä sekä laatua ja asiakastyytyväisyyttä ennen ja nykyään. Työn toimeksiantajana oli Patria-konsernin Tampereella sijaitseva talouspalvelukeskus, joten osana työtä toteutettiin talouspalvelukeskuksen asiakastyytyväisyyskysely. Kyselyn avulla selvitettiin sisäisten asiakkaiden tyytyväisyyttä Patrian talouspalvelukeskuksen palveluihin. Sisäisillä asiakkailla tarkoitetaan Patria-konsernin eri liiketoimintojen henkilöstöä. Tarkoituksena oli saada selville asiakaspalvelun nykytila sekä kartoittaa mahdollisia palvelutarpeita. Tavoitteena oli kehittää talouspalvelukeskuksen palveluita kyselyn tulosten pohjalta.

Tyytyväisyyskysely toteutettiin sähköisellä QuestBack -ohjelmistolla, ja kyselyyn lähetettiin linkki vastaajille sähköpostin välityksellä. Vastaajajoukkoon valittiin tiettyjen Patrian toimintojen henkilöstö (jotka asioivat paljon talouspalvelukeskuksen kanssa), kuten esimerkiksi johtoryhmät, henkilöstöhallinto ja taloushallinto, pois lukien palvelukeskus sekä lisäksi satunnaisia tuotannon työntekijöitä (he asioivat talouspalvelukeskuksen kanssa hyvin vähän). Kysely lähetettiin yhteensä 436 henkilölle, ja vastauksia saatiin 181 kpl. Vastausprosentti oli 42 %. Kysely toteutettiin anonyyminä. Kysely sisälsi sekä määrällisiä että laadullisia kysymyksiä. Tyytyväisyyttä talouspalvelukeskuksen selvitettiin sekä yleisellä tasolla että asioinnin mukaan osastokohtaisesti. Vastaajilla oli myös mahdollisuus antaa avointa palautetta.

Kyselyn tulokset kertoivat, että asiakastyytyväisyys on hyvällä tasolla. Talouspalvelukeskus sai kehuja erityisesti ammattitaitoisesta henkilöstöstään, ystävällisyydestä, neuvonnasta sekä kouluttamisesta ja toiminnan kehittamisestä. Kehitettävää on vielä yhteistyössä liiketoimintojen kanssa, talouspalvelukeskuksen tunnettuuden lisäämisessä ja siihen liittyen toimintaan liittyvistä asioista tiedottamisessa. Myös koulutuksia toivottiin järjestettävän nykyistä enemmän. Talouspalvelukeskuksen osastot saivat kukin myös itselleen kohdennettua palautetta omasta toiminnastaan.

Kehittämistoimenpiteitä suunnitellessa selvitetään vielä tarkemmin vastaajien profiilia, jotta toimenpiteitä osataan kohdistaa oikein. Todennäköisesti tullaan keskittymään ainakin yhteistyön kehittämiseen liiketoimintojen kanssa sekä talouspalvelukeskuksen profiilin nostoon.

---

Asiasanat: asiakastyytyväisyys, palvelun laatu, palvelut, asiakastyytyväisyyskysely, talouspalvelut

## **ABSTRACT**

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Tampere University of Applied Sciences  
Degree Programme in Business Administration

SALMI, KAROLIINA

Internal Customers' Satisfaction with the Services Provided by the Financial Service Center of Patria

Bachelor's thesis 62 pages, appendices 11 pages  
October 2016

---

This bachelor's thesis dealt with customer satisfaction and service quality. The thesis worked out what the concepts of customer satisfaction and service quality are, what factors they consist of and how they can be measured. In addition, a short description of quality management systems and the changes in the idea of customer satisfaction and service quality were given. The thesis was commissioned by the financial service center of Patria, located in Tampere, and a customer satisfaction survey was conducted as a part of the thesis. The survey was used to examine the internal customers' satisfaction with the services produced by the financial service center of Patria. Internal customers refer to the employees of the various business units of Patria. The purpose of the survey was to find out the present status of customer satisfaction and scan the service needs. The goal was to develop the services.

The customer satisfaction survey was conducted with the QuestBack software. The respondents were sent an e-mail with a link to the survey. The respondents consisted of the employees from Patria business units, especially from the ones that communicate a lot with the financial service center, such as Executive Teams, Human Resources and Financial Management. Some production workers were also among the respondents, even though they use only a few of the services. The survey was sent to 436 persons in total, and 181 responses were received. The response rate was 42 %. The survey was confidential and it included both quantitative and qualitative questions. The customer satisfaction was examined in general and also by the departments the respondents had communicated with. The respondents also had a chance to give open feedback.

According to the survey, customer satisfaction is at a good level. The personnel of the financial service center were praised on their expertise, friendliness, advising customers, arranging training and developing their operations. However, there were some improvement needs in co-operation with the business units, increasing the awareness of the financial service center and sharing information more effectively. More training in various financial topics was also wanted. Almost all the functions of the financial service center also received some targeted feedback on their operations.

More detailed information on the respondents will be needed for focusing the development measures. Probably, at least actions on developing the co-operation between the financial service center and business units and increasing awareness of the financial service center will be taken.

---

Key words: customer satisfaction, service quality, services, customer satisfaction survey, financial services

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	PATRIA-KONSERNI.....	7
2.1	Tietoa yrityksestä.....	7
2.2	Talous ja tunnuslukuja.....	8
2.3	Yritysvastuu.....	10
2.4	Talousoalvelukeskus.....	10
3	PALVELUN LAATU JA ASIAKASTYYTYVÄISYYS.....	11
3.1	Mitä laatu on.....	11
3.2	Palvelun laatu.....	11
3.3	Laadunhallintajärjestelmät.....	15
3.4	Asiakastyytyväisyys.....	16
3.5	Palvelun laatu ja asiakastyytyväisyys ennen ja nyt.....	18
4	TYYYTYVÄISYYSKYSELY.....	20
4.1	Kyselyn toteuttaminen.....	20
4.2	Kyselyn tulokset.....	21
5	YHTEENVETO JA POHDINTAA.....	43
5.1	Yhteenveto.....	43
5.2	Pohdinta.....	46
5.3	Kehittämisehdotuksia.....	47
6	OMA OPPIMINEN.....	50
	LÄHTEET.....	51
	LIITTEET.....	52
	Liite 1. Kyselylomake.....	52

## 1 JOHDANTO

Tämä opinnäytetyö käsittelee asiakastyytyväisyyttä ja palvelun laatua. Työn käytännön osana toteutetaan asiakastyytyväisyyskysely. Kyselyn avulla pyritään selvittämään, millaiseksi Patria-konsernin talouspalvelukeskuksesta saatu palvelu koetaan tällä hetkellä sekä miten keskuksen palveluja tulisi kehittää. Työn toimeksiantajana on siis Patria-konsernin talouspalvelukeskus. Patria on suomalainen puolustus-, turvallisuus-, ja ilmailualan yritys, joka on alallaan suuri toimija. Tampereella sijaitseva talouspalvelukeskus tuottaa taloushallinnon palveluita koko konsernille. Palvelukeskuksesta käsin hoidetaan Patria-konsernin palkanlaskenta, pääkirjanpito, maksuliikenne, osto- ja matkalaskujen käsittely sekä osto- ja myyntireskontra. Talouspalvelukeskuksen toiminnan luonteen takia on selvää, että työhön liittyy kiinteästi asiakaspalvelu. Talouspalvelukeskuksessa ollaan paljon tekemisissä eri sidosryhmien kanssa, joten hyvä palvelu ja viestintä ovat tärkeitä. On myös tärkeää, että talouspalvelukeskuksen tarjoamat palvelut vastaavat liiketoimintojen tarpeisiin. Jotta asiakkaita voitaisiin palvella paremmin, on hyvä lähteä liikkeelle selvittämällä, mihin asiakkaat ovat tällä hetkellä tyytyväisiä talouspalvelukeskuksen toiminnassa ja missä he näkevät parantamisen varaa. Työn tarkoituksena on siis asiakastyytyväisyyden selvittäminen tyytyväisyyskyselyn avulla. Tavoitteena on palvelun kehittäminen kyselyn tulosten pohjalta. Talouspalvelukeskuksella on sekä sisäisiä että ulkoisia asiakkaita, mutta tämän kyselyn kohderyhmänä on Patrian oma henkilöstö eli sisäiset asiakkaat.

Lähdin hakemaan aihetta työlle Patrialta, sillä työskentelen itse talouspalvelukeskuksessa palkkahallinnossa. Aihe valikoitui asiasta käytyjen keskustelujen perusteella ja muotoutui pikkuhiljaa koko talouspalvelukeskusta koskevaksi. Kyselyn tekeminen nähtiin tarpeelliseksi, sillä ajantasaista tietoa asiakastyytyväisyydestä ei ole ja aihe koettiin talouspalvelukeskuksessa kiinnostavaksi. Talouspalvelukeskukseen liittyen on aiemmin tehty opinnäytetyö, mutta sen jälkeen on tapahtunut muutoksia sekä koko Patrian laajuisesti että talouspalvelukeskuksen sisällä. Uuden vähemmistöosakkaan myötä on mahdollista, että konsernin toimintoihin tulee muutoksia. Patria haluaa jatkuvasti kehittää toimintaansa ja talouspalvelukeskuksessa koettiin, että olisi hyödyllistä saada palautetta toiminnasta. Mikäli asiakastyytyväisyyttä halutaan seurata säännöllisesti, esimerkiksi kerran vuodessa tai kahdessa, tämän kyselyn avulla voidaan lähteä liikkeelle. Kyselyä varten suunniteltu lomake voisi helpottaa asiakastyytyväisyyden

seurantaan jatkossa, sillä samaa lomaketta voidaan hyödyntää ja tällöin saadut tulokset ovat keskenään vertailukelpoisia.

Oman haasteensa asiakastyytyväisyyden mittaamiseen asettaa se, että talouspalvelukeskuksella on omat erityispiirteensä palvelujen tarjoajana. Liiketoiminnot ostavat taloushallinnon palvelut konsernin talouspalvelukeskukselta, eivätkä voi esimerkiksi kilpailuttaa hintoja samoin kuin kuluttaja tai toinen yritys normaalisti voisi tehdä. Siksi tässä tapauksessa ei voida täysin soveltaa samoja malleja kuin tehdessä tyytyväisyyskyselyä kuluttajille tai yritysasiakkaalle, joille esimerkiksi hinta, tuotteen ominaisuudet ja markkinointiviestintä näyttelevät suurempaa roolia tyytyväisyyttä arvioitaessa. Tietysti myös palveluilla on ominaisuuksia kuten tuotteilla. Arvioinnissa pitää kuitenkin keskittyä asiakaspalvelun laatuun, palvelun saatavuuteen sekä palvelutarjonnan arviointiin.

## 2 PATRIA-KONSERNI

### 2.1 Tietoa yrityksestä

Patria on puolustus-, ilmailu- ja turvallisuusalan yritys, joka tarjoaa alan tuotteita ja palveluja. Näitä ovat esimerkiksi panssaroidut pyöräajoneuvot, kranaatinheitinjärjestelmät, lentokonerakenteet sekä lentokoneiden, helikoptereiden ja moottoreiden elinkaaripalvelut, sotilaalliset järjestelmät, ratkaisut ja palvelut, järjestelmäintegraatiot sekä lentokoulutus. Patria hoitaa myös strategisen kumppaninsa, Suomen puolustusvoimien maa- ja merivoimien kunnossapitoa ja elinjakson hallinta- ja materiaali palveluita. Patrian omistavat Suomen valtio (50,1 %) sekä norjalainen saman alan yritys Kongsberg Defence & Aerospace AS (49,9 %). (Patria 2016.)

Patria on konserni, joka muodostuu emoyhtiö Patria Oyj:stä ja sen tytäryhtiöistä. Toiminta jaetaan liiketoimintoihin, joita ovat Aviation, Aerostructures, Land, Systems, Millog (Patrian omistusosuus 61,8 %) ja Nammo (puoliksi Patrian ja Norjan valtion omistuksessa). Patria on kansainvälinen; toimintaa on mm. Ruotsissa, Norjassa, Virossa, Puolassa, Kroatiassa, Yhdistyneissä Arabiemiirikunnissa, Yhdysvalloissa ja Etelä-Afrikassa. Konsernissa on työntekijöitä noin 2800 ja Suomessa toimipisteitä on yli 30 paikkakunnalla. Konsernihallinto toimii Helsingissä ja Tampereella.

Hallinnosta vastaavat yhtiökokous, hallitus ja toimitusjohtaja. Toimitusjohtajan kanssa operatiivisesta toiminnasta vastaa johtokunta, johon kuuluvat eri liiketoimintojen johtajat. Liiketoiminnoilla on myös omat johtoryhmänsä. Lisäksi Patriassa toimii neuvottelukunta neuvoa-antavan toimielimenä. (Patria 2016.)



Kuva 1. Lähde: Patria Oyj. 2016.

Patriassa eletään muutosten aikaa. Liiketoiminta elää hyvin paljon sen mukaan, mitä maailmalla tapahtuu, erityisesti poliittisesti ja maailman turvallisuustilanteen suhteen. Ala on hyvin kilpailtu, mikä tuo haasteita, mutta toisaalta myös kehittymisen mahdollisuuksia. Patrian kannalta hyvin merkittävä kauppa, jossa 49,9 % yrityksen osakkeista myytiin norjalaiselle Kongsberg Defence & Aerospace AS:lle, virallistettiin kesäkuussa 2016. Näin Patrian asema pohjoismaisena puolustusteollisuuden alan yrityksenä vahvistui ja uusia mahdollisuuksia liiketoiminnan kehittämiseen avautuu. Muutoksen myötä hallitukseen nimitettiin myös norjalaisia jäseniä. Elokuussa 2016 Patrian nykyinen toimitusjohtaja Heikki Allonen jätti tehtävänsä siirtyessään eläkkeelle ja uudeksi toimitusjohtajaksi nimitettiin Olli Isotalo. Tulevina vuosina Patrialla on edessä suuria hankkeita. (Patria 2016.)

## 2.2 Talous ja tunnuslukuja

Patrian vuosi 2015 sujui odotusten mukaisesti, vaikka liikevaihdossa ja -voitossa tapahtuikin laskua.



Kuva 2. Lähde: Patria Oyj. 2016.



Kuva 3. Lähde: Patria Oyj. 2016.

Liikevaihdosta 31 % muodostui Suomen ulkopuolisesta liikevaihdosta. Patrian omavaraisuusaste vuonna 2015 oli 49,8 %, nousten hieman edellisvuodesta. Velkaantumisaste oli 15,9 %, pienempi kuin edellisenä vuonna. Investointeja tehtiin huomattavasti edellisvuotta enemmän, yhteensä 23,9 miljoonalla eurolla. (Patria 2016.)

Vuoden 2016 osavuosisikatsauksessa kerrotaan, että Patrian tulos tilikauden ensimmäisellä puoliskolla parani huomattavasti verrattuna edellisvuoteen. Ensimmäisellä puoliskolla liikevaihto oli 253,6 miljoonaa euroa ja liikevoitto 40,8 miljoonaa euroa, kun edellisen tilikauden vastaavat luvut olivat 202,4 miljoonaa ja 10,1 miljoonaa. Alkuvuonna 2016 mm. julkistettiin mittava tilaus panssaroiduista pyöräajoneuvoista Arabiemiraateihin. Kilpailuviranomaiset hyväksyivät kaupan, jolla 49,9 % osuus Patria Oyj:stä siirtyi norjalaisen Kongsberg Defence & Aerospace AS:n omistukseen. Patrian tytäryhtiö Millog Oy perusti uuden, Senop Oy-nimisen tytäryhtiön, joka keskittyy moderniin sensoriteknologiaan ja vaativiin järjestelmäintegraatioihin. Senop Oy laajeni entisestään kesällä ostaessaan oululaisen Rikola Ltd Oy:n liiketoiminnan. Patria oli myös alkuvuoden aikana näkyvästi esillä useissa puolustusalan tapahtumissa. (Patria 2016.)

### 2.3 Yritysvastuu

Patrialle tärkeää on olla vastuullinen toimija. Patriassa yritys vastuu on jaettu neljään pääteemaan, joita ovat hyvä kumppanuus, eettinen toiminta, hyvä työnantajuus ja ympäristö vastuu. (Patria 2016.)

Yritysvastuun osa-alueisiin panostetaan; niille on asetettu konkreettisia tavoitteita ja painopisteitä. Hyvään kumppanuuteen kuuluvat hyvät suhteet sidosryhmiin, esimerkiksi asiakkaisiin ja tavarantoimittajiin. Tärkeää hyvässä kumppanuudessa on etenkin luotettavuus ja läpinäkyvyys. Eettisen toiminnan suhteen Patriassa korostetaan nollatoleranssia kaikenlaiselle epäeettiselle toiminnalle, lähtien jokaisesta työntekijästä. Eettisellä toiminnalla tarkoitetaan, että Patria toimii lakien, asetusten ja tehtyjen sopimusten mukaisesti sekä pyrkii tunnistamaan toimintaansa liittyviä riskejä ja minimoimaan niitä. Hyvä työnantajuus puolestaan merkitsee Patrialle sitä, että toiminta on läpinäkyvää, henkilöstöstä huolehditaan ja heitä kohdellaan oikeudenmukaisesti sekä arvostetaan osaamista. Mainittakoon, että vuosi 2016 on Patriassa työkyvyn teemavuosi. Ympäristö vastuu taas pitää sisällään kaikenlaisten toiminnasta aiheutuvien ympäristövaikutusten tunnistamisen ja minimoimisen. (Patria 2016.)

### 2.4 Talouspalvelukeskus

Patrian talouspalvelukeskus on osa konsernipalveluita. Palvelukeskus on aloittanut toimintansa vuonna 2009 ja se sijaitsee Tampereella. Alussa palkkahallinto toimi kuitenkin vielä osana HR -toimintoja eri paikkakunnalla. Talouspalvelukeskuksesta käsin hoidetaan konserniyhtiöiden pääkirjanpito ja käyttöomaisuus, osto- ja matkalaskujen käsittely, maksuliikenne, osto- ja myyntireskontra sekä palkanlaskenta. Palvelukeskusta johtaa palvelupäällikkö. Palvelukeskuksessa työskentelee noin 22 henkilöä.

Palvelukeskus hoitaa Patrian yhtiöiden lakisääteiset kuukausi- ja vuosiraportoinnit, kuten esimerkiksi tilinpäätöksen. Talouspalvelukeskuksella on Patrian konserniyhtiöiden lisäksi monia muitakin sidosryhmiä, kuten esimerkiksi verohallinto, vakuutusyhtiöt, KELA, tilintarkastajat, tavarantoimittajat, järjestelmätoimittajat, tilastokeskus ja pankit.

### 3 PALVELUN LAATU JA ASIAKASTYYTYVÄISYYS

#### 3.1 Mitä laatu on

Laatu- sanalla on monta määritelmää riippuen siitä, missä asiayhteydessä laadusta puhutaan. Se voi olla esimerkiksi tuotteen pitkäikäisyyttä ja kestävyyttä, helppokäyttöisyyttä, miellyttävää ulkonäköä, tehokkuutta tai luotettavuutta. (Pesonen 2007, 35.) Laatu- sanalla on useimmiten positiivinen merkitys. Esimerkiksi Tuire Ylikoski on kirjassaan *Unohtuiko asiakas?* (1999, 118) määritellyt laadun seuraavasti: ”Yleisesti ottaen laatu tarkoittaa sitä, miten hyvin tuote (tavara tai palvelu) vastaa asiakkaan odotuksia tai vaatimuksia, eli miten hyvin asiakkaan tarpeet ja toiveet tyydyttyvät.” Laatu perustuu siis yleensä kokemukseen sekä siihen, miten hyvin kokemus on vastannut ennakkoodotuksia. Sen takia laatua ei voi välttämättä aina määritellä. Voidaan toki asettaa tietyt standardit, jotka tuotteen pitää täyttää ollakseen laadukas. Silti riippuu asiakkaan tuoteseen kohdistuvista odotuksista, onko se hänen mielestään laadukas. Yritys puolestaan saattaa sanoa tuotteen tai palvelun olevan laadukas, kunhan se täyttää tietyt kriteerit. Laatu voidaan siis mieltää hyvin eri tavoin riippuen siitä keneltä kysytään.

Jotta palvelun laatua voitaisiin tutkia, pitää selvittää, millaisia asioita kohtaan asiakkailta on odotuksia. Toisin sanoen; mistä eri palasista hyvä laatu koostuu.

#### 3.2 Palvelun laatu

Palvelu on aineeton tuote, joka tuotetaan ja kulutetaan ainakin osittain samanaikaisesti. Palvelu on toimintaa, joka on jokaista asiakasta varten tuotettua. Asiakkaan ostama palvelu on ikään kuin tuote ja lisäksi siihen liittyy hänen kokemuksensa itse palvelun tuottamistilanteesta. Palvelu on ainutkertaista, joten siksi palvelun laadussa saattaa esiintyä eroja. (Lahtinen & Isoviita 2001, 46.) Asiakas arvioi palvelua sen eri vaiheissa. Palvelun laatua arvioitaessa mitataan se, kuinka hyvin asiakkaan odotukset palvelusta ovat kohdanneet varsinaisen palvelukokemuksen. Odotukset taas muodostuvat monen asian summana. Esimerkiksi Ylikoski (1999, 123) on muotoillut odotuksiin vaikuttavat tekijät seuraavasti:

1. Asiakkaan tarpeet
2. Palvelun hinta
3. Asiakkaan aikaisemmat kokemukset kyseisestä organisaatiosta
4. Asiakkaan kokemukset muista, kilpailevista organisaatioista
5. Mainonnassa annetut lupaukset
6. Muiden ihmisten suositukset tai moitteet
7. Asiakkaan oma panostus palveluun
8. Tilannetekijät

Tekijöitä voitaisiin ehkä jaotella karkeasti niin, että odotuksiin vaikuttavat sekä a) asiakas itse että b) muualta kuullut kommentit ja kokemukset. Lisäksi kuluttajan odotuksiin vaikuttavat yleensä jonkin verran esimerkiksi hinta ja mainonta. Jokainen palvelutilanne on ainutlaatuinen, joten siihen liittyy myös yksilöllisiä tilannetekijöitä.

Kun tutkitaan talouspalvelukeskuksen palvelun laatua, hinta ja mainonta eivät todennäköisesti luo suurimpia odotuksia. Organisaatioon kuuluvat yhtiöt eivät voi yleensä esimerkiksi kilpailuttaa talouspalvelukeskukselta ostamiaan palveluita hinnan perusteella ja siirtyä hankkimaan palvelu edullisemmin muualta. Talouspalvelukeskuksen tapauksessa myöskään mainontaa ei juuri ole. Toki talouspalvelukeskuksesta saatu hyvä palvelu on eräänlaista yrityksen sisäistä markkinointia. Eniten asiakkaan odotuksiin todennäköisesti vaikuttavat hänen senhetkiset tarpeensa sekä hänen omat ja muiden aiemmat kokemukset palvelusta.

Siirrytään palveluun kohdistuvista odotuksista itse palvelun arviointiin palvelukokemuksen pohjalta. Parasuraman ym. (1985) ovat tutkineet paljon palvelun laatua ja haastattelujen perusteella saaneet selville, että kuluttajat arvioivat palveluita keskenään melko samanlaisin kriteerein. He luokittelivat nämä kriteerit kymmeneksi kohdaksi eli palvelun laatutekijöiksi (myös palvelun laadun ulottuvuudet). Ylikoski (1999, 127) on esitellyt nämä laatutekijät kirjassaan:

1. Luotettavuus
  - Palvelu suoritetaan oikein ja sovitusti, palvelun tuottaja pitää lupauksensa
  - Kuluttaja arvioi, saiko hän sitä mitä osti/tilasi
  - Tärkein kriteeri laadun arvioinnissa

## 2. Reagointialttius

- Henkilöstön valmius ja palveluhalukkuus
- Palvelun nopeus

## 3. Pätevyys

- Palvelun tuottajilla on tarvittavat tiedot ja taidot

## 4. Saavutettavuus

- Yhteydenottaminen on helppoa
- Odotusaika kohtuullinen
- Ei asiakkaan pompottelua paikasta toiseen

## 5. Kohteliaisuus

- Hyvä käytös, asiakkaan huomiointi, ystävällisyys
- Siisti ulkoinen olemus

## 6. Viestintä

- Asiakas ja palveluntuottaja puhuvat ”samaa kieltä”
- Palveluun olennaisesti vaikuttavista asioista kertominen

## 7. Uskottavuus

- Maine
- Asiakas voi kokea palveluntuottajan ajavan hänen etuaan

## 8. Turvallisuus

- Kun palvelu on luotettavaa, se tuo myös turvallisuutta
- Palveluun ei liity riskejä tai jos liittyy, ne minimoidaan

## 9. Asiakkaan ymmärtäminen

- Asiakkaan tarpeita halutaan ymmärtää mahdollisimman hyvin ja niihin pyritään myös vastaamaan mahdollisimman hyvin
- Asiakkaan huomioiminen yksilönä

## 10. Palveluympäristö

- Mitä asiakas näkee palvelun yhteydessä (esim. toimitilat, muut asiakkaat, henkilöstö), elementit jotka luovat palvelutilanteen

Myöhemmissä tutkimuksissa laatutekijöitä on yhdistelty, jolloin muodostuu viiden tekijän kokonaisuus:

1. Luotettavuus
2. Reagointialttius
3. Palveluvarmuus
4. Empatia
5. Palveluympäristö

Laajempi luettelo kertoo kuitenkin paremmin siitä, mitä eri osatekijöitä palvelun laadun arvioinnissa yleensä huomioidaan.

Parasuraman, Zeithaml ja Berry ovat kehittäneet palvelun laatutekijöiden pohjalta SERVQUAL -mallin. Siinä edellä mainittuihin viiteen laatutekijään liittyen esitetään väittämiä/attribuutteja ja selvitetään, mitä palvelulta odotettiin sekä miten se koettiin. Vastausten perusteella voidaan laskea pistemäärä joka kuvaa laatua. Mittaria on kuitenkin myös kritisoitu. (Grönroos 2006, 116-117.)

Aina käytännön palvelussa kaikki ei tapahdu niin kuin paperilla on suunniteltu. Tällöin asiakkaan odotukset ja kokemukset palvelun laadusta eivät kohtaa. Näitä kutsutaan laatukuiluiksi (Ylikoski 1999, 142, Parasuraman ym. 1985 mukaan). Laatukuiluja ovat:

1. Asiakkaiden odotusten puutteellinen tuntemus
2. Palveluiden suunnittelu ja palvelustandardit epäonnistuvat
3. Palvelun tuottaminen ei vastaa laatumäärityksiä
4. Palvelu ei vastaa lupauksia
5. Laatu on huonoa

Lopputulos (kuilu 5) saattaa syntyä joko yhden tai useamman kuilun vaikutuksesta. Asiakkaat kertovat usein huonosta laatukokemuksestaan eteenpäin, eli vaikutukset saattavat olla laajemmat kuin vain yhden asiakkaan mahdollinen menettäminen.

Laadun parantaminen on systemaattista työtä. Hyvä laatu synnyttää asiakastyytyväisyyttä. Vaikka asiakkaat olisivatkin jo tyytyväisiä, ei voida taata, että tyytyväisyys pysyy yllä ilman mitään toimenpiteitä. Laadun, myös palvelun laadun, ylläpitämiseksi vaaditaan tiettyjä toimia. Ainakin asioiden tulee tapahtua yhteisesti sovitulla tavalla ja aikataulussa. Palvelun laadun ulottuvuuksista saa osviittaa siitä, millaisia asioita täytyy tehdä hyvän laadun ylläpitämiseksi. Esimerkiksi palveluntarjoajan huono saavutettavuus (yhteyden saaminen on vaikeaa), epäystävällinen palvelu, ”ei kuulu meille”- asenne, kaikenlainen ”sählääminen” ja vaikutelma, että ihmiset eivät ole tehtäviensä tasalla, ovat omiaan huonontamaan palvelun laatua. Laadun parantamiseksi ja ylläpitämiseksi vaaditaan sekä tiettyjen asioiden noudattamista ja tekemistä tietyllä tavalla, että laadun tarkkailua, mittaamista, seuranta ja toimenpiteisiin ryhtymistä seurannan antamien tulosten mukaisesti. Laadun mittarit tulisi määritellä yrityskohtaisesti ja esimerkiksi eri toiminnoissa niiden prosessit huomioon ottaen.

### **3.3 Laadunhallintajärjestelmät**

Laadunhallintajärjestelmällä tarkoitetaan järjestelmää, joka on kehitetty laadun, tehokkuuden ja asiakastyytyväisyyden parantamiseksi. Se on kokonaisuus, joka muodostuu yrityksen prosesseista, toimintatavoista ja resursseista. (Yritys - Suomi, 2016.) Laadunhallintajärjestelmä tulisi rakentaa yrityksen toimialan mukaan, jotta se palvelisi mahdollisimman hyvin juuri kyseisen yrityksen tarpeita. Nykyään ajatellaan, että laadunhallintajärjestelmän ei tulisi olla erillinen, vaan osa johtamisjärjestelmää.

Luultavasti tunnetuin laadunhallintajärjestelmä on ISO 9000. Se on joukko standardeja, jotka sisältävät laadunhallinnan ja laatujohtamisen periaatteita. Laadunhallintajärjestelmän avulla pyritään ISO 9000- standardin tavoitteisiin, jotka ovat Ylikosken (1999, 146) mukaan:

- Laadunohjaus – yrityksen tulee saavuttaa ja ylläpitää sellaista tuotteen laatua, joka täyttää asiakkaan vaatimukset

- Sisäinen laadunvarmistus – Yrityksen johto on vakuutettava siitä, että laatu-taso säilyy
- Asiakas on saatava vakuuttuneeksi, että tuote tai palvelu on laadultaan luvatu-nlainen
- Laatua kehitetään jatkuvasti

Laadunhallintajärjestelmä on hyvä väline asetettujen tavoitteiden läpiviemiseen yrityk-sen kaikilla tasoilla. Se sitouttaa johdon ja henkilöstön jatkuvaan laadun tarkkailuun ja parantamiseen. Laadunhallintajärjestelmälle voidaan myös hakea sertifikaattia. Sertifi-kaatti osoittaa, että laadunhallinta-/johtamisjärjestelmä täyttää suositellut kriteerit ja näin myös asiakas näkee, että yritys tekee työtä laadun jatkuvaksi parantamiseksi.

### 3.4 Asiakastyytyväisyys

Palvelun laatu ja asiakastyytyväisyys liittyvät kiinteästi toisiinsa. Kun tutkitaan asiakas-tyytyväisyyttä, tulee selvittää sellaiset tekijät, jotka tuottavat asiakkaalle tyytyväisyyttä. Palveluorganisaatiossa nämä tyytyväisyyttä tuottavat tekijät ovat useimmiten samoja kuin aiemmin esitellyt palvelun laatutekijät (Ylikoski 1999, 152). Palvelutilanteissa on läsnä monia tekijöitä, joihin ei voida vaikuttaa, kuten esimerkiksi asiakkaan senhetkinen mielentila ja odotukset palvelua kohtaan. Asiakastyytyväisyys (tai tyytymättömyys) syntyy palveluorganisaatiossa erityisesti vuorovaikutustilanteissa. Lisäksi palveluympä-ristö, yrityksen imago ja palvelun hinta vaikuttavat asiakastyytyväisyyteen.

(Ylikoski 1999, 153-155.) Erilaisilla organisaatioilla on erilaisia asiakkaille tyytyväi-syyttä luovia tekijöitä. Näistä pitäisi pyrkiä löytämään tärkeimmät eli kriittiset tekijät. Esimerkiksi pikaruokaravintolassa ei niinkään arvosteta ruokapaikan hienoa sisustusta tai lisäpalveluita kuin ruuan makua, nopeaa palvelua ja ystävällistä henkilökuntaa. (Yli-koski 1999, 158.) Talouspalvelukeskuksessa taas voisi kuvitella kriittisten tekijöiden olevan esimerkiksi palvelun virheettömyys, neuvonnan ja opastuksen saaminen, työntekijöiden ammattitaito ja varmasti myös palvelun ystävällisyys. On myös tärkeää, että palvelukeskuksen koettaisiin aidosti palvelevan liiketoimintoja, koska se on palvelukes-kuksen ydintehtävä.

Asiakastyytyväisyyden selvittämiseen on erilaisia tapoja. Yleisimmin käytettyjä mene-telmiä ovat seuraavat:

1. Asiakkaan antama spontaani palaute
2. Asiakkaan haastatteleminen
3. Itsearviointi omasta toiminnasta
4. Tunnuslukujen avulla (mittarit, esim. asiakaspalautteiden määrä)

Ongelmana saattaa usein olla, että asiakkaan antama palaute ei mene asiakaspalveluhenkilöltä enää eteenpäin. Tähän ratkaisu voisi olla järjestelmä, johon saadut palautteet kirjataan tai säännölliset tapaamiset, joissa kerrotaan saaduista palautteista. Haastatteluja voidaan toteuttaa joko kirjallisilla kyselyillä tai suullisilla haastatteluilla. Itsearviointeja voidaan suorittaa jokaisen palvelutapahtuman jälkeen tai säännöllisin väliajoin laajemmin. Tunnuslukuja taas voidaan muodostaa asiakastyytyväisyyttä luovien tekijöiden perusteella. Näitä ovat esimerkiksi luvatuista asioista kiinni pitäminen ja resurssien riittävyys. Asiakkaiden palautteita ja heidän tekemiään ostoja usein seurataan ja niiden perusteella voidaan analysoida tyytyväisyyttä sekä esimerkiksi myyntiä. (Pesonen 2007, 43-47.)

Asiakastyytyväisyyden kehittämiseen pätee sama kuin laadun kehittämiseen: pelkkä seuranta ei riitä. Jos asiakkaat tietävät, että tyytyväisyyttä tutkitaan ja seurataan, he odottavat toimenpiteitä ja kehitystä tapahtuvaksi ja siten myös palvelun laadun parantumista. On myös huomionarvoista, että asiakkaiden ja yrityksen henkilöstön tai johdon näkemykset palvelusta ja tyytyväisyyden tasosta eivät välttämättä kohtaa. On muistettava, että asiakas on se, joka kokee laadun ja arvioi sen.

Asiakastyytyväisyyden kehittämisen tulisi Ylikosken (1999, 156) mukaan edetä seuraavasti:

- Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavien keskeisten tekijöiden selvittäminen
- Tämänhetkisen asiakastyytyväisyyden tason mittaaminen
- Toimenpide-ehdotusten tuottaminen
- Asiakastyytyväisyyden kehittymisen seuranta

Asiakkailta saadaan välillä myös suoraa palautetta. Tämä on vähintäänkin yhtä arvokasta kuin kyselytutkimusten avulla saatu tieto, ellei jopa arvokkaampaa. Organisaatiossa tulisi pitää huolta siitä, että suoraan asiakkaalta saatu palaute myös ohjautuu eteenpäin.

### 3.5 Palvelun laatu ja asiakastyytyväisyys ennen ja nyt

Laatu ja tuotteen laadukkuus ovat olleet arvostettuja asioita jo paljon ennen nykyaikais- ta laatuajattelua. Olli Lecklin (2006, 15-16) käyttää esimerkkinä suutareita ja kellosep- piä, joille oli kunnia-asia, että heidän tuotteensa olivat korkealaatuisia ja saavuttivat maineikkaan ja laadukkaan aseman asiakkaiden silmissä. Teollistumisen aikakautena asetelmat muuttuivat; tehtaissa valmistettiin massatuotantona paljon tavaraa kerralla, eivätkä työntekijät olleet välttämättä ollenkaan alan ammattilaisia. Hieman myöhemmin tehtaissakin otettiin käyttöön laadunvalvonta. Ensiksi se oli tuotteiden tarkastamista prosessin eri vaiheissa, poikkeamien kirjaamista ylös sekä kehitysehdotusten laatimista. Myöhemmin tuli mukaan tilastotiede; pyrittiin tavoitearvoihin ja määriteltiin niistä salli- tut poikkeamat. (Lecklin 2006, 16-17.)

Nykyään laatuajattelun painopiste on laajentunut lopputuotteen tarkastelusta koskemaan koko organisaation kaikkia toimintoja sekä myös palveluita. Asiakas on se, ketä varten laadunhallintaa ensisijaisesti tehdään. Kuten tuotteen, myös palvelun laatua arvioi ja määrittelee asiakas. Niin johtamisessa, suunnittelussa kuin toimintojen kehittämisessä- kin laatuajattelu kulkee mukana. (Lecklin 2006, 17.) Yritys itsekin hyötyy laatuajatte- lusta läpi koko organisaation: sen lisäksi että se lisää asiakastyytyväisyyttä, se myös parantaa ja tehostaa yrityksen toimintaa ja prosesseja.

Tuote ja palvelu voidaan laadun suhteen rinnastaa toisiinsa; molemmat voivat olla laa- dultaan hyviä tai huonoja tai siltä väliltä. Tuotteelle saattaa olla kuitenkin helpompi määrittellä kriteerejä, joiden täytyessä sitä voidaan kutsua laadultaan hyväksi. Tuote on silmin nähtävä ja käsin kosketeltava. Mikäli tuote ei miellytä, tilalle voi saada esimer- kiksi uuden samanlaisen. Koska palvelu on aineetonta ja ainutkertaista, sitä voi olla hankalampi arvioida tietyin standardein eikä toista tismalleen samanlaista palvelutilan- netta voi tuottaa.

Palvelun laatua ei ollut juurikaan tutkittu ennen kuin Parasuraman ym. (1985) tekivät tutkimuksia palvelun laadusta haastatteleamalla ihmisiä. Palvelun laadun tutkiminen on saanut paljon vaikutteita tuotteen laadun arvioimisesta (Journal of Marketing 1985, 41).

Asiakastyytyväisyyden mittaamiseen on nykyään olemassa monenlaisia menetelmiä ja jopa erityisiä laitteita (esimerkiksi HappyOrNot). Nykypäivää on myös se, että internetin ja sosiaalisen median kanavissa sana leviää helposti. Asiakkaat ilmaisevat niin tyytyväisyytensä kuin tyytymättömyytensäkin verkossa, jossa arvostelut ovat kaikkien nähtävillä. Läpinäkyvyys on hyvää, sillä se pakottaa yrityksiä toimenpiteisiin asiakastyytyväisyyden ylläpitämiseksi ja kehittämiseksi. Sosiaalinen media on yksi kanava, jossa tänä päivänä asiakas ja organisaatio käyvät vuoropuhelua.

Jukka Lahtinen ja Antti Isoviita ovat kirjoittaneet kirjassaan Asiakaspalvelun ja markkinoinnin perusteet (2001, 42) asiakkaiden suhtautumisesta asiakaspalveluun Suomessa. Suomalaiset asiakkaat ovat hankalia tulkittavia, sillä he eivät helposti anna palautetta; ei positiivista sen paremmin kuin negatiivistakaan. Vallalla on Lahtisen ja Isoviidan mukaan ajattelu, että valittaminen on turhaa, sillä asiat eivät kuitenkaan muutu. Tämä kehityssuunta on huolestuttava.

Palvelusektori on Suomessa merkittävä työllistäjä. Julkiset ja yksityiset palvelut työllistävät yhteensä jo yli 70 % työväestöstä (EK, 2014). Palveluiden rooli on siis suuri yhteiskunnassamme. Yritys, jonka henkilöstö taitaa hyvän palvelun, menestyy ja tuottaa näin hyötyä yhteiskunnankin kannalta.

## 4 TYYTYVÄISYYSKYSELY

### 4.1 Kyselyn toteuttaminen

Tämän työn osana toteutetaan tyytyväisyyskysely, jolla selvitetään Patrian henkilöstön tyytyväisyyttä talouspalvelukeskuksen palveluihin. Tavoitteena on kehittää palveluita kyselyn vastausten pohjalta.

Kysymyslomake toteutetaan sähköisesti QuestBack-ohjelmistolla. Kyselyn vastaajille lähetetään linkki kyselyyn sähköpostin välityksellä. Lomake sisältää sekä määrällisiä että laadullisia kysymyksiä. Lomakkeen kysymykset suunniteltiin yhdessä talouspalvelukeskuksen esimiestiimin kanssa, johon kuuluvat palvelupäällikkö, palkanlaskennan esimies, kirjanpitoapäällikkö ja maksutiimin esimies. Kysymyksiä lähdettiin miettimään jo etukäteen etsimäni teoriatiedon pohjalta. Kysymykset käsittelivät sekä asiakaspalvelun laatua että tyytyväisyyttä palvelukeskuksen tällä hetkellä tarjoamiin palveluihin. Lomakkeessa oli sekä koko talouspalvelukeskusta että talouspalvelukeskuksen eri toimintoja koskevia väittämiä, joihin pyydettiin ottamaan kantaa. Lomakkeessa kysyttiin myös mm. koulutustoihiveista ja talouspalvelukeskuksen kehityksestä. Vastaajien piti myös antaa talouspalvelukeskukselle kokonaisarvosana. Useammassa kohdassa oli mahdollisuus myös kommentoida vapaasti.

Vastaajiksi valittiin henkilöitä taloudesta, myynnistä ja markkinoinnista, HR:stä, hankinnasta ja liiketoimintojen johtoryhmistä. Ideana oli, että nämä ryhmät ovat paljon tekemisissä talouspalvelukeskuksen kanssa ja siten muodostavat suuren osan keskuksen asiakkaista. Myös tuotannon työntekijöiden joukosta arvottiin vastaajia. Muista ryhmistä valittiin ammattinimikkeiden perusteella edellä mainittujen toimintojen henkilöitä vastaajiksi mahdollisimman kattavasti. Tuotannon työntekijät ovat suhteessa melko vähän tekemisissä palvelukeskuksen kanssa suoraan (poislukien palkkahallinto) eikä suurella osalla heistä ole omaa työ sähköpostiosoitetta, joten heitä on määrällisesti valittu kyselyn vastaajiksi vähemmän. Kysely lähetetään vastaajille sähköpostin välityksellä elokuussa 2016. Vastausaikaa annetaan 10 päivää. Tämän ajan sisällä saadut vastaukset analysoidaan QuestBack -ohjelman analyysien avulla sekä manuaalisesti. Tuloksista eritellään vastaajien taustatiedot sekä kysymykset käydään läpi yksitellen. Avointen kysymysten vastaukset luokitellaan ja niistä tehdään kunkin kysymyksen osalta kooste.

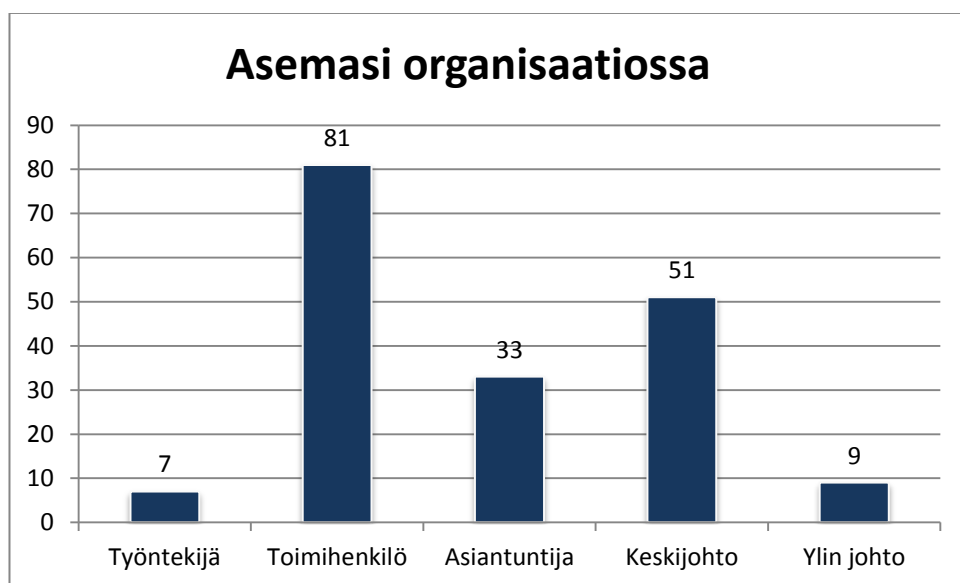
Kysely lähetettiin yhteensä 436 henkilölle. Kyselyyn oli mahdollista vastata 10.-19.8.2016 sähköpostiin tulleen linkin välityksellä.

## 4.2 Kyselyn tulokset

Kyselyyn vastasi 181 henkilöä. Vastausprosentti oli näin ollen 42 %, mikä oli mielestäni yllättävän hyvä. Oletin kyselyn vastausajankohdan olevan monelle haastava johtuen esimerkiksi kesälomalta palaamisesta ja siihen liittyvästä kiireestä. Kyselyn otanta oli tarkoituksella suurehko, jotta vastauksia saataisiin sen verran, että niistä voi tehdä päätelmiä ja kehitysehdotuksia.

### Kysymys 1.

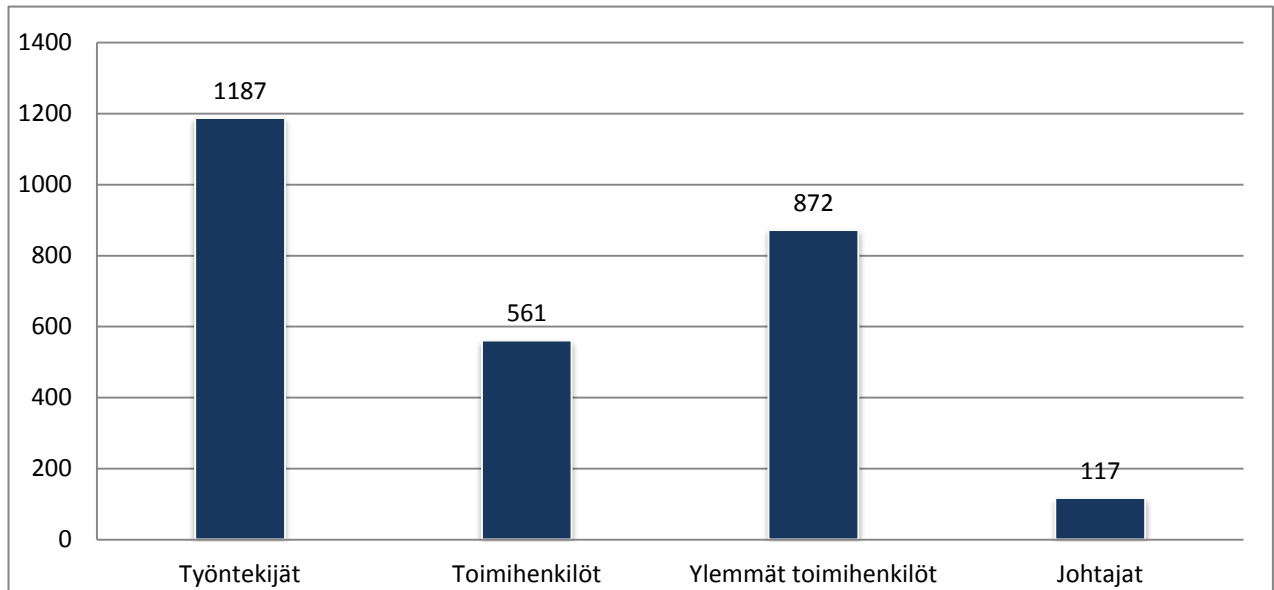
Ensimmäiseksi kysyttiin vastaajan asemaa organisaatiossa. Vaihtoehtoiksi annettiin työntekijä, toimihenkilö, asiantuntija, keskijohto ja ylin johto.



Kuva 4. Asemasi organisaatiossa

Suurin osa vastaajista, lähes 45 %, oli toimihenkilöitä. Seuraavaksi eniten vastaajia oli keskijohdosta (28 %), sitten asiantuntijoista (18 %). Ylimmästä johdosta vastaajia oli 5 % ja työntekijöistä vähiten (4 %). Tulos oli melko arvattava, sillä työntekijöitä ei vastaajien joukossa ollutkaan paljoa ja ylimmästä johdosta en olettanut monen ehtivän vastaamaan tällaiseen kyselyyn. Määrällisesti yllättävänkin moni ylimmästä johdosta oli

kuitenkin vastannut. Vertailun vuoksi ohessa on myös koko Patrian henkilöstöjakauma työntekijäryhmittäin.

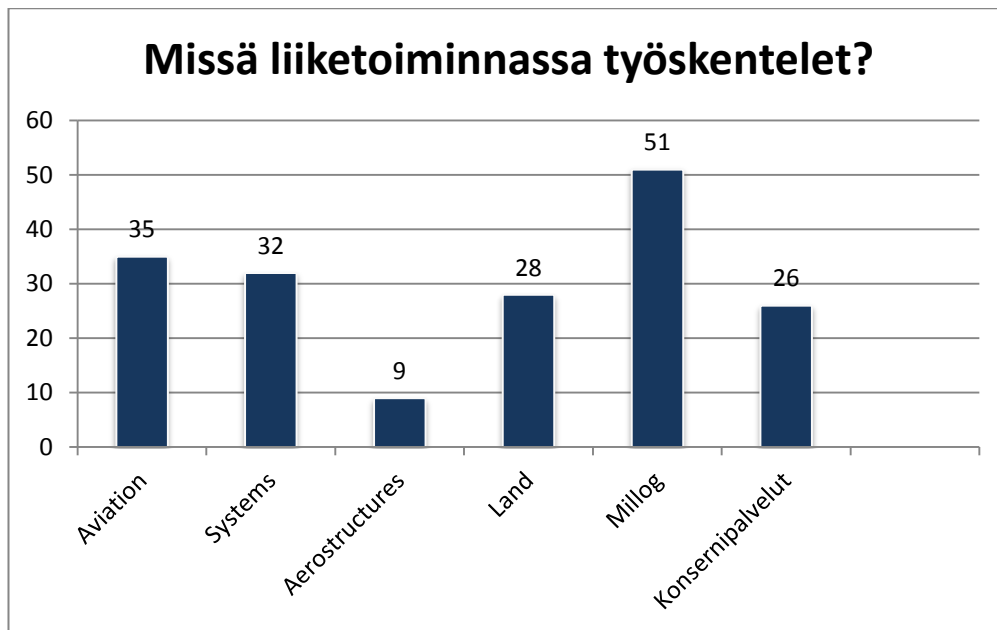


Kuva 5. Koko Patrian jakauma

Kuvasta 5 nähdään, että henkilöstöjakauma oli kyselyssä erilainen. Oikeasti suurin ryhmä, työntekijät, ei ollut otoksessa edustettuna samoin kuin oikeassa jakaumassa. Syynä on työntekijöiden vähäinen asiointi talouspalvelukeskuksen kanssa. Työntekijöiden asiointi rajoittuu lähinnä palkkapalveluihin. Toimihenkilöiden, asiantuntijoiden ja keskijohdon voidaan yhdessä ajatella vastaavan koko konsernin tasolla toimihenkilöitä ja ylempiä toimihenkilöitä. Suhteessa heitä oli kyselyn vastaajista eniten, joka ei aivan vastaa todellista jakaumaa työntekijöiden edustaessa todellisuudessa hieman vajaata puolikasta henkilöstöstä. Johtajien osuus on suurin piirtein samaa luokkaa kyselyyn vastanneissa ja todellisuudessa.

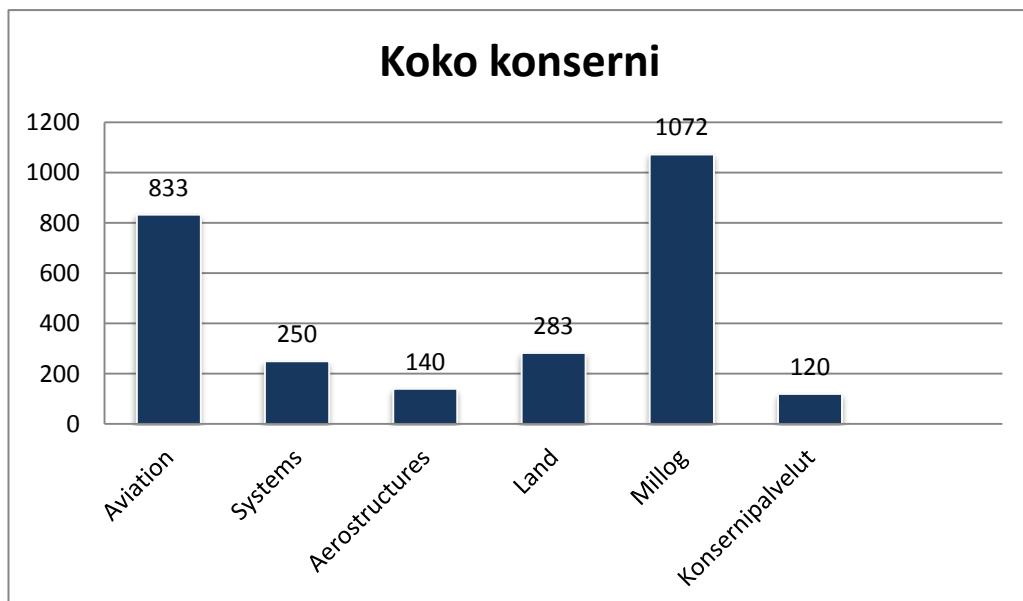
## Kysymys 2.

Taustatiedoksi haluttiin myös tietää, miten Patrian eri liiketoiminnat ovat vastaajissa edustettuna.



Kuva 6. Missä liiketoiminnassa työskentelet?

Eniten vastaajia oli Millogista, 28 % vastaajista. Millog on Patrian tytäryhtiö ja luetaan yhdeksi liiketoiminnoista. Seuraavaksi eniten vastaajia oli Aviation- liiketoiminnasta, 19 %. Systemsin (18 %), Landin (15 %) ja Konsernipalveluiden (14 %) vastausmäärissä kappaleina ei ollut suuria eroja keskenään. Vähiten vastaajia oli Aerostructures -liiketoiminnasta, noin 5 % vastaajista. Alla vertailun vuoksi koko konsernin henkilöstön jakautuminen eri liiketoimintoihin. Tästä huomataan jakauman olevan samankaltainen kuin vastaajien jakauma, eli otos edustaa melko hyvin koko konsernia.



Kuva 7. Koko konsernin henkilöstöjakauma liiketoiminnoittain.

### Kysymys 3.

Taustatietona kysyttiin myös, missä funktiossa vastaaja työskentelee. Kysymyksessä oli myös avoin kohta, mikäli ei työskentele missään luetelluista funktioista.



Kuva 8. Missä funktiossa työskentelet?

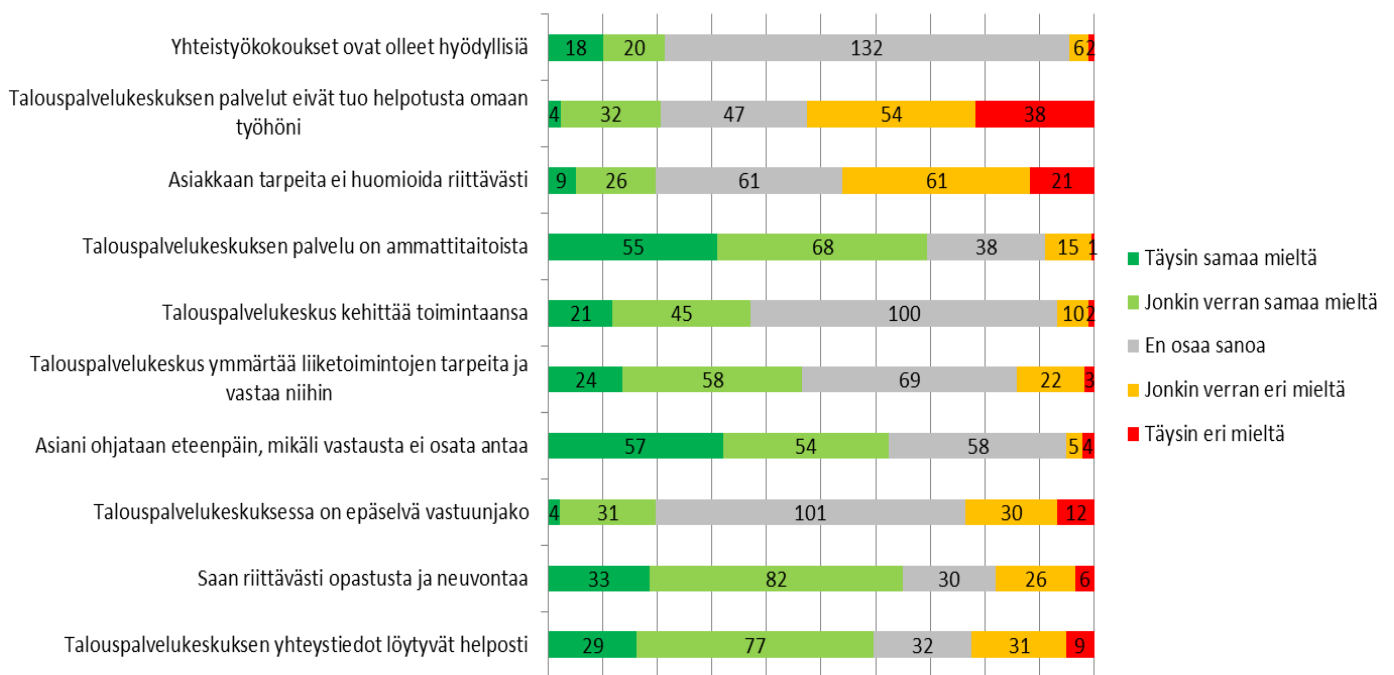
Suurin osa vastaajista, 33 %, työskenteli tuotannossa. Lukumäärä sisältää myös tuotannon esimiehet ja muut tuotannon toimihenkilöt, ei ainoastaan työntekijöitä. Seuraavaksi eniten vastasivat hankinnan ja logistiikan parissa työskentelevät (14 %) sekä vastaajat, jotka ilmoittivat työskentelevänsä jossakin muualla (13 %). Muun hallinnon työntekijöitä oli vastaajista 12 %, myynnin ja markkinoinnin työntekijöitä 10 %, talous- ja rahoitustoiminnoissa työskenteleviä 9 % ja henkilöstöhallinnosta 6 %. Pienin osuus vastaajista ilmoitti työskentelevänsä toiminnan kehittämisen parissa (3 %).

Jokin muu -vaihtoehdon valinneet työskentelivät useissa eri funktioissa. Seuraavissa ilmoitti työskentelevänsä useampi kuin yksi henkilö: Tuotekehitys, Yritysturvallisuus, Viestintä, Hankehallinta, Projektit ja Suunnittelu. Lisäksi yksittäisiä vastaajia oli ICT-palveluista, Tilauskeskuksesta, Yrityssuunnittelusta ja markkinoinnista, After Salesista, Programme Managementista, Materiaaliosastolta ja Laatuosastolta.

Vastauksista huomaa, että valmiiksi annettujen funktioiden nimiä olisi ehkä pitänyt muotoilla jotenkin eri tavalla, sillä mielestäni useat jokin muu -vastaukset olisi voinut sijoittaa johonkin valmiiseen luokkaan.

#### Kysymys 4.

Kysymyksessä esitettiin 11 koko talouspalvelukeskusta koskevaa väittämää, joihin vastaajan tuli ottaa kantaa asteikolla 1-5 (1= täysin eri mieltä, 2= jonkin verran eri mieltä, 3= en osaa sanoa, 4= jonkin verran samaa mieltä, 5= täysin samaa mieltä). Kysymyksellä pyrittiin saamaan yleiskuva talouspalvelukeskuksen asiakaspalvelusta sekä vastaajien mielipide keskuksen tämänhetkisestä palvelutarjonnasta.



Kuva 9. Mitä mieltä olet seuraavista väittämistä koskien talouspalvelukeskusta ja sen toimintaa?

Kysymyksen avulla pyrittiin saamaan yleiskuva talouspalvelukeskuksen tämänhetkisestä tilasta asiakaspalvelun suhteen. Väittämien vastausjakauma on ilmoitettu lukumääränä, sillä eri riveillä on eri määrä vastaajia.

Vastaajilta haluttiin kysyä tähän mennessä järjestettyjen yhteistyökokousten hyödyllisyydestä. Niitä on järjestetty talouspalvelukeskuksen ja liiketoimintojen välillä. Suuri osa vastaajista, 74 %, ei osannut arvioida kokousten hyödyllisyyttä. Tämä todennäköisesti johtuu siitä, että vastaajien joukkoon ei sattunut kovinkaan monia kokouksiin osallistuneita. Toki voi myös olla, että kokouksiin on osallistuttu mutta silti niiden hyödyllisyyttä ei osata kommentoida. Jo kysymyksiä suunniteltaessa todettiin, että vastaajajoukossa on varmasti monia, jotka eivät ole kokouksiin osallistuneet eivätkä siten osaa ot-

taa kantaa. Muista vastaajista useimmat olivat kuitenkin joko täysin tai jonkin verran samaa mieltä (yhteensä 21 %), kuin jonkin verran tai täysin eri mieltä (yhteensä 4 %).

Toinen väittämä on tarkoituksellisesti muotoiltu kielteiseen muotoon. Siinä haluttiin tietää, tuovatko talouspalvelukeskuksen palvelut helpotusta vastaajan työhön. Kysymyksiä yhteisesti suunniteltaessa haluttiin, että kaikki väittämät eivät ole myönteisessä muodossa. Väittämän muotoilu on saattanut hämätä joitakin vastaajia. Kaikkia vaihtoehtoja on vastattu, mutta yhteensä noin 53 % vastaajista on vastannut olevansa joko jonkin verran tai täysin eri mieltä väittämän kanssa. Tämä on ihan hyvä tulos, sillä tässä optimaalisinta olisikin saada mahdollisimman paljon eri mieltä -vastauksia. Noin 27 % vastaajista ei osannut sanoa (kaikki vastaajat eivät esimerkiksi ole käyttäneet talouspalvelukeskuksen palveluita) ja noin 21 % oli väittämän kanssa joko jonkin verran tai täysin samaa mieltä.

Myös seuraava väittämä on muotoiltu kielteiseksi. Sillä tiedusteltiin, huomioidaanko asiakkaan tarpeita riittävästi. Vastausjakauma on samankaltainen kuin edellisessä kysymyksessä. Jälleen optimaalisinta olisi saada mahdollisimman paljon eri mieltä – vastauksia. Yhteensä 46 % vastanneista oli joko jonkin verran tai täysin eri mieltä väittämästä. 34 % ei osannut sanoa ja noin 20 % oli väittämästä jonkin verran tai täysin samaa mieltä.

Seuraavaksi tiedusteltiin, onko talouspalvelukeskuksen palvelu ammattitaitoista. 69 % vastasi olevansa joko täysin tai jonkin verran samaa mieltä. 21 % ei osannut sanoa ja noin 9 % sanoi olevansa joko jonkin verran tai täysin eri mieltä. Täysin eri mieltä oli vain yksi henkilö. Tämä vaikuttaisi vastausten perusteella olevan yksi talouspalvelukeskuksen vahvuuksista.

Seuraava väittämä oli ”Talouspalvelukeskus kehittää toimintaansa”. Yli puolet vastaajista (56 %) ei osannut ottaa väitteeseen kantaa. Voi olla, ettei ole oltu tekemisissä talouspalvelukeskuksen kanssa niin paljoa, että osattaisiin arvioida kehityskaarta. Voi myös olla, että kehitystoimet eivät ole näkyneet vastaajille, vaikka kehitystyön tekemiseen sinänsä uskottaisiinkin. Myönteisiä vastauksia yhteensä on kuitenkin huomattavasti enemmän (yhteensä 37 %) kuin kielteisiä yhteensä (7 %).

Seuraavaksi haluttiin tietää, ymmärtääkö talouspalvelukeskus liiketoimintojen tarpeita ja kykeneekö se vastaamaan niihin. Tämä on tärkeä asia, sillä palveluita tuotetaan liiketoimintoja varten ja haluttiin erityisesti tietää, miten liiketoiminnot tämän asian kokevat. Yhteensä 46 % oli joko täysin tai jonkin verran samaa mieltä. 39 % vastaajista ei osaa sanoa ja täysin tai jonkin verran eri mieltä olevia on yhteensä 14 %. Tulos ei ole huono, mutta parantamisen varaakin ehkä olisi.

Kysyttiin myös, ohjaako talouspalvelukeskuksen henkilöstö asiakasta eteenpäin, mikäli ei itse osaa neuvoa tilanteessa. Tästä saatiin yhteensä vain 9 kielteistä vastausta (5 %), 32 % ei osannut sanoa ja loput olivat joko jonkin verran tai täysin samaa mieltä, yhteensä 62 %. Luultavasti osa en osaa sanoa -vastauksista selittyy siten, että apua on saatu heti ensimmäiseltä henkilöltä, johon yhteyttä on otettu, eikä asiakasta ole siten tarvinnut ohjata eteenpäin. Tämä voidaan nähdä yhtenä keskuksen vahvuuksista.

Seuraavaksi on taas kielteiseen muotoon asetettu väittämä: ”Talouspalvelukeskuksen vastuunjako on epäselvä”. 56 % ei osannut ottaa tähän kantaa. Ääripäiden välillä ei ole suuria eroavaisuuksia vastauksissa. Yhteensä 35 (19 %) oli jonkin verran tai täysin samaa mieltä, 42 (23 %) jonkin verran tai täysin eri mieltä. Hyvä kuitenkin, että eri mieltä olevia oli enemmän, sillä ”erimielisyyttä” tavoiteltiin tässä väittämässä.

Yhdellä kysymyksellä haluttiin selvittää, kokevatko asiakkaat saavansa riittävästi opastusta ja neuvontaa talouspalvelukeskuksesta. Yhteensä 65 % oli täysin tai jonkin verran samaa mieltä väittämän kanssa. 17 % ei osannut sanoa ja 18 % oli jonkin verran tai täysin eri mieltä. Myös tämä näyttäisi olevan yksi talouspalvelukeskuksen vahvuus.

Viimeisenä tiedusteltiin, löytyvätkö talouspalvelukeskuksen yhteystiedot helposti. On tärkeää, että yhteydenotto on mahdollisimman vaivatonta asiakkaalle. Lähes 60 % oli jonkin verran tai täysin samaa mieltä. 18 % ei osannut sanoa ja 22 % oli jonkin verran tai täysin eri mieltä.

	Kaikki N=181	AVI N=35	SYS N=32	AST N=9	LAND N=28	MIL N=51	Konsernipalvelut N=26
<b>Mitä mieltä olet seuraavista väittämistä koskien Talouspalvelukeskusta ja sen toimintaa?</b>	<b>3,31</b>	<b>3,45</b>	<b>3,35</b>	<b>3,43</b>	<b>3,12</b>	<b>3,22</b>	<b>3,41</b>
Talouspalvelukeskuksen yhteystiedot löytyvät helposti	3,48	4,06	3,38	4,13	2,86	3,26	3,77
Saan riittävästi opastusta ja neuvontaa	3,62	3,97	3,68	4	3,07	3,6	3,62
Talouspalvelukeskuksessa on epäselvä vastuunjako	2,92	2,85	2,88	2,63	3,32	2,86	2,81
Asiani ohjataan eteenpäin, mikäli vastausta ei osata antaa	3,87	3,97	4,09	4,13	3,39	3,84	3,96
Talouspalvelukeskus ymmärtää liiketoimintojen tarpeita ja vastaa niihin	3,44	3,38	3,69	3,5	3,04	3,49	3,56
Talouspalvelukeskus kehittää toimintaansa	3,41	3,5	3,53	3,25	2,96	3,28	3,92
Talouspalvelukeskuksen palvelu on ammattitaitoista	3,91	4,12	4,09	4,13	3,5	3,84	3,92
Asiakkaan tarpeita ei huomioida riittävästi	2,67	2,79	2,41	2,75	3,18	2,44	2,69
Talouspalvelukeskuksen palvelut eivät tuo helpotusta omaan työhöni	2,49	2,48	2,25	2,63	2,74	2,48	2,48
Yhteistyökokoukset ovat olleet hyödyllisiä	3,26	3,29	3,53	3,13	3,14	3,08	3,38

Kuva 10. Talouspalvelukeskusta koskevat väittämät ja vastausten keskiarvot liiketoiminnoittain.

	Kaikki N=181	Työntekijä N=7	Toimihenkilö N=81	Asiantuntija N=33	Keskijohto N=51	Ylin johto N=9
<b>Mitä mieltä olet seuraavista väittämistä koskien Talouspalvelukeskusta ja sen toimintaa?</b>	<b>3,31</b>	<b>3,11</b>	<b>3,36</b>	<b>3,23</b>	<b>3,29</b>	<b>3,38</b>
Talouspalvelukeskuksen yhteystiedot löytyvät helposti	3,48	3,57	3,52	3,36	3,36	4,22
Saan riittävästi opastusta ja neuvontaa	3,62	3,43	3,71	3,3	3,62	4,22
Talouspalvelukeskuksessa on epäselvä vastuunjako	2,92	2,86	2,89	3,09	2,98	2,22
Asiani ohjataan eteenpäin, mikäli vastausta ei osata antaa	3,87	3,29	4,01	3,73	3,84	3,78
Talouspalvelukeskus ymmärtää liiketoimintojen tarpeita ja vastaa niihin	3,44	3,14	3,56	3,25	3,38	3,67
Talouspalvelukeskus kehittää toimintaansa	3,41	3	3,47	3,3	3,4	3,67
Talouspalvelukeskuksen palvelu on ammattitaitoista	3,91	3,14	4,06	3,7	3,88	4,13
Asiakkaan tarpeita ei huomioida riittävästi	2,67	2,86	2,56	2,91	2,64	2,78
Talouspalvelukeskuksen palvelut eivät tuo helpotusta omaan työhöni	2,49	3,14	2,38	2,61	2,55	2,11
Yhteistyökokoukset ovat olleet hyödyllisiä	3,26	2,71	3,41	3,09	3,24	3,11

Kuva 11. Talouspalvelukeskusta koskevat väittämät ja vastausten keskiarvot henkilöstöryhmittäin.

Yllä koko talouspalvelukeskusta koskevat väittämät ja vastausten keskiarvot sekä liiketoiminnoittain että henkilöstöryhmittäin. Vastaavanlaiset keskiarvot saatiin selville myös osastokohtaisesti, mutta niitä ei käydä läpi tässä työssä. Osastokohtaiset vastaukset esitetään seuraavan kysymyksen yhteydessä pylväsdiagrammeina ja niissä käsitellään kaikkia vastaajia, ei mitään tiettyä vastaajajoukkoa.

Keskiarvoista havaitaan, että suurimmaksi osaksi on saatu vihreää. Kielteisesti muotoillut väittämät erottuvat keltaisella kuten kuuluukin, ja näin on johdonmukaisesti kaikilla vastaajilla. Kokonaiskeskiarvot eivät sinällään kerro totuutta, sillä kielteiset väittämät vääristävät keskiarvoja.

## Kysymys 5.

Kysymyksellä haluttiin selvittää, mitä talouspalvelukeskuksen toimintoja vastaajat ovat käyttäneet. Tulos oli ennalta arvattava, sillä oli tiedossa että palkkapalveluiden ja matkalaskujen kanssa asioivat huomattavasti useammat henkilöt kuin esimerkiksi kirjanpidon, eikä vain jokin tietty ryhmä vaan käytännössä kuka tahansa henkilöstöön kuuluva.



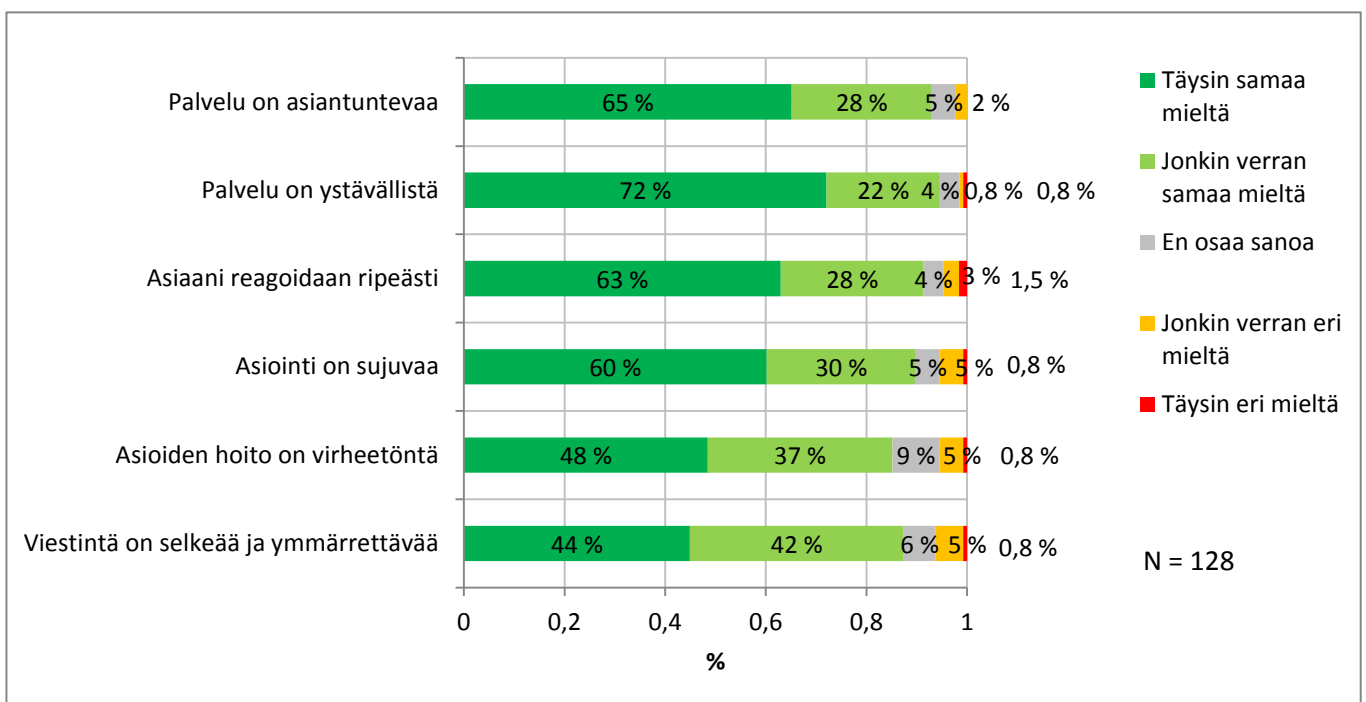
Kuva 12. Minkä talouspalvelukeskuksen toiminnon/toimintojen kanssa olet asioinut?

Kuten mainittu, eniten asioitiin palkkapalveluiden ja matkalaskujen kanssa. Seuraavaksi eniten asioitiin ostoreskontran kanssa, ja sen jälkeen melko tasaisesti kirjanpidon, maksuliikenteen ja myyntilaskutuksen kanssa. 32 vastaajaa oli asioinut Assistant Business Control-toiminnon kanssa, 23 myyntireskontran kanssa ja 18 veroasioissa. Vähiten oli asioitu käyttöomaisuuskirjanpidon asioissa, ja 12 ilmoitti, ettei ole asioinut minkään

toiminnon kanssa. Avoimissa kommentteissa oli myös ilmoitettu, että on kyllä asioitu, mutta satunnaisia yhteydenottoja ei osattu kohdistaa näille tietyille funktioille.

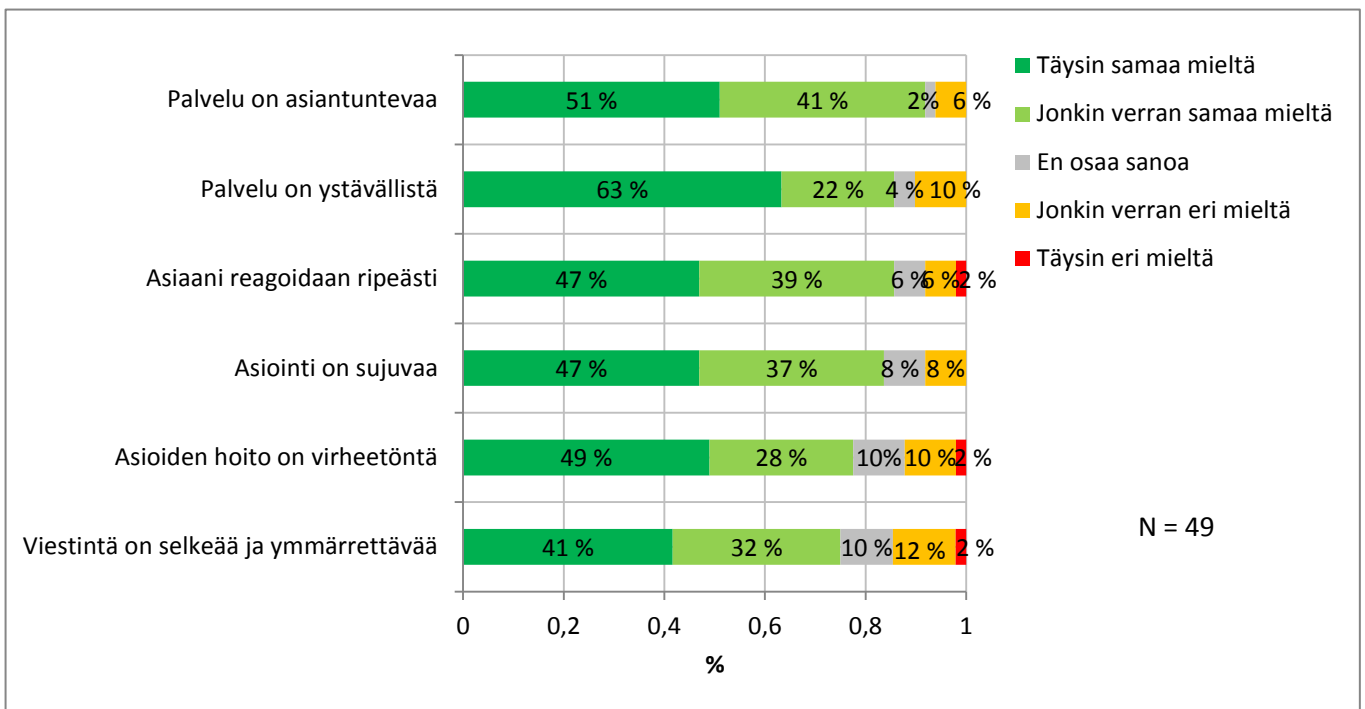
Sen mukaan, minkä toiminnon kanssa oli kertonut asioineensa, avautui lista väittämiä kyseisestä toiminnosta, joihin pyydettiin ottamaan kantaa. Esimerkiksi, jos valitsi asioineensa ostoreskontran kanssa, avautui vastaajalle lista väittämistä koskien ostoreskontran toimintaa. Jokaista valittua toimintoa kohti avautui oma lista, mutta kaikissa oli samat väittämät. Alla ovat toiminnoittain esitettyihin väittämiin saadut vastaukset.

### Palkkapalvelut



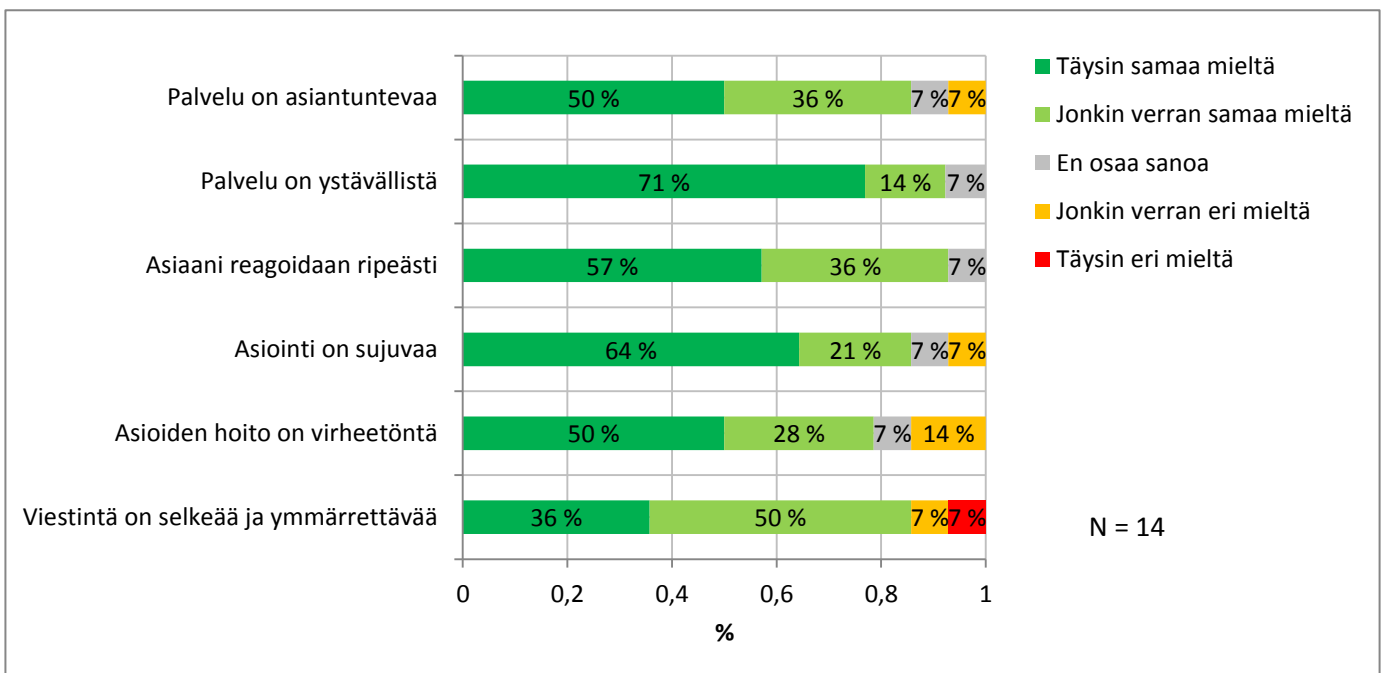
Kuva 13. Palkkapalvelut

## Kirjanpito



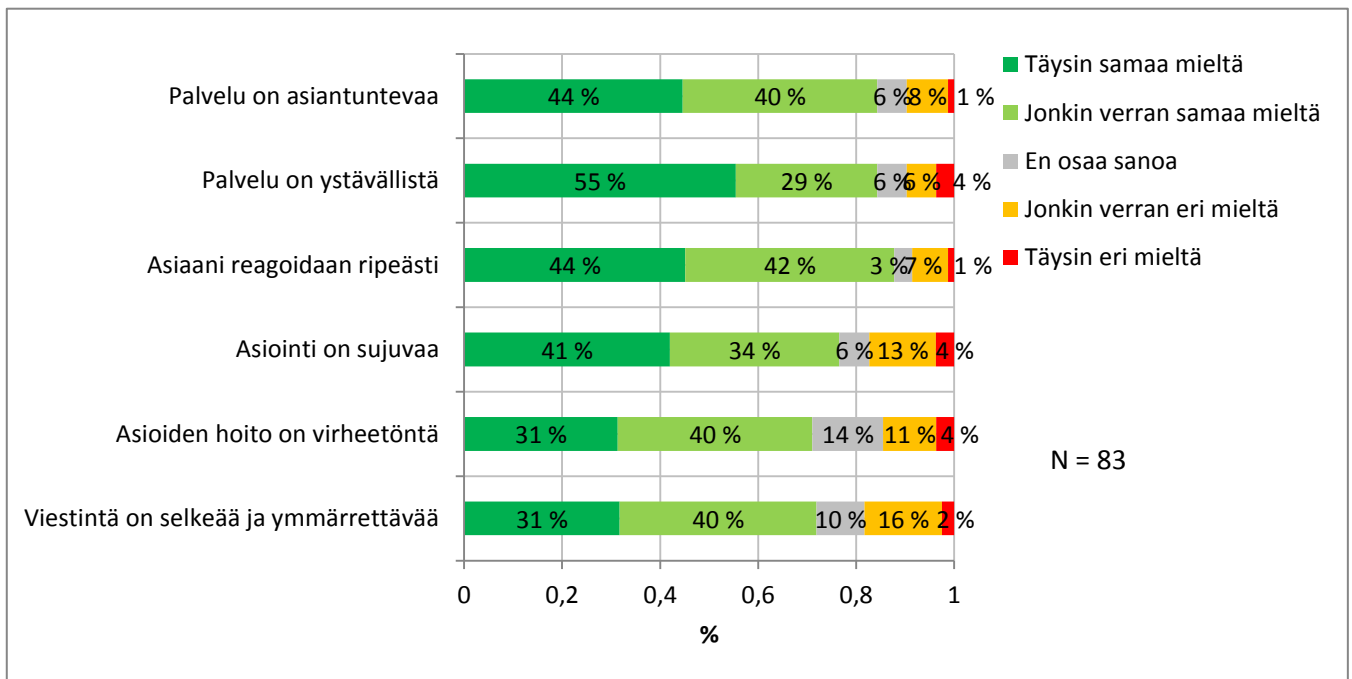
Kuva 14. Kirjanpito

## Käyttöomaisuuskirjanpito



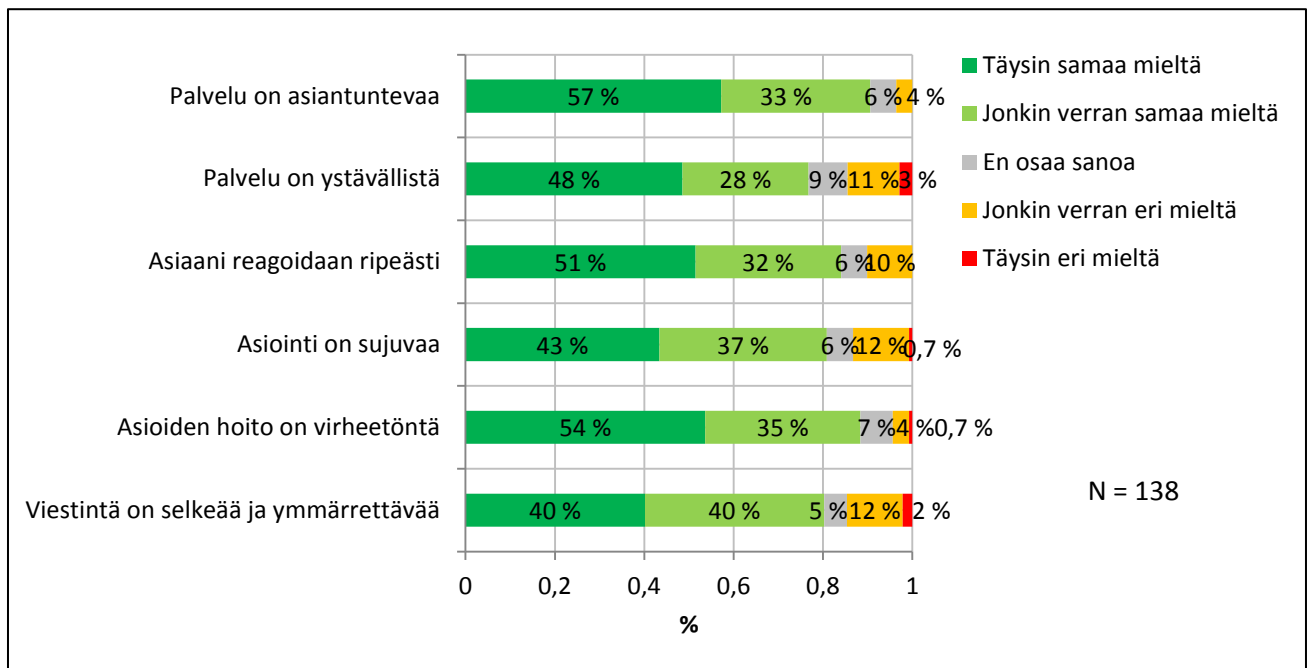
Kuva 15. Käyttöomaisuuskirjanpito

## Ostoreskontra



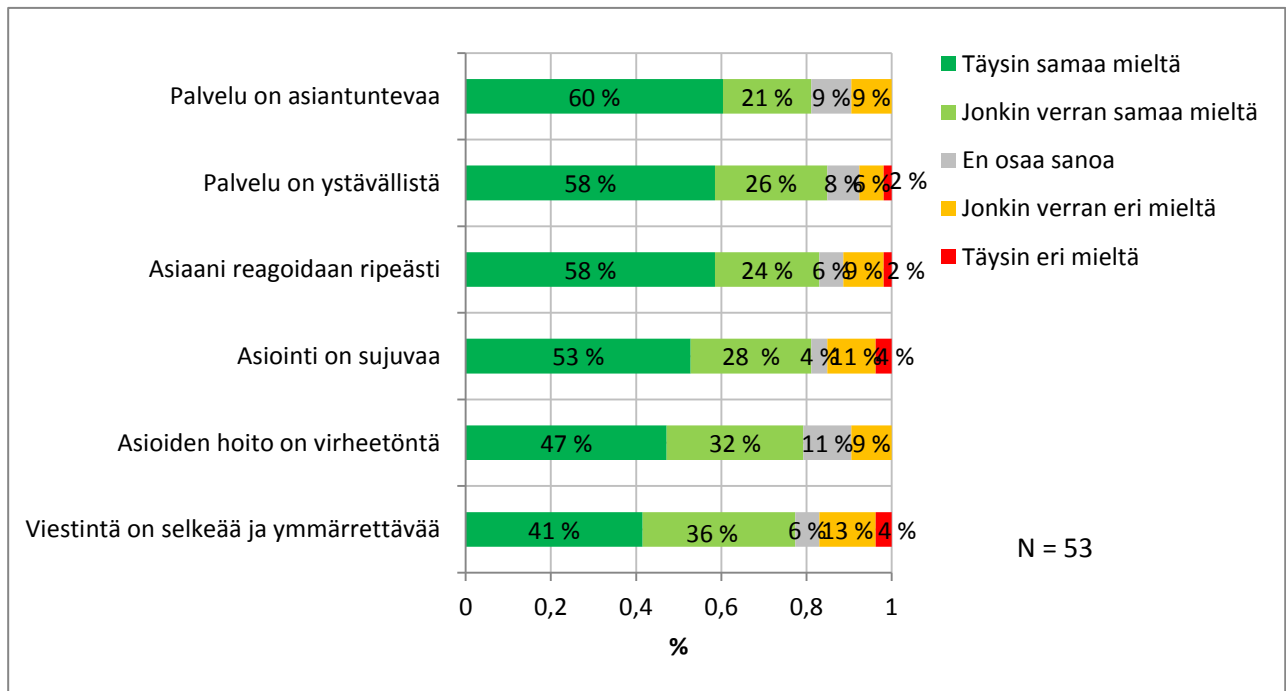
Kuva 16. Ostoreskontra

## Matkalaskut



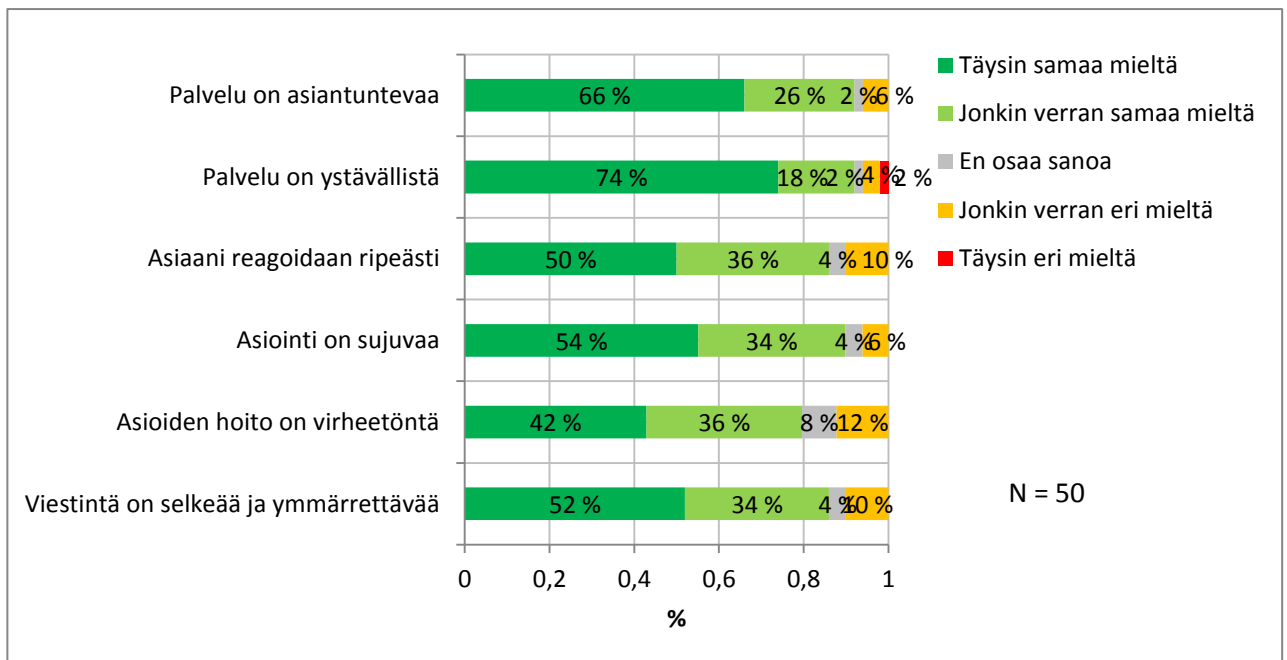
Kuva 17. Matkalaskut

## Maksuliikenne



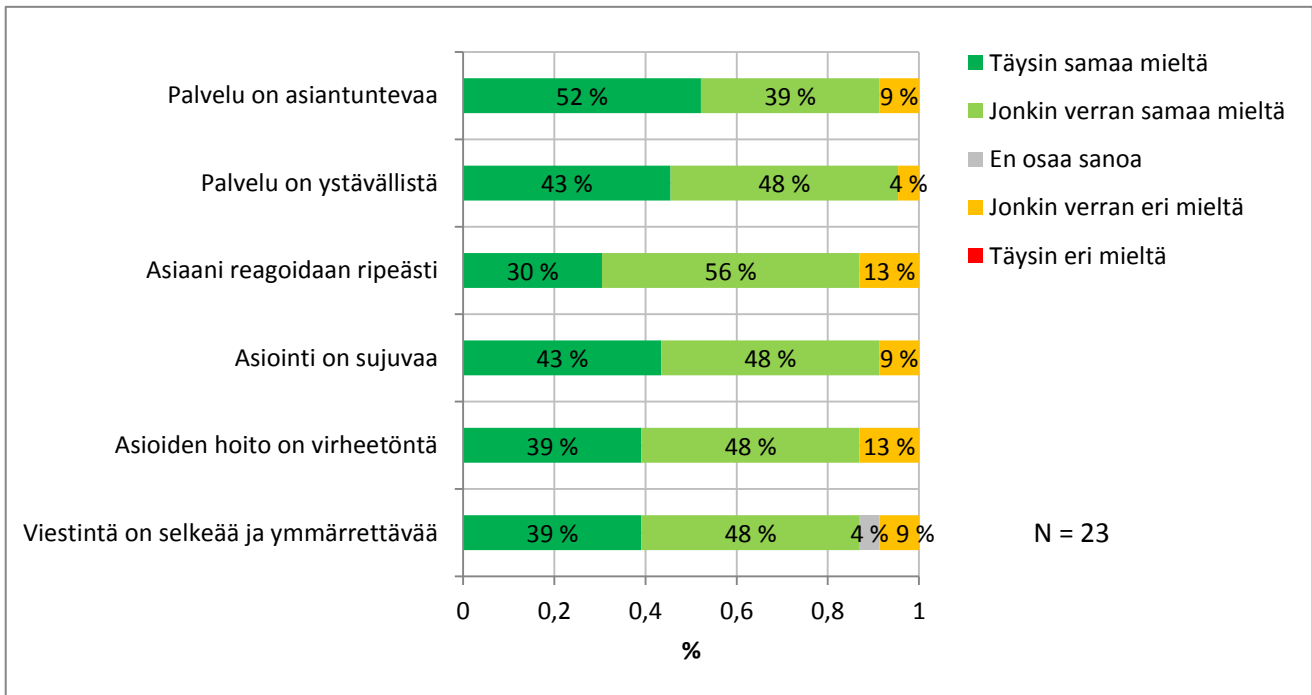
Kuva 18. Maksuliikenne

## Myyntilaskutus



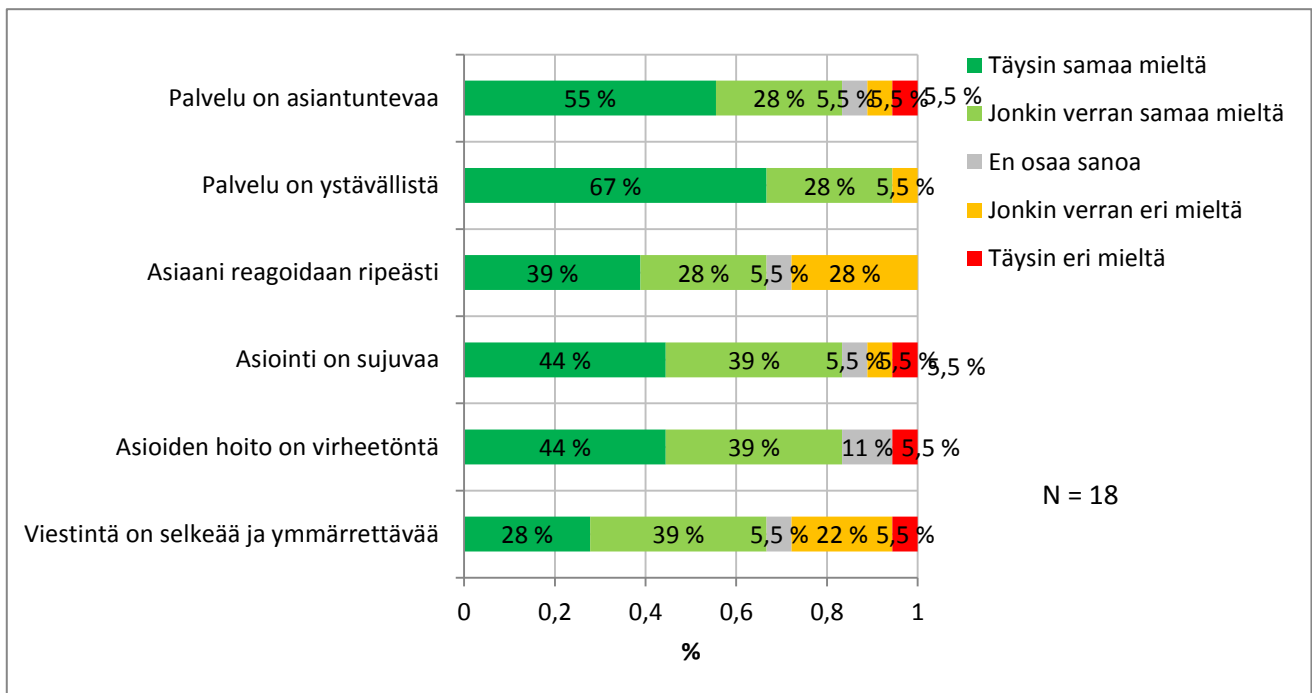
Kuva 19. Myyntilaskutus

## Myyntireskontra



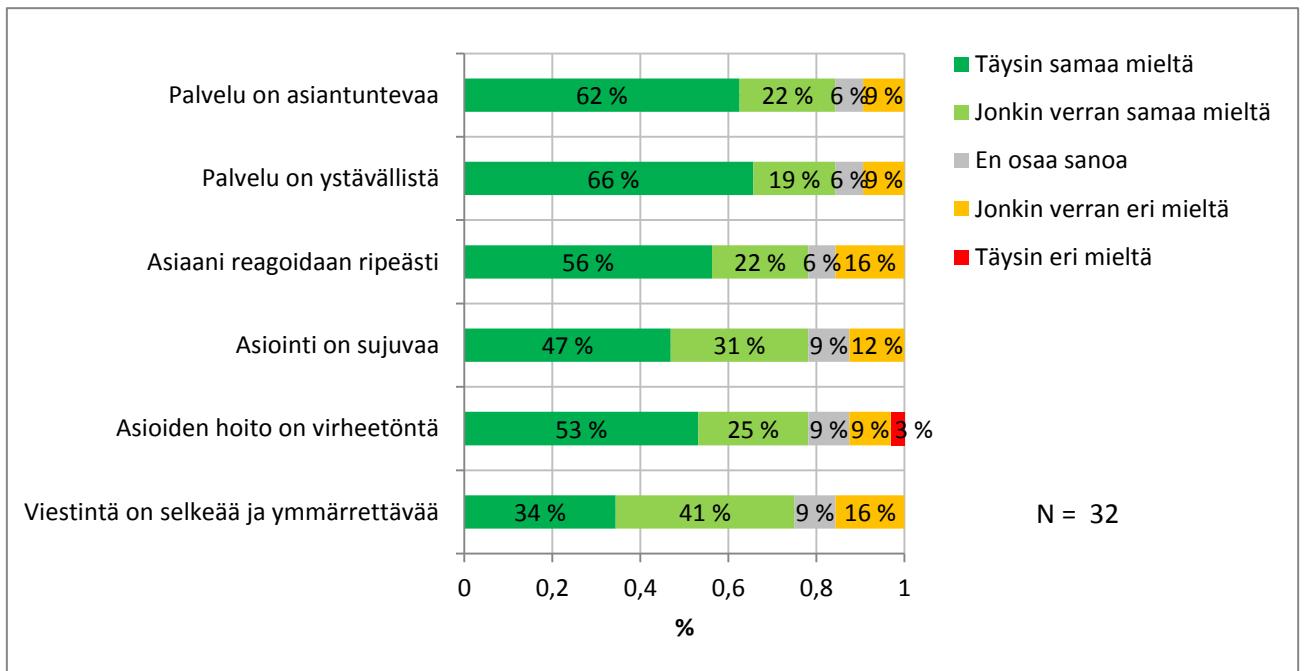
Kuva 20. Myyntireskontra

## Veroasiat

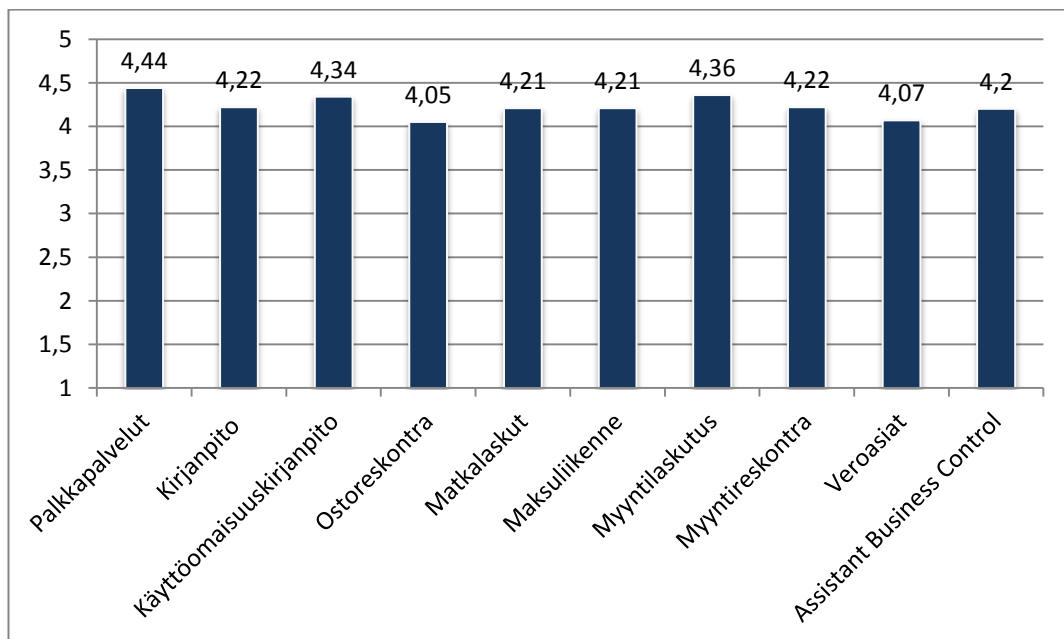


Kuva 21. Veroasiat

## Assistant Business Control



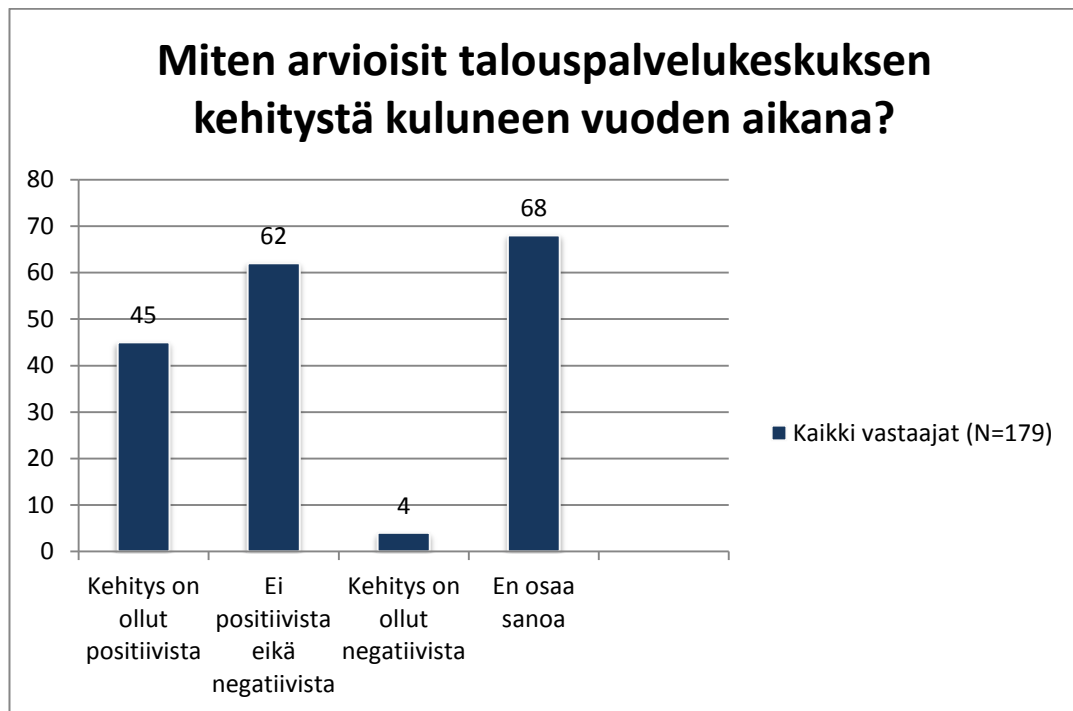
Kuva 22. Assistant Business Control



Kuva 23. Toimintokohtaiset keskiarvot väittämistä

Kuvasta 23 nähdään, että kaikki talouspalvelukeskuksen toiminnot saivat keskiarvoksi väittämistä yli 4, joka on hyvä tulos. Toiminnoittain tuloksia tarkastellaan vielä tarkemmin talouspalvelukeskuksen sisällä ja niiden perusteella pohditaan mahdollisia kehitystoimenpiteitä.

### Kysymys 6.



Kuva 24. Miten arvioisit talouspalvelukeskuksen kehitystä kuluneen vuoden aikana?

Kysymyksellä selvitettiin vastaajien mielipidettä talouspalvelukeskuksen kehityssuunnasta viimeisen vuoden aikana. Ensimmäisenä huomio kiinnittyy siihen, että vain 4 henkilöä (2 %) on vastannut kehityksen olleen negatiivista. Positiiviseksi kehityksen arvioi 45 vastaajaa (25 %). Suuri joukko vastaajia ei kuitenkaan ole asettunut kummallekään kannalle, vaan heidän mielestään kehitys ei ole ollut positiivista eikä negatiivista (35 %) tai he eivät osaa sanoa (38 %). Yksi mahdollisuus on, että suurin osa vastaajista ei ole asioinut talouspalvelukeskuksen kanssa riittävästi osatakseen arvioida kehityksen suuntaa. Mahdollista on toisaalta myös se, että tehdyt kehitystoimet eivät ole näkyneet riittävästi asiakkaille.

## Kysymys 7.

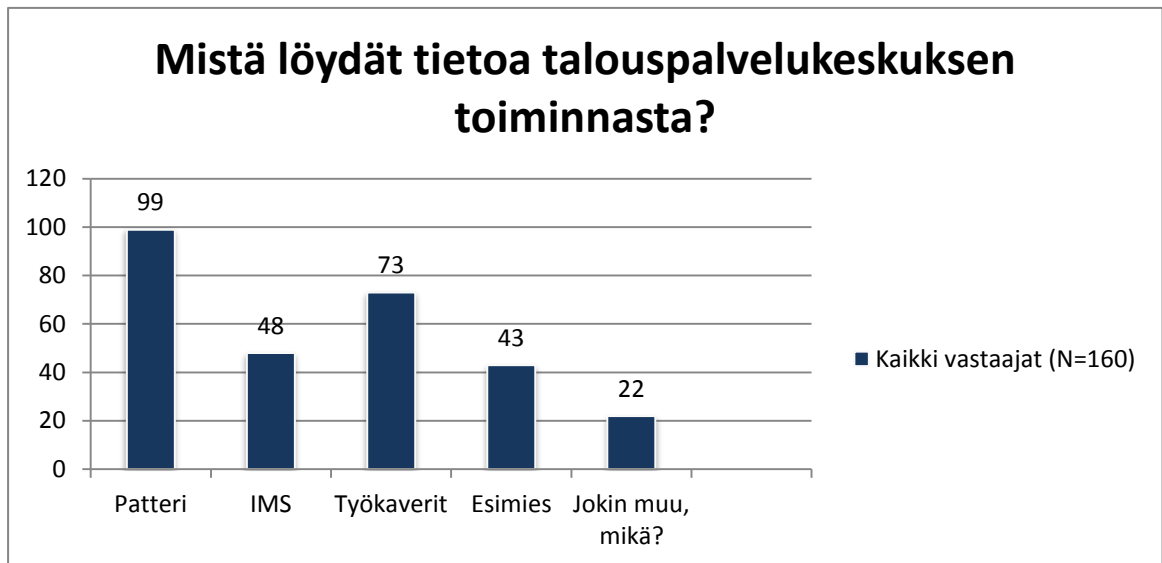


Kuva 25. Mitä koulutuksia toivoisit?

Koulutustoivekysymykseen oli vastannut huomattavasti harvempi kuin aiempiin kysymyksiin. Kaikki valmiiksi ehdotetut vaihtoehdot saivat kannatusta, ja lisäksi muutamat olivat myös kommentoineet avoimeen kohtaan. Eniten toivottiin koulutusta ALV-asioista, tuntikirjauksista (JotBar -ohjelma), tilikartasta ja V10-ohjelmasta (näitä jokaisista oli kannattanut 30 vastaajaa tai enemmän). Jokin muu, mikä -vaihtoehdon valinneet olivat toivoneet seuraavia:

- Matkavarausjärjestelmien käyttökoulutusta
- Tiliöintikoulutusta
- Cognos -koulutusta
- Koulutusta V10-järjestelmän tuomista muutoksista
- Koulutuskalenteria, josta voisi poimia itselleen kulloinkin parhaiten sopivia koulutuksia
- Talouspalvelukeskuksen henkilöstön toivottiin kouluttavan itseään, jotta he ymmärtäisivät paremmin liiketoimintojen tarpeita

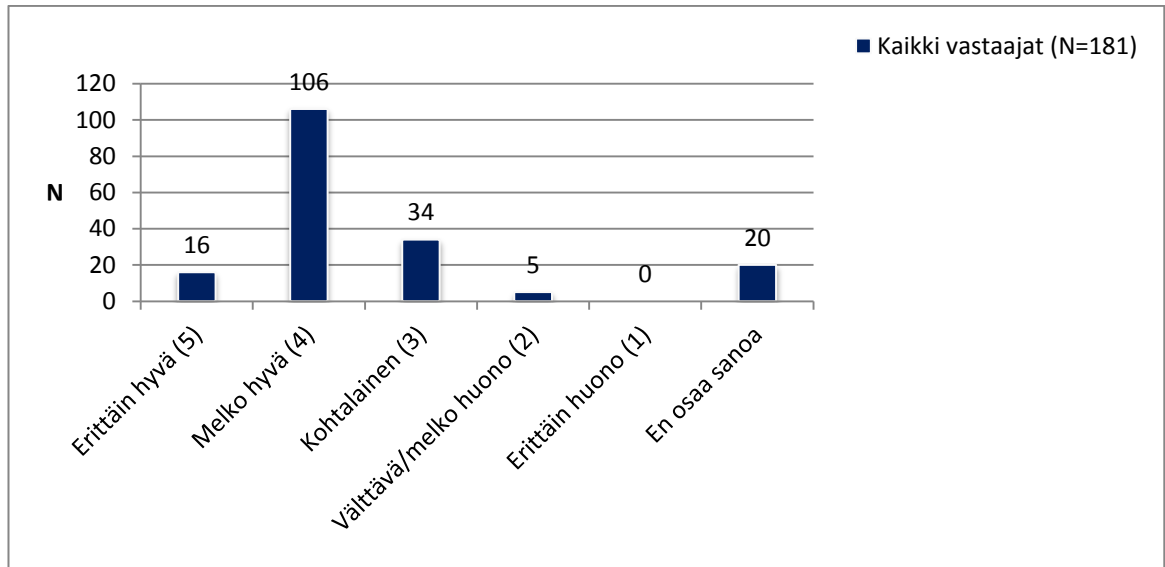
### Kysymys 8.



Kuva 26. Mistä löydät tietoa talouspalvelukeskuksen toiminnasta?

Kysymykseen saattoi valita useamman vaihtoehdon. Suurin osa vastaajista löysi tietoa parhaiten Patterista (Patrian intra). Lisäksi tietoa saatiin työkavereilta, IMS- järjestelmästä, esimieheltä tai jostain muualta. Jokin muu, mikä -vaihtoehdon valinneet kertoivat löytävänsä tietoa Millistä (Patrian tytäryhtiön Millogin oma intra), HR - henkilöstöltä/ -osastolta tai ottamalla yhteyttä suoraan talouspalvelukeskukseen.

### Kysymys 9.



Kuva 27. Minkä kokonaisarvosanan antaisit talouspalvelukeskuksen toiminnasta tällä hetkellä asteikolla 1-5?

Suurin osa, noin 59 % vastaajista on antanut arvosanan 4 (melko hyvä). 9 % on ollut sitä mieltä, että toiminta ansaitsee arvosanan 5 (erittäin hyvä). 19 % antoi arvosanaksi 3 (kohtalainen) ja 3 % arvosanan 2 (välttävä/melko huono). Kukaan ei kuitenkaan arvioinut toimintaa erittäin huonoksi (arvosana 1). 11 % vastanneista ei antanut arvosanaa.

Selvästi kokonaisarvosanalla mitattuna tilanne ei ole lainkaan huono. En osaa sanoa -vaihtoehdon olisi ehkä voinut jättää tästä kysymyksestä pois. On positiivista, ettei kukaan arvioinut toimintaa huonoimmalla arvosanalla. Välttäviä ja kohtalaisia arvosanoja kuitenkin tuli, joten joissain asioissa löytyy siis vielä parantamisen varaa. Erittäin hyvä-arvioiteja tuli suhteellisen vähän.

### Kysymys 10.

Tässä kysymyksessä kysyttiin, mitä palveluita vastaaja toivoisi saavansa talouspalvelukeskuksesta. Kysymys oli avoin, eli valmiita vaihtoehtoja ei annettu. Kysymykseen saatiin seuraavanlaisia vastauksia:

- Tietoa kustannuspaikkojen muutoksista
- Enemmän tietoa koulutusmahdollisuuksista

- Enemmän tukea, neuvontaa ja koulutusta
- Asiakaspalvelua
- Selkeitä ohjeistuksia, asiantuntijuutta, suunnitelmallisempaa tukea
- Laskujen lajittelu ei ole nykyisellään mahdollista siten kuin toivotaan
- Valmiit tiliöinnit laskuihin
- Palvelut ovat ok, mutta nopeampaa reagointia ja asioiden hoitoa
- Useiden liiketoimintojen yhteisten hankkeiden läpiviennin helpottaminen (tukirooli)
- Tukea hankinnalle
- Assistenttipalveluita (tietojen syöttämiseen kuluu paljon aikaa)
- Palvelua pitäisi saada myös loppupäivästä kuun vaihteessa
- Vastuut ja tiedotus selkeämmiksi

Vastauksissa nousi esille joitakin asioita useasti. Talouspalvelukeskukselta kaivataan esimerkiksi nykyistä enemmän tietoa ja tukea, asiantuntijan ja tukijan roolia, muutoksia laskujen käsittelymahdollisuuksiin sekä tiliöintimenettelyyn sekä nopeaa reagointia (yhtä lailla kaikkina aikoina työpäivästä/kuukaudesta). Osa koki nykyisellään oman työaikansa kuluvan liiaksi esimerkiksi tietojen syöttämiseen ja laskujen tiliöintiä miettimiseen, joihin he toivoivat helpotusta talouspalvelukeskuksesta.

### **Kysymys 11.**

Viimeisessä kysymyksessä pyydettiin avoimessa muodossa palautetta yleisesti tai tietyille palvelukeskuksen toiminnolle. Melko moni oli hyödyntänytkin tämän mahdollisuuden vapaamuotoiseen palautteenantoon. Vastaajat olivat antaneet sekä yleisluontoista palautetta että palautetta tietyistä talouspalvelukeskuksen toiminnoista.

#### **Yleistä palautetta**

- Talouspalvelukeskuksessa ei kokonaisuutena ymmärretä liiketoimintojen toimintaa, vaan keskuksen toiminta tuntuu lähtevän liikaa heidän omasta näkökulmasta.
- Hyvä, että toimintaa kehitetään. Kannattaa selvittää millaisia palveluita muissa yrityksissä tarjotaan.
- Kun talouspalvelukeskus ottaa hoitaakseen aiemmin muualla hoidettuja tehtäviä, olisi hyvä tulla esittäytymään ja tutustumaan. Tämä parantaisi yhteistyötä ja saattaisi myös lisätä ymmärrystä liiketoiminnoista.
- Monen kommentoimien mielestä talouspalvelukeskus on nimenäkin hyvin tuntematon. Pitäisi jollain tavalla astua esiin. Esimerkiksi tätä kyselyä pidettiin hyvänä asiana, sillä tämä on yksi keino jolla talouspalvelukeskus tuli hieman esille.
- ”Asenne ratkaisee” – muistettava oikeanlainen palveluasenne

- Osa toimii hyvin, osa taas ei. Työn laatu ja ystävällinen palvelu oltava koko keskuksen yhteinen asia, tällä hetkellä ei toteudu kaikkialla. Kommentoitiin myös tiettyjen henkilöiden asenteen olevan positiivisesti iloinen. Toki kaikkien tulisi muistaa olevansa palveluammattissa, vaikka työtä tehdäänkin omalla persoonalla.
- Kaikilla osastoilla olisi syytä muistaa asiakaspalvelullinen ote!
- Prosesseja tulisi kehittää Lean -menetelmin ja ottaa käyttöön näkyviä mittareita.

#### Toiminnoille kohdennettua palautetta

- Ostoreskontra: Lomitusjärjestelyihin lisää suunnitelmallisuutta. Liikaa henkilövaihtuvuutta. Olisi hyvä jos tietäisi etukäteen päivän milloin ostoreskontra tietyn kk:n osalta suljetaan, osaisi paremmin priorisoida omia töitä eikä laskujen korjaamisessa tulisi paniikkia.
- Valuuttatermiineihin liittyvä toiminta on epäselvää, vaikeaa ja siinä syntyy helposti kirjanpitovirheitä.
- On epäselvyyttä, kenelle kuuluvat JotBar -tuntikirjausten korjaukset.
- Palkkapalvelut: Muutosta positiiviseen tapahtunut. Rekrytoinnit onnistuneita, henkilöstö ammattitaitoisia. Toiminta erinomaista ja ripeää. Toisaalta kommentoidaan, että palkkojen siirryttyä Tampereelle palvelu heikentynyt, uutta yhteistyötä ei ole saatu rakennettua, viestintä olematonta. Tampereelle siirryttyä palvelun tavoitettavuus heikentynyt. Sähköpostiin vastaaminen ollut liian hidasta/kaikkeen ei ole kuitattu.
- ”Systemsin oma laskuttaja” koettiin positiivisena asiana
- Laskujen viitetietoja ei aina huomioida tiliöinneissä
- Matkalaskut: pienten virheiden korjaus palautuu laatijalle, vaikka tarkastajakin voisi asian tehdä saman tien. Matkalaskujen maksupäivien vähentyminen yhteen aiheuttaa hankaluuksia. V10:n käyttöä opeteltaessa (kun tullut taloon) koettu, että matkalaskutiimin palvelu ollut epäystävällistä. Kuittien skannaus, tallennus ja linkitys matkalaskuun hidasta.
- Projektinhallinnan ja taloushallinnon välisten toimintatapojen ohjeistus ja koulutus on ollut hyvin vähäistä.
- Cognoksen toiminnassa puutteita.

Yleisissä palautteissa esille nousi ymmärryksen lisääminen liiketoiminnoista ja siihen liittyvän yhteistyö ja kehittäminen. Lisäksi moni koki talouspalvelukeskuksen jo nimenä tuntemattomaksi/vieraaksi. Hyvä asiakaspalvelu ja -asenne olivat myös kommentoituja aiheita.

Myös talouspalvelukeskuksen eri toiminnot saivat palautetta toiminnastaan. Vaikka jotkut kommentit koskivatkin yksittäisiä ja ehkä pieniltä tuntuvia asioita, on tärkeää että koetut epäkohdat tulevat talouspalvelukeskukselle tietoon. Moni ilmi tullut asia on sellainen, jolle jotakin on tehtävissä (esimerkiksi palveluhenkinen asenne, ohjeistukset ja tiedotteet eri aiheista, sähköposteihin kuittaaminen). Järjestelmien toimivuuteen ei vält-

tämättä voida suoraan itse vaikuttaa, mutta saatu palaute voidaan viedä eteenpäin, jotta se voidaan tulevaisuudessa huomioida, kun järjestelmiä kehitetään ja uusitaan.

## 5 YHTEENVETO JA POHDINTAA

### 5.1 Yhteenveto

Kyselyn avulla päästiin kartoittamaan, mihin talouspalvelukeskuksen kanssa asioivat henkilöt ovat tyytyväisiä ja mihin he toivovat kehitystä ja muutoksia. Paljon kommentteja ja palautetta saatiin, ja esille nousi muutamia asioita, joita voitaisiin alkaa työstämään.

Aktiivisimpia vastaajia olivat toimihenkilöt, joka oli odotettavissa. Työntekijöiden joukosta kovin monelle ei lähetetty kyselyä. Yllättävän aktiivisia vastaajia olivat myös keskijohdon ja muun johdon henkilöt. En uskonut johtohenkilöillä olevan aikaa vastata kyselyyn kesälomalta paluun aikaan. Eniten vastaajia oli Millogista, mutta ilahduttavaa kyllä kaikki liiketoiminnot ovat edustettuina vastauksissa. Tämä parantaa tulosten yleis-tettävyyttä.

Vastauksia saatiin myös hyvin laajasti eri funktioissa työskenteleviltä. Annettujen vaihtoehdojen lisäksi moni oli vielä halunnut tarkentaa vastaustaan/sijoittaa itsensä johonkin tiettyyn yksikköön.

Yhdellä kysymyksellä pyrittiin muodostamaan yleiskuvaa talouspalvelukeskuksen palvelun laadusta esittämällä erilaisia väittämiä. Väittämistä kolme oli laitettu kielteiseen muotoon ja loput 8 olivat myönteisiä. Voidaan sanoa, että väittämien perusteella mitään erityisen huolestuttavia asioita ei ilmennyt. Joistakin väittämistä ”suoriuduttiin” paremmin ja joistakin näki, että tätä voitaisiin vielä kehittää.

Kolmessa väittämässä huomattavan suuri osuus vastaajista oli valinnut vaihtoehdon ”en osaa sanoa”. Nämä väittävät olivat: yhteistyökokoukset ovat olleet hyödyllisiä, talouspalvelukeskus kehittää toimintaansa sekä talouspalvelukeskuksessa on epäselvä vastuunjako. En osaa sanoa -vastauksen taustalla saattaa olla monia syitä. Esimerkiksi kysyttäessä yhteistyökokouksista, on todennäköistä että tähän vastaajajoukkoon ei nyt osunut paljoa sellaisia, jotka olisivat osallistuneet kokouksiin. Toki on myös mahdollista, että yhteistyökokoukset eivät ole olleet ns. hyviä eivätkä huonoja, mutta avoimissa kommentteissa ne olivat kuitenkin saaneet kiitosta. Toiminnan kehittämisen suhteen taas voi olla, että konkreettisia kehitystoimia ei ole tullut vastaajille mieleen tai he eivät ole asioineet talouspalvelukeskuksen kanssa niin paljoa, että olisivat huomanneet erityisiä

kehitystoimia. Vastuunjakoa koskevassa väittämässä osa vastaajista saattoi hämääntyä kielteisesti muotoillusta väittämästä. Kysymyksestä saattaa näin jälkikäteen ajatellen saada myös sellaisen kuvan, että sillä haetaan ns. talouspalvelukeskuksen sisäistä vastuunjakoa ja sen tasapainoa, ei niinkään ulospäin näkyvää. Tätähän asiakkaat eivät välttämättä osaa arvioida. Tarkoituksena kuitenkin oli selvittää sitä, kokevatko asiakkaat että vastuualueet on jaettu selkeästi ja he tietävät, mihin kannattaa ottaa yhteyttä missäkin asiassa.

Jos tarkastellaan kokonaisuudessaan vastauksia ”jonkin verran eri mieltä” ja ”täysin eri mieltä”, nähdään että niitä on tullut eniten kielteisistä väittämistä. Tähän pyrittiin, eli siinä mielessä saatiin odotettuja tuloksia. Samoin näihin väittämiin on saatu vähiten samaa mieltä -vastauksia. Jonkin verran ja täysin eri mieltä -vastauksia väittämiin tuli kokonaisuuden kannalta määrällisesti hyvin vähän. Eroja väittämien välille onkin helpompi tehdä tutkimalla täysin tai jonkin verran samaa mieltä -vastauksia. Eniten täysin tai jonkin verran samaa mieltä oltiin seuraavista väittämistä: talouspalvelukeskuksen palvelu on ammattitaitoista, saan opastusta ja neuvontaa sekä asiani ohjataan eteenpäin, mikäli vastausta ei osata antaa. Myös yhteystietojen löytyminen koettiin suhteellisen vaivattomaksi (paitsi Millogilaisten osalta). Hieman vähemmän samaa mieltä -vastauksia saatiin toiminnan kehittämisestä ja liiketoimintojen tarpeiden ymmärtämisestä ja niihin vastaamisesta.

Osastokohtaista asiointia selvitetessä saatiin odotettu tulos: eniten asioidaan palkkal palvelujen ja matkalaskujen kanssa. Osastokohtaisissa väittämässä kaikki osastot saivat hyvän tuloksen (keskiarvo yli 4).

Talouspalvelukeskuksen kehityksestä kysyttäessä vastauksista voidaan todeta, että kehitys ei asiakkaiden mielestä ainakaan ole ollut negatiivista. Neljännes arvioi kehityksen olleen positiivista. Hyvin moni ei osannut ottaa kantaa. Kehityksen seuraaminen vaatii toki asiakkaalta useita asiointikertoja, mutta ehkä kehitystoimetkin voisivat olla näkyvämpiä.

Koulutustoiiveista kysyttäessä kaikki vaihtoehdot saivat kannatusta. Myös avoimissa kohdissa talouspalvelukeskuksen oli toivottu järjestävän koulutuksia enemmän ja monille koulutuksille koettiin vahvasti tarvetta. On kuitenkin huomioitava, että koulutusaiheiseen kysymykseen oli vastannut vain 115 henkilöä, kun koko kyselyyn vastanneita

oli 181. Koulutusten järjestämiseen liittyy myös resurssikysymyksiä ja harkintaa tarvitaan sen suhteen, mitä koulutuksia kenellekin olisi hyvä järjestää.

Tietoa talouspalvelukeskuksen toiminnasta löydettiin parhaiten Patterista tai Millistä. Myös esimiehiltä ja työkavereilta sekä IMS:stä saatiin tietoa, sekä HR -osastolta ja suorilla yhteydenotoilla talouspalvelukeskukseen.

Lähes 60 % vastaajista antoi talouspalvelukeskuksen toiminnasta kokonaisarvosanaksi 4 (melko hyvä). Tämä on hyvä tulos. Kukaan ei antanut huonointa arvosanaa (1).

Palvelutoiveita kysyttäessä, saatiin selville että asiakkaat kaipaavat enemmän tietoa/tiedottamista, tukea ja asiantuntijuutta, muutoksia laskujen käsittelyyn (tiliöiminen, V10-ohjelma), nopeaa reagointia ja palvelua tasaisesti kuukauden eri vaiheissa, hyvää asiakaspalvelua sekä asiakkaiden työn helpottamista (esimerkiksi assistenttipalvelut, talouspalvelukeskuksen selkeämpi rooli eri tahojen tukena).

Avoimissa palautteissa kehitystoiveita olivat yhteistyön ja ymmärryksen lisääminen liiketoimintojen toiminnasta, talouspalvelukeskuksen tunnettuuden lisääminen sekä asiakaspalveluasenne. Osa talouspalvelukeskuksen toiminnoista sai myös kohdennettua palautetta; niin positiivista, kuin hieman negatiivisempaakin.

**Positiivista palautetta**

- Ammattitaitoinen henkilöstö
- Asiakkaan ohjaaminen eteenpäin oikealle taholle sekä muu neuvonta, pääsääntöisesti ystävällistä palvelua
- Yhteystiedot ovat melko vaivattomasti löydettävissä
- Toimintaa pyritään kehittämään ja sitä pidetään tärkeänä
- Sidosryhmien kouluttaminen

**Kehitettävää**

- Yhteistyön kehittäminen edelleen liiketoimintojen kanssa ja heidän tarpeidensa parempi huomiointi, tukiroolin omaksuminen. Yhteistyön lisääminen eri tavoin.
- Muistetaan hyvä asiakaspalvelu joka päivä (sillä tästä saatiin kehuja lisäksi moitteitakin)
- Talouspalvelukeskuksen tunnettuuden lisääminen (ehkä siten myös asiointikynnyksen madaltuminen)
- Enemmän asioista tiedottamista, Patteri ehkä ensisijainen kanava, sen nykyistä parempi hyödyntäminen
- Nopeasta reagoinnista huolehtiminen. Edes kuittaus ja ilmoitus että asiaan palataan myöhemmin, mikäli samalla hetkellä ei ehdi

**5.2 Pohdinta**

Tulokset eivät ainakaan itselleni olleet kovin yllättäviä. Niiden mukaan asiakastyytyväisyys on tällä hetkellä melko hyvä, kuten suuressa yrityksessä voi olettaakin olevan; prosesseja on hiottu ja toimintaa kehitetään. Muutamia kehityskohteita nousi esiin. Moni asia, jota kyselyssä käsiteltiin, sai sekä positiivista että negatiivista palautetta. Palvelu on aina tilannesidonnainen ja ainutkertainen tapahtuma, johon vaikuttavat hyvin monet tekijät. Joku toinen kokee asiakaspalvelun hyväksi ja joku toinen huonoksi, joku on huomannut toiminnan kehittämisen ja joku toinen ei ole kiinnittänyt siihen mitään huomiota. Lähinnä kyselyn perusteella voisi sanoa, että perusasiat ovat kunnossa, tarvitaan vain hienosäätöä.

Kysymysten oikein ymmärtäminen herätti keskustelua kyselyn tuloksia purettaessa. Kaikilla patrialaisilla ei välttämättä ole ymmärrystä, mitä toimintoja talouspalvelukes-

kuksessa on ja mikä liiketoiminta käyttää mitäkin palveluita. Toimintoja olisi voinut nimetä kyselyyn selkeämmin, esim. ”veroasiat” ymmärretään helposti väärin.

Huomio kiinnittyi myös siihen, että kaikki talouspalvelukeskuksen osastot saivat toiminnastaan hyviä arvosanoja, mutta kokonaisuutena talouspalvelukeskus arvioitiin huomommaksi kuin osiensa summa. Onkohan niin, että vastaajien on helpompi antaa alempia arvosanoja, kun niitä ei tarvitse kohdistaa millekään tietylle osastolle? Jos kaikki osat toimivat hyvin, eikö tällöin kokonaisuudenkin pitäisi toimia hyvin?

Talouspalvelukeskuksen arvoihin on kirjattu kolme pääkohtaa: menestyminen, asiakaslähtöinen toiminta sekä yhdessä onnistuminen. Ensimmäinen pitää sisällään selkeät tavoitteet ja vastuunjaon, ajanmukaiset ja toimivat työvälineet sekä oman ammatillisen osaamisen ylläpidon. Tulosten mukaan nämä asiat tuntuvat olevan kunnossa. Yksittäisiä palautteita esimerkiksi järjestelmien toimivuudesta tuli, ja nämä toivottavasti voidaan huomioida tulevaisuudessa niitä kehitettäessä. Asiakaslähtöinen toiminta pitää sisällään palveluhenkisen kommunikoinnin ja yhteistyön liiketoimintojen kanssa sekä asiakastarpeiden huomioinnin ja neuvonnan. Tämä osio on kaikkien tiedossa ja näihin varmasti pyritään, mutta välillä näitä asioita on syytä muistutella mieleen ja aina silloin tällöin tarkastella omaa toimintatapaa. Voidaan myös avata keskustelua, miten voitaisiin huomioida asiakkaan tarpeita entistäkin paremmin. Jokainen varmasti pyrkiikin päivittäin palveluhenkisyteen. Yhdessä onnistumisella tarkoitetaan yhdessä toimimista tiiminä, toisten auttamista sekä ystävällisyyttä. Tämä on asia, joka luo ilmapiirin, johon jokainen itse tuo oman panoksensa. Aina ei tule välttämättä ajatelleeksi, että ilmapiirikin saattaa heijastua asiakkaille. Hyvä palvelu lähtee sisältäpäin; hyvä ilmapiiri luo pohjan sille, että voimme olla myös asiakkaille ystävällisiä ja palvella heitä mahdollisimman hyvin.

### **5.3 Kehittämisehdotuksia**

Tulosten tarkastelua ja selvitystyötä jatketaan. Tässä työssä esitettyjen tulosten lisäksi vastauksia tarkastellaan liiketoiminnoittain, henkilöstöryhmittäin sekä toiminnoittain. Konkreettisia toimenpiteitä mietitään, kun tiedetään tarkemmin, mihin niitä tulisi kohdistaa. Tuloksia ja mahdollisia toimenpiteitä käsitellään myös Talouspalvelukeskuksen osastopalavereissa sekä tiimipalavereissa syksyn aikana.

Jokainen talouspalvelukeskuksessa varmasti tietää hyvän asiakaspalvelun perusasiat ja pyrkii toiminaan niiden mukaisesti. Jotta ne pysyisivät mielessä, asiakaspalvelun merkitystä ja hyvän asiakaspalvelun kulmakiviä voidaan korostaa ja nostaa esiin aika ajoin eri tavoilla; esimerkiksi keskustelemalla niistä säännöllisesti tiimitasolla tai koko talouspalvelukeskuksen laajuisesti.

Yhteistyön kehittäminen liiketoimintojen kanssa sekä heidän tarpeidensa huomiointi on yksi kehityskohde, johon voidaan miettiä käytännön toimia. Tähän voitaisiin ideoida uusia tapoja koko talouspalvelukeskuksen voimin. Yhteistyökokoukset ovat yksi kanava keskustella liiketoimintojen kanssa, ja lisäksi kanssakäymistä voitaisiin lisätä muillakin keinoilla. Vierailut puolin ja toisin ovat hyviä, kunhan molemmat osapuolet panostavat niihin ja esittelevät tällöin toimintaansa, kun tilaisuus siihen järjestetään. Esimerkiksi tehdasvierailuja on ollutkin, mutta niihin voitaisiin aina yhdistää myös muuta ohjelmaa sekä varata kunnolla aikaa ajankohtaisista asioista keskusteluun ja ”missä mennään”-kuulumisten vaihtoon samalla. Jonkinlaisia tilaisuuksia, joissa talouspalvelukeskuksen henkilöstö ja liiketoimintojen edustajat tapaavat, tulisi järjestää säännöllisesti ja nykyistä useammin. Niihin tulisi myös olla mahdollisuus osallistua kaikilla talouspalvelukeskuksen henkilöillä. Kulloisillakin tapaamisilla voisi olla eri teemoja tai aiheita. Tapaamiset voisivat olla muitakin kuin yhteistyökokouksia, sillä niissä käyvät varmasti usein samat ihmiset.

Talouspalvelukeskuksen toivottiin tekevän itseään tunnetummaksi. Patteri voisi olla ainakin alkuun kätevin kanava tähän. Patteriin voisi esimerkiksi koota yleisiä asioita, joita Talouspalvelukeskuksesta usein tiedustellaan, ”usein kysytyt kysymykset”- tyyli-  
sesti. Talouspalvelukeskuksen tiimit voisivat esittäytyä intrassa sekä tiedottaa ja muistutella nykyistä enemmän ajankohtaisista asioista. Näin saataisiin toimintaa näkyvämmäksi sekä varmasti myös luotua matalampi kynnyksen yhteyttä Talouspalvelukeskukseen. Samaan yhteyteen voisi miettiä jonkinlaista palautejärjestelmää. Se voi toki olla esimerkiksi automaattinen sähköpostiviesti, mutta talouspalvelukeskuksen ”omilla sivuilla” oleva palautteenantomahdollisuuskin voisi olla hyvä. Silloin palautetta saisi antaa vaikka heti palvelutilanteen jälkeen. Joskus saattaa olla hankala alkaa tyytyväisyyskyselyyn vastatessa muistella, millaisia kontaktit ovat olleet. Spontaani palaute olisi toki kaikkein parasta, mutta sitä luultavasti tulee vain hyvin harvoin.

Keskustellessa tuloksista todettiin, että tiedonkulkua helpottaisi talouspalvelukeskuksen henkilöstön pääsy Milliin eli Millogin intraan sekä toisinpäin. Näin varmistettaisiin tiedon oikeellisuus ja saatavuus sekä Patrialla että Millogilla.

Koulutustoiveet tulee ottaa huomioon ja koulutuksia järjestää säännöllisesti. Niihin tuskin kukaan suhtautuu koskaan sillä tyylillä, että miksi näitä järjestetään, liikaa koulutuksia. Toki on kartoitettava, kenelle ja minkälaista koulutusta on hyvä järjestää sekä priorisoida koulutuksia, koska resurssit ovat rajalliset. Ehdotettu koulutuskalenteri voisi olla hyvä idea, ja sen toteuttamismahdollisuuksia käytännössä voisi ainakin selvittää. Voidaan myös yhdessä miettiä, mitkä ovat ne ykkösaiheet, joista kipeimmin tarvitaan koulutusta, ja keskitytään niihin.

Sähköpostiviesteihin kuittaaminen on ollut myös keskustelussa esillä. Sitä varmasti suurin osa tekee nyt jo, mutta se olisi kaikille hyvä tapa omaksua. Vaikkei asia sinänsä vaatisikaan kuittaamista, jää siitä asiakkaalle mielikuva että hänen asiansa huomioitu ja otettu käsittelyyn tai otetaan mahdollisimman pian. Muistutellaan, että sähköposteihin tulisi vastata/kuitata kohtuullisessa ajassa, esimerkiksi saman päivän aikana. Asiaa ei tarvitse heti käsitellä, mutta kun asiakas saa tiedon, että hänen asiansa on tullut perille ja se käsitellään mahdollisimman pian, häntä ei todennäköisesti haittaa pieni odottelu niin paljoa kuin jos hän ei saa asialleen minkäänlaista vastakaikua.

Moneen asiaan voidaan olla tyytyväisiä. Talouspalvelukeskuksessa työskentelee taloushallinnon ammattilaisia, jotka palvelevat ja neuvovat asiakkaita ja haluavat kehittää toimintaa. Varmistamalla hyvän ja matalan kynnyksen palvelun, ammattitaidon, ja yhteistyön tekemisen jatkossakin päästään jo pitkälle. Kyselyn toistaminen jatkossa esimerkiksi vuosittain tai kahden vuoden välein olisi hyvä asiakastyytyväisyyden seurannan kannalta. Näin asiakkaillekin muodostuu kuva, että toimintaa todella kehitetään. Kyselyä toistettaessa pitäisi ehkä harkita, kenelle kysely lähetetään (samoille kuin aiemmin vai eri henkilöille). Kyselylomake vaatisi todennäköisesti joitakin muutoksia.

## 6 OMA OPPIMINEN

Opinnäytetyöprosessi on ollut haastava ja vaatinut paljon suunnittelua ja työtä. Aiheen pohdinta lähti liikkeelle jo yli puoli vuotta ennen varsinaisen työn aloitusta. Erilaisten aihe-ideoiden kautta päädyin loppujen lopuksi tekemään asiakastyytyväisyyskyselyn, vaikka olin alkuun ajatellut hyvin erilaisia aiheita. Tilaisuus tyytyväisyyskyselyn tekemiselle työskentelyn ohessa oli kuitenkin hyvä ja toimeksiantajakin koki tällaisen kyselyn tekemisen hyödylliseksi.

Vaikka opinnäytetyö tuntui pitkään epämääräiseltä ja aloittaminen vaikealta, työn rakenteen hahmottelun kautta pääsi kuitenkin pikkuhiljaa alkuun. Nyt voi sanoa, että olennaisinta olisikin pilkkoa työ mielessään pienempiin osiin, kuin ajatella sitä suurena kokonaisuutena. Teoriatiedon rajaaminen aiheeseen sopivaksi paketiksi oli loppujen lopuksi yllättävän helppoa. Suurimpia haasteita koko prosessissa olivat aiheen löytäminen, ajan varaaminen kirjoittamiselle kokopäivätyön ohella sekä tyytyväisyyskyselyn purkaminen. Loppuvaiheessa aikataulu kävi tiukaksi, vaikka pyrkimys saada teoriaosuus valmiiksi ennen kyselyn tulosten purkamista melko hyvin toteutuikin. Työhöni kuului muutamia sellaisia työvaiheita, joiden kulkuun ja aikatauluun en voinut itse täysin vaikuttaa.

Työn edetessä konkretisoitui teoriatiedon ja kyselyn käytännön toteutuksen linkittyminen toisiinsa. Alkuun teoriaosuus oli tuntunut vain välttämättömältä pahalta, mutta huomattaessa miten käytäntö nousee teoriatiedosta, tuli kirjoittamisesta helpompaa. Esimerkiksi kysymyslomakkeen suunnittelu oli huomattavasti helpompaa teoriatiedon pohjalta kuin jos sitä olisi alkanut suunnitella täysin kylmiltään. Toki nyt, kun kysely on tehty, huomaa jo sellaisia asioita joita muuttaisi kysymyslomakkeessa, jos kysely tehtäisiin uudelleen. Olen myös saanut opinnäytetyötä tehdessä vahvistusta tiedoilleni asiakastyytyväisyyteen sekä palvelun laatuun liittyen sekä ymmärrystä siitä, mikä kaikki vaikuttaa asiakkaan tyytyväisyyteen. Nyt on olemassa valmius vastaavanlaisten kyselyjen ja selvitysten tekemiseen. Prosessi opetti myös suunnitelmallisuutta, tiedonhakua ja ajankäytön hallintaa.

## LÄHTEET

Elinkeinoelämän keskusliitto, www-sivu. Luettu 22.7.2016.

<http://ek.fi/mita-temme/talous/perustietoja-suomen-taloudesta/tyollisyys/>

Grönroos, C. 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. Helsinki: WSOYPro.

Lahtinen, J. & Isoviita, A. 2001. Asiakaspalvelun ja markkinoinnin perusteet. Jyväskylä: Avaintulos Oy.

Lecklin, O. 2006. Laatu yrityksen menestystekijänä. Helsinki: Talentum.

Parasuraman, A. Zeithaml V.A. Berry, L. A Conceptual model of service quality and its implications for future research. Artikkel. Luettu 21.6.2016.

[http://areas.kenan-flag-](http://areas.kenan-flag-ler.unc.edu/Marketing/FacultyStaff/zeithaml/Selected%20Publications/A%20Conceptual%20Model%20of%20Service%20Quality%20and%20Its%20Implications%20for%20Future%20Research.pdf)

[ler.unc.edu/Marketing/FacultyStaff/zeithaml/Selected%20Publications/A%20Conceptual%20Model%20of%20Service%20Quality%20and%20Its%20Implications%20for%20Future%20Research.pdf](http://areas.kenan-flag-ler.unc.edu/Marketing/FacultyStaff/zeithaml/Selected%20Publications/A%20Conceptual%20Model%20of%20Service%20Quality%20and%20Its%20Implications%20for%20Future%20Research.pdf)

Patria Oyj, verkkolehti. Otavamedia 2016. Luettu 14.6.2016.

<http://www.patriamagazine.fi/>

Patria Oyj, osavuosisikatsaus 2016. Luettu 11.8.2016.

Patria Oyj, vuosikatsaus 2015. Luettu 15.6.2016.

Patria Oyj, www-sivu. Luettu 19.6.2016.

[www.patria.fi](http://www.patria.fi)

Pesonen, H. & Infor Oy. 2007. Laatu! Asiantuntijaorganisaation laatuopas. Juva: WS Bookwell Oy.

Ylikoski, T. 1999. Unohtuiko asiakas? Keuruu: KY-Palvelu Oy.

Yritys-Suomi, www-sivu. Luettu 7.7.2016.

[www.yrityssuomi.fi/laadunhallintajarjestelma](http://www.yrityssuomi.fi/laadunhallintajarjestelma)

# LIITTEET

## Liite 1. Kyselylomake

1 (11)

### Asiakastyytyväisyyskysely Talouspalvelukeskuksen palveluista

**Sivu 1**

★ = Kysymykseen on pakko vastata

**1. Asemasi organisaatiossa ★**

- Työntekijä
- Toimihenkilö
- Asiantuntija
- Keskijohto
- Ylin johto

**2. Missä liiketoiminnassa työskentelet? ★**

- Aviation
- Systems
- Aerostructures
- Land
- Millog
- Konsernipalvelut

**3. Missä funktiossa työskentelet? ★**

- Tuotanto
- Talous ja rahoitus
- HR
- Hankinta ja logistiikka
- Myynti ja markkinointi
- Toiminnan kehittäminen
- Muu hallinto
- Jokin muu, mikä?

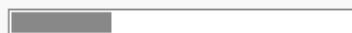
**Jatka >**

## Asiakastyytyväisyyskysely Talouspalvelukeskuksen palveluista

### Sivu 2

#### 4. Mitä mieltä olet seuraavista väittämistä koskien Talouspalvelukeskusta ja sen toimintaa?

	Täysin samaa mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	En osaa sanoa	Jonkin verran eri mieltä	Täysin eri mieltä
Talouspalvelukeskuksen yhteystiedot löytyvät helposti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saan riittävästi opastusta ja neuvontaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Talouspalvelukeskuksessa on epäselvä vastuunjako	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiani ohjataan eteenpäin, mikäli vastausta ei osata antaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Talouspalvelukeskus ymmärtää liiketoimintojen tarpeita ja vastaa niihin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Talouspalvelukeskus kehittää toimintaansa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Talouspalvelukeskuksen palvelu on ammattitaitoista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiakkaan tarpeita ei huomioida riittävästi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Talouspalvelukeskuksen palvelut eivät tuo helpotusta omaan työhöni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteistyökokoukset ovat olleet hyödyllisiä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[< Takaisin](#)
[Jatka >](#)


29 %

## Asiakastyytyväisyyskysely Talouspalvelukeskuksen palveluista

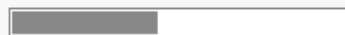
### Sivu 3

5. Minkä talouspalvelukeskuksen toiminnon/toimintojen kanssa olet asioinut?

- Palkkapalvelut
- Kirjanpito
- Käyttöomaisuuskirjanpito
- Ostoreskontra
- Matkalaskut
- Maksuliikenne
- Myyntilaskutus
- Myyntireskontra
- Veroasiat
- Assistant Business Control
- En ole asioinut minkään toiminnon kanssa

< Takaisin

Jatka >



43 %

## Asiakastyytyväisyyskysely Talouspalvelukeskuksen palveluista

### Sivu 4

#### 6. Valitse vaihtoehto joka kuvaa parhaiten palvelua Palkkapalvelut

	Täysin samaa mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	En osaa sanoa	Jonkin verran eri mieltä	Täysin eri mieltä
Palvelu on asiantuntevaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelu on ystävällistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiaani reagoidaan ripeästi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiointi on sujuvaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asioiden hoito on virheetöntä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viestintä on selkeää ja ymmärrettävää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

#### 7. Valitse vaihtoehto joka kuvaa parhaiten palvelua Kirjanpito

	Täysin samaa mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	En osaa sanoa	Jonkin verran eri mieltä	Täysin eri mieltä
Palvelu on asiantuntevaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelu on ystävällistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiaani reagoidaan ripeästi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiointi on sujuvaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asioiden hoito on virheetöntä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viestintä on selkeää ja ymmärrettävää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5 (11)

**8. Valitse vaihtoehto joka kuvaa parhaiten palvelua Käyttöomaisuuskirjanpito**

	Täysin samaa mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	En osaa sanoa	Jonkin verran eri mieltä	Täysin eri mieltä
Palvelu on asiantuntevaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelu on ystävällistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiaani reagoidaan ripeästi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiointi on sujuvaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asioiden hoito on virheetöntä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viestintä on selkeää ja ymmärrettävää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**9. Valitse vaihtoehto joka kuvaa parhaiten palvelua Ostoreskontra**

	Täysin samaa mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	En osaa sanoa	Jonkin verran eri mieltä	Täysin eri mieltä
Palvelu on asiantuntevaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelu on ystävällistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiaani reagoidaan ripeästi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiointi on sujuvaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asioiden hoito on virheetöntä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viestintä on selkeää ja ymmärrettävää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6 (11)

**10. Valitse vaihtoehto joka kuvaa parhaiten palvelua Matkalaskut**

	Täysin samaa mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	En osaa sanoa	Jonkin verran eri mieltä	Täysin eri mieltä
Palvelu on asiantuntevaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelu on ystävällistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiaani reagoidaan ripeästi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiointi on sujuvaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asioiden hoito on virheetöntä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viestintä on selkeää ja ymmärrettävää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**11. Valitse vaihtoehto joka kuvaa parhaiten palvelua Maksuliikenne**

	Täysin samaa mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	En osaa sanoa	Jonkin verran eri mieltä	Täysin eri mieltä
Palvelu on asiantuntevaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelu on ystävällistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiaani reagoidaan ripeästi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiointi on sujuvaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asioiden hoito on virheetöntä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viestintä on selkeää ja ymmärrettävää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7 (11)

**12. Valitse vaihtoehto joka kuvaa parhaiten palvelua Myyntilaskutus**

	Täysin samaa mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	En osaa sanoa	Jonkin verran eri mieltä	Täysin eri mieltä
Palvelu on asiantuntevaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelu on ystävällistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiaani reagoidaan ripeästi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiointi on sujuvaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asioiden hoito on virheetöntä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viestintä on selkeää ja ymmärrettävää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**13. Valitse vaihtoehto joka kuvaa parhaiten palvelua Myyntireskontra**

	Täysin samaa mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	En osaa sanoa	Jonkin verran eri mieltä	Täysin eri mieltä
Palvelu on asiantuntevaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelu on ystävällistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiaani reagoidaan ripeästi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiointi on sujuvaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asioiden hoito on virheetöntä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viestintä on selkeää ja ymmärrettävää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

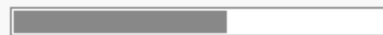
8 (11)

#### 14. Valitse vaihtoehto joka kuvaa parhaiten palvelua Veroasiat

	Täysin samaa mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	En osaa sanoa	Jonkin verran eri mieltä	Täysin eri mieltä
Palvelu on asiantuntevaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelu on ystävällistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiaani reagoidaan ripeästi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiointi on sujuvaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asioiden hoito on virheetöntä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viestintä on selkeää ja ymmärrettävää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

#### 15. Valitse vaihtoehto joka kuvaa parhaiten palvelua Assistant Business Control

	Täysin samaa mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	En osaa sanoa	Jonkin verran eri mieltä	Täysin eri mieltä
Palvelu on asiantuntevaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelu on ystävällistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiaani reagoidaan ripeästi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiointi on sujuvaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asioiden hoito on virheetöntä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viestintä on selkeää ja ymmärrettävää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[< Takaisin](#)
[Jatka >](#)


57 %

## Asiakastyytyväisyyskysely Talouspalvelukeskuksen palveluista

### Sivu 5

16. Miten arvioisit talouspalvelukeskuksen palvelujen kehitystä kuluneen vuoden aikana?

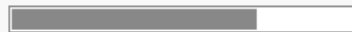
- Kehitys on ollut positiivista
- Ei positiivista eikä negatiivista
- Kehitys on ollut negatiivista
- En osaa sanoa

17. Mikäli kehitys on ollut positiivista, mikä on ollut erityisen hyvää?

18. Mikäli kehitys on ollut negatiivista, mitä olisit kaivannut?

< Takaisin

Jatka >



71 %

**Asiakastyytyväisyyskysely Talouspalvelukeskuksen palveluista****Sivu 6****19. Mitä koulutuksia toivoisit Talouspalvelukeskuksen järjestävän?**

- Laskunkäsittely
- Tilikartta
- ALV-asiat
- Prosessit
- Kirjanpito
- V10
- Matkalaskut
- Matkustusohje
- Palkka-asiat
- Tuntikirjaukset, JotBar
- Jokin muu, mikä?

**20. Mistä löydät tietoa talouspalvelukeskuksen toiminnasta?**

- Patteri
- IMS
- Työkaverit
- Esimies
- Jokin muu, mikä?

&lt; Takaisin

Jatka &gt;

  
86 %

## Asiakastyytyväisyyskysely Talouspalvelukeskuksen palveluista

### Sivu 7

★ = Kysymykseen on pakko vastata

21. Minkä kokonaisarvosanan antaisit talouspalvelukeskuksen toiminnasta tällä hetkellä asteikolla 1-5 ★

Erittäin hyvä (5)	Melko hyvä (4)	Kohtalainen (3)	Välttävä/melko huono (2)	Erittäin huono (1)	En osaa sanoa
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

22. Mitä palveluita toivoisit saavasi talouspalvelukeskuksesta?

23. Avoin palaute yleisesti tai tietylle palvelukeskuksen toiminnolle

< Takaisin

Lähetä

99 %