

Ville Kosonen

## **Käyttäjättyytyväisyystutkimus**

### **Seinäjoen kaupungin tekniikkakeskuksen tilapalvelujen tulosalue**

Opinnäytetyö

Syksy 2011

Liiketalouden, yrittäjyyden ja ravitsemisalalan yksikkö

Liiketalouden koulutusohjelma



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

## Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Liiketalouden, yrittäjyyden ja ravitsemisalan yksikkö

Koulutusohjelma: Liiketalouden koulutusohjelma

Tekijä: Ville Kosonen

Työn nimi: Käyttäjätyytyväisyystutkimus: Seinäjoen kaupungin tekniikkakeskuksen tilapalvelujen tulosalue

Ohjaaja: Terhi Anttila

Vuosi: 2011

Sivumäärä: 70

Liitteiden lukumäärä: 6

---

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää Seinäjoen kaupungin kiinteistöjen käyttäjien tyytyväisyyttä. Opinnäytetyön ensimmäisenä tavoitteena oli analysoida asiakaslähtöistä toimintatapaa ensin yleisellä tasolla, jonka jälkeen paneutua asiakaslähtöisyyteen ja asiakkuusajatteluun Seinäjoen kaupungilla. Toisena tavoitteena oli perehtyä palvelun laatuun ja asiakastyytyväisyyteen. Kolmantena tavoitteena oli toteuttaa asiakastyytyväisyystutkimus Seinäjoen kaupungin ylläpitämien kiinteistöjen käyttäjille.

Opinnäytetyön teoreettisessa osassa käsitellään asiakaslähtöisyyttä, asiakastyytyväisyyttä ja palvelun laatua. Empiirisessä osassa esitellään Seinäjoen kaupungin kiinteistöjen käyttäjille tehdyn käyttäjätyytyväisyystutkimuksen tuloksia. Käyttäjätyytyväisyystutkimus Seinäjoen kaupungin kiinteistöjen käyttäjille suoritettiin syyskuussa 2011. Tutkimuksen otanta oli 3076 kiinteistöjen käyttäjää ja vastauksia tuli 509 kappaletta. Tutkimuksen vastausprosentiksi muodostui 16,6 %.

Tutkimuksen tulosten perusteella Seinäjoen kaupungin kiinteistöjen käyttäjät olivat keskimäärin hieman neutraalia tyytyväisempiä tunnusluvun ollessa 3,2. Oli hienoa, että tämä luku oli suhteessa rakennusten keskimääräisen kuntoluokan kanssa (74,2 %). Huomattavia käyttäjätyytyväisyyden eroavaisuuksia muodostui muun muassa naisten ja miesten, rakennusryhmien ja kaupungin alueiden välille. Keskimäärin tyytyväisimpiä oltiin rakennuksen sijaintiin liittyvissä kysymyksissä ja vähiten tyytyväisiä rakennusten sisätiloihin ja niiden ominaisuuksiin liittyvissä asioissa.

Avainsanat: asiakaslähtöisyys, asiakastyytyväisyys, palvelun laatu

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

## Thesis abstract

Faculty: Business school

Degree programme: Business management

Author: Ville Kosonen

Title of thesis: User satisfaction study: the Facility Services profit centre of the Technology Centre of the City of Seinäjoki

Supervisor: Terhi Anttila

Year: 2011

Number of pages: 70

Number of appendices: 6

---

The purpose of this thesis was to examine the satisfaction of the customers of the Facility Services profit centre of the Technology Centre of the City of Seinäjoki. The primary objective was to analyse the customer-oriented approach with the theoretical literature. The second objective was to analyse customer satisfaction and quality of service also with the theoretical literature. The third objective was to determine the general satisfaction/dissatisfaction of the customers of the Facility Services profit centre of the Technology Centre of the City of Seinäjoki with the estates rented by them.

The theoretical section of the thesis deals with the customer oriented-approach, customer satisfaction and quality of service. The empirical part shows the study results about the users' satisfaction with the estates let by the City of Seinäjoki. The user satisfaction study was executed in September 2011. The sample of the study consisted of 3 076 tenants living in apartments owned by the City of Seinäjoki, and 509 replies were received. The response rate was 16.6 per cent.

According to the results, the tenants' average contentment/discontentment rate was 3.2. This result is in scale with the average condition rate of the apartments (74.2%). Noticeable differences in user satisfaction were spotted, among other things, between men and women, between building blocks and in between the districts of Seinäjoki. On average, the respondents were the most satisfied with matters related to the location of the apartment and the most unsatisfied with matters related to the interiors of the apartments and their features.

Keywords: customer-oriented approach, customer satisfaction, quality of service

## SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ.....	4
Kuvio- ja taulukkoluetelo.....	6
<b>1 JOHDANTO .....</b>	<b>7</b>
1.1 Tutkimuksen tarkoitus ja tavoitteet.....	7
1.2 Seinäjoen kaupunki.....	8
1.2.1 Seinäjoen kaupungin virasto-organisaatio .....	9
1.2.2 Seinäjoen kaupungin toiminnan laajuus.....	10
<b>2 ASIAKASLÄHTÖISYYS .....</b>	<b>12</b>
2.1 Segmentointi asiakaslähtöisyyden kilpailukeinona.....	17
2.2 Asiakkuusajattelu voittoa tavoittelemattomissa ja julkisissa organisaatioissa .....	19
2.3 Asiakkuusajattelu Seinäjoen kaupungilla .....	22
<b>3 ASIAKASTYYTYVÄISYYS JA PALVELUN LAATU .....</b>	<b>27</b>
3.1 Asiakastyytyväisyys .....	28
3.1.1 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen.....	30
3.1.2 Asiakastyytyväisyysjohtaminen .....	32
3.2 Palvelun laatu.....	36
3.2.1 Palvelutapahtuman vaiheet.....	39
3.2.2 Palvelun laatu julkisella sektorilla .....	42
<b>4 ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUS SEINÄJOEN KAUPUNGIN KIINTEISTÖJEN KÄYTTÄJILLE .....</b>	<b>45</b>
4.1 Tutkimuksen toteutus.....	45
4.2 Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti .....	47
4.3 Tutkimustulokset ja aineiston analysointi .....	48
4.3.1 Taustamuuttajat .....	49
4.3.2 Käyttäjätyytyväisyyden alueellinen jakaantuminen .....	52
4.3.3 Käyttäjätyytyväisyyttä ilmaiseva tunnusluku.....	54
4.3.4 Käyttäjätyytyväisyys vastaajien sukupuolen ja iän mukaan .....	54

4.3.5 Käyttäjättyytyväisyys rakennusryhmittäin.....	59
4.3.6 Eniten tyytyväisyyttä ja tyytymättömyyttä keränneet tekijät.....	61
<b>5 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET .....</b>	<b>64</b>
5.1 Yhteenveto tuloksista .....	65
5.2 Johtopäätökset.....	67
<b>LÄHTEET .....</b>	<b>69</b>

## Kuvio- ja taulukkoluetelo

Kuvio 1. Seinäjoen sijainti .....	9
Kuvio 2. Seinäjoen kaupungin virasto-organisaation kaavio. ....	10
Kuvio 3. Markkinointiprosessi.....	12
Kuvio 4. Asiakslähtöisen ajattelun edellytykset organisaatiossa .....	16
Kuvio 5. Kiinteistöjen ylläpitopalvelut -yksikön toimintakuvaus .....	24
Kuvio 6. Tyytyväisyyttä tuottavat palvelun ominaisuudet, käytön seuraukset ja asiakkaan tyytyväisyys.....	27
Kuvio 7. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät.....	28
Kuvio 8. Asiakkaan palvelukokemuksen muodostuminen.....	30
Kuvio 9. Asiakastyytyväisyysjohtamisen muodostuminen.....	33
Kuvio 10. Odotusten ja kokemusten muodostama tyytyväisyys.....	34
Kuvio 11. Palvelun laatumielikuvaan vaikuttavat seikat .....	39
Kuvio 12. Asiakaspalvelutapahtuman vaiheet.....	40
Kuvio 13. Vastaajien sukupuolijakauma.....	49
Kuvio 14. Vastaajien ikäjakauma .....	50
Kuvio 15. Vastaajien kohdekunta.....	51
Kuvio 16. Vastaajat tilastoalueittain .....	52
Taulukko 1. Käyttäjätyytyväisyyden erot Seinäjoen kaupungin alueiden välillä ....	53
Taulukko 2. Miesten ja naisten keskimääräinen käyttäjätyytyväisyys .....	56
Taulukko 3. Tyytyväisyys käyttäjien iän mukaan.....	58
Taulukko 4. Käyttäjätyytyväisyys rakennusryhmittäin .....	60
Taulukko 5. Eniten tyytyväisyyttä ja tyytymättömyyttä keränneet tekijät. ....	62

# 1 JOHDANTO

Seinäjoella tehtyjen kuntaliitosten myötä Seinäjoen kaupungin tekniikkakeskuksen tilapalvelujen tulosalueella haluttiin selvittää kiinteistöjensä käyttäjien tyytyväisyyttä. Vuonna 2005 Seinäjokeen liittyivät Peräseinäjoki, sekä Ilmajoella sijainnut Honkakylä. Vuonna 2009 Seinäjoki, Nurmo ja Ylistaro muodostivat uuden Seinäjoen kaupungin. Kuntaliitosten myötä Seinäjoen kaupungin ylläpitämien kiinteistöjen määrä lisääntyi. Kuntaliitosten myötä toimintaa yhdenmukaistetaan ja harmonisoidaan uuden kunnan alueella. Millaisia eroja kaupungin alueiden välillä on, oli epäselvää. Tämän epätietoisuuden johdosta Seinäjoen kaupunki haluaa toteuttaa käyttäjätyytyväisyystutkimuksen, jolla eroavaisuuksia saadaan selvitettyä.

Tutkimus on ajankohtainen, sillä kuntaliitokset ovat vielä tuore asia Seinäjoen kaupungissa. Tutkimuksen tarpeellisuutta kuvaa se, että kuntaliitosten jälkeen tehdyissä katselmuksissa todettiin Seinäjoen kaupungin ylläpitämien kiinteistöjen kunnossa olevan eroja. Käyttäjätyytyväisyys oli tarpeen selvittää.

Opinnäytetyön aihe tuli minun tietooni Seinäjoen ammattikorkeakoulun sähköpostiin tulleen viestin kautta. Otin yhteyttä viestin lähettäjään ja sain tätä kautta varattua tapaamisen Seinäjoen kaupungilla työskentelevän henkilön kanssa. Allekirjoitimme sopimuksen opinnäytetyöstä maaliskuussa 2011 ja opinnäytetyön teko alkoi.

## 1.1 Tutkimuksen tarkoitus ja tavoitteet

Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, ovatko Seinäjoen kaupungin kiinteistöjen käyttäjät tyytyväisiä vai tyytymättömiä tiloihinsa ja niiden hoitoon. Edellä mainittujen kuntaliitosten vuoksi Seinäjoen kaupunki pitää erittäin tärkeänä selvittää, ovatko viime vuosina liittyneiden kuntien kiinteistöjen käyttäjät yhtä tyytyväisiä/tyytymättömiä kuin Seinäjoen kantakaupungin kiinteistöjen käyttäjät. Tutkimuksessa selvitetään tarkasti erilaisten osa-alueiden käyttäjätyytyväisyyttä. Tyytyväisyyttä selvittäviä kysymyksiä on tutkimuksessa yhteensä 36.

Opinnäytetyöni ensimmäisenä tavoitteena on analysoida teoreettisen kirjallisuuden avulla asiakaslähtöistä toimintatapaa ensin yleisellä tasolla, jonka jälkeen paneudutaan asiakaslähtöisyyteen ja asiakkuusajatteluun Seinäjoen kaupungilla.

Toisena tavoitteena on perehtyä palvelun laatuun ja asiakastyytyväisyyteen. Myös tässä osuudessa käytetään hyväksi tähän aihealueeseen liittyvää teoreettista kirjallisuutta.

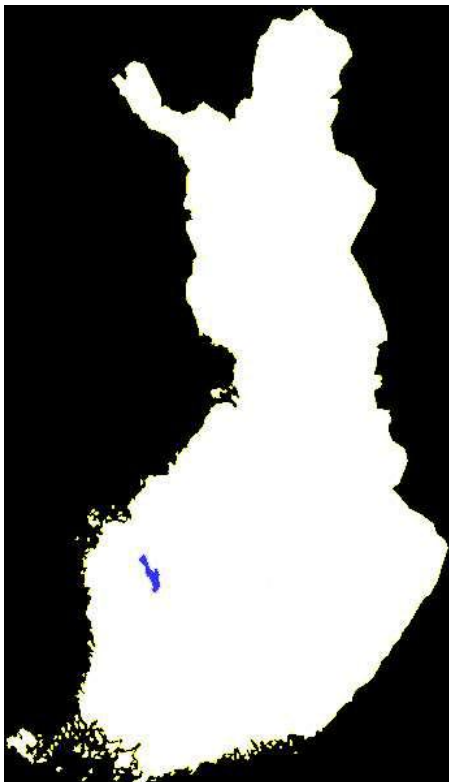
Kolmas tavoite on määritellä Seinäjoen kaupungin ylläpitämien kiinteistöjen käyttäjien kokonaisvaltainen tyytyväisyys/tyytymättömyys ja selvittää ovatko kuntaliitoksien myötä tulleiden kiinteistöjen käyttäjien tyytyväisyydessä suuria eroja verrattuna esimerkiksi Seinäjoen kantakaupungin kiinteistöjen käyttäjiin. Tutkimuksen tulosten perusteella tavoitteena on saada Seinäjoen kaupungin tekniikkakeskuksen tilapalvelut kohdistamaan resurssinsa sellaisiin kohteisiin, joissa niitä eniten tarvitaan. Pyrin esittämään erilaisten kuvioden ja taulukoiden avulla suurelle yleisölle selkeästi, miten tyytyväisiä kiinteistöjen käyttäjät ovat ja miten tyytyväisyys muuttuu alueittain.

## **1.2 Seinäjoen kaupunki**

Seinäjoen kaupunki on noin 200 000 asukkaan Etelä-Pohjanmaan maakunnan taloudellinen, hallinnollinen ja kulttuurinen maakuntakeskus. Seinäjoen kaupungissa asuu noin 60 000 asukasta. Työpaikkoja Seinäjoella on noin 28 000. Seinäjoen markkina-alue on Suomen 7. suurin. Kaupungin väestötiheys vaihtelee 5 - 1 500 as/km<sup>2</sup> ja on keskimäärin n. 40 asukasta neliökilometrillä. (Perehdytysopas, kunnossapito ja rakentaminen tulosityksikkö 2010, 3).

Seinäjoen elinkeinorakenteessa heijastuu kaupungin vahva asema maakuntakeskuksena. Palvelualan työpaikkojen määrä on merkittävin, sekä julkisella että yksityisellä sektorilla. Seinäjoen seudun erityispiirteenä elinkeinorakenteen osalta on elintarviketalouden alan työpaikkojen suuri merkitys työllistäjänä. Atrian ja Valion suuret tuotantolaitokset sijaitsevat Seinäjoen kaupunkiseudulla. Myös rakentamisen ja metalliteollisuuden alat työllistävät huomattavan määrän ihmisiä. (Perehdytysopas, kunnossapito ja rakentaminen tulosityksikkö 2010, 3).

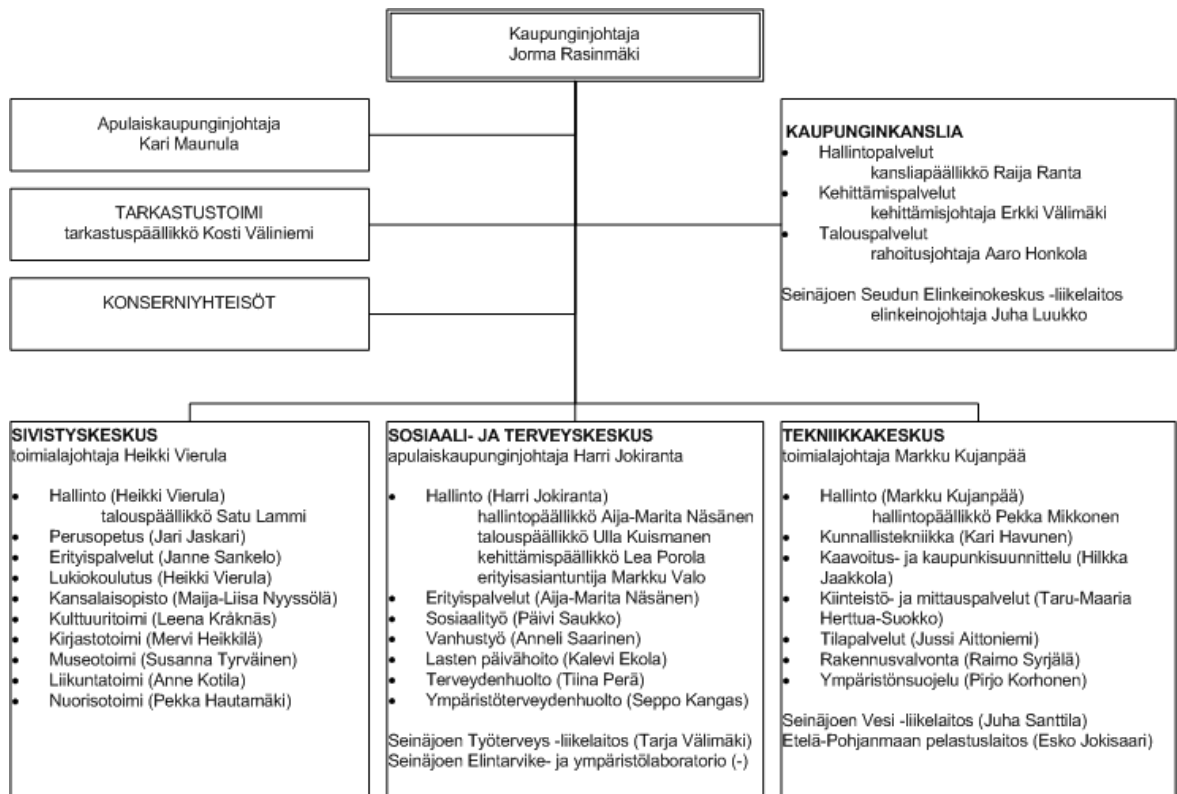
Seinäjoki sijaitsee logistisesti edullisella paikalla läntisessä Suomessa (Kuvio 1). Pääradan ja runkoverkkotasaisen tieliikenneyhteyden ohella Seinäjoelta on vakiintunut liikennelentoreitti Helsinkiin. Seinäjoen logistinen asema on viime vuosina kasvanut, johtuen etelä- ja pohjoissuunnassa kulkevan liikenteen voimistumisesta. Väestönkasvun, lisääntyneiden työpaikkojen sekä kaupungin erinomaisen yleisen kehityksen myötä Seinäjoki on viime vuosina vahvistanut asemaansa voimakkaasti suomalaisena kasvukeskuksena. (Perehdytysopas, kunnossapito ja rakentaminen tulosityksikkö 2010, 3).



Kuvio 1. Seinäjoen sijainti (Perehdytysopas, kunnossapito ja rakentaminen tulosityksikkö 2010, 3).

### 1.2.1 Seinäjoen kaupungin virasto-organisaatio

Seinäjoen kaupungin palvelutuotanto perustuu palvelukeskuksiin, joita ovat Sivistyskeskus, Sosiaali- ja terveyskeskus ja Tekniikkakeskus, sekä Kaupunginkanslian palvelukeskus (Kuvio 2). (Perehdytysopas, kunnossapito ja rakentaminen tulosityksikkö 2010, 4).



Kuvio 2. Seinäjoen kaupungin virasto-organisaation kaavio 2009. (Perehdytysopas, kunnossapito ja rakentaminen tulosityksikkö 2010, 3).

### 1.2.2 Seinäjoen kaupungin toiminnan laajuus

Seinäjoen kaupungin tilapalveluilla on vastuullaan noin 420 000 kerrosneliometriä rakennusten kerrospinta-alaa. Rakennustilavuus on kokonaisuudessaan noin 1,8 miljoonaa kuutiometriä. Keskimääräisesti rakennusten kuntoluokka on hyvä. Jos rakennusten kuntoluokkia tarkastellaan pinta-alan mukaan ne jakaantuvat seuraavasti: heikko < 50 %, välttävä 50-59 %, tyydyttävä 60-74 %, hyvä 75-89 % ja erinomainen > 90 %. (Perehdytysopas, kunnossapito ja rakentaminen tulosityksikkö 2010, 7).

Tilapalvelujen tavoitteena on ylläpitää kaupungin rakennusten arvo, joka on noin 450 miljoonaa euroa. Rakennusomaisuuden heikkenemä: 1,75 %, eli noin 7,8 miljoonaa euroa, pyritään torjumaan rakennusten korjaamiseen, kunnossapitoon, ylläpitoon ja investointeihin osoitetuilla resursseilla. Tilapalveluilla on noin 300 ylläpitokohdetta. Tämä on noin 75 % kaikista Seinäjoen kaupungin omistamista toimiti-

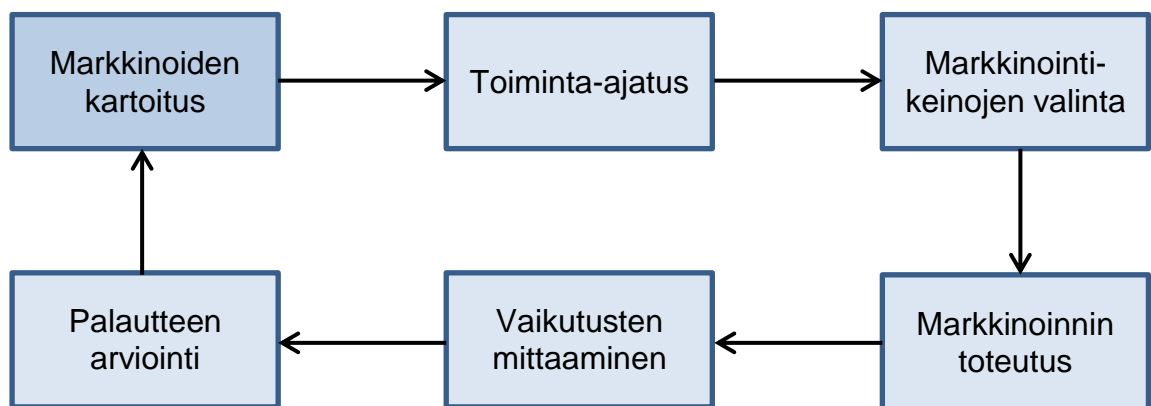
loista. Jäljelle jäävästä 25 %:sta vastaavat vuokralaiset ja konserniyhteisöt. Tiloista noin 65 % sijaitsee kantakaupungin alueella, Nurmossa noin 15 %, Peräseinäjoella noin 10 %, ja loput 10 % Ylistarossa. (Perehdytysopas, kunnossapito ja rakentaminen tulosityksikkö 2010, 7).

## 2 ASIAKASLÄHTÖISYYS

Asiakaslähtöisyyttä voidaan tarkastella lyhyesti yhdelläkin lauseella, mutta sen sisältöä, edellytyksiä ja esteitä voidaan kuitenkin pohtia myös syvällisemmin. Tämän osion tarkoituksena on pyrkiä selvittämään syvällisesti mitä asiakaslähtöisyys on. Vuokko (1997, 11) on tehnyt listan asioista, joihin hänen mielestään kannattaa ottaa kantaa asiakaslähtöisyyttä pohdittaessa.

1. Asiakaslähtöisyys organisaation ajattelumallina
2. Asiakaslähtöisyys yrityksen päätöksenteon eri tasoilla
3. Asiakaslähtöisyyden ilmeneminen yrityksen toiminnassa
4. Asiakaslähtöisyyden edellytykset
5. Asiakaslähtöisyyden esteet

**Asiakaslähtöisyys organisaation ajattelumallina.** Vuokon (1997,11) mukaan nykyaikaista markkinointimallia kutsutaan asiakaslähtöiseksi markkinoinniksi. Tämän mallin mukaista markkinointiprosessia kuvataan seuraavassa kuviossa (Kuvio 3).



Kuvio 3. Markkinointiprosessi (Vuokko 1997, 11)

Mallin lähtökohtana markkinointiprosessille on markkinoiden kartoitus, eli esimerkiksi asiakkaiden tarpeiden tuntemus: keitä varten olemme olemassa ja miksi. Seuraavaksi pohditaan millaisia markkinointikeinoja tarvitsemme toiminta-ajatusta ja siitä johdettuja periaatteita toteuttamaan. Näillä keinoilla pyrimme lopputulok-

seen, jolla organisaatio oppii tuntemaan markkinansa ja asiakkaansa paremmin. Kuten kuvio 3 näemme, markkinointiprosessi lähtee liikkeelle ja päättyy kohtaan ”markkinoiden kartoitus”. Menestyksekkäs markkinointi lähtee siis liikkeelle asiakaslähtöisyydestä. (Vuokko 1997, 12.)

Vuokko (1997, 13) toteaa, että asiakaslähtöisessä ajattelumallissa yrityksen on lopetettava peiliin katsominen ja otettava selvää kaupanteon toisesta osapuolesta eli asiakkaasta. Asiakaslähtöisessä ajattelussa menestys syntyykin siitä, kuinka hyvin yrityksen tarjonta pystyy vastaamaan asiakkaiden kysyntään ja yrityksen ymmärrykseen siitä, mitä asiakas haluaa tai saattaisi haluta ostaa. Peltonen (Peltonen 2011, 11) on lyhentänyt asian mielestäni sopivasti: kulutus vetää, tuotanto seuraa. Vuokko (1997, 13) jatkaa vielä, että on myös tärkeää, että yritys ymmärtää niin sanotun yhteiskuntalähtöisen ajattelumallin, jossa otetaan huomioon koko yhteiskunnan tarpeet pitkällä aikavälillä. Tällainen tarve voisi olla esimerkiksi jonkin tuotteen tai palvelun ympäristöystävällisyys.

Vuokon (1998, 23) mukaan asiakaslähtöisyyden toimivuus edellyttää yritykseltä kokonaisvaltaisuutta lisäksi kolmella tavalla:

1. Toimintaympäristö ja kilpailutilanne tulee ottaa aina huomioon, myös asiakaslähtöisyyden kohdalla.
2. Asiakaslähtöisyyden täytyy näkyä yrityksen kaikissa toiminnoissa.
3. Asiakaslähtöisyys ei tarkoita sitä, että kuunnellaan vain asiakkaiden toiveita.

Vuokko (1997, 23) selventää, että toimintaympäristö ja kilpailutilanne vaikuttavat kahdella tavalla. Mikäli asiakkaita on joka tapauksessa, yrityksen ei tarvitse kehittää omaa asiakaslähtöisyyttään ja tämä johtaa asiakaslähtöisyyden puuttumiseen. Toisaalta, kun kilpailua on kuten useimmiten, on tärkeää tiedostaa millä tavalla kilpailijat toimivat.

Asiakaslähtöisyyden tulee näkyä yrityksen kaikissa toiminnoissa. Vuokko (1997, 24) kertoo, että näitä toimintoja ovat lisäksi esimerkiksi tuotanto ja tuotekehitys. Tuotekehityksessä kannattaa huomioida tuotteen valmistettavuus, markkinoitavuus sekä asiakkailta ja myyjiltä tullut palaute.

Vuokko (1997, 25) painottaa myös, että vaikka asiakas on otettava huomioon, tulee huomioida myös yritys itsessään, sen päämäärät, resurssit ja periaatteet. Asiakkuusajattelussa täytyy siis ottaa huomioon kokonaisvaltaisesti asiakkaan ja yrityksen tarpeet ja löytää tarpeille optimaalinen tasapaino organisaation ja asiakkaiden väliltä.

**Asiakslähtöisyys yrityksen päätöksenteon eri tasoilla.** Seuraavaksi Vuokko (1997, 29) käsittelee asiakslähtöisyyttä päätöksenteon eri tasoilla. Tässä osiossa käsitellään, mitä asiakslähtöisyys vaatii yrityksen kokonaistoiminnassa ja jokaisen omassa työssä. Yrityksen toiminnassa on kolme tasoa joissa täytyy pystyä käyttämään asiakslähtöistä ajattelumallia. Ne ovat:

- strateginen taso
- taktinen taso
- operatiivinen taso

Strategisella tasolla täytyy tehdä päätös siitä, kenelle halutaan pitkällä aikavälillä tarjota yrityksen tuotteita/palveluita. Päätös täytyy siis tehdä jopa liiketoimintaidean tasolla. On tärkeää, että yritys kartoittaa tarkalleen millaiset asiakkaat kuuluvat heidän kohderyhmäänsä. Näin siksi, ettei yrityksestä tule niin sanottua ”jokaiselle jotakin” -yritystä. (Vuokko 1997, 29 - 30.)

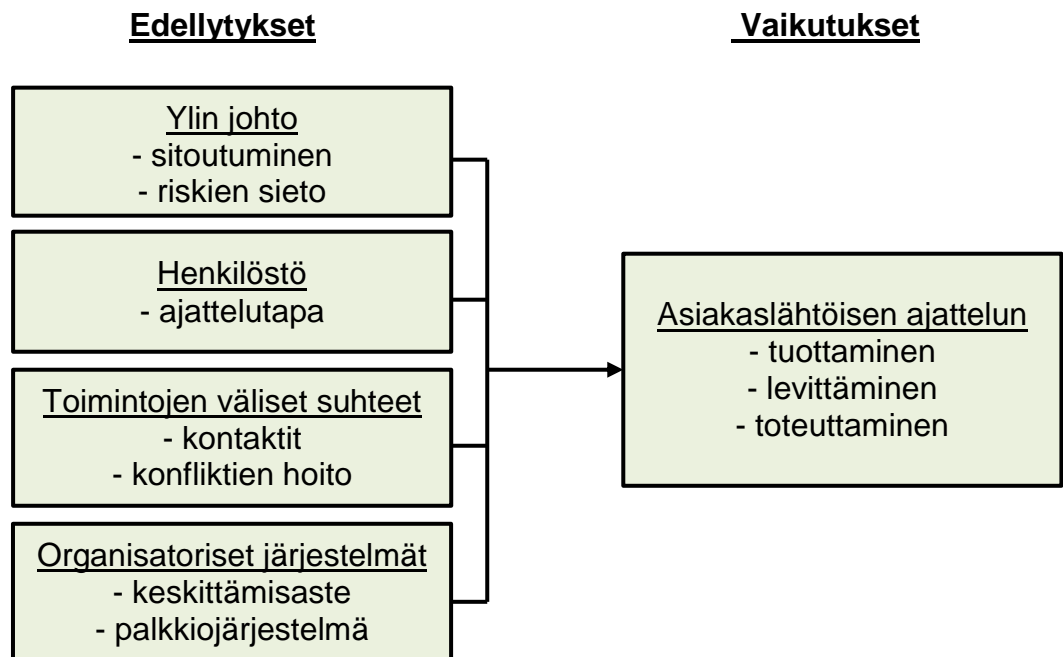
Taktisella tasolla yrityksen täytyy pohtia sellaisia keinoja, joilla yrityksen tuotteita/palveluita saadaan markkinoitua erilaisille kohderyhmille. Tämä kohderyhmien jaottelu on siis tapahtunut jo edellä mainitulla strategisella tasolla. Ratkaistavina voi olla esimerkiksi se, miten voimme selvittää eri kohderyhmien tarpeet ja toiveet, miten eri kohderyhmien erityispiirteet voidaan huomioida sekä tarvitaanko jokaiselle kohderyhmälle esimerkiksi omanlaisensa tuote/palvelu. (Vuokko 1997, 30.)

Operatiivisella tasolla käsitellään henkilöstön suhtautumista jokaiseen yksittäiseen asiakkaaseen ja asiakastilanteeseen. Koko organisaation täytyy tiedostaa miten toimitaan asiakslähtöisesti, eli tavalla, jossa jokainen kontakti nähdään asiakkaan kannalta katsottuna. Tämän toteutumiseen vaaditaan useimmiten ohjeistusta ja koulutusta. (Vuokko 1997, 32.)

**Asiakslähtöisyyden ilmeneminen yrityksen toiminnassa.** Seuraavana Vuokko (1997, 34) selvittää asiakslähtöisyyden ilmenemistä yrityksen toiminnassa. Vuokko esittelee kysymyslistan, jolla jokainen henkilö organisaation sisällä voi tarkistella ja ylläpitää omaa asiakslähtöisyyttään.

1. Kontakti (lupausten antaminen), eli onko yrityksemme kanssa helppo toimia ja antaako ensikontakti oikeanlaisen kuvan organisaatiostamme.
2. Lupausten täyttäminen, eli pidämmekö antamamme lupaukset liittyen esimerkiksi palveluun, tuotteeseen sekä tuotteen huoltoon.
3. Standardit, eli täytämmekö asettamamme standardit ja tietääkö jokainen organisaatiossamme työskentelevä standardimme.
4. Reagointi, eli reagoimmeko asiakkaiden toiveisiin/pyyntöihin ja seuraammeko asiakastyytyväisyyttä esimerkiksi asiakastyytyväisyystutkimuksilla.
5. Yhteistyö, eli toimiiko yrityksemme sisäinen yhteistyö ja viestintä.

**Asiakslähtöisyyden edellytykset.** Asiakslähtöisyyden edellytyksinä ovat Vuokon (1997, 37) mukaan se, että jokaisella organisaation jäsenellä on motivaatio, kyky ja mahdollisuus toimia asiakslähtöisesti ja että asiakslähtöisyys toimii jokaisella kolmella, eli strategisella, taktisella ja operatiivisella tasolla. Vuokko selkeyttää kuviolla (Kuvio 4) organisaation rakenteeseen ja toimintatapaan liittyviä asiakslähtöisyyden edellytyksiä. Kuviossa esitellään sellaiset vaikutukset, jotka pitäisi näkyä organisaatiossa jos edellä mainitut edellytykset ovat olemassa.



Kuvio 4. Asiakaslähtöisen ajattelun edellytykset organisaatiossa (Vuokko 1998, 39).

**Asiakaslähtöisyyden esteet.** Viimeisenä Vuokko (1997, 46) esittelee asiat jotka voivat estää asiakaslähtöistä toimintatapaa. On helppo olettaa, että yleisin asiakaslähtöisyyden este on yrityksen rahalliset resurssit. Se ei kuitenkaan pidä paikkaansa, sillä suurin osa keinoista, joilla lisätään asiakaslähtöisyyttä, eivät maksa mitään. Useimmiten asiakaslähtöisyyden parantamiseen vaaditaan vain oikeanlaisen asenteen ja ilmapiirin luomista yrityksen sisällä. Asiakaslähtöisyyden todellisia esteinä voivat kuitenkin olla puutteet henkilöstön tiedoissa, asenteissa ja käyttäytymisessä. Näitä esteitä voidaan onneksi poistaa kouluttamalla ja motivoimalla henkilöstöä asiakaslähtöisemmiksi.

Valvio (2010, 67) toteaa, että jos koko yrityksen henkilöstö toimii asiakaslähtöisesti, on varmaa, että koko yrityksen asiakaspalvelu parantuu. Valvio luettelee ominaisuuksia ja luonteenpiirteitä, jotka ovat tyypillisiä asiakaslähtöisille ihmisille.

- myöntävät, etteivät tiedä kaikkea asiakkaistaan.
- tunnustavat, etteivät pysty ennustamaan tarkasti asiakkaidensa reaktioita.

- yrittävät koko ikänsä kuroa umpeen tuota tietämättömyyden aukkoa, joka koskee heidän tietojaan ja yrittävät pienentää sitä mieluummin kuin antavat sen kasvaa.

Valvio (2010, 68) kertoo myös keinoista, joilla asiakaslähtöisyyttä voidaan parantaa. Hän painottaa, että asiakkaan kanssa kannattaa yrittää olla ns. ”samalla aaltopituudella”. Tällöin olemme tiedostamattomasti luontevampia, luottavaisempia ja tulkitsemme tilannetta ikään kuin jakaen asiakkaan kanssa samanlaisen maailmankatsomuksen. On myös tärkeää, että asiakas saadaan palaamaan yritykseen ja tulemaan niin sanotuksi kanta-asiakkaaksi. Tällöin jokaisen palveluorganisaatioon kuuluvan henkilön on ajateltava asiakasta lähes yhteistyökumppanin veroisena ihmisenä ja panostettava asiakassuhteeseen tosissaan. Tulee myös ottaa huomioon, että asiakasta on osattava kuunnella ja tuotetta/palvelua kehitettävä vastaamaan asiakkaan tarpeita.

## **2.1 Segmentointi asiakaslähtöisyyden kilpailukeinona**

Segmentoinnin ideana on jakaa asiakaskunta pienempiin, yleensä nimettyihin ja saman tarpeen omaaviin ryhmiin. Tämän jälkeen yritys suunnittelee, kehittää ja tarjoaa yksilöidyn tuotteen/palvelun juuri näiden asiakasryhmien tarpeisiin. Segmentoinnin vastakohta on massamarkkinointi, jossa koko asiakaskuntaa käsitellään yhtenä kokonaisuutena. (Ylikoski 1999, 46.)

Ylikoski (1999, 47 - 48) kertoo segmentoinnista lisää. Useat palveluiden tuottajat ovat ymmärtäneet segmentoinnin hyödyt. On tosin surullista, että liian usein yritykset päätyvät segmentoimaan asiakkaitaan vasta virheiden ja erehdysten myötä. Kuten edellä mainittiin, segmentoinnin lähtökohtana ovat asiakkaat ja asiakkaiden tarpeet. Asiakassegmenttien määrittely ei kuitenkaan ole helppoa ja sen takia segmentointi jää tutkimusten ja selvityksien sijasta usein intuition varaan. Parhaimmillaan intuitiivinenkin segmentointi saattaa johtaa menestykseen, mutta useimmiten se saa aikaan huonompia tuloksia kuin segmentoinnin puuttuminen kokonaan. Segmentoinnin puuttuminen kokonaan johtaa siihen, että palvelut kehitetään niin sanotulle ”keskivertoasiakkaalle” ja tällöin ne eivät tyydytä täysin yhdenkään asiakasryhmän tarpeita.

Palvelujen käyttäjien eli asiakkaiden ominaisuudet ovat segmentoinnin lähtökohta. Asiakkaiden ominaisuuksista saadaan yleiskuva siitä, millainen hän on ja mikä häntä kiinnostaa. Asiakkaiden ominaisuuksia selvitetään yleensä tutkimuksilla. Tutkimuksilla pyritään siis selvittämään, keitä potentiaaliset asiakkaat ovat, mitä tarpeita heillä on, millaisia asioita he arvostavat tuotteessa/palvelussa ja miten he käyttäytyvät. Yrityksen täytyy myös selvittää, kuinka paljon potentiaalisia asiakkaita kuhunkin segmenttiin kuuluu ja miten paljon he ovat valmiita sijoittamaan rahaa tuotteeseen/palveluun. Ylikoski (1999, 49) luettelee kolme yleisintä segmentointitekijää eli ryhmittelykriteeriä.

- potentiaalisten käyttäjien ominaisuudet, eli sukupuoli, ikä, koulutus, tulot, perhesuhteet, perheen elämänvaihe, asuinpaikka jne.
- asiakkaiden palvelun käytöstä tavoittelemat hyödyt, eli mitä hyötyä eli lisäarvoa asiakas etsii. Tällaisia voivat olla esimerkiksi laatu, taloudellisuus ja hyvä palvelu.
- palvelujen käyttöön liittyvät tekijät, eli palvelujen käyttömäärä, käyttöhalukkuus, asiakasuskollisuus ja se kuinka usein asiakas käyttää palvelua.

Ylikoski (1999, 54 - 58) esittelee vielä segmentoinnin vaiheet. Niin kuin jo edellä mainittiin, ensimmäisenä kartoitetaan segmentointitekijät. Asiakkaat ryhmitellään segmentteihin ja segmentit erotellaan kuvailemalla segmenttiin kuuluvan tyypillisen asiakkaan ominaisuudet. Seuraavana vertaillaan tietyn asiakasryhmän eli segmentin tarpeita suhteutettuna yrityksen tavoitteisiin, resursseihin ja segmentin kasvu-, kannattavuus- ja kilpailunäkymiin. Sitten arvioidaan segmenttien kiinnostavuutta, eli yritys valitsee ensi- ja toissijaiset kohderyhmät. Näihin segmentteihin yrityksen kannattaa kiinnittää eniten resursseja ja huomiota. Lopuksi segmentit asemoidaan, eli palvelutarjous suunnitellaan erottumaan kilpailijoista. Tästä käytetään usein termiä erilaistaminen eli differointi. On tärkeää huomioida myös, että segmentille viestitään uudesta differoidusta tuotteesta/palvelusta. Mainonta on viestintään erinomaisesti soveltuva tapa.

Myös Rissanen (2005, 111 - 116) kertoo differioinnista. Nykyaikainen asiakkuusajattelu on luonut yritysten toimintaan monia uusia asioita ja parhaimmassa tapauksessa ne ovat johtaneet oppiviin organisaatioihin ja asiakkaan kanssa yh-

dessä kehitettäviin hankkeisiin. Yritys pystyy parantamaan kannattavuuttaan ja kilpailuetuaan markkinoilla sekä motivoimaan työntekijöitään erilaistamalla asiakaskohtaista palveluaan. Tämä on differiointia, jonka pääpaino kohdistui ennen pelkästään tuotteisiin. Nykyään differiointia käytetään onneksi myös asiakkuuteen ja palvelutuotteeseen.

Mäntyneva (2001, 25) kertoo kirjassaan asiakkuuksien ryhmittelystä eli segmentoinnista. Yritykselle on tärkeää selvittää, keitä heidän asiakkaat ovat ja millaisia demografisia taustoja heiltä löytyy. Asiakaskokemusta kannattaa käyttää hyödyksi asiakaskannan ryhmittelyssä, sillä hyvä tuntuma asiakaskannasta luo hyvän apukeinon kohdentaa analyysit oikeisiin asiakasryhmiin. Tällöin ei tarvitse hyödyntää pelkkää tilastollista dataa.

Asiakkuuksien ryhmittelyllä eli segmentoinnilla on tarkoituksena tunnistaa asiakasryhmät, joilla on toisiaan vastaavat tarpeet, odotukset ja jotka ovat yhdenmukaisia ostokäyttäytymisessään. Segmentointikriteereinä käytetään useimmiten esimerkiksi elämäntyyliin tai tuotteeseen liittyviä tekijöitä. Kun segmentin kriteerit ovat tarkasti määriteltä, asiakkaille on helpompi tarjota tarkemmin kohdennettuja tuotteita, palveluita ja markkinointiviestintää. (Mäntyneva 2001, 25 - 26.)

Mäntynevan (2001, 26 - 32) mukaan segmentoinnilla on kaksi tavoitetta. Ensisijaisena tavoitteena on auttaa yritystä ryhmittelemään asiakaskunta erilaisiin lohkoihin. Tässä tavoitteessa huomio keskittyy myös nykyiseen ja potentiaaliseen myyntiin. Toissijaisena tavoitteena on määrittellä markkinointiviestinnän sisältö, kanava ja tiheys, nykyistä ja potentiaalista kannattavuutta sekä asiakkuuden elinkaaren vaihetta silmällä pitäen. Segmentoinnilla pyritään siis osaltaan tehostamaan markkinointia ja auttamaan sen kohdistusta sellaisiin asiakasryhmiin, jotka ovat arvokkaita yritykselle.

## **2.2 Asiakkuusajattelu voittoa tavoittelemattomissa ja julkisissa organisaatioissa**

Kuten nimestä voi päätellä, voittoa tavoittelemattomien organisaatioiden tavoite on jokin muu kuin voiton tavoittelu. Tällaisia ovat monet julkisia palveluja tarjoa-

vat organisaatiot, kuten esimerkiksi kunnat, taidelaitokset, yhdistykset ja järjestöt. Voittoa tavoittelemattomilla organisaatiolla on usein enemmän sidosryhmiä kuin yrityksillä ja kaksi niistä on huomattavasti muita tärkeämpiä. Nämä kaksi ovat asiakkaat, joille palveluja tarjotaan ja resurssien antajat. Resurssien antajat ovat veronmaksajia, lahjoittajia tai esimerkiksi vapaaehtoistyöntekijöitä. (Ylikoski 1999, 70 - 71.)

Julkiset organisaatiot eivät aina pidä markkinointia hyödyllisenä. Kun tavoitteet ja resurssit annetaan ulkopuolelta, asiakaskeskeisellä markkinoinnilla ei ole niinkään väliä. Toimintaympäristön muutokset ovat kuitenkin muuttaneet julkisen sektorin toimintatapoja ja lisänneet kiinnostusta asiakaskeskeiseen markkinointiin. Tällaisia muutoksia ovat olleet esimerkiksi kilpailun lisääntyminen, kun lakisääteisestä sääntelystä ja monopoleista on luovuttu. Markkinoiden oppien soveltaminen ei ole kuitenkaan aivan yksinkertaista julkisissa organisaatioissa, sillä on vaikeaa vastata kysymykseen: ”kuka on asiakas?”. Usein asiakaskunta onkin esimerkiksi kaikki kuntalaiset tai Suomen asukkaat. Myös palveluiden aineettomuus ja segmentointi aiheuttaa ongelmia. On vaikeata asettaa markkinoinnille tavoitteita ja tavoitteiden mittaaminen on ongelmallista. Segmentointi on hankalaa, sillä julkisilla organisaatioilla on harvoin käytössään asiakaskuntaa koskevia tietoja. On myös ollut silmiinpistävä, että kansalaiset ja tiedotusvälineet ovat nykyään kiinnostuneempia julkisten organisaatioiden, kuin vastaavankokoisten yritysten toiminnasta ja vaikka markkinoinnin oppien käyttämistä onkin kritisoitu julkisella sektorilla, sen apuun myös luotetaan. (Ylikoski 1999, 73 - 75.)

Julkisen sektorin palveluiden ajatellaan usein olevan vähemmän asiakaslähtöisiä. Myös Vuokko (1997, 133) ottaa kantaa asiakaslähtöisyyden esteisiin ja edellytyksiin julkisella sektorilla ja kertoo mitkä asiat vaikuttavat asiakaslähtöisyyden puuttumiseen julkisissa organisaatioissa. Hän esittelee kolmijakoisen luettelon, jossa havainnollistetaan organisaatioon, asiakaskuntaan ja kilpailuun liittyviä ongelmia liittyen asiakaslähtöisyyteen julkisella sektorilla.

### **Organisaatioon liittyvät esteet**

- organisaatio on suuri, byrokraattinen ja sen toimintaa rajoittavat/määrittelevät erilaiset lait ja asetukset.

- päätöksenteko on kaukana asiakkaista. Näin etenkin silloin, kun puhutaan valtion päätöksenteosta.
- palvelujen tarjonnassa hallitsevana tekijänä on saatavuus. Lähtökohdiana on tarjota palveluja kaikille tulotasosta ja asuinpaikasta riippumatta.
- asiakaslähtöisyyteen ei ole ollut kannusteita.
- julkisen sektorin toimintakulttuuri on hyvin organisaatiolähtöinen: lähtökohdiana tiettyjen palveluiden tarjoaminen kansalaisille.
- tulostavastuullisuus puuttuu.
- toiminnan tulosten arviointi on vaikeaa.
- perusideana on tietyistä palveluista/asiakkaista selviäminen ja jopa asiakkaista irtipääseminen.
- virkamiehillä ei useinkaan ole kaupallista koulutusta, jolloin markkinointi ja asiakaslähtöisyys voivat olla vieraita käsitteitä näiden ihmisten organisaatioissa ja työssä.

### **Asiakaskuntaan liittyvät esteet**

- kohderyhmä voi olla erittäin suuri, Suomessa jopa viisi miljoonaa.
- asiakasryhmiä on paljon, ne ovat erilaisia ja niiden tarpeet voivat erota toistaan erittäin paljon.
- asiakkaita voi segmentoida ryhmiksi, mutta mitään niistä ei voi jättää palveluiden ulkopuolelle.
- julkiset palvelut on rakennettu palvelemaan kollektiivisia kansan tarpeita, ei yksilöiden tarpeita.
- asiakkaita ei tarvitse hankkimalla hankkia.
- usein kansalaisen on joka tapauksessa pakko olla asiakas, vaikkei sitä haluaisikaan.

### **Kilpailuun liittyvät esteet**

- kilpailu on puuttunut monilta aloilta, joten monopolin ei tarvitse ponnistella kun se tarjoaa välttämättömyyshyödykkeitä.

- toimitaan tarjonnan, ei kysynnän markkinoilla, joten valta-asema on palvelun tarjoajalla, ei asiakkailla.

Vuokko (1998, 135 - 136) kertoo vielä, että julkisella sektorilla asiakaslähtöisyyden tärkeimpänä edellytyksenä on johdon sitoutuminen. Kun toiminnan raamit annetaan ylemmältä taholta poliittisin tai budjettiin liittyvin perustein, on asiakaslähtöisyys usein johdolle kaukainen asia. Toisaalta organisaation sektorit joutuvat nykyään usein osoittamaan toimintansa tarpeellisuuden. Tästä voisi päätellä, että resursseja saisi se, joka pystyy parhaiten vastaamaan asiakkaan tarpeisiin ja näin ollen olisi organisaation kehittämisessä aihetta asiakaslähtöiselle ajattelumallille.

### **2.3 Asiakkuusajattelu Seinäjoen kaupungilla**

Seinäjoen kaupungin strategiassa 2009 - 2016 (2009, 4) kerrotaan Seinäjoen kaupungin palvelumallista. Seinäjoen kaupungin asukkaat ja yhteisöt saavat kaikissa olosuhteissa palvelua, joka takaa hyvinvoinnin, turvallisen elämän ja kestävän kehityksen. Arvostus päätöksentekojärjestelmää ja kunnallista demokratiaa kohtaan on tärkeää, kuten myös tahtotila parantaa kansalaisten luottamusta toimintaan ja halu edistää kansalaisten vaikutusmahdollisuuksia kaupungin toimintaan. Korostus avoimuutta, suvaitsevaisuutta, vuorovaikutteisuutta, oikeudenmukaisuutta, asiantuntevuutta ja asiakaslähtöisyyttä, innovatiivisuutta, luovuutta kohtaan. Arviointi toimintaa kohtaan on jatkuvaa, jolloin työskentely on laadukasta ja voimavarat voidaan hyödyntää tuloksellisesti oikein. Myös rohkeus tarttua uusiin haasteisiin ja pyrkimys aktiiviseen toimintaan yhteistyöverkostojen- ja kumppaneiden kanssa on tärkeää.

Seinäjoen kaupungin strategiassa kerrotaan Seinäjoen kaupungin palveluvisiona. Seuraavassa muutama suora lainaus strategian (Seinäjoen kaupungin strategia 2009 - 2016 2009, 11) tekstistä.

Palvelutuotantoa kehitetään säännöllisesti kootun kuntalaispalautteen ja vertailutiedon perustalta. Osaamista ja asiantuntijuutta vahvistetaan henkilöstökoulutuksella sekä tutkimus- ja kehittämistoimintaa hyödyntämällä. Henkilöstön työhyvinvoinnista huolehditaan. Tavoitteena on hyvä asiakastyytyväisyys ja kansallisesti korkealaatuiset palvelut.

Laaditaan palvelustrategia, jossa kehitetään monipuolisesti omaa palvelutuotantoa ja jossa luodaan edellytyksiä kunnallista palvelutuotantoa täydentävän, markkinaehtoisen yksityisen palvelutuotannon vahvistumiselle. Palvelustrategiassa huomioidaan myös aikapolitiikka ja palveluiden hyvä saavutettavuus. Tavoitteena on, että Seinäjoki vahvistaa asemaansa yhtenä palvelutuotannon valtakunnallisista keskuksista.

Laaditaan ilmasto- ja energiastrategia Seinäjoen kaupunkiseudun kuntien yhteistyönä.

Terveysten edistämisen toimenpiteet.

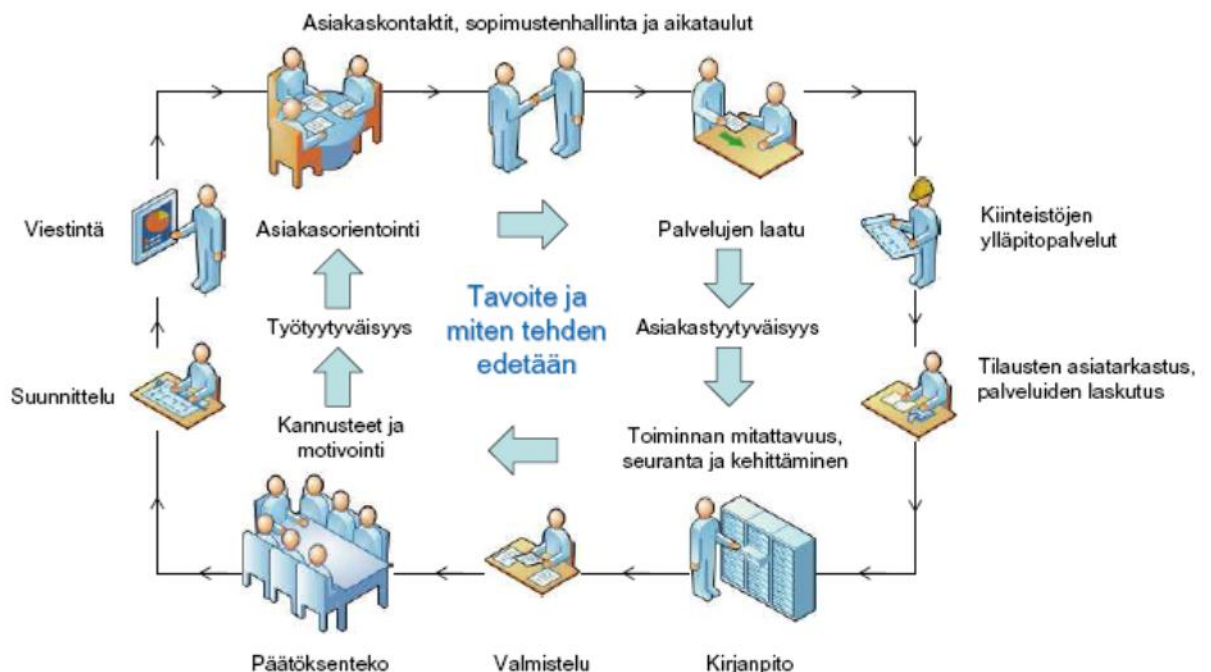
**Haastattelu.** Haastattelun kunnossapitopäällikkö Vesa Vornasta Seinäjoen kaupungin tekniikkakeskuksen tilapalveluista, työn tilanneesta kiinteistöjen ylläpitopalvelut -tulosityksiköstä. Haastattelun tavoitteena oli selvittää asiakkuusajattelua Seinäjoen kaupungilla, Seinäjoen kaupungin kiinteistöjen ja niiden käyttäjiin, strategiaan, sisäisiin järjestelmiin sekä työn valvontaan liittyviä asioita (Liite 1).

**Asiakkaat, kohteet ja käyttäjät.** Vornanen (09.10.2011) kertoo, että Seinäjoen kaupungilla on sisäisiä asiakkaita, eli kaupunkiorganisaation työntekijöitä on noin 4000. Asiakkaat voidaan jaotella hallintokuntien, tulosalueiden ja tulosityksiköiden mukaan tarkoituksenmukaisiin kokonaisuuksiin. Toiminnan kohteita on 400 kpl yhteensä kymmenessä eri ryhmässä. Palveluvasteen piirissä on noin 420 000 kerrosalaneliometriä tiloja eri puolilla kaupunkia. Rakennusten käyttäjiä voidaan arvioida olevan vastaava määrä kuin kaupungissa on asukkaita. Kaikki kun käyttävät päiväkotia, kouluja, virastoja ja vanhainkoteja elämänsä joissain vaiheissa.

**Kohteiden sijainti.** Vornanen (09.10.2011) mukaan toiminnan kohteet ovat jakaantuneet kuten kunnissa yleensä, asutuspolitiikkansa mukaan. Palvelut sijoittuvat pääasiassa asutuskeskittymiin. Väestöpohjan kehitys luo paineita ylläpitää aikojen saatossa tehtyjä palveluverkkoratkaisuja. Jokaisessa neljässä vanhassa kuntakeskuksessa on Seinäjoen kaupungin kohteita, mutta väestömuuton seurauksena kaikilla kunnan tilastoalueilla, joissa väestökehitystä seurataan, ei näin ole.

**Asiakkaiden/käyttäjien erityispiirteet.** Vornanen (09.10.2011) toteaa, että asiakkaita ja rakennusten käyttäjiä on kaikissa sosioekonomisissa luokissa.

**Asiakkuussuhteiden strategia.** Vornanen (09.10.2011) kertoo, että palveluiden kehittäminen on linjassa kaupunginvaltuuston asettaman strategisen tavoitteen ja palveluvision kanssa. Kiinteistöjen ylläpitopalvelut tulosityksikkö aloittaa virallisesti vuoden 2012 alussa. Syyskuusta alkaen kunnossapito ja rakentaminen tulosityksikköön on keskitetty kiinteistöhoito ja käyttäjäpalvelut, pois lukien siivous- ja ruoka-palvelut. Asiakassuhteiden hallintaan liittyen sisäisille asiakkaille on elosyyskuussa toteutettu käyttäjätyytyväisyyskysely lähtötilanteen hahmottamiseksi. Työ etenee yksikön palveluiden ja tehtävien kuvaamisella ja määrittelyllä (Kuvio 5). Tulosityksikön vastuuhenkilönä vastaan tästä asiantuntijavalmistelusta ja yksikön operatiivisesta johtamisesta.



Kuvio 5. Kiinteistöjen ylläpitopalvelut -yksikön toimintakuvaus (Vornanen, 09.10.2011).

**Strategian aikataulu.** Vornanen (09.10.2011) toteaa, että Seinäjoen kaupungin strategia on hyväksytty valtuustossa 29.6.2009, ja tähtäin on vuodessa 2016.

**Tilapalvelujen reklamaatiojärjestelmä.** Vornanen (09.10.2011) selvittää, että kiinteistöjen ylläpitopalvelut hyödyntävät palveluvasteessaan kaupungin intraa, eli sähköistä sisäistä verkkoa. Sähköisistä ilmoituksista, palvelutilauksista muodostuu työmääräindokumentti.

**Reklamaatioiden hoitovastuu.** Vornanen (09.10.2011) kertoo, että palvelutilaukset, eli soitetut tai sisäisen ilmoituskanavan kautta lähetetyt vikailmoitukset saapuvat tilapalvelut -tulosalueen toimistoon, jossa tapahtuu ensimmäinen viestien ohjaus oikeaan tuotantoyksikköön. Jos työ on kiireellinen, käyttäjien henkeä vaarantava, työstä tehdään välittömästi toimeksianto. Yksikössä viestit vastaanottaa kiinteistömestari, joka muuttaa ilmoitukset työmääräyksiksi ammattihenkilöstölle. Vastuun kantaa tulosityksikön vastuuhenkilö. Viranhaltijapäätökset tehdään virkavastuulla, ja päätöksistä voi hyvän hallintatavan mukaisesti valittaa.

**Reklamaatioiden hoitonopeus.** Vornanen (09.10.2011) toteaa, että reklamaatioihin pyritään vastaamaan saman päivän aikana. Kiireelliset vikailmoitukset hoidetaan tuntien sisällä, usein nopeamminkin, riippuen palvelutuotantoyksiköiden työtilanteesta ja etäisyydestä tilauskohteeseen. Nopeutta tärkeämpi palvelutoimituksen kriteeri on rakennuksen elinkaaren kannalta oikeanlaatuinen toimenpide. Euron säästöllä ei pidä tehdä kahden vahinkoa. Työt ja toimenpiteet vaativat aina suunnittelun ja harkinnan. Tavoitteena, palveluvisiona on siirtyä reaktiivisesta vikojen korjaamisen kiinteistönpidosta ennakoivan huollon ja kunnossapidon kiinteistönpiitoon, joka on kolmanneksen edullisempi tapa toimia, kuin ensin mainittu. Kyse on palvelu- ja toimintakulttuuriin muutoksesta.

**Vikojen korjausnopeus.** Vornanen (09.10.2011) mukaan viat korjataan keskimäärin päivän sisällä, mutta tämä on hyvin karkea yleistys. Toimitiloihin liittyvissä vikailmoituksissa saatetaan joutua tutkimaan aiempia toimenpiteitä, ottamaan erilaisia materiaalinäytteitä, laatimaan suunnitelmia, etsiä käyttäjien kanssa sopivaa toteutusaikaa ja hakea rahoitusta.

**Vikojen tärkeysjärjestys.** Vornanen (09.10.2011) toteaa, että käyttäjän henkeä tai turvallisuutta vaarantavat viat ohittavat muut.

**Huoltotyöt.** Vornanen (09.10.2011) kertoo, että kiinteistöjen ylläpitopalvelut -tulosityksikkö tuottaa ja järjestää palvelut. Työjärjestys on, että ensisijaisesti ilmoitusta tarkastellaan toteutettavaksi omin voimin, oman ammattihenkilöstön toimesta. Resurssi- tai mahdollisen osaamisvajeen mukaan palveluiden järjestämisessä nojataan palvelumarkkinoilta tapahtuvaan hankintaan.

**Palvelun/huoltotöiden laatu.** Vornasen (09.10.2011) mukaan työtehtävissä noudatetaan kiinteistöpalveluiden yleisiä laatuvaatimuksia (KiinteistöRYL-2009). Laadunvarmistus perustuu osaamiseen ja koulutuksin ylläpidettävään ammattitaitoon, varsinaista seurantajärjestelmää ei vielä ole. Vuoden 2012 talousarvioon on varattu määrärahoitus huoltokirjajärjestelmän hankintaan. Palveluiden laadun kehittymistä seurataan käyttäjiltä asiakastytyväisyys- ja henkilöstöltä työtytyväisyyskyselyin.

**Laadunvalvonta.** Vornanen (09.10.2011) kertoo, että työn, palvelutoimituksen laatua valvoo asiakkaan edustaja, joka on esimerkiksi kouluissa koulun rehtori tai koulunjohtaja ja päiväkodeissa päiväkodinjohtaja eli toimintakohteen vastuuhenkilö.

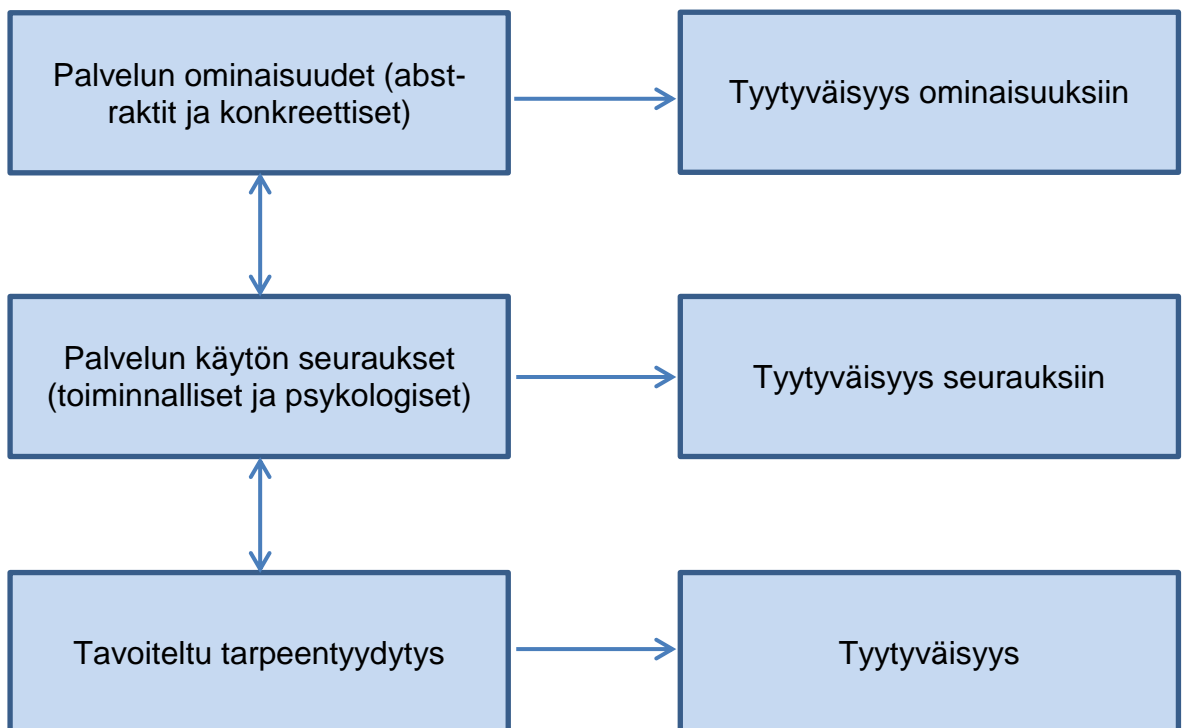
**Asiakastytyväisyystutkimuksen tavoite.** Vornanen (09.10.2011) toteaa, että tutkimus liittyy kaupungin palveluvision toteuttamiseen. Palvelutuotantoa kehitetään säännöllisesti kootun vertailutiedon perustalta. Tavoitteena ovat hyvä asiakastytyväisyys ja kansallisesti korkealaatuiset palvelut.

**Vapaa kommentointi.** Vornanen (09.10.2011) painottaa jatkuvuudenhallinnan huomioimista johtamisessa. Tässä vaiheessa käyttäjätutytyväisyystutkimus on jo tuottanut tiedon riippuvuussuhteesta koulurakennusten teknisten arvojen ja asiakastytyväisyyden välillä. Seuraava kehitysaskel on kriittisten tekijöiden mittariston laatiminen julkiselle kiinteistöjen ylläpitopalveluiden tuottajalle.

### 3 ASIAKASTYYTYVÄISYYS JA PALVELUN LAATU

Laatu ja tyytyväisyys ovat arkikielessä termejä, joita käytetään usein toistensa synonyymeinä. Tyytyväisyyteen voivat kuitenkin vaikuttaa, joko positiivisesti tai negatiivisesti, myös muutkin palvelukokemukseen liittyvät asiat. Käsitteitä pohdittaessa tyytyväisyyttä voidaan pitää laatua laajempaa käsitteenä (Ylikoski 1999, 149.)

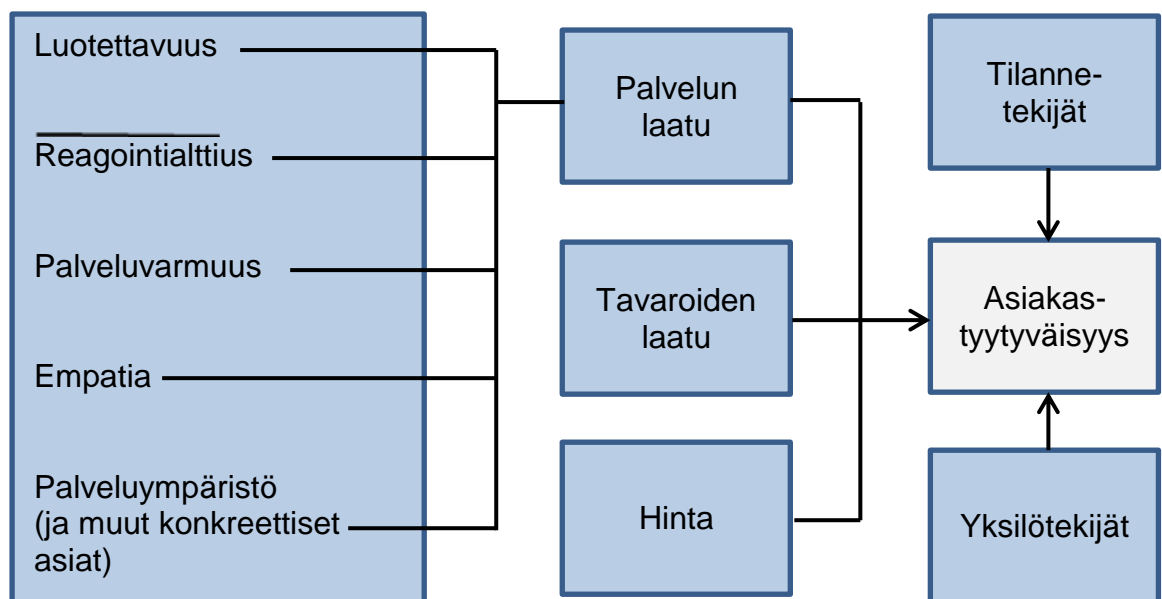
Asiakas käyttää palvelua, sillä hän tahtoo tyydyttää jonkin tarpeen. Yhteenkuuluvuus ja itsearvostus ovat yleisiä palvelujen käyttömotiveita. Nämä ovat kuitenkin yleensä sellaisia tarpeita, joita asiakas ei tiedosta palveluita käyttäessään. Tästä johtuen tyytyväisyyden kokemus kuluttajan mielessä liittyykin usein siihen millaisen hyödyn hän palvelua käyttäessään saa. Seuraavassa kuviossa tyytyväisyyttä tuottavat palvelun ominaisuudet ja palvelun käytön seuraukset (kuvio 6). (Ylikoski 1999, 151.)



Kuvio 6. Tyytyväisyyttä tuottavat palvelun ominaisuudet, käytön seuraukset ja asiakkaan tyytyväisyys (Ylikoski 1999, 151).

### 3.1 Asiakastyytyväisyys

Ylikosken (1999, 152) mukaan etsimällä sellaisia konkreettisia ja abstrakteja ominaisuuksia, jotka tuottavat asiakkaalle tyytyväisyyden tunnetta, voidaan vaikuttaa asiakkaan tyytyväisyyteen. Mainonta on puolestaan tapa kertoa asiakkaalle jonkin palvelun käytön toiminnallinen ja psykologinen seuraus. Palvelun laatutekijät vaikuttavat asiakastyytyväisyyteen ja siksi palveluorganisaatio pyrkiikin vaikuttamaan suoraan niihin (Kuvio 7).

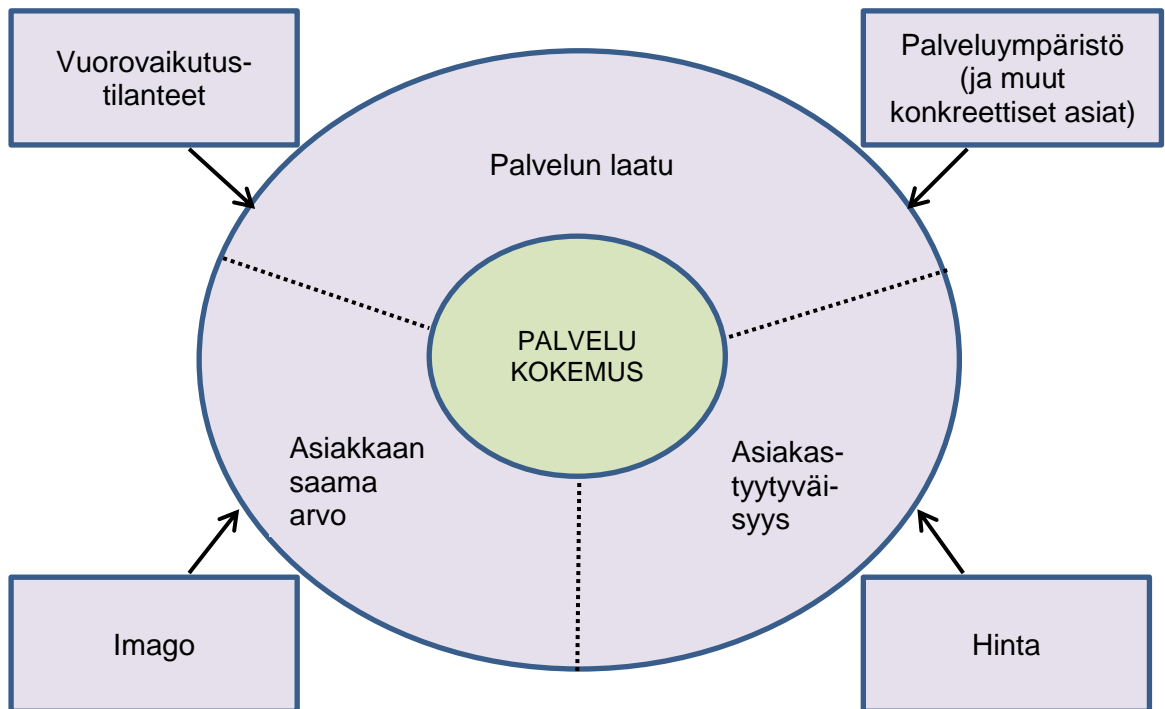


Kuvio 7. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät. (Ylikoski 1999, 152).

Palveluun liittyvien tavaroiden laatu, kuten esimerkiksi ruoka, vaikuttaa myös asiakkaan tyytyväisyyteen. Myös hinta voi olla tyytyväisyyttä muodostava tekijä. Joihinkin asioihin yritys ei voi kuitenkaan vaikuttaa muodostaessaan asiakastyytyväisyyttä. Tällaisia tekijöitä ovat esimerkiksi asiakkaan kiire. Palvelutilanteessa on syytä ottaa huomioon myös, että jokainen asiakas on yksilö. Tästä johtuen asiakastyytyväisyyden muodostumiseen vaikuttavat asiakkaan yksilölliset ominaisuudet. Mikäli yritys toimii kansainvälisillä markkinoilla, on syytä ottaa huomioon, että kulttuuriset erot vaikuttavat suuresti asiakastyytyväisyyden muodostumiseen. Esimerkiksi länsimaalaisessa kulttuurissa hotellissa yöpymiseen liittyy mielihyvän tavoittelu, kun taas aasialaisessa kulttuurissa sillä ei ole niin suurta merkitystä. (Ylikoski 1999, 153.)

Lahtinen ja Isoviita (Lahtinen & Isoviita 2000, 64.) kertovat myös asiakastyytyväisyyden muodostumisesta. Välittäminen on avainsana asiakastyytyväisyyden muodostumisessa. Kun asiakas on joutunut vaikeuksiin yrityksestä johtuvista syistä, on erittäin asiakkaalle erittäin tärkeää, ettei hän jää ongelmansa kanssa niin sanotusti ”oman onnensa nojaan”. Kun asiakkaiden tyytyväisyys on hyvällä tasolla, asiakkaat ostavat uudelleen ja ovat uskollisia yritykselle. Asiakkaat kertovat positiivisista kokemuksistaan myös muille asiakkaille. Näin tyytyväiset asiakkaat lisäävät myyntiä ja parantavat kannattavuutta. Pelkkä asiakastyytyväisyys ei kuitenkaan riitä pitkällä aikavälillä. Mikäli yritys on passiivinen eikä motivoi tyytyväistä asiakasta ostamaan, se kustautuu tulevaisuudessa.

Ylikoski (Ylikoski 1999, 153 - 154) jatkaa vielä asiakastyytyväisyyden muodostumisesta. Panostus palvelun saamiseen verrattuna palvelusta saatuun lisäarvoon on myös asiakkaan palvelukokemukseen vaikuttava tekijä. Tästä käytetään usein nimitystä asiakkaan saama arvo tai asiakkaan saama lisäarvo. Kun asiakas valitsee palvelun tarjoajaa, hän yleensä miettii, mikä yritys tuottaa hänelle eniten lisäarvoa. Asiakkaan palvelukokemukseen vaikuttaa kaikki seuraavat asiat ja nämä liittyvät oleellisesti toisiinsa: asiakkaan saama arvo, palvelun laatu, ja asiakastyytyväisyys. Näitä kolmea tekijää eli tyytyväisyyttä, laatua ja arvoa pystytään muuttamaan markkinointiin liittyvillä toimenpiteillä. Palvelukokemuksen muodostumista havainnollistetaan seuraavalla kuviolla (Kuvio 8).



Kuvio 8. Asiakkaan palvelukokemuksen muodostuminen. (Ylikoski 1999, 154).

### 3.1.1 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen

Lahtisen ja Isoviidan (2000, 64 - 65) mukaan asiakastyytyväisyystutkimukset ovat keino mitata asiakaspalvelun onnistumista. Asiakastyytyväisyystutkimuksella saadaan informaatiota kokoa palvelukokonaisuudesta, sillä tutkimuksen kohteina ovat yleensä esimerkiksi asiakkaiden kokema ensivaikutelma, palvelun odotusaika, palvelun asiantuntemus ja ystävällisyys, joustavuus ja tilojen viihtyisyys. Asiakkailta voidaan selvittää säännöllisesti, ovatko he tyytyväisiä ja pitäisikö jotain asiaa parantaa. Jos yritys menettää asiakkaita, heiltä olisi syytä kysyä, mihin he ovat olleet tyytymättömiä ja onko heillä jokin tietty syy, miksi he eivät enää asioi yrityksessä.

Myös Suomen Laatu yhdistys kertoo asiakastyytyväisyyden mittaamisesta. Tärkeintä on, että mittaamiselle voidaan luetella monia perusteita. Asiakastyytyväisyyden laadun parantaminen on kiistatta yksi tärkeimpiä tavoitteita yrityksen toiminnalle. Asiakkaiden odotukset ja todellinen toteutunut tyytyväisyys, sekä asiakkaiden tyytyväisyys yrityksen kilpailijoihin tulee jotta tuntee, asiakkaiden lojaalisuus

voidaan varmistaa. Tämä edellyttää siis, että yritys mittaa asiakkaidensa tyytyväisyyttä. (Miten mitataan asiakastyytyväisyyttä 1995, 2).

Ylikosken (1999, 155) mukaan organisaatio tarvitsee asiakastyytyväisyyttä selvittääkseen seurantajärjestelmän. Asiakastyytyväisyyden seurantajärjestelmä rakentuu tutkimuksista ja suoran palautteen järjestelmästä. Suora palaute tarkoittaa asiakkaalta välittömästi palvelutilanteessa saatua palautetta. Asiakastyytyväisyystutkimukset ja asiakkailta saatu suora palaute tukevat toisiaan ja näin saadaan laajempi yleiskuva asiakastyytyväisyydestä.

Asiakastyytyväisyystutkimuksen neljä tärkeintä tavoitetta Ylikosken (1999, 156) mukaan:

- selvitä keskeiset tekijät jotka vaikuttavat asiakastyytyväisyyteen.
- ota selville millä tasolla asiakastyytyväisyys on tällä hetkellä.
- kun asiakastyytyväisyys on mitattu, ota selville, millaisia toimenpiteitä asiakastyytyväisyyden parantaminen edellyttää.
- seuraa asiakastyytyväisyyden kehittymistä. Mittauksia kannattaa suorittaa tasaisin väliajoin. Näin saamme selvän kuvan siitä, miten asiakastyytyväisyys on kehittynyt ja ovatko korjaustoimenpiteet onnistuneet.

Ylikosken (1999, 155) mukaan asiakkaan tyytyväisyyttä voidaan tarkastella koskien joko yksittäistä palvelutapahtumaa tai selvittämällä asiakkaan tyytyväisyyttä koko organisaation toimintaan. Jokaisen yksittäisen palvelutilanteen kokemus vaikuttaa asiakkaan mielipiteeseen koko organisaation toiminnasta, mutta vaikka asiakas olisi tyytymätön tiettyyn yksittäiseen palvelutilanteeseen, hän voi silti olla tyytyväinen koko organisaation toimintaan tai päinvastoin.

Ylikoski (1999, 150) huomauttaa, että yksittäisellä tyytyväisyystutkimuksella on harvoin merkittävää hyötyä yritykselle, koska se kertoo vain tietyn hetken tilanteen. Asiakastyytyväisyyden seurannan oli syytä olla jatkuvaa tiedon keruuta ja seurannasta saadun tiedon hyväksikäyttöä.

Myöskään pelkkä tyytyväisyysseuranta ei ole riittävää. Asiakastyytyväisyyden parantamiseen tarvitaan myös seurantaan perustuvaa toimintaa. Vaikka asiakkailta

kyseltäisiin jatkuvasti palautetta tyytyväisyyden tasosta, se ei muuta heitä tyytyväisemmäksi. Tämä on itse asiassa päinvastoin, sillä yrityksen kiinnostus asiakkaiden tyytyväisyyttä kohtaan asettaa asiakkaiden odotuksia siitä, että yritys aikoo muuttaa toimintatapojaan niin, että palvelu paranee. (Ylikoski 1999, 149 - 150.)

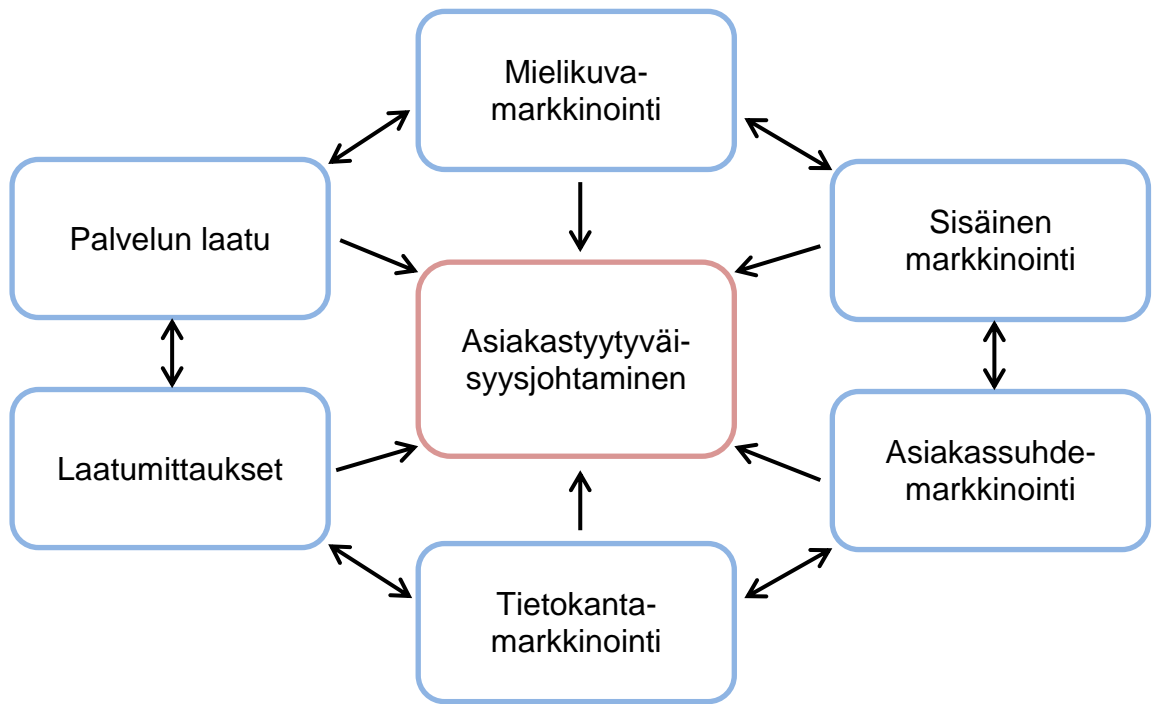
On itsestään selvää, etteivät asiakastyytyväisyystutkimuksesta saadut tulokset muutu itsestään käytännön toiminnaksi. Tutkimustulosten analysoinnin jälkeen tulee laatia toimenpidesuunnitelma. Mikäli tyytyväisyyden taso on ollut hyvä, organisaation kannattaa pyrkiä ylläpitämään sama taso. Asiakastyytyväisyyden tason parantaminen vaatii tosin yleensä organisaatiolta panostuksia ja panostukset aiheuttavat kustannuksia. Onkin siis elintärkeää selvittää, kannattaako asiakastyytyväisyyden parantamiseen uhrata resursseja. Tyytyväisyyden parantamisesta aiheutuvien menojen ylittäessä saatavien tuottojen määrän, investointi on kannattamaton. Tällaisessa tilanteessa on järkevää arvioida asiakastyytyväisyyden suhdetta myyntiin pidemmällä aikavälillä. (Ylikoski 1999, 166 - 167.)

Ylikoski (1999, 169) huomauttaa myös, että asiakastyytyväisyyttä parannettaessa on tärkeää ottaa huomioon henkilöstön sitouttamiseen liittyvät asiat. Jokaisen henkilöstöön kuuluvan on tiedettävä nykyinen asiakastyytyväisyyden taso. Henkilöstö kannattaa myös ottaa mukaan tutkimusten suunnitteluun, sillä se helpottaa henkilöstön sitouttamista organisaation yhteisiin tavoitteisiin.

### **3.1.2 Asiakastyytyväisyysjohtaminen**

Asiakastyytyväisyysjohtamisella tarkoitetaan jonkin organisaation sisällä tapahtuvaa asiakaslähtöistä johtamistapaa, jossa hyväksikäytetään asiakastyytyväisyyskokemuksista saatua tietoa. Asiakastyytyväisyysjohtaminen on niin sanottua laadullista johtamista, jossa otetaan huomioon mielikuvamarkkinointiin, sisäiseen markkinointiin, asiakassuhdemarkkinointiin, tietokantamarkkinointiin, laatumittauksiin ja palvelun laatuun liittyviä asioita (Kuvio 9). (Rope & Pöllänen 1998, 22 - 24.)

Asiakaskokemuksen johtaminen maksimoi yrityksen asiakkailleen tuottaman arvon luomalla asiakkaille merkityksellisiä kokemuksia. (Löytänä, J & Korteso K 2011, 13).



Kuvio 9. Asiakastyytyväisyysjohtamisen muodostuminen (Rope & Pöllänen 1998, 23).

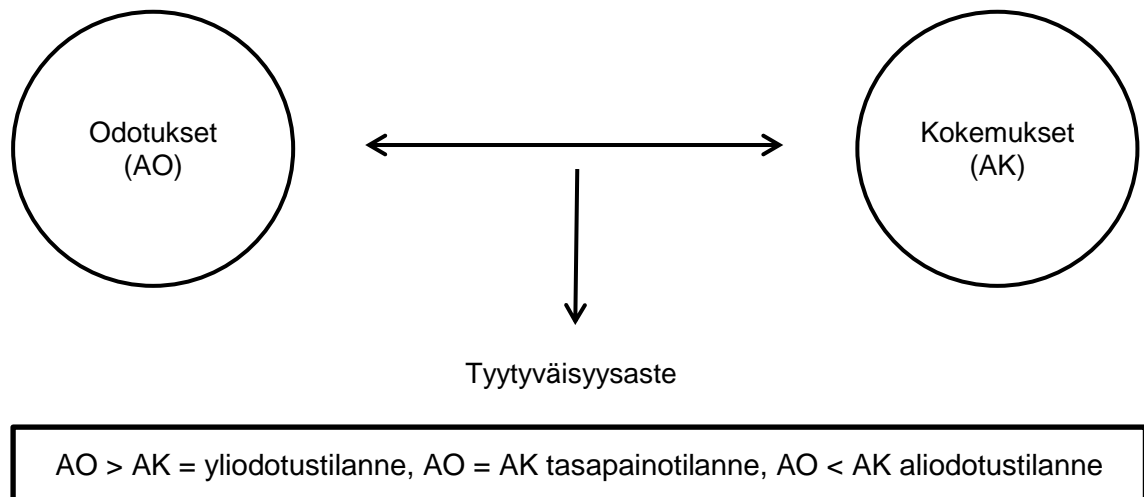
Rope ja Pöllänen (1998, 26 - 27) kertovat, että asiakastyytyväisyysjohtamista ei voi harjoittaa ennen kuin asiakkaan, tyytyväisyyden ja johtamisen merkityssisällöt ovat selvitetty asiakastyytyväisyysjohtamisen kannalta. Nämä ovat asiakastyytyväisyysjohtamisen peruselementit.

Asiakas-käsitteellä on asiakastyytyväisyysjohtamisessa normaalista poikkeava merkitys. Normaalisti asiakas tarkoittaa henkilöä tai yritystä johon on syntynyt asiakassuhde. Asiakastyytyväisyysjohtamisessa asiakas-käsitteellä tarkoitetaan jokaista kontaktia, jonka kanssa yritys on ollut tekemisissä, eli niitä,

- jotka ovat ostaneet eli joiden kanssa on syntynyt asiakassuhde
- jotka potentiaalisina asiakkaina kuuluvat segmenttiin ja ovat esimerkiksi olleet kontaktissa yrityksen myyntihenkilöön, mutta eivät ole käyttäneet yrityksen palveluita tai
- jotka ovat olleet yrityksen palveluiden kanssa välillisessä kontaktissa.

(Rope & Pöllänen 1998, 26 - 27.)

Tyytyväisyydellä tarkoitetaan asiakastyytyväisyysjohtamisella asiakkaan kokemien odotuksien ja kokemusten tasapainoa. Asiaa voidaan havainnollistaa seuraavalla kuviolla (Kuvio 10). (Rope & Pöllänen 1998, 29.)



Kuvio 10. Odotusten ja kokemusten muodostama tyytyväisyys (Rope & Pöllänen 1998, 29).

Rope ja Pöllänen (1998, 29 - 30) kertovat kuviosta (kuvio 10), sen oleelliset asiat. Tärkeintä on, että odotustaso luo lähtökohdan ja vertailuperustan saaduille kokemuksille. Kun toiminnan taso pysyy samana, voi matala odotustaso tuottaa positiivisen yllätyksen ja korkea odotustaso negatiivisen kokemuksen. Johdettaessa asiakastyytyväisyyttä oikein, pyritään vaikuttamaan sekä odotuksiin, että kokemuksiin.

Rope ja Pöllänen (1998, 30) jakavat odotustasot kolmeen eri lajiryhmään:

- Ihanneodotukset
- Ennakko-odotukset
- Minimiodotukset

Ihaneodotukset ovat henkilön omia toiveita siitä toiminnasta, jota hän haluaa joltain tuotteelta tai yritykseltä. Tällaisia voivat olla esimerkiksi halvat hinnat, korkealaatuiset tuotteet ja ystävällinen palvelu. (Rope & Pöllänen 1998, 30.)

Ennako-odotukset kuvaavat sitä odotustasoa, joka henkilöllä on kyseessä olevasta yrityksestä/tuotteesta/palvelusta. Ennako-odotukset vastaa käsitteisällisesti sanaa imago, eli tarkoittaa henkilön mielikuvaa yrityksestä tai tuotteesta. (Rope & Pöllänen 1998, 30.)

Minimiodotukset ovat vähimmäistaso, jota asiakas edellyttää saavansa yritykseltä/tuotteelta/palvelulta. Asiakkaan minimiodotusten taso on kasvanut viimevuosina. Tämä johtuu muun muassa koulutustason noususta, tulotason noususta, kilpailun kiristymisestä ja teknisestä kehityksestä. (Rope & Pöllänen 1998, 35 - 37.)

Johtamisen kenttä on Ropen ja Pöllänen (1998, 46 - 48) mukaan viimeinen asiakastyytyväisyysjohtamisen peruselementti. Johtaminen jaotellaan yleensä kahteen ryhmään: ihmisten johtamiseen ja liiketoiminnan johtamiseen. Asiakastyytyväisyysjohtamista ei voi kuitenkaan käsitellä tämän jaottelun perusteella, sillä asiakastyytyväisyysjohtamiseen asiakastyytyväisyysjohtamisessa yhdistyy monien erilaisten johtamisoppien piirteitä, kuten

- tavoitejohtamisen tavoitteellisuus, seuranta ja kehityskeskustelut
- tulosjohtamisen tavoitteellisuus, kehityskeskustelut ja liiketoiminnan tuloskeskeisyys
- tilannejohtamisen erilaisiin asiakassuhde- ja asiakastyytyväisyystilanteisiin sovellettu toimintamalli
- palvelujohtamisen palvelufunktion merkityksellisyys ja sisäinen markkinointi
- laatujohtamisen kokonaislaadun toteuttamisen näkökulma

Asiakastyytyväisyysjohtaminen ei ole siis strategisen johtamisen järjestelmä vaan se täyttää selkeästi paremmin operatiivisen johtamismallin määritelmän. On myös hyvä huomata, että asiakastyytyväisyysjohtamisella ei ole tarkoitus korvata tai poistaa yrityksen muita operatiivisia johtamisoppeja. Asiakastyytyväisyysjohtaminen on siis kokonaisvaltainen johtamismalli ja sen toimintakenttänä on koko liiketoiminta myös silloin, kun yrityksessä on monia toisiinsa kytkeytyviä liiketoimintoja. (Rope & Pöllänen 1998, 50.)

### 3.2 Palvelun laatu

Palveluyhteiskunta ja palvelutalous ovat länsimaissa tosiasia. Palvelutalous määritellään usein sen mukaan, kuinka suuri osuus bruttokansantuotteesta tulee palvelualoilta. Jos palvelujen osuus on yli 50 %, puhutaan palvelutaloudesta. On kuitenkin tärkeää ottaa huomioon, että palvelutalous on hieman harhaanjohtava käsite. Siitä voi saada mielikuvan, jossa talouden ainoa merkittävä tekijä ovat palvelut ja että valmistusteollisuus on vähäpätöistä yhteiskunnalle. Näin ei kuitenkaan ole. (Grönroos 1998, 25 - 26.)

Kilpailu on nykyään niin tiukkaa, että tuotteiden tekniset ominaisuudet eivät enää riitä luomaan kilpailuetua. Esimerkiksi monet teollisuusalojen yritykset tarjoavat asiakkailleen erilaisia palveluja luodakseen kilpailuedun toisiin vastaavien tuotteiden tarjoajiin. Tällaisia palveluja ovat esimerkiksi tekninen palvelu, korjaus- ja ylläpito, asiakkaiden koulutus, konsultointipalvelut, yhteiset tutkimus- ja kehittäelyohjelmat, materiaalihallinto ja toimitukset. (Grönroos 1998, 27 - 28.)

Palvelu on monimutkainen asia. Palvelu- sanalla on useita merkityksiä, palvelusta tuotteena aina henkilökohtaiseen palveluun asti. Lähes kaikista tuotteista voi tehdä palvelun, mikäli myyjä yrittää mukauttaa ratkaisun täyttämään asiakkaan yksityiskohtaisimpia tarpeita. (Grönroos 2001, 78.)

Kirjallisuudessa esitetään erilaisia palvelujen erityispiirteitä. Yleensä palveluja verrataan fyysisiin tavaroihin. Yleisimmillä palveluilla on kuitenkin Grönroosin (2001, 80 - 81) mukaan kolme peruspiirrettä:

- palvelut ovat prosesseja, jotka koostuvat toiminnoista tai toimintojen sarjoista eivätkä asioista.
- palvelut tuotetaan ja kulutetaan ainakin jossain määrin samanaikaisesti.
- asiakas osallistuu palvelun tuotantoprosessiin ainakin jossain määrin.

Grönroosin (1998, 53 - 54) mukaan palvelu koetaan useimmiten subjektiivisesti. Asiakkaiden kuvaillessa palveluita, he käyttävät useimmiten sellaisia sanoja, kuten kokemus, luottamus, tunne ja turvallisuus. Syy näiden sanojen käyttämiseen on

palvelujen aineettomuudessa. Koska palvelu ei ole aineellinen asia vaan sarja tekoja tai prosesseja ja ne tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti, on laadunvalvontaa ja markkinointia mahdotonta toteuttaa perinteisin keinoin.

Grönroos (1998, 59 - 60) kertoo, että tekniset ominaisuudet määrittävät perinteisesti tavaroiden laadun. Palvelujen laadun määrittämistä on pakko pitää erittäin monimutkaisena operaationa, sillä ne ovat aineettomia prosesseja joiden kulutusta ja tuotantoa ei pystytä täydellisesti erottelemaan ja asiakas osallistuu niiden tuotantoprosessiin. Tarvitaankin palvelun laadun malli, jonka täytyy pystyä kertomaan, miten asiakkaat kokevat palvelun laadun. Tämän mallin perusteella palvelujen tarjoajat ymmärtävät miten asiakkaat arvioivat saatua palvelua ja voivat sen perusteella määrittellä, miten asiakkaiden arviot syntyvät ja kuinka niihin voidaan vaikuttaa.

Lahtinen ja Isoviita (2000, 61) kertovat, että palvelun laatua arvioidaan palveluntuotantoprosessin jokaisessa vaiheessa. Kohteena ovat ydintuote ja kaikki liitännäispalvelut. Palvelunlaadun arvioijana on asiakas. Asiakas tulee yleensä nopeasti päätökseen siitä, onko tavara hyvää vai huonoa, mutta palvelunlaatua on hankalampi arvioida.

Myös Grönroos (1998, 73 - 74) ottaa kantaa palvelun laadun arviointiin. On tärkeää, että hyvästä palvelun laadusta voidaan tehdä yrityksen käyttöön jonkinlainen luettelo. Luettelon on oltava lyhyt, mutta siihen on sisällytettävä kaikki tärkeimmät huomioon otettavat palvelun laatuun vaikuttavat seikat. Grönroos on luonut laadukkaaksi koetusta palvelusta kuusi kriteeriä, jotka hän on muotoillut luetteloksi. Nämä kriteerit eivät ole tulosta empiirisestä tutkimuksesta, vaan yhdistelmä tutkimuksista, jotka ovat tällä hetkellä käytettävissä. Näitä kriteerejä voidaan pitää ohjenuorina empiiriseen ja teoreettiseen tutkimukseen ja käytännön kokemuksiin. Luettelo ei ole täydellinen, sillä eri aloilla ja erilaisille asiakkaille jotkin kriteerit ovat toisia tärkeämpiä.

#### 1. Ammattitaito

Asiakkaat ymmärtävät, että palvelun tarjoajalla ja sen työntekijöillä on sellaiset tiedot ja taidot, operatiiviset järjestelmät ja fyysiset resurssit, joita tarvitaan heidän ongelmiansa ammattitaitoiseen ratkaisuun.

## 2. Asenne ja käyttäytyminen

Asiakkaat tuntevat, että palvelutyöntekijät (kontaktihenkilöt) kiinnittävät heihin huomiota ja haluavat ratkaista heidän ongelmansa ystävällisesti ja spontaanisti.

## 3. Lähestyttävyys ja joustavuus

Asiakkaat tuntevat, että palvelun tarjoaja, sen sijainti, aukioloajat, työntekijät ja operatiiviset järjestelmät on suunniteltu ja toimivat siten, että palvelu on helppo saada ja että yritys on valmis sopeutumaan asiakkaan vaatimuksiin ja toiveisiin joustavasti.

## 4. Luotettavuus ja uskottavuus

Asiakkaat tietävät, että mitä tahansa tapahtuu tai mistä tahansa on sovittu, he voivat luottaa palvelun tarjoajaan ja sen työntekijöiden lupauksiin ja asiakkaan etujen mukaiseen toimintaan.

## 5. Normalisointi

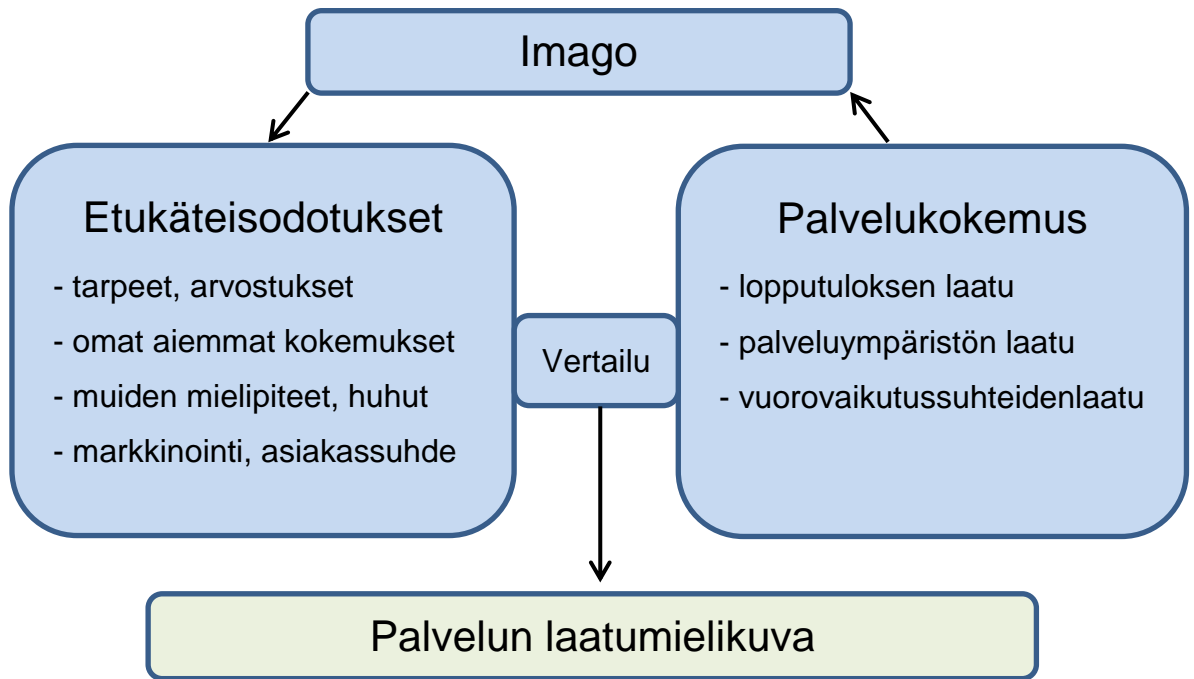
Asiakkaat ymmärtävät, että aina kun jotain menee pieleen tai kun tapahtuu jotain odottamatonta, palvelun tarjoaja ryhtyy heti toimenpiteisiin pitääkseen tilanteen hallinnassa ja löytääkseen uuden, hyväksyttävän ratkaisun.

## 6. Maine

Asiakkaat uskovat, että palvelun tarjoajan toimiin voi luottaa, että palvelun tarjoaja antaa rahalle vastinetta ja että sillä on sellaiset suosituskriteerit ja arvot, jotka asiakaskin voi hyväksyä.

Hyvän palvelun osatekijöiden joukossa palvelun laatu on viimeisenä. Tämä johtuu siitä, että palvelun laatutaso on seurausta palvelukulttuurista, palvelupaketeista ja palvelun tuotantoprosessista. Tästä johtuen joudutaan ensin selvittämään nämä kolme muuta palvelujärjestelmän osaa ennen kuin voidaan alkaa parantaa palvelun laatua (Lahtinen & Isoviita 2000, 61).

Lahtisen ja Isoviidan mukaan (2000, 61) henkilökohtaiset käsitykset ovat suurin tekijä asiakastyytyväisyyden ja palvelun laatumielikuvan muodostumiseen. Jos koettu palvelu vastaa asiakkaan odotuksia, asiakas on tyytyväinen. Mikäli palvelu alittaa odotukset, asiakas pettyy (Kuvio 11).



Kuvio 11. Palvelun laatumielikuvaan vaikuttavat seikat (Lahtinen & Isoviita 2000, 62).

### 3.2.1 Palvelutapahtuman vaiheet

Hyvä asiakaspalvelu sisältää monia asioita, joiden on tarkoitus auttaa asiakasta. Palveluyhteisössä asiakaskäynti kannattaa jakaa vaiheisiin, jolloin asiakasta voidaan palvella jatkuvasti mahdollisimman hyvin. Näissä vaiheissa asiakaspalvelussa käytetään erilaisia keinoja sekä asetetaan erilaisia tavoitteita. Lahtinen ja Isoviita (2000, 69) esittelevät asiakaspalvelutapahtuman vaiheet kuviolla (Kuvio 12).



Kuvio 12. Asiakaspalvelutapahtuman vaiheet (Lahtinen & Isoviita 2000, 69).

Ensimmäinen vaihe on palveluun saapumisvaihe. Tässä vaiheessa tärkeintä on luoda hyvä ensivaikutelma, kertoa asiakkaille palvelustamme ja varmistua siitä, että asiakas tulee käyttämään palveluamme. Kannattaa ottaa huomioon, että tässä vaiheessa asiakkaan mielipiteeseen vaikuttavat myös palveluympäristö, muut asiakkaat, kontaktihenkilöstö, asiakkaan suhde yritykseen ja yrityksen imago. (Lahtinen & Isoviita 2000, 70.)

Toinen vaihe on odotusvaihe. Odotusvaiheessa asiakaspalvelijan on tärkeintä muistaa, että jokainen asiakas saa palvelua omalla vuorollaan. Jos yrityksellä ei ole käytössä numerolappujärjestelmää, asiakkaiden palveleminen oikeassa järjestyksessä on täysin asiakaspalvelijan muistin varassa. Julkisyhteisössä asiakaspalvelun parantaminen koskee yleensä tätä asiakaspalvelun vaihetta, sillä siellä kehityksen kohteena on useimmiten asiakaspalvelun jonotus- ja odotusajan lyhentäminen. Näin siksi, että julkisyhteisön palveluita käyttävillä asiakkailla ei usein ole aikaa eikä viitseliäisyyttä odottaa pitkään. (Lahtinen & Isoviita 2000, 76.)

Seuraava eli kolmas vaihe on Lahtisen ja Isoviidan (2000, 77) mukaan tarvetäsmennysvaihe. Tässä vaiheessa asiakaspalvelijan tehtävänä on selvittää tarkasti

asiakkaan tarpeet. Mitä enemmän asiakaspalvelija tietää asiakkaan pulmista, arvostuksista, odotuksista ja toivomuksista, sitä helpompaa on löytää asiakkaalle ratkaisu, joka täydentää hänen senhetkisiä tarpeitaan. Asiakaspalvelijan on hyvä osata selvittää asiakkaan tarpeita muutenkin kuin puheen perusteella, sillä asiakas antaa arvokkaita vihjeitä myös ilmeillä, eleillä ja äänenpainolla. Tärkeää on myös tiedostaa, että asiakaspalvelija ei pysty eikä hänen kannata yrittää luoda asiakkaille tarpeita.

Neljäs vaihe on myyntikeskusteluvaihe. Lahtinen & Isoviita (2000, 78 - 79) painottavat, että tuote-esittely ei saa olla tyrkyttämistä. He kertovat, että tärkeämpää on selvittää asiakkaalle asiallisesti erilaisista vaihtoehdoista, hyötynäkökohdista ja ominaisuuksista. Asiakaspalvelijan on myös syytä opetella ulkoa omien ja kilpailijoiden tuotteiden hyvät ja huonot puolet. Myyntikeskustelussa kannattaa käyttää hyväksi niitä tietoja, mitä asiakas on kertonut. Jos asiakas arvostaa selvästi enemmän tuotteen ominaisuuksia kuin edullista hintaa, on turhaa yrittää myydä tuotetta hintakärjellä. On tärkeää, että asiakaspalvelija kertoo tarkasti tuotteen ominaisuudet. Kannattaa kuitenkin ottaa huomioon, ettei asiakasta välttämättä kiinnosta paljonko esimerkiksi puhelin painaa grammoina. Häntä kiinnostaa luultavasti enemmän se, kuinka huomaamaton puhelin on ja mahtuuko se taskuun.

Seuraava eli viides vaihe on palvelun päätösvaihe. Tämä vaihe alkaa kun asiakas on saanut vastaukset kysymyksiinsä ja haluaa ostaa tuotteen. Asiakaspalvelijan on tärkeä huomata niin sanotut ostosignaalit. Tällaisia voivat olla esimerkiksi: milloin te pystyisitte toimittamaan tuotteen meille? Tai: mitä tämä nyt sitten tulee maksamaan? Ostosignaalien jälkeen asiakaspalvelijan täytyy osata johdatella myyntikeskustelu kaupan solmimiseen. (Lahtinen & Isoviita 2000, 80.)

Toiseksi viimeinen eli kuudes vaihe on Lahtisen ja Isoviidan (2000, 81) mukaan palvelusta poistumisvaihe. Tässä vaiheessa on tärkeintä, että asiakas poistuu tyytyväisenä. Jos asiakas on tyytyväinen, hän todennäköisesti tulee asioimaan kanssamme uudestaan. Kannattaa myös tiedostaa, että tyytyväinen asiakas kertoo saamastaan hyvästä palvelusta useimmiten tutuilleen.

Viimeinen eli seitsemäs vaihe on asiakkaan jälkihoitovaihe. Tämän vaiheen tärkein asia on varmistaa asiakassuhteen jatkuvuus. Useimmissa asiakaspalvelutilanteis-

sa asiakaspalvelija ei saa tietoonsa asiakkaan nimeä ja tästä johtuen asiakkaaseen ei voida olla yhteydessä myöhemmin. Onkin siis tärkeää, että poistumisvaiheessa asiakas hyvästellään ja häneltä kysellään palautetta. Jos jälkihoitovaiheessa huomataan, että asiakas on tyytymätön, on tärkeää, että hänen ongelmansa pyritään selvittämään. Asiakaspalvelijan on oltava tarkkana, ettei asiakas tulkitse hänen sanojaan, ilmeitä ja eleitä väärin. Jokainen valitus on hoidettava yksilöllisesti ja valittavaan asiakkaaseen on suhtauduttava empaattisesti. (Lahtinen & Isoviita 2000, 81 - 82.)

Asiakaspalvelun haasteisiin vastaaminen vaatii asiakaspalvelun profiilin korostamista. Hyvä keino profiilin korostamiseen on mahdollisuus koulutukseen. Nyky-yhteiskunnassa on tilausta koulutukselle, joka mahdollistaa asiakaspalveluosaimisen kehittymisen ja profiilin noston asiakaspalvelutyölle. On todennäköistä, että tulevaisuudessa henkilöstön asiakaspalveluosaiminen nousee monien yritysten menestystekijäksi. Henkilöstön osaaminen toimii myös myynti- ja markkinointikeinona. Organisaatiot mainostavat olevansa AAA-tason yrityksiä luottokelpoisuudeltaan, joten miksei mainostettaisi osaavaa ja ammattitaitoista henkilöstöä samantapaisella luokituksella? (Aarnikoivu 2005, 170 - 171.)

### **3.2.2 Palvelun laatu julkisella sektorilla**

Palvelu ja laatu ovat keskeisiä käsitteitä. Kummatkin sanat ovat todella monimerkityksellisiä. Molempia on myös määritelty hyvinkin monilla toisistaan poikkeavilla tavoilla. Palvelun käsite- ja sen lähikäsitteet ovat ongelmallisia sovellettuna julkisen sektorin toimintaan. Kun palvelu- käsite siirretään julkisen hallinnon käyttöön suoraan yksityiseltä sektorilta, se aiheuttaa usein miellelyhtymiä, jotka ei tunnu perustelluilta julkisissa organisaatioissa. Sama pätee myös asiakas- käsitteeseen. (Oulasvirta 2007, 19 - 20.)

Laatu- käsitteelle on yhteistä, että keskeistä on asiakasnäkökulma. Kun laatua kehitetään, on lähtökohtana useimmiten asiakkaiden odotukset ja tarpeet. Tästä johtuen asiakkaan kuunteleminen on keskeistä tietopohjan hankkimisessa ja laadun kehittämisessä. (Oulasvirta 2007, 21.)

Myös julkisten palveluiden laatustrategiassa (1998, 5-6) kerrotaan laadusta käsitteenä. Julkisen puolen laatua analysoitaessa tarkastellaan kolmea tasoa, jotka liittyvät toisiinsa.

- työyhteisöjen laatu, eli organisaation sisäinen laatu. Tärkeintä on ottaa huomioon työntekijöiden työelämän laatu, sillä työnsä osaava, motivoitunut ja sitoutunut työntekijä tekee työtään tehokkaasti ja laadukkaasti.
- organisaatiosta ulospäin suuntautuva laatu. Tällä tarkoitetaan yhteistyötä tuottajan ja kuluttajan sekä kysynnän ja tarjonnan välillä. Keskeisintä on kysyntä, eli asiakkaan tarpeet.
- yhteiskunnan ja kansalaisten väliset suhteet. Tässä tärkeintä on yhteiskunnan jäsenten elämän laadun parantaminen. Jos palvelut ovat laadukkaita, kansalaiset hyväksyvät ne paremmin.

Oulasvirta (2007, 21) kertoo, että julkishallinnon toimintaa ohjaavat yhteiskuntapoliittiset tavoitteet vaikuttavat merkittävästi siihen, mitkä tahot ohjaavat palvelujen laatua ja tavoitteita. Yhteiskuntapoliittisia tavoitteita ovat demokratian kautta tulleita kannanottoja siitä, miten asiat tulisi hoitaa. Nämä kannanotot muutetaan useimmiten esimerkiksi normeiksi ja laeiksi.

Julkisissa organisaatioissa yhteisölliset tavoitteet menevät usein yksilöllisten tarpeiden ohi, joten toiminta ohjautuu yhteiskunnan tai jonkin yhteisö/väestöryhmän tarpeista käsin. Tästä johtuen julkisissa organisaatioissa laatua tulee arvioida suhteessa palvelun tuottajan organisaatiolle asettamiin tavoitteisiin. (Oulasvirta 2007, 21.)

Julkisen hallinnon erityispiirteitä tarkasteltiin jo luvussa 2. Myös Oulasvirta (2007, 52) kertoo julkisen hallinnon erityispiirteistä verrattuna yksityiseen sektoriin. Hän esittelee luettelon julkisen hallinnon eroavaisuuksista yksityiseen sektoriin.

- toimintaa ohjaavat yhteiskuntapoliittiset tavoitteet.
- toiminta on säädössidonnaista.
- toiminta on budjettisidonnaista
- organisaatorakenne on usein moniportainen, koska julkiset palvelut ovat valtakunnallisesti ohjattuja.

- julkisten palvelujen hallintoa ja ohjausta hoidetaan useilla eri hallinnonaloilla, minkä vuoksi palvelurakenteet ovat lohkoutuneet ja erikoistuneet sekä valtion että kuntien sisällä.

Julkisella sektorilla palveluja pitää tarkastella kokonaisuutena, jossa useat organisaatiot tuottavat palveluja sekä yhteistyössä, että kilpaillen. Palvelujen tuottajia ovat julkisella puolella yleensä valtio ja kunnat. Asiakas on yleisesti nähty julkisella puolella lähinnä kansalaisena, vallankäytönkohteena, eli niin sanotusti hallintoalmaisena. (Julkisten palvelujen laatustrategia, 14 - 15.) Apunen & Parantainen ovat kirjassaan samaa mieltä ja toteavat lisäksi, että Suomalainen on alamainen, joka uskoo tutkimusten mukaan viranomaisiin, poliisiin ja auktoriteettiin muita eurooppalaisia enemmän. (Apunen & Parantainen 2011, 71). Perinteet ovat kuitenkin onneksi muuttumassa ja nykyään palveluiden käyttäjää ajatellaan asiakkaana, joka haluaa rahoilleen vastinetta (Julkisten palvelujen laatustrategia, 15).

## **4 ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUS SEINÄJOEN KAUPUNGIN KIINTEISTÖJEN KÄYTTÄJILLE**

Tässä luvussa käsitellään sitä, miten asiakastyytyväisyystutkimus on toteutettu, millainen tutkimusmenetelmä on ollut käytössä sekä millä tavalla aineisto on kerätty ja analysoitu. Käydään läpi myös tutkimuslomake, eli miten ja millaisista kysymyksistä se on rakennettu. Vastauslomake löytyy liitetiedoista (Liite 2). Kerron vertailun vuoksi myös Vaasassa vuonna 2009 tehdystä tutkimuksesta ja sen tuloksista.

Seuraavaksi esitellään asiakastyytyväisyystutkimuksen tulokset. Tulokset analysoidaan ja tulkitaan sanallisesti ja lisäksi niitä havainnollistetaan erilaisilla taulukoilla ja kuvioilla.

Lopuksi esitellään haastattelu, jossa Seinäjoen kaupungin työpäällikkö Vesa Vornanen ottaa kantaa tutkimustuloksiin ja minkälaisia muutoksia hän odottaa tapahtuvan muutosten perusteella.

### **4.1 Tutkimuksen toteutus**

Käyttäjätyytyväisyystutkimus toteutettiin Seinäjoen kaupungin tekniikkakeskuksen tilapalvelujen tulosalueen toimeksiannosta. Tutkimuksen kohteena olivat Seinäjoen kaupungin omistamien/ylläpitämien/huoltamien kiinteistöjen käyttäjät.

Tutkimuksesta lähetettiin ennakkotiedote sähköpostitse Seinäjoen kaupungin kiinteistöjen käyttäjille 2.9.2011, jossa ilmoitettiin seuraavalla viikolla alkavasta tutkimuksesta. Varsinainen vastauskehotus ja ilmoitus tutkimuksen alkamisesta lähetettiin sähköpostitse käyttäjille maanantaina 5.9.2011. Sähköpostiviestissä ilmoitettiin tutkimuksen alkamisesta, annettiin ohjeistusta vastaamiseen ja kerrottiin tutkimuksen aikataulu.

Vastauskehotus ja ilmoitus tutkimuksen lähettämisestä lähetettiin 3076 kiinteistöjen käyttäjälle. Vastauksia tuli 509 kappaletta, vastausprosentin ollessa 16,6 %. Vastausten määrää voidaan pitää hyvänä verrattuna vastaajien kokonaismäärään.

Tutkimusongelmana on epätietoisuus siitä, onko palvelujen laadussa ja asiakastytyväisyydessä eroja Seinäjoen alkuperäisten ja nykyisten alueiden välillä. Nykyisiä alueita siis ovat, kantakaupunki, Nurmo, Peräseinäjoki ja Ylistaro. Ennen kuntaliitoksia alueena oli pelkästään kantakaupunki. Tutkimuksella halutaan selvittää onko kiinteistöjen kunto, asiakastytyväisyys ja palvelunlaatu samalla tasolla esimerkiksi Peräseinäjoella, missä asuu alle kymmenen asukasta per neliökilometri ja kantakaupungin alueella, missä asuu yli 1400 asukasta per neliökilometri. Tällainen tutkimusongelma oli helpointa ratkaista kvantitatiivisella tutkimuksella.

Kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta nimitetään myös tilastolliseksi tutkimukseksi. Tilastollisella tutkimuksella selvitetään lukumääriin ja prosentuaalisiin osuuksiin liittyviä kysymyksiä ja se edellyttää tarpeeksi isoa ja edustavaa otosta. Aineiston keruussa käytetään useimmiten standardoituja lomakkeita. Tilastollisesta tutkimuksesta saatuja tuloksia havainnollistetaan taulukoilla ja kuvioilla. Usein selvitetään myös asioiden riippuvuuksia ja tutkimuksen kohteena olevien ilmiöiden keskuudessa tapahtuneita muutoksia. Kvantitatiivisella tutkimuksella saadaan yleensä selville olemassa oleva tilanne, mutta sillä ei pystytä riittävästi selvittämään ilmiöiden syitä. (Heikkilä 2008, 16.)

Tutkimuksen perusjoukko on se tutkittava kohdejoukko, josta halutaan tietoa. Perusjoukko on määriteltävä tarkasti, jotta pystytään valitsemaan mahdollisimman edustava otos. Kun perusjoukko on määritelty, on selvittettävä onko perusjoukosta olemassa kattava rekisteri ja voidaanko rekisterin tietoja käyttää tutkimuksen hyväksi. (Heikkilä 2008, 34.) Seinäjoen kaupungin kiinteistöjen käyttäjät muodostavat tämän tutkimuksen perusjoukon.

Aineistonkeruumenetelmänä käytettiin selainpohjaista Webropol -ohjelmaa. Webropol on internetin välityksellä toimiva kysely-, tiedonkeruu- ja analysointisovellus ja sen avulla tutkitaan muun muassa asiakkaiden ja henkilöstön tyytyväisyyttä. (Webropol yritysesite, [viitattu 14.11.2011].) Internetiä hyväksikäyttävät www-kyselyt ovat nopeasti yleistyneet. Www-lomakkeiden teko vaatii tietotaitoa ja tutkimuksen onnistuminen on paljolti kiinni kyselyn teknisestä toteutuksesta (Heikkilä 2008, 18.) Tutkimuksen kysymykset ja jäsentelyn toteutti pääasiassa Vesa Vornanen Seinäjoen kaupungin tilapalveluista. Näin siksi, että kysymysten muodostami-

nen vaati laajaa tietämystä Seinäjoen kaupungin tekniikkakeskuksen tilapalvelujen tulosalueen toiminnasta.

Tutkimuksessa on kysymyksiä yhteensä 90 kappaletta. Ensimmäinen kysymys koskee vastaajan sukupuolta. Toinen kysymys selvittää vastaajan iän. Seuraavat kysymykset kohtaan 52 asti ovat ohjaavia kysymyksiä, joiden tarkoituksena on saada vastaaja kohdistamaan vastauksensa siihen kiinteistöön jota hän käyttää. Kysymykset 53 - 88 ovat asiakastytyväisyyttä selvittäviä kysymyksiä ja niillä selvitetään tarkasti käyttäjien tyytyväisyyttä omien tilojen kuntoon, ilmeeseen ja huoltoon liittyviä asioita. Tyytyväisyyttä kuvaava arvosana-asteikko on yhdestä viiteen. Kaksi viimeistä kysymystä ovat avoimia kysymyksiä, joihin vastaaja voi antaa vapaasti negatiivista ja positiivista palautetta. Avoimien kysymysten vastauksiin ei oteta tässä työssä kantaa, sillä osa palautteesta kohdistuu nimettyihin henkilöihin eikä näitä tietoja haluttu julkaista.

#### **4.2 Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti**

Heikkilän (2008, 188) mukaan tutkimuksen luotettavuuden kannalta on erittäin tärkeää, että otos tarpeeksi suuri ja edustava, kysymykset koskevat tutkimukselle tärkeitä asioita ja vastausprosentti on korkea. Hyvän tutkimuksen laadukkuutta kuvaavat validiteetti ja reliabiliteetti.

Validiteetti eli pätevyys kuvaa sitä, millä tavalla on pystytty mittaamaan juuri sitä, mitä pitikin mitata. Kysely- ja haastattelututkimuksissa tärkeintä on, että kysymykset ovat sellaisia, että niiden vastauksilla voidaan ratkaista tutkimusongelma. (Heikkilä 2008, 186.)

Reliabiliteetilla tarkoitetaan sitä, että tutkimuksella on kyky tuottaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. Tutkimuksen sisäinen reliabiliteetti tarkoittaa sitä, että sama tilastoyksikkö voidaan mitata moneen kertaan. Ulkoinen reliabiliteetti taas sitä, että mittaukset voidaan toistaa muissakin tutkimuksissa. Jos reliabiliteetti on alhainen, se alentaa myös tutkimuksen validiteettia. (Heikkilä 2008, 187.) Apukeino tähän on niin sanottu testi-uusintatesti-mittaus, eli mittarin ollessa reliabeli, tutkimukseen vastanneet saavat uusintatestissä samalla mittarilla samat tulokset.

(Metsämuuronen 2006, 68). Yhteenvedona tutkimuksen reliabiliteetti tarkoittaa siis sitä, että tutkimuksen tulokset eivät ole sattumanvaraisia. (Heikkilä 2008, 30).

Tämän tutkimuksen validiteettia kasvattaa se, että kyselyn avulla saatiin selville se, mitä haluttiin, eli mihin asioihin Seinäjoen kaupungin kiinteistöjen käyttäjät ovat tyytyväisiä ja mihin ei. Validiteettia kasvattaa myös se, että vastaajien keskimääräinen tyytyväisyys tiloihinsa oli hyvin samoilla linjoilla vastaajien kiinteistöjen keskimääräisen kuntoluokan kanssa (Liite 3). Oli hienoa, että vastauksia tuli paljon ja se nostaa tutkimuksen reliabiliteettia. Reliabiliteettia kasvattaa myös se, että esitelen tunnusluvun Vaasassa vuonna 2009 tehdystä kiinteistöjen käyttäjätyytyväisyystutkimuksesta ja käyttäjien keskimääräinen tyytyväisyys oli hyvin samalla tasolla kuin Seinäjoellakin (Asiakastyytyväisyysvertailu 2009, 13).

Tutkimuksen luotettavuutta laski hieman se, että tietyiltä alueilta, kuten esimerkiksi Peräseinäjoelta, tuli keskimäärin vain alle kaksi vastausta per kiinteistö. Tällöin vastaajan henkilökohtainen suhtautuminen tai näkemykset vaikuttavat suhteellisesti enemmän.

### **4.3 Tutkimustulokset ja aineiston analysointi**

Tutkimuksen tuloksia havainnollistetaan lähinnä taulukoilla ja kuvioilla. Kaikki tilastoaineisto on käsitelty SPSS -tilasto-ohjelmalla ja sen avulla on tehty alkuperäisversiot kaikista taulukoista ja kuviosta. Tämän jälkeen taulukoiden ja kuvioiden alkuperäisversiot on käsitelty Microsoft Excel 2010 -taulukkolaskentaohjelmalla. Tulokset esitellään tyytyväisyyden keskiarvona, p-arvona ja prosenttilukuina. Kuvioiden ja taulukoiden yhteydessä oleva n-kirjain tarkoittaa siihen kysymykseen vastanneiden henkilöiden lukumäärää.

Tilastollisen testin eli t-testin avulla selvitettiin tulosten tilastollinen merkitsevyys. T-testistä saatu p-arvo tarkoittaa merkitsevyytensä, eli se ilmoittaa, kuinka suuri riski on, että ero tai riippuvuus johtuisi sattumasta. Jos tutkitaan esimerkiksi käyttäjätyytyväisyyttä verrattuna vastaajan ikään ja saaduissa tuloksissa on suuria eroja, p-arvo on alle 0,05 eli alle viisi prosenttia (Heikkilä 2008, 194 - 195). Jos p-arvo on

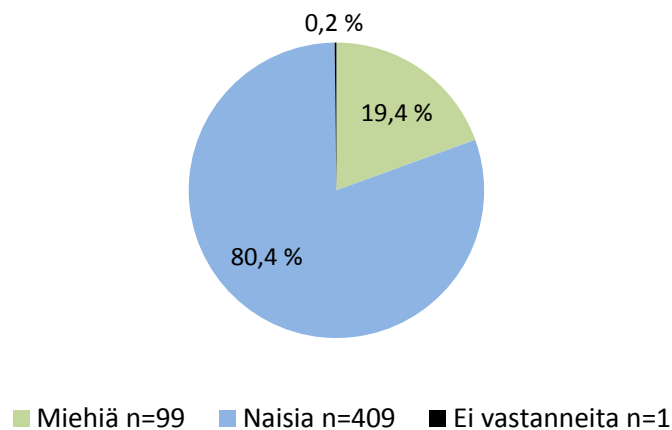
isompi kuin 0,05 tulokseen ei oteta kantaa, koska tällöin tuloksessa ei ole merkittävää eroa vastaajien välillä.

Tutkimuksen tuloksista esitellään ja analysoidaan ne asiat, joita Seinäjoen kaupungin tekniikkakeskuksen tilapalvelujen tulosalue halusi selvittää.

#### 4.3.1 Taustamuuttujat

Tutkimuksen kolme ensimmäistä kysymystä selvittivät vastaajien taustatietoja. Taustatietoina kysyttiin vastaajan sukupuoli, ikä ja kohdekuunta (kantakaupunki, Peräseinäjoki, Nurmo vai Ylistaro). Lisäksi taustamuuttujiin lisättiin taulukko siitä, paljonko Seinäjoen eri alueilta on tullut vastauksia. Vastauksia kyselyyn saatiin kaiken kaikkiaan 509, vastausprosentin ollessa 16,6.

**Sukupuoli.** Vastanneista 409 oli naisia ja 99 miehiä. Yksi henkilö ei vastannut tähän kysymykseen ollenkaan (Kuvio 13).

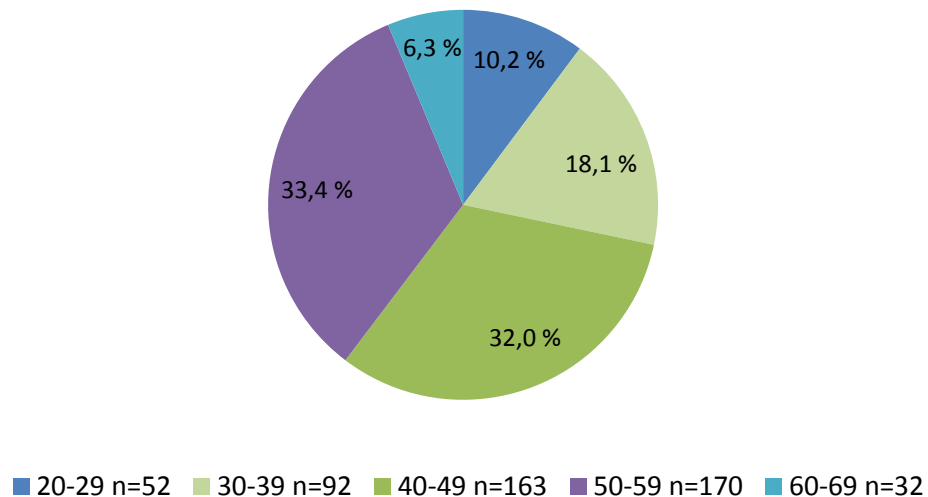


Kuvio 13. Vastaajien sukupuolijakauma (n=509).

Oli yllättävää, että yli viidesosa vastanneista oli naisia. Tähän on vaikuttanut osaltaan ainakin se, että suurin osa kyselyyn vastaajista on Seinäjoen kaupungin työntekijöitä ja iso osa miespuolisista kiinteistöjen käyttäjistä on ruumiillisessa työssä, eivätkä ole päässeet vastaamaan kyselyyn, kun taas naiset ovat useammin töissä toimistossa.

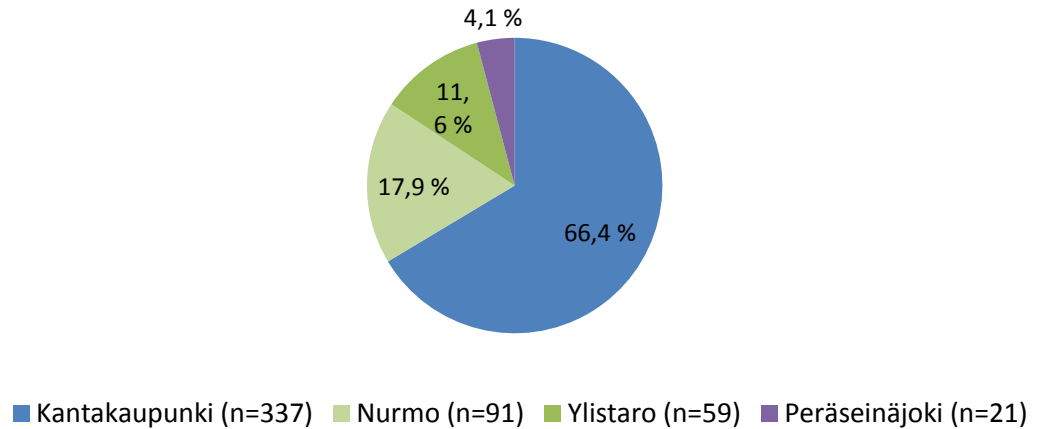
**Ikäjakauma.** Ikäluokat muodostettiin kyselyyn valmiiksi vaihtoehtoiksi, joista sai valita oman ikäryhmän. Ikäryhmät jaoteltiin 20 - 29-vuotiaisiin, 30 - 39-vuotiaisiin, 40 - 49-vuotiaisiin, 50 - 59-vuotiaisiin ja 60 - 69-vuotiaisiin. Tarkempaa ikää ei tarvinnut kysyä, koska sillä ei olisi ollut tutkimuksen tulosten luotettavuuden kannalta merkitystä.

Ikäjakaumakuviosta (Kuvio 14) huomataan, että huomattavasti suurimmat ikäryhmät olivat 50 - 59-vuotiaiden (33,4 %) ja 40 - 49-vuotiaiden (32 %) ryhmät, joka omalta osaltaan kuvastaa hyvin yleistä työikäisten ikäjakaumaa nykyaikana Suomessa. Kolmanneksi suurin ryhmä oli 30 - 39-vuotiaiden ryhmä (18,1 %). Neljäntenä 20 - 29-vuotiaat (10,2 %) ja viimeisenä 60 - 69-vuotiaat (6,3 %).



Kuvio 14. Vastaajien ikäjakauma (n=509).

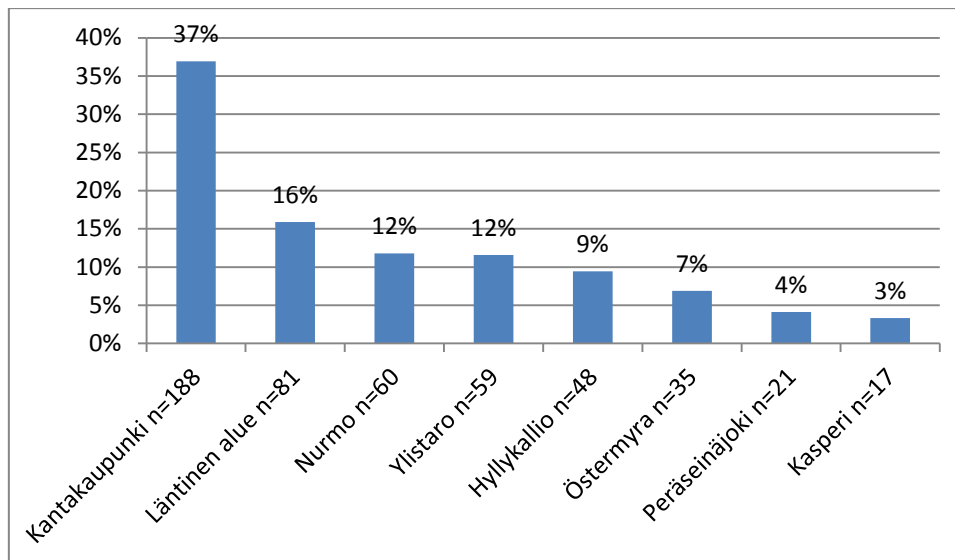
**Kohdekuunta.** Kiinteistöjen käyttäjiltä kysyttiin yhtenä taustatietona myös se, mihin kohdekuuntaan he kuuluvat. Tällä tarkoitettiin kuntia jotka olivat olemassa ennen Seinäjoella tapahtuneita kuntaliitoksia. Vastausvaihtoehdot olivat kantakaupunki, eli alkuperäinen Seinäjoen alue, Nurmo, Ylistaro ja Peräseinäjoki (Kuvio 15).



Kuvio 15. Vastaajien kohdekuunta. (n=508).

Vastaajista reilusta yli puolet (66,4 %) ilmoittivat kohdekuunnakseen Seinäjoen kantakaupungin. Tämä johtuu pääosin siitä, että suurin osa Seinäjoen kaupungin kiinteistöistä sijaitsee kantakaupungissa. Toiseksi eniten vastaajia oli Nurmon kohdekuunnasta (17,9 %). Kolmanneksi eniten Ylistarossa (11,6 %) ja vähiten Peräseinäjoella (4,1 %).

**Tilastoalueet.** Tilastoalueita ei kysytty erikseen tutkimuksessa, mutta se valittiin taustatietoihin erikseen Seinäjoen kaupungin tekniikkakeskuksen tilapalvelujen pyynnöstä. Tilastoalueita ovat kantakaupunki, läntinen alue, Nurmo, Ylistaro, Hyllykallio, Östermyra, Peräseinäjoki ja Kasperri. Vastaajat jakautuvat tilastoalueittain seuraavasti (Kuvio 16).



Kuvio 16. Vastaajat tilastoalueittain (n=509).

Kuten kuvioista selviää, suurin osa (37 %) vastauksista tuli kantakaupungin tilastoalueelta. Toisena läntinen alue (16 %), kolmantena Nurmo (12 %), neljäntenä Ylistaro (12 %), viidentenä Hyllykallio (9 %), kuudentena Östermyra (7 %), seitsemäntenä Peräseinäjoki (4 %) ja viimeisenä Kasperin alue (3 %).

#### 4.3.2 Käyttäjätyytyväisyyden alueellinen jakaantuminen

Seinäjoen kaupungin tekniikkakeskuksen tilapalvelut halusivat selvittää, onko kuntaliitosten aiheuttamana Seinäjokeen liitettyjen uusien alueiden käyttäjätyytyväisyydessä suuria eroja. Alueet olivat kantakaupunki, Peräseinäjoki, Nurmo ja Ylistaro. Asiakastyytyväisyyttä mitattiin asteikolla 1-5, jossa 1=erittäin tyytymätön, 2=tyytymätön, 3=ei tyytymätön eikä tyytyväinen, 4=tyytyväinen ja 5=erittäin tyytyväinen. Vastaukset ilmoitetaan prosenttilukuina ja keskiarvoina.

Koska tyytyväisyyttä selvittäviä kysymyksiä oli tutkimuksessa yhteensä 36, ei kaikkia vastauksia voida esitellä erikseen. Esittelen kolme käyttäjätyytyväisyyttä esittävää tulosta, joissa on suurimmat erot Seinäjoen kaupungin eri alueiden välillä (Taulukko 1). Loput tulokset löytyvät liitetiedoista (LIITE 4).

Taulukko 1. Käyttäjätyytyväisyyden erot Seinäjoen kaupungin alueiden välillä (n=508).

<b>Ulkoalueiden hoito (kesäkausi)?</b>	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	7%		3%	17%	7%
Tyytymätön	16%	5%	20%	22%	17%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	25%	29%	27%	31%	26%
Tyytyväinen	43%	33%	34%	25%	39%
Erittäin tyytyväinen	10%	33%	15%	5%	11%
<b>Keskiarvo</b>	<b>3,3</b>	<b>4,0</b>	<b>3,4</b>	<b>2,8</b>	<b>3,3</b>
<b>Liikenneyhteydet, saavutettavuus?</b>					
	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	1%	10%	10%	15%	5%
Tyytymätön	9%	33%	16%	17%	12%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	19%	33%	25%	31%	22%
Tyytyväinen	46%	19%	36%	22%	40%
Erittäin tyytyväinen	26%	5%	12%	15%	21%
<b>Keskiarvo</b>	<b>3,9</b>	<b>2,8</b>	<b>3,2</b>	<b>3,1</b>	<b>3,6</b>
<b>Lähiympäristö ja sen tarjoamat palvelut?</b>					
	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön			7%	8%	2%
Tyytymätön	8%	14%	16%	19%	11%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	23%	38%	32%	25%	25%
Tyytyväinen	48%	38%	32%	37%	44%
Erittäin tyytyväinen	21%	10%	13%	10%	18%
<b>Keskiarvo</b>	<b>3,8</b>	<b>3,4</b>	<b>3,3</b>	<b>3,2</b>	<b>3,6</b>

Kuten taulukosta huomataan, suurimmat erot muodostuivat ulkoalueiden hoidosta kesällä, liikenneyhteyksistä sekä lähiympäristöstä ja sen tarjoamista palveluista.

Suurin erotus (1,2) muodostui ulkoalueiden hoidosta kesällä. Peräseinäjoella oltiin tyytyväisiä ja he antoivat keskimäärin numeron 4. Ylistarossa taas oltiin paljon tyytymättömpiä ja he antoivat keskimäärin numeroksi 2,8.

Seuraavaksi suurin erotus (1,1) muodostui liikenneyhteyksien ja saavutettavuuden tyytyväisyyden keskiarvosta. Kantakaupungissa oltiin tähän tyytyväisimpiä keskiarvolla 3,9. Peräseinäjoella tähän taas oltiin tyytymättömpiä ja he antoivat keskiarvoksi 2,8. Eroavaisuus on helposti selitettävissä alueiden sijainnilla ja kulkuyhteyksien eroilla. Kantakaupungissa on paljon lyhyemmät välimatkat palveluihin ja julkistakin liikennettä varmasti enemmän.

Kolmanneksi eniten eroavaisuutta keräsi lähiympäristö ja sen tarjoamien palveluiden keskiarvo. Kantakaupungissa tyytyväisyys oli suurimmillaan keskiarvolla 3,8, kun taas Ylistarossa oltiin tyytymättömämpiä arvosanalla 3,2. Tässä eroavaisuus ei ollut enää niin huomattava, mutta kuten jo edellä mainittiin, tämäkin eroavaisuus on selitettävissä kantakaupungin palveluiden läheisyydellä.

Seinäjoen kaupungin alueiden muiden käyttäjätyytyväisyyttä mittaavien keskiarvojen välillä ei ollut suurta eroa. Tyytyväisyyden keskiarvojen erotus keskiarvona oli noin 0,28.

### **4.3.3 Käyttäjättyytyväisyyttä ilmaiseva tunnusluku**

Tämä luku ilmaisee kaikkien kyselyyn vastanneiden tyytyväisyyden keskiarvoa, riippumatta vastaajan taustatiedoista. Seinäjoen kaupungin kiinteistöjen käyttäjien kokonaistyytyväisyyttä ilmaiseva tunnusluku on 3,2. Vaasassa vuonna 2009 tehdystä kiinteistöjen käyttäjättyytyväisyystutkimuksessa vastaava luku oli 3,54. (Asiakastyytyväisyysvertailu 2009, 13).

Käyttäjien kokonaistyytyväisyyttä ilmaiseva luku 3,2 on koulunumerona noin 7,5. Tämä on lähtökohta, josta Seinäjoen kaupunki lähtee liikkeelle parantaessaan kiinteistön käyttäjien tyytyväisyyttä. On positiivista, että kokonaistyytyväisyyttä ilmaiseva luku on hyvin linjassa rakennuksien keskimääräisen kuntoluokan kanssa, joka oli vuonna 2010 74,2 %. Rakennuksen keskimääräinen kuntoluokka tarkoittaa rakennuksen teknistä arvoa jaettuna rakennuksen jälleenhankinta-arvolla. Käyttäjien kokonaistyytyväisyys liittyy jokaiseen yksittäiseen kysymykseen löytyy liitteistä (LIITE 5).

### **4.3.4 Käyttäjättyytyväisyys vastaajien sukupuolen ja iän mukaan**

Esittelen kuviot käyttäjättyytyväisyyden jakaantumisesta sukupuolen (Taulukko 2) ja iän (Taulukko 3) mukaan. Näiden tulosten esittelyssä käytän hyväksi p-arvoa, joka tarkoittaa merkitsevyydestä, eli se ilmoittaa, kuinka suuri riski on, että ero tai riippuvuus johtuisi sattumasta. Jos tutkitaan esimerkiksi käyttäjättyytyväisyyttä ver-

rattuna vastaajan ikään ja saaduissa tuloksissa on suuria eroja, p-arvo on alle 0,05 eli alle viisi prosenttia, esittelen tuloksen erikseen. Mikäli p-arvo on yli 0,05, ero ei ole merkitsevä, eikä kyseiseen käyttäytyvyyteen oteta kantaa.

**Käyttäytyvyisyys vastaajien sukupuolen mukaan.** Taulukossa 2 esitellään käyttäytyvyyden jakaantuminen sukupuolen mukaan. Kuvion oikeassa reunassa on p-arvo, joka kertoo onko tuloksen eroavaisuus merkittävä. Tuloksen ollessa merkittävä, p-arvo on alle 0,05 ja arvoa ilmaiseva luku on lihavoitu.

Taulukko 2. Miesten ja naisten keskimääräinen käyttäjätyytyväisyys (n=508).

<b>Miesten ja naisten keskimääräinen käyttäjätyytyväisyys (n=508) Asteikolla 1-5 (1=erittäin tyytymätön, 5=erittäin tyytyväinen)</b>	Nainen n=408	Mies n=99	T-testi p-arvo
Toimitilan soveltuvuus omaan toimintaan?	3,5	3,5	0,642
Pohjaratkaisun toimivuus?	3,1	3,2	0,367
Toimitilan riittävyys toimintaan?	3,0	3,0	0,803
Toimitilan yleiskunto?	3,0	3,0	0,971
Valaistusolosuhteet?	3,3	3,5	0,061
Lämpöolosuhteet?	2,6	2,9	<b>0,019</b>
Ääniympäristö?	2,8	3,2	<b>0,002</b>
Sisäilman laatu?	2,4	2,9	<b>0,001</b>
Toimitilan muunneltavuus?	2,4	2,5	0,196
Tietotekniikkamahdollisuudet?	3,6	3,7	0,434
Toimitilan sijainti?	3,9	4,2	<b>0,004</b>
Lähiympäristö ja sen tarjoamat palvelut?	3,6	3,9	<b>0,000</b>
Liikenneyhteydet, saavutettavuus?	3,5	4,0	<b>0,000</b>
Pysäköintimahdollisuudet?	3,2	3,1	0,448
Korjauksiin liittyvä rakennus- ja loppusiivous?	3,1	3,3	0,051
Kiinteistön jätehuolto?	3,5	3,8	<b>0,045</b>
Ulkoalueiden hoito (kesäkausi)?	3,2	3,6	<b>0,005</b>
Ulkoalueiden hoito (talvikausi)?	3,2	3,4	0,080
Palvelu vika- ja reklamaatio eli häiriötilanteissa?	3,4	3,7	<b>0,002</b>
Kiinteistöhuollon ja kunnossapidon normaali taso?	3,3	3,5	<b>0,009</b>
Kokonaistyytyväisyys tilojen hallinnointiin?	3,2	3,4	<b>0,031</b>
Tilapalveluissa ymmärretään rakennuksen käyttäjän tarpeita?	3,0	3,5	<b>0,000</b>
Tilapalveluiden ammattitaito ja asiantuntemus?	3,4	3,8	<b>0,000</b>
Tilapalveluiden vastuhenkilöiden tavoitettavuus?	3,3	3,8	<b>0,000</b>
Te asiakkaana, tilapalvelut palveluntuottajana; asiakaspalvelun sujuvuus?	3,2	3,6	<b>0,000</b>
Tiedonkulku ja yhteydenpito?	3,1	3,4	<b>0,002</b>
Toimitilanne hinta-laatusuhde?	3,1	3,1	0,321
Omistajan (Seinäjoen kaupungin) imago vuokranantajana?	3,0	3,4	<b>0,001</b>
Kokonaistyytyväisyys tilapalvelujen palvelutarjontaan?	3,2	3,5	<b>0,000</b>
Kokonaistyytyväisyys investointi- ja vuosikorjaushankkeisiin?	2,6	2,9	<b>0,022</b>
Te asiakkaana ja tilapalvelut palveluntuottajana; ymmärtääkö tuottaja tarpeet?	2,9	3,2	<b>0,002</b>
Muutto-, varastointi- ja muut käyttäjäpalvelut?	3,0	3,2	<b>0,002</b>
Vartiointi ja muut turvallisuuspalvelut?	3,2	3,3	0,203
Investointihankkeiden läpiviennin sujuvuus ja yhteistoiminta?	2,9	3,1	<b>0,010</b>
Aikataulujen pitävyys?	2,8	3,2	<b>0,000</b>
Toteutuksen laatu ja työn jälki?	3,3	3,7	<b>0,000</b>

Kuten taulukosta (Taulukko 2) huomataan reilusti yli puolessa vastauksista naisten ja miesten välinen käyttäjätyytyväisyyden ero on merkittävä. Merkille pantavaa on se, että jokaisessa merkittävässä käyttäjätyytyväisyyden eroavaisuudessa naiset ovat paljon tyytymättömämpiä tiloihinsa kuin miehet.

Kuten jo aiemmin mainittiin, myös siinä oli huomattavan suuri ero, miten paljon enemmän käyttäjätyytyväisyystutkimukseen tuli vastauksia naisilta. Yli viidesosa vastaajista oli naisia ja suurin osa kiinteistöjen käyttäjistä on töissä Seinäjoen kaupungilla tai kunnan julkisissa organisaatioissa. Tästä voitaisiin päätellä, että useimmat miespuoliset kiinteistön käyttäjät ovat pääosin ulkotöissä, eivätkä näin ollen ole päässeet vastaamaan kyselyyn. He eivät tällöin myöskään vietä paljon aikaa käyttämässään kiinteistöissä, eivätkä täten ole välttämättä yhtä tietoisia tilojensa kunnosta kuin naiset, jotka ovat todennäköisesti pääsääntöisesti töissä sisätiloissa.

**Käyttäjättyytyväisyys vastaajien iän mukaan.** Taulukossa 3 esitellään käyttäjätyytyväisyyden jakaantuminen vastaajien iän mukaan. Kuvion oikeassa reunassa on p-arvo, joka kertoo onko tuloksen eroavaisuus merkittävä. Tuloksen ollessa merkittävä, p-arvo on alle 0,05 ja arvoa ilmaisevan luvun fonttia on suurennettu.

Taulukko 3. Tyytyväisyys käyttäjien iän mukaan.

Tyytyväisyys käyttäjien iän mukaan (n=508)	20-29 vuotta n=52	30-39 vuotta n=92	40-49 vuotta n=163	50-59 vuotta n=169	60-69 vuotta n=32	T-testi P-arvo
Toimitilan soveltuvuus omaan toimintaan?	3,37	3,43	3,45	3,58	3,47	0,584
Pohjaratkaisun toimivuus?	2,85	3,05	3,11	3,19	3,22	0,302
Toimitilan riittävyys toimintaan?	2,88	2,85	3,02	3,02	3,00	0,704
Toimitilan yleiskunto?	2,90	3,11	3,04	2,93	2,91	0,701
Valaistusolosuhteet?	3,38	3,38	3,28	3,38	3,31	0,854
Lämpöolosuhteet?	2,60	2,74	2,65	2,76	2,69	0,866
Ääniympäristö?	2,87	2,92	2,90	2,89	3,03	0,957
Sisäilman laatu?	2,48	2,54	2,44	2,49	2,53	0,930
Toimitilan muunneltavuus?	2,58	2,42	2,39	2,38	2,41	0,705
Tietotekniikkamahdollisuudet?	3,56	3,63	3,64	3,70	3,78	0,890
Toimitilan sijainti?	3,90	3,89	4,09	3,80	3,97	0,133
Lähiympäristö ja sen tarjoamat palvelut?	3,62	3,66	3,80	3,48	3,72	0,071
Liikenneyhteudet, saavutettavuus?	3,63	3,70	3,73	3,41	3,72	0,128
Pysäköintimahdollisuudet?	3,21	3,10	3,18	3,17	3,03	0,942
Korjauksiin liittyvä rakennus- ja loppusiivous?	3,17	3,38	3,09	3,08	3,47	<b>0,010</b>
Kiinteistön jätehuolto?	3,85	3,67	3,58	3,47	3,63	0,074
Ulkoalueiden hoito (kesäkausi)?	3,52	3,32	3,22	3,33	3,25	0,609
Ulkoalueiden hoito (talvikausi)?	3,52	3,24	3,17	3,31	3,19	0,243
Palvelu vika- ja reklamaatio eli häiriötilanteissa?	3,40	3,47	3,45	3,33	3,72	0,192
Kiinteistöhuollon ja kunnossapidon normaali taso?	3,42	3,41	3,32	3,20	3,53	0,224
Kokonaistyytyväisyys tilojen hallinnointiin?	3,42	3,30	3,26	3,15	3,41	0,089
Tilapalveluissa ymmärretään rakennuksen käyttäjän tarpeita?	2,87	3,13	3,07	3,12	3,44	0,057
Tilapalveluiden ammattitaito ja asiantuntemus?	3,44	3,53	3,43	3,46	3,75	0,176
Tilapalveluiden vastuuhenkilöiden tavoitettavuus?	3,42	3,48	3,32	3,32	3,50	0,371
Te asiakkaana, tilapalvelut palveluntuottajana; asiakaspalvelun sujuvuus?	3,35	3,39	3,28	3,23	3,44	0,298
Tiedonkulku ja yhteydenpito?	3,17	3,18	3,13	3,06	3,34	0,361
Toimitilan hinta-laatusuhde?	3,12	3,18	3,07	2,99	3,25	0,125
Omistajan (Seinäjoen kaupungin) imago vuokranantajana?	3,10	3,04	3,14	3,05	3,38	0,158
Kokonaistyytyväisyys tilapalvelujen palvelutarjontaan?	3,25	3,33	3,22	3,19	3,34	0,385
Kokonaistyytyväisyys investointi- ja vuosikorjaushankkeisiin?	2,63	2,71	2,65	2,69	2,91	0,650
Te asiakkaana ja tilapalvelut palveluntuottajana; ymmärtääkö tuottaja tarpeet?	2,83	3,07	2,93	2,92	3,06	0,292
Muutto-, varastointi- ja muut käyttäjäpalvelut?	3,08	3,05	2,94	3,04	3,00	0,637
Vartiointi ja muut turvallisuuspalvelut?	3,25	3,09	3,15	3,20	3,56	0,044
Investointihankkeiden läpiviennin sujuvuus ja yhteistoiminta?	3,08	2,93	2,90	2,81	3,13	0,082
Aikataulujen pitävyys?	2,88	3,02	2,83	2,81	3,09	0,203
Toteutuksen laatu ja työn jälki?	3,17	3,47	3,36	3,28	3,56	0,054
Kokonaistyytyväisyys ikäryhmittäin, keskiarvo	3,19	3,22	3,18	3,14	3,30	-

Taulukosta (Taulukko 3) huomataan, käyttäjätyytyväisyydessä ei ole suuria eroja ikäryhmien välillä. Kokonaistyytyväisyyden keskiarvot ovat todella lähellä toisiaan, 20 - 29-vuotiaat (3,19), 30 - 39-vuotiaat (3,22), 40 - 49-vuotiaat (3,18), 50 - 59-

vuotiaat (3,14) ja 60 - 69-vuotiaat (3,30). Tyytyväisyyksien erotus parhaan ja huonoimman keskiarvon välillä on vain 0,16.

Arvosanojen tasaisuudesta johtuen myöskään p-arvo ei saanut kuin yhden alle 0,05 arvon. Tämä tuli korjauksiin liittyvän loppusiivouksen käyttäjättyytyväisyydestä. Suurin ero löytyy 50 - 59-vuotiaiden ja 60 - 69-vuotiaiden välillä. 50 - 59-vuotiaat olivat vähiten tyytyväisiä ja antoivat keskimäärin 3,08 pistettä. 60 - 69-vuotiaat olivat tyytyväisimpiä keskiarvon yltäessä 3,47 pisteeseen.

#### **4.3.5 Käyttäjättyytyväisyys rakennusryhmittäin**

Seinäjoen kaupungin tekniikkakeskuksen tilapalvelut halusivat selvittää, kuinka paljon eri rakennusryhmiltä on tullut vastauksia ja miten kiinteistöjen käyttäjättyytyväisyys on jakaantunut rakennusryhmien kesken. Erilaisia rakennusryhmiä on yhdeksän ja niitä ovat, virastotalot, sosiaalitoimen kohteet, terveystoimen kohteet, varhaiskasvatuksen kohteet, koulut, urheilurakennukset, varasto- ja työhuonarakennukset, muut rakennukset, vuokralle annetut asuinrakennukset ja huoneistot sekä yritys- ja yhteisötilat. Seuraavasta taulukosta (Taulukko 4) selviää kiinteistöjen käyttäjien tyytyväisyys rakennusryhmittäin.

Taulukko 4. Käyttäjättyytyväisyys rakennusryhmittäin (n=508).

Käyttäjättyytyväisyys rakennusryhmittäin	Virastotalot (n=105)	Sosiaalitoimen kohteet (n=53)	Terveystoimen kohteet (n=61)	Varhaiskasvatuksen kohteet (n=91)	Koulut (n=146)	Urheilurakennukset (n=6)	Varasto- ja työhuonerakennukset (n=17)	Muut rakennukset (n=25)	Vuokralle annetut asuinrakennukset ja huoneistot (n=1)	Yritys- ja yhteisötilat (n=3)
Toimitilan soveltuvuus omaan toimintaan?	3,5	3,2	3,2	3,6	3,6	3,7	3,7	3,6	2,0	3,3
Pohjaratkaisun toimivuus?	3,1	2,9	3,0	3,1	3,2	3,2	3,4	3,3	2,0	2,3
Toimitilan riittävyys toimintaan?	3,0	2,6	2,6	3,2	3,1	2,7	3,3	3,0	2,0	3,0
Toimitilan yleiskunto?	2,6	2,3	2,8	3,2	3,5	2,8	3,2	3,1	2,0	3,0
Valaistusolosuhteet?	3,3	2,7	3,3	3,3	3,7	3,2	3,5	3,0	3,0	4,0
Lämpöolosuhteet?	2,5	2,4	2,2	2,7	3,1	2,3	3,3	2,7	4,0	2,7
Ääniympäristö?	2,9	2,7	2,7	2,6	3,1	3,0	3,6	3,2	2,0	3,0
Sisäilman laatu?	2,2	1,8	2,2	2,6	2,9	2,8	3,4	2,6	2,0	2,3
Toimitilan muunneltavuus?	2,3	1,9	2,2	2,6	2,6	2,8	3,0	2,4	2,0	2,0
Tietotekniikkamahdollisuudet?	3,8	3,2	3,7	3,7	3,7	3,5	3,5	3,6	3,0	3,7
Toimitilan sijainti?	4,0	3,6	3,7	4,0	4,0	4,3	4,4	3,8	3,0	4,3
Lähiympäristö ja sen tarjoamat palvelut?	4,0	3,4	3,5	3,5	3,6	3,7	3,9	3,5	4,0	3,3
Liikenneyhteydet, saavutettavuus?	4,0	3,1	3,5	3,6	3,5	3,5	4,0	3,7	4,0	3,7
Pysäköintimahdollisuudet?	2,7	3,3	3,3	3,2	3,2	3,0	4,2	3,5	3,0	3,0
Korjauksiin liittyvä rakennus- ja loppusiivous?	3,2	2,7	3,1	3,2	3,3	3,0	3,5	3,2	3,0	3,0
Kiinteistön jätehuolto?	3,5	3,3	3,7	3,8	3,5	3,8	3,8	3,4	4,0	2,3
Ulkoalueiden hoito (kesäkausi)?	3,9	3,0	3,2	2,7	3,3	3,7	3,4	3,6	3,0	4,0
Ulkoalueiden hoito (talvikausi)?	3,7	3,2	3,1	2,8	3,3	2,7	3,4	3,4	2,0	3,0
Palvelu vika- ja reklamaatio eli häiriötilanteissa?	3,6	2,9	3,4	3,3	3,5	3,3	3,8	3,6	3,0	3,7
Kiinteistöhuollon ja kunnossapidon normaali taso?	3,5	2,8	3,4	3,2	3,4	2,8	3,9	3,2	3,0	3,0
Kokonaistyytyväisyys tilojen hallinnointiin?	3,3	2,9	3,2	3,3	3,4	3,2	3,4	3,3	2,0	3,3
Tilapalveluissa ymmärretään rakennuksen käyttäjän tarpeita?	3,2	2,6	3,0	3,0	3,2	3,2	3,5	3,3	2,0	3,7
Tilapalveluiden ammattitaito ja asiantuntemus?	3,7	3,0	3,5	3,4	3,4	3,7	4,1	3,7	3,0	4,0
Tilapalveluiden vastuhenkilöiden tavoitettavuus?	3,5	2,9	3,3	3,3	3,4	3,8	3,8	3,5	3,0	3,7
Te asiakkaana, tilapalvelut palveluntuottajana; asiakaspalvelun sujuvuus?	3,5	2,9	3,2	3,2	3,3	3,5	3,8	3,4	3,0	3,7
Tiedonkulku ja yhteydenpito?	3,3	2,6	3,0	3,1	3,2	3,2	3,5	3,2	3,0	3,0
Toimitilanne hinta-laatusuhde?	3,1	2,7	3,0	3,1	3,2	2,8	3,4	3,2	3,0	2,7
Omistajan (Seinäjoen kaupungin) imago vuokranantajana?	3,2	2,7	2,9	3,2	3,2	3,0	3,6	3,2	3,0	3,0
Kokonaistyytyväisyys tilapalvelujen palvelutarjontaan?	3,4	2,8	3,1	3,3	3,3	3,0	3,6	3,5	3,0	3,0
Kokonaistyytyväisyys investointi- ja vuosikorjaushankkeisiin?	2,8	1,9	2,6	2,6	2,9	2,5	2,9	2,8	3,0	3,3
Te asiakkaana ja tilapalvelut palveluntuottajana; ymmärtääkö tuottaja tarpeet?	3,1	2,5	2,8	2,9	3,0	2,8	3,4	3,1	3,0	3,0
Muutto-, varastointi- ja muut käyttäjäpalvelut?	3,1	2,8	2,9	3,0	3,0	3,0	3,6	2,9	4,0	3,0
Vartiointi ja muut turvallisuuspalvelut?	3,3	2,8	3,2	3,2	3,2	3,2	3,4	3,2	4,0	3,7
Investointihankkeiden läpiviennin sujuvuus ja yhteistoiminta?	3,2	2,3	2,9	2,8	3,0	2,8	3,1	3,1	3,0	3,3
Aikataulujen pitävyys?	3,1	2,3	2,9	2,8	3,0	3,0	3,5	2,7	4,0	3,0
Toteutuksen laatu ja työn jälki?	3,4	2,8	3,4	3,4	3,4	3,5	4,0	3,4	4,0	3,3
<b>Kokonaistyytyväisyys, keskiarvo</b>	<b>3,3</b>	<b>2,8</b>	<b>3,1</b>	<b>3,2</b>	<b>3,3</b>	<b>3,2</b>	<b>3,6</b>	<b>3,2</b>	<b>2,9</b>	<b>3,2</b>

Seinäjoen kaupungin virastotaloista tuli vastauksia 105 kappaletta. Käyttäjättyytyväisyyden keskiarvo oli 3,3. Sosiaalitoimen kohteista vastauksia tuli 53 käyttäjättyytyväisyyden keskiarvon ollessa 2,8. Terveystoimen kohteista tuli 61 vastausta ja keskimääräinen käyttäjättyytyväisyys oli 3,1. Varhaiskasvatuksen kohteista vasta-

uksia tuli 91. Käyttäjätyytyväisyyden keskiarvo varhaiskasvatuksen kohteissa oli 3,2. Kouluilta vastauksia tuli 146 ja keskimääräinen käyttäjätyytyväisyys oli 3,3. Urheilurakennuksista vastauksia tuli vain kuusi ja keskimääräinen käyttäjätyytyväisyys oli 3,2. Työhuonerakennuksista tuli 17 vastausta, keskimääräisen käyttäjätyytyväisyyden ollessa 3,6. Muista rakennuksista vastauksia tuli 25 ja keskimääräinen käyttäjätyytyväisyys oli 3,2. Vuokralle annetuista asuinrakennuksista ja huoneistoista tuli vain yksi vastaus ja käyttäjän tyytyväisyys oli keskimäärin 2,9. Yritys- ja yhteisötiloista vastauksia tuli neljä ja heidän keskimääräinen käyttäjätyytyväisyys oli 3,2.

Kuten keskimääräisistä käyttäjätyytyväisyyksistä huomataan, rakennusryhmien käyttäjätyytyväisyydessä oli eroja. Varasto- ja työhuonerakennuksien tyytyväisyys erosi positiivisesti hieman huomattavammin keskimääräisestä käyttäjätyytyväisyydestä keskimääräisen tyytyväisyyden ollessa 3,6. Ero parhaan ja toiseksi parhaan keskiarvon välillä oli 0,3 pistettä. Rakennusryhmien kesken parhaan ja heikoimman keskimääräisen käyttäjätyytyväisyyden välillä oli 0,8 pisteen ero.

Heikoin keskimääräinen käyttäjätyytyväisyys oli sosiaalitoimen kohteissa ja tähän olisi syytä kiinnittää huomiota, sillä varsinkin arvosanat toimitilan yleiskunto, sisäilman laatu, toimitilan muunneltavuus, liikenneyhteydet ja saavutettavuus, käyttäjien tarpeiden ymmärtäminen, tiedonkulku ja yhteydenpito, omistajan (Seinäjoen kaupunki) imago vuokranantajana, kokonaistyytyväisyys investointi- ja vuosikorjaushankkeisiin, investointihankkeiden läpiviennin sujuvuus ja yhteistoiminta, aika-tilojen pitävyys ja toteutuksen laatu ja työn jälki saivat muista rakennusryhmistä huomattavasti negatiivisesti poikkeavia arvoja.

Myös vuokralle annetuista asuinrakennuksista ja huoneistoista annettiin kehnot arvosanat. Tästä rakennusryhmästä tuli kuitenkin vain yksi vastaus, joten tulokset ovat epäluotettavia.

#### **4.3.6 Eniten tyytyväisyyttä ja tyytymättömyyttä keränneet tekijät**

Seinäjoen kaupungin tekniikkakeskuksen tilapalveluista haluttiin, että työssä esitellään myös eniten tyytyväisyyttä ja tyytymättömyyttä keränneet tekijät. Valitsin esi-

teltäväksi viisi eniten tyytyväisyyttä ja tyytymättömyyttä kerännyttä tekijää. Kysymyksen tulokset esitellään prosentuaalisena jakaumana ja keskimääräisenä arvosanana (Taulukko 5).

Taulukko 5. Eniten tyytyväisyyttä ja tyytymättömyyttä keränneet tekijät (n=508).

<b>Eniten tyytyväisyyttä keränneet tekijät (n=508)</b>	Erittäin tyytymätön (prosenttia vastanneista)	Tyytymätön (prosenttia vastanneista)	Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen (prosenttia vastanneista)	Tyytyväinen (prosenttia vastanneista)	Erittäin tyytyväinen (prosenttia vastanneista)	Keskimääräinen käyttäjätyytyväisyys
Toimitilan sijainti?	3 %	6 %	17 %	45 %	30 %	3,9
Tietotekniikkamahdollisuudet?	2 %	10 %	24 %	47 %	17 %	3,7
Lähiympäristö ja sen tarjoamat palvelut?	2 %	11 %	25 %	44 %	18 %	3,6
Liikenneyhteydet, saavutettavuus ?	5 %	12 %	22 %	40 %	21 %	3,6
Kiinteistön jätehuolto?	2 %	9 %	28 %	48 %	12 %	3,6
<b>Eniten tyytymättömyyttä keränneet tekijät (n=508)</b>	Erittäin tyytymätön (prosenttia vastanneista)	Tyytymätön (prosenttia vastanneista)	Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen (prosenttia vastanneista)	Tyytyväinen (prosenttia vastanneista)	Erittäin tyytyväinen (prosenttia vastanneista)	Keskimääräinen käyttäjätyytyväisyys
Toimitilan muunneltavuus?	21 %	32 %	32 %	12 %	2 %	2,4
Sisäilman laatu?	26 %	27 %	23 %	20 %	4 %	2,5
Kokonaistyytyväisyys investointi- ja vuosikorjaushankkeisiin?	9 %	29 %	46 %	13 %	2 %	2,7
Lämpöolosuhteet?	16 %	30 %	26 %	23 %	5 %	2,7
Aikataulujen pitävyys?	7 %	19 %	54 %	18 %	2 %	2,9

Kuten taulukosta (Taulukko 5) nähdään, toimitilojen sijainti keräsi eniten (3,9) tyytyväisyyttä. Toisena tietotekniikkamahdollisuudet (3,7). Kolmantena lähiympäristö ja sen tarjoamat palvelut (3,6). Neljäntenä liikenneyhteydet ja saavutettavuus (3,6) ja viidentenä kiinteistöjen jätehuolto (3,6). Nämä tekijät eroavat huomattavasti kaikkien käyttäjien keskimääräistä tyytyväisyyttä esittävästä luvusta, joka oli 3,2.

Merkillepantavaa on, että kolmeen viidestä eniten käyttäjätyytyväisyyttä keränneestä tekijästä liittyivät se, missä toimitila sijaitsee. Näitä olivat sijainti, lähiympäristö ja sen tarjoamat palvelut sekä liikenneyhteydet ja saavutettavuus.

Eniten tyytymättömyyttä kerännyt tekijä oli toimitilan muunneltavuus (2,4). Toisena sisäilman laatu (2,5). Kolmantena kokonaistyytyväisyys investointi- ja vuosikorjaushankkeisiin (2,7). Neljäntenä lämpöolosuhteet (2,7) ja viidentenä aikataulujen pitävyys (2,9). Nämäkin erosivat paljon keskimääräisestä käyttäjätyytyväisyydestä (3,2).

Kolmea viidestä eniten tyytymättömyyttä keränneestä yhdistää se, että ne liittyivät kiinteistön sisätiloihin. Näitä olivat toimitilan muunneltavuus, sisäilman laatu sekä

lämpöolosuhteet. Tilapalveluiden kannattaisi kiinnittää siis huomiota erityisesti siihen, millaiset olosuhteet käyttäjillä on heidän ylläpitämässään toimitiloissa.

## 5 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyöni tarkoituksena oli tutkia Seinäjoen kaupungin kiinteistöjen käyttäjien tyytyväisyyttä. Opinnäytetyöni ensimmäisenä tavoitteena oli analysoida teoreettisen kirjallisuuden avulla asiakaslähtöistä toimintatapaa ensin yleisellä tasolla, jonka jälkeen paneutua asiakaslähtöisyyteen ja asiakkuusajatteluun Seinäjoen kaupungilla.

Toisena tavoitteena oli yleisellä tasolla perehtyä kirjallisuuden avulla palvelun laatuun ja asiakastyytyväisyyteen.

Kolmas tavoite oli määritellä Seinäjoen kaupungin ylläpitämien kiinteistöjen käyttäjien kokonaisvaltainen tyytyväisyys/tyytymättömyys ja selvittää oliko kuntaliitoksien myötä tulleiden kiinteistöjen käyttäjien tyytyväisyydessä suuria eroja verrattuna esimerkiksi Seinäjoen kantakaupungin kiinteistöjen käyttäjiin.

Tämä käyttäjätyytyväisyystutkimus on kvantitatiivinen tutkimus. Aineiston keruumenetelmäksi valittiin selainpohjainen Webropol -ohjelma. Tiedotus kyselyn alkamisesta lähetettiin sähköpostiviestinä 3076 käyttäjälle ja linkki kyselyyn oli samaisessa sähköpostiviestissä. Vastauksia tuli 509 kappaletta, eli vastausprosentiksi muodostui 16,6 %. Vastaukset tulkittiin ja analysoitiin SPSS -ohjelmalla ja niitä muokattiin ja hienosäädettiin Excel-taulukko-ohjelmalla.

Tutkimuksen teoreettisessa osuudessa käsitellään asiakaslähtöisyyttä ja segmentointia sen apuvälineenä. Osiossa tarkastellaan myös asiakkuusajattelua voittoa tavoittelemattomissa julkisissa organisaatioissa ja Seinäjoen kaupungilla. Omassa luvussaan käsitellään asiakastyytyväisyyttä, sen mittaamista ja johtamista. Lisäksi opinnäytetyössä perehdytään palvelun laatuun ja palvelutapahtuman vaiheisiin.

Teoreettisessa osuudessa otetaan vain vähän kantaa siihen, miten nämä aihealueet toimivat Seinäjoen kaupungilla. Tämä johtuu siitä, että minä, opinnäytetyön tekijänä en ole opinnäytetyötä aikaisemmin ollut tekemisissä Seinäjoen kaupungin organisaation kanssa. Näin ollen olisi ollut mahdollisuus sisäistää tarpeeksi tietoa kiireisessä aikataulussa Seinäjoen kaupungin organisaatiosta.

## 5.1 Yhteenveto tuloksista

Käyttäjätyytyväisyystutkimus osoitti, että Seinäjoen kaupungin kiinteistöjen käyttäjät olivat keskimääräisesti neutraaleita mielipiteissään. Kokonaistyytyväisyyden keskiarvo oli 3,2 ja tyytyväisyyttä/tyytymättömyyttä määriteltiin asteikolla 1-5. Asteikossa arvosanat tarkoittivat 1=erittäin tyytymätön, 2=tyytymätön, 3=ei tyytymätön eikä tyytyväinen, 4=tyytyväinen, 5=erittäin tyytyväinen. Niin kuin jo edellä mainittiin, kokonaistyytyväisyyttä kuvaava luku oli 3,2, eli kiinteistöjen käyttäjät olivat tyytyväisyydeltään neutraaleja, mutta hieman kallistuneena tyytyväisyyden suuntaan.

Käyttäjätyytyväisyyden alueellisessa jakaumassa huomattiin, että käyttäjätyytyväisyyden suurimman eron muodosti mielipide ulkoalueiden hoidosta kesällä (erotus 1,2). Tähän oltiin tyytyväisimpiä Peräseinäjoella, missä keskimääräiseksi arvokanaksi annettiin 4, ja vähiten tyytyväisiä Ylistarossa, jossa keskimääräinen arvokana oli 2,8. Seuraavaksi suurin käyttäjätyytyväisyyden ero muodostui liikenneyhteyksistä (erotus 1,1), johon keskimääräisesti tyytyväisimpiä oltiin kantakaupungissa keskiarvolla 3,9, ja vähiten tyytyväisiä Peräseinäjoella keskiarvon ollessa 2,8. Kolmanneksi suurin ero muodostui käyttäjätyytyväisyydestä lähiympäristöön ja sen tarjoamiin palveluihin (erotus 0,6). Tyytyväisimpiä oltiin kantakaupungissa keskimääräisellä arvokanalla 3,8 ja vähiten tyytyväisiä Ylistarossa, jossa annettiin keskimääräiseksi arvokanaksi 3,2. Seinäjoen kaupungin alueiden muiden käyttäjätyytyväisyyttä mittaavien keskiarvojen välillä ei ollut suurta eroa. Tyytyväisyyden keskiarvojen erotus keskiarvona oli noin 0,28.

Seinäjoen kaupungin kiinteistöjen käyttäjien kokonaistyytyväisyyttä ilmaiseva luku oli 3,2 ja koulunumerona noin 7,5. Oli positiivista, että kokonaistyytyväisyyttä ilmaiseva luku oli hyvin linjassa rakennuksien keskimääräisen kuntoluokan kanssa joka oli vuonna 2010 74,2 %.

Sukupuolten välistä käyttäjätyytyväisyyttä selvittäessä huomattiin, että yli puolessa vastauksista naisten ja miesten välinen käyttäjätyytyväisyyden ero oli merkittävä. Merkillä pantavaa oli, että jokaisessa merkittävässä käyttäjätyytyväisyyden eroavaisuudessa naiset olivat paljon tyytymättömämpiä tiloihinsa kuin miehet.

Myös siinä oli huomattavan suuri ero, miten paljon enemmän käyttäjätyytyväisyys-tutkimukseen tuli vastauksia naisilta. Yli viidesosa vastaajista oli naisia. Koska suurin osa kiinteistöjen käyttäjistä on töissä Seinäjoen kaupungilla tai kunnan julkisissa organisaatioissa. Tästä voitiin päätellä, että useimmat miespuoliset kiinteistön käyttäjät ovat pääosin ulkotöissä, eivätkä näin ollen ole päässeet vastaamaan kyselyyn. He eivät tällöin myöskään vietä paljoa aikaa käyttämässään kiinteistöissä, eivätkä täten olleet välttämättä yhtä tietoisia tilojensa kunnosta kuin naiset, jotka ovat todennäköisesti pääsääntöisesti töissä sisätiloissa.

Ikäryhmien välillä käyttäjätyytyväisyydessä ei ollut suuria eroja. Kokonaistyytyväisyyden keskiarvot olivat todella lähellä toisiaan, 20 - 29-vuotiaat (3,19), 30 - 39-vuotiaat (3,22), 40 - 49-vuotiaat (3,18), 50 - 59-vuotiaat (3,14) ja 60 - 69-vuotiaat (3,30). Tyytyväisyyksien erotus parhaan ja huonoimman keskiarvon välillä oli vain 0,16.

Arvosanojen tasaisuudesta johtuen myöskään p-arvo ei saanut kuin yhden alle 0,05 arvon. Tämä tuli korjauksiin liittyvän loppusiivouksen käyttäjätyytyväisyydestä. Suurin ero löytyi 50 - 59-vuotiaiden ja 60 - 69-vuotiaiden välillä. 50 - 59-vuotiaat olivat vähiten tyytyväisiä ja antoivat keskimäärin 3,08 pistettä. 60 - 69-vuotiaat olivat tyytyväisimpiä keskiarvon yltäessä 3,47 pisteeseen.

Rakennusryhmien välillä käyttäjätyytyväisyydessä ei ollut kovinkaan suuria eroja. Ainoastaan varasto- ja työhuonerakennuksien tyytyväisyys erosi hieman huomattavammin keskimääräisestä käyttäjätyytyväisyydestä keskimääräisen tyytyväisyyden ollessa 3,6. Ero toiseksi parhaan keskiarvon välillä oli 0,3 pistettä. Rakennusryhmien kesken parhaan ja heikoimman keskimääräisen käyttäjätyytyväisyyden välillä oli 0,8 pisteen ero. Rakennusryhmiä olivat virastotalot, sosiaalitoimen kohteet, terveystoimen kohteet, varhaiskasvatuksen kohteet, koulut, urheilurakennukset, varasto- ja työhuonerakennukset, muut rakennukset, vuokralle annetut asuinrakennukset ja huoneistot sekä yritys- ja yhteisötilat.

Eniten tyytyväisyyttä ja tyytymättömyyttä keränneistä tekijöistä keskimääräistä tyytyväisyyttä keräsi eniten toimitilojen sijainti (3,9). Toisena olivat tietotekniikkamahdollisuudet (3,7). Kolmantena lähiympäristö ja sen tarjoamat palvelut (3,6). Neljantenä liikenneyhteydet ja saavutettavuus (3,6) ja viidentenä kiinteistöjen jätehuolto

(3,6). Nämä tekijät erosivat huomattavasti kaikkien käyttäjien keskimääräistä tyytyväisyyttä esittävästä luvusta, joka oli 3,2.

Eniten tyytymättömyyttä keräsi toimitilan muunneltavuus (2,4). Toisena oli sisäilman laatu (2,5). Kolmantena kokonaistyytyväisyys investointi- ja vuosikorjaushankkeisiin (2,7). Neljäntenä lämpöolosuhteet (2,7) ja viidentenä aikataulujen pitävyys (2,9). Nämäkin erosivat paljon keskimääräisestä käyttäjätyytyväisyydestä (3,2).

## 5.2 Johtopäätökset

Käyttäjätyytyväisyystutkimuksen tuloksista voitiin päätellä, että Seinäjoen kaupungin kiinteistöjen käyttäjät olivat hieman neutraalia tyytyväisempiä. Kokonaistyytyväisyyden keskiarvo oli 3,2 ja tyytyväisyyttä/tyytymättömyyttä määriteltiin asteikolla 1-5. Asteikossa arvosanat tarkoittivat 1=erittäin tyytymätön, 2=tyytymätön, 3=ei tyytymätön eikä tyytyväinen, 4=tyytyväinen, 5=erittäin tyytyväinen. Oli positiivista, että kokonaistyytyväisyyttä ilmaiseva luku oli hyvin linjassa rakennuksien keskimääräisen kuntoluokan kanssa joka oli vuonna 2010 74,2 %.

Käyttäjätyytyväisyystutkimuksen tulosten analysoinnin perusteella Seinäjoen kaupungin tekniikkakeskuksen tilapalveluiden olisi syytä kiinnittää huomiota muuttamiin asioihin.

- käyttäjien tyytyväisyydessä on muutamissa tekijöissä huomattavia eroja kantakaupungin, Nurmon, Ylistaron ja Peräseinäjoen välillä.
- käyttäjien keskimääräisen tyytyväisyyden tunnusluvussa 3,2, on parantamisen varaa. On syytä miettiä keinoja sen parantamiseksi, toteuttaa mietityt kehityskkeinot käytännössä ja luoda jatkuva käyttäjätyytyväisyyden seurantajärjestelmä.
- seinäjoen kaupungin sosiaalitoimen kohteissa ollaan huomattavasti vähemmän tyytyväisiä verrattuna muihin rakennusryhmiin.
- kiinteistöjen käyttäjät ovat monilta osin tyytymättömiä toimipisteiden sisätiloihin. Muun muassa toimitilan muunneltavuus, sisäilman laatu ja lämpöolosuhteet keräsivät tyytymättömyyttä.

**Haastattelu.** Haastattelin kunnossapitopäällikkö Vesa Vornasta, työn tilanneesta Seinäjoen kaupungin kiinteistöjen ylläpitopalvelut -tulosyksiköstä. Haastattelun avulla halusin saada selville millaisia johtopäätöksiä Seinäjoen kaupungin tekniikkakeskuksen tilapalveluissa on tehty tutkimusten tulosten perusteella. (Liite 6).

**Johtopäätöksiä käyttäjätyytyväisyydestä.** Vornanen (11.11.2011) kertoo, että keskeisin kyselyn tulos on, että asiakastyytyväisyyttä toimitiloihin ja ylläpitopalveluihin on enemmän kuin tyytymättömyyttä. Kysely luo perustan Seinäjoen kaupungin palveluiden mittaamiselle ja suunnan arvioinnille. Käyttäjätyytyväisyyden tunnusluku vuodelta 2011 on selvitetty, ja se on kyselyyn vastanneiden 508 työntekijän perusteella 3,2. Vastausprosentti oli kyselyssä 16 %. Tavoitteena on asiakkaiden kokeman palvelun laadun, eli toimitilojen käyttäjien arvioima toiminnan ja toimitilojen myönteinen kehittyminen toimintaan osoitettujen resurssien puitteissa.

**Johtopäätöksiä kiinteistöjen kunnosta.** Vornanen (11.11.2011) kertoo mielenkiintoista olleen, että vastauksia tuli rakennusten kuntoluokkien perusteella kaikenkuntoisista rakennuksista. Kyselyyn vastanneiden henkilöiden rakennusten kuntoluokkien keskiarvo on 75,3 %. Kaupungin omistamien kaikkien rakennusten keskimääräinen kuntoluokka vuodelta 2010 on 74,2. Tämä luku on tyydyttävän ja hyvän rajalla. Yli 75 % kuntoluokka tarkoittaa kuntoluokaltaan hyvää rakennusta.

**Odotukset muutoksien tapahtumisesta.** Vornanen (11.11.2011) toteaa, että vastauksista löytyi paljon toiminnan kehittämiseen liittyvää palautetta, niin risuja kuin ruusujakin. Tulokset läpikäydään, ja Vornanen takaa, että palaute vaikuttaa Seinäjoen kaupungin tilapalvelujen toimintaan. Työn alle ja valmisteluun on otettu mm. tiedottamisen kehittämiseen liittyviä toimia. Käyttöön otettava huoltokirjajärjestelmä tulee edistämään käyttäjien tekemien tilausten seuranta ja toimitusten laadunvalvontaa. Lisäksi tullaan jakamaan yksiköstämme ja palveluistamme info-lehti toimipaikkoihin – kiitos tätä ehdottaneelle tuntemattomalle kaupungin työntekijälle.

## LÄHTEET

Aarnikoivu, H. 2005. Onnistu asiakaspalvelussa. Juva: WS Bookwell Oy.

Apunen, A & Parantainen, J. 2011. Guru-markkinointi: Keittiöpsykologiaa insinööreille. 2. uud. p. Hämeenlinna: Talentum Media Oy.

Asiakastytyväisyysvertailu 2009. [pdf-dokumentti]. Vaasa: Vaasan talotoimi. [17.11.2011]. Saatavana: Vaasan kaupunki.

Grönroos, C. 1998. Nyt kilpaillaan palveluilla. 4. uud. p. Porvoo: WSOY - Kirjapainoyksikkö.

Grönroos, C. 2001. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. 7. uud. p. Helsinki: Edita Prima Oy.

Julkisten palvelujen laatustrategia. 1998. Helsinki: Erikoispaino Oy.

Lahtinen, J & Isoviita, A. 2000. Asiakaspalvelu ja markkinointi. 3. uud. p. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Löytänä, J & Korteso K. 2011. Asiakaskokemus: palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Hämeenlinna: Talentum Media Oy.

Metsämuuronen, J. 2006. Tutkimuksen tekemisen perusteet ihmistieteissä. 2. uud. p. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Miten mitataan asiakastytyväisyyttä: Ohjeita ja kokemuksia yrityskäytännöistä. 1995. Suomen Laatuyhdistys.

Mäntyneva, M. 2001. Asiakkuudenhallinta. Vantaa: Tummavuoren Kirjapaino Oy.

Oulasvirta, L. 2007. Palvelun laadun arviointi moniportaisessa julkisessa organisaatiossa. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print.

Peltonen, A. 2011. Kunnioita asiakasta, lisää luottamusta. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

Rissanen, T. 2005. Hyvä palvelu: mitä se on? kuinka se saavutetaan?. Vaasa: Kustannusyhtiö Polestar Ltd.

Rope, T. 2000. Suuri markkinointikirja. Helsinki: Otavan Kirjapaino Oy.

Rope, T & Pöllänen, J. 1998. Asiakastytyväisyysjohtaminen. Juva: WSOY - Kirjapainoyksikkö.

Ylikoski, T. 1999. Unohtuiko asiakas?. 2. uud. p. Keuruu: Otavan kirjapaino Oy..

Valvio, T. 2010. Palvelutapahtuma ja asiakkaan kohtaaminen. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

Vornanen, V. 2011. Kunnossapitopäällikkö. Seinäjoen kaupunki, tekniikkakeskus, tilapalvelujen tulosalue. Haastattelu 09.10.2011.

Vornanen, V. 2011. Kunnossapitopäällikkö. Seinäjoen kaupunki, tekniikkakeskus, tilapalvelujen tulosalue. Haastattelu 11.11.2011.

Vuokko, P. 1997. Avaimena asiakaslähtöisyys. Helsinki: Oy Edita Ab

Webropol yritysesite. [pdf-dokumentti]. [14.11.2011]. Saatavana: Webropol Oy.

## LIITE 1. Haastattelu Seinäjoen kaupungin asiakkuusajattelusta

1. Kuinka paljon ylläpitopalveluilla on asiakkaita, kohteita? Entä käyttäjiä?

Sisäisiä asiakkaita, eli kaupunkiorganisaation työntekijöitä on noin 4000. Asiakkaat voidaan jaotella hallintokuntien, tulosalueiden ja tulosyksiköiden mukaan tarkoituksenmukaisesti kokonaisuuksiin. Toiminnan kohteita on 400 kpl yhteensä kymmenessä eri ryhmässä. Palveluvasteen piirissä on noin 420 000 kerrosalaneliometriä tiloja eri puolilla kaupunkia. Rakennusten käyttäjiä voidaan arvioida olevan vastaava määrä kuin kaupungissa on asukkaita. Kaikki kun käyttävät päiväkoteja, kouluja, virastoja ja vanhainkoteja elämänsä joissain vaiheessa.

2. Millä eri alueilla kohteita sijaitsee, kaupunginosat?

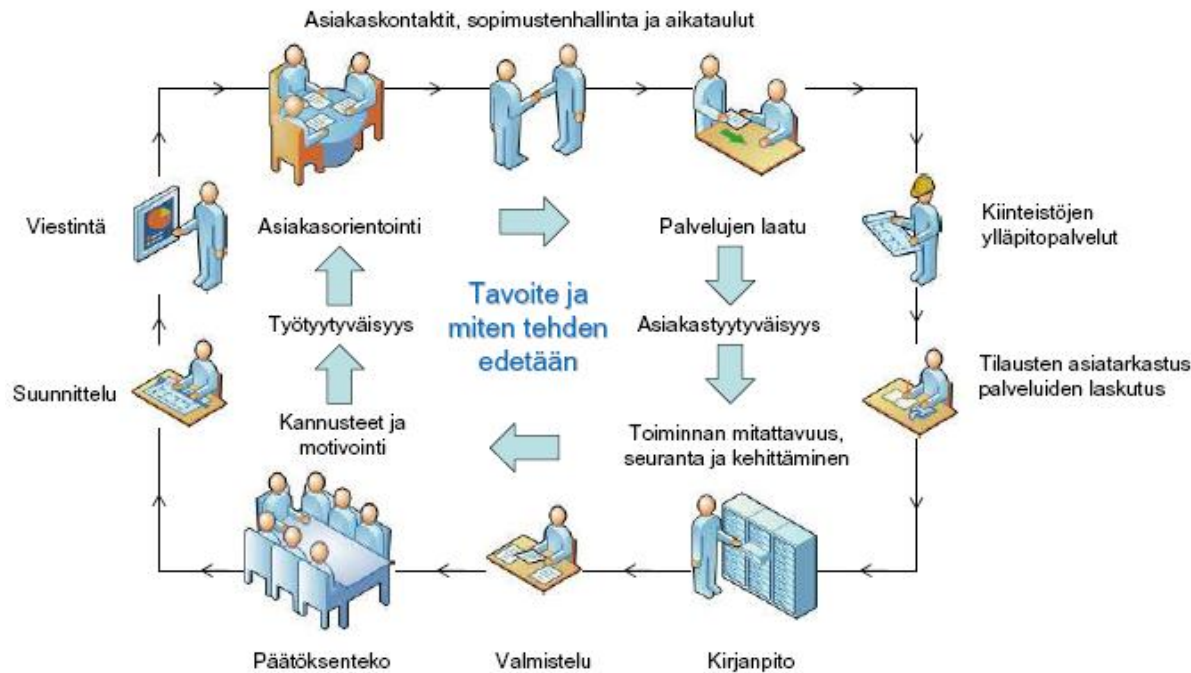
Toiminnan kohteet ovat jakaantuneet kuten kunnissa yleensä, asutuspolitiikkansa mukaan. Palvelut sijoittuvat pääasiassa asutuskeskittymiin. Väestöpohjan kehitys luo paineita ylläpitää aikojen saatossa tehtyjä palveluverkkoratkaisuja. Jokaisessa neljässä vanhassa kuntakeskuksessa on kohteitamme, mutta väestömuuton seurauksena kaikilla kunnan tilastoalueilla, joissa väestökehitystä seurataan, ei näin ole.

3. Millainen on tilapalveluiden normaali asiakas/käyttäjä? (asukas/työntekijä, jne.)

Asiakkaita ja rakennusten käyttäjiä on kaikissa sosioekonomisissa luokissa.

4. Millainen strategia ylläpitopalveluilla on liittyen asiakkuussuhteisiin?

Palveluiden kehittäminen on linjassa kaupunginvaltuuston asettaman strategisen tavoitteen, palveluvision kanssa. Kiinteistöjen ylläpitopalvelut tulosyksikkö aloittaa virallisesti vuoden 2012 alussa. Syyskuusta alkaen kunnossapito ja rakentaminen tulosyksikköön on keskitetty kiinteistöhoito ja käyttäjäpalvelut, pois lukien siivous- ja ruokapalvelut. Asiakassuhteiden hallintaan liittyen sisäisille asiakkaille on elo-syyskuussa toteutettu käyttäjätyytyväisyyskysely lähtötilanteen hahmottamiseksi. Työ etenee yksikön palveluiden ja tehtävien kuvaamisella ja määrittelyllä (kuva 1). Tulosyksikön vastuuhenkilönä vastaan tästä asiantuntijavalmistelusta ja yksikön operatiivisesta johtamisesta.



**Kuva 1: Kiinteistöjen ylläpitopalvelut -yksikön toimintakuvaus** © Vesa-J. Vornanen  
4.10.2011

5. Jos strategia löytyy, kuinka pitkälle aikavälille se on tehty? Onko strategiaan tai toimintatapoihin tulossa muutoksia lähiaikoina?

Seinäjoen kaupungin strategia on hyväksytty valtuustossa 29.6.2009, ja tähtäin on vuodessa 2016.

6. Millainen reklamaatiojärjestelmä ylläpitopalveluilla on?

Kiinteistöjen ylläpitopalvelut hyödyntävät palveluvasteessaan kaupungin intraa, sähköistä sisäistä verkkoa. Sähköisistä ilmoituksista, palvelutilauksista muodostuu työmääräindokumenti, johon voidaan jälkepäin palata.

7. Kuka/ketkä hoitavat reklamaatioihin vastaamisen?

Palvelutilaukset tai vikailmoitukset, soitetut tai sisäisen ilmoituskanavan kautta lähetetyt saapuvat tilapalvelut -tulosalueen toimistoon, jossa tapahtuu ensimmäinen viestien ohjaus oikeaan tuotantoyksikköön. Jos työ on kiireellinen, käyttäjien henkeä vaarantava, työtä tehdään välittömästi toimeksianto. Yksikössämme viestit vastaanottaa alaiseni kiinteistömestari, joka muuttaa ilmoitukset työmääräimiksi ammattihenkilöstölle. Vastuun kantaa tulosyksikön vastuuhenkilö. Viranhaltijapäätökset tehdään virkavastuulla, ja päätöksistä voi hyvän hallintatavan mukaisesti valittaa.

8. Kuinka nopeasti reklamaatioihin vastataan?

Reklamaatioihin pyritään vastaamaan saman päivän aikana. Kiireelliset vikailmoitukset hoidetaan tuntien sisällä, usein nopeamminkin, riippuen palvelutuotantoyksiköiden työtilanteesta ja etäisyydestä tilauskohteeseen. Nopeutta tärkeämpi palvelutoimituksen kriteeri on rakennuksen elinkaaren kannalta oikeanlaatuinen toimenpide. Euron säästöllä ei pidä tehdä kahden vahinkoa. Työt ja toimenpiteet vaativat aina suunnittelun ja harkinnan.

Tavoitteena, palveluvisiona on siirtyä reaktiivisesta vikojen korjaamisen kiinteistönpidosta ennakoivan huollon ja kunnossapidon kiinteistönpitoon, joka on kolmanneksen edullisempi tapa toimia, kuin ensin mainittu. Kyse on palvelu- ja toimintakulttuuriin muutoksesta.

9. Kuinka nopeasti viat korjataan keskimäärin?

Keskimäärin päivän sisällä, mutta tämä on hyvin karkea yleistys. Toimitiloihin liittyvissä viakailmoituksissa saatetaan joutua tutkimaan aiempia toimenpiteitä, ottamaan erilaisia materiaalinäytteitä, laatimaan suunnitelmia, etsiä käyttäjien kanssa sopivaa toteutusaikaa, hakea rahoitusta.

10. Ovatko kaikkien käyttäjien reklamaatiot yhtä tärkeitä, vai onko sillä merkitystä mistä kohteesta reklamaatio tulee? (esim. sairaalat, terveyskeskukset, jne.)

Käyttäjän henkeä tai turvallisuutta vaarantavat viat ohittavat muut.

11. Kuka/ketkä hoitavat huoltotyöt?

Kiinteistöjen ylläpitopalvelut -tulosyksikkö tuottaa ja järjestää palvelut. Työjärjestys on, että ensisijaisesti ilmoitusta tarkastellaan toteutettavaksi omin voimin, oman ammattihenkilöstön toimesta. Resurssi- tai mahdollisen osaamisvajeen mukaan palveluiden järjestämisessä nojataan palvelumarkkinoilta tapahtuvaan hankintaan.

12. Miten palvelun laatu/huoltotoimenpiteiden laatu on varmistettu? (käsikirjat, jne.)

Työtehtävissä noudatetaan kiinteistöpalveluiden yleisiä laatuvaatimuksia (KiinteistöRYL-2009). Laadunvarmistus perustuu osaamiseen ja koulutukseen ylläpidettävään ammattitaitoon, varsinaista seurantajärjestelmää ei vielä ole. Vuoden 2012 talousarvioon on varattu määrärahoitus huoltokirjajärjestelmän hankintaan. Palveluiden laadun kehittymistä seurataan käyttäjiltä asiakastyytyväisyys- ja henkilöstöltä työtyytyväisyyskyselyin.

13. Kuka työn laatua valvoo?

Työn, palvelutoimituksen laatua valvoo asiakkaan edustaja, joka on esimerkiksi kouluissa koulun rehtori tai koulunjohtaja, päiväkodeissa päiväkodinjohtaja – toimintakohteen vastuhenkilö.

14. Kiinteistöjen ylläpitopalvelut tekevät tällä hetkellä tutkimusta asiakastyytyväisyydestä. Miksi tällaista tutkimusta tarvitaan?

Tutkimus liittyy kaupungin palveluvision toteuttamiseen. Palvelutuotantoa kehitetään säännöllisesti kootun vertailutiedon perustalta. Tavoitteena ovat hyvä asiakastyytyväisyys ja kansallisesti korkealaatuiset palvelut.

15. Vapaata kommentointia ylläpitopalveluiden asiakkuusajattelusta

Jatkuvuudenhallinnan huomioinen johtamisessa. Tässä vaiheessa käyttäjätyytyväisyystutkimus on jo tuottanut tiedon riippuvuussuhteesta koulurakennusten teknisten arvojen ja asiakastyytyväisyyden välillä. Seuraava kehitysaskel on kriittisten tekijöiden mittariston laatiminen julkiselle kiinteistöjen ylläpitopalveluiden tuottajalle.

## Liite 2. Vastauslomake

Sivu 1/1



21



SEINÄJOKI

KIINTEISTÖJEN  
KÄYTTÄJÄTYTYVÄISYYSKYSELY  
2011

1. 1) Kumpaan sukupuoliyhmään kuulut? \*



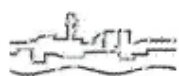
Nainen



Mies

1% valmiina

Seuraava →



SEINÄJOKI

KIINTEISTÖJEN  
KÄYTTÄJÄTYTYVÄISYYSKYSELY  
2011

2. 2) Mihin seuraavista ikäryhmistä kuulut? \*

 20-29 30-39 40-49 50-59 60+

3% valmiina

[← Edellinen](#) [Seuraava →](#)



SEINÄJOKI

KIINTEISTÖJEN  
KÄYTTÄJÄTYTYVÄISYYSKYSELY  
2011

3. 3) Mihin palvelukeskukseen työpaikkasi kuuluu? \*

Seinäjoen kaupungin virasto-organisaatiossa on neljä suurta palvelukeskusta. Vastaja voi valita vain yhden palvelukeskuksesta sen mukaan missä arvioi suurimman osan työstään käyttävän ja minkä työpisteen olosuhteista haluaa vastauksen antaa.

- Kaupunginkanslia
- Sivistyskeskus
- Sosiaali- ja terveyskeskus
- Tekniikkakeskus

5% valmiina

← Edellinen Seuraava →



SEINÄJOKI

KIINTEISTÖJEN  
KÄYTTÄJÄTYTYVÄISYYSKYSELY  
2011

7. 7) ...ja teknikkakeskuksen tulosalueista työpaikkasi on? \*

- Hallinto
- Kunnallistekniikka
- Kaivotus- ja kaupunkisuunnittelu
- Kiinteistö- ja mittauspalvelut
- Tilapalvelut
- Rakennusvalvonta
- Etelä-Pohjanmaan pelastuslaitos

12% valmiina

← Edellinen Seuraava →



SEINÄJOKI

KIINTEISTÖJEN  
KÄYTTÄJÄTYTYVÄISYYSKYSELY  
2011

**8. 8) Missä uuteen Seinäjoen kaupunkiin kuuluvista entisistä kunta-alueista työpisteesi sijaitsee? \***

Tätä kysytään sen vuoksi, että vastauksista muodostuu kattava kuvaus Tilapalveluiden kohteissa tyytyväisyyden tai tyytymättömyyden jakaantumisesta. Tavoite on, että yhtäältä rakennusten käyttäjät kokevat tyytyväisyyttä palveluihin koko kaupungin alueella, ja toisaalta toiminnan kehittämisen painopisteitä saadaan selville käyttäjiltä niiltä kysymällä.



Kantakaupunki (Seinäjoki)



Peräseinäjoki



Nurmo



Ylistaro

14% valmiina

← Edellinen   Seuraava →



SEINÄJOKI

KIINTEISTÖJEN  
KÄYTTÄJÄTYTYVÄISYYSKYSELY  
2011

9. 9) ...ja kantakaupungin rakennusryhmistä työpaikkasi on? \*  
Valitse sen mukaan missä suurin osa työstäsi on.

- Virastotalot
- Sosiaalitoimen kohteet
- Terveystoimen kohteet
- Vähäkeräisrakennusten kohteet
- Koulut
- Urheilurakennukset
- Varasto- ja työhuonerakennukset
- Muut rakennukset
- Vuokralle annetut asuinrakennukset ja huoneistot
- Yritys- ja yhteisötilat

16% valmiina

<- Edellinen Seuraava ->

**SEINÄJOKI****KIINTEISTÖJEN  
KÄYTTÄJÄTYTYVÄISYYSKYSELY  
2011**

19. 9-19) Työpisteeni on kantakaupungin varasto- ja työhuonerakennuksista? \*



Keskusvarasto, Mestarintie 1 (7500)



Siirrettävät työmaasuojat (7501)



Impivaaran varastot, Impivaarentie (7509)



Rakennusosaston varasto (Peltihalli), Mestarintie 4 (7510)



Puutarhurin vuokratila (Riskun halli), Brykärin puisto (7511)

33% valmiina

← Edellinen    Seuraava →



SEINÄJOKI

KIINTEISTÖJEN  
KÄYTTÄJÄTYYTYVÄISYYSKYSELY  
2011

53. 53) Arvioin työpistettäni toimitilassamme seuraavasti: \*

1= erittäin tyytymätön (Heikko), 2= tyytymätön (Välttävä), 3= ei tyytymätön, eikä tyytyväinen (Tyydyttävä), 4= tyytyväinen (Hyvä), 5= erittäin tyytyväinen (Kiluttava)

	1	2	3	4	5
Toimitilan soveltuvuus omaan toimintaan? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pohjaratkaisun toimivuus? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Toimitilan riittävyys toimintaan? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Toimitilan yleiskunto? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Valeistusolosuhteet? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lämpöolosuhteet? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ääniympäristö? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sisäilman laatu? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Toimitilan muunneltavuus? *	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tietotekniikkamahdollisuudet? *	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Toimitilan sijainti? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lähiympäristö ja sen tarjoamat palvelut? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Liikenneyhteydet, saavutettavuus? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pysäköintimahdollisuudet? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

94% valmiina

<-- Edellinen Seuraava -->



SEINÄJOKI

KIINTEISTÖJEN  
KÄYTTÄJÄTYTYVÄISYYSKYSELY  
2011

**54. 54) Arvioin toimipaikassamme tarjolla olevia kiinteistöhuolto- ja kunnossapitopalveluita seuraavasti: \***

1= erittäin tyytymätön (Heikko), 2= tyytymätön (Välttävä), 3= ei tyytymätön, eikä tyytyväinen (Tyydyttävä), 4= tyytyväinen (Hyvä), 5= erittäin tyytyväinen (Killettävä)

	1	2	3	4	5
Korjauksiin liittyvä rakennus- ja loppusilvous? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kiinteistön jätehuolto? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ulkoalueiden hoito (kesäkausi)? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ulkoalueiden hoito (talvikausi)? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelu vika- ja reklamaatio eli häiriötilanteissa? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kiinteistöhuollon ja kunnossapidon normaali taso? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

96% valmiina

← Edellinen Seuraava →

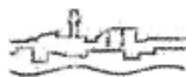


SEINÄJOKI

**KIINTEISTÖJEN  
KÄYTTÄJÄTYTYVÄISYYSKYSELY  
2011.**
**55. 55) Arvioin Tilapalveluiden toimintaa kokonaisuutena seuraavasti: \***

1= erittäin tyytymätön (Heikko), 2= tyytymätön (Välttävä), 3= ei tyytymätön, eikä tyytyväinen (Tyydyttävä), 4= tyytyväinen (Hyvä), 5= erittäin tyytyväinen (Kilittävä)

	1	2	3	4	5
Kokonaistyytyväisyys tilojen hallinnointiin? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tilapalvelussa ymmärretään rakennuksen käyttäjän tarpeita? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tilapalveluiden ammattitaito ja asiantuntemus? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tilapalveluiden vastuuhenkilöiden tavoitettavuus? *	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ta asiakkaana, tilapalvelut palveluntuottajana; asiakaspalvelun sujuvuus? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tiedonkulku ja yhteydenpito? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Toimittavana hinta-laatusuhde? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Omistajan (Seinäjoen kaupungin) imago vuokranantajana? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Kokonaistyytyväisyys tilapalvelujen palvelutarjontaan? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kokonaistyytyväisyys investointi- ja vuosikorjoushankkeisiin? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ta asiakkaana ja tilapalvelut palveluntuottajana; ymmärtääkö tuottaja tarpeet? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Muutto-, varastointi- ja muut käyttäjäpalvelut? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vartiointi ja muut turvallisuuspalvelut? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Investointihankkeiden läpiviennin sujuvuus ja yhteistoiminta? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alkataulujen pitävyyys? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Toteutuksen laatu ja työn jäski? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**SEINÄJOKI****KIINTEISTÖJEN  
KÄYTTÄJÄTYTYVÄISYYSKYSELY  
2011**

Kiitokset valvannästä ja laajaan kyselyymme osallistumisesta. Voit lopuksi antaa vapaaehtoista sanallista palautetta risujen tai ruusujen muodossa maksimissaan 300 merkin verran. Kaikki vastaukset käsitellään luottamuksellisesti ja yhteenvetoina. Kysely päättyy LÄHETÄ -napin painallukseen.

**56. 56) Mielestäni teille pitää antaa iso kimppu...? \***

risuja, koska... \*

ruusuja ja kehittämisvinkkejä, koska... \*

100% valmiina

[← Edellinen](#) [Lähetä](#)

## Liite 3. Rakennuksien keskimääräinen kuntoluokka



## Kiinteistöjen käyttäjättyytyväisyystutkimus 2011

Vesa-J. Vomanen, kunnossapitopäällikkö  
4.11.2011

## Vastauksia yhdistetyiltä tilastoalueilta

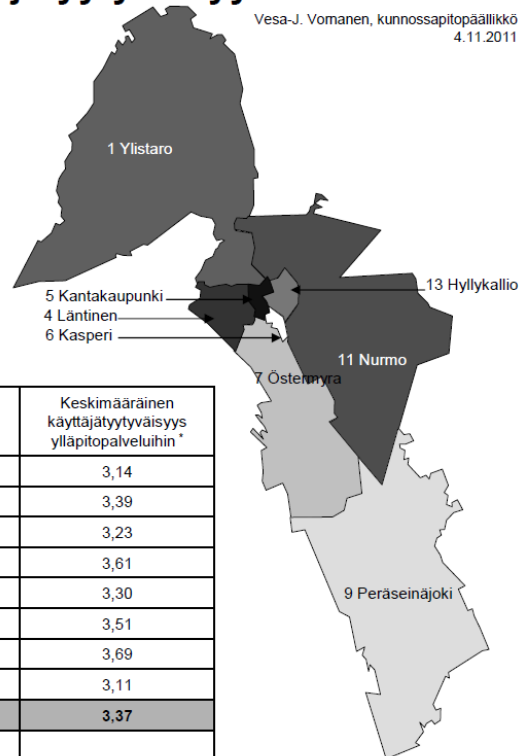
188 henkilöä	(5 Kantakaupunki)
81 henkilöä	(4 Läntinen)
60 henkilöä	(11 Nurmo)
59 henkilöä	(1 Ylistaro)
48 henkilöä	(13 Hyllykallio)
35 henkilöä	(7 Östermyra)
21 henkilöä	(9 Peräseinäjoki)
17 henkilöä	(6 Kasperi)

## Tilastoaluevertailu

Yhdistetty tilastoalue	Keskimääräinen käyttäjättyytyväisyys rakennuksiin *	Vastaajien rakennusten keskimääräinen kuntoluokka **	Keskimääräinen käyttäjättyytyväisyys ylläpitopalveluihin *
1 Ylistaro	3,26	73,7 %	3,14
4 Läntinen	3,49	74,1 %	3,39
5 Kantakaupunki	3,08	74,8 %	3,23
6 Kasperi	3,44	70,3 %	3,61
7 Östermyra	3,17	83,6 %	3,30
9 Peräseinäjoki	3,20	78,4 %	3,51
11 Nurmo	3,26	73,4 %	3,69
13 Hyllykallio	3,25	74,2 %	3,11
<b>Kaikki vastaajat</b>	<b>3,27</b>	<b>75,3 %</b>	<b>3,37</b>
Keskimääräinen rakennusten kuntoluokka (2010)		74,2 %	

\*) Arvostelusteikko 1-5, jossa 1=erittäin tyytymätön, 5=erittäin tyytyväinen

\*\*) Kuntoluokka = tekninen arvo / jälleenhankinta-arvo (< 50 % =heikko, 50-59 % =välttävä, 60-74 % =tydyttävä, 75-89 % =hyvä, > 90-100 % =erinomainen)



#### Liite 4. Käyttäjätyytyväisyyden alueellinen jakaantuminen

Toimitilan soveltuvuus omaan toimintaan?	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	5%		2%	2%	4%
Tyytymätön	18%	29%	10%	7%	16%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	21%	14%	27%	29%	23%
Tyytyväinen	42%	33%	46%	44%	43%
Erittäin tyytyväinen	13%	24%	14%	19%	15%
Keskiarvo	3,4	3,5	3,6	3,7	3,5

Pohjaratkaisun toimivuus?	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	7%	5%	5%	3%	6%
Tyytymätön	24%	24%	25%	24%	24%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	30%	29%	31%	25%	30%
Tyytyväinen	33%	29%	31%	39%	33%
Erittäin tyytyväinen	6%	14%	8%	8%	7%
Keskiarvo	3,1	3,2	3,1	3,3	3,1

Toimitilan riittävyys toimintaan?	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	12%		8%	7%	10%
Tyytymätön	31%	33%	19%	20%	27%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	23%	19%	37%	25%	26%
Tyytyväinen	27%	38%	31%	36%	29%
Erittäin tyytyväinen	8%	10%	5%	12%	8%
Keskiarvo	2,9	3,2	3,1	3,3	3,0

Toimitilan yleiskunto?	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	10%	5%	9%	15%	10%
Tyytymätön	32%	24%	20%	24%	29%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	25%	19%	21%	19%	23%
Tyytyväinen	23%	43%	41%	22%	27%
Erittäin tyytyväinen	10%	10%	10%	20%	11%
Keskiarvo	2,9	3,3	3,2	3,1	3,0

<b>Valaistusolosuhteet?</b>	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	5%	10%	5%	5%	5%
Tyytymätön	17%	24%	13%	15%	16%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	31%	24%	27%	31%	30%
Tyytyväinen	34%	29%	42%	34%	35%
Erittäin tyytyväinen	13%	14%	12%	15%	13%
Keskiarvo	3,3	3,1	3,4	3,4	3,3

<b>Lämpöolosuhteet?</b>	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	19%	14%	8%	14%	16%
Tyytymätön	33%	14%	30%	20%	30%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	23%	29%	33%	32%	26%
Tyytyväinen	21%	29%	27%	25%	23%
Erittäin tyytyväinen	4%	14%	2%	8%	5%
Keskiarvo	2,6	3,1	2,9	2,9	2,7

<b>Äänympäristö?</b>	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	12%	10%	7%	5%	10%
Tyytymätön	26%	29%	23%	25%	26%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	33%	14%	34%	36%	33%
Tyytyväinen	23%	33%	32%	27%	25%
Erittäin tyytyväinen	6%	14%	4%	7%	6%
Keskiarvo	2,8	3,1	3,0	3,1	2,9

<b>Sisäilman laatu?</b>	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	29%	19%	24%	19%	26%
Tyytymätön	28%	38%	18%	29%	27%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	22%	10%	24%	32%	23%
Tyytyväinen	16%	29%	32%	19%	20%
Erittäin tyytyväinen	5%	5%	2%	2%	4%
Keskiarvo	2,4	2,6	2,7	2,6	2,5

Toimitilan muunneltavuus?	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	24%	14%	14%	20%	21%
Tyytymätön	33%	33%	32%	31%	32%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	30%	38%	35%	36%	32%
Tyytyväinen	11%	14%	15%	14%	12%
Erittäin tyytyväinen	2%		3%		2%
Keskiarvo	2,4	2,5	2,6	2,4	2,4

Tietotekniikkamahdollisuudet?	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	1%	5%	3%	2%	2%
Tyytymätön	12%	5%	8%	7%	10%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	25%	24%	19%	24%	24%
Tyytyväinen	47%	33%	52%	46%	47%
Erittäin tyytyväinen	14%	33%	19%	22%	17%
Keskiarvo	3,6	3,9	3,7	3,8	3,7

Toimitilan sijainti?	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	2%		5%	3%	3%
Tyytymätön	6%	5%	5%	3%	6%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	15%	24%	18%	20%	17%
Tyytyväinen	45%	33%	46%	51%	45%
Erittäin tyytyväinen	31%	38%	25%	22%	30%
Keskiarvo	4,0	4,0	3,8	3,8	3,9

Lähiympäristö ja sen tarjoamat palvelut?	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön			7%	8%	2%
Tyytymätön	8%	14%	16%	19%	11%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	23%	38%	32%	25%	25%
Tyytyväinen	48%	38%	32%	37%	44%
Erittäin tyytyväinen	21%	10%	13%	10%	18%
Keskiarvo	3,8	3,4	3,3	3,2	3,6

<b>Liikenneyhteydet, saavutettavuus?</b>	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	1%	10%	10%	15%	5%
Tyytymätön	9%	33%	16%	17%	12%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	19%	33%	25%	31%	22%
Tyytyväinen	46%	19%	36%	22%	40%
Erittäin tyytyväinen	26%	5%	12%	15%	21%
Keskiarvo	3,9	2,8	3,2	3,1	3,6

<b>Pysäköintimahdollisuudet?</b>	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	14%	5%	3%	17%	12%
Tyytymätön	23%	33%	12%	5%	19%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	25%	24%	25%	19%	24%
Tyytyväinen	25%	29%	37%	42%	29%
Erittäin tyytyväinen	13%	10%	22%	17%	15%
Keskiarvo	3,0	3,0	3,6	3,4	3,2

<b>Korjauksiin liittyvä rakennus- ja loppusiivous?</b>	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	4%		2%	10%	4%
Tyytymätön	16%		12%	12%	14%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	49%	62%	42%	49%	48%
Tyytyväinen	26%	29%	37%	22%	28%
Erittäin tyytyväinen	5%	10%	7%	7%	6%
Keskiarvo	3,1	3,5	3,3	3,0	3,2

<b>Kiinteistön jätehuolto?</b>	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	1%	5%	2%	7%	2%
Tyytymätön	9%	5%	9%	14%	9%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	31%	29%	23%	22%	28%
Tyytyväinen	49%	43%	52%	37%	48%
Erittäin tyytyväinen	10%	19%	14%	20%	12%
Keskiarvo	3,6	3,7	3,7	3,5	3,6

<b>Ulkoalueiden hoito (kesäkausi)?</b>	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	7%		3%	17%	7%
Tyytymätön	16%	5%	20%	22%	17%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	25%	29%	27%	31%	26%
Tyytyväinen	43%	33%	34%	25%	39%
Erittäin tyytyväinen	10%	33%	15%	5%	11%
Keskiarvo	3,3	4,0	3,4	2,8	3,3

<b>Ulkoalueiden hoito (talvikausi)?</b>	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	3%	5%	2%	7%	3%
Tyytymätön	20%	24%	18%	19%	19%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	31%	24%	36%	37%	32%
Tyytyväinen	39%	38%	33%	32%	37%
Erittäin tyytyväinen	7%	10%	11%	5%	8%
Keskiarvo	3,3	3,2	3,3	3,1	3,3

<b>Palvelu vika- ja reklamaatio eli häiriötilanteissa?</b>	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	1%		2%	3%	2%
Tyytymätön	12%	14%	11%	17%	12%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	40%	48%	29%	36%	38%
Tyytyväinen	37%	29%	49%	36%	39%
Erittäin tyytyväinen	10%	10%	9%	8%	10%
Keskiarvo	3,4	3,3	3,5	3,3	3,4

<b>Kiinteistöhuollon ja kunnossapidon normaali taso?</b>	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	4%		5%	3%	4%
Tyytymätön	13%	24%	11%	24%	14%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	36%	29%	33%	34%	35%
Tyytyväinen	40%	43%	41%	32%	40%
Erittäin tyytyväinen	7%	5%	10%	7%	7%
Keskiarvo	3,3	3,3	3,4	3,2	3,3

<b>Kokonaistyytyväisyys tilojen hallinnointiin?</b>	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	1%		2%		1%
Tyytymätön	9%	14%	5%	10%	9%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	58%	43%	52%	58%	56%
Tyytyväinen	29%	38%	34%	29%	30%
Erittäin tyytyväinen	3%	5%	7%	3%	4%
Keskiarvo	3,2	3,3	3,4	3,3	3,3

<b>Tilapalveluissa ymmärretään rakennuksen käyttäjän tarpeita?</b>	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	3%		4%	2%	3%
Tyytymätön	20%	19%	11%	31%	19%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	48%	48%	48%	37%	47%
Tyytyväinen	25%	29%	32%	27%	27%
Erittäin tyytyväinen	4%	5%	4%	3%	4%
Keskiarvo	3,1	3,2	3,2	3,0	3,1

<b>Tilapalveluiden ammattitaito ja asiantuntemus?</b>	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	1%				1%
Tyytymätön	8%	14%	4%	10%	8%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	42%	38%	36%	39%	40%
Tyytyväinen	42%	43%	54%	47%	45%
Erittäin tyytyväinen	7%	5%	5%	3%	6%
Keskiarvo	3,5	3,4	3,6	3,4	3,5

<b>Tilapalveluiden vastuhenkilöiden tavoitettavuus?</b>	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	%		2%	5%	1%
Tyytymätön	11%	10%	7%	17%	11%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	45%	38%	48%	42%	45%
Tyytyväinen	37%	43%	36%	27%	36%
Erittäin tyytyväinen	7%	10%	7%	8%	7%
Keskiarvo	3,4	3,5	3,4	3,2	3,4

<b>Te asiakkaana, tilapalvelut palveluntuottajana; asiakaspalvelun sujuvuus?</b>	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	1%		2%	3%	1%
Tyytymätön	12%	10%	5%	10%	10%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	49%	57%	48%	54%	50%
Tyytyväinen	33%	33%	41%	27%	34%
Erittäin tyytyväinen	5%		3%	5%	5%
Keskiarvo	3,3	3,2	3,4	3,2	3,3

<b>Tiedonkulku ja yhteydenpito?</b>	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	1%		4%	7%	2%
Tyytymätön	15%	19%	9%	29%	16%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	54%	52%	52%	37%	51%
Tyytyväinen	26%	29%	33%	22%	27%
Erittäin tyytyväinen	4%		2%	5%	4%
Keskiarvo	3,2	3,1	3,2	2,9	3,1

<b>Toimitilan hintalaatusuhde?</b>	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	3%		2%	2%	3%
Tyytymätön	12%	19%	3%	17%	11%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	66%	52%	65%	61%	64%
Tyytyväinen	18%	29%	26%	15%	19%
Erittäin tyytyväinen	2%		3%	5%	3%
Keskiarvo	3,0	3,1	3,3	3,1	3,1

<b>Omistajan (Seinäjoen kaupungin) imago vuokranantajana?</b>	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	3%		1%	3%	3%
Tyytymätön	12%	14%	12%	14%	13%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	58%	52%	56%	66%	58%
Tyytyväinen	25%	33%	29%	15%	25%
Erittäin tyytyväinen	1%		2%	2%	2%
Keskiarvo	3,1	3,2	3,2	3,0	3,1

<b>Kokonaistyytyväisyys tila- palvelujen palvelutarjontaan?</b>	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	1%		1%		1%
Tyytymätön	10%	14%	12%	15%	11%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	58%	48%	42%	49%	54%
Tyytyväinen	30%	38%	43%	34%	33%
Erittäin tyytyväinen	1%		2%	2%	2%
Keskiarvo	3,2	3,2	3,3	3,2	3,2

<b>Kokonaistyytyväisyys investointi- ja vuosikorjaushankkeisiin?</b>	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	9%	5%	9%	14%	9%
Tyytymätön	31%	14%	21%	39%	29%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	47%	57%	48%	37%	46%
Tyytyväinen	12%	19%	20%	8%	13%
Erittäin tyytyväinen	1%	5%	2%	2%	2%
Keskiarvo	2,7	3,0	2,9	2,5	2,7

<b>Te asiakkaana ja tilapalvelut palveluntuottajana; ymmärtääkö tuottaja tarpeet?</b>	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	4%		3%	3%	4%
Tyytymätön	20%	29%	16%	24%	20%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	56%	57%	53%	63%	56%
Tyytyväinen	18%	14%	24%	7%	17%
Erittäin tyytyväinen	3%		3%	3%	3%
Keskiarvo	2,9	2,9	3,1	2,8	3,0

<b>Muutto-, varastointi- ja muut käyttäjäpalvelut?</b>	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	3%		2%	7%	3%
Tyytymätön	15%	29%	14%	25%	17%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	60%	52%	65%	49%	59%
Tyytyväinen	20%	14%	16%	17%	19%
Erittäin tyytyväinen	2%	5%	2%	2%	2%
Keskiarvo	3,0	3,0	3,0	2,8	3,0

<b>Vartiointi ja muut turvallisuuspalvelut?</b>	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	2%	10%	5%	8%	4%
Tyytymätön	11%	19%	7%	24%	12%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	51%	24%	47%	53%	49%
Tyytyväinen	32%	48%	35%	14%	31%
Erittäin tyytyväinen	4%		5%	2%	4%
Keskiarvo	3,2	3,1	3,3	2,8	3,2

<b>Investointihankkeiden läpiviennin sujuvuus ja yhteistoiminta?</b>	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	5%	14%	9%	7%	6%
Tyytymätön	18%	19%	13%	25%	18%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	56%	43%	55%	49%	55%
Tyytyväinen	19%	24%	20%	15%	19%
Erittäin tyytyväinen	1%		3%	3%	2%
Keskiarvo	2,9	2,8	3,0	2,8	2,9

<b>Aikataulujen pitävyys?</b>	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	6%	5%	10%	12%	7%
Tyytymätön	18%	24%	19%	24%	19%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	56%	57%	49%	49%	54%
Tyytyväinen	19%	14%	20%	12%	18%
Erittäin tyytyväinen	1%		2%	3%	2%
Keskiarvo	2,9	2,8	2,9	2,7	2,9

<b>Toteutuksen laatu ja työn jälki?</b>	Kantakaupunki (n=337)	Peräseinäjoki (n=21)	Nurmo (n=91)	Ylistaro (n=59)	Yhteensä (n=508)
Erittäin tyytymätön	2%	5%	3%		2%
Tyytymätön	9%	14%	4%	10%	8%
Ei tyytymätön, eikä tyytyväinen	47%	43%	43%	51%	47%
Tyytyväinen	39%	33%	44%	32%	39%
Erittäin tyytyväinen	4%	5%	5%	7%	4%
Keskiarvo	3,3	3,2	3,4	3,4	3,3

## Liite 5. Käyttäjien kokonaistyytyväisyys liittyen yksittäisiin kysymyksiin



## Liite 6. Haastattelu tutkimuksen johtopäätöksistä

Millaisia johtopäätöksiä olet tehnyt tutkimusten tulosten perusteella (liittyen käyttäjien tyytyväisyyteen)?

Keskeisin kyselyn tulos on, että asiakastyytyväisyyttä toimitiloihin ja ylläpitopalveluihin on enemmän kuin tyytymättömyyttä. Kysely luo perustan Seinäjoen kaupungin palveluiden mittaamiselle ja suunnan arvioinnille. Käyttäjätyytyväisyyden tunnusluku vuodelta 2011 on selvitetty, ja se on kyselyyn vastanneiden 508 työntekijän perusteella 3,2. Vastausprosentti oli kyselyssä 16 %. Tavoitteena on asiakkaiden kokeman palvelun laadun, eli toimitilojen käyttäjien arvioima toiminnan ja toimitilojen myönteinen kehittyminen toimintaan osoitettujen resurssien puitteissa.

Millaisia johtopäätöksiä olet tehnyt tutkimusten tulosten perusteella (liittyen kiinteistöjen kuntoon)?

Mielenkiintoista oli, että vastauksia tuli rakennusten kuntoluokkien perusteella kaikenkuntoisista rakennuksista. Kyselyyn vastanneiden henkilöiden rakennusten kuntoluokkien keskiarvo on 75,3. Kaupungin omistamien kaikkien rakennusten keskimääräinen kuntoluokka vuodelta 2010 on 74,2. Tämä luku on tyydyttävän ja hyvän rajalla. Yli 75 % kuntoluokka tarkoittaa kuntoluokaltaan hyvää rakennusta.

Kaikkiaan vastauksia tuli 120 eri toimipaikasta, joka on hieman alle 30 % kaikista, mutta kuitenkin noin 60 % kaikkien rakennusten muodostamasta yhteisestä kerrospinta-alasta. Kaikilta kaupungin yhdistetyiltä tilastoalueilta ei tullut vastauksia. Osin siitä syystä, että kyseisiä rakennuksia ei alueella ole. Vastauksia ei voi yleistää vastausten määrän ja vähäisen vastaajien rakennuskohtaisen määrän perusteella rakennusten kuntoon. Toimitilojen käyttäjäkokemusten keräämisessä kysely on hyvä, mutta tilapalveluiden asiantuntijapaneelia tarvitaan.

Millaisia muutoksia odotat tapahtuvan tai on jo tapahtunut saatujen tutkimustulosten perusteella?

Vastauksista löytyi paljon toiminnan kehittämiseen liittyvää palautetta, niin risuja kuin ruusujakin. Käymme tuloksia lävitse, ja takaan, että palaute vaikuttaa. Työn alle, valmisteluun on otettu mm. tiedottamisen kehittämiseen liittyviä toimia. Käyttöön otettava huoltokirjajärjestelmä tulee edistämään käyttäjien tekemien tilausten seurantaa ja toimitusten laadunvalvontaa. Lisäksi tulemme jakamaan yksiköstämme ja palveluistamme info-lehden toimipaikkoihin – kiitos tätä ehdottaneelle tuntemattomalle kaupungin työntekijälle.