

Paula Härkölä

KIINTEISTÖHUOLTO RÅBERG OY:N
ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELY

Liiketalouden koulutusohjelma

2013

KIINTEISTÖHUOLTO RÅBERG OY:N ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELY

Härkälä, Paula
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma
Toukokuu 2013
Ohjaaja: Myntti, Yki
Sivumäärä: 61
Liitteitä: 1

Asiasanat: asiakastyytyväisyys, kiinteistöhuolto, palvelu

Tämän työn toimeksiantajana on Kiinteistöhuolto Råberg Oy, pitkään alalla toiminut perheyritys, jonka toiveena oli saada tietoa asiakaskuntansa tyytyväisyyden tasosta sekä yleisellä tasolla, että palvelukohtaisesti. Näillä tiedoilla yrityksen toimintaa pyritään tehostamaan ja muokkaamaan samalla asiakaspalveluhenkisempään suuntaan.

Asiakastyytyväisyyskysely toteutettiin kvantitatiivisella kyselytutkimuksella, jonka tuloksia arvioitiin frekvenssien pohjalta. Taloyhtiöiden edustajille toimitettiin kyselylomake täytettäväksi, jonka lisäksi heille annettiin avoin lomake palautetta varten. Otanta rajattiin tarkoituksellisesti henkilöihin, joilla on riittävät perustiedot kiinteistöhuoltosopimusten sisällöstä.

Opinnäytetyön teoreettisessa osuudessa on eritelty omina osa-alueinaan kiinteistöhuollon, asiakastyytyväisyyden ja palvelun käsitteet. Lisäksi tutkimuksessa käytetty kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä, sen valintaperusteet ja siihen kohdistettu kritiikki on käsitelty teoriaosuudessa erillisenä osa-alueena.

Työssä on käsitelty yrityksen toimintatapoja, historia ja tulevaisuudennäkymät alalla, jonka on kehitettävä toimintaansa pysyäkseen varteenotettavana työllistäjänä ja liiketoiminnan alana. Yhtenä tavoitteista oli selvittää myös asiakkaiden toiveita lisäpalveluista, jotka yritys voisi lisätä palvelutarjontaansa ja saada näin lisättyä liikevaihtoaan. Erityisesti siivouspalveluille oli kyselyn mukaan kysyntää. Kiinteistöhuoltopuolen palvelutarjontaan kaivattiin eniten viemäriinpuhdistuspalvelua.

Asiakastyytyväisyyskyselyssä ilmeni yleisen tyytyväisyydentason olevan hyvä ja kehityskohteita tuli esille lähinnä avointen palautteiden kautta ja niissä kritiikki koski lähinnä pieniä yksityiskohtia palveluiden suorittamisessa. Pääosin asiakaspalvelun tasoon ja henkilökunnan palveluasenteeseen oltiin tyytyväisiä, joka oli odotettavissa aikaisempien asiakaspalautteiden pohjalta.

Kehitysehdotuksena ilmeni tiettyjen lisäpalveluiden markkinoinnin tarve, sillä monet asiakkaat ilmaisivat haluavansa lisätietoa tietyistä palveluista esimerkiksi hinnaston muodossa. Näiden palveluiden lisääminen palvelutarjontaan on ollut aikaisemmin harkinnassa ja tutkimuksen perusteella kysyntä on olemassa.

Kiinteistöhuolto Råberg Oy: Customer Satisfaction Survey

Hårkålå, Paula

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in Business

May 2013

Supervisor: Myntti, Yki

Number of pages: 61

Appendices: 1

Keywords: customer satisfaction, maintenance, service

The applicant of this thesis is an estate management company called Kiinteistöhuolto Råberg Oy that is a family owned company that has operated in this field of business for a long time. Their aim was to get information concerning their customer's state of satisfaction in general but also in more specific level. This information will be used when optimizing and amending their service.

The customer satisfaction survey was implemented by using quantitative enquiry survey and the results were analyzed by their frequency. Questionnaires were delivered to the representatives of the housing cooperatives and they were also given an open form for feedback. The sampling was targeted to those representatives who have necessary basic knowledge about the service.

The theoretical part of the thesis includes definitions of estate management, customer satisfaction and service. It also includes theory about quantitative survey, reasons for choosing this research method and the critic it has received.

This thesis has examined company's working methods, their history and prospects of the whole field of business in which they have to concentrate on in order to maintain their position as an employer and a solid line of business. One of the goals of the thesis was to clarify customer's wishes for additional services that company could provide in order to increase their turnover. According to the results of the survey there would be demand for house cleaning and sewer cleaning services.

According to the survey the level of customer satisfaction is high and suggestions for improvement were mainly in open forms. The critic the company received concerned only minor details in executing the service. Customers were satisfied to the service they have received and the overall customer care attitude of the employees. This was an expected result based on previous feedback.

As a suggestion for improvement can be stated a need for marketing additional services since many of the respondents were interested in having more information concerning specific services and their prices. Adding these services has been under consideration earlier and according to the survey there would be a significant demand for them.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	TYÖN TAUSTAA JA TAVOITTEET	7
3	YRITYKSEN HISTORIA JA NYKYHETKI.....	8
	3.1 Organisaatio ja johtoryhmän toimenkuvat	9
	3.2 Sisäinen tiedonkulku kohdeyrityksessä.....	9
	3.3 Tiedonkulun järjestely	10
4	KIINTEISTÖHUOLTO JA PORRASSIIVOUS: KÄSITTEET JA TOIMENKUVAT	11
	4.1 Kiinteistönhoitajan työtehtävät.....	12
	4.2 Porrassiivoojan työtehtävät	13
5	ASIAKASTYYTYVÄISYYS.....	14
	5.1 Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät	15
	5.2 Asiakastyytyväisyyden mittaus	16
	5.3 Asiakastyytyväisyys kilpailukeinona	17
	5.4 Asiakastyytyväisyys kiinteistöhuoltoalalla	18
6	PALVELU	19
	6.1 Palvelun laatu osana asiakastyytyväisyyttä.....	20
	6.2 Tekninen ja toiminnallinen laatu	22
	6.3 Laajennettu palvelutuote	24
7	TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN	24
	7.1 Tutkimusongelma ja viitekehys.....	25
	7.2 Tutkimusmenetelmänä kvantitatiivinen tutkimus	26
	7.3 Tiedonkeruumenetelmänä kyselylomake	26
	7.3.1 Kyselylomakkeen laatiminen.....	27
	7.3.2 Harkinnanvarainen otanta	28
	7.4 Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti	29
8	TUTKIMUKSEN TULOKSET	30
	8.1 Vastaaajien perustiedot	31
	8.2 Kiinteistöhuollon asiakastyytyväisyys	33
	8.3 Porrassiivouksen asiakastyytyväisyys.....	38
	8.4 Tehokkuus (työn vastaanottamisesta, työn suorittamiseen kuluva aika)	43
	8.5 Asiakaspalvelu.....	46
	8.6 Yleisarvosanat palveluista.....	50
	8.7 Erikseen asukkaalta laskutettavat palvelut	51

8.7.1 Pienet remonti- ja huoltotyöt asunnossa	52
8.7.2 Siivous.....	54
9 JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET	57
9.1 Tutkimuksen kritiikki.....	58
9.2 Kehitysehdotuksia	58
LÄHTEET.....	60
LIITTEET	

1 JOHDANTO

Asiakastyytyväisyystutkimuksen avulla on tarkoitus saada selville asiakkaiden tyytyväisyys sekä tyytymättömyys. Kilpailun ollessa kiinteistöhuoltoalalla kovaa tarjonnan ylittäessä kysynnän, on tärkeää huomioida asiakkaan tyytyväisyystaso ja reagoida siihen. Eri yritykset tarjoavat samankaltaisen tuotetarjonnan, mutta eron kilpailijoiden välille tekevät hinnoittelun ohella palvelu ja sen laatu.

Asiakastyytyväisyyttä voidaan mitata monin keinoin, tässä opinnäytetyössä se tehtiin käyttämällä kvantitatiivista tutkimusmenetelmää eli kyselylomaketta. Kyselylomake toimitettiin asiakaskuntaan kuuluville taloyhtiöiden hallitusten puheenjohtajille ja yhteistyökumppaneina toimiville isännöitsijöille, sillä heillä on tarvittavat pohjatiedot, kuten huoltosopimusten kattavuus ja näin ollen heidän arvionsa palvelun laadusta pohjautuu realistisiin odotuksiin.

Tässä työssä käsitellään yleisesti asiakastyytyväisyyttä ja palvelun laatuun vaikuttavia tekijöitä. Lisäksi tarkoituksena oli kartoittaa asiakaskunnan tarpeita lisäpalveluille, sillä merkittävä osa asiakaskunnasta on ikääntyneitä, joiden mahdollisuus asua kotonaan on heille ajankohtaista. Ikääntyvä asukas saattaa tarvita kiinteistöhuollon tarjoamia lisäpalveluita, kun taas kiinteistöhuoltoyritykset tarvitsevat huoltosopimusten lisäksi ylimääräisiä laskutettavia työtehtäviä liiketoiminnan kehittämiseksi. Markkinoitavia lisätöitä ovat esimerkiksi kotisiivoukset ja pienet remonttityöt.

Tutkimustulosten analyysin perusteella yritys voi halutessaan laajentaa palvelutarjontaansa ja lisätä liiketoiminnan kannattavuutta. Lisäksi asiakastyytyväisyyden kartoituksen pohjalta voidaan kehittää peruspalveluiden yleistä tasoa, sekä haastaa henkilökunta miettimään uusia käytäntöjä työn suorittamiseen.

2 TYÖN TAUSTAA JA TAVOITTEET

Tämän opinnäytetyön tekeminen on saanut alkunsa Kiinteistöhuolto Råberg Oy:n halusta kartoittaa asiakaskuntansa tyytyväisyyttä ja mahdollisia kehittämiskohteita. Asiakastyytyväisyyskyselyn avulla selvitetään, miten taloyhtiöt ja isännöitsijät kokevat ostamiensa kiinteistöhuolto- ja porrassiivouspalveluiden tason ja miten he toivovat sen kehittyvän tulevaisuudessa. Kyselyn tulosten perusteella yritys voi arvioida omaa toimintaansa ja kehittää toimintaansa asiakaslähtöisesti, huomioiden kuitenkin omat henkilöstö- ja taloudelliset resurssinsa.

Opinnäytetyön tekeminen lähti liikkeelle yrityksen toimitusjohtajan, Susan Råbergin ja kirjoittajan keskustelusta siitä, jos kirjoittaja aloittaisi työt yrityksessä hallinnon sihteerinä. Keskustelun pohjalta ilmeni kaksi tarvetta, yrityksen tarve asiakastyytyväisyyden kartoittamiselle ja kirjoittajan tarve opinnäytetyön aiheelle. Näiden kahden ollessa toisiaan täysin tukevat, tuloksena oli tämä opinnäytetyö.

Opinnäytetyö on myös osa yrityksen syksyllä 2012 aloittamaa ELY:n osittain rahoittamaa kehittämishanketta, jonka tavoitteena on kasvattaa asiakaskuntaa kehittää yrityksen toimintaa palveluiden tarjonnan suhteen ja tämän avulla pyritään myös liikevaihdon lisäämiseen. Parhaimmillaan projekti toteutetaan yhteistyössä asiakkaan kanssa. Tämä kehittämishanke on osa toimitusjohtaja Susan Råbergin omaa opinnäytetyötä Tampereen Ammattikorkeakoulun Yritysakatemian ylempää liiketalouden ammattikorkeakoulututkintoa.

Yritys on selvittänyt asiakastyytyväisyyttään viimeksi 2005-2006 Susan Råbergin toimesta itse suorittamassaan asiakastyytyväisyyskyselyssä. Tämän jälkeen yrityksen toiminta on laajentunut merkittävästi ja asiakaskunnan kasvaessa on tärkeää kartoittaa, miten vanhojen asiakkaiden palvelutaso on säilynyt, ja ovatko uudemmat asiakkaat tyytyväisiä ostamaansa palveluun. Kyselyn pohjalta pyritään selvittämään, voidaanko asiakastyytyväisyyttä nostaa tarjoamalla jotain asiakkaan toivomaa palvelua lisäkustanteisena ylimääräisenä työnä, joka voitaisiin lisätä yrityksen palvelutarjontaan.

3 YRITYKSEN HISTORIA JA NYKYHETKI

Kiinteistöhuolto Råberg Oy on vuodesta 1982 asti toiminut perheyritys, jonka perustaja oli Jorma Råberg. Yrityksen perustaminen oli seurausta kiinteistöalan muuttumisesta vanhasta talonmiesmallista huoltoyhtiöltä ostettaviin palveluihin. Jorma Råberg oli tehnyt sivutoimisena työnä talonmiehen töitä muutamassa asunto-osakeyhtiössä ja isännöitsijän kerrottua näiden siirtyvän käyttämään huoltoyhtiötä, päätti hän perustaa toiminimen työnsä säilyttämiseksi. Alkuvaiheessa yrityksessä työskentelivät Jorma Råbergin lisäksi hänen isänsä ja äitinsä, Väinö ja Eila Råberg, sekä Jorman avopuoliso Sirpa Asiala.

Vuonna 1984 yritysmuotoa muutettiin kommandiittiyhtiöksi liiketoiminnan laajentumisen seurauksena, Jorma Råbergin toimiessa vastuullisena yhtiömiehenä ja Sirpa Asialan ja Väinö Råbergin ollessa äänettämiä yhtiömiehiä. Kohteita oli sekä Porissa, että Ulvilassa, jossa sijaitsi myös yhtiön toimistotilat. Tässä vaiheessa yhtiöön palkattiin myös ensimmäiset perheenulkopuoliset työntekijät.

90-luvun alussa yhtiömuotoa muutettiin jälleen, tällä kertaa osakeyhtiöksi ja kirjanpidollisista syistä. Osakeyhtiön osakkaiksi tulivat Jorma Råberg (60 %) ja Sirpa Asiala (40 %), Väinö jatkoi edelleen töitä yrityksessä. Tässä vaiheessa tehtiin myös strateginen päätös luopua Ulvilan kohteista, ja keskittää liiketoiminta Porin keskustaan, jolloin saatiin käyttöön enemmän henkilöstöresursseja ja siirtymäaika kohteiden välillä pieneni huomattavasti. Yrityksen toiminnan ollessa keskittynyt Poriin, oli seuraava askel luoda toimiva yhteistyöverkosto muiden yritysten kanssa.

Jorma Råbergin aikana yritys kasvoi ja loi nimelleen tunnettuusarvoa Porissa, ja suuri osa yrityksen tämänpäiväistäkin imagoa perustuu hänen maineelleen alalla. Hän menehtyi äkillisesti sairaskohtaukseen vuonna 2005, jonka jälkeen yrityksen osakeenemmistö siirtyi hänen silloin 25-vuotiaalle tyttärelleen Susan Råbergille. Vuoteen 2010 asti yrityksen omistus säilyi Susan Råbergilla (60%) ja hänen äidillään Sirpa Asialalla (40%), kunnes he päättivät sitouttaa ja palkita yrityksessä vuodesta 1997 asti työskennelleen Juha Irjalan myymällä tälle 17% yrityksen osakekannasta.

3.1 Organisaatio ja johtoryhmän toimenkuvat

Yrityksessä työskentelee vakituisesti 16 työntekijää, joista hallinnon puolella on kolme, kiinteistöhuoltopuolella kuusi ja porrassiivouksen puolella seitsemän. Ylintä päätösvaltaa käyttää suurin osakkeenomistaja, toimitusjohtaja Susan Råberg, joka vastaa yrityksen toiminnasta sekä taloudellisella, että toiminnallisella puolella. Hänen toimenkuvaansa kuuluvat muun muassa yrityksen kassaliikenne, sopimukset ja henkilöstöhallinta. Yrityksessä sopimusneuvottelut aina tarjouksesta sopimuksen solmimiseen asti, käydään pääsääntöisesti asiakkaan ja toimitusjohtajan kesken, mutta sen jälkeen asiakassuhdetta hoitaa laadunvalvonnasta ja asiakaskontakteista vastaava osakas, Sirpa Asiala. Myös yrityksen laskutus ja reskontra, sekä muut toimistorutiinit kuuluvat hänen työtehtäviinsä.

Kiinteistöhuoltopuolen toiminnasta vastaa kolmas osakas, työnjohtaja Juha Irjala. Hänen vastuualueensa on kiinteistöhuollon päivittäinen toiminta, työtehtävien jakaminen ja aikataulutus, sekä huoltopuolelle tehtävät hankinnat. Kiinteistöhoitajien esimiehenä hän vastaa heidän työpäiviensä rakenteesta ja siitä, että työtehtävät osoitetaan työtehtävän vaatimustason täyttävälle työntekijälle.

3.2 Sisäinen tiedonkulku kohdeyrityksessä

Sisäinen tiedonkulku tapahtuu pienessä yrityksessä aina tilanteen vaatimalla tavalla. Mikäli on kyseessä jokin pelkästään yrityksen henkilökuntaa koskeva asia, hoidetaan tiedotus asian kiireellisyyden mukaan. Kiireettömät asiat käsitellään henkilöstöpala-vereissa, jotka pidetään vähintään joka toinen kuukausi ja kiireelliset asiat tiedotetaan asianomaiselle henkilökunnalle välittömästi puhelimitse tai sähköpostitse. Tiedonkulun takaaminen ei onnistu pelkästään sähköisesti, joten yrityksessä on edelleen käy-

tössä huoltopuolella henkilökohtaiset tiedotustaulut, osittain siitä syystä, että heille kohdistuu suurin osa asiakkailta tulevista toimeksiannoista.

Ulkoisen tiedonkulku vaatii aina enemmän tarkkaavaisuutta varsinkin kun kyseessä on yrityksen ulkopuolelta tuleva asiakaskontakti. Näissä tilanteissa tulee aina huomioida tiedonlähde ja sen valtuudet saada tietoa. Isännöitsijöiltä tulevat toimeksiannot ovat yleensä mutkattomia, sillä heillä on tarvittavat tiedot mm. vastuunjakotaulukko, josta selviää, mikä asia kuuluu kenellekin ja mitkä kustannukset laskutetaan miltäkin taholta. Asukkailta tulevat toimeksiannot ovat usein haastavampia, sillä heillä ei välttämättä ole selkeää tietoa, mitkä työtehtävät kuuluvat taloyhtiön huoltosopimukseen ja mitkä ovat sopimuksen ulkopuolisia erikseen laskutettavia toimeksiantoja. Monissa taloyhtiöissä on päädytty molempien osapuolten kannalta helpompaan ratkaisuun, jossa taloyhtiön hallituksen puheenjohtaja on yhteyshenkilö sekä isännöitsijään, että huoltoyhtiöön.

3.3 Tiedonkulun järjestely

Päivittäiset työtehtävät ovat sähköisessä tietojärjestelmässä nimeltä Avux, joka sisältää työtehtävien lisäksi työajanhallinnan. Lisäksi sinne on kirjattu kiinteistöjen huoltokirjat, joiden käyttö sähköisessä muodossa helpottaa kiinteistöhoitajien toimintaa, sillä sinne on mahdollista kirjata sähkö- ja vesimittarilukemat, jotka raportoidaan eteenpäin isännöitsijöille. Seuranta- oikeudet taloyhtiökohtaisesti on mahdollista myydä taloyhtiön edustajalle, eli hallituksen puheenjohtajalle, joka voi Internetissä olevan tietojärjestelmän avulla seurata kohteessa tehtyjen töiden säännöllisyyttä ja toteutumista. Lisäksi järjestelmän avulla on mahdollista seurata sähkön ja veden kulusdiagrammeja.

Kiinteistönpidon toimivuuden keskeinen edellytys on tiedon joustava ja nopea kulku eri osapuolten välillä. Kiinteistöpidon haasteeksi onkin koettu verkottuminen niin organisaatioiden kuin tietoverkkojenkin tasolla. Näin voidaan varmistaa yhteisen tie-

don saatavuus, tiedon siirtämisen helppous, tiedonkulun reaaliaikaisuus sekä tiedon rekisteröinti ja analysointi halutulla tavalla. (Siikala 2000, s. 325)

4 KIINTEISTÖHUOLTO JA PORRASSIIVOUS: KÄSITTEET JA TOIMENKUVAT

Kiinteistön elinkaari käsittää kiinteistön rakentamisvaiheen, hoidon, kunnossapidon, perusparannusvaiheet sekä lopulta kiinteistön käytöstä luopumisen. Yksittäisen rakennuksen kullakin rakennusosalla on siis oma elinkaarensa. Elinkaaren pituus riippuu rakennusosan perusmateriaalista, olosuhteista, käytönaikaisen hoidon ja huollon tasosta, käytön aikaisesta kulumisesta, käyttöasteesta jne. Yleensä kiinteistönomistajat pyrkivät kiinteistön elinkaaren aikaisten kustannusten optimointiin ja mitoittavat hoidon, huollon ja ylläpidon tarpeet tavoitteidensa mukaisesti. Sen vuoksi kiinteistöhoitaja voi oman työuransa aikana törmätä hyvinkin monenlaisiin ajattelutapoihin ja omistajapolitiikkoihin. (Kangasluoma 2008, s. 16)

Kiinteistöhoitajan työhön kuuluu huomattava määrä aikaa vieviä yleisiä tehtäviä, jotka ovat olennainen osa palvelutasoa ja näkyvät vasta silloin, kun ne jäävät tekemättä. Asumisväljyyden lisääntyessä ja asumisen parantuessa tullaan palvelun tasoon tulevaisuudessa kiinnittämään yhä enemmän huomiota ja myös panostamaan siihen. Kiinteistöhoitajan työn onnistunut hoitaminen edellyttää tekijältään laaja-alaisuutta ja monitaitoisuutta teknisissä tehtävissä. Pelkästään tämä ei riitä, vaan palvelusuorite on osattava tehdä siten, että asiakkaalle jää laadukas ja miellyttävä kokemus saamastaan palvelusta. (Kangasluoma 2008, s. 18)

Hoito-organisaatiosta, hoitojärjestelmästä ja kiinteistötyypistä riippuen voivat kiinteistöhoitajan tehtävät, toimivalta ja vastuu vaihdella hyvinkin paljon. Tehtävät on määritelty kussakin tapauksessa tehtävänkuvauksessa, työpaikkakohtaisissa tai yleisemmissä ohjeissa tai sopimuksissa. Luonnollisesti kaikkea ei voi, ei saa, eikä tarvit-

sekaan tehdä itse, mutta tulee huolehtia, että kaikki asiat tulevat hoidettua. Tapauksesta riippuen tulee siis ilmoittaa tarpeesta edelleen, tilata työn tekijä tai tehdä se itse. Erityisen tärkeä on sellainen kokonaisnäkemys työstä, että osaa oikea-aikaisesti tarttua olennaisiin ja kiireellisiin tehtäviin kuitenkin unohtamatta niitä vähäpätöisiltäkään tuntuvia asioita. (Kangasluoma 2008, s. 18-19).

Puhtauspalvelujen näkökulmasta katsottuna turvallisuuteen kuuluu monta osaluettua. Asukkaiden turvallisuus paranee, kun tiloista poistetaan turvallisuutta vaarantava, esimerkiksi liukastumisvaaraa aiheuttava lika. Tunnetasolla moni asukas kokee myös puhtauspalvelujen tuottajan liikkumisen kiinteistössä turvallisuuden tunnetta lisääväksi tekijäksi. Paloturvallisuutta parantaa mm. pölyjen säännöllinen poistaminen putkistojen ja johtojen päältä, sekä ilmastointikanavien puhtauden seuraaminen. (Valtiala, 2008, s. 396)

4.1 Kiinteistönhoitajan työtehtävät

Kiinteistönhoitajan työtehtäviin kuuluvat; järjestyksen ja järjestyssääntöjen noudattamisen valvonta, asukasluettelon hoito (talonkirja joko isännöitsijällä tai huoltoyhtiöllä), sopimusten toimivuuden valvonta (esim. jätehuolto), asiapapereiden säilytys, kiinteistön ja asukkaiden palveluista huolehtiminen, lipun hoito ja liputus, vikailmoitusten vastaanotto ja päivystys, varaosa- ja tarviketilausten hoito, tavaroiden vastaanotto ja säilytys, ulkopuolisten opastaminen ja avustaminen näiden suorittamissa korjaus- ym. muissa töissä. Lisäksi kiinteistönhoitajan yleisiin tehtäviin kuuluvat myös tilojen ja rakenteiden hoito ja valvonta. Kiinteistönhoitaja on myös monessa mielessä asiakaspalvelutehtävissä, hänen on huolehdittava yleisestä viihtyvyydestä, otettava vastaan palautetta kentällä ja myös opastettava asukkaita kiinteistön koneiden ja laitteiden käytössä.

Kiinteistönhoitajat myös ovat avainasemassa menekkien seurannassa, eli sähkön ja veden kulutuksen seurannassa. Talon lämmitysjärjestelmän on oltava kustannuste-

hokkaalla, mutta samalla asumisviihtyisällä tasolla. Ilmastonmuutokset ja sähkökatkokset vaikuttavat lämmitysjärjestelmiin monissa vanhoissa kiinteistöissä radikaalisti, ja siksi kiinteistöhoitajan on omatoimisesti valvottava järjestelmän toimivuutta. Lisäksi kulutuksen raportointi on kiinteistöhoitajan työtä, tiedot toimitetaan isännöitsijälle ja/tai palveluntarjoajalle, joka saa näin oman liiketoimintansa kannalta tärkeää tietoa. Näillä tiedoilla on myös suora vaikutus asumiskustannuksiin ja näin ollen jokaiselta asukkaalta veloitettaviin maksuihin.

4.2 Porrassiivoojan työtehtävät

Päivittäisen työsuorituksen pohjana ovat työohjeet ja laskettu työaika. Suunnitelmalla pohditaan, miten tavoiteltu laatu- ja puhtaustaso voidaan saavuttaa parhaalla mahdollisella tavalla, käytettävissä olevan työajan puitteissa. Hyvän suunnittelutyön perustana on aina sen ymmärtäminen, mitä tehdään ja miksi. Pitää myös tietää, mitkä ovat siivoustyön tavoitteet ja päämäärät, mitä asiakkaan kanssa on sovittu ja mitä asiakas palvelulta odottaa. Jokainen siivooja on oman alueensa paras asiantuntija, siksi omat ideat ovat tärkeitä ja niitä kannattaa kirjata ylös sitä mukaa, kuin niitä työskennellessä syntyy. (Valtiala 2008, s. 399).

Siivous työ jaetaan tavoitteiden mukaan ylläpito- ja perussiivoukseen. Ylläpitosiivous on säännöllisesti toistuvaa siivousta, jonka tavoitteena on sovitun puhtaustason ylläpitäminen, tilojen pitäminen viihtyisinä, turvallisina ja hygieenisinä. Perussiivouksen tarkoitus on kohottaa siivouksen tasoa tai palauttaa se sille tasolle, jossa sen toivotaan pääasiassa olevan. Perussiivouksella suojataan, puhdistetaan tai hoidetaan pintoja sellaisilla menetelmillä, joita ei ole mahdollista ylläpitosiivouksessa toteuttaa mm. annetun työajan puitteissa. (Valtiala 2008, s. 404)

5 ASIAKASTYYTYVÄISYYS

Asiakastyytyväisyyden tavoittelusta ja saavuttamisesta on tullut yrityksille elintärkeä osa liiketoimintaa. Se määrittelee yhtenä osa-alueena asiakassuhteen lujuuden ja lopulta myös keston ja lisäksi siitä on tullut yksi merkittävimmistä liiketoiminnan onnistumisen mittareista. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavia tekijöitä on useita, toiset liittyvät yrityksen tapaan työskennellä, toiset kalustoon, jolla työ suoritetaan ja lisäksi kohtelu, jonka asiakas saa osakseen. Jokaisen asiakkaan tyytyväisyys perustuu erilaisiin odotuksiin ja palvelulle annettavalle arvolle. Tästä syystä samaan yritykseen voi kohdistua täysin erilaisia mielikuvia riippuen asiakkaan omista lähtökohdista.

Asiakastyytyväisyyteen panostamisen kustannuksia on mahdotonta arvioida etukäteen, sillä jokainen asiakaskontakti muodostuu erilaisiin vaatimuksiin, joten yritykset eivät aina osaa nähdä tätä erillisenä toiminnan alana kustannusten kohdistuessa usein muiden toimipisteiden kokonaiskustannuksiin. Tästä johtuen monet yritykset eivät osaa hinnoitella asiakastyytyväisyyden hankintakustannuksia, eikä siihen välttämättä osata laskea riittäviä taloudellisia resursseja. Asiakaspalveluun käytettävät taloudelliset resurssit ovat vain osa tämän osa-alueen kulurakennetta, sillä muut kustannukset on mahdotonta erotella selkeästi muiden toimintojen kustannuksista.

Asiakastyytyväisyys on tärkeää, koska tyytyväiset asiakkaat ostavat uudelleen ja ovat siten yritykselle uskollisia. He myös kertovat hyvistä kokemuksistaan muille asiakkaille. Tyytyväiset asiakkaat aiheuttavat myös vähemmän markkinointikustannuksia, joten he voivat parantaa yrityksen myyntitulosta ja kannattavuutta. (Lahtinen & Isoviita 2002, 64)

Vanhan asiakkaan säilyttäminen ja tyytyväisenä pitäminen on yritykselle taloudellisesti parempaa, kuin uuden asiakkaan hankkiminen tai tyytymättömän asiakkaan lepyttely. Asiakkaat tuottavat enemmän voittoa joka vuosi, jonka ajan asiakassuhde säilyy, sillä markkinointikustannukset voidaan kuolettaa suhteessa pitkäaikaisiin myyntituloksiin. (Barlow & Möller 1998, 33) Tyytyväinen asiakas luottaa myös enemmän palvelun tarjoajaan ja on todennäköisemmin suostuvainen hankkimaan lisäpalveluita yrityk-

seltä, kuin tyytymätön asiakas. Tällöin asiakastyytyväisyyden vaikutukset heijastuvat suoraan yrityksen kannattavuuteen.

5.1 Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät

Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavia tekijöitä on useita, ja niiden merkitys on painoarvoltaan erilainen jokaisen asiakkaan kohdalla. Toiset arvioivat työn suoritusta teknisestä näkökulmasta, toiset koko palvelukokonaisuutta. Teknisen työn arviointi perustuu työn lopputulokseen, eli siihen, mitä asiakkaalle konkreettisesti jää, kun yrityksen palveluvaikutus on poistunut. Palvelukokonaisuuden arviointi on yleistynyt, sillä kilpailun lisääntyessä jokaisella alalla, asiakas on oppinut arvostamaan palvelun saatavuutta, asiakaspalvelun tasoa ja työn teknistä lopputulosta. Palvelun saatavuus on yksi uudemmissa kriteereistä, sillä monet asiakkaat näkevät helposti ja vaivattomasti saatavan palvelun, joskus jopa hinnasta huolimatta, parempana kuin mahdollisesti edullisemmän, mutta työläämminkin saatavilla olevan.

Muita erillisiä osa-alueita asiakastyytyväisyydessä ovat palveluntarjonnan laajuus, eli onko pystyykö yritys toimittamaan ne palvelut, joita asiakas vaatii sekä ydin- että liitännäispalveluilta, asiakaspalvelun taso palvelun eri vaiheissa, sekä asiakkaalle välittyvä kuva yrityksen halusta kehittyä ja palvella asiakasta molempien edun mukaisesti. Asiakas saattaa kokea liitännäispalveluiden myynnin joko oman etunsa mukaisena asiakkuuden kehittämisenä, tai oman etunsa vastaisena rahastamisyrityksenä. Tämä vaikuttaa asiakkaan mielikuvaan yrityksestä ja siksi on oltava erityisen varovainen, miten asiakkaan kanssa kommunikoi varsinkin myyntitilanteessa.

Asiakastyytyväisyys on riippuvainen siitä arvosta, jonka asiakas kokee saavansa. Arvokäsitys syntyy, kun asiakas vertaa asiakkuuden kautta saamaansa laatua suhteessa siihen resurssipanostukseen, jonka hän antaa asiakkuuden kehittämiseksi. Resurssit on tässä ymmärrettävä laajasti niin, että ne sisältävät rahalliset resurssit, tiedon ja tunteen. (Storbacka & Lehtinen 2002, 104) Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että asiakkaalle muodostunut mielikuva hankkimastaan palvelun tasosta määrittää sen, onko

hän tyytyväinen lopputulokseen. Mikäli asiakas kokee panostaneensa merkittävästi palveluun, on hänen odotuksensa palvelun laadusta korkeammat kuin niillä, jotka ovat valinneet palvelun hintakriteerin vuoksi.

5.2 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen

Asiakaspalvelun onnistumista mitataan asiakastyytyväisyystutkimuksilla. Tällaisella tutkimuksella saadaan tietoa koko palvelukokonaisuudesta, sillä tutkimuksen kohteina ovat muun muassa asiakkaiden kokemus ensivaikutelma, palvelun odotusaika, palvelun asiantuntemus ja ystävällisyys, joustavuus ja tilojen viihtyisyys (palveluympäristö). Asiakkailta voidaan kysyä säännöllisesti, mihin he ovat tyytyväisiä ja mitä asioita pitäisi parantaa. Menetetyiltä asiakkailta on syytä kysyä, miksi he eivät enää asioi yrityksessä ja mihin he ovat olleet tyytymättömiä. (Lahtinen & Isoviita 1999, 64-65)

Asiakaspalvelun laatua voi myös arvioida valitusten perusteella. Tämä ei vaadi erillistä tutkimusta, vaan hallitun valitusten käsittelyprosessin. Asiakkaiden valitukset kertovat organisaatiolle, miten palveluja ja tuotteita on parannettava- siten ne auttavat organisaatiota säilyttämään markkinaosuutensa. (Barlow & Möller 1998, 29) Jos asiakas on valmis tekemään valituksen kokemastaan epäkohdasta, on hän näin ollen halukas jatkamaan asiakassuhdetta, mikäli epäkohdan korjaaminen tehdään asiakasta tyydyttävällä tavalla.

Mittausmenetelmien käyttökelpoisuus asiakastyytyväisyyttä arvioitaessa voidaan myös kyseenalaistaa. Perinteisesti mittaukset ovat perustuneet asiakkaan odotusten ja kokemusten vertailuun. Tavoitteena on pyrkiä tasapainoon odotusten ja kokemusten välillä. Odotusten käyttäminen vertailukohtana on vaikeaa myös siksi, että asiakkailta on erilaiset vertailustandardit, minkä vuoksi on vaikeaa asettaa kysymykset niin, että saadaan oikeita tuloksia. Tutkimukset ovat myös osoittaneet, ettei tarvitse verrata odotuksia ja kokemuksia, kun tyytyväisyyttä mitataan, koska kokemukset sinänsä näyttävät selittävän asiakkaan kokonaiskäsitksen. Toinen mielenkiintoinen kysymys

liittyy asiakkaan toleranssiin eli siihen, kestäkö hän tietyn määrän huonoa palvelua, ennen kuin se vaikuttaa hänen ostokäyttäytymiseensä. (Storbacka & Lehtinen 2002, 100-101)

Viimeisin kritiikki asiakastyytyväisyysmittauksia kohtaan liittyy perusolettamukseen, että asiakkaat arvioivat laatua ja omaa tyytyväisyyttään ns. kognitiivisena prosessina, jossa tunteilla ei ole suurtakaan merkitystä. On ilmeistä, ettei tämä vastaa todellisuutta. Asiakkaiden tunteet vaikuttavat voimakkaasti heidän kokemuksiinsa erilaisissa kohtaamisissa. Tämän vuoksi tulisi kehittää mittareita, jotka paremmin mittaavat ns. affektiivista asiakastyytyväisyyttä eli asiakkaiden tunteita. (Storbacka & Lehtinen 2002, 101)

5.3 Asiakastyytyväisyys kilpailukeinona

Asiakastyytyväisyys on yritykselle kilpailukeino, jonka antamaa kilpailullista etumatkaa muiden yritysten on vaikea saavuttaa erityisesti silloin, kun yritys näkee enemmän vaivaa asiakkaidensa palvelemiseksi kuin kilpailijat. Ylivoimainen henkilökemia, avuliaisuus, empatia ja pienet vivahteet asiakkaan kohtelussa ovat sellaisia, että niitä kilpailijoiden on vaikea matkia. (Lahtinen & Isoviita 2002, 64) Mikäli asiakas on tyytyväinen, ei ole välttämättä edes sitä vaaraa, että hän tutkisi omatoimisesti kilpailijoiden palvelutarjontaa tai vaihtoehtoisesti reagoisi heidän lähestymisyhtiönsä. Tästä syystä asiakastyytyväisyys toimii pohjana asiakassuhteen lujudelle. Palveluun tyytyväinen on harvemmin aktiivinen etsimään muita vaihtoehtoja. Lisäksi vanhojen asiakkaiden säilyttäminen säästää yrityksen varoja ja näin ollen parantaa yrityksen tuottavuutta kilpailijoihin nähden.

Mielenkiintoinen vaihtoehto asiakkuuksia synnyttäessä on viiteryhmämarkkinointi. Viiteryhmämarkkinoinnilla tarkoitetaan toimintaa, jossa esimerkiksi yritys markkinoi tuotettaan organisaation kautta organisaatioon kuuluville jäsenille. Viiteryhmämarkkinoinnin lähtökohdaksi on syventää yhteistyötä viiteryhmän kanssa niin pitkälle, että voidaan räätälöidä juuri ryhmän jäsenille sopivia tuotteita. Asiakkaan toteuttama

myynti on tehokkain tapa viestiä luotettavalla tavalla uudelle asiakkaalle. Nimenomaan asiakkaan näkökulmasta tämä koetaan luotettavana tapana. Asiakkaita voi käyttää monella tavalla. Referenssien käyttö on luonteenomaista business-to-business-toimialoilla. (Storbacka & Lehtinen 2002, 91) Palvelua käyttäneiden asiakkaiden antamat referenssit, suositukset, ovat yritykselle edullista ja tehokasta markkinointia, joka toimii erityisesti pienissä kaupungeissa, joissa kilpailijoiden määrä on rajallinen.

5.4 Asiakastyytyväisyys kiinteistöhuoltoalalla

Kiinteistöhoitaja toimii palveluammattissa, jossa työhön kuuluu sekä suoria käyttäjäpalveluita, että kiinteistöihin kohdistuvia teknisluonteisia töitä. Nämä kaikki on hyvä mieltää palveluiksi, joita kiinteistön, sen asukkaiden ja järjestelmien kautta asiakkaille toimitetaan. Asiakassuuntainen toiminta palveluhenkisesti on ”se jokin”, mikä tekee toiminnasta aidosti palvelua ja erottaa hyvän palvelun huonosta palvelusta. Tekninen laatu ei riitä, ellei palvelu ole asiakkaan mielestä oikein suunnattua, painotettua, ajoitettua ja toimitettua. Palveluhenkinen henkilöstö erottuu kyllä ”vain töitään tekevästä”. Kiinteistöhoito tulee toteuttaa siten, että se täyttää kiinteistöstrategiassa, kiinteistöhoitosuunnitelmassa ja huoltokirjassa asetetut vaatimukset ja tavoitteet. Asiakaslähtöisyyttä voidaan tukea em. asiakirjojen lisäksi toimivilla sopimusneuvotteluilla, hyvällä aloituspalaverilla, sekä jatkuvalla yhteydenpidolla, raporteilla ja rakentavalla yhteistyöllä. (Sädeaho 2008, s. 58-59)

Kiinteistön huoltosopimuksen noudattamista valvovat huoltoyhtiö ja sen edustajat, isännöitsijä ja taloyhtiön asukkaat. Jokaisella on omat intressinsä valvottavana, ja jokainen valvoo laatua omasta näkökulmastaan. Huoltoyhtiö haluaa täyttää sopimusehdot samalla sekä asiakaspalveluhenkisesti, että kustannustehokkaasti, isännöitsijä haluaa huolehtia laadun tasosta säilyttääkseen oman palvelusopimuksensa ja taloyhtiön asukkaat haluavat parhaan mahdollisen vastineen maksamalleen huoltovastikkeelle. Mikäli asukkaan odotukset ovat eritasoiset, kuin sopimuksessa määritelty huollon taso, ollaan tilanteessa, jossa asiakastyytyväisyys ei ole halutun kaltainen,

mutta toisaalta tyytyväisyyttä ei voida sopimuksen kannattavuuden kustannuksella nostaa yli sovitun tason. Yleinen käytäntö on teettää laadun tasoa nostavia töitä erillisinä laskutettavina töinä, jolloin kustannusvaikutus on lyhytaikainen ja työ teetetään tarpeen mukaan.

Siivouksen lopputuote on puhtaus, jonka välityksellä päästään sille asetettuihin tavoitteisiin: viihtyisyyteen, hygieenisyyteen ja turvallisuuteen. Konkreettinen puhtaus, esimerkiksi lian ja roskien määrä kiinteistöjen sisätiloissa sekä lattiapintojen kunto, ovat niitä laadun mittareita, joita voidaan nähdä ja arvioida. Sovittua laatua tuotetaan siivoussopimuksessa määritetyllä tavalla, joka on määritelty työohjeissa. Sopimustasolla puhtauspalvelun asiakas on taloyhtiö ja sen edustajana isännöitsijä, toiminnallisella tasolla jokainen talon asukas ja jokainen muu kiinteistössä vieraileva. Tämä on kiinteistöhuollon osa-alue, jonka tarkkailu on erittäin aktiivista, sillä se kohdistuu kaikkien käyttämiin yleisiin tiloihin, kuten rappukäytäviin. Näin ollen jokaisella asukkaalla on muodostunut mielikuva ja tietyt odotukset työn tasosta. Palvelulle tyyppinen piirre on, että puhtaustuotteen tulos syntyy konkreettisesti tekemällä ruumiillista työtä ja tuloksetkin ovat silmin nähtävissä. Tulosten arviointi perustuu kuitenkin pitkälle tunteeseen. Asiakas peilaa saamaansa palvelua omiin kokemuksiinsa, kulttuuriseen taustaansa ja elämäntilanteeseensa. (Valtiala 2008, s. 424-425)

6 PALVELU

”Palvelu on vuorovaikutus, teko, tapahtuma, toiminta, suoritus tai valmius, jossa asiakkaalle tuotetaan tai annetaan mahdollisuus lisäarvon saamiseen ongelman ratkaisuna, helppoutena, vaivattomuutena, elämyksenä, nautintona, kokemuksena, mielihyvä, ajan tai materian säästönä jne.” (Rissanen 2005, 18) Palvelun keskeinen osa on usein aineeton. Se tuotetaan ja kulutetaan paljolti samanaikaisesti. Tämä merkitsee silloin myös sitä, että sitä ei voi tehdä varastoon, mutta sen vaikutukset saattavat olla erittäin pitkävaikutteisia. Monen palvelun valmiuden luominen ja laadukas tuottaminen saattaa edellyttää erittäin mittavat etukäteispanostukset. (Rissanen 2005, 19)

Yksi palvelun tunnusmerkeistä on myös se, että se muodostuu ydintuotteen muokkaantumisesta asiakkaan tarpeita vastaavaksi.

Kiinteistöhuoltoalalla on kyse nimenomaan palvelun myymisestä asiakkaille, joita ovat asunto-osakeyhtiöt, kiinteistöosakeyhtiöt, liiketilat ja yksityiset kotitaloudet. Palvelussa on kyse vaivattoman ja helpon asumisen mahdollistamisesta palvelun ostajalle, sekä lisäarvon tuottamisesta vaikuttamalla kiinteistön yleiskuntoon ja pitkäikäisyyteen ja tätä kautta myyntiarvoon. Palvelun tarjoaminen vaatii yritykseltä etukäteispanostuksia, sillä palvelu toteutetaan henkilöstön käyttämällä kalustolla, joka määrittelee pitkälti, mitä palveluita yritys pystyy tarjoamaan. Ydintuote on kiinteistöhuolto, mutta asiakkaan toiveiden mukaan palvelu muokataan vastaamaan asiakkaan vaatimuksia, eli käytännössä kiinteistöhuoltosopimukset neuvotellaan jokaisen ostajan kanssa erikseen ja yksittäisissä työtehtävissä palvelun yksityiskohdat sovitaan työtä vastaanotettaessa.

6.1 Palvelun laatu osana asiakastyytyväisyyttä

Asiakkaan suhtautuminen palvelun laatuun on monien osa-alueiden summa, johon vaikuttaa pitkälti asiakkaan omat kokemukset, odotukset ja arvomaailma. Palvelun laatua voidaan mitata esimerkiksi asiakastyytyväisyyden mittauksilla tai asiakas voi arvioida laatua tilannekohtaisesti. Monilla aloilla työskennellään myös tiettyjen säästöjen mukaisesti ja näistä yritykset saavat todisteeksi sertifikaatteja. Tämä viestii asiakkaalle palvelun laadusta ja on välillisesti osa asiakastyytyväisyyttä, sillä niiden luoma luottamus palvelun tasoon siirtyy yleensä suoraan asiakkaan tyytyväisyystasoon.

Sertifikaatit, kuten esimerkiksi kiinteistöhuoltoalalla käytettävät ympäristösertifikaatit, ovat asiakkaalle merkki yrityksen vastuullisuudesta toiminnan ekologisuudessa. Lisäksi kiinteistöhuoltoalalla on astunut voimaan vuoden 2013 alussa suositus, jonka mukaan yrityksen työntekijöillä tulisi olla kiinteistökohteissa työskennellessään henkilökortti, joka on takuu siitä, että työntekijä työskentelee laillisesti yrityksessä, mak-

saa veronsa Suomeen ja työllistävä yritys maksaa hänestä lainmukaiset sosiaaliturvamaksut. Tämän käytännön tarkoitus on luoda asiakkaalle luottamus siihen, kenet kiinteistöhuoltoyritys päästää kohteisiinsa, ja että yrityksen toiminta on lainmukaista.

Asiakkaan palveluun kohdistamat laatuodotukset vaihtelevat paljon. Palvelun ydinosalta hän odottaa oikeutetusti vähintään hyväksyttävää laadun tasoa. Lievealueiden pienistä laatuongelmista asiakas ei aina murehdi kovinkaan herkästi, jos asiakkuus kokonaisuudessaan toimii hyvin. (Rissanen 2005, 215) Asiakkaalla on siis oikeus odottaa, että palvelu toimitetaan asianmukaisesti, turvallisesti ja oikea-aikaisesti. Tämä varmistetaan sillä, että työn suorittavalla työntekijällä on työtehtävään soveltuva koulutus ja käytännön valmiudet, yrityksen toiminnanvastuuvakuutus kattaa kyseisen työtehtävän ja käytössä olevat välineet ovat asianmukaiset ja riittävät työn suorittamiseen.

Asiakas arvioi palvelun laatua palveluntuotantoprosessin jokaisessa vaiheessa. Arvioinnin kohteena ovat ydintuote ja kaikki liitännäispalvelut. Asiakkaille muodostuu nopeasti luotettavalta vaikuttava kuva siitä, mikä on hyvää ja mikä huonoa tavaraa. Sen sijaan asiakkaan ei ole yhtä helppo arvioida palvelun laatua, joten hän muodostaa itselleen laatumielikuvan. Tämä perustuu enemmän tunneseikkoihin, kuin todellisiin tietoihin tai omiin kokemuksiin. Palvelun laatutaso on seurausta palvelukulttuurista, palvelupaketeista ja palvelun tuotantoprosessista. Tämä merkitsee, että palvelun laadun parantamiseksi joudutaan selvittämään kolme muuta palvelujärjestelmän osaa. Usein palveluyhteisöt etsivät vikaa palvelun laadusta, kun vikaa pitäisi etsiä esimerkiksi vanhentuneesta palvelupaketista tai heikosti tuotetuista liitännäispalveluista. (Lahtinen & Isoviita 1999, 61)

Laatumielikuva muodostuu asiakkaan mielikuvista koskien yrityksen imagoa, edellisiä palvelukokemuksia ja etukäteisodotuksia. Näiden pohjalle asiakas perustaa odotuksensa palvelun laadusta ja toteutuneen mukaan saa varmistuksen joko myönteiselle tai kielteiselle mielikuvalleen. Yleensä asiakkaat eivät valitse yritystä, josta heillä on kielteinen mielikuva, mutta joskus hinnoittelu, kilpailun vähyys, tai voimassa oleva sopimus vaikuttaa päätökseen ratkaisevasti. Hinnoittelu on yksi merkittävimmistä valintakriteereistä aloilla, joissa kilpailijoiden palvelutarjonta on yhtenäistä ja yleinen palvelun laatuvarmistus on itsestäänselvyys. Laatuvarmistuksella tarkoitetaan työntekijän ja

yrittäjien vastuuta siitä, että suoritettu palvelu vastaa asiakkaan ja muiden tahojen asettamia normeja. Asiakas luo oman käsityksensä asiakkuuden arvosta arvioimalla kokemaansa laatua ja vertaamalla sitä niihin panostuksiin, joita hän kokee tekevänsä. Tämä johtaa ajatukseen, että asiakas voi olla tyytyväinen huonompaankin laatuun edellyttäen, että hän saa tämän laadun pienemmällä panostuksella, ja kääntäen, että korkealaatuista palvelua saava asiakas voi olla tyytymätön siksi, että koettu laatu vaatii häneltä liian suuria panostuksia suhteessa hänen resursseihinsa. (Storbacka & Lehtinen 2002, 99)

6.2 Tekninen ja toiminnallinen laatu

Asiakkaiden kokemalla palvelun laadulla on pohjimmiltaan kaksi ulottuvuutta: tekninen eli lopputulosulottuvuus ja toiminnallinen eli prosessitulottuvuus. Asiakkaat pitävät selvästi tärkeänä sitä, mitä he saavat vuorovaikutuksessaan yrityksen kanssa, ja sillä on suuri merkitys heidän arvioidessaan palvelun laatua. Monesti vuorovaikutuksen laatua pidetään sisäisesti koko toimitetun tuotteen laatuina. Se ei kuitenkaan ole koko totuus. Kyseessä on vain yksi laadun ulottuvuus, jota kutsutaan palveluntuotantoprosessin tuloksen tekniseksi laaduksi. Se asiakkaalle jää, kun tuotantoprosessi ja ostajan ja myyjän vuorovaikutus on ohi. (Grönroos 1998, s.63)

Koska palvelun tarjoajan ja asiakkaan välillä on monia vuorovaikutustilanteita sekä menestyksellisesti tai epäonnistuneesti hoidettuja totuuden hetkiä, teknisen laadun ulottuvuus ei pidä sisällään kaikkea asiakkaan kokema laatua. Asiakkaaseen vaikuttaa selvästi myös tapa, jolla tuo tekninen laatu, prosessin lopputulos, hänelle välitetään. Asiakkaaseen vaikuttaa siis myös se, miten hän saa palvelun ja miten hän kokee samanaikaisen tuotanto- ja kulutusprosessin. Tämä on laadun toinen ulottuvuus, joka liittyy läheisesti totuuden hetkien hoitoon ja palvelun tarjoajan toimintaan. Sen vuoksi sitä kutsutaan prosessin toiminnalliseksi laaduksi. (Grönroos 1998, 64) Toiminnallista laatua on vaikea mitata objektiivisesti, sillä siihen vaikuttaa asiakkaan omat mielikuvat ja kokemukset niin palvelua tarjoavasta yrityksestä, kuin yleisestä kokemuspohjasta palveluiden hankinnassa..

Laadun kaksi ulottuvuutta mitä ja miten eivät päde pelkästään palveluihin. Esimerkiksi koneen tai jonkin muun tavaran tarjoama tekninen ratkaisu on osa asiakkaan mieltämää teknistä kokonaislaatua. Yritykset muokata konetta asiakkaan erityistarpeiden mukaan lisäävät toiminnallista arvoa ja kuuluvat siksi asiakkaan mieltämään toiminnalliseen kokonaislaatuun. (Grönroos 1998, 64) Kiinteistöhuollossa toiminnalliseen laatuun voidaan asiakaspalvelun tasolla panostaa palveluntarjoamisen jokaisessa vaiheessa, työn vastaanottamisessa, suorittamisessa ja mahdollisessa loppuraportointivaiheessa.

Liian usein teknisiä laatuäkökohtia pidetään suurimpina laatutekijöinä. Teknisen laadun strategia onnistuu vain, jos yritys onnistuu saavuttamaan teknisen ratkaisun, johon kilpailijat eivät yllä. Nykyään näin on yhä harvemmin, ja moni yritys pystyy suurin piirtein samaan tekniseen laatuun. Teknisen edun saavuttaminen on sitä paitsi vaikeaa, koska monilla aloilla kilpailijat pystyvät tuomaan markkinoille samanlaisia ratkaisuja varsin nopeasti. Silloinkin kun loistava ratkaisu löytyy, yritys saattaa epäonnistua, jos erinomaisen ratkaisun vastapainona ovat huonosti johdetut ja hoidetut vuorovaikutustilanteet eli jos prosessin toiminnallinen laatu on epätydyttävä. Useimmilla yrityksillä on kuitenkin mahdollisuus toteuttaa palvelustrategiaa. Toiminnallisen laadun kehittäminen saattaa antaa palvelutuotteelle huomattavasti lisäarvoa ja luoda siten tarvittavan kilpailuedun. (Grönroos 1998, 66)

Yrityksen tulisi huomioida palvelustrategiassaan se, onko sillä mahdollisuutta saavuttaa teknistä etua kilpailijoihinsa nähden. Liikevaihdoltaan pienet ja keskisuuret yritykset, kuten kiinteistöhuoltoalan yritykset, eivät välttämättä pysty taloudellisista resursseista johtuen panostamaan kalustoonsa merkittävästi kilpailijoihinsa nähden. Tästä johtuen toiminnallinen laatu, johon panostaminen vaatii pienempiä resursseja ja näkyy asiakkaalle välittömästi, on usein parempi ratkaisu, jos haetaan asiakkaan tyytyväisyyttä palvelun kokonaislaatuun.

6.3 Laajennettu palvelutuote

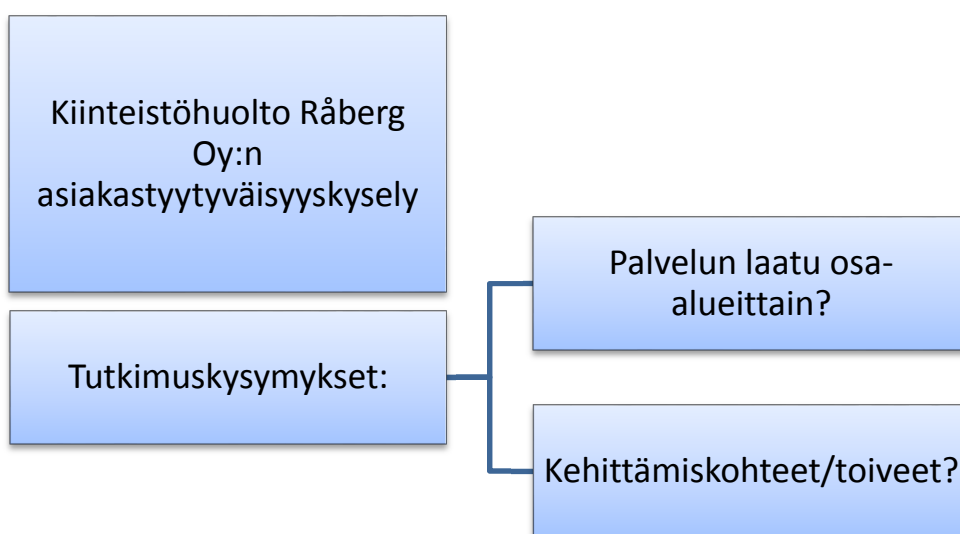
Ydintuotteen lisäksi asiakkaan kokemaa palvelun laadun kokemista voidaan parantaa laajennetulla palvelutuotteella, eli lisäarvoa tuovilla liitännäispalveluilla. Ydinpalvelu sisältää vain sen peruspalvelun, jonka toimittaminen on yrityksen liiketoiminnan perusta. Se, minkä palveluntarjoajan asiakas valitsee riippuu yleensä kahdesta asiasta, hinnoittelusta ja palvelutuotteesta. Jokaisella asiakkaalla on erilaisia motiiveja ostopäätökselleen ja niihin vaikuttaa aina myös ostajan taloudelliset resurssit. Liitännäispalvelut saattavat vaikuttaa asiakkaan hankintapäätökseen, jos tämä pitää palvelun laatua hinnoittelua tärkeämpänä kriteerinä. Liitännäispalveluita ovat ydinpalvelua täydentäviä, eli sen arvoa nostavia palveluita. Kiinteistöhuoltoalalla tällaisia liitännäispalveluita ovat esimerkiksi sähköinen raportointi huoltokirjojen kautta, työtehtävien vastaanotto Internet-sivulla olevan järjestelmän kautta, sekä yhteistyökumppaneiden, kuten lvi- ja sähköalan yritysten yhteistyöverkosto.

7 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

Opinnäytetyössä teoriaosuus eli ns. viitekehys voidaan ymmärtää siksi aineistoksi, joka ilmiöstä on aikaisemmin kirjoitettu. Siihen kuuluvat tutkijoiden kehittämät erilaiset mallit ja teoriat sekä aikaisemmat aiheita sivuavat tutkimukset. (Kananen 2011, 29) Kiinteistöhuoltoalan asiakastyytyväisyyttä tutkitaan yleensä jonkun tietyn yrityksen asiakaskuntaan kohdistuen, sillä sen tutkiminen yleisellä tasolla ei toistaiseksi ole ollut kenenkään intressien mukaista. Kiinteistöhuolto on käsitelty opinnäytetyössä erillisenä kappaleena, sillä se on liiketoiminnan alana monelle hankala hahmottaa, eli mitkä työt todellisuudessa kuuluvat kiinteistöhuoltoon.

7.1 Tutkimusongelma ja viitekehys

Tutkimuksen lähtökohtana on tutkimusongelma, johon haetaan ratkaisua tai vastausta. Tutkimusongelma ratkaistaan tiedolla. Kun on määritelty tarvittava tieto, tulee ratkaista, mistä tieto hankitaan ja miten se kerätään. Jokainen vaihe vaikuttaa seuraavaan vaiheeseen. (Kananen 2011, 21) Kuten kaikissa tutkimuksissa, pitää kvantitatiivisessa tutkimuksessa olla tutkimusongelma, ja tutkimusongelmasta johdetut tutkimuskysymykset, joihin saadaan vastaukset aineiston avulla. (Kananen 2011, 28). Tässä opinnäytetyössä tutkimusongelma on Kiinteistöhuolto Råbergin asiakkaiden tyytyväisyyden taso, jonka selvittäminen tapahtuu asiakastyytyväisyyskyselyn avulla. Tutkimuskysymyksiä ovat: Miten vastaajat kokevat palvelun laadun tason osaluaittain ja miten he toivovat yrityksen kehittävän toimintaansa niin palvelussa, kuin palvelutarjonnassakin. Tutkimuskysymysten avulla on tarkoitus saada tietoa asiakkaiden tyytyväisyydestä yrityksen eri toimialoihin, kiinteistöhuoltoon ja porrassiivoukseen ja mitä palveluita he toivoisivat yrityksen tarjoavan nykyisen palvelutarjonnan lisäksi.



Kuvio 1 Tutkimuksen viitekehys

7.2 Tutkimusmenetelmänä kvantitatiivinen tutkimus

Tässä opinnäytetyössä käytetään tiedonkeruumenetelmänä asiakastyytyväisyyttä mittaavaa kyselylomaketta, jonka tuloksia käsitellään kvantitatiivisesti. Tämä tapa tunnetaan survey-tutkimuksen keskeisenä menetelmänä. Englanninkielinen termi *survey* tarkoittaa sellaisia kyselyä, haastattelun ja havainnoinnin muotoja, joissa aineistoa kerätään standardisoidusti ja joissa kohdehenkilöt muodostavat otoksen tai näytteen tietystä perusjoukosta. Standardoituus tarkoittaa sitä, että jos haluaa esimerkiksi saada selville, mikä koulutus vastaajalla on, tätä asiaa on kysyttävä kaikilta vastaajilta täsmälleen samalla tavalla. (Hirsimäki ym. 2008, s.188)

Kvantitatiivinen tutkimus pyrkii yleistämään. Yksinkertaisimmillaan tämä voi tarkoittaa sitä, pieneltä joukolta ilmiöön kuuluvia havaintoyksiköitä kerätään tutkimustietoa kyselylomakkeella. Pienen joukon eli otoksen vastaajien edellytetään edustavan koko joukkoa eli perusjoukkoa. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa lasketaan määriä, mikä edellyttää määrällisiä lukuja. Määrällisessä tutkimuksessa käytetään tiedonkeruumenetelmänä myös haastattelua, mutta instrumentti koostuu valmiista strukturoidusta tai avoimista kysymyksistä, joilla halutaan selvittää ilmiöön liittyvien ominaisuuksien tai yhteyksien esiintymistiheyksiä eli frekvenssejä. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa käsitellään mittauksen tuloksena saatua aineistoa tilastollisin menetelmin. Kvantitatiivinen tutkimus perustuu positivismiin, jossa korostetaan tiedon perusteluja, luotettavuutta, objektiivisuutta ja yksiselitteisyyttä. Se perustuu mittamiseen, jonka tavoitteena on tuottaa perusteltua luotettavaa ja yleistettävää tietoa. Positivismi pyrkii absoluuttiseen ja objektiiviseen totuuteen. (Kananen 2011, 17-19)

7.3 Tiedonkeruumenetelmänä kyselylomake

Kyselytutkimuksen etuna pidetään yleensä sitä, että niiden avulla voidaan kerätä laaja tutkimusaineisto: tutkimukseen voidaan saada paljon henkilöitä ja voidaan myös kysyä monia asioita. Kyselymenetelmä on tehokas, koska se säästää tutkijan aikaa ja

vaivannäköä. Jos lomake on suunniteltu huolellisesti, aineisto voidaan nopeasti käsitellä tilastoitavaan muotoon ja analysoida se tietokoneen avulla. Myös aikataulu ja kustannukset voidaan arvioida melko tarkasti.

Kyselytutkimukseen liittyy myös heikkouksia. Tavallisimmin aineistoa pidetään pinnallisena ja tutkimuksia teoreettisesti vaatimattomina. Haittoina pidetään myös seuraavia: ei ole mahdollista varmistua siitä, miten vakavasti vastaajat ovat suhtautuneet tutkimukseen: ovatko he pyrkineet vastaamaan huolellisesti ja rehellisesti. Ei ole myöskään selvää, miten onnistuneita vastausvaihtoehtot ovat olleet vastaajan näkökulmasta. Väärinymmärryksiä on vaikea kontrolloida. Ei tiedetä, miten vastaajat ylipäänsä ovat selvillä siitä alueesta tai ovat perehtyneet siihen asiaan, josta esitettiin kysymyksiä. Hyvän lomakkeen laatiminen vie aikaa ja vaatii myös tutkijalta monenlaista tietoa ja taitoa. Kato(vastaamattomuus) nousee joissakin tapauksissa suureksi. (Hirsijärvi ym. 2008, s. 190)

7.3.1 Kyselylomakkeen laatiminen

Tässä opinnäytetyössä kyselylomakkeen laatiminen oli poikkeuksellisen haastavaa, sillä oli huomioitava kustannusten minimointi, vastaajien korkeaksi tiedetty ikä, ja näin ollen mahdollinen tottumattomuus asiakastyytyväisyyskyselyihin sekä toteutuksen haastavuus. Kyselyä ei voitu suorittaa sähköisesti e-lomakkeella, tai ylipääntään sähköpostitse, sillä monilla vastaajista ei ollut sähköpostiosoitetta, eikä kaikilla ollut ylipääntään tietokonetta. Tästä syystä kyselylomake toimitettiin heille paperisena versiona, jotta saataisiin tavoitettua mahdollisimman suuri osa valitusta joukosta.

Toinen haaste oli lomakkeen laatiminen mahdollisimman yksinkertaiseksi ja selkeäksi, ettei sen monimutkaisuus karsisi pois vastaajia, jotka ovat tottumattomia vastaamaan tällaisiin kyselyihin. Yrityksen aiemmin käyttämää asiakastyytyväisyyskyselyä käytettiin pohjana, jolloin yritys voi halutessaan verrata muutoksia tuloksissa. Kyselyiden ollessa samankaltaiset, on mahdollista vertailla samoja asioita ja asteikoiden ollessa sama, ovat tulokset verrattavissa keskenään. Asteikon valinta on

tehty tietoisesti rajaten vastausvaihtoehdot mahdollisimman vähiin, sillä otanta on melko pieni ja liian suuri määrä vastausvaihtoehtoja saattaa aiheuttaa niin paljon hajontaa, ettei tuloksista voida muodostaa yleistyksiä, eikä siten todeta niiden vastaavan yleistä mielipidettä. Asteikko on muodostettu semanttisen differentiaalimenetelmän mukaisesti, mutta vaihtoehtoja on karsittu otannan koon vuoksi.

Semanttisessa differentiaalimenetelmässä käytetään vastakkaisia adjektiivipareja, kuten: hyvä-huono, lyhyt-pitkä, tumma-vaalea, kaunis-ruma jne. Samat kysymykset voidaan esittää vastattaviksi useamman tuotteen tai yrityksen osalta, jolloin kuvioita voidaan verrata keskenään. Kuviot ovat hyvin havainnollisia ja kertovat erot selvästi. Asteikkona voidaan käyttää 7-tai 5-portaista asteikkoa. (Kananen 2011, 32)

Tässä tutkimuksessa 5 vaihtoehto oli ”en ota kantaa”. Muut asteikon vaihtoehdot olivat 1=erittäin huono, 2=huono, 3=hyvä ja 4=erittäin hyvä. Asteikosta on tarkoituksella jätetty pois vaihtoehto ”ei tyytyväinen, eikä tyytymätön”, sillä se ei anna käytettävää tietoa asiakastyytyväisyyden tasosta, tai siitä, miten siihen voitaisiin vaikuttaa. Mikäli voitaisiin olla varmoja, että vastaaja tarkentaisi, miten heidän tyytyväisyyden tasoaan voitaisiin nostaa, antaisi tämä vaihtoehto jotain suuntaa, miten yrityksen pitäisi muuttaa toimintojaan. Toisaalta, mikäli vastaaja antaa kehittävää palautetta, voidaan hänen olettaa olevan tyytymätön palvelun tasoon, jolloin vastausvaihtoehto 2=huono, kertoo yritykselle jo sen, että toimintaa on kyseisen palvelun osalta parannettava. Koska vastaajaa ei voida pakottaa antamaan kehitysehdotuksia tai palautetta, oli yrityksen tiedon tarpeen kannalta jätettävä tämä neutraali vaihtoehto pois.

7.3.2 Harkinnanvarainen otanta

Otokseen valitaan havaintoyksiköt harkinnan mukaan. Valinta ei perustu tilastoihin, tai otantaa ei tehdä tilastollisin menetelmin. Valittujen havaintoyksiköiden uskotaan edustavan perusjoukkoa parhaiten. (Kananen 2011, 69) Harkinnanvaraista otantaa käytetään usein sellaisissa tapauksissa, kun halutaan kehittävää tietoa tutkittavasta ilmiöstä, mutta kehittävän tiedon saamiseksi, vastaajalla on oltava jonkin verran poh-

jatietoa aiheesta. Tämän vuoksi tässä tutkimuksessa otanta sisälsi taloyhtiöiden hallitusten puheenjohtajat ja isännöitsijät, sillä heillä on riittävä pohjatieto huoltosopimusten sisällöstä.

Harkinnanvaraisen otannan etuja ovat nopeus, joustavuus ja halpuus. Haittana taas saattaa olla se, ettei valittu osajoukko ehkä edustakaan koko perusjoukkoa, sillä otoksen valintamenettely ei takaa edustavuutta. (Holopainen & Pulkkinen 2008, 36) Tämän tutkimuksen otannassa ikäjakauma painottuu vanhemman väestön puolelle, sillä taloyhtiöiden hallitukset koostuvat usein iäkkäämmistä ja pitkään taloyhtiössä asuneista asukkaista. Otos ei siis edusta kaikenikäisiä asukkaita, mutta toisaalta nuoremilla asukkailla ei välttämättä ole riittävää kokempohjaa ja perustietoja realistisen arvion luomiseen, sillä he harvemmin ovat perehtyneitä huoltosopimuksiin.

Aineiston tavoitekoko voi määräytyä tutkimusasetelman perusteella, mutta lopullisen koon ratkaisevat usein tiedonkeruun kustannukset ja aikataulu, vastausprosentti ja vastausten laatu. On helppoa neuvoa keräämään niin paljon havaintoja, kuin mahdollista, mutta laatua ei korvata määrällä. Myös pienempien aineistojen analysointi on mahdollista. (Vehkalahti 2008, 96) Tässä tutkimuksessa aineiston koko oli jo lähtökohtaisesti tiedetty olevan tavallista pienempi, sillä asiakaskunta käsittää kokonaisuudessaan n. 70 asunto-osakeyhtiötä ja kiinteistöosakeyhtiötä. Vastaajien kohdalla oli rajattava otanta koskemaan niitä henkilöitä, jotka voivat päivittäisten kokemusten pohjalta arvioida palveluiden laatua. Tämä rajasi otannan ulkopuolelle esimerkiksi ne taloyhtiöiden hallitusten puheenjohtajat, jotka eivät asu kohteessa tai ylipäättään samassa kaupungissa.

7.4 Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti

Tutkimuksen reliaabelius tarkoittaa mittaustulosten toistettavuutta. Mittauksen tai tutkimuksen reliaabelius tarkoittaa siis sen kykyä antaa *ei-sattumanvaraisia* tuloksia. Reliaabelius voidaan todeta usealla eri tavalla. Esimerkiksi jos kaksi arvioijaa päätyy samanlaiseen tulokseen, voidaan tulosta pitää reliaabelina, tai jos samaa henkilöä

tutkitaan eri tutkimuskerroilla ja saadaan sama tulos, voidaan jälleen todeta tulokset reliabeleiksi. Kvantitatiivisissa tutkimuksissa on kehitelty erilaisia tilastollisia nettelytapoja, joiden avulla voidaan arvioida mittareiden luotettavuutta. (Hirsijärvi ym. 2008, 226)

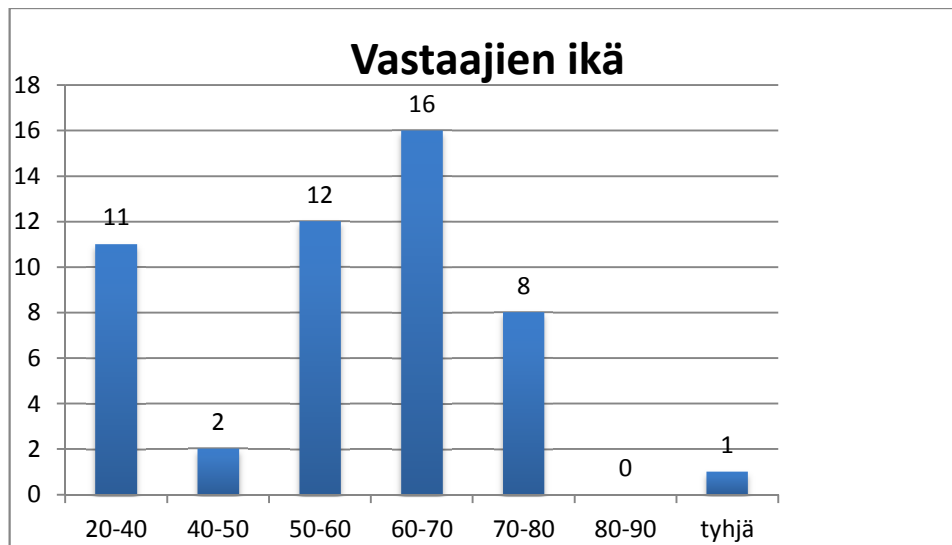
Toinen tutkimuksen arviointiin liittyvä käsite on validius (pätevyys). Validius tarkoittaa mittarin tai tutkimusmenetelmän kykyä mitata juuri sitä, mitä on tarkoituskin mitata. Mittarit ja menetelmät eivät aina vastaa sitä todellisuutta, jota tutkija kuvittelee tutkivansa. Esimerkiksi kyselylomakkeiden kysymyksiin saadaan vastaukset, mutta vastaajat ovat saattaneet käsittää monet kysymykset aivan toisin, kuin tutkija on ajatellut. Jos tutkija käsittelee saatuja tuloksia edelleen alkuperäisen oman ajattelumallinsa mukaisesti, ei tuloksia voida pitää tosina ja pätevinä. (Hirsijärvi 2008, 226-227)

8 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Kysely toimitettiin 76 henkilölle, jotka asuvat Kiinteistöhuolto Råbergin hoitamissa taloyhtiöissä, tai ovat työnsä puolesta tekemisissä yrityksen kanssa. Vastauksia tuli 50 kappaletta, jolloin vastausprosentti oli 66 %.

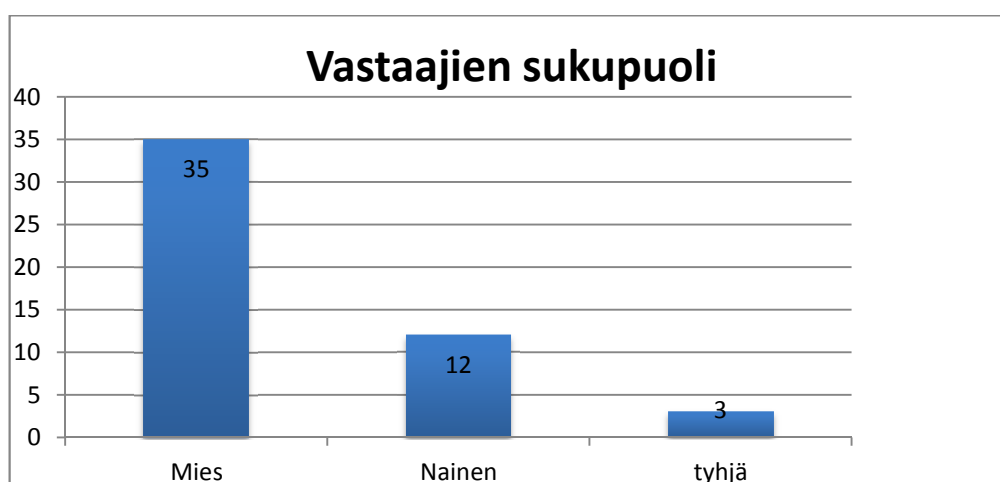
Asteikkona käytettiin arviointia 1-4 (1= erittäin huono, 2=huono, 3= hyvä, 4= erittäin hyvä ja 5= en ota kantaa) En ota kantaa vaihtoehto taulukoitiin ilman numeroarvoa, jotta palveluiden arvioinnille saatiin laskettua keskiarvot.

8.1 Vastaajien perustiedot



Kuvio 2 Vastaajien ikä

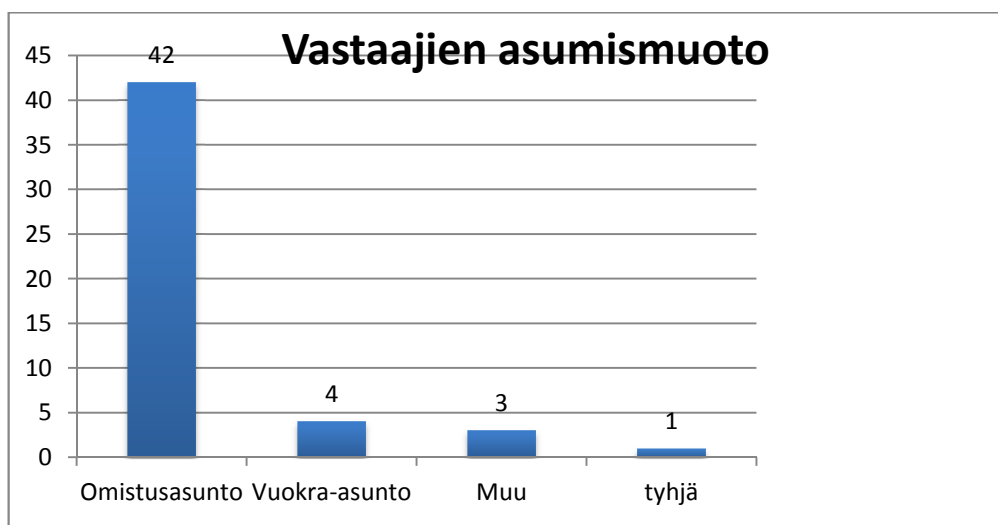
Vastaajien ikäjakauma oli odotetusti painottunut yli 50-vuotiaisiin, sillä kysely suunnattiin pääasiassa taloyhtiöiden hallitusten puheenjohtajille. Vastaajista 16 henkilöä, eli 32%, oli 60-70-vuotiaita, ja 12 henkilöä, eli 24% oli 50-60-vuotiaita. Nuorinta ikäryhmää, 20-40-vuotiaita oli 22% vastaajista, kun taas vanhinta ikäryhmää edusti 8 vastaajaa, eli 16%. Vastaajista 2 henkilöä, eli 4% oli 40-50-vuotiaita ja yksi vastaaja ei ilmoittanut ikäänsä.



Kuvio 3 Vastaajien sukupuoli

Vastaajista suurin osa, 70 % oli miehiä ja naisia 12 kappaletta, eli 24 %. Kyselyyn vastanneista 3 kappaletta, eli 6 %, ei kertonut sukupuoltaan. Tämä saattaa johtua siitä, että joissain taloyhtiöissä kysely otettiin käsittelyyn taloyhtiön hallituksen kokouksessa, jolloin vastaajina oli todennäköisesti molempien sukupuolten edustajia. Iän kohdalla tämä ei vaikuttanut, sillä monet taloyhtiöt muodostuvat vanhemmista asukkaista, jolloin heidän voidaan uskoa kuuluvan kaikki samaan ikäryhmään, ikähaitarin ollessa kussakin ryhmässä 10 vuoden välein.

Miesten suurempi osuus selittyy osittain taloyhtiöiden hallitusten ikärakenteella. Useissa näistä on suurin osa miehiä, koska kyseisen ikäpolven edustajista miesten katsotaan tuntevan paremmin kiinteistöhuollon, kuin samanikäiset naispuoleisten asukkaiden. Tulokseen vaikutti myös kyselyn suorittaminen isännöitsijöille (14kpl), joista vain yksi oli nainen.



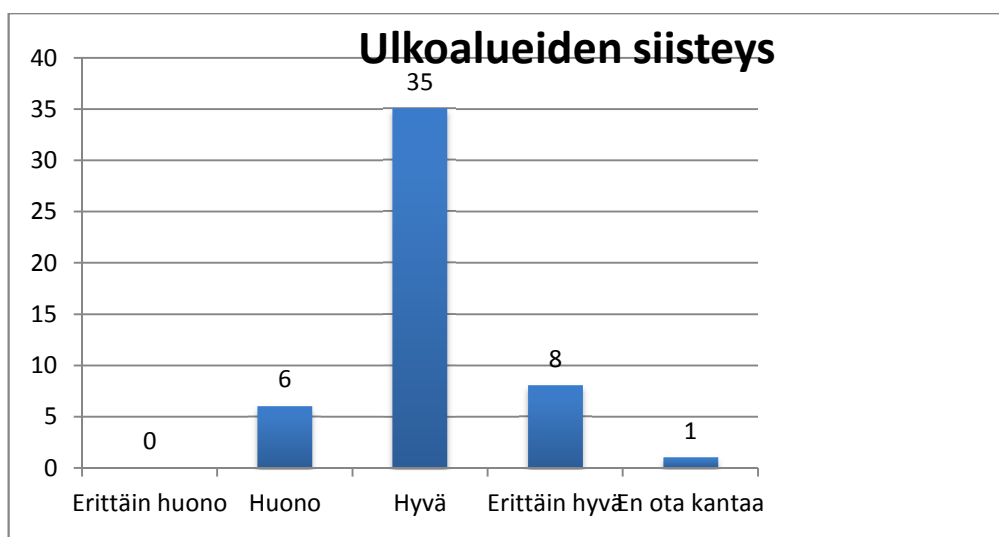
Kuvio 4 Vastaajien asumismuoto

Vastaajilta kysyttiin myös heidän asumismuotoaan, jotta saataisiin selkeä kuva siitä, onko kyseinen vastaaja sitoutunut taloyhtiön etujen valvomiseen yleisellä tasolla. Vuokralaisilla ei ole suoranaisesti omaa taloudellista panosta kiinni taloyhtiössä, joten heidän mielenkiintonsa ei välttämättä riitä kiinteistöhuollon tason tarkkailuun tai sen arvioimiseen. Kyselystä jätettiin tarkoituksella pois kysymys koskien vastaajan asemaa taloyhtiössä, sillä kysely toimitettiin joidenkin taloyhtiöiden aktiivisille asukkaille, jotka eivät kuitenkaan välttämättä kuulu taloyhtiön hallitukseen. Tällä

haluttiin välttää sen mielikuvan antamista, että vastaajat arvioitaisiin asemansa perusteella ja sitoutumista tiedusteltiin asumismuodon kautta.

Suurin osa vastaajista, eli 84 % (42 kpl) asuu omistusasunnossa, kun taas vuokra-asunnossa asuu 8 % eli 4 kpl vastaajista. Muun vaihtoehdon oli valinnut 3 vastaajaa, eli 6 % ja yksi vastaaja, 2 % jätti vastaamatta tähän kysymykseen kokonaan. Nämä jälkimmäiset vaihtoehdot saattavat olla isännöitsijöitä, jotka eivät itse asu missään kohdeyrityksen hoitamassa kiinteistössä

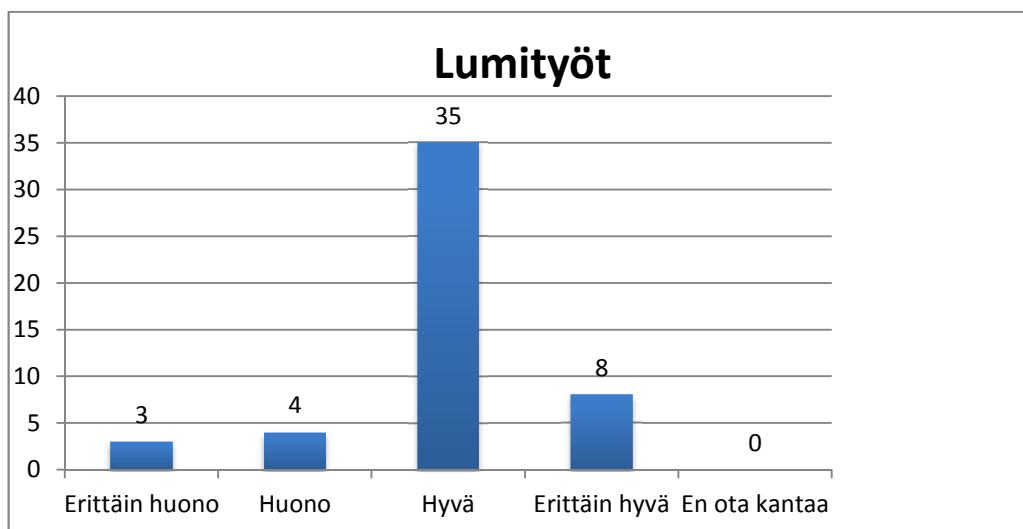
8.2 Kiinteistöhuollon asiakastyytyväisyys



Kuvio 5 Ulkoalueiden siisteys

Yksi kiinteistöhuollon merkittävimmistä osa-alueista on ulkoalueiden siisteys, jonka suurin osa vastaajista, 70 % (35 kpl) arvioi hyväksi asteikolla erittäin huonosta erittäin hyvään (1-4). Erittäin hyväksi palvelun arvioi kahdeksan vastaajaa, eli 16 %. Huonoksi palvelun arvioi kuusi vastaajaa, eli 12 % ja erittäin huonona palvelua ei pitänyt yksikään vastaajista. Vain yksi vastaaja (2 %) ei ottanut kantaa ulkoalueiden siisteyteen.

Ulkoaluiden siisteyteen toivottiin avoimissa palautteissa parantamista muun muassa roskakatoksia ja tupakantumppeja koskien. Avoimissa palautteissa oli arvioitu ulkoalueiden yleistä siisteyttä sekä roskien, että lehtien ja nurmikkoalueiden osalta, eli jotkut vastaajista olivat todennäköisesti yhdistäneet piha-alueella syksyisin olevat lehdet tähän yleiseen ulkoalueiden siisteyteen, vaikka niistä oli erillinen kysymys lomakkeessa.

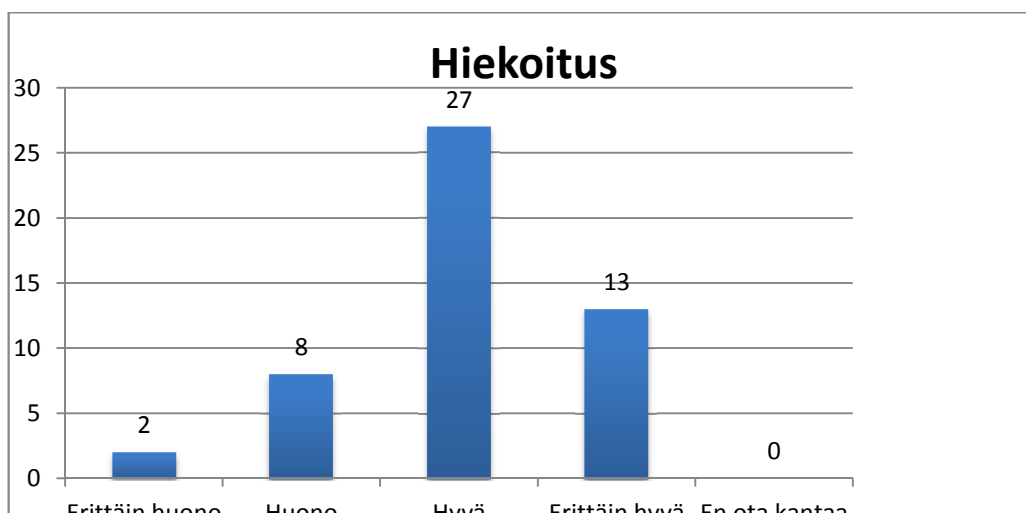


Kuvio 6 Lumityöt

Lumitöiden suorittamisen hyväksi arvioi 70 % vastaajista (35 kpl), erittäin hyväksi sen arvioi kahdeksan vastaajaa, eli 16 %. Huonona palvelua piti vastaajista neljä, eli 8 % ja erittäin huonona sitä piti kolme vastaajaa, joka oli 6 %.

Kaikki vastaajat ottivat kantaa tähän kysymykseen, joka johtui osittain varmasti siitä, että kysely suoritettiin tämän palvelun sesonkiaikana, eli tammikuussa 2013. Lumitöistä tulee huomattava määrä palautetta, sekä myönteistä, että kielteistä, joten suuri vastausprosentti oli odotettavissa.

Lumitöistä oli mainintoja myös avoimen palautteen osiossa, joka jaettiin kyselyn mukana vastaajille. Niissä toivottiin erityistä varovaisuutta erityisesti kevyen ensilumen aurauksessa, ettei sora päätyisi nurmikkoalueille ja pihaistutuksiin. Lumitöiden aikataulu toivottiin myös sijoittamaan niin aikaiseen kellonaikaan, että piha olisi aurattu töihin lähdetessä.

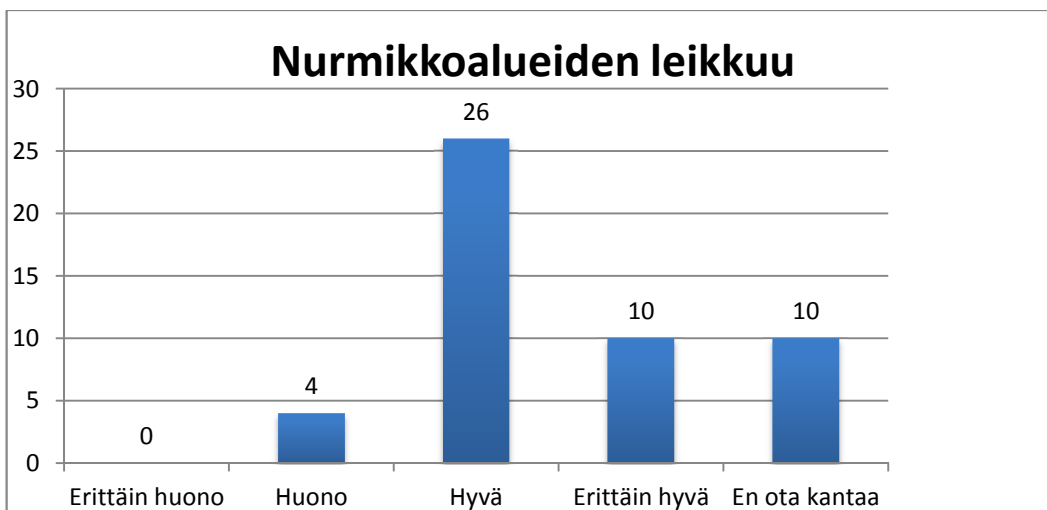


Kuvio 7 Hiekoitus

Hiekoituksen tason hyväksi arvioi 27 vastaajaa, eli 54 % ja erittäin hyväksi 13 vastaajaa, joka taas oli 26 %. Huonoksi palvelun tason arvioi kahdeksan vastaajaa, eli 16 % ja erittäin huonoksi kaksi vastaajaa, joka oli 4 % vastaajista.

Yhtään en ota kantaa-vastausta ei tullut, joka saattaa johtua samasta syystä kuin korkea vastausprosentti lumitöidenkin kohdalla. Kysely ajoitettiin sesonkiaikaan ja hiekoituksen suhteen kiinteistöhuolto on aina erityisen tarkka, sillä sen laiminlyöminen voi johtaa useisiin ja pahimmassa tapauksessa vakaviin henkilövahinkoihin. Asukkaat myös valvovat tätä osa-aluetta omatoimisesti ja ilmoittavat aktiivisesti, mikäli näkevät työn laadussa parantamisen varaa.

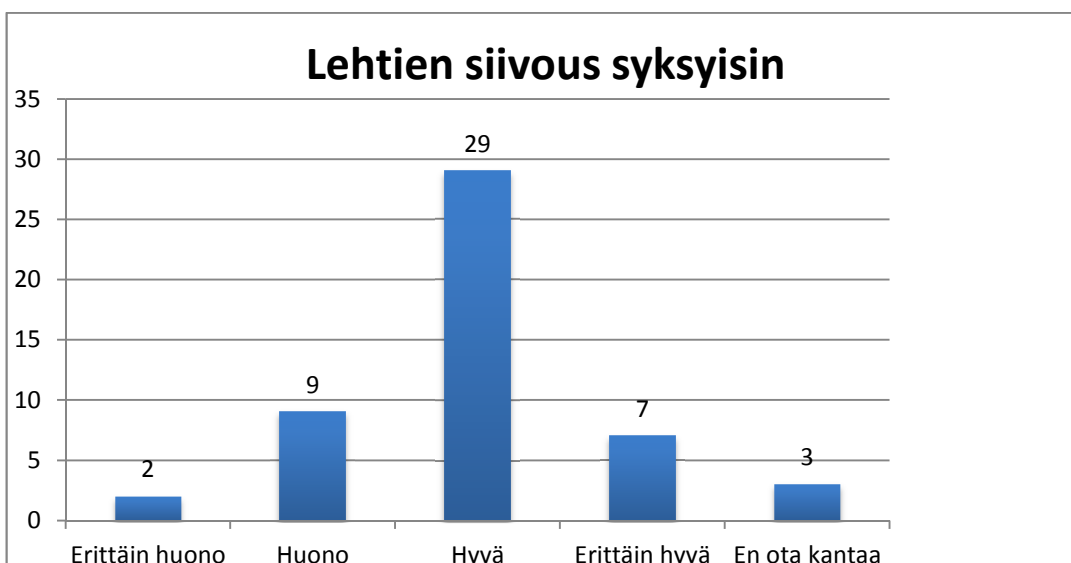
Hiekoitus mainittiin avoimissa palautteissa ja siihen toivottiin useimmissa parannusta ja myös tarkkuutta erityisesti taloyhtiöissä, joissa on vanhempi asukaskanta. Kiinteistöhoitajien toivottiin suorittavan osan hiekoittamisesta käsin, sillä traktoreiden kanssa hiekoittaessa osa alueista jää kokonaan hiekoittamatta.



Kuvio 8 Nurmikkoalueiden leikkuu

Nurmikkoalueiden leikkuun tasoa vastaajista 26 kpl, eli 52 % piti hyvänä ja erittäin hyväksi sen arvioi 10 vastaajaa, eli 20 %. Huonon arvion antoi 4 vastaajaa, eli 8 %. Erittäin huonona palvelun tasoa ei pitänyt yksikään vastaajista, mutta 10 vastaajaa ei ottanut kantaa. Tähän on syynä se, ettei kaikissa taloyhtiöissä ole nurmikkoalueita lainkaan.

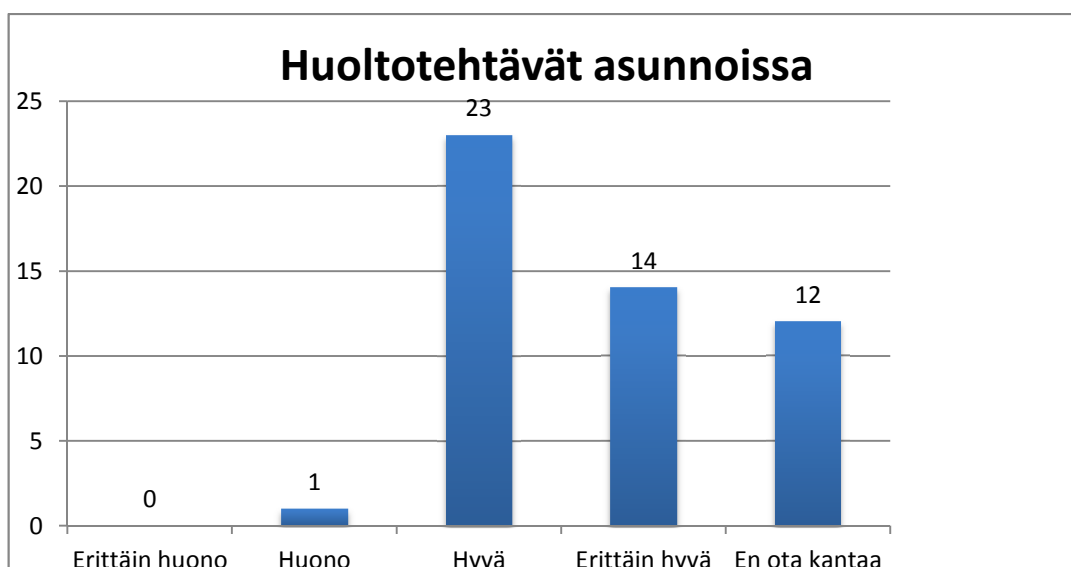
Avoimista palautteista yksi sisälsi maininnan nurmikon leikkuusta. Sen mukaan kesäisin ruohonleikkuussa on parannettavaa ja ruoho on usein pitkää.



Kuvio 9 Lehtien siivous syksyisin

Vastaajista 29, eli 58 % arvioi lehtien siivouksen syksyisin hyvätasoisiksi, kun taas yhdeksän vastaajaa, 18 %, arvioi palvelun tason huonoksi. Seitsemän vastaajaa, eli 14 %, kokee palvelun tason erittäin hyvänä ja kaksi vastaajaa, eli 4 %, piti palvelun tasoa erittäin huonona.

Vastaajista kolme, eli 6 %, ei ottanut kantaa kysymykseen, joka johtuu mahdollisesti siitä, että kaikissa taloyhtiöissä ei ole piha-alueilla puita, jolloin heillä ei ole kokemuspohjaa vastata kysymykseen. Toisaalta vastauksiin voi myös vaikuttaa se, että kyselyn suorittamisen aikaan tämä kiinteistöhuollon osa-alue ei ollut ajankohtainen. Tämä palvelun osa-alue sai avointa palautetta, jossa toivottiin siivouksen tehostamista



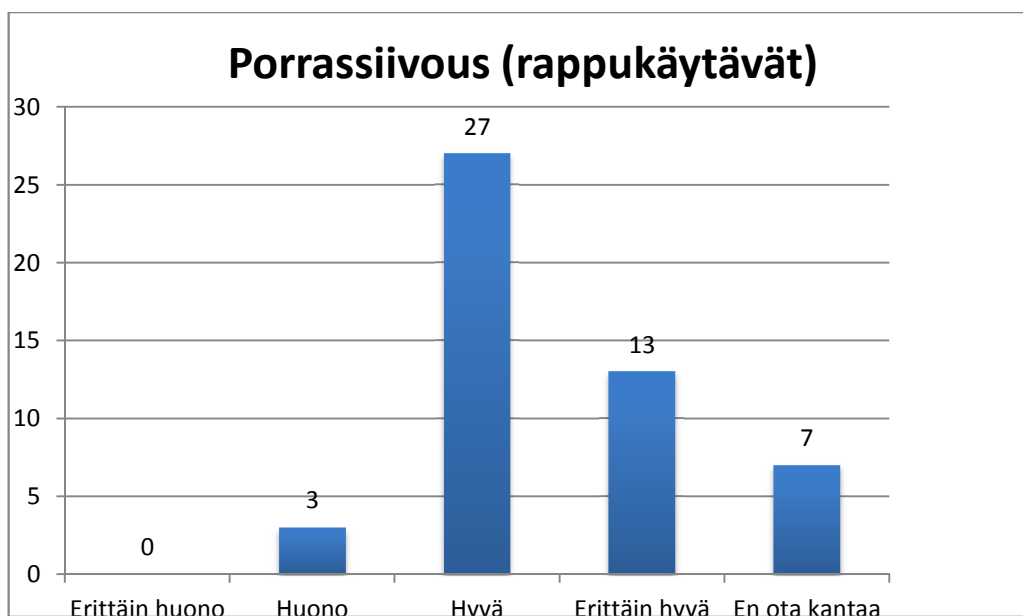
Kuvio 10 Huoltotehtävät asunnoissa

Asunnoissa tehtäviä huoltotehtäviä ovat esimerkiksi vesikalusteiden (hanojen, patte-
reiden tai wc-pyttyjen) pienet korjaukset. Monissa tapauksissa asukkaan ilmoittaessa
asunnossa olevasta viasta, lähetetään kiinteistöhoitaja ensin paikalle arvioimaan ja
usein myös korjaamaan vikaa. Mikäli vian korjaaminen ei onnistu, tilataan kiinteis-
tönhoitajan arvion perusteella paikalle ulkopuolista apua, kuten esimerkiksi putki-
mies tai sähkömies. On myös huomioitava yrityksen vakuutusten vastuunrajaus,
kaikkiin tehtäviin korjauksiin ei ole mahdollisuutta, vaikka kiinteistöhoitaja osaisi-

kin korjauksen tehdä, sillä vakuutus ei rajatuissa tapauksissa kata mahdollisia vahinkoja.

Vastaajista 23, eli 46 %, piti palvelun tasoa hyvänä, erittäin hyväksi sen arvioi 14 vastaajaa, eli 28 %. Huonoksi sen arvioi vain yksi vastaaja, eli 2% ja erittäin huonoksi sitä ei arvioinut kukaan vastaajista. Kaksitoista vastaajaa, eli 24 % ei ottanut kantaa kysymykseen, johon saattaa vaikuttaa omien kokemusten puute kyseisestä palvelusta.

8.3 Porrassiivouksen asiakastyytyväisyys

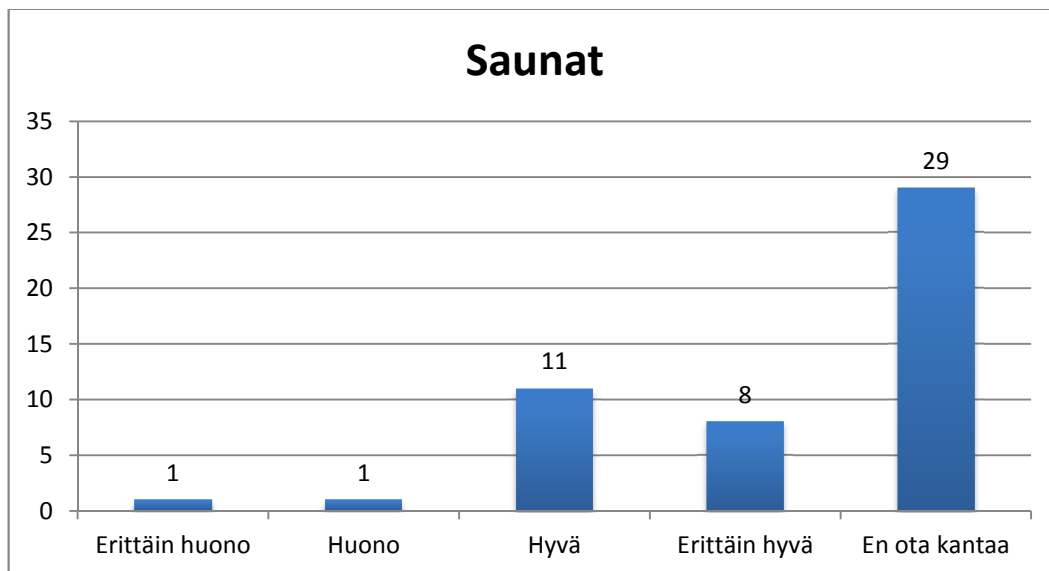


Kuvio 11 Porrassiivous (rappukäytävät)

Porrassiivouksen tason hyväksi arvioi 27 vastaajaa, eli 54 % ja erittäin hyväksi sen arvioi 13 vastaajaa, eli 26 %. Huonona sitä piti vain kolme vastaajaa, eli 6 % ja erittäin huonona sitä ei pitänyt yksikään vastaajista. Kantaa ei ottanut 7 vastaajaa, eli 14 %, joka johtuu lähes jokaisen vastaajan kohdalla siitä, ettei kyseinen palvelu kuulu taloyhtiön ostamiin palveluihin.

Avoimissa palautteissa porrassiivouksen tasoa kiiteltiin, ja ainoa kehitystoive oli se, että siivoajat voisivat ilmoittaa kiinteistöhoitajille muun muassa palaneista lamppuis-

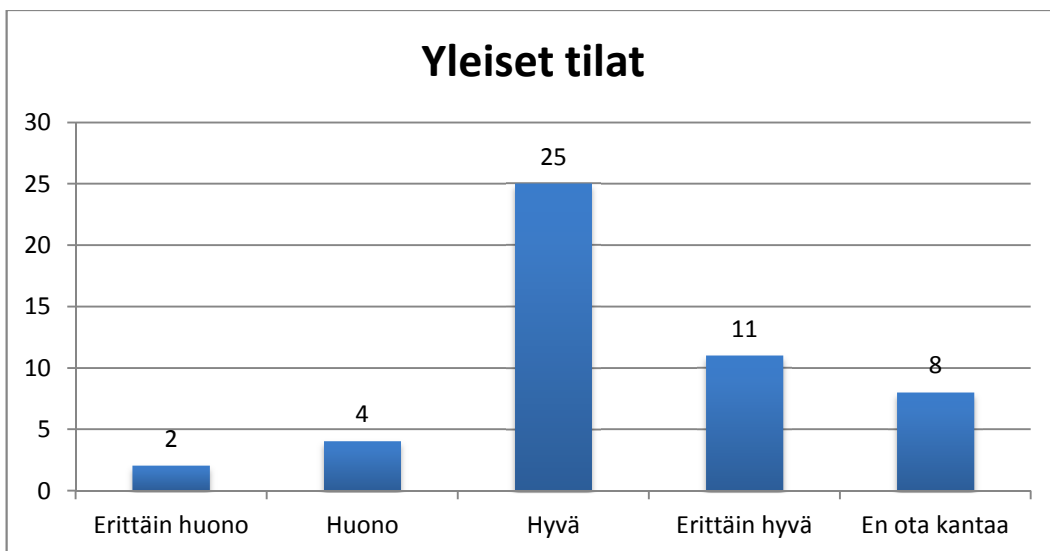
ta ja muista huomaamistaan epäkohdista. Tämä on kyllä käytäntönä yrityksessä, mutta asukkaista saattaa vaikuttaa siltä, ettei näin toimita, jos korjaus ei tapahdu heidän odottamallaan aikataululla.



Kuvio 12 Saunat

Saunojen pesun arvioi hyväksi 11 vastaajaa, eli 22 % ja erittäin hyväksi kahdeksan, eli 16 % vastaajista. Huonoksi sen arvioi yksi vastaaja, eli 2 %, kuten myös erittäin huonoksi sen arvioi yksi vastaaja. Vastaajista 29, eli 58 % ei ottanut kantaa, sillä yhteisiä saunatiloja on lähinnä vanhemmissa taloyhtiöissä, eikä niiden siivous kuulu läheskään jokaiseen palvelusopimukseen. Uusissa taloyhtiöissä on lähes pääsääntöisesti joka asunnossa oma sauna ja yleisestikin yhteisten saunatilojen käyttö on vähentynyt merkittävästi.

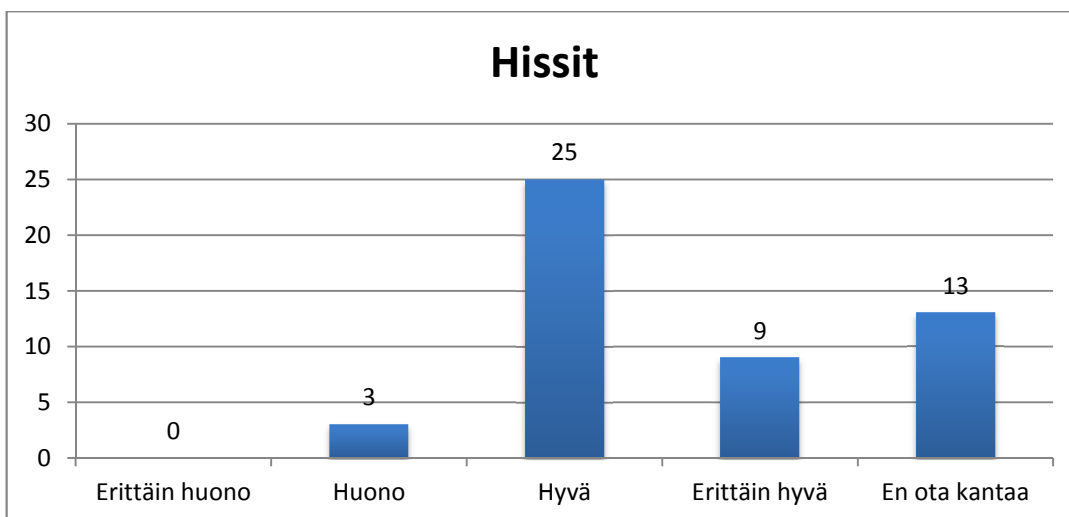
Avoimissa palautteissa mainittiin saunojen pesun yhteydessä toive, että löylyhuoneen paneeleita ei kasteltaisi lainkaan. Yhteisissä saunatiloissa on kuitenkin huomioitava hygieeniset epäkohdat ja koska seinäpaneeliin on kosketuksissa useampi henkilö, ei tätä toivetta todennäköisesti voida täysin toteuttaa.



Kuvio 13 Yleiset tilat

Yleisten tilojen siivouksen tason hyväksi arvioi vastaajista 25, eli 50 % ja erittäin hyväksi sen arvioi 11 vastaajaa, eli 22 %. Huonoksi sen arvioi neljä vastaajaa, eli 8 % ja erittäin huonoksi sen arvioi kaksi henkilöä, joka on 4 % vastaajista.

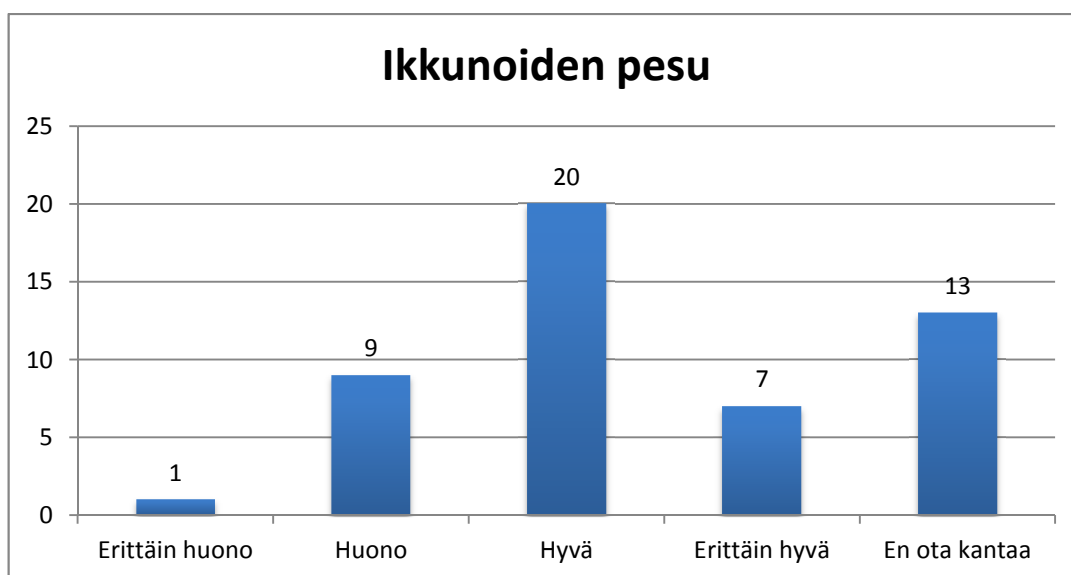
Kantaa ei ottanut kahdeksan vastaajaa, eli 16 %, joka saattaa johtua siitä, että yleisiä tiloja ovat esimerkiksi pyykkituvat ja kuivaushuoneet, joiden käyttö on vähäistä varsinkin uudemmissa taloyhtiöissä.



Kuvio 14 Hissit

Hissien siivouksen hyväksi arvioi vastaajista 25, eli 50 % ja erittäin hyväksi yhdeksän vastaajaa, eli 18 % vastaajista. Huonoksi sen arvioi kolme vastaajaa, eli 6 %, mutta erittäin huonoa arviota ei tullut keneltäkään. Vastaajista 13, eli 26 % ei ottanut kantaa.

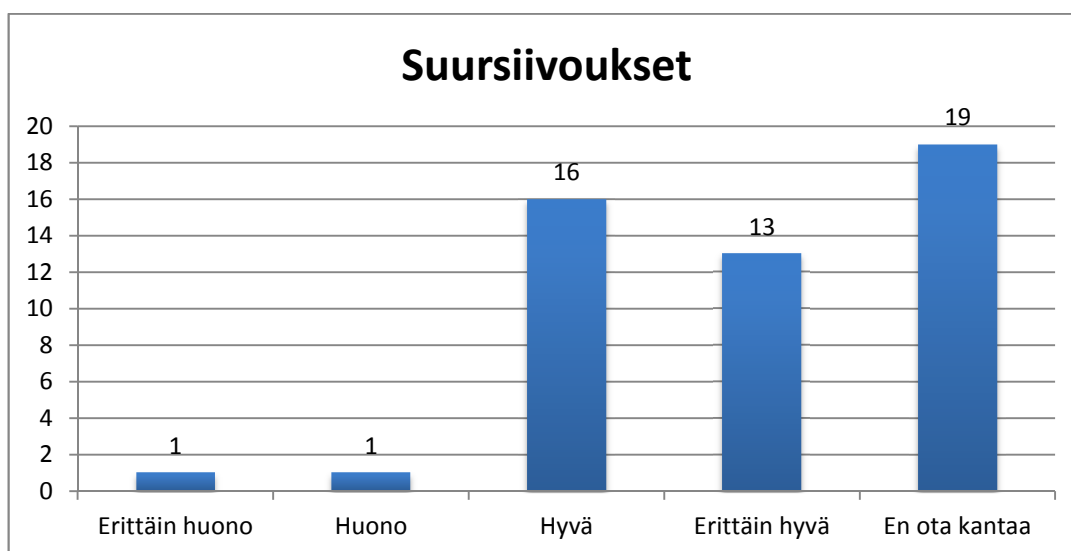
Hissien siivous ei saanut lainkaan avointa palautetta, joskin vastausten perusteella siihen on suurin osa tyytyväisiä, joten tämä saattaa olla siihen syynä. Yleensä jos hissien siisteydestä tulee palautetta, koskee se uusia rosteripintaisia hissejä, joissa näkyy sormenjäljet, mutta käytön määrään nähden ne ovat yleensä hyvässä kunnossa.



Kuvio 15 Ikkunoiden pesu

Ikkunoiden pesun tason hyväksi arvioi 20 vastaajaa, eli 40 % vastaajista, kun taas huonona sitä piti yhdeksän vastaajaa, eli 18 %. Erittäin hyväksi sen koki seitsemän vastaajaa, eli 14 % ja erittäin huonona sitä piti yksi vastaaja, eli 2 %. Kantaa ei ottanut 13 vastaajaa, joka 26 % vastaajista. Tähän saattaa olla syynä se, että toiset vastaajat eivät ole kiinnittäneet mitään huomiota ikkunoiden siisteyteen, jolloin mielipidettä ei mielellään ilmaista.

Yhdestä taloyhtiöstä saatu palaute oli negatiivinen ja siinä toivottiin rappukäytävien ovien ja ikkunoiden lasien puhdistusta säännöllisemmin. Lasien pesu ei kuulu viikoittaisiin rutiineihin, joskin on käytäntönä, että siivoajat tarkkailevat pesutarvetta omatoimisesti, jotta asiakkaan ei tarvitse ilmoittaa näkyvästä liasta kiinteistöhuoltoon, vaan ne pestään ennen kuin asiakaspalautetta ehtii tulla.

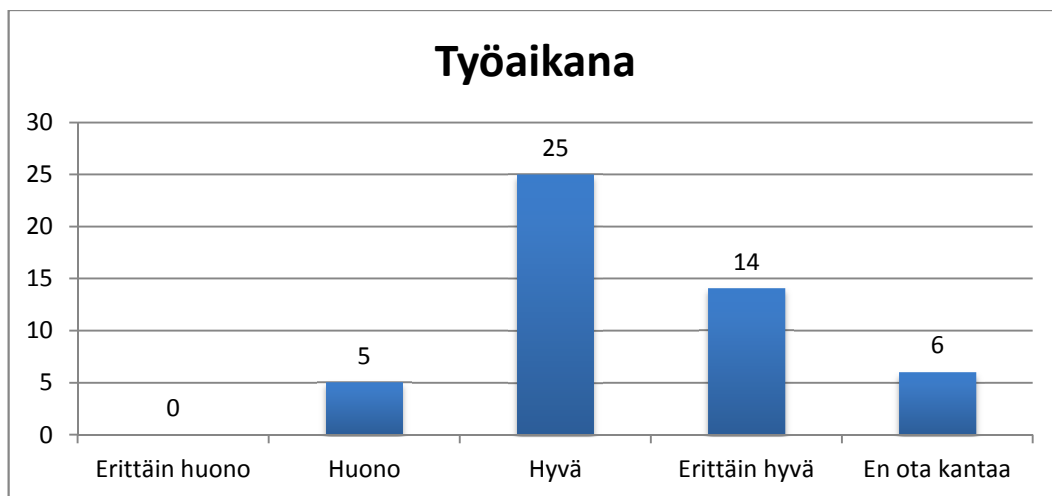


Kuvio 16 Suursiivoukset

Suursiivoukset käsittävät yleensä rappukäytävien ja joissain tapauksissa myös yleisten tilojen lattioiden pesun ja vahauksen. Hyväksi tämän palvelun tason arvioi 16 vastaajaa, eli 32 % ja erittäin hyväksi 13, eli 26 % vastaajista. Huonona tason koki yksi vastaaja, eli 2 % ja samoin erittäin huonona sen koki yksi vastaaja.

Kantaa ei ottanut 19 vastaajaa, eli 38 %, joka johtuu todennäköisesti siitä, että tätä palvelua ei suoriteta taloyhtiöissä kuin maksimissaan kerran vuodessa, joten sen tasoa ei voi arvioida, jollei koe tietävänsä asiasta tarpeeksi. Yksi syy palvelun harvaan toteutusmäärään on sen hinta, isoissa ja vanhemmissa taloyhtiöissä on lähivuosina painetta kalliisiin peruskorjauksiin, jolloin rahaa ei käytetä vähemmän pakollisiin palveluihin.

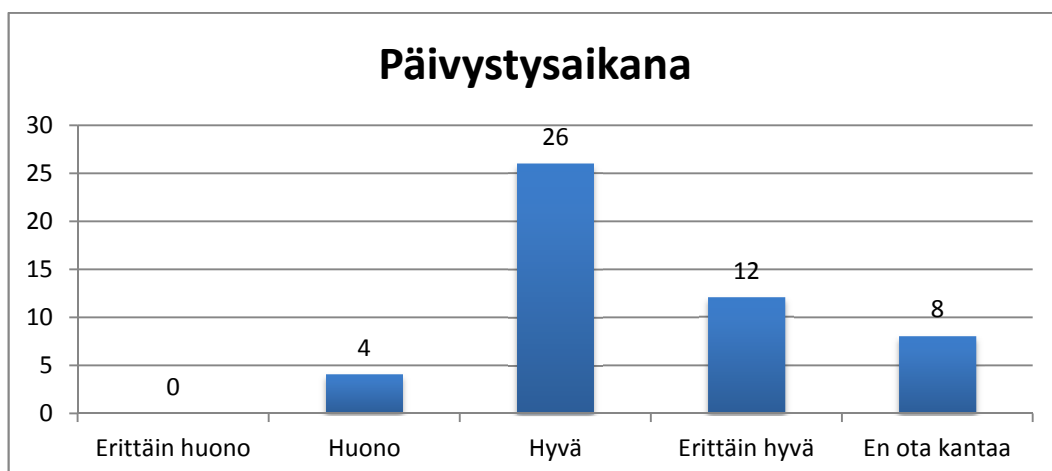
8.4 Tehokkuus (työn vastaanottamisesta, työn suorittamiseen kuluva aika)



Kuvio 17 Työaikana

Työn tehokkuuden työaikana, eli nopean reagoinnin ilmoitettuun huoltotarpeeseen hyväksi arvioi 25 vastaajaa, eli 50 %, ja erittäin hyväksi 14 vastaajaa, eli 28 %. Huonoksi sen arvioi viisi, eli 10 % vastaajista, erittäin huonoksi palvelua ei arvioinut kukaan vastaajista. Kantaa ei ottanut kuusi, eli 12 % vastaajista.

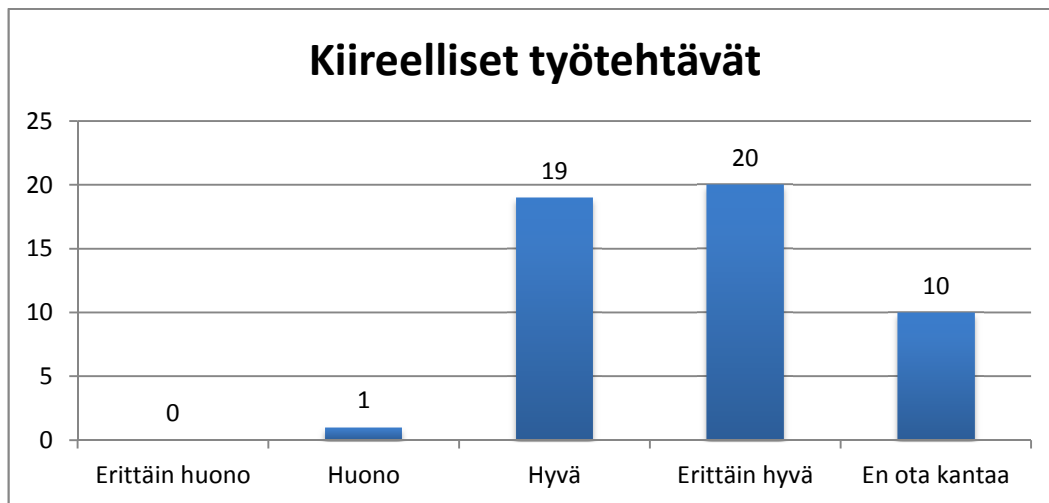
Avoimissa palautteissa töiden suorittamisen nopeutta kiiteltiin ja vain yhdessä palautteessa toivottiin enemmän tehokkuutta. Joissain palautteissa oli tulkinnanvaraista, koska palaute työn tehokkuutta ajallisesti mitattuna vai työn lopputuloksen laatua.



Kuvio 18 Päivystysaikana

Työn tehokkuutta päivystysaikana, eli klo 15 jälkeen, sekä viikonloppuisin, arvioi hyväksi 26, eli 52 % vastaajista ja erittäin hyväksi 12, eli 24 % vastaajista. Huonoksi sen arvioi neljä vastaajaa eli 8 % ja kantaa ei ottanut kahdeksan, eli 16 % vastaajista. Erittäin huonoa arvosanaa ei antanut yksikään vastaaja.

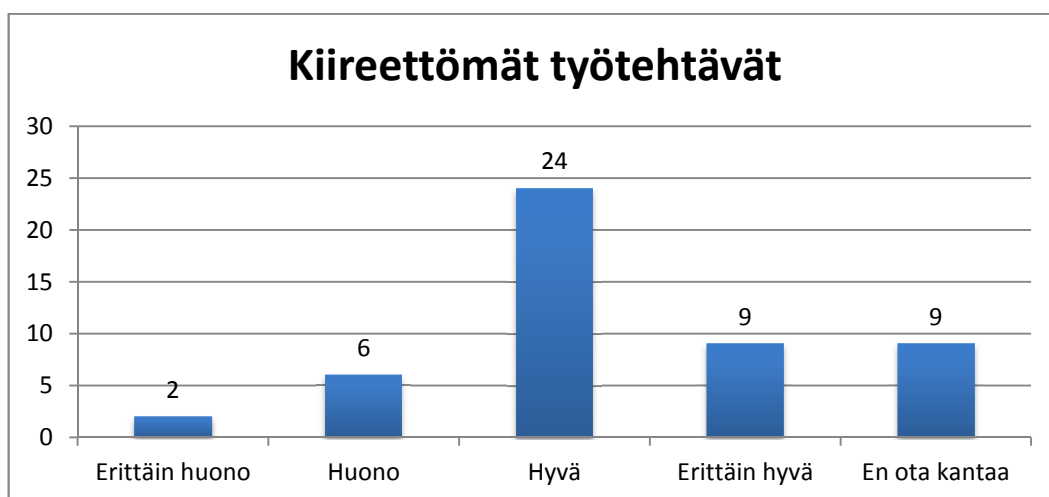
Tämä tulos kertoo sen, että päivystysaikana puhelut vastaanottavat työntekijät ovat onnistuneet reagoimaan oikeisiin tilanteisiin. Osa päivystysaikana tulevista puheluisista eivät ole kiireellisiä ja tällöin asiakasta pyydetään ottamaan yhteyttä uudelleen työaikana tai työ kirjataan ylös ja suoritetaan työaikana seuraavana mahdollisena ajankohtana. Kiireelliset työtehtävät, jotka tulevat päivystysaikana ovat usein putkiongelmia, joihin on ohjeistuksen mukaan reagoitava välittömästi, sillä viivästymisestä johtuvat vahingot saattavat olla merkittäviä. Tämä osa-alue on yksi merkittävimmistä, kun arvioidaan palvelun tasoa myyntitilanteessa. Monelle potentiaaliselle asiakkaalle on tärkeä kriteeri, että kiinteistöhuolto on tavoitettavissa kaikkina vuorokauden aikoina.



Kuvio 19 Kiireelliset työtehtävät

Kiireellisten työtehtävien suorittamisen erittäin hyväksi arvioi 20, eli 40 % vastaajista ja hyväksi 19, eli 38 % vastaajista. Huonoksi sen arvioi vain yksi vastaaja, eli 2 %. Yksikään vastaaja ei kokenut palvelua erittäin huonoksi. Kantaa ei ottanut 10, eli 20 % vastaajista. Näillä kymmenellä ei todennäköisesti ole kokemuksia tilanteista, jolloin huoltotarve on ollut akuutti. Tällaisia ovat usein uudet taloyhtiöt, joissa ei ole kiinteistön nuoresta iästä johtuen ilmennyt mitään äkillistä.

Avoimissa palautteissa oli muutama maininta palvelun nopeudesta, mutta tällä osa-alueella harvemmin on ollut ongelmia, sillä on myös yrityksen etu liiketoiminnan kannalta reagoida nopeasti asiakkaan pyyntöön.

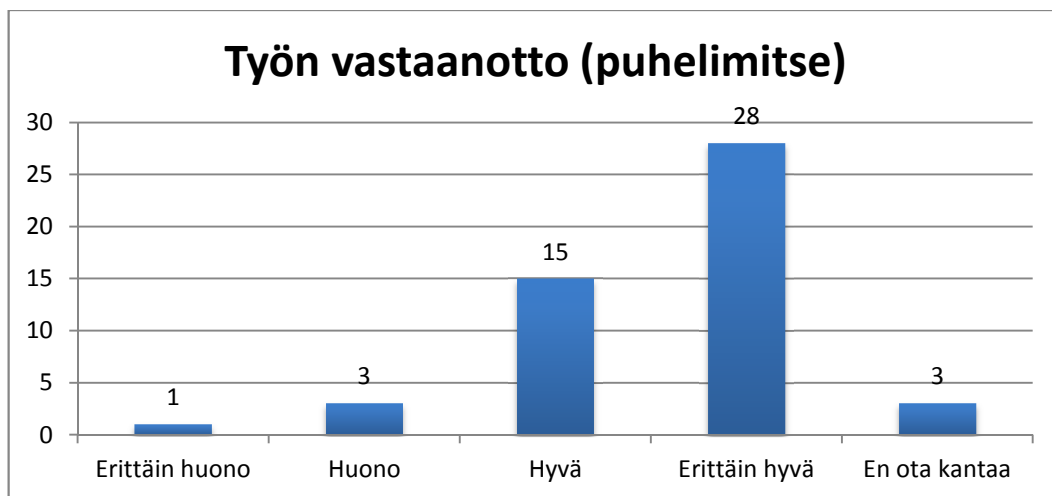


Kuvio 20 Kiireettömät työtehtävät

Kiireettömien työtehtävien suorittamisen tason hyväksi arvioi 24, eli 48 % vastaajista ja erittäin hyväksi yhdeksän, eli 18 % vastaajista. Huonoksi palvelun tason arvioi kuusi, eli 12 % vastaajista ja erittäin huonoksi kaksi, eli 4 % vastaajista. Kantaa ei ottanut yhdeksän, eli 18 % vastaajista. Näillä yhdeksällä vastaajalla ei todennäköisesti ole henkilökohtaisia kokemuksia palveluiden pyytämisestä.

Avoimissa palautteissa ei ollut suoranaista mainintaa, mutta suullisena palautteena on saatu kyselyn palautuksen yhteydessä huomautus palvelun hitaudesta, jolloin nimenvaihto huoneiston oven postiluukkuun kesti yli kuukauden

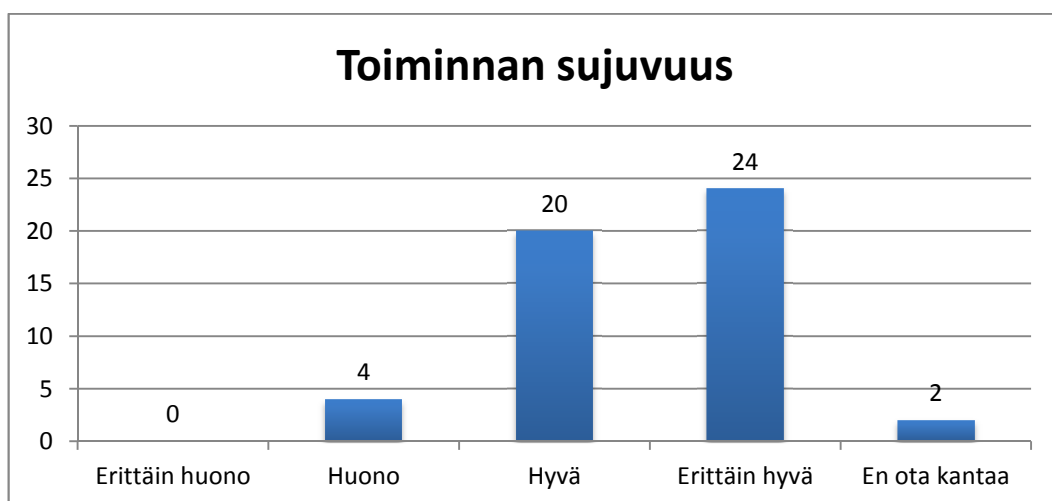
8.5 Asiakaspalvelu



Kuvio 21 Työn vastaanotto (puhelimitse)

Töiden vastaanottamisen puhelimitse erittäin hyväksi arvioi 28, eli 56 % vastaajista ja hyväksi 15, eli 30 % vastaajista. Huonoksi sen arvioi kolme, eli 6 % vastaajista ja erittäin huonoksi yksi, eli 2 % vastaajista. Kantaa ei ottanut kolme, eli 6 % vastaajista.

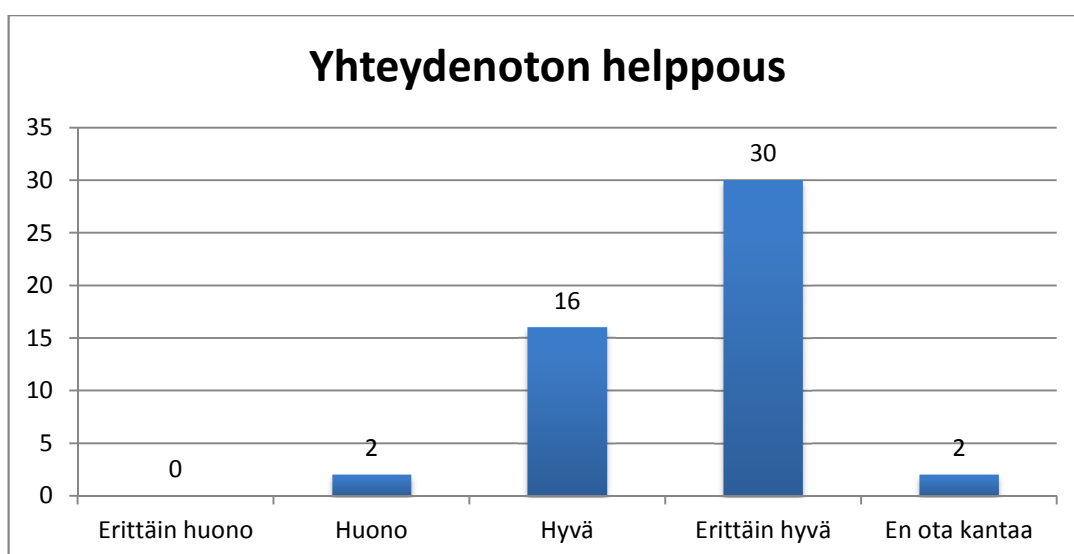
Avoimissa palautteissa kiiteltiin asiakaspalvelun tasoa ja ainoa kehitystoive oli henkilökunnan kielitaito, joka on palautteen mukaan koitunut esteeksi ulkomaalaisten asukkaiden kanssa. Yleisesti ottaen voidaan todeta palvelutason olevan hyvä.



Kuvio 22 Toiminnan sujuvuus

Toiminnan sujuvuuden, eli sen, miten helposti asiakas kokee saavansa palvelua ja miten pyydetty työsuorite hoidetaan. Lähtökohtaisesti pyritään siihen, ettei asiakkaan tarvitse ilmoittaa viasta kuin kerran ja hänen ei itse tarvitse huolehtia työn suorittamisesta ajallaan.

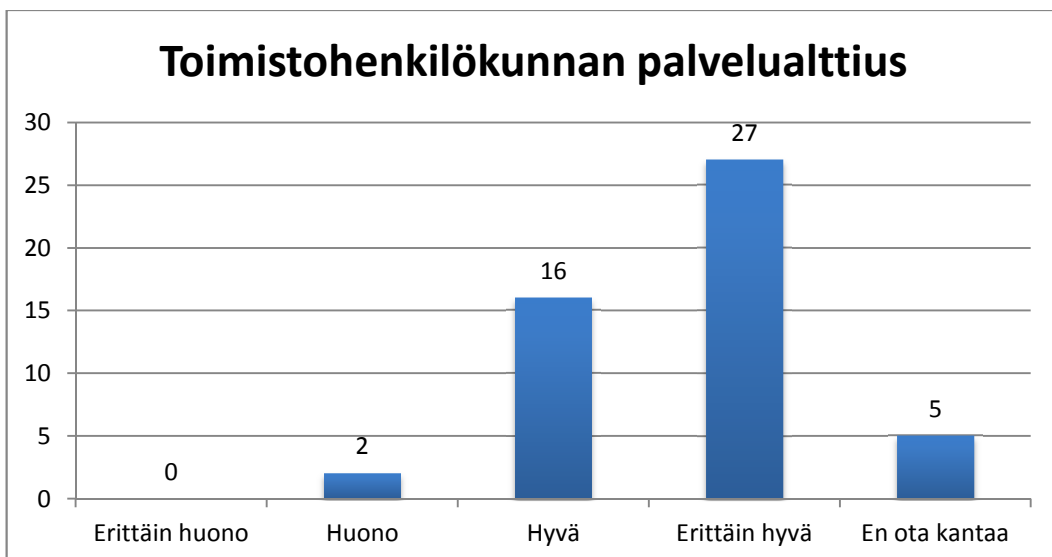
Erittäin hyväksi palvelun koki 24, eli 48 % vastaajista ja hyväksi 20, eli 40 % vastaajista. Huonoksi sujuvuuden arvioi neljä, eli 8 % vastaajista. Erittäin huonoksi sitä ei kokenut yksikään vastaajista, ja kaksi, eli 4 % ei ottanut kantaa



Kuvio 23 Yhteydenoton helppous

Yhteydenoton helppouden erittäin hyväksi arvioi 30, eli 60 % vastaajista ja hyväksi 16, eli 32 % vastaajista. Huonon arvion antoi kaksi, eli 4 % vastaajista ja erittäin huonoa arvosanaa ei tullut yhdeltäkään vastaajalta. Kantaa ei ottanut kaksi vastaajaa, joilla ei todennäköisesti ollut kokemusta yhteydenotoista.

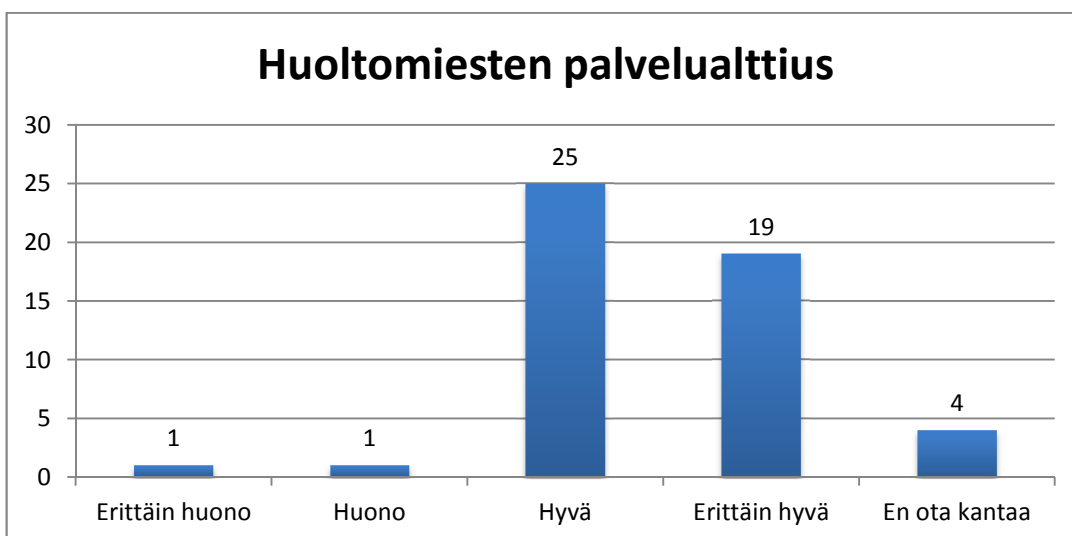
Avoimissa palautteissa kiiteltiin yhteydenoton helppoutta ja henkilökunnan tavoitettavuutta. Yhdeltä vastaajalta tuli toive mahdollisuudesta ottaa yhteyttä yrityksen Internet-sivujen kautta ja tämä on ollut mahdollista jo pitkään.



Kuvio 24 Toimistohenkilökunnan palveluallttius

Toimistohenkilökunnan palveluallttiutta erittäin hyväksi arvioi 27, eli 54 % vastaajista ja hyväksi 16, joka on 32 % vastaajista. Huonoksi sen arvioi vain kaksi vastaajaa, eli 4 % vastaajista, eikä yhtään erittäin huonoa arviota tullut. Kantaa oli ottamatta viisi, eli 10 % vastaajista.

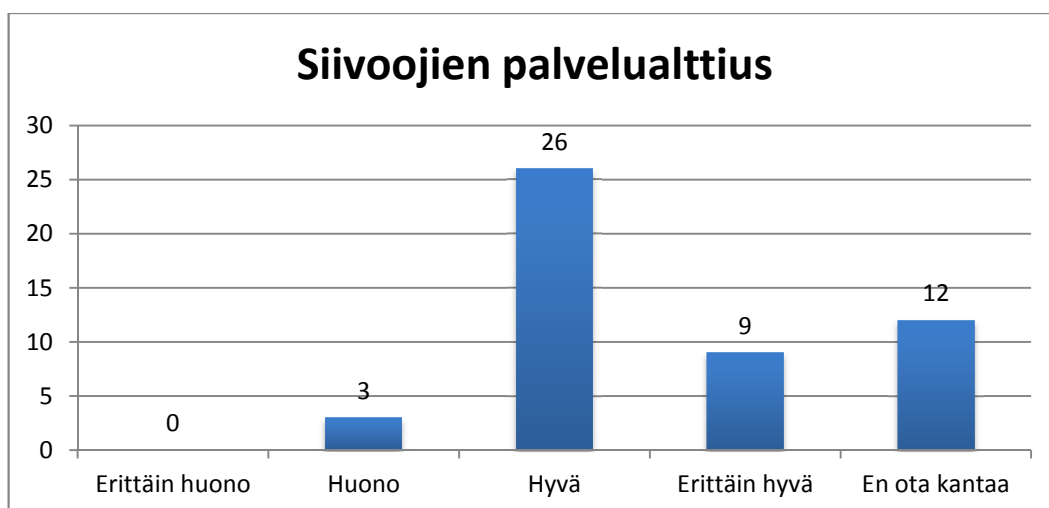
Avoimien palautteiden mukaan toimistohenkilökunnan kanssa on ollut helppoa ja mukavaa asioida ja toiminta on ollut sujuvaa.



Kuvio 25 Huoltomiesten palveluallttius

Huoltomiesten palvelualltiuden hyväksi arvioi 25, joka on 50 % vastaajista ja erittäin hyväksi 19, eli 38 % vastaajista. Huonon arvion antoi yksi vastaaja, eli 2 % ja erittäin huonon arvion antoi myös yksi vastaaja. Kantaa ei ottanut neljä vastaajaa.

Avoimissa palautteissa ei ollut suoranaisesti lainkaan mainintoja huoltomiesten palvelualltiudesta, mutta koska koko henkilökunta sai kiitosta, niin voidaan tämän perusteella olettaa asiakkaiden olevan tyytyväisiä kiinteistöhuolto puolen työntekijöiden palvelualltiuteen. He ovat henkilökunnasta eniten suoraan tekemisissä asiakkaan kanssa, sillä toimistohenkilökunnan asiakaskontaktit ovat pitkälti puhelimitse tapahtuvia, mutta kasvotusten asiakkaan kanssa pääsääntöisesti ovat vain huoltomiehet ja siivoajat.



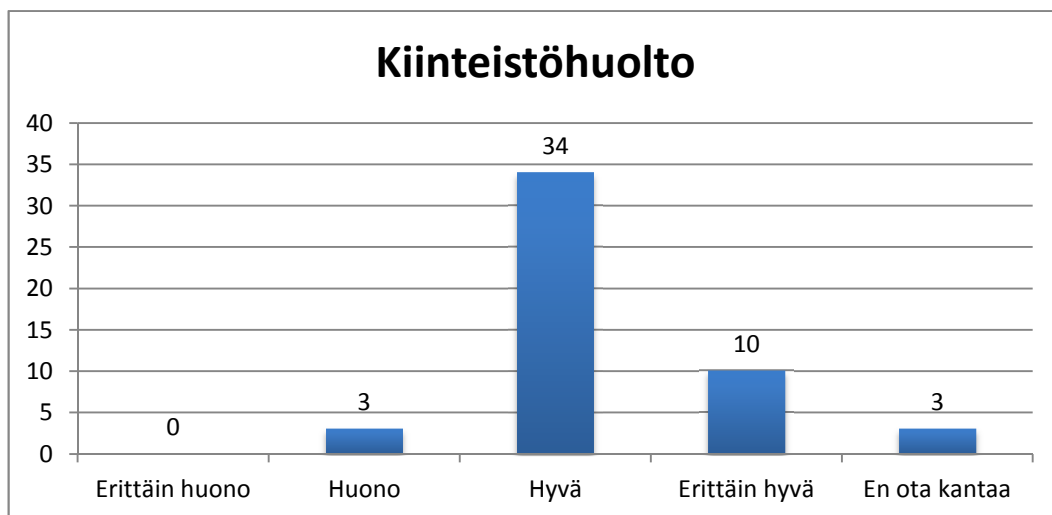
Kuvio 26 Siivoojien palvelualltius

Siivoojien palvelualltiutta hyväksi arvioi 26, eli 52 % vastaajista ja erittäin hyväksi yhdeksän, joka on 18 % vastaajista. Huonon arvosanan antoi kolme, eli 6 % vastaajista. Yhtään erittäin huonoa arviota ei tullut vastaajilta ja 12 vastaajaa, eli 24 % ei ottanut kantaa.

Kantaa ottamattomien määrä on siivouksen puolella suurempi, sillä kaikkien vastaajien ostamaan palveluun ei kuulu siivousta, joten tämä kysymys ei koskenut heitä lainkaan. Lisäksi siivoojien työskentely tapahtuu sellaisiin kellonaikoihin, ettei osa

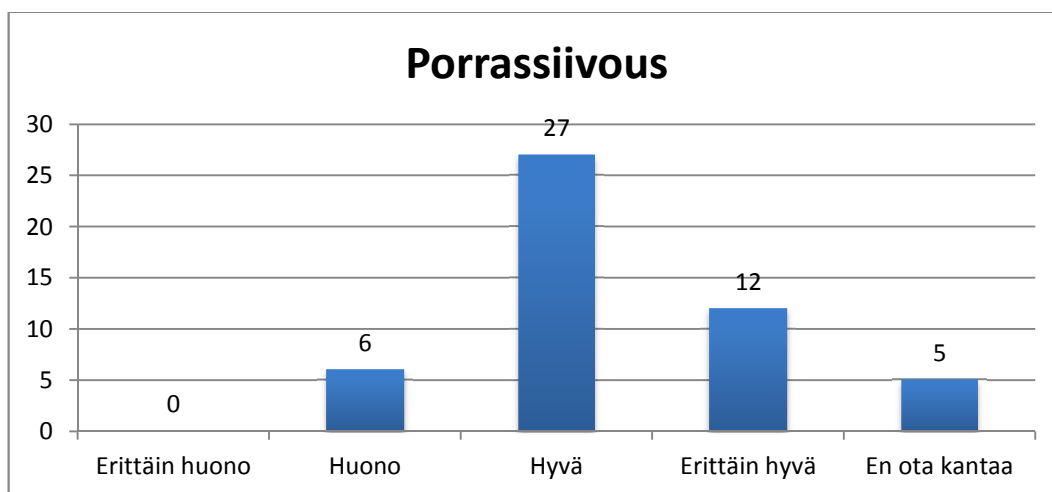
vastaajista ole edes nähnyt kiinteistönsä siivoushenkilökuntaa. Huoltomiehet tekevät päivittäin käyntejä asukkaiden asuntoihin, joten asukkaat tuntevat yleensä kohteesta vastaavan kiinteistöhoitajan paremmin.

8.6 Yleisarvosanat palveluista



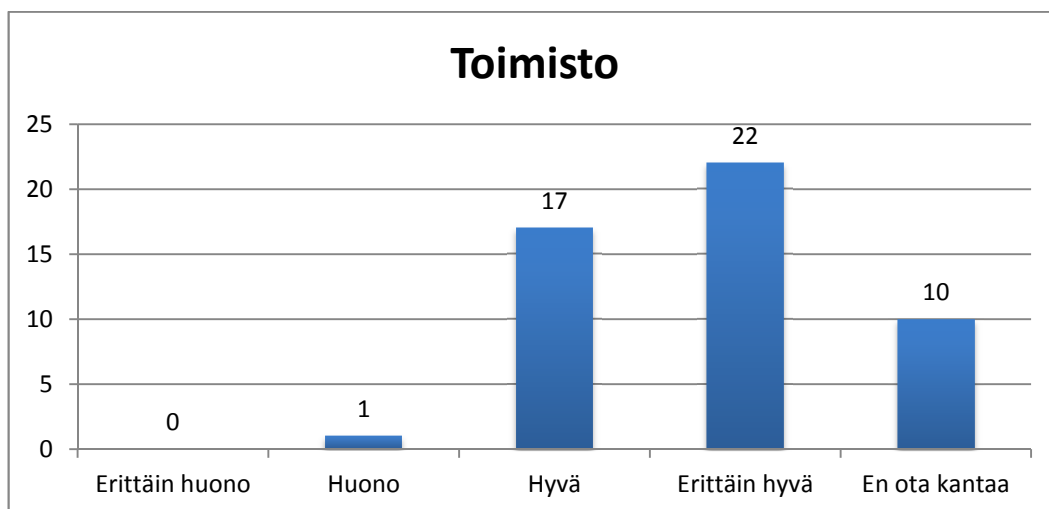
Kuvio 27 Kiinteistöhuolto

Hyvän yleisarvosanan kiinteistöhuollolle antoi 34, eli 68 % vastaajista ja erittäin hyvän kymmenen, joka on 20 % vastaajista. Huonon arvosanan antoi kolme, eli 6 % vastaajista ja erittäin huonoa arvosanaa ei tullut yhdeltäkään vastaajalta. Kolme vastaajaa, eli 6 % ei ottanut kantaa kysymykseen. Kiinteistöhuollon yleisarvosanan keskiarvoksi tulee 3,1 asteikolla 1-4.



Kuvio 28 Porrassiivous

Porrassiivouksen yleisarvosanaksi hyvän antoi 27, eli 54 % vastaajista ja erittäin hyvän antoi 12, eli 24 % vastaajista. Huonon arvosanan antoi kuusi, joka on 12 % vastaajista, erittäin huonoa arvosanaa ei tullut yhdeltäkään vastaajalta. Kantaa ei ottanut viisi, eli 10 % vastaajista. Porrassiivouksen yleisarvosanan keskiarvoksi tulee 3,1 asteikolla 1-4.



Kuvio 29 Toimisto

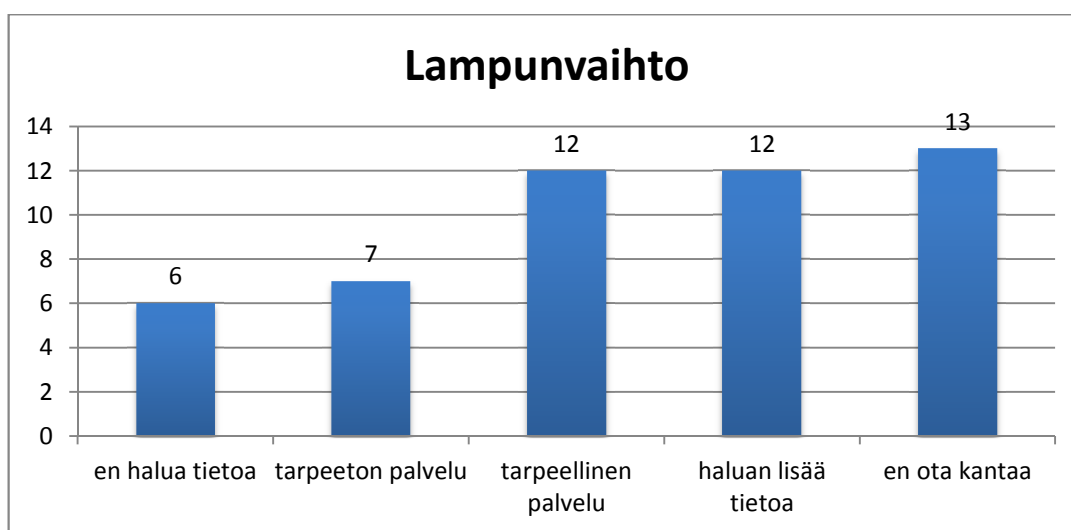
Toimistolle erittäin hyvän yleisarvosanan antoi 22, eli 44 % vastaajista ja hyvän 17, eli 34 % vastaajista. Huonon arvosanan antoi yksi, joka on 2 % vastaajista ja kantaa ei ottanut kymmenen, eli 20 % vastaajista. Toimiston yleisarvosanan keskiarvoksi tulee 3,5 asteikolla 1-4.

8.7 Erikseen asukkaalta laskutettavat palvelut

Tällä kyselyllä pyrittiin myös selvittämään mahdollista ostohalukkuutta lisäpalveluille. Jouluna 2012 asukkaille tarjottiin mahdollisuutta ostaa joulusiivous kotiinsa erikseen laskutettavana työnä ja kysyntä ylitti tarjonnan. Monet asukkaista eivät tiedä tällaisesta mahdollisuudesta ja he toivoivatkin, että huoltoyhtiö tiedottaisi jatkossa asukkaita tästä mahdollisuudesta vaikka talon ilmoitustaululla. Monet vanhemmat

asukkaat ovat halukkaita ostamaan lisäpalveluita, sillä näin he voivat pidentää kotona asumistaan, eikä monella ole mahdollisuutta saada apua lapsiltaan tai sukulaisiltaan.

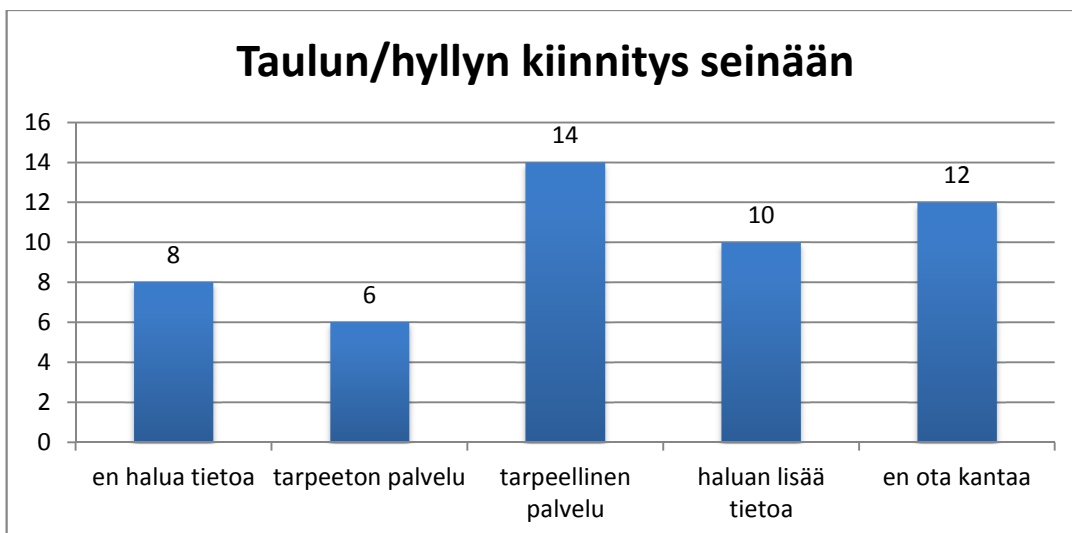
8.7.1 Pienet remonti- ja huoltotyöt asunnossa



Kuvio 30 Lampunvaihto

Lampunvaihdosta halusi lisää tietoa 12, eli 24 % vastaajista ja samoin 12 vastaajaa, eli 24 % piti palvelua ainakin tarpeellisena. Seitsemän, eli 14 % piti palvelua tarpeettomana ja kuusi, eli 12 % vastaajista ei halua palvelusta lisää tietoa, kuten hinnastoa. Kantaa ei ottanut 13, eli 26 % vastaajista.

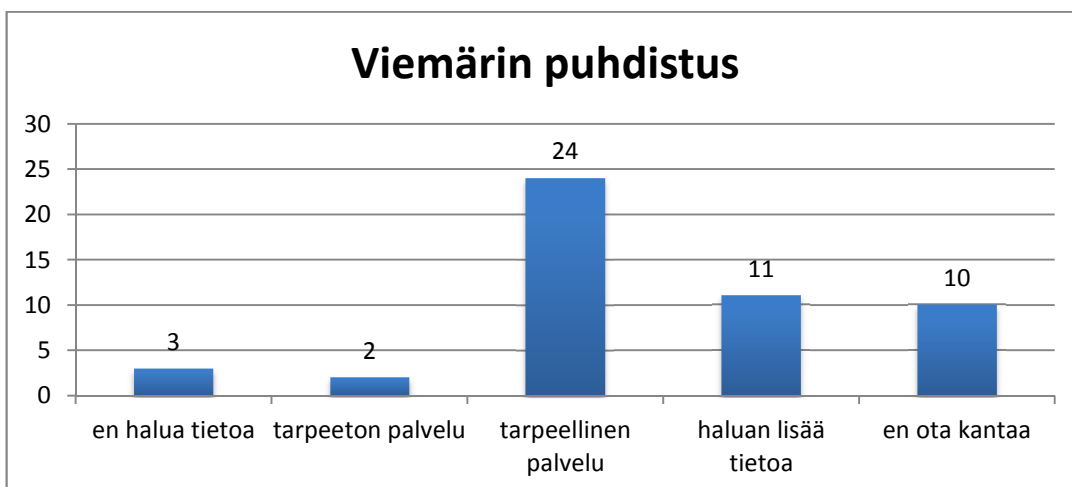
Tämä palvelu tuntuu tarpeettomalta sellaiselle vastaajalle, joka kykenee vaihtamaan lampun itse, mutta yllättäen tälle palvelulle on jo ollut kysyntää ennen kyselyn suorittamista. Palvelun myynnin helpottamiseksi voisi lisätä tarvikkeet samaan hintaan, sillä ne henkilöt, jotka palvelun ostavat ovat usein joko estyneitä hankkimaan lampua itse tai eivät tiedä, millaisen lampun tarvitsevat.



Kuvio 31 Taulun/hyllyn kiinnitys seinään

Taulun tai hyllyn kiinnityksen seinään katsoi tarpeelliseksi palveluksi 14, eli 28 % vastaajista ja kymmenen, eli 20 % vastaajista halusi siitä lisää tietoa. Vastaajista kahdeksan, eli 16 % ei halua lisää tietoa ja kuusi vastaajaa, eli 12 % piti palvelua tarpeettomana. Kantaa ei ottanut 12, eli 24 % vastaajista.

Tällekin palvelulle on jonkin verran kysyntää, sillä monissa kiinteistöissä on paksut vanhat kiviseinät, joihin vaaditaan iskuporakone, joka ei kuulu jokaisen kotitalouden varusteluun. Kiinteistöhuollolla löytyy vaadittavat työkalut ja remonttitöitä tehneet työntekijät voivat hoitaa tällaisen työn varsinaisena työaikana, jolloin työstä tulee pelkästään tuottoa yritykselle.

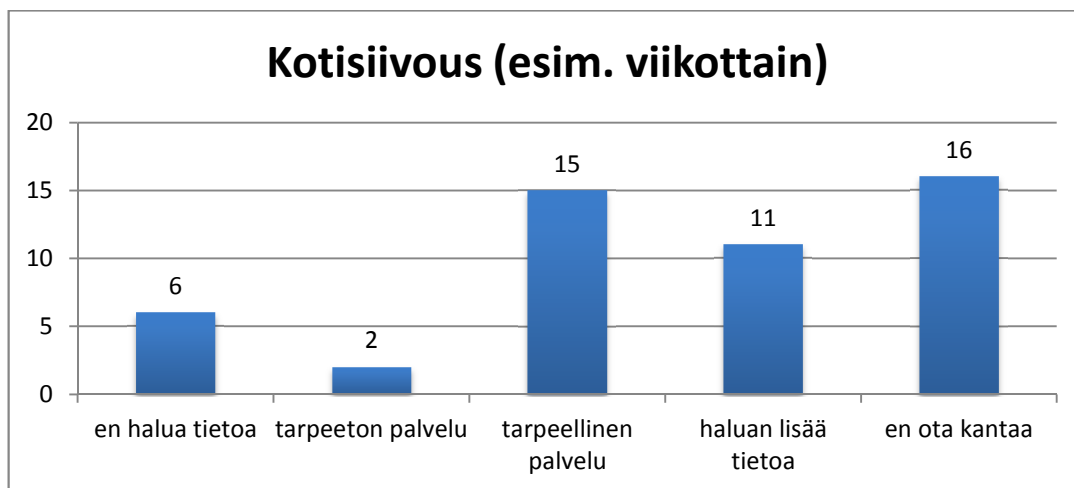


Kuvio 32 Viemärin puhdistus

Viemärin puhdistamista tarpeellisena palveluna piti 24, eli 48 % vastaajista ja lisää tietoa halusi 11, joka on 22 % vastaajista. Kolme vastaajaa, eli 6 % ei halunnut lisää tietoa ja kaksi vastaajaa, eli 4 % piti palvelua tarpeettomana. Kantaa ei ottanut kymmenen vastaajaa, joka on 20 % vastaajista.

Tämä palvelu kiinnosti selkeästi eniten vastaajia, sillä monet tulevista putkisto-ongelma ilmoituksista koskevat tätä. Monesti asukkaat soittavat paikalle kiinteistönhoitajan putkisto-ongelman vuoksi ja todellisuudessa ongelmana on täysinäinen hajulukko. Joissain taloissa hajulukkojen puhdistaminen kuuluu huoltosopimukseen, mutta monesta sopimuksesta se on jätetty pois, sillä taloyhtiöiden vastuujakotaulukon mukaan sen puhdistaminen kuuluu asukkaalle ja näin ollen siitä pitäisi voida laskuttaa.

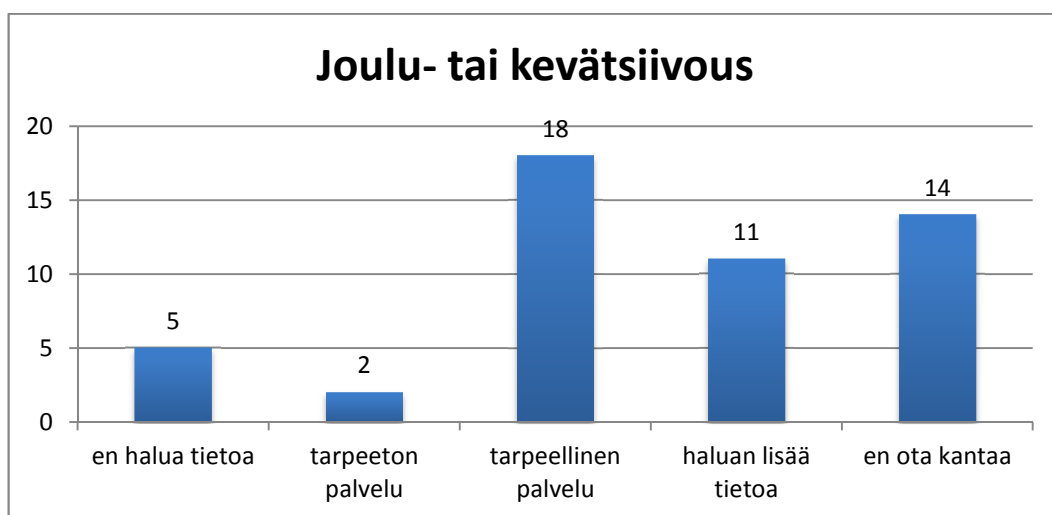
8.7.2 Siivous



Kuvio 33 Kotisiivous (esim. viikoittain)

Kotisiivousta tarpeellisena palveluna piti 15, eli 30 % vastaajista ja lisää tietoa halusi 11 eli 22 % vastaajista. Tietoa palvelusta ei halunnut kuusi eli 12 % vastaajista ja tarpeettomana palvelua piti kaksi, eli 4 % vastaajista. Kantaa ei ottanut 16, eli 32 % vastaajista.

Tämä palvelu on ympärivuotisessa tarjonnassa ja vakituisia asiakkaita löytyy, sillä juuri tällä palvelulla pystytään pitkittämään vanhusten kotona asumisaikaa ja toisaalta tätä palvelua käyttävät myös työssäkäyvät henkilöt, jotka kokevat palvelun helpottavan arkeaan.



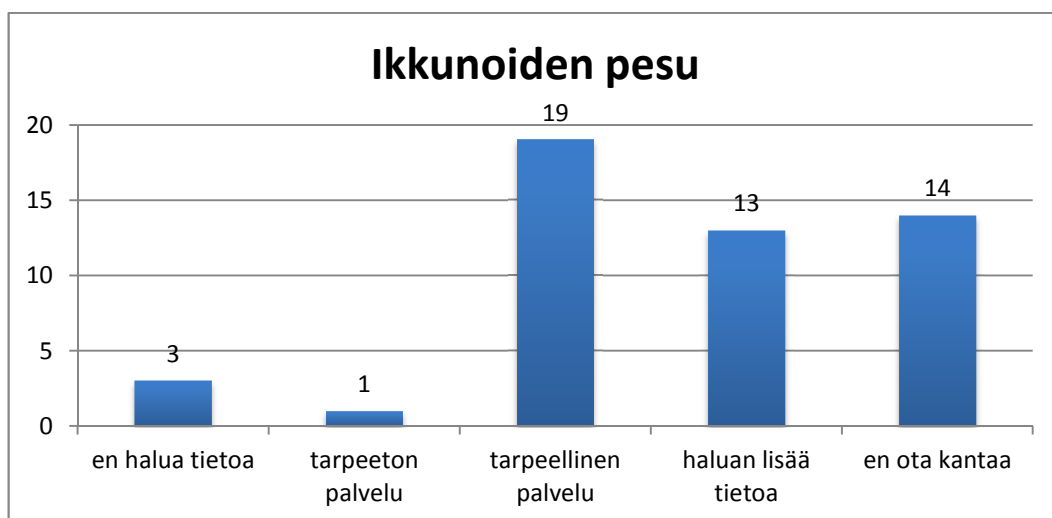
Kuvio 34 Joulu- tai kevätsiivous

Joulu- tai kevätsiivousta tarpeellisenä palveluna piti 18, eli 36 % vastaajista ja lisää tietoa halusi 11 eli 22 % vastaajista. Tietoa palvelusta ei halunnut viisi, eli 10 % ja tarpeettomana palvelua piti kaksi, eli 4 % vastaajista. Kantaa ei ottanut 14, joka on 28 % vastaajista.

Tämä palvelu on hyvin myyvä, erityisesti joulun aikaan, sillä monilla on kiire jouluvalmisteluidensa kanssa ja palvelun katsotaan vähentävän erityisesti perheissä äidin työtaakkaa. Palvelua myytiin viime jouluna myös monelle vanhemmalle asukkaalle, joille joulusiivous on perinne, mutta oma kunto ei enää anna toteuttaa sitä itse, joten palvelu ostetaan ulkopuoliselta.

Tämän palvelun myyntiä voisi helpottaa vielä entuudestaan, jos palvelulle voitaisiin määrittää joku kiinteä hinta, esimerkiksi neliöihin suhteutettuna, sillä jos asiakas ei ostovaiheessa tiedä, paljonko palvelu maksaa, saattaa hänelle tulla loppuhinta yllä-

tyksenä. Ostopäätöksen tekeminen saattaa helpottua kun hinnasta sovitaan ennen tilauksen tekemistä.



Kuvio 35 Ikkunoiden pesu

Ikkunoiden pesua piti tarpeellisena palveluna 19, eli 38 % vastaajista ja lisää tietoa halusi 13, joka on 26 % vastaajista. Lisää tietoa palvelusta ei halunnut kolme, eli 6 % ja tarpeettomana palvelua piti yksi eli 2 % vastaajista. Kantaa ei ottanut 14, eli 28 % vastaajista.

Tällekin palvelulle on jo aiemmin ollut kysyntää, sillä ikkunoiden pesu tehdään yleensä kotitalouksissa ainakin keväisin ja monet kokevat sen pakollisena, mutta aikavievänä työnä. Tästä johtuen ikkunoiden pesu on ollut aiemmin helppo myydä useisiin kotitalouksiin, sillä se on kustannuksiltaan kohtuuhintainen ja helpottaa arkea merkittävästi. Yritykselle tämä on tuottava palvelu, sillä se tehdään siivoojien varsinaisena työaikana ja kulut mitataan lähinnä pesuaineiden kulutuksessa.

9 JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET

Tutkimuksen perusteella voidaan todeta asiakkaiden tyytyväisyystason yrityksen tarjoamiin palveluihin olevan hyvä. Keskiarvojen perusteella kaikki palvelut toimivat ja tyytymättömien asiakkaiden määrä on suhteellisen pieni, kun tarkastellaan yksityiskohtaisesti palveluiden toimivuuden arviointeja. Avoimissa palautteissa tuli esiin muutamia kehityskohtia, mutta niissäkin palautteissa, joissa ilmaistiin tyytymättömyyttä johonkin palvelun osa-alueeseen, kiiteltiin kuitenkin palvelun yleistä tasoa. Tutkimus voidaan todeta hyödylliseksi yritykselle, sillä tutkimustulokset olivat johdonmukaisia ja vastasivat esitettyyn tutkimusongelmaan. Asiakastyytyväisyyttä tulee mitata tasaisesti, mutta tällaisessa tapauksessa, jossa asiakaskunnan vaihtuvuus on vähäistä, ei uutta tutkimusta tarvitse tehdä kuin muutaman vuoden välein.

Asiakastyytyväisyys painottuu usein suorituksen tasoon, joka on monen tekijän summa. Esimiesten organisointikyky, työntekijöiden motivaatio ja asiakkaan luomat edellytykset ovat kaikki merkittävässä roolissa ja yhden osa-alueen toimimattomuus kuormittaa muita osa-alueita. Jokainen työntekijä osallistuu päivittäisellä työpanoksellaan asiakastyytyväisyyden kehittämiseen ja siksi heidän on tärkeää sisäistää oma vastuunsa työnsä tuloksesta yrityksen edustajina.

Asiakastyytyväisyyskyselyn ja muun saadun palautteen saannissa tulisi aina muistaa, että tyytymättömyyden ilmaisu on aina yritykselle mahdollisuus kehittää palveluaan, mikäli palautetilanne hoidetaan hyvin. Yrityksen tulisi myös varmistaa, ettei samaa negatiivista palautetta saada samasta kohteesta kahdesti. Jokaista asiakasta ei voida täydellisesti miellyttää jokaisessa palvelutilanteessa, mutta hyvällä palvelun yleiställä yksittäiset palvelutason notkahdukset eivät vaikuta pysyvästi asiakastyytyväisyyteen.

9.1 Tutkimuksen kritiikki

Suurin opinnäytetyöhön kohdistuva kritiikki koskee lomakkeen rakennetta ja toteutusta. Jälkikäteen havaittu ikäjaottelun päällekkäisyys, 20-40, 40-50, 50-60 jne. ei haitannut varsinaisessa toteutuksessa, sillä yksikään vastaajista ei ollut esimerkiksi tasan 40-vuotias, jolloin valittavana olisi ollut kaksi ikäryhmää. Muuten lomake oli kohderyhmäänsä nähden sopiva, sillä siinä oli huomioitu vastaajien tottumattomuus kyselyihin.

Lisäksi tutkimustulosten analyysivaiheessa oli huomioitava keskiarvoa laskettaessa ”en ota kantaa”-vastaus, joka oli asteikolla merkitty numerolla 5, jota ei huomioitu palvelualueiden keskiarvoja laskettaessa. Vastaukset painottuivat pääsääntöisesti tiettyihin vastausvaihtoehtoihin, joten analyysia voidaan pitää luotettavana, vaikka otanta oli suhteellisen pieni. Vastausvaihtoehdot oli tarkoituksella tehty vastakkainasetellulla, sillä vastaajien tottumattomuus kyselyihin rajoitti tulkinnanvaraisten vastausvaihtoehtojen käyttöä. Jos asteikko olisi ollut laajempi tai vaihtoehdot aseteltu asteittain, olisi ollut riskinä vastaajien hämmentyminen ja väärin tulosten saaminen. Toisaalta toiset vastaajat olisivat varmasti kaivanneet erilaisia vastausvaihtoehtoja, koska ”en ota kantaa”-vastauksia tuli yllättävän paljon sellaisissakin kysymyksissä, joihin olisi voinut olettaa jokaisella olevan mielipide. Aineiston käytettävyys olisi voinut luotettavampi, jos tutkimusmetodi ja kohderyhmä olisivat kohdanneet optimaalisesti.

9.2 Kehitysehdotuksia

Kehitysehdotuksia koskien peruspalveluita ilmeni töiden aikataulutuksen osalta ja asukkaiden pyyntöjä koskien työn suorittamista huomioiden kiinteistön muut alueet mm. lumitöissä pyydettiin huomioimaan viheristutukset paremmin. Lisäksi asukkailta tuli hyviä huomioita pienistä muutoksista työskentelyssä, joilla on merkittävä vaikutus viihtyvyyteen.

Kehitysehdotuksissa haettiin vastauksia lisäpalveluiden kysynnälle. Tarkoituksena oli kartoittaa, mitkä palvelut olisivat asiakkaiden mielestä haluttuja lisiä palvelutarjontaan. Kiinteistöhuollon puolella viemärinpuhdistus koettiin halutuimmaksi lisäpalveluksi, koska monelle tulee yllätyksenä se, ettei se kuulu kiinteistöhuollon peruspalveluihin. Siivouspuolella suurin kysyntä oli ikkunoiden pesulle, joka oli aiempien kokemusten perusteella odotettavissakin. Siivouspuolen palveluille on käytännössä tasaisempi kysyntä, sillä ne palvelut ovat nk. ylläpitäviä palveluita, joiden ostaminen on yleistymässä ihmisten hinnoitellessa vapaa-aikansa päätyen ostamaan arkea helpottavia palveluita. Siivouspalveluista kaikki saivat suhteellisen paljon kannatusta, joten niiden kaikkien lisääminen palvelutarjontaan pysyvästi on kannattavaa.

LÄHTEET

Barlow, J. & Möller, C. 1998. Ota asiakasvalitus lahjana. Tietosanoma.

Grönroos, C. 1998. Nyt kilpaillaan palveluilla, Porvoo: WSOY Kirjapainoyksikkö.

Grönroos, M. 2011. Johdatus tilastotieteeseen: kuvailu, mallit ja päättely. Tampere: Finn Lectura, Tammerprint Oy.

Helsingin seudun isännöitsijät Oy & Rakennustieto Oy. 2001. Kiinteistönhoitajan käsikirja. Helsinki: Tammer-paino Oy.

Hirsijärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2008. Tutki ja kirjoita.13.-14. Osin uudistettu painos. Keuruu: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Holopainen, M. & Pulkkinen, P. 2012. Tilastolliset menetelmät. Helsinki: Sanoma Pro.

Kananen, J. 2011. Kvantti: Kvantitatiivisen opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja-sarja. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy.

Kangasluoma, M., Sädeaho, K., & Valtiala, M. 2008. Kiinteistönhoidon käsikirja. Helsinki: Kiinteistöalan kustannus Oy.

Lahtinen, J. & Isoviita, A. 1999. Asiakaspalvelu ja markkinointi. Jyväskylä: Avaintulos Oy.

Rissanen, T. 2005. Hyvä palvelu. Vaasa: Kustannusosakeyhtiö Pohjantähti.

Rissanen, T. 2006. Hyvän palvelun kehittäminen. Vaasa: Kustannusosakeyhtiö Pohjantähti.

Siikala, J. 2000. Kiinteistönpidosta kiinteistöliiketoimintaan. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Storbacka, K. & Lehtinen, J. R. 2005. Asiakkuuden ehdoilla vai asiakkaiden armoilla. 5. Painos. Juva: WSOY.

Suomen Kiinteistöliitto & Kiinteistöliitto Uusimaa. Taloyhtiön vastuujakotaulukko. Kiinteistöalan Kustannus Oy

Rakennustieto Oy. 2011. Kiinteistöpalveluiden hankinta. Tampere: Tammerprint Oy.

Vehkalahti, K. 2008. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Vammala: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Kiinteistöhuolto Råberg Oy:n asiakastyytyväisyysskysely

Vastaajan tiedot

Ikä ja sukupuoli:

20-40 40-50 50-60 60-70 70-80 80-90

--	--	--	--	--	--

Mies

Nainen

--	--

Asumismuoto:

Omistusasunto

Vuokra-asunto

Muu

--	--	--

Tyytyväisyyttä kartoitetaan asteikolla 1-4, rastita mielestäsi palvelun tasoa vastaava ruutu taulukosta.

1=erittäin huono, 2=huono, 3=hyvä, 4=erittäin hyvä, 5=en ota kantaa

Kiinteistöhuolto

Työn laatu

1 2 3 4 5

Ulkoalueiden siisteys					
Lumityöt					
Hiekoitus					
Nurmikkoalueiden leikkuu					

Lehtien siivous syksyisin					
Huoltotehtävät asunnoissa					

Porrassiivous

Voitte siirtyä seuraavaan kysymykseen, mikäli tämä palvelu ei kuulu huoltosopimukseenne.

Työn laatu

	1	2	3	4	5
Porrassiivous (rappukäytävät)					
Saunat					
Yleiset tilat					
Hissit					
Ikkunoiden pesu					
Suursiivoukset					

Tehokkuus (työn vastaanottamisesta, työn suorittamiseen kuluva aika)

	1	2	3	4	5
Työaikana					
Päivystysaikana					
Kiireelliset työtehtävät					
Kiireettömät työtehtävät					

Asiakaspalvelu

	1	2	3	4	5
Työn vastaanotto (puhelimitse)					
Toiminnan sujuvuus					
Yhteydenoton helppous					

Toimistohenkilökunnan palvelualttius					
Huoltomiesten palvelualttius					
Siivoojien palvelualttius					

Yleisarvosanat palveluista

	1	2	3	4	5
Kiinteistöhuolto					
Porrassiivous					
Toimisto					

Erilliset palvelut, joista toivoisit lisää tietoa? (Esimerkiksi listan palveluista hintoineen porraskäytävien ilmoitustaululle)

1=en halua tietoa, 2=tarpeeton palvelu, 3=tarpeellinen palvelu, 4=haluan lisää tietoa, 5=en ota kantaa

Pienet remonttityöt asunnossa	1	2	3	4	5
Lampunvaihto					
Taulun/hyllyn kiinnitys seinään					
Viemärin puhdistus					

Siivous	1	2	3	4	5
Kotisiivous esim. viikottain					
Joulu- tai kevätsiivous					
ikkunoiden pesu					

Muita ehdotuksia palvelutarjontaan, tai palautetta palveluista:
