

# **Asukkaiden kokemukset asuntojen ja rappukäytävien pintamateriaalikorjauksesta**

Anniina Karhila

Opinnäytetyö

Maaliskuu 2017

Matkailu-, ravitsemis- ja talousala

Restonomi (AMK), Palvelujen tuottamisen ja johtamisen tutkinto-ohjelma

Tekijä(t) Karhila, Anniina	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Päivämäärä Maaliskuu 2017
	Sivumäärä 49	Julkaisun kieli Suomi
		Verkojulkaisulupa myönnetty: x
Työn nimi <b>Asukkaiden kokemukset asuntojen ja rappukäytävien pintamateriaalikorjauksesta</b>		
Tutkinto-ohjelma Palvelujen tuottaminen ja johtaminen		
Työn ohjaaja(t) Soili Partanen		
Toimeksiantaja(t) Keski-Suomen opiskelija-asuntosäätiö sr		
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyön toimeksiantajana oli Keski-Suomen opiskelija-asuntosäätiö sr. Se toteutti KOAS Letkut -kohteeseensa asuntojen ja rappukäytävien pintamateriaalikorjauksen, joka oli uusi toimintatapa. Keski-Suomen opiskelija-asuntosäätiö sr nimittää kyseistä korjausta nimellä "Face Lift". Korjaus ei estänyt asumista. Pintamateriaalikorjauksen tarkoituksena oli ensisijaisesti lisätä asukkaiden asumismukavuutta. Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää KOAS Letkut -talojen asukkaiden kokemukset "Face Liftistä".</p> <p>Tutkimuksessa käytettiin sekä kvalitatiivista että kvantitatiivista tutkimusmenetelmää. Tutkimus toteutettiin puhelinhaastatteluilla ja asukaskyselyllä. Puhelinhaastattelut tehtiin ennen korjaustöiden alkamista. Kyseessä oli ennakkohaastattelu asukkaiden odotuksista ja sen hetkisestä tyytyväisyydestä. Haastateltavia oli yhteensä viisi. Asukaskysely lähetettiin kaikkien KOAS Letkut -talojen asukkaiden sähköposteihin "Face Liftin" päätyttyä marraskuun 2016 lopussa. Kyselyä pidettiin vastattavissa noin kaksi viikkoa. Vastauksia saatiin 61, ja vastausprosentiksi tuli 48 %.</p> <p>Puhelinhaastattelujen perusteella haastateltavilla oli positiivisia odotuksia korjauksesta ja he odottivat sitä innokkaina. Haastateltavat olivat pääosin tyytyväisiä "Face Liftin" laajuuteen ja sisältöön. Asukaskyselyn perusteella saatiin selville, että vastaajat olivat kokonaisuudessaan tyytyväisiä "Face Liftiin" ja kokivat sen hyväksi. Vähiten tyytyväisiä oltiin korjauksen laajuuteen ja sisältöön ja eniten lattian lopputulokseen. Asumismukavuutta laskivat "Face Liftin" aikana meluhaitta ja vesikatkot.</p> <p>Tutkimustulosten perusteella esitettiin kehitysideoita, joita voidaan toteuttaa myöhemmin. Tutkimustuloksista saatu uusi, tarpeellinen tieto on hyvin tärkeää toimeksiantajalle, sillä kyseessä oli täysin uusi toimintatapa.</p>		
Avainsanat ( <a href="#">asiasanat</a> ) Pintamateriaalikorjaus, asumistyytyväisyys, opiskelija-asuminen		
Muut tiedot		

Author(s) Karhila, Anniina	Type of publication Bachelor's thesis	Date March 2017 Language of publication: Finnish
	Number of pages 49	Permission for web publication: x
Title of publication <b>The experiences of residents about the surface material repair of apartments and staircases</b>		
Degree programme Degree programme in Service Management		
Supervisor(s) Partanen, Soili		
Assigned by Keski-Suomen opiskelija-asuntosäätiö sr (Foundation for Student Housing in Central Finland)		
Abstract <p>The thesis was assigned by Keski-Suomen opiskelija-asuntosäätiö sr. It implemented in its location KOAS Letkut the surface material repair of apartments and staircases, which was a new mode of operation. Keski-Suomen opiskelija-asuntosäätiö sr calls the repair a "Face Lift". The repair did not stop residency. The purpose of the surface material repair was in the first instance to increase the indoor comfort of the residents. The aim of the thesis was to find out the experiences about the "Face Lift" of the residents of KOAS Letkut houses.</p> <p>Both qualitative and quantitative research methods were used in the study. The study was implemented by telephone interviews and as a resident survey. The telephone interviews were conducted before the repairing started. The aim of the preliminary interviews was to find out the residents' expectations and the current satisfaction. There were five interviewees in total. The resident inquiry was sent to email addresses of all residents of KOAS Letkut houses when the "Face Lift" was finished at the end of November 2016. The survey was open for two weeks. 61 responses were received and the response rate was 48 %.</p> <p>Based on the telephone interviews, the interviewees had positive expectations of the repair which they were eagerly waiting for. The interviewees were mainly pleased with the extent and contents of the "Face Lift". Based on the resident survey, it was found out that the respondents were as a whole pleased with the "Face Lift" and experienced it to be good. They were the least pleased with the extent and contents of the repair and the most pleased with the results regarding the floor. A noise nuisance and water breaks decreased the indoor comfort during the "Face Lift".</p> <p>Based on the results, development ideas that can be implemented later were submitted. New, necessary information on the results was very important to the commissioner of the thesis because the "Face Lift" was a completely new mode of operation.</p>		
Keywords/tags ( <a href="#">subjects</a> ) Surface material repair, housing satisfaction, student housing		
Miscellaneous		

## Sisältö

<b>1</b>	<b>Johdanto .....</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>”Face Lift”- asuntojen ja rappukäytävien pintamateriaalikorjaus .....</b>	<b>5</b>
<b>3</b>	<b>Tutkimusasetelma .....</b>	<b>9</b>
	3.1 Tutkimusmenetelmät .....	9
	3.2 Tutkimuksen toteutus .....	11
	3.3 Asukaskyselyn rakenne .....	13
	3.4 Aineiston analysointi .....	14
	3.5 Luotettavuus.....	15
<b>4</b>	<b>Opiskelija-asuminen Suomessa .....</b>	<b>16</b>
<b>5</b>	<b>Opiskelija-asuminen palveluna .....</b>	<b>19</b>
	5.1 Palvelu .....	19
	5.2 Asiakaskokemus .....	22
	5.3 Asiakastyytyväisyys .....	24
	5.3.1 Asumistyytyväisyys .....	25
	5.4 Asiakasymmärrys.....	25
	5.5 Asiakaslähtöisyys .....	26
<b>6</b>	<b>Tutkimustulokset.....</b>	<b>27</b>
	6.1 Asukaskyselyn vastaajien taustatiedot .....	27
	6.2 Odotukset ja tiedottaminen .....	29
	6.3 Laajuus ja sisältö .....	32
	6.4 Käytännön järjestelyt ja toteutus .....	33
	6.5 Haitat asumiselle .....	35
	6.6 ”Face Liftin” lopputulos, yleisarvosana ja avoimet vastaukset.....	35
<b>7</b>	<b>Johtopäätökset.....</b>	<b>37</b>
<b>8</b>	<b>Pohdinta.....</b>	<b>39</b>
	<b>Lähteet .....</b>	<b>41</b>

<b>Liitteet</b> .....	<b>43</b>
Liite 1. Haastattelukysymykset.....	43
Liite 2. Asukaskysely.....	44

### **Kuviot**

Kuvio 1. Asumisen palveluliiketoiminnan tasot .....	22
Kuvio 2. Vastaajien asuintalo .....	28
Kuvio 3. Vastaajien asuntyyppi.....	29
Kuvio 4. Vastaajien tyytyväisyys ”Face Liftin” laajuuteen ja sisältöön.....	32
Kuvio 5. Olisiko asukas halunnut valita itse materiaalit ja niiden värit?.....	36

### **Taulukot**

Taulukko 1. Tiedotteita ”Face Liftistä” .....	7
Taulukko 2. Odotukset ”Face Liftistä” .....	30
Taulukko 3. Vastaajien mielipiteet tiedottamisesta.....	31
Taulukko 4. Vastaajien mielipiteet käytännön järjestelyistä ja toteutuksesta.....	34
Taulukko 5. Yleisarvosana ”Face Liftille” .....	37

# 1 Johdanto

Vuosikorjaustoiminnalla pyritään ehkäisemään suurten perusparannustarpeiden syntymistä opiskelija-asunnoissa. Isoja perusparannuksia ei kuitenkaan voida estää. Siihen vaikuttavat energiataloudelliset korjaustarpeet, huoneistojakaumat sekä asuntojen yleinen tekninen kunto. (Sedig 2012, 19.) Nykyään pidetään paremmin huolta opiskelija-asuntojen kunnosta kuin ennen. Näin ollen asumismukavuuteen kiinnitetään huomiota nykyisessä opiskelija-asumisessa.

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää KOAS Letkut –talojen asukkaiden kokemukset asuntojen ja rappukäytävien pintamateriaalikorjauksesta. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Keski-Suomen opiskelija-asuntosäätiö sr eli KOAS. Keski-Suomen opiskelija-asuntosäätiö sr on nimittänyt kyseisen asuntojen ja rappukäytävien pintamateriaalikorjauksen ”Face Liftiksi”, joten tässä tutkimuksessa käytetään korjauksesta sitä nimitystä.

”Face Lift” on asuntojen ja rappukäytävien pintamateriaalikorjaus, joka toteutetaan KOAS Letkut –talossa. Se on uusi toimintatapa KOASille eikä estä asumista. ”Face Liftin” tarkoituksena on ensisijaisesti parantaa asumismukavuutta. ”Face Liftiä” käsitellään tarkemmin luvussa 2.

KOAS Letkut on Jyväskylän kaupungin läheisyydessä, Letkutiellä vanhan paloaseman lähellä sijaitseva suosittu asuntokohde. Se koostuu kahdesta kerrostalosta, jossa on yhteensä 65 kalustamatonta huoneistoa. Asuntotyypeiltään huoneistot ovat perheasuntoja, kahden hengen soluasuntoja ja yksiöitä. (Letkut n.d.) Molemmat kerrostalot ovat valmistuneet vuonna 1993 (Letkut A-talo n.d.; Letkut B-talo n.d.).

Opinnäytetyön aiheesta tekee tutkimisen arvoisen se, että tutkimuksella saadaan selville, onko uusi toimintatapa sujuva asukkaiden näkökulmasta. Tulosten avulla voidaan arvioida, olisiko ”Face Liftiä” viisasta käyttää jatkossa muihinkin kohteisiin, ja saadaan myös tietää, miten sitä voisi parantaa, jotta asukkaat kokisivat sen entistä paremmaksi. Tutkimuksesta saatavat tulokset ovat erittäin tärkeitä toimeksiantajalle, sillä niistä saatavat kehitysideat voivat olla hyödyllisiä. Aihe on siis erittäin ajankohdainen. Asukaslähtöisyyden takia on arvokasta tietää, kuinka asukkaat tulevat kokemaan ”Face Liftin”.

## **Keski-Suomen opiskelija-asuntosäätiö sr**

Keski-Suomen opiskelija-asuntosäätiö sr eli KOAS on yleishyödyllinen säätiö, joka rakennuttaa, ylläpitää ja vuokraa asuntoja Jyväskylässä kaikille peruskoulun jälkeisissä oppilaitoksissa opiskeleville. KOAS tarjoaa edullista ja turvallista vuokra-asumista. Säätiö voi myös huolehtia jo opintonsa suorittaneiden nuorten vuokra-asunnoista sekä toteuttaa ja tukea myös muuta nuorison asuntotilannetta helpottavaa sekä kansainvälistä opiskelija-, tutkija- ja nuorisovaihtoa kehittävää asuntotuotantoa ja osallistua asumisoikeusasuntojen tuottamiseen. ”Säätiön määräysvallassa ei ole muita yhteisöjä eikä säätiöitä. Tilivuosi oli säätiön 41. toimintavuosi.” (Keski-Suomen opiskelija-asuntosäätiö sr n.d.; Keski-Suomen opiskelija-asuntosäätiö sr:n toimintakertomus 2015 n.d., 4.)

Säätiön taustalla vaikuttavat Jyväskylän kaupunki, Jyväskylän yliopiston ylioppilaskunta (JYY), Jyväskylän ammattikorkeakoulun opiskelijakunta JAMKO sekä ammattikoulun opiskelijakunta JAMO. Säätiön hallintoelimiä ovat valtuuskunta, hallitus ja asukas-toimikuntien yhteistyövaltuuskunta eli AsuVa. (Keski-Suomen opiskelija-asuntosäätiö sr n.d.)

KOAS toimii Jyväskylässä, jossa opiskelijoita on yhteensä noin 28 500. Jyväskylässä oli opiskelija-asuntoaikoja käytössä vuodenvaihteessa 6 526 kappaletta, joten opiskelijoista asuu vajaat 23 % opiskelija-asunnoissa. (Keski-Suomen opiskelija-asuntosäätiö sr:n toimintakertomus 2015 n.d., 4.)

Toimintavuoden 2015 päätteessä KOAS omisti ja hallinnoi 70 kerrostaloa, asuntoaikoja oli 4 165 ja asuinhuoneistoja oli vuoden lopussa yhteensä 2 369 kappaletta. Yksiöiden osuus asunnoista oli 32 %, perheasuntojen 30 % ja soluasuntojen 38 %. Asuntojen käyttöaste vuonna 2015 oli 96,5 %. Vuoden 2015 aikana KOASille tuli uusia asuntohakemuksia 7 840 kappaletta, joista voitiin päätellä yksiöiden ja keskustassa sijaitsevien asuntojen olevan kaikkein kysytyimpiä. (Keski-Suomen opiskelija-asuntosäätiö sr:n toimintakertomus 2015 n.d., 4.) KOASin asuntokohteiden iät vaihtelevat. KOAS Hospa on rakennettu vuonna 1957 ja KOAS Auvilankuja vuonna 1968. KOASin kohteita on myös rakennettu 1980, 1990 ja 2000-luvuilla. Uusimmat kohteet ovat vuonna 2016 valmistunut KOAS Heikinsilta, 2013 valmistunut KOAS Kotiraide ja 2011 valmistunut KOAS Laajavuori. (Kohteet n.d.)

## 2 ”Face Lift”- asuntojen ja rappukäytävien pintamateriaalikorjaus

KOAS Letkut –talot olivat tulleet rakennuksen elinkaareessaan siihen pisteeseen, että kohteessa oli asukasviihtyvyyden sekä asuntojen kunnan kannalta tarvetta asuntojen ja rappukäytävien pintamateriaalien korjaukselle eli ”Face Liftille”. Se toteutettiin loka- ja marraskuussa vuonna 2016. Korjaus ei estänyt asumista, mutta kahtena päivänä asukas ei voinut oleskella asunnossaan tiettyinä aikoina. (Lappalainen 2016.) ”Face Lift” ei vaikuttanut asuntojen vuokriin. Jokainen asukas sai remontin valmistuttua elokuvaliput kiitoksena yhteistyöstä.

”Face Liftissä” uudistettiin seuraavat asiat: (mt).

- keittiön kaapistojen ovet ja pöytätasot
- liesi ja jääkaappipakastin vaihdettiin
- valaisimet sekä hanat
- komerokaappien ovet ja huonokuntoiset väliovet
- asuntojen lattiat ja jalkalistat
- aulatilaa matto, lisäksi yhteiset tilat maalattiin

”Face Lift” toteutettiin kuhunkin asuntoon kahtena eri päivänä. Ensimmäisenä päivänä eli ns. keittiöpäivänä keskityttiin korjaustöihin keittiössä ja toisena päivänä, ns. lattiapäivänä, lattioihin, listoihin ja oviin. Keittiöpäivän ja lattiapäivän välissä oli yksi viikko. Työtä tehtiin asunnoissa klo 7.30- 18.00 välisenä aikana, jolloin asunnossa ei voinut oleskella. Asunnoissa tehtiin aina lattia- ja keittiöpäivien jälkeen loppusiivous, joka suoritettiin viimeistään klo 18:aan mennessä. Asukkaalle ilmoitettiin tekstiviestillä loppusiivouksen ollessa valmis, minkä jälkeen asuntoon sai palata. Lattiapäivän jälkeisenä päivänä asunnoissa tehtiin kodinkoneiden vaihtotyö, joka ei estänyt asunnossa olemista. (Mt.)

Kotoa pois olemisen lisäksi lattia- ja keittiöpäivä vaati asukkailta myös pakkaustoimenpiteitä sekä muita järjestelyjä korjaustöiden mahdollistamiseksi. KOAS toimitti asukkaille muuttolaatikoita ja jättesäkkejä tätä varten pakkausohjeineen. Asukkaiden ei tarvinnut pakata tai siirtää huonekaluja pois asunnosta, vaan remonttimiehet hoi-



tivat niiden tarvittavat siirtämiset. Kodinkoneiden vaihtotyö ei aiheuttanut asukkaalle mitään toimenpiteitä. (Mt.)

Asukkaiden oli mahdollista hyödyntää keittiö- ja lattiapäivien aikana Letkut –talojen kerhuhuonetta sekä Letkut A-talon tilaussaunaa väistötiloina. Asukkailla oli käytettävissä väistötiloissa keittiö ja wc. Asukkailla oli lupa ottaa väistötiloihin mukaansa mahdolliset lemmikit. (Mt.)

## "Face Liftistä" tiedottaminen

"Face Liftistä" tiedottaminen asukkailla alkoi helmikuussa 2016 ilmoittamalla asuntojen kunnon katselmuksesta sekä pääpiirteittäin, mistä "Face Liftistä" on kyse. Alla olevaan taulukkoon on koottu tiedotteita (Taulukko 1. Tiedotteita "Face Liftistä"). Tiedotteet lähetettiin sähköpostitse asukkailla. (Mt.) Tiedotteita löytyi myös porraskäytävistä, "Face Liftin" Facebook-ryhmästä ja KOAS Booking-palvelusta. Tiedotteita jaettiin myös asuntoihin.

Taulukko 1. Tiedotteita "Face Liftistä"

Helmikuu	Kesällä	Syyskuu	Lokakuu	Marraskuu
tiedote asuntojen kunnon katselmuksesta, joka suoritettiin 7.-8.3.2016	Tiedote "Face Liftistä": aikataulu, laajuus, käytännön järjestelyt, asukailta vaadittavat toimenpiteet, väistöilamahdollisuudet, keittiön mittojen mittaaminen	uusi, tarkempi tiedote "Face Liftistä", mukana pakkausohjeet ja tarkistuslista huolehdittavista asioista	3.10. tiedotus vesikatkoista arkaamuisin klo 7.30-8.30 välillä	11.11. tiedotus aulatilojen lattiaremontin aikataulusta, lattiaremontti ei estä kulkemista aulassa
samassa tiedotteessa pääpiirteittäin infoa "Face Liftistä"	tarkempi tiedote keittiökaluksien mittaustesta, mittausten ohessa valaisimet vaihdetaan, mittaukset ja valaisimien vaihto 8.-12.8.2016	27.9. muistutus "Face Liftin" alkamisesta 3.10. Lisätietoja muutolaatikoiden noudosta ja palautuksesta, pyydettiin lukemaan tarkkaan kaikki ohjeet.	14.10. lisäohjeita pakkaamiseen	22.11. tiedotettiin vielä korjattavista asioista, mm. porraskäytävien valaisimien vaihto, maalaus työt B-talossa 28.11. asti, B-talon aulatilat lattia valmistuminen 28.11.
		29.9. muistutettiin vielä "Face Liftin" alkamisesta sekä tekstiviestillä ilmoittamisesta asukkaalle, kun asuntoon voi palata remontin sekä siivouksen valmistuttua.	20.10. tiedote uusista hanoista ja vesimääristä. 26.10. tiedote porraskäytävien maalausten aikataulusta, kehoitettiin noudattamaan varovaisuutta porraskäytävissä.	22.11. laitatussa tiedotteessa kehoitettiin liikkumaan varovaisesti porraskäytävissä ja piha-alueella.

## **Rakennuksen elinkaari**

Kiinteistön elinkaari käsittää kaikki kiinteistön vaiheet maanhankinnasta ja kiinteistön mahdollisesta rakentamisesta sen hyödyntämisestä luopumiseen. Kiinteistön toiminnallinen, taloudellinen ja tekninen elinkaari muodostavat ketjun, joka muodostuu erilaisista sykleistä. Niitä ovat esimerkiksi käyttötarkoitukseen, omistamiseen ja liiketoimintaan perustuvat syklit. Kiinteistön elinkaari sisältää myös rakennuksiin ja rakennusosiin liittyvät erilliset elinkaaret. (Kiinteistöliiketoiminnan sanasto, 2. laitos 2012, 11.)

Rakennuksen elinkaari jaetaan rakennus- ja käyttövaiheeseen. Rakennuksen elinkaari alkaa raaka-aineiden hankinnasta ja materiaalien valmistuksesta, jonka jälkeen päästään rakentamiseen, johon kuuluvat suunnittelu- ja rakennustyöt. Käyttövaiheeseen sisältyvät rakennuksen energiankulutus, vedenkulutus, remontit, huolto ja korjaukset sekä viimeisenä purkaminen ja materiaalien kierrätys. (Rakennusmateriaalien hiilijalanjälki n.d., 4.)

KOAS Letkut –talot olivat ennen ”Face Liftiä” rakennuksen elinkaarensa siinä vaiheessa, että niihin oli suoritettu vuosikorjaustoimenpiteitä, vesikaton uusiminen ja yläpohjan lämmöneristeiden vaihto. Taloihin oli asennettu poistoilmalämpöpumppu. Lisäksi huoneistoissa oli tehty muun muassa muuttomaalauksia. (Tanskanen 2017.)

## **Vuosikorjaus**

Vuosikorjauksen voidaan määritellä olevan vuosikorjaussuunnitelmaan perustuvaa ennakoitavissa olevaa korjausta. Vuosittainen korjaustarpeiden kartoitus kuuluu yleensä kiinteistön vuosikorjaussuunnitelmaan. Kohteen käyttäjiltä voidaan kerätä kartoitusta varten palautetta ja ehdotuksia. (Kiinteistöliiketoiminnan sanasto, 2. laitos 2012, 40.) Vuosikorjauksessa huoneisto ja rakennus uudistetaan alkuperäistä vastaavaan kuntoon, esimerkiksi seinien maalaaminen, keittiön kaappien uusiminen. Remonteissa on usein kyse samanaikaisesti sekä vuosikorjauksesta että perusrakennuksesta. (Poistojen ja remonttikulujen vähentäminen vuokratulosta 2016.)

Keski-Suomen opiskelija-asuntosäätiö sr:ssä toimitaan jatkuvan kunnossapidon periaatteen mukaisesti. Jatkuvilla vuosikorjauksilla huolletaan kiinteistöjä ja korjaustoiminnalla pidetään ne kunnossa. (Tanskanen 2017.)

## Perusparannus

Perusparantaminen on korjausrakentamista, jossa kohteen laatutaso nostetaan huomattavasti alkuperäistä paremmaksi. Perusparannuksessa voidaan esimerkiksi parantaa rakennuksen energiataloutta tai liittää rakennus vesi- ja viemäriverkkoon. (Kiinteistöliiketoiminnan sanasto, 2. laitos 2012, 41.) Käytännössä perusparannusta ovat huoneiston tai rakennuksen laajentaminen, muutos- ja uudistustyöt. Kylmän varastotilan muuttaminen saunatilaksi, lämmitys- ja ilmanvaihtojärjestelmien parantaminen ja perusteiden ja kantavien rakenteiden parantaminen ovat esimerkkejä perusparantamisesta. (Poistojen ja remonttikulujen vähentäminen vuokratulosta 2016.)

## 3 Tutkimusasetelma

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, mitkä ovat KOAS Letkut –talojen asukkaiden kokemukset ”Face Liftistä”. Tutkimusongelmat tässä tutkimuksessa olivat KOAS Letkut –talojen asukkaiden kokemukset ”Face Liftistä” ja KOAS Letkut –talojen asukkaiden tyytyväisyys ”Face Liftiin”. Tutkimusongelmista johdatettiin tutkimuskysymykset:

- Mitä odotuksia asukkaalla on ”Face Liftistä”?
- Miten asukas kokee ”Face Liftin”?
- Miten ”Face Lift” onnistuu asukkaan näkökulmasta?
- Miten ”Face Liftiä” voisi kehittää?

Tämä tutkimus oli pääosin kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus. Tutkimuksessa käytettiin myös kvalitatiiviselle tutkimukselle ominaista menetelmää eli kyseessä oli triangulaatio. Tiedonkeruumenetelminä olivat puhelinhaastattelu ja kysely.

### 3.1 Tutkimusmenetelmät

Kanasen mukaan kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus alkaa tutkimusongelmasta ja sen määrittämisestä. Tutkimusongelmasta taas johdetaan tutkimuskysymykset, joihin haetaan vastaus aineistolla. Tutkimusprosessi voidaan jakaa myös tutkimuksen suun-

nittelu-, tiedonkeruu-, analyysi- ja tulkintavaiheisiin, mikä pätee myös kvantitatiiviseen eli määrälliseen tutkimukseen. Työkalut ja menetelmät kuitenkin ovat erilaiset kvalitatiivisen ja kvantitatiivisen tutkimusprosessin eri vaiheissa. Jos tutkittavaa ilmiötä ei tunneta, sen hahmottamiseen ja määrittämiseen käytetään kvalitatiivista tutkimusta. Sillä pyritään ilmiön syvälliseen ymmärtämiseen (Kananen 2008a, 24). Ilmiön ymmärtämisen jälkeen voidaan käyttää kvantitatiivista tutkimusta eli lukuja ja niiden välisiä suhteita, jotka mittaavat ilmiötä. (Kananen 2010, 36- 37.)

Tiedonkeruumenetelmät eroavat kvalitatiivisessa ja kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Kvalitatiivisen tutkimuksen tiedonkeruumenetelmiä ovat esim. havainnointi, haastattelu ja tekstianalyysi, joten tutkimuksen aineisto perustuu kirjoitettuihin teksteihin, puheisiin eli ei-numeraaliseen aineistoon. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa taas lasketaan määriä ja tiedonkeruumenetelmänä toimii mm. tutkimuslomake eli kyselylomake. (Kananen 2008b, 11.) Tämän tutkimuksen pääasialliseksi tiedonkeruumenetelmäksi valittiin nettikysely. Ilmiön ymmärtämiseksi ja luotettavuuden lisäämiseksi empiiristä tietoa kerättiin myös puhelinhaastattelujen avulla.

Puhelinhaastattelu on hyvä vaihtoehto tehtäessä puolistrukturoituja haastatteluja. Kananen mukaan (2008a, 73) puolistrukturoiduissa haastatteluissa on lomakekyselyn kysymykset ilman vastausvaihtoehtoja. Hirsjärvi ja Hurme (2011, 47) kuvailevat puolistrukturoija haastatteluja niin, että niissä kysymykset on määritelty ennakkoon, mutta haastattelija voi vaihdella niiden sanamuotoa ja järjestystä. Puhelinhaastattelulla voidaan tavoittaa kiireellisiä tai kaukana asuvia henkilöitä. Haastattelutekniikan tulee olla hieman toisenlainen kuin tavallisessa haastattelussa, esim. kysymysten pitää olla lyhyempiä ja puhenopeuden hitaampi kuin kasvokkain haastateltaessa. (Hirsjärvi & Hurme 2011, 65.)

Kyselylomakkeen tekeminen edellyttää tietoa ilmiöstä. Kyselylomake muodostuu kysymyksistä, joilla halutaan kerätä yksityiskohtaista numeraalista tietoa ilmiöstä. Kyselylomake on tärkeä testata ennen tiedonkeruuta, sillä virheellistä lomaketta on tiedonkeruvaiheen päätyttyä mahdotonta muuttaa. Nettikyselyssä toteuttamiskustannukset ovat olemattomat verrattaessa esim. postikyselyyn.

Tässä tutkimuksessa käytettiin siis sekä kvantitatiivista että kvalitatiivista tutkimusmenetelmää eli kyseessä on triangulaatio. Tämä menetelmä toimii ymmärryksen ja

luotettavuuden lisääjänä. Triangulaatio auttaa myös tarkastelemaan ilmiötä mahdollisimman monesta näkökulmasta. Kvalitatiivinen tutkimus luo ilmiön hahmottamisen lisäksi esiyymmärrystä kvantitatiiviselle tutkimukselle. Kvalitatiivisesta aineistosta on usein apua, kun laaditaan kvantitatiivisen tutkimuksen kyselylomaketta. (Kananen 2010, 72- 73.) Näistä edellä mainituista Kanasen esittämistä syistä tähän tutkimukseen valittiin osaksi tutkimusmenetelmää triangulaatio. Puhelinhaastattelulla pyrittiin saamaan mahdollisimman monipuolinen kuva ilmiöstä, jotta kyselylomakkeesta ei jäisi mitään oleellisia asioita pois.

Tutkittavien yksiköiden eli tutkimusobjektien määrä erottaa kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen tutkimuksen toisistaan. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkimusobjekteja on yksi tai muutama, kun taas kvantitatiivisessa tutkimuksessa tutkittavia on useita kymmeniä tai usein satoja. Kvantitatiivinen tutkimus mahdollistaa yleistämisen. (Kananen 2010, 38- 39.) Tähän tutkimukseen pääasiallisesti tutkimusmenetelmäksi valittiin kvantitatiivinen tutkimus, sillä se luo mahdollisuuden kerätä suurelta joukolta tutkittavia mielipiteitä sekä yleistää. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa tutkimusobjekteja kutsutaan populaatioksi ja otokseksi. Populaatio tarkoittaa kohderyhmää ja otos kohderyhmästä valittua ryhmää. Tässä tutkimuksessa kyselyn otannaksi valittiin kaikki KOAS Letkut –talojen asukkaat, joten mukana on kaikki populaation yksiköt. Kyseessä on siis kokonaistutkimus eli sensus. (Kananen 2010, 96.)

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa puhutaan teoreettisesta otannasta (Kananen 2008a, 34). Tutkittavien tulisi tietää ilmiöstä mahdollisimman paljon ja olla osuvia tutkittavan ilmiön kannalta (Kananen 2008a, 37). Tässä tutkimuksessa puhelinhaastatteluun valittiin sattumanvaraisesti haastateltavia kaikista KOAS Letkut –talojen asukkaista. Kaikki asukkaat olivat tutkittavan ilmiön kannalta osuvia, sillä ”Face Lift” koskettaa heitä kaikkia ja kaikkia on tiedotettu yhtä paljon.

### 3.2 Tutkimuksen toteutus

Ennen ”Face Liftin” alkamista KOAS Letkut –talojen asukkaille tehtiin ennakkohaastatteluita odotuksista ja sen hetkisestä tyytyväisyydestä ”Face Liftiä” kohtaan. Haas-

tattelu tapahtui puhelinhaastatteluna, ja kyseessä oli puolistrukturoitu haastattelu. Haastattelukysymykset löytyvät opinnäytetyön liitteistä (Liite 1. Haastattelukysymykset).

Haastattelu tehtiin viidelle asukkaalle. Vastaukset alkoivat toistaa itseään eli ne saturoituivat, joten haastateltavia ei sen vuoksi ollut enempää. Puhelut nauhoitettiin, ja nauhoitusten avulla haastateltavien vastaukset litteroitiin. Nauhoitus valittiin, koska kuten Kananenkin toteaa, nauhoituksen avulla tutkija voi keskittyä itse haastatteluun eikä muistiinpanojen tekemiseen. Tallenteisiin on myös helppo jälkeinpäin palata, joten senkin takia haastattelut päätettiin nauhoittaa. Digitaalisiin tallenteisiin ei voi aina täysin varmasti luottaa, sillä niihin liittyy omat riskinsä esim. toimivuuden suhteen. Siksi haastattelijä teki haastattelun aikana hieman muistiinpanoja pääkohdista. Vaiva olisi ollut paljon isompi, jos haastatteluja ei olisi tallennettu ja paljon aineistoa olisi jäänyt tutkijalta dokumentoimatta. Nauhoitus mahdollistaa myös haastateltavan olemuksen, äänenpainon ja puheen taukojen taltioimisen, sillä ne voivat olla tutkijalle tärkeää tietoa analysoitaessa vastauksia. (Kananen 2010, 58.)

Jotta äänitetiedostoihin tallentuneet vastaukset saatiin helpommin analysoitavaan muotoon, vastaukset litteroitiin. Litterointi on erilaisten tallenteiden, kuten juuri esimerkiksi äänitteiden kirjoittamista kirjalliseen muotoon. Näin aineistoa voidaan käsitellä manuaalisesti tai ohjelmallisesti erilaisilla analysointimenetelmillä. Litteroinnissa on eri tasoja ja tekniikoita tarkkuuden suhteen. Tässä tutkimuksessa käytettiin yleiskielistä litterointia eli teksti muunnettiin kirjakielelle. Lisäksi ylimääräinen tekstiaineisto eli kuorutus poistettiin aineiston käsittelyn helpottamiseksi. Kananen toteaa, että usein litteroinnissa riittää lauseen ytimen huomioiminen. (Kananen 2010, 58-59.)

### **Asukaskysely**

Asukaskyselyä asukkaiden kokemuksista ” Face Lift”-asuntojen ja rappukäytävien pintamateriaalikorjauksesta alettiin työstää lokakuussa 2016. Toimeksiantaja sekä opinnäytetyön ohjaaja kommentoivat alustavaa kyselyä, minkä jälkeen kysely vielä viimeisteltiin. Kyselyä testattiin seitsemällä ulkopuolisella testivastaajalla, minkä jälkeen kyselyyn tehtiin viimeiset muutokset. Kysely tehtiin Webropol-ohjelmalla.

Kaikille KOAS Letkut –talojen asukkaille lähetettiin sähköpostilla kysely ”Face Lift”-asuntojen ja rappukäytävien pintamateriaalikorjauksesta marraskuun 2016 lopulla, jolloin ”Face Lift” oli saatu päätökseen lähes kaikissa asunnoissa. Kysely lähetettiin yhteensä 127 vastaajalle. Kyselyssä vastaajien oli mahdollista osallistua elokuva-sarjalipun arvontaan.

Kyselyä pidettiin vastattavissa noin kaksi viikkoa. Muistutusviesti lähetettiin kyselyn oltua vastattavissa viikon ajan. Asukkaille laitettiin ”Face Liftin” Facebook-ryhmään myös muistutus kyselystä. Ennen muistutusviestiä kyselyyn vastanneita oli 43 ja muistutusviestin jälkeen 61, joten vastausprosentti nousi 42 prosentilla. Vastausprosentin nousu muistutusten myötä lasketaan kaavalla:

$$\frac{(\text{Kyselyyn vastaajat muistutuksen jälkeen} - \text{kyselyyn vastaajat ennen muistutusta})}{\text{Kyselyyn vastaajat ennen muistutusta}} =$$

$$\frac{(61 - 43)}{43} = 0,4186 \approx 42 \% .$$

Vastausprosentiksi saatiin 48 %. Vastausprosentti lasketaan kaavalla:

$$\frac{\text{Kyselyyn vastanneet}}{\text{Kyselyn saaneet}} = \frac{61}{127} = 0,480 \approx 48 \%$$

### 3.3 Asukaskyselyn rakenne

Kysely asukkaiden kokemuksista ”Face Lift”-asuntojen ja rappukäytävien pintamateriaalikorjauksesta rakentui tutkimuskysymysten pohjalta. Toimeksiantaja halusi kyselyyn muutamia tiettyjä kysymyksiä, jotka huomioitiin ja sisällytettiin kyselyyn. Kysely muodostui 16 kysymyksestä, valinta- ja matriisikysymyksistä sekä kahdesta avoimesta kysymyksestä, joista toinen sisältyi valintakysymykseen. Kyselyn alkuun kirjoitettiin saatekirje, josta kävi ilmi tutkimuksen tavoite, toimeksiantaja, tutkija sekä mahdollisuus osallistua arvontaan. Asukaskyselylomake on opinnäytetyön liitteissä (liite 2. Asukaskysely).

Taustatiedoissa haluttiin selvittää vastaajan sukupuoli, ikä, asuintalo, asuntotyyppi sekä asumisaika KOAS Letkut –kohteessa. Taustatietokysymykset olivat valintakysy-



myksen muodossa. Ensimmäinen kysymys ”Face Liftistä” selvitti vastaajan odotuksen ylittymisen, täyttymisen tai alittumisen ”Face Liftistä”. Seuraavaksi vastaaja arvioi matriisikysymyksessä tiedottamiseen liittyviä väittämiä. Sen jälkeen vastaajalta kysyttiin tyytyväisyyttä ”Face Liftin” laajuuteen ja sisältöön valintakysymyksen avulla. ”En”- vastausvaihtoehdon kohdalla oli avoin kysymys: ”Miksi? Mitä olisit kaivannut lisää tai mitä olisit halunnut jätettävän pois?” Tämän jälkeen vuorossa oli taas matriisikysymys, jossa vastaaja arvioi suhtautumistaan ”Face Liftin” käytännön järjestylihin ja toteutukseen liittyviin väittämiin. Seuraavaksi valintakysymyksen muodossa kysyttiin mahdollisista asumisen haitoista. Tämän jälkeen kysyttiin matriisikysymyksen muodossa lopputulokseen liittyviä mielipiteitä, mitä seurasi valintakysymys ”Olitko itse halunnut valita asuntoosi ”Face Liftissä” käytettävät materiaalit ja niiden värit?” Seuraavaksi oli jälleen matriisikysymys, joka koski tyytyväisyyttä ”Face Liftissä” uudistettuihin asioihin. Sitä seurasi valintakysymys, jossa vastaajaa pyydettiin antamaan yleisarvosana ”Face Liftistä” kouluarvosanalla. Viimeinen kysymys oli avoin, jossa vastaaja sai kommentoida vapaasti ”Face Liftiä” ja antaa kehittämisehdotuksia. Kyselyn lopussa oli yhteystietolomake, johon arvontaan osallistuvat vastaajat saivat jättää yhteystietonsa.

### 3.4 Aineiston analysointi

Puhelinhaastattelujen analyysimenetelmänä käytettiin teemoittelua. Hirsjärvi ja Hurme (2011, 173) määrittelevät teemoittelun sellaisten aineistosta nousevien piirteiden tarkkailuksi, mitkä ovat yhtenäisiä usealle haastateltavalle. Teemoittelu valittiin analyysimenetelmäksi, koska sen avulla vastauksista saatiin keskeiset asiat nostettua esiin.

Asukaskyselyn tulokset analysoitiin Webropol-ohjelmalla. Analyysimenetelminä käytettiin suoria jakaumia, painotettua ja aritmeettista keskiarvoa. Avointen kysymysten vastuksia käsiteltiin Webropolin Text Mining-ohjelmalla. Osa tuloksista esitetään suorilla jakaumilla, sillä ne ovat yksinkertaisin yhden muuttujan ominaisuuksien kuvaamisessa käytetty havainnollistamis- ja tiedon tiivistämiskeino (Kananen 2011, 74). Mielipidekysymysten tulkinnassa käytettiin painotettua keskiarvoa, sillä se on pro-

senttilukuja havainnollisempi (Kananen 2011, 96). Aritmeettista keskiarvoa käytettiin, kun analysoitiin kouluarvosana-asteikolla annettuja yleisarvosanoja ”Face Liftistä”. Aritmeettiseen keskiarvoon päädyttiin, sillä se oli yksinkertaisin ja luontevin tapa, kun kyseessä oli kouluarvosana-asteikko. Aritmeettinen keskiarvo saadaan summamalla kaikki havaintojen arvot yhteen ja jakamalla saatu summa havaintojen määrällä (Keskiluvut 2003).

### 3.5 Luotettavuus

Kvantitatiivisessa ja kvalitatiivisessa tutkimuksessa luotettavuutta tarkastellaan eri tavoilla. Käsitteet reliabiliteetti ja valideetti esiintyvät kvantitatiivisen tutkimuksen luotettavuuden käsittelyssä. Reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimustulosten pysyvyyttä. Eli sitä, jos sama tutkimus tehdään uudelleen, saadaan samat tulokset. Uusintatutkimus onkin ainut keino varmistaa reliabiliteetti. Usein uusintatutkimus on hankala tehdä, sillä käytännössä se on vaikeaa ja kallista havaintoyksiköiden suuren määrän takia. Uusintamittauksella ei voi taata reliabiliteettia, koska tutkittava ilmiö voi muuttua ajan myötä. Uusintatutkimus pitää tehdä samoille henkilöille. Tutkimus sinänsä, voi vaikuttaa tutkittaviin, sillä he alkavat kiinnittää huomioita enemmän tutkimuksessa ilmenneisiin asioihin, mikä voi muuttaa heidän vastauksiaan uusintatutkimuksessa. Reliabiliteetin alakäsitteitä ovat stabiliteetti ja konsistenssi. Stabiliteetti mittaa mittarin pysyvyyttä ajassa ja konsistenssi puolestaan sitä, että mittarin eri osatekijät mittaavat samaa asiaa. (Kananen 2010, 128- 129.)

Valideetti tarkoittaa sitä, että tutkitaan oikeita asioita tutkimusongelman kannalta. Valideetti voidaan jakaa ulkoiseen ja sisäiseen valideettiin. Kvantitatiivisella tutkimuksella pyritään yleistämään eli, että tutkimustulokset pätevät samanlaisissa tilanteissa. Ulkoinen valideetti mittaa tutkimustulosten yleistettävyyttä, ja onkin siksi tärkeämpi kuin sisäinen valideetti. Jotta yleistäminen on mahdollista, on tutkittavan ryhmän eli otoksen vastattava täysin sitä ryhmää, johon yleistys aiotaan kohdistaa. Jos tehdään kokonaistutkimus niin kuin tässä tutkimuksessa, ei ulkoisesta valideetista tarvitse huolehtia. Sisäinen valideetti jaetaan sisältö-, rakenne- ja kriteerivalideettiin. (Kananen 2010, 128- 129.) Sisäinen valideetti merkitsee oikeaa syy-

seuraus- suhdetta. Sisältövaliditeetti tarkoittaa oikeiden mittarien käyttöä. Mittarin laatiminen tarkasti on tärkeää, jotta mittari mittaa juuri oikeaa asiaa. Käsite- eli rakennevaliditeetti mittaa, kuinka hyvin tutkimuksen käsitteet on johdettu teorioista. Kriteerivaliditeetissa käytetään muita vastaavien tutkimusten tuloksia omien tutkimustulosten tukena. Reliabiliteetti ei takaa validiteettia. (Kananen 2011, 121- 123.)

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa dokumentaatio on erittäin tärkeää. Tutkijan täytyy perustella kaikki tekemänsä ratkaisut ja valinnat, jotta tutkimus olisi mahdollisimman uskottava. Tuloksin ristiriidattomuus on yksi kvalitatiivisen tutkimuksen luotettavuuskriteereistä. Tutkimusaineisosta voidaan tehdä erilaisia tulkintoja. Tuloksin voi varmistaa niin, että toinen tutkija tulee samaan johtopäätökseen. Tutkimuksen luotettavuutta lisää siis, jos kaksi tutkijaa päätyy samaan lopputulokseen. Jos halutaan selvittää luotettavuus tutkitun kannalta tutkija voi luettaa aineiston ja tuloksin sillä, jota se koskee. Tutkija voi esimerkiksi luettaa teemahaastattelun aineiston ja tuloksin haastateltavalleen, jonka jälkeen haastateltava joko vahvistaa tai kieltää tuloksin ja tutkimustuloksen. Jos vastaukset alkavat toistaa itseään, on kyseessä saturaatio. Se on yksi kvalitatiivisen tutkimuksen luotettavuuskriteeri. Tosin sitä ei välttämättä kannata pitää luotettavuuskriteerinä, jos kyseessä on ainutlaatuinen ilmiö tai havaintoyksiköitä on vain yksi. (Kananen 2010, 69- 71.) Tässä tutkimuksessa puhelinhaastattelujen osalta tapahtui saturaatio, joten sen perusteella tutkimusta voidaan pitää luotettavana.

## 4 Opiskelija-asuminen Suomessa

Asuminen on perustarve. Muutokset asumistavoissa ovat olleet melko pieniä, asunnot ja talotyypit ovat noudattaneet viime vuosikymmenet varsin samaa linjaa. (Kahri, Enkovaara, Anttonen, Viita, Ilonen & Kämäräinen 2011, 6.) Väestön nopea ikääntyminen, nuorten muuttaminen omiin asuntoihin ja avio- ja avoerojen määrän kasvu on aiheuttanut asuntokuntien pienenemisen 1980- luvun alusta lähtien jatkuen koko ajan (Kahri ym. 2011, 8).

Uusi yksilöllinen kulttuuri ja elämäntapojen moninaistuminen asettuvat vastakkain ahtaan asumisen yleisyyden, omillaan selviämisen kulttuurin, myöhäisen teollistumi-

sen ja kaupungistumisen, asumisen vaivattomuuden ja pienten sosiaalisten erojen kanssa (Juntto 2010, 18). Asumisen uudet kehityssuunnat painottavat laadun merkitystä, yksilöllisiä valintoja sekä asukkaiden toiveiden huomioon ottamista (Juntto 2011).

Korkeakouluopiskelijat Suomessa muuttavat useimmiten omaan asuntoon korkeakouluopintojen alkaessa. Suomi on poikkeuksellinen muihin Euroopan maihin verrattuna, sillä ainoastaan neljä prosenttia korkeakouluopiskelijoista asuu vanhempiensa luona. Syynä tähän lienee Suomen yksilökeskeinen ja itsenäistymistä korostavasta kulttuuri sekä maan maantieteellinen koko. Suomi on pinta-alaltaan suuri maa, ja korkeakouluopintojen aloittaminen tarkoittaa usein myös pois muuttamista syntymäpaikkakunnalta. (Kunttu 2011, 62.)

Kotoa pois muuttaneet eli 96 prosenttia korkeakouluopiskelijoista jakaantuvat asumaan erityisten opiskelija-asuntojen (29 prosenttia) ja yksityisten asuntomarkkinoiden (68 prosenttia) välillä. Viime aikoina perinteisestä soluasumisesta on siirrytty kohti pien- ja perheasuntoja, mutta opiskelija-asunnoilla on kuitenkin edelleen tärkeä merkitys opiskelijoille. (Kunttu 2011, 62-63.)

Hyvin useat opiskelijat arvostavat asumisessaan opiskelupaikan läheisyyttä, asunnon kokoa ja vuokran edullisuutta (Sedig 2012, 8). Asumisen kustannukset vaikuttavat opiskelijan toimeentuloon merkittävästi, sillä hyvin suuri osa opiskelijoiden tuloista kuluu asumiskustannusten kattamiseen. Yksityisillä asuntomarkkinoilla opiskelijalta kuluu asumiseen noin 400 euroa kuukaudessa ja opiskelija-asunnossa asuvalta noin 30 prosenttia tätä vähemmän. (Kunttu 2011, 63.)

Opiskelija-asuntojen ylläpito eroaa yleisestä eurooppalaisesta käytännöstä asumismuodon lisäksi. Muualla Euroopassa korkeakoulujen oma rooli asuntojen tarjoajana on suuri. Suomessa taas korkea-asteella se on olematon. Asuntoa tarjoavat lähinnä yleishyödylliset opiskelija-asuntosäätiöt ja osakeyhtiöt. (Kunttu 2011, 63.) Ne ovat opiskelijajärjestöjen ja/tai kaupunkien hallitsemissa voittoa tavoittelemattomia yleishyödyllisiä yhteisöjä, joiden ansiosta opiskelupaikkakunnilla on tarjolla kohtuuhintaisia asuntoja (Opiskelijoiden asumisasiat n.d.). Opiskelijoiden edustus yhteisöjen eri toimielimissä on merkittävä, sillä osa opiskelija-asuntoyhteisöistä on alun perin opiskelijoiden perustamia (Kunttu 2011, 63).

Asumis- ja kehittämiskeskus ARA:n kanssa yhteisöt rakentavat opiskelija-asuntoja, joiden asumisoikeus on rajattu vain opiskelijoille (Kunttu 2011, 63). ARA tukee opiskelija-asuntojen rakentamista ja perusparantamista erityisryhmien investointiavustuksien ja korkotukien avulla. Opiskelijat luetaan avustusten osalta erityisryhmien ensimmäiseen tukiluokkaan, joilla asunto-olot ovat kehnot ja tulot poikkeuksellisen pienet ja jossa investointituen enimmäismäärä on kymmenen prosenttia hankkeen hyväksyttävistä kustannuksista. (Sedig 2012, 8.)

### **Opiskelija-asumisen ominaispiirteet**

Korkeakouluopiskelijoiden elämänvaiheeseen liittyy olennaisesti nopeat elämäntilanteen muutokset, jotka vaikuttavat asuntotarpeeseen. Keskimääräinen asumisaika samassa opiskelija-asunnossa jää noin vuoteen esimerkiksi parisuhteen muutoksien ja vaihto-opiskelun takia. (Kunttu 2011, 63.) Sedigin (2012, 8) mukaan asuntojen pieni koko, asukkaiden nopea vaihtuvuus, ja siitä johtuva asuntojen tavanomaista nopeampi kuluminen sekä asuntojen tyhjillään olo kesäaikana ovatkin opiskelija-asuntojen erityispiirteitä.

Voimakas vaihtelu vuodenaikojen mukaan on opiskelija-asuntojen kysynnälle hyvin tyypillistä. Sedig toteaa, että syksyisen kysyntähuipun jälkeen tapahtuu kysynnän tasaantuminen joulukuun mennessä. Opiskelija-asuntoja vapautuu keväällä todella paljon opintojen päättymisen johdosta, mikä luonnollisesti lieventää tilannetta kysynnän jälleen kasvaessa syksyllä. (Sedig 2012, 12.)

### **Opiskelija-asunnot**

Keskeisten koulutuspaikkakuntien opiskelija-asuntoyhteisöillä oli yhteensä vuoden 2011 päätteessä 36 819 asuntoa ja 65 302 asuntopaikkaa. Opiskelija-asuntoihin asumisoikeutettuja ovat kaikki peruskoulun jälkeisissä oppilaitoksissa perus- tai jatkokutkintoa suorittavat, opintotukeen oikeutetut henkilöt. Tutkinto-opiskelijoiden asumisoikeus tarkistetaan määrävälein. (Sedig 2012, 10.)

Ympäristöministeriön julkaiseman Opiskelija-asumisselvityksen 2012 mukaan, opiskelija-asunnoista oli vuonna 2011 yksiöitä 38 %, kaksioita 46 %, kolmioita 14,4 % ja neljä huonetta ja keittiö tai isompia asuntoja 1,6 %. Kalustamattomat pienasunnot, erityisesti yksiöt ovat kaikkein kysytyimpiä. (Sedig 2012, 12.)

## 5 Opiskelija-asuminen palveluna

Tässä luvussa käsitellään palvelua, laatua ja asumisen palveluita. Luvussa tullaan esittelemään myös asiakkaisiin liittyviä käsitteitä; asiakaskokemus, asiakastyytyvyys, asiakasymmärrys ja asiakaslähtöisyys. Niitä voidaan jossain määrin soveltaa yhtälailla asukkaisiin, sillä esimerkiksi KOASin asukkaat ovat nimenomaan asiakkaita. Virallisia määritelmiä asukkaisiin viittaavilla termeillä ei ole. Asiakkaisiin viittaavia määritelmiä voidaan käyttää asukkaisiin soveltamalla, esimerkiksi asiakaslähtöisyyden määritelmää asukaslähtöisyyteen. Tässä luvussa käsitellään myös asumistyytyvyyttä.

### 5.1 Palvelu

Palvelu on laaja-alainen käsite ja siitä löytyy monia erilaisia määritelmiä. Grönroos määrittelee palvelun seuraavasti: Palvelu on ainakin jossain määrin aineeton teko tai tekojen ketju, jossa asiakkaan ongelma ratkaistaan tavallisesti siten, että asiakas, palveluhenkilökunta ja/ tai fyysisten resurssien tai tavaroiden ja/ tai palvelujen tarjoajan järjestelmät ovat vuorovaikutuksessa keskenään. (Grönroos 2000, 52.) Ylikoski taas määrittelee palvelun näin: ”palvelu on teko, toiminta tai suoritus, jossa asiakkaalle tarjotaan jotain aineetonta, joka tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti ja joka tuottaa asiakkaalle lisäarvoa; ajansäästöä, helppoutta, mukavuutta, viihdettä tai terveyttä” (Ylikoski 2000, 20).

Grönroosin mukaan useimmille palveluille on neljä peruspiirrettä (Grönroos 2000, 53):

1. Palvelut ovat jossain määrin aineettomia.
2. Palvelut ovat tekoja tai niiden sarjoja.
3. Palvelut tuotetaan ja kulutetaan ainakin jossain määrin samaan aikaan.
4. Asiakas osallistuu jollakin tavalla tuotantoprosessiin.

Palvelut ovat heterogeenisiä eli vaihtelevia, koska tuotanto- ja jakeluprosessiin vaikuttavat ihmiset, joko henkilökunta tai asiakkaat tai molemmat. Tämä tarkoittaa sitä, että palvelu ei koskaan toistu täysin samanlaisena. Palvelujen johtamiselle heterogeenisyys voikin aiheuttaa ongelmaksi sen, kuinka pitää koettu palvelun laatu saman-

laisena jokaiselle asiakkaalle ja samoille asiakkaille yhä uudestaan. (Grönroos 2000, 55.)

### **(Palvelun) Laatu**

Laatu tarkoittaa sitä, miten hyvin asiakkaan tarpeet ja toiveet tyydyttyvät, eli miten hyvin tuote (tavara tai palvelu) vastaa asiakkaan odotuksia tai vaatimuksia. Laatua voidaan myös kuvailla niin, että se on asiakkaan muodostama yleinen tulkinta tuotteen tai palvelun onnistuneisuudesta. Laatua tulisi aina tarkastella asiakkaan näkökulmasta, sillä asiakas on laadun tulkitsija. (Ylikoski 2000, 118.) Webster toteaa, että asiakas pitäisi laittaa aina etusijalle. Hänen mukaan asiakasnäkökulman lisäksi yritysten muita käyttämiä näkökulmia laadun tarkasteluun ovat tuoteorientoitu ja tekninen laatu. Myös laadun keskittäminen organisaation henkilöstöön sekä heidän johtamiseen ovat näkökulmia laadun tarkastelussa. (Webster 1994, 66.)

Asiakkaan kokemus laadusta muodostuu kolmesta osatekijästä, jotka ovat tekninen eli lopputuloslaatu, toiminnallinen eli prosessilaatu ja asiakkaan mielikuva organisaatiosta, organisaatiokuva/ yrityskuva eli imago. Eli asiakkaan kokemus laadusta perustuu siitä, mitä asiakas palvelun lopputuloksena saa ja miten varsinainen palveluprosessi sujui. Imago on laatukokemuksen suodatin, jonka läpi asiakas näkee teknisen ja varsinkin toiminnallisen laadun. Hyvä imago mahdollistaa asiakkaan yrityksen satunnaisista, pienistä ja joskus isommistakin virheistä huolimatta kokemaan palvelun laadun tyydyttäväksi. Sen sijaan huono imago voimistaa asiakkaan huonoja kokemuksia entisestään. (Ylikoski 2000, 118.)

Odotuksilla on merkittävä osuus asiakkaan laatukokemuksessa. Ylikosken mukaan laadun arvioinnissa odotukset muodostavat asiakkaalle ikään kuin pelin, johon hän peilaa palvelukokemustaan. Asiakkaan vertaillessa odotuksia ja kokemuksia keskenään hänelle muodostuu käsitys siitä, millaista laatua hän on saanut. Asiakas arvioi palvelua sekä koko palveluprosessin ajan että sen jälkeen. Laatu on hyvää tai hyväksyttävää, jos odotukset täyttyvät. Laatu koetaan huonoksi, jos odotukset alitetaan. (Ylikoski 2000, 120.) Websterin (1994, 67) mielestä iso ongelma on, että asiakkaat voivat vaihdella ja nostaa odotuksiaan.

Asiakkaalla on jo odotuksissaan mukana laadun arvioinnin kriteerit, koska palvelun laatu muodostuu odotusten ja kokemusten vertailuna. Palvelun laatutekijät eli laa-

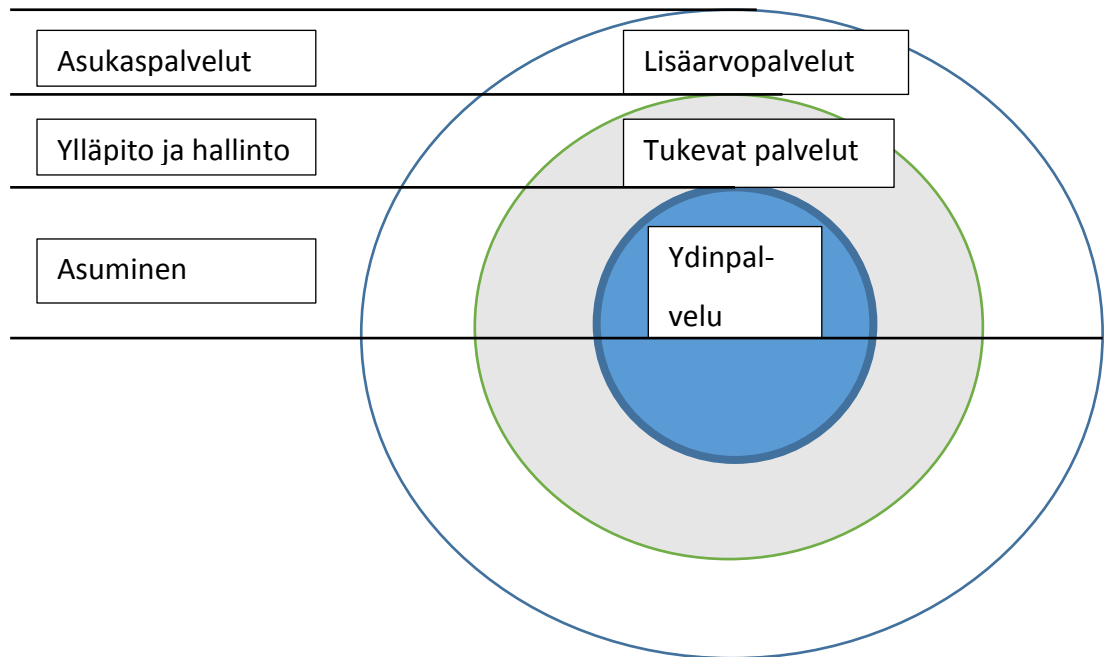
dun ulottuvuudet jaetaan seuraavaan kymmeneen eri tekijään: (Ylikoski 2000, 126-129.)

- Luotettavuus
- Reagointialttius
- Pätevyys
- Saavutettavuus
- Kohteliaisuus
- Viestintä
- Uskottavuus
- Turvallisuus
- Asiakkaan ymmärtäminen/ tunteminen
- Palveluympäristö.

### **Asumisen palvelut**

Asumiseen liittyvän palvelun näkökulmasta voidaan erilaisia palvelutoimintoja tarkastella asukkaiden ympärille rakentuvana kokonaisuutena. Ydinpalveluna on asunto, joka tyydyttää asiakkaan asumisen tarpeen. Asumista tukevia palveluja ovat muun muassa kiinteistöjen hallinnointiin, huoltoon ja ylläpitoon liittyvät palvelut, jotka mahdollistavat viihtyisän ja turvallisen asumisen. Asukkaille tarjottavana lisäarvopalveluina toimivat erilaiset asukaspalvelut, jotka palvelevat asukkaita erilaisissa asumiseen ja päivittäiseen elämiseen liittyvissä asioissa. Niiden merkitys kasvaa, kun elämiseen liittyvät palvelutarpeet muuttuvat eri elämänvaiheissa. Asiakkaan ympärille rakentuvaa kokonaisuutta asumisen palvelutoiminnoista kuvaa alla oleva kuvio 1. ”Asumisen palveluliiketoiminnan tasot”. (Huuskonen, Siltaloppi & Puhto 2013, 12.)





Kuvio 1. Asumisen palveluliiketoiminnan tasot (Huuskonen, Siltaloppi & Puhto 2013, 12.)

## 5.2 Asiakaskokemus

”Asiakaskokemus on niiden kohtaamisten, mielikuvien ja tunteiden summa, jonka asiakas yrityksen toiminnasta muodostaa.” Näin asiakaskokemuksen määrittelevät Löytänä ja Kortesus. Asiakaskokemus on henkilön tekemien yksittäisten tulkintojen summa. Siihen vaikuttavat paljon myös tunteet ja alitajuisesti tehdyt tulkinnat. Löytänä ja Kortesus toteavat, että sen takia ei ole täysin mahdollista vaikuttaa asiakkaan muodostamaan asiakaskokemukseen. Organisaatiot voivat kuitenkin valita, millaisia kokemuksia yrittävät päästä luomaan. (Löytänä & Kortesus 2011, 11.)

Fischer ja Vainio määrittelevät asiakaskokemuksen olevan sellainen tunne ja kokemus, joka saa asiakkaan palaamaan uudestaan sekä kertomaan muille myönteisestä kokemuksestaan. Asiakaskokemukseen vaikuttaa asiakkaan yksilöllinen odotusarvo. Palveluntarjoajan on siis vaikea tietää, mitkä asiat vaikuttavat eniten kulloiseenkin kokemukseen. Asiakkaan huomioiminen, kuunteleminen, pyrkiminen ymmärtämään hänen tilannettaan, yhteyden pitäminen asiakkaaseen sekä hänen kysymyksiinsä vastaaminen viipymättä luovat positiivista asiakaskokemusta. Lupauksien pitäminen

ja korkea palvelun laatu ovat myös tärkeitä positiivisen asiakaskokemuksen edellyttämiseksi. (Fischer & Vainio 2014, 9.)

Toisin kuin moni saattaisi ensimmäisenä ajatella, asiakaskokemukseen vaikuttavat kaikki yrityksen toiminnot eikä vain lähimpänä asiakasta olevat toiminnot, kuten asiakaspalvelu ja myynti. Esimerkiksi talousosasto huolehtii laskujen sisällöstä ja ICT-osasto asiakkaille tarkoitetuista sähköisistä palveluluista. (Löytänä & Kortesus 2011, 24.) Asiakaskokemusajattelu sisältää siis sen, että asiakas on ikään kuin siirrettävä keskiöön näiden toimintojen välille. Jokaisessa toiminnossa tulisi olla tietyt toimintatavat, jotka tukevat organisaation tavoitteiden mukaista asiakaskokemusten syntymistä. (Löytänä & Kortesus 2011, 26.) Läpinäkyvyys, prosessien riittävä yksinkertaisuus sekä koulutus, miten oma työtehtävä vaikuttaa palveluketjun onnistumiseen ovat tärkeitä, jotta jokainen yksilö ja yksikkö voivat ymmärtää, miten oma toiminta vaikuttaa asiakaskokemuksen synnyttämiseen (Fischer & Vainio 2014, 9).

Löytänä ja Kortesus esittelevät psykologiselta kannalta neljä näkökulmaa, joista asiakaskokemus myös muodostuu. Huono palvelu voi pahimmassa tapauksessa loukata asiakkaan identiteettiä, jolloin asiakaskokemus on erittäin huono. Paras asiakaskokemus vahvistaa asiakkaan minäkuvaa. Esimerkiksi vahvasti ympäristötietoinen ihminen on iloinen löytäessään luomuleivän. Kysymys ei ole enää vain leivän laadusta tai mausta vaan myös identiteetin muodostumisesta. Ensimmäinen Löytänen ja Kortesuson näkökulma on siis minäkuvan tukeminen. Toisena tulee myönteinen yllättäminen sekä elämyksien luominen. Asiakaskokemus on sitä vahvempi, mitä vahvempia tunteita, kohtaamisia ja mielikuvia asiakkaalle syntyy. Näiden aikaansaamiseksi tarvitaan elämyksiä. Löytänä ja Kortesus tarkoittavat elämyksellä voimakasta, positiivista kokemusta, johon liittyy onni, ilo, ilahtuminen tai oivallus. Tällaiseen elämykseen liittyy vahvasti myönteinen yllättyminen. (Löytänä & Kortesus 2011, 43- 45.)

Mieleen jääminen sekä asiakkaan saaminen haluamaan lisää ovat myös psykologisia näkökulmia asiakaskokemukseen. Tavallisuus ja keskinkertaisuus unohtuvat asiakkaalta helposti. Hyvää asiakaskokemusta voidaan analysoida mittaamalla asiakkaiden muistijälkiä ja niiden positiivisuutta. Kun asiakkaalla on organisaatiosta positiivinen muistijälki, hänellä on ollut positiivinen kokemus. Asiakkaan saaminen haluamaan lisää tarkoittaa sitä, että asiakaskokemuksen pitää luoda asiakkaalle mieli-

hyvää. Asiakas palaa myöhemmin käyttämään palvelua, jonka tuottama kokemus on ilahduttanut hänet. (Löytänä & Korteso 2011, 48- 49.)

Asiakaskokemukset voidaan jaotella kolmeen eri tasoon. Satunnainen kokemus vaihtelee paikan, ajan ja varsinkin siihen osallistujien mukaan. Odotettavissa oleva kokemus on suunniteltu, käsittää aina tietyn elementin ja on riippumaton paikasta ja ajasta. Johdettu kokemus on erottuva ja asiakkaalle arvoa tuottava. Asiakkaan kokema arvo tarkoittaa yksinkertaisuudessaan saatujen hyötyjen ja tehtyjen uhrausten erotusta. Johdettu kokemus on suunniteltu sekä paikasta ja ajasta riippumaton. (Löytänä & Korteso 2011, 50- 54.)

### 5.3 Asiakastyytyväisyys

Beard (2014) määrittelee asiakastyytyväisyyden olevan markkinoinnin termi, joka mittaa, kuinka yrityksen tuote tai palvelu täyttää asiakkaan odotukset. Asiakas käyttää palvelua, sillä hän haluaa tyydyttää jonkin tarpeen. Asiakkaalla on usein tiedostamattomia palvelujen käyttömotiveja, kuten esimerkiksi yhteenkuuluvuuden ja itsearvostuksen tarpeiden tyydyttäminen. Tiedostettu tyytyväisyyden kokemus asiakkaalla liittyy taas selvästi siihen, minkälaisen ”hyötykimpun” hän palvelun ostaessaan saa. Palvelun ominaisuudet ja palvelun käytön seuraukset tuottavat tyytyväisyyttä. (Ylikoski 2000, 151.) Webster (1994, 1) toteaa, että tyytyväinen asiakas maksaa tarpeeksi hyvin yrityksen tuotteesta tai palvelusta havaitessaan tuotteen tai palvelun arvon.

Usein termejä tyytyväisyys ja laatu käytetään arkikielessä toistensa synonyymeina, mutta tyytyväisyys on laatua laajempi käsite. Palvelun laatu onkin vain yksi asiakastyytyväisyyteen vaikuttavista tekijöistä. (Ylikoski 2000, 149.) Muita asiakastyytyväisyyteen vaikuttavia tekijöitä ovat:

- Luotettavuus
- Reagointialttius
- Palveluvarmuus
- Empatia
- Palveluympäristö (ja muut konkreettiset asiat).

Nämä tekijät yhdessä palvelun ja mahdollisten tavaroiden laadun ja hinnan kanssa vaikuttavat asiakastyytyväisyyteen, johon ovat erilaiset tilanne- ja yksilötekijät ovat myös sidoksissa. Ylikosken mukaan asiakkaan palvelukokemukseen vaikuttaa se, paljonko asiakas kokee itse panostavansa palvelun saamiseen verrattuna samaansa hyötykimppuun, mistä käytetään nimitystä asiakkaan saama arvo. Se luo myös asiakastyytyväisyyttä. (Ylikoski 2000, 152- 153.)

Asiakaskeskeinen organisaatio tarvitsee täsmällistä tietoa siitä, mitkä asiat tekevät asiakkaat tyytyväisiksi, jotta tyytyväisyyteen voidaan vaikuttaa. Tietoa täytyy hankkia siis suoraan asiakkaalta itseltään. Asiakastyytyväisyyden seuranta tulisi olla jatkuvaa, määrätietoista tietojen keruuta ja niiden hyödyntämistä. (Ylikoski 2000, 149- 150.)

### 5.3.1 Asumistyytyväisyys

Thomsenin ja Eikemon mukaan asumistyytyväisyys riippuu henkilökohtaisista tekijöistä eri elämänvaiheissa, sosiaali- ja kulttuuritaustasta, taloudellisesta tilanteesta sekä odotuksista. Rakennuksen tai asunnon rakennustaiteelliset ominaisuudet vaikuttavat myös asumistyytyväisyyteen. Ihmiset arvioivat asumistyytyväisyyttään vertailemalla mieltymyksiään varsinaiseen asumistilanteeseensa. (Eikemo & Thomsen 2010.)

Eikemo ja Thomsen liittävät asumistyytyväisyyden määrittelyyn myös käsitteen asumispolku. He määrittelevät sen kotitalouden sosiaalisina käytänteinä, jotka liittyvät asumiseen aikojen saatossa. (Eikemo & Thomsen 2010.) Juntto (2010, 20) määrittelee taas asumispolun esittämään samaan tapaan yksittäisen asukkaan ja perheen asumishistoriaa, jossa aikaisemmat tapahtumat vaikuttavat myöhempisiin tapahtumiin.

## 5.4 Asiakasymmärrys

Arantolan ja Simosen mukaan asiakastietoa jalostamalla muodostuu asiakasymmärrystä, jota voidaan hyödyntää liiketoiminnassa päätösten tukena. Asiakastieto tarkoittaa eri lähteistä ja eri menetelmin kerättyä tietoa, joka kuvaa asiakkaita. (Arantola & Simonen 2009, 35.) Arantola ja Simonen toteavat, että käytännön asiakaslähtöi-

syys vaatii asiakasymmärrystä. Asiakkuudessa syntyvää arvoa käytännössä auttaa ymmärtämään asiakkaan toiminnan ymmärtäminen. Asiakslähtöinen palveluliiketoiminnan kehitys vaatii sekä asiakasymmärrystä että kykyä parantaa liiketoimintaa tämän ymmärryksen perusteella. (Mts. 2-4.)

Asiakasymmärryksen kehittäminen on prosessi, joka koostuu neljästä eri vaiheesta. Niitä ovat asiakasymmärryksen lähtötilanteen kartoitus, asiakasymmärryksen tavoitteiden asettaminen, toimintamallien ja prosessien luominen asiakasymmärryksen tavoitteiden saavuttamiseksi sekä toteutus ja onnistumisten seuranta. Asiakasymmärryksen laaja-alainen hallinta voi tulla uudeksi kyvykkyydeksi palveluliiketoiminnassa. Siitä voi syntyä jopa kilpailuetu, sillä kyvykkyyden rakentaminen on pitkäaikainen prosessi ja vaikeasti kopioitavissa. (Mts. 32- 34.)

## 5.5 Asiakslähtöisyys

Suomalaisiin yrityksiin tuli 1980-luvulla palvelujohtamisen ja laatuajattelun mukana asiakslähtöisyys. Silloin korostettiin ns. totuuden hetkeä: tilannetta, jossa yrityksen edustaja ja asiakas kohtaavat. Asiakaspalveluhenkilöstölle alettiin antaa enemmän vastuuta ja alettiin johtaa asiakastyytyväisyyttä. Asiakslähtöisyys määritettiin niin, että täytetään asiakkaan tarpeet. (Arantola & Simonen 2009, 2.)

Anttila ja Iltanen määrittelevät asiakslähtöisyyden niin, että asiakslähtöisessä yrityksessä asiakas on kaiken toiminnan lähtökohta. Jos yrityksen päämääränä on asiakslähtöisyys, tulee yrityksen tuntea ja tietää, ketkä ovat sen asiakkaita sekä tunnistaa ja ymmärtää asiakkaiden käyttäytymistä. (Anttila & Iltanen 2007, 92.) Ylikoski puhuu asiakslähtöisyyden sijaan asiakaskeskeisyydestä, mutta nämä käsitteet lienevät tarkoittavan samaa asiaa. Ylikoski liittää määritelmään mukaan asiakkaan tarpeet, sillä hänen mukaansa asiakaskeskeisyys sitä, että toiminnan perustana on asiakkaan tarpeen tyydyttäminen. (Ylikoski 2000, 34.) Kun asiakkaiden erilaiset tarpeet tunnistetaan ja palvelut suunnitellaan näille asiakasryhmille omanlaisiksi, puhutaan markkinoiden lohkomisesta eli segmentoinnista (Ylikoski 2000, 46).

Tarpeiden tyydyttämisen lisäksi asiakkaan pitäisi tuntea, että organisaatio on kiinnostunut hänen tarpeistaan ja toiveistaan ja että häntä palvellaan hyvin. Ylikoski esitte-

lee viisi asiakaskeskeisyyden edellytystä, kun sitä tarkastellaan organisaation ajattelutapana. Nämä edellytykset ovat: (Yliskoski 2000, 38- 41.)

- informaatio asiakkaiden nykyisistä ja tulevista tarpeista
- koko organisaatio vastaa asiakkaiden tarpeista ja reagoi tarpeita koskevaan tietoon
- toimintojen ja osastojen väliset koordinoituneet päätökset ja niihin sitoutuminen
- organisaatio valitsee juuri ne menettelytavat, joilla se hyödyntää ainutlaatuisia osaamistaan ja resurssejaan
- kilpailun merkityksen ymmärtäminen ja kilpailijoita ei aliarvioida

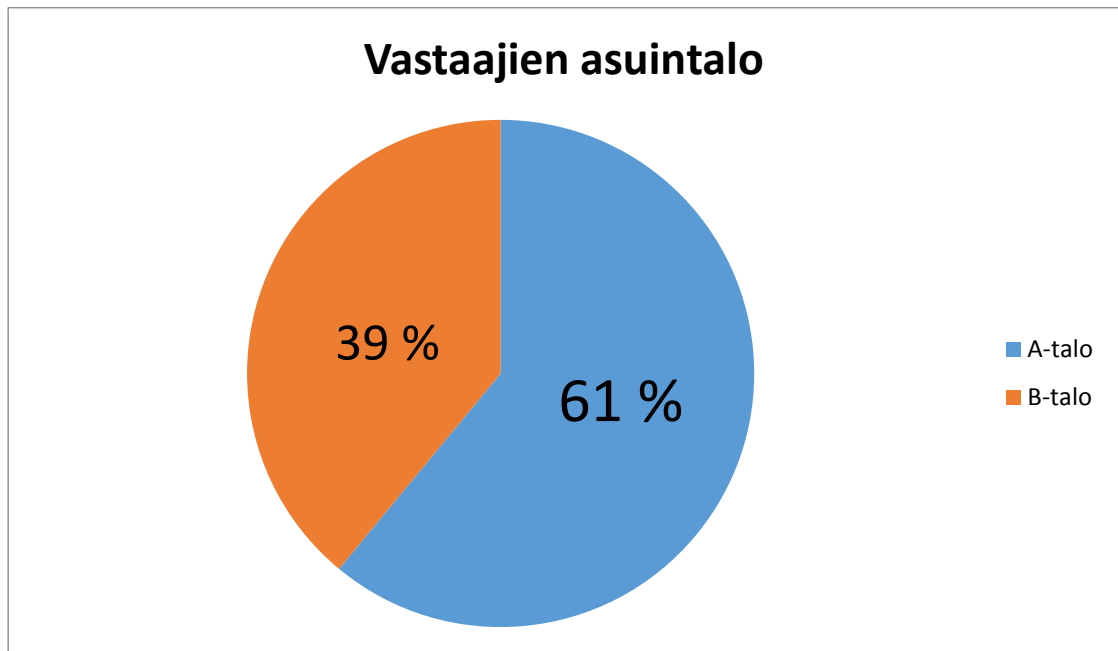
## 6 Tutkimustulokset

Tässä luvussa käsitellään sekä puhelinhaastattelujen sekä asukaskyselyn tuloksia ja vertaillaan niitä keskenään. Pääosa on kuitenkin kyselyllä, sillä se oli pääasiallinen tiedonkeruumenetelmä. Puhelinhaastattelut tehtiin ennen ”Face Liftin” alkamista, joten se käsitteli vain asukkaiden etukäteistietoon ja odotuksiin perustuvaa suhtautumista. Tästä syystä myös kyselyn tuloksia on monipuolisemmin.

Puhelinhaastattelu tehtiin viidelle asukkaalle. Asukaskysely lähetettiin 127 asukkaalle, joista 61 vastasi kyselyyn. Kanasen (2011, 73) mukaan vastausprosentit 20 - 30 ovat tilastotieteen kannalta riittämättömiä antamaan luotettavaa tietoa tutkimusongelmasta. Tämän tutkimuksen asukaskyselyn vastausprosentiksi saatiin 48 %, joka on siis jo riittävä. Puhelinhaastatteluista saadut tulokset tukevat kyselyn tuloksia.

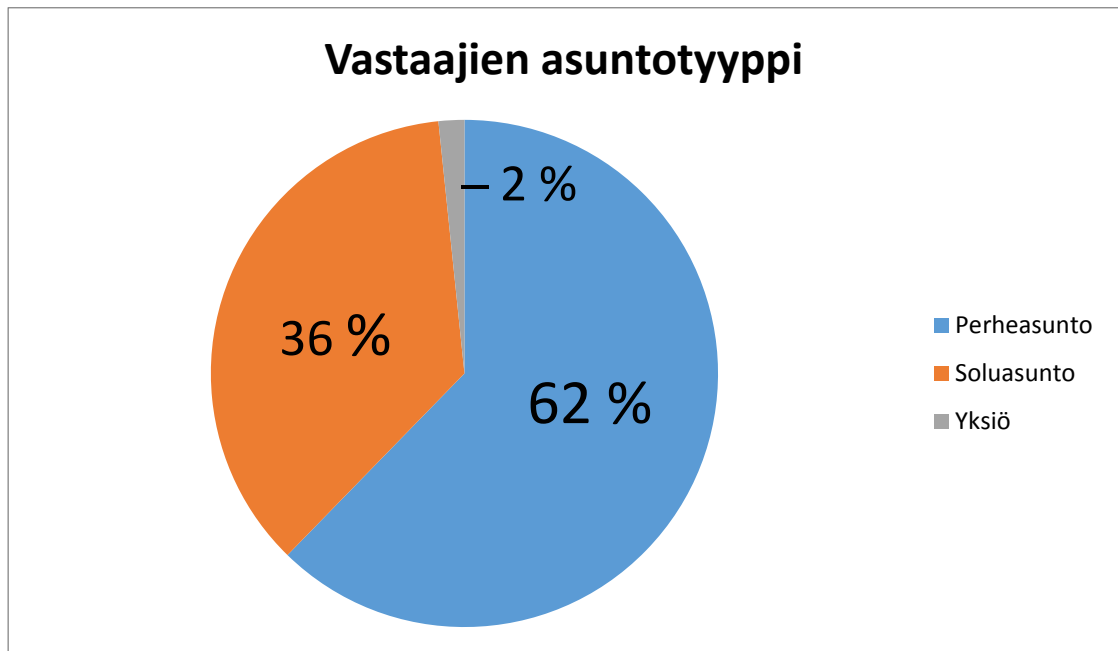
### 6.1 Asukaskyselyn vastaajien taustatiedot

Naisia ja miehiä vastasi kyselyyn lähes saman verran. Naisia vastaajista oli 52 % ja miehiä loput eli 48 %. Vastaajista reilusti yli puolet (69 %) olivat 20 - 25-vuotiaita. A-talosta saatiin enemmän vastaajia (61 %) kuin B-talosta (39 %), mitä kuvaa alla oleva kuvio 2. ”Vastaajien asuintalo”.



Kuvio 2. Vastaajien asuintalo

Vastauksia tuli eniten perheasunnoissa asuvilta (62 %) ja vähiten yksinössä asuvilta (2 %). Vastaajien asuntotyyppien jakaantumista kuvaa alla oleva kuvio 3. "Vastaajien asuntotyyppi". Viisi vastaajista (8 %) oli asunut KOAS Letkut –kohteessa vain kuukauden tai vähemmän. Suurin osa vastaajista oli asunut kohteessa 1 - 2 vuotta (33 %) tai yli kaksi vuotta (33 %). Loput, noin neljäsosa vastaajista (26 %), olivat asuneet yli kuukauden tai alle vuoden KOAS Letkut –kohteessa.



Kuvio 3. Vastaajien asuntotyyppi

## 6.2 Odotukset ja tiedottaminen

Lähes kaikki haastateltavat kertoivat odottavansa innolla ”Face Liftin” lopputulosta ja heistä ”Face Lift” oli erittäin tervetullut. Kaksi haastateltavaa pohti, kuinka tarpeellinen ”Face Lift” todellisuudessa on. Ohessa lainaus haastateltavan 3. mietteistä.

*Yleisesti ottaen ihan positiivinen asia, että ei siinä sinänsä mitään huonojakaan puolia ole. Toki en tiedä, kuinka tarpeellinen se loppujen lopuksi on. Olen aika vähän aikaa tässä asunut, mutta kyllähän se käy. Ihan positiivinen asia se on.*

Kun asukaskyselyssä kysyttiin, ylittikö, täyttikö vai alittiko ”Face Lift” vastaajan odotukset, suurin osa vastauksista kohdistui odotusten ylittymiseen ja täyttymiseen. Hieman suurempi osa vastaajista (44 %) kuitenkin oli sitä mieltä, että ”Face Lift” ylitti odotukset. Hieman yli joka kymmenes (12 %) vastasi odotusten alittuneen. Vastauksen jakaantumista havainnollistaa alla oleva taulukko 2. ”Odotukset ”Face Liftistä””.



Taulukko 2. Odotukset ”Face Liftistä”

	N	%
”Face Lift” ylitti odotukseni.	27	44
”Face Lift” täytti odotukseni.	25	41
”Face Lift” alitti odotukseni.	7	12
En osaa sanoa.	2	3
Yhteensä	61	100

Vastaajat olivat ”Face Liftin” tiedotukseen tyytyväisiä. Kaikki mielipidekysymysten vastausten keskiarvot tiedottamisesta olivat yli neljä, kuten taulukosta 3. ”Vastaajien mielipiteet tiedottamisesta” tulee ilmi. Vastaajista 12 % oli jokseenkin eri mieltä siitä, että ennako tiedottaminen oli selkeää. Kuitenkin 43 % vastaajista oli täysin samaa mieltä siitä, että se oli selkeää. Vastaajista 14 % oli jokseenkin eri mieltä siitä, että saadut pakkausohjeet olivat selkeät.

Lähes joka kymmenes (8 %) oli jokseenkin eri mieltä siitä, että sähköisiä tiedotuskanavia hyödynnettiin hyvin. Mutta yli puolet (55 %) vastaajista oli täysin samaa mieltä väittämän kanssa. Hieman yli puolet (52 %) vastaajista oli täysin samaa mieltä siitä, että ennakkotiedottamista oli tarpeeksi ja 32 % jokseenkin samaa mieltä. Lähes joka kymmenes (8 %) vastaajista oli jokseenkin eri mieltä siitä, että ennakkotiedottamista oli tarpeeksi. Keskiarvoksi kaiken kaikkiaan tiedottamisesta tuli 4,2 (arvoasteikolla 5=paras ja 1= huonoin) eli tiedottaminen kaiken kaikkiaan onnistui vastausten perusteella hyvin.

Taulukko 3. Vastaajien mielipiteet tiedottamisesta

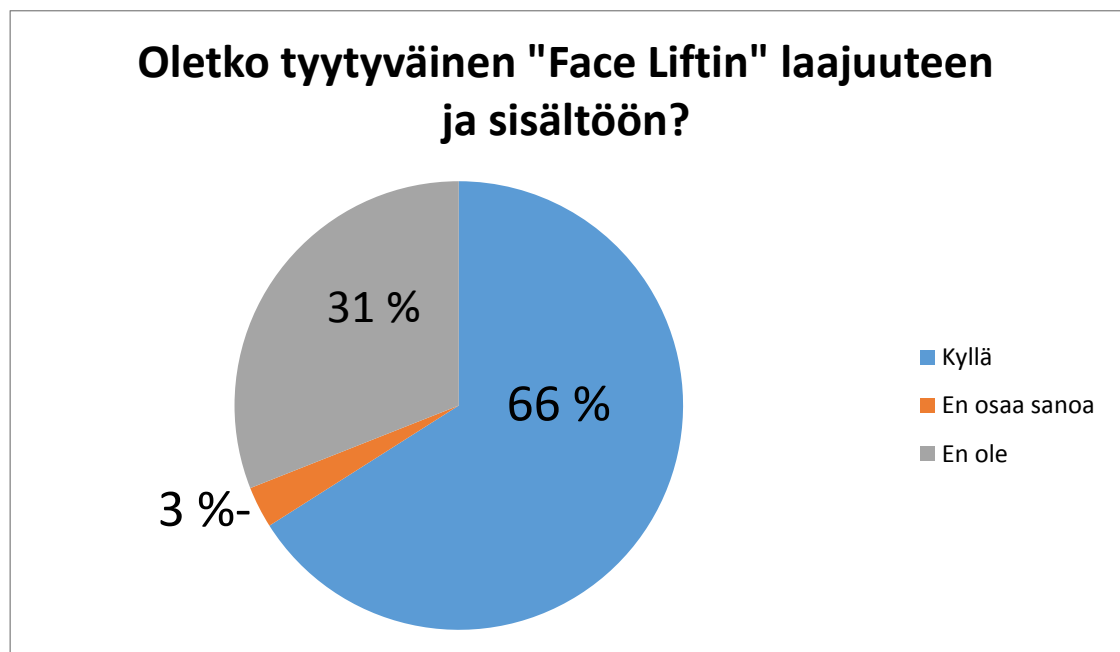
	N	Täysin samaa mieltä (5) % (N)	Jokseenkin samaa mieltä (4) % (N)	Siltä väliltä/Eos (3) % (N)	Jokseenki n eri mieltä (2) % (N)	Täysin eri mieltä (1) % (N)	ka
Ennakkotiedottaminen oli selkeää.	60	43 (26)	42 (25)	3 (2)	12 (7)	0 (0)	4,2
Ennakkotiedottaminen oli laadukasta.	60	42 (25)	40 (24)	10 (6)	8 (5)	0 (0)	4,2
Ennakkotiedottamista oli tarpeeksi.	60	52 (31)	32 (19)	8 (5)	8 (5)	0 (0)	4,3
"Face Liftin" aikana ilmennyt tiedottaminen oli selkeää.	60	52 (31)	32 (19)	8 (5)	8 (5)	0 (0)	4,3
Face Liftin aikana ilmennyt tiedottaminen oli laadukasta.	60	42 (25)	40 (24)	12 (7)	5 (3)	2 (1)	4,2
Saamani pakkausohjeet olivat selkeät.	59	44 (26)	34 (20)	8 (5)	14 (8)	0 (0)	4,1
Sähköisiä tiedotuskanavia hyödynnettiin hyvin.	60	55 (33)	30 (18)	7 (4)	8 (5)	0 (0)	4,3

Puhelinhaastattelun vastaajat olivat kaikki tyytyväisiä ennakkotiedottamiseen. Alla lainaukset haastateltavien 1 ja 4 vastauksista, kun kysyttiin, mitä mieltä he olivat ennakkotiedottamisesta.

*On ollut ihan riittävää. Sähköpostiin on hyvin tullut ilmoituksia ja kun niitä seuraa, niin ihan hyvin on riittänyt ja ne lehtiset mitä on postiluukkuun pistetty, niin on ollut riittävästi tiedottamista. Ohjeet ovat olleet selkeitä. (Haastateltava 1.) Tosi hyvin onnistunut. Kun on netissä KOAS Bookingissa ja sitten on joka paikka täynnä niitä lappuja, että tosi hyvin on minun mielestäni. Ja on vielä sähköpostiinkin tullut. Että se on kyllä hoidettu minun mielestä yleensäkin KOASilta tosi hyvin. (Haastateltava 4.)*

### 6.3 Laajuus ja sisältö

Niin kuin alla oleva kuvio 4. ”Vastaajien tyytyväisyys ”Face Liftin” laajuuteen ja sisältöön” osoittaa, reilusti yli puolet (66 %) vastaajista oli tyytyväisiä ”Face Liftin” laajuuteen ja sisältöön. Vastaajista 3 % ei osannut sanoa mielipidettään ja 31 % ei ollut tyytyväisiä. Kaikki vastaajat, jotka eivät olleet tyytyväisiä, olivat vastanneet avoimeen kysymykseen ”Mitä olisit kaivannut lisää tai mitä olisit halunnut jätettävän pois?”. Eniten saatiin vastauksia, että seinät olisi pitänyt myös uudistaa, vaihtaa liesituuletin, uusia kaappien rungot sekä vaihtaa huoneistojen ovet.



Kuvio 4. Vastaajien tyytyväisyys ”Face Liftin” laajuuteen ja sisältöön

Puhelinhaastatteluissa kysyttiin: ”Oletko tyytyväinen Face Liftin laajuuteen/ sisältöön? Olisitko toivonut jotain lisää?” Kaikki haastateltavat olivat tyytyväisiä laajuuteen ja sisältöön. Kaksi haastateltavista olisi lisäksi toivonut, että myös kylpyhuone olisi uudistettu. Ohessa lainaus haastateltavan 1. vastauksesta.

*Joo. Ehkä siihen kylpyhuoneeseen samalla olisi minun mielestäni voinut, mutta kumminkin positiivisesti yllätti tuo laajuus. Päällimmäisin puolin olen ihan tyytyväinen. (Haastateltava 1.)*

Asukaskyselyn kahteen eri avoimeen kysymykseen tuli myös muutamilta vastaajilta kommentti, että kylpyhuonekin olisi voitu uusia.

#### 6.4 Käytännön järjestelyt ja toteutus

Vastaajat olivat pääosin tyytyväisiä ”Face Liftin” käytännön järjestelyihin ja toteutukseen, mutta järjestelyt olivat tuottaneet myös jonkin verran vaivaa. Seuraava taulukko 4. ”Vastaajien mielipiteet käytännön järjestelyistä ja toteutuksesta” havainnollistaa asukkaiden mielipiteiden jakaantumista eri väitteille. Vähän alle puolet vastaajista (44 %) oli täysin samaa mieltä siitä, että käytännön järjestelyt sujuivat heiltä ongelmitta. Lähes joka kymmenes vastaaja (8 %) oli jokseenkin eri mieltä asiasta. Keskiarvoksi tuli 4,1 eli käytännön järjestelyitä ei koettu yleisesti ongelmallisiksi.

Vastaajista noin neljännes (26 %) koki pakkaamisesta olleen jokseenkin liikaa vaivaa. Vastaajista 12 % oli täysin sitä mieltä, että pakkaamisesta tuli liikaa vaivaa. Keskiarvoksi väittämälle tuli 3,2.

Vähän alle puolet vastaajista (44 %) oli täysin samaa mieltä siitä, että kotoa pois oleminen oli helppo järjestää. Noin neljännes vastaajista (24 %) oli jokseenkin eri mieltä asiasta, keskiarvoksi tuli kuitenkin 3,8.

KOASin järjestämiä väistötiloja ei koettu kovinkaan tarpeellisiksi, sillä vastausten keskiarvoksi tuli 3 (Siltä väliltä/ en osaa sanoa). Yli puolet vastaajista (64 %) olivat täysin samaa mieltä ja 20 % jokseenkin samaa mieltä siitä, että tarvittava poissaoloaika asunnosta oli kohtuullinen. Tämä väittämä sai keskiarvoksi 4,4.

Vastaajia oli haitannut meluhaitta, sillä yleisimpänä vastauksena (47 %) väitteeseen ”Korjauksista aiheutunut meluhaitta oli siedettävää” oltiin jokseenkin eri mieltä. Joka kymmenes vastaaja (10 %) oli vastannut olevansa täysin eri mieltä väitteen kanssa. Keskiarvoksi muodostui kuitenkin tähän kysymykseen 2,8 eli melkein siltä väliltä/ en osaa sanoa.

Vastaajista 70 % oli täysin samaa mieltä siitä, että luvatussa aikataulussa pysyttiin. Se väittämä saikin keskiarvoksi 4,6. ”Face Liftin” toteutus koettiin onnistuneeksi. Vähän

yli puolet (57 %) vastaajista oli täysin samaa mieltä ja 37 % jokseenkin samaa mieltä siitä, että toteutus onnistui. Väittämän keskiarvoksi tuli 4,5.

Taulukko 4. Vastaajien mielipiteet käytännön järjestelyistä ja toteutuksesta

	N	Täysin samaa mieltä (5) % (N)	Jokseenkin samaa mieltä (4) % (N)	Siltä väliltä/Eos (3) % (N)	Jokseenkin eri mieltä (2) % (N)	Täysin eri mieltä (1) % (N)	ka
Käytännön järjestelyt sujuivat minulta ongelmitta (esim. pakkaamiset ja muuttolaatikoiden noudot).	59	44 (26)	34 (20)	12 (7)	8 (5)	2 (1)	4,1
Pakkaaminen ei tuottanut liikaa vaivaa.	58	21 (12)	31 (18)	10 (6)	26 (15)	12 (7)	3,2
Kotoa pois oleminen oli helppo järjestää.	59	44 (26)	25 (15)	3 (2)	24 (14)	3 (2)	3,8
KOASin järjestämät väistötilat olivat minulle tarpeellisia.	51	29 (15)	18 (9)	10 (6)	10 (5)	31 (16)	3
Tarvittava poissaoloaika asunnosta oli kohtuullinen.	59	64 (38)	20 (12)	8 (5)	3 (2)	3 (2)	4,4
Korjauksista aiheutunut meluhaitta oli siedettävää.	59	17 (10)	15 (9)	10 (6)	47 (28)	10 (6)	2,8
Luvatussa aikataulussa pysyttiin.	60	70 (42)	23 (14)	5 (3)	2 (1)	0 (0)	4,6
"Face Liftin" toteutus oli onnistunut.	60	57 (34)	37 (22)	5 (3)	1 (1)	0 (0)	4,5

Kaikki haastateltavat olivat sitä mieltä, ettei kotoa pois oleminen tulisi aiheuttamaan ongelmia ja että se on helppo järjestää. Useaa haastateltavaa mietitytti, pysytäänkö "Face Liftissä" aikataulussa ja toteutuuko se mutkattomasti. Kaksi haastateltavista mainitsi, että "Face Lift" teettää työtä asukkaalle pakkauksen suhteen, mutta ei pitänyt sitä suurena haittana.

## 6.5 Haitat asumiselle

Asukaskyselyssä kysyttiin, että aiheutuiko "Face Liftistä" haittoja asumiseen muutoin kuin lattia- ja keittiöpäivän aikana. (Lattia- ja keittiöpäivä= kahtena päivänä piti olla kotoa pois n. klo 7.30- 18.00) Hieman yli puolet (64 %) kyselyyn vastaajista oli sitä mieltä, että "Face Lift" aiheutti haittoja asumiseen muutoin, kuin lattia- ja keittiöpäivän aikana. Vastaajista kolmasosan (31 %) mielestä haittoja ei aiheutunut ja muutama vastaaja (5 %) ei osannut sanoa mielipidettään.

Kyllä- vastausvaihtoehtoa seurasi avoin kysymys "millaisia?", johon kaikkein yleisin vastaus oli meluhaitta. Monet vastaajat kertoivat unensa häiriintyneen aamulla ja keskittymisen opiskeluun olevan vaikeaa melun takia. Toinen yleisin vastaus oli vesikatkot. Vastaajat kertoivat niiden vaikeuttavan elämää. Osa meluhaitan ja vesikatkojen vastanneista kuitenkin mainitsivat, että he ymmärtävät niiden kuuluvan remonttiin ja ne olivat hyväksyttäviä sen takia.

## 6.6 "Face Liftin" lopputulos, yleisarvosana ja avoimet vastaukset

Mielipidekysymys 11. "Arvioi seuraavia lopputulokseen liittyviä väittämiä valitsemalla sopivin vaihtoehto" sai kokonaisuudessaan todella hyvän keskiarvon eli 4,6. Vastaajat olivat lopputulokseen hyvin tyytyväisiä. Vastaajista 77 % oli täysin samaa mieltä, että "Face Liftin" tuoma muutos vaikutti positiivisesti asumisviihtyvyyteen ja 20 % joksikin samaa mieltä. Vastaajista yli puolet (64 %) on täysin samaa mieltä ja yli neljäsosa (28 %) joksikin samaa mieltä, että suosittelisivat "Face Liftiä" käytettävän muihinkin sitä tarvitseviin kohteisiin.

Vastaukset kysymykseen, "Olisitko itse halunnut valita asuntoosi "Face Liftissä" käytettävät materiaalit ja niiden värit?" jakautuivat melko tasaisesti eri vastausvaihtoehtoihin. Vastaajista 41 % olisi halunnut valita ne, 33 % ei olisi halunnut ja 26 % ei osannut sanoa. Kuvio 5. "Olisiko asukas halunnut valita itse materiaalit ja niiden värit?" havainnollistaa vastausten jakautumista.



Kuvio 5. Olisiko asukas halunnut valita itse materiaalit ja niiden värit?

Kysymyksen 13. "Arvioi tyytyväisyytesi seuraaviin "Face Liftissä" uudistettuihin asioihin." vastauksista tulee ilmi, että kokonaisuudessaan eri "Face Liftissä" uudistettuihin asioihin oltiin tyytyväisiä, mutta hanat ja valaisimet erottautuivat joukosta. Vastaajista 7 % ilmoitti olevansa erittäin tyytymättömiä ja 7 % tyytymättömiä valaisimiin. 22 % vastaajista oli vastannut "siltä väliltä/ ei osaa sanoa".

Hanoihin erittäin tyytymättömiä oli 8 % vastaajista ja tyytymättömiä 24 %. 15 % arvioi mielipiteensä olevan "siltä väliltä/ ei osaa sanoa" hanoihin liittyen. Vastaajat olivat eniten tyytyväisiä lattioihin, sillä sille muodostui suurin keskiarvo, 4,7. Keittiöön, kaappien oviin ja talon yhteisiin tiloihin ja rappukäytävään oltiin tasaisesti joko erittäin tyytyväisiä tai tyytyväisiä.

### **Yleisarvosana**

Vastaajien tuli antaa "Face Liftille" yleisarvosana kouluarvosana-asteikolla 4-10. Keskiarvoksi muodostui 9 (ka 8,5). Suurin osa eli 46 % vastaajista antoi arvosanaksi yhdeksän ja toiseksi suurin osa (36 %) vastaajista antoi kahdeksan. Alla on taulukko 5. "Yleisarvosana "Face Liftille"", joka kuvastaa vastaajien antamia arvosanoja.

Taulukko 5. Yleisarvosana ”Face Liftille”

Arvosana	N	%
10	5	8
9	28	46
8	22	36
7	3	5
6	3	5
5	0	0
4	0	0
Yhteensä	61	100

### Avoimet vastaukset

Viimeisenä kysymyksenä asukaskyselyssä oli avoin kysymys ”Kommentoi vapaasti Face Liftiä (esim. risuja ja ruusuja, kehittämisehdotuksia)”. Tähän kysymykseen vastasi 38 vastaajaa eli 62 % kaikista vastaajista. Kommentit olivat sekä positiivisia että negatiivisia.

Eniten negatiivisia kommentteja tuli uusien hanojen vedenpaineesta, meluhaitasta ja siitä ettei kaikkia asunnossa olevia vikoja/ puutteita korjattu esim. monet toivoivat seinien sekä kylpyhuoneen uudistukset sisältyneen ”Face Liftiin”. Moni vastaaja otti esille, että liesituuletin olisi ollut hyvä vaihtaa myös. Toivottiin, että remontit olisivat alkaneet hieman myöhemmin aamulla ja että vesikatkot olisivat sijoittuneet päiväsaikaan, sillä vesikatkot haittasivat monen aamutoimia. Materiaaleihin ja niiden väri maailmaan olisi haluttu vaikuttaa edes jotenkin.

Moni vastaaja oli kokonaisuudessaan tyytyväinen ”Face Liftiin”. Yleisempiä kehuja olivat kommentit hyvästä lopputuloksesta, materiaalien valinnoista sekä lyhyestä remontin aikataulusta. Remonttimiehiä keuhuttiin ystävällisiksi.

## 7 Johtopäätökset

Tuloksista selviää, että asukkaat kokivat ”Face Liftin” pääosin hyvin ja olivat siihen tyytyväisiä. ”Face Lift” sai yleisarvosanaksi kouluarvosana-asteikolla yhdeksän (ka



8,5), joten kokonaisuudessaan siihen oltiin hyvin tyytyväisiä. Joitakin parannusehdotuksia tuloksista kuitenkin tulee ilmi.

Selkeyttämällä tiedottamista ja pakkausohjeita tyytyväisyyttä tiedottamiseen olisi saatu lisättyä entisestään. ”Face Liftistä” johtuneet haitat asumiselle ja laajuus ja sisältö saivat eniten negatiivista palautetta. Eniten toivottiin, että seinät olisi uusittu, vaihdettu liesituuletin, uusittu kaappien rungot ja vaihdettu huoneistojen ovet. Meluhaitta ja vesikatot vaikuttivat negatiivisesti remontin aikaiseen asumismukavuuteen, mutta niitä ei olisi voinut väistää.

### **Kehitysideat**

Tulosten perusteella voidaan tehdä seuraavat kehitysideat:

- selkeämmät tiedotteet ja pakkausohjeet
- jokainen asunto omine uusimistarpeineen huomioon
- äänestys asukkaille uusista materiaaleista ja niiden väreistä
- meluhaitan huomiointi aikaisin aamulla
- vesikatkojen ajankohdan pohtiminen/ asukkaille kysely ajankohdasta

Kehitysideoiden avulla voidaan ”Face Liftistä” kehittää mahdollisesti vielä parempi kokonaisuus. Tiedottamista voitaisiin kehittää selkeyttämällä tiedotteita ja pakkausohjeita. Esimerkiksi kieleen ja tiedotteiden/ ohjeiden pituuteen tulisi kiinnittää huomiota.

Sisältöön ja laajuuteen liittyen voitaisiin jokaisessa asunnossa tehdä resurssien mukaan arvio voitaisiinko ”Face Liftin” yhteydessä esimerkiksi uusia myös seinät. Näin jokainen asunto otettaisiin omine uusimistarpeineen huomioon. Enemmistö vastajista olisi itse halunnut päättää uudet materiaalit ja niiden värit, mutta käytännössä se on hankala toteuttaa. Jatkossa voitaisiin esimerkiksi järjestää äänestys, jossa asukkaat saisivat äänestää muutamista vaihtoehdoista mieleisensä. Näin he pääsisivät edes vähän vaikuttamaan tuleviin materiaaleihin ja väreihin.

Meluhaittaan on vaikea kehittää mitään muuta ratkaisua kuin aloittaa korjaustyöt hieman myöhemmin aamulla. Korjaustöiden aloittaminen puolikin tuntia myöhem-

min vähentäisi asukkaiden unien häiriintymistä. Toki se tarkoittaisi sitä, että illalla melu jatkuisi puoli tuntia pidempään, jolloin esimerkiksi opiskelurauhan häiriintymisen pidentyisi.

Vesikatkot voitaisiin siirtää esimerkiksi aamupäivään, jolloin suurin osa asukkaista on oppilaitoksissa. Näin aamuiset vesikatkot eivät häiritsisi asukkaiden aamutoimia. Voi olla, että vesikatkot täytyy korjauksellisista syistä sijoittaa juuri aamuun, minkä takia niitä ei voitaisi edes siirtää. Mahdollisuuksien mukaan vesikatkojen sijoittaminen hieman myöhäisempään ajankohtaan voisi lisätä asumismukavuutta ”Face Liftin” aikana. Jos vesikatkojen ajankohta on mahdollisuutta siirtää muuhun kuin aamuun, voitaisiin asukkailta kysyä, mikä olisi ihanteellisin ajankohta vesikatkoille. Näin asukkaat pääsisivät vaikuttamaan asiaan, jolloin vesikatkoista johtuva haitta ei mahdollisesti tuntuisi niin häiritsevältä.

## 8 Pohdinta

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää KOAS Letkut –talojen asukkaiden kokemukset asuntojen ja rappukäytävien pintamateriaalikorjauksesta.

Tutkimusongelmana olivatkin KOAS Letkut –talojen asukkaiden kokemukset ”Face Liftistä” ja KOAS Letkut –talojen asukkaiden tyytyväisyys ”Face Liftiin”, ja niihin tutkimustulokset antavat vastaukset. Tutkimusongelmasta johdatettiin tutkimuskysymykset: Mitä odotuksia asukkaalla on ”Face Liftistä”? Miten asukas kokee ”Face Liftin”? Miten ”Face Lift” onnistuu asukkaan näkökulmasta? Miten ”Face Liftiä” voisi kehittää? Näihin kaikkiin tutkimuskysymyksiin saatiin myös vastaukset tutkimustuloksista. Näin ollen tutkimus oli onnistunut.

Tulokset osoittavat, että asukkaat olivat ”Face Liftiin” kokonaisuudessaan tyytyväisiä ja kokivat sen onnistuneeksi, mutta joitakin parannusehdotuksia saatiin selville. Esimerkiksi ”Face Liftin” sisältöön ja laajuuteen voidaan kiinnittää huomiota. Ennakkoodotukset vahvistettiin tulosten perusteella, sillä asukkaiden oletettiin olevan tyytyväisiä ”Face Liftiin”.

Saadut tulokset voidaan yleistää, sillä kvantitatiivisessa tutkimuksessa oli kyseessä kokonaistutkimus. Tosin vastausprosentiksi saatiin 48 %. Jos vastausprosentti olisi ollut vielä korkeampi, olisi tutkimustulokset vielä luotettavampia. Haastatteluista saadut tulokset tukevat kuitenkin asukaskyselystä saatuja tuloksia eli triangulaatio lisää tämän tutkimuksen luotettavuutta.

Niin kuin tietoperustassa todetaan, ulkoinen validiteetti mittaa tutkimustulosten yleistettävyyttä, ja onkin siksi tärkeämpi kuin sisäinen validiteetti. Jotta yleistäminen on mahdollista, on tutkittavan ryhmän eli otoksen vastattava täysin sitä ryhmää, johon yleistys aiotaan kohdistaa. Tässä tutkimuksessa otos oli täysin se ryhmä, johon yleistys kohdistetaan. Joten tämän perusteella yleistys on mahdollista. Tutkimuksessa käytetyt menetelmät on myös raportoitu ja perusteltu, mikä lisää tutkimuksen luotettavuutta sekä opinnäytetyön tekijän perehtyneisyyttä.

Aiheesta ei ole ennen tehty tutkimuksia ja tämä oli ensimmäinen kerta, kun ”Face Lift” toteutettiin. Tutkimustuloksista saatu uusi, tarpeellinen tieto on siis hyvin tärkeää toimeksiantajalle, sillä kyseessä oli täysin uusi toimintatapa. Tuloksista saatiin kehitysideoita, joita voidaan jatkossa hyödyntää.

Tutkimusta olisi voitu kehittää vielä esimerkiksi tekemällä jatkotutkimuksia saaduista tuloksista esimerkiksi haastatteleamalla, mutta tähän opinnäytetyöhön niitä ei voitu toteuttaa ajallisista syistä. Ensimmäiseksi tehty tiedonkeruumenetelmä, puhelinhaastattelu, olisi voitu myös tehdä tavanomaisen haastattelun tyyliin. Silloin olisi mahdollisesti saatu vielä tarkempaa tietoa, sillä haastattelu olisi tapahtunut kasvokkain.

Tietoperustaan oli haastavaa löytää aiheeseen hyvin kohdistuvaa tietoa. Jos saatavilla olisi ollut enemmän asumiseen liittyviä lähteitä, esimerkiksi asumismukavuuteen ja asumisviihtyvyyteen liittyen, olisi tietoperusta ollut aiheeseen nähden vielä relevantimpi. ”Face Lift” luokitellaan asuntojen ja rappukäytävien pintamateriaalikorjaukseksi, josta käsitteenä oli hankalaa löytää tietoa. Tämän takia tietoperusta jäi puutteelliseksi pintamateriaalikorjaukseen liittyen. Puutteellisuutta pyrittiin korjaamaan käsittelemällä vuosikorjausta ja perusparannusta, jotka ovat käsitteenä molemmat lähellä ”Face Lift”- asuntojen ja rappukäytävien pintamateriaalikorjausta.

## Lähteet

- Anttila, M. & Iltanen, K. 2007. Markkinointi. 3.p. Helsinki: WSOY.
- Arantola, H., & Simonen, K. 2009. Palvelemisesta palveluliiketoimintaan: Asiakasymmärrys palveluliiketoiminnan perustana. Helsinki: Tekes. Viitattu 11.10.2016. [https://www.tekes.fi/globalassets/julkaisut/palvelemisesta\\_palveluliiketoimintaan.pdf](https://www.tekes.fi/globalassets/julkaisut/palvelemisesta_palveluliiketoimintaan.pdf).
- Beard, R. 2014. Why customer satisfaction is important (6 reasons). Viitattu 16.1.2017. <http://blog.clientheartbeat.com/why-customer-satisfaction-is-important/>
- Eikemo, T. & Thomsen, J. 2010. Aspects of student housing satisfaction: a quantitative study. Springer Science+Business Media B.V. Viitattu 2.11.2016. <file:///C:/Users/Anniina/Downloads/ARTICLE-FinalVersion.pdf>
- Fischer, M. & Vainio, S. 2014. Potkua palvelubiskekseen, asiakaskokemus luodaan yhdessä. Helsinki: Talentum.
- Grönroos, C. 2000. Nyt kilpaillaan palvaluilla. 5.p. Porvoo: WSOY.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2011. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus.
- Huuskonen, A., Siltaloppi, J. & Puhto, J. 2013. Asumisen ja hyvinvoinnin uudet palvelumallit. Aalto-yliopiston julkaisusarja Tiede + teknologia 3/2013. Tutkimusraportti. Helsinki: Unigrafia. Viitattu 1.1.2017. <https://aaltodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/8773/isbn9789526050393.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Juntto, A. 2010. Asumisen unelmat ja arki. Helsinki: Gaudeamus.
- Juntto, A. 2011. Asumistutkimus kertoo tulevaisuudesta. Artikkel. Viitattu 12.10.2016. <https://www.aspa.fi/en/node/829>
- Kahri, E., Enkovaara, E., Anttonen, S., Viita, P., Ilonen, P. & Kämäräinen, J. 2011. Asukasnäkökulma kaupunkiasumiseen. Tampere: Rakennustieto.
- Kananen, J. 2008a. Kvali, kvalitatiivisen tutkimuksen teoria ja käytänteet. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Kananen, J. 2008b. Kvantti, kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Kananen, J. 2010. Opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Kananen, J. 2011. Kvantti, kvantitatiivisen opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Kesi-Suomen opiskelija-asuntosäätiö sr:n toimintakertomus 2015. N.d. Viitattu 3.10.2016. [http://koas.fi/files/4714/6400/1860/KOAS\\_Vuosikertomus\\_2015.pdf](http://koas.fi/files/4714/6400/1860/KOAS_Vuosikertomus_2015.pdf)
- Keskiluvut. 2003. KvanttiMOTV. Viitattu 8.1.2017. <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/keskiluvut/keskiluvut.html>

Keski-Suomen opiskelija-asuntosäätiö sr. N.d. Tietoa yrityksestä KOASin www-sivuilla. Viitattu 27.10.2016. <http://koas.fi/fi/koas-yrityksena/>

Kiinteistöliiketoiminnan sanasto, 2. laitos. 2012. Rakli ry. Helsinki: Sanastokeskus TSK. Viitattu 17.11.2016. <http://www.rakli.fi/media/toimitilat/kiinteistoliiketoiminnan-sanasto.pdf>

Kohteet. N.d. Tietoa KOASin kohteista KOASin www-sivuilla. Viitattu 16.1.2017. <http://koas.fi/fi/kohteet/>

Kunttu, K. 2011. Opiskeluterveys. Helsinki: Duodecim.

Lappalainen, U. 2016. Tiedotteet KOAS Letkut –talojen Face Liftistä. Tiedotteet Keski-Suomen opiskelija-asuntosäätiö sr:n sisäisessä viestintäkanavassa.

Letkut A-talo. N.d. KOASin tietojärjestelmä. Viitattu 8.8.2016.

Letkut B-talo. N.d. KOASin tietojärjestelmä. Viitattu 8.8.2016.

Letkut. N.d. KOASin www-sivut. Kohteet. Viitattu 1.11.2016. <http://koas.fi/fi/kohteet/letkut>

Löytänä, J. & Korteso, K. 2011. Asiakaskokemus, Palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Hämeenlinna: Talentum.

Opiskelijoiden asumisasiat. N.d. Opetus- ja kulttuuriministeriö. Viitattu 27.10.2016. [http://www.minedu.fi/OPM/Koulutus/opintotuki/opiskelijoiden\\_asumisasiat/?lang=fi](http://www.minedu.fi/OPM/Koulutus/opintotuki/opiskelijoiden_asumisasiat/?lang=fi)

Poistojen ja remonttikulujen vähentäminen vuokratulosta. 2016. Verohallinnon www-sivut. Viitattu 8.1.2017. [https://www.vero.fi/fi-FI/Henkiloasiakkaat/Vuokratulot/Poistojen\\_ja\\_remonttikulujen\\_vahentamine\(11736\)](https://www.vero.fi/fi-FI/Henkiloasiakkaat/Vuokratulot/Poistojen_ja_remonttikulujen_vahentamine(11736))

Rakennusmateriaalien hiilijalanjälki. N.d. Opas kaavoitukseen, rakennusvalvontaan ja kiinteistönhallintaan. Puuinfo. Viitattu 17.11.2016. <http://www.puuinfo.fi/sites/default/files/Rakennusmateriaalien%20hiilijalanj%C3%A4lki%20WEB.pdf>

Sedig, M. 2012. Opiskelija-asumisselvitys 2012. Ympäristöministeriö. Viitattu 1.11.2016. [file:///C:/Users/Anniina/Downloads/Opiskelija-asumisselvitys\\_2012\\_FINAL.pdf](file:///C:/Users/Anniina/Downloads/Opiskelija-asumisselvitys_2012_FINAL.pdf)

Tanskanen, M. 2017. Tietoa KOASin vuosikorjauksista, Letkut –kohteen elinkaaresta yms. Sähköpostiviesti 30.1.2017. Vastaanottaja A. Karhila. Tietoa opinnäytetyön tekijälle Keski-Suomen opiskelija-asuntosäätiö sr:n toimitusjohtajalta.

Webster, F. 1994. Market-Driven Management, Using the new marketing concept to create a customer-oriented company. New York: John Wiley & Sons.

Ylikoski, T. 2000. Unohtuiko asiakas? uud.p. Keuruu: Otavan Kirjapaino.

## Liitteet

### Liite 1. Haastattelukysymykset

1. Mitä mieltä olet "Face Liftistä"?
2. Oletko tyytyväinen "Face Liftin" laajuuteen/ sisältöön? Olisitko toivonut jotain lisää?
3. Mitä ennakko-odotuksia sinulla on "Face Liftistä"?
4. Koetko ongelmia tai haittoja "Face Liftiin" liittyen? Millaisia?
5. Tuottaako kotoa pois oleminen remontin ajan sinulle vaivaa? Jos tuottaa, niin millaisia?
6. Mitä mieltä olet tähän mennessä ilmenneestä tiedottamisesta?

## Liite 2. Asukaskysely

**Asukkaiden kokemukset "Face- Lift"- asuntojen ja rappukäytävien pintamateriaalikorjauksesta**

Hyvä KOAS Letkut asukas!

Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää asukkaiden kokemuksia KOAS Letkut "Face Lift"- asuntojen ja rappukäytävien pintamateriaalikorjauksesta. Toimeksiantajana toimii Keski- Suomen opiskelija-asuntosäätiö sr ja tutkijana toimitilajohtamisen restonomiopiskelija Jyväskylän ammattikorkeakoulusta. Tämä kysely on osa opinnäytetyötä.

Teidän mielipiteenne ovat erittäin tärkeitä, joten täytä halutessasi kysely ja paina lopuksi alhaalta lähetä- painiketta. **Kysely on avoinna 2.12.2016 asti.** Vastaukset käsitellään täysin luottamuksellisesti.

**Vastaamalla kyselyyn voit voittaa sarjalipun elokuviin. Jos haluat osallistua arvontaan, jätä kyselyn loppuun yhteystietosi.**

Kiitos jo etukäteen vastauksista!

Taustatiedot

**1. Sukupuoli \***

- Nainen  
 Mies

**2. Ikä \***

- Alle 20

- 20-25
- 26-30
- yli 30

**3. Asun KOAS Letkut \***

- A- talossa
- B- talossa

**4. Asuntotyyppi \***

- Perheasunto
- Soluasunto
- Yksiö

**5. Kuinka kauan olet asunut Koas Letkut- kohteessa? \***

- kuukauden tai vähemmän
- yli kuukauden- alle vuoden
- 1-2 vuotta
- yli 2 vuotta

Kysymykset "Face Liftistä"

**6. Valitse sopivin vaihtoehto: \***

- "Face Lift" ylitti odotukseni.
- "Face Lift" täytti odotukseni.
- "Face Lift" alitti odotukseni.
- En osaa sanoa.



7. Arvioi seuraavia tiedottamiseen liittyviä väittämiä valitsemalla sopivin vaihtoehto: \*

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Siltä väliltä/ En osaa sanoa	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	Ei kannata asiasta
Ennakkotiedottaminen oli selkeää.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ennakkotiedottaminen oli laadukasta.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ennakkotiedottamista oli tarpeeksi.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
"Face Liftin" aikana ilmennyt tiedottaminen oli selkeää.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
"Face Liftin" aikana ilmennyt tiedottaminen oli laadukasta.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saamani pakkausohjeet olivat selkeät.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sähköisiä tiedotuskanavia hyödynnettiin hyvin.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Oletko tyytyväinen "Face Liftin" laajuuteen ja sisältöön?

kyllä

en osaa sanoa

en, miksi? (Mitä olisit kaivannut lisää tai mitä olisit halunnut jätettävän pois?)

---

9. Arvioi seuraavia käytännön järjestelyihin ja toteutukseen liittyviä väittämiä valitsemalla sopivin vaihtoehto: \*

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Siltä väliltä/ En osaa sanoa	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	Ei kannata asiasta
Käytännön järjestelyt sujuivat minulta ongelmitta (esim. pakkaamiset ja muuttolaatikoiden noudot).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pakkaaminen ei tuottanut liikaa vaivaa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kotoa pois oleminen oli helppo järjestää.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
KOASin järjestämät väistötilat olivat minulle tarpeellisia.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tarvittava poissaoloaika asunnosta oli kohtuullinen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Korjauksista aiheutunut meluhaitta oli siedettävää.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Luvatussa aikataulussa pysyttiin.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
"Face Liftin" toteutus oli onnistunut.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Aiheutuiko "Face Liftistä" haittoja asumiseen muutoin kuin lattia- ja keittiöpäivän aikana? (Lattia- ja keittiöpäivä= kahtena päivänä piti olla kotoa pois n. klo 7.30-18.00) \*

- ei
- en osaa sanoa
- kyllä, millaisia?
- 

---



**14.** Anna yleisarvosana "Face Liftille" kouluarvosana-asteikolla 4-10. \*

- 10
- 9
- 8
- 7
- 6
- 5
- 4

**15.** Kommentoi vapaasti "Face Liftiä". (esim. risuja ja ruusuja, kehittämissuhteita)

---

---

---

**16.** Voit antaa yhteystietosi, mikäli haluat osallistua elokuvasarjalipun arvontaan. Yhteystietoja ei yhdistetä vastauksiin, vaan vastaukset käsitellään anonyymisti.

Nimi \_\_\_\_\_

Osoite \_\_\_\_\_

Puhelin \_\_\_\_\_

Sähköposti \_\_\_\_\_