

KOTI JA KUUSI OSUUSKUNNAN KOTI-
PALVELUJEN ASIAKASTYYTYVÄISYYS-
KYSELY

LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU
Sosiaalialan koulutusohjelma
Sosiaalipedagogisen aikuistyö
MAMU_08, syksy 2010
Alexandra Sokolova

Lahden ammattikorkeakoulu
Sosiaalialan koulutusohjelma

SOKOLOVA ALEXANDRA:

Koti ja Kuusi osuuskunnan kotipalvelu-
jen asiakastyytyväisyyskysely

Sosiaalipedagogisen aikuistyön opinnäytetyö, 40 sivua, 4 liitesivua

Syksy 2010

TIIVISTELMÄ

Tässä opinnäytetyössä käsitellään Koti ja Kuusi osuuskunnan asiakastyytyväisyyttä. Opinnäytetyön tarkoitus on kartoittaa, vastaavatko Koti ja Kuusi - sosiaalisen yrityksen tuomat kotipalvelut asiakkaiden tarpeita. Teoriaosiossa tarkastellaan asiakaspalvelua, palvelun laatua, sosiaalista yritystä, palvelujen hyötyä sekä asiakastyytyväisyyttä.

Tutkimus on kvantitatiivinen. Empiirinen osuus kootaan tutkimusaineistoa, jota kerätään Koti ja Kuusi osuuskunnan sopimusasiakkaille tekemällä asiakastyytyväisyyskyselyn keväällä vuonna 2010. Tutkimuslupa on haettu Koti ja Kuusi osuuskunnan toimitusjohtajalta. Tutkimuksen kohderyhmänä ovat kaikki Koti ja Kuusi osuuskunnan kotipalvelujen 29 asiakasta. Tutkimukseen osallistuu 17 henkilöä ja vastausprosentti on 60 %. Tutkimuksessa tutkitaan tyytyväisyyttä yrityksen asiakaspalveluun, työn laatuun ja palvelujen hintaan. Myös kerätään asiakkaiden mielipiteitä palveluiden kehittämisen kohteista.

Tiedonkeruumenetelmänä on informoitu kysely, jossa tutkija vie ja noutaa kyselylomakkeet ja voi tarvittaessa tarkentaa kysymyksiä. Kyselyn henkilökohtainen vieminen parantaa palautusprosenttia ja myös väärinkäsityksiä selviydytään, jos tutkija voisi selventää kysymyksiä. Tulokset analysoitiin tilastollisesti. Tulosten perustella voidaan sanoa, että Koti ja Kuusi osuuskunnan kotipalveluiden asiakkaat ovat olleet pääosin tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä yhteydenoton nopeuteen, työn laatuun, toiveiden kunnioittamiseen ja toiminnan luotettavuuteen. Eniten tyytymättömyyttä ovat aiheuttaneet palvelujen maksujen määrät ja työntekijän vaihtelu. Tutkimustuloksien pohjalta saatiin hyödyllistä tietoa palvelujen kehittämiseen.

Avainsanat: palvelu, laatu, asiakastyytyväisyys, sosiaalinen yritys

SISÄLLYS:

1 JOHDANTO.....	2
2 TUTKIMUKSEN TEOREETTISET LÄHTÖKOHDAT	3
2.1 ASIAKASPALVELU.....	3
2.2 PALVELUN LAATU.....	3
2.3 ASIAKASTYYTYVÄISYYS.....	4
3 SOSIAALINEN YRITYS.....	5
3.1 SOSIAALISEN YRITYKSEN PERUSELEMENTIT	5
3.2 SOSIAALISEN YRITYKSEN TOIMINNAN EDELLYTYKSET.....	6
3.3 SOSIAALISEN YRITYKSEN KOTI JA KUUSI OSUUSKUNNAN PALVELUT	7
3.4 KOTI JA KUUSI – YRITYKSEN HENKILÖSTÖ.....	8
4 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN.....	8
4.1 TUTKIMUSONGELMAT	8
4.2 TUTKIMUKSEN MENETELMÄT	9
4.2.1 Tutkimuksen kohderyhmä	9
4.2.2 Lomakkeen suunnittelu ja kysymykset.....	10
4.2.3 Tutkimusaineiston keruu	12
4.2.4 Tutkimusaineiston analyysi	13
5 TUTKIMUSTULOKSET	13
5.1 KOTI JA KUUSI OSUUSKUNNAN ASIAKKAAT	14
5.1.1 Ikä	14
5.1.2 Sukupuoli	15
5.1.3 Asumismuoto	15
5.1.4 Asumistapa	16
5.1.5 Palvelun käytön useus	17
5.1.6 Asiakkuuspituus.....	19
5.2 TIETO PALVELUJEN SAATAVUUDESTA.....	21
5.3 ASIAKKAIDEN MIELIPITEITÄ MAAHANMUUTTAJATYÖNTEKIJÖISTÄ.....	22
5.4 ASIAKASTYYTYVÄISYYS.....	22
5.4.1 Asiakkaiden kohtelu	23
5.4.2 Palvelujen laatu.....	24
5.4.3 Palvelumaksujen suuruus	29
5.4.4 Palvelun toteutustapa	30
5.5 ASIAKKAIDEN KOETTU HYÖTY KOTIPALVELUISTA.....	30
5.6 MIELIPITEITÄ KEHITTÄMISKOHTEISTA	32
6 POHDINTA.....	34
6.1 TUTKIMUKSEN PÄÄTULOKSET.....	35
6.2 TUTKIMUKSEN RELIABILITEETTI JA VALIDITEETTI	36
6.3 JATKOTUTKIMUKSEN AIHEISTA	37
LÄHTEET	38
LIITTEET	41

1 JOHDANTO

Viime aikana on keskusteltu paljon vanhusten ja huonokuntoisten ihmisten hoidontarpeista ja sen laadusta. Ikäihmisten määrä kasvaa ja heidän osuutensa väestöstä nousee. Suomen vanhuspolitiikan tavoitteena on edistää ikääntyvien ihmisten hyvinvointia ja kykyä selviytyä mahdollisimman itsenäisesti sekä huolehtia siitä, että ikääntyneet tarvittaessa saavat hyvää hoitoa ja palvelua. (Ikäihmisten palvelujen laatusuositus 2009.) Tulevaisuudessa ikäihmisten tarpeisiin vastaaminen on haastava kehittämiskohde.

Kunnalla on velvollisuus järjestää hyvinvointipalveluita asukkaille. Lahdessa vuodesta 2001 on otettu käyttöön uudet kotihoidon kriteerit, joiden mukaan kunnan kotipalvelujen painopiste on asiakkaisissa, jotka eivät suoriudu ilman apua päivittäisissä toimissaan. Tilapäinen avuntarve ohjataan pääsääntöisesti yksityiselle palveluntarjoajalle. (Lahden kaupungin kotihoidon kriteerit ja palvelujen sisältö 1.4.2008.) Peruspalveluita tarjotaan kunnan itse tuottaen tai ostetaan yksityisiltä tuottajilta, joiden tarve kasvaa hyvinvointipalveluissa. Ikääntyneiden palveluihin kaivataan yksityisiä palveluntuottajia kotipalveluihin sekä kotipalveluiden tukipalveluihin, kuten ateriointi-, kuljetus- ja siivouspalveluihin. (Lahden vanhuspoliittinen ohjelma vuoteen 2010, 16.)

Jokaisen yrityksen palvelujen toteutus ja kehittäminen perustuu asiakkaiden tarpeisiin. Palvelun lähtökohtana on asiakkaan oikeus päättää itseään koskevista asioista. Asiakkaalla on oikeus tehdä valintoja yksilöllisesti omien toiveidensa ja tarpeidensa mukaisesti. Ihminen ei välttämättä ilmaise omaa arviotaan sosiaali- ja terveystarpeidensa mukaisesti, vaan esimerkiksi tarpeena parempaan hyvinvointiin, arjessa selviytymiseen, terveyteen (Sosiaali- ja terveysministeriön 2006, 11). Ihmisten kotona selviytymistä ja turvallisuutta edistäviä hyvinvointipalveluita ovat kotityö (siivous, pyykinpesu, ruuanlaitto), turvapalvelut (mm. puhelinhälytysjärjestelmät), liikkuminen (kuljetus, saattoapu), talonhoito (korjaukset, puutarha- ja lumityöt), asiointi (pankki-, posti- ja kauppa-asiat), seuranpito (keskustelut, lukeminen, kirjoitusapu), henkilökohtainen avustaminen (puhtaus, pukeutuminen), tukihenkilö- ja ystävänpalvelutoiminta (Starck - Pirskanen 2009, 22).

Hyvinvointipalveluntuottajiin kuuluu sosiaalinen yritys Koti ja Kuusi osuuskunta. Sosiaalisen yritystoiminnan päämääränä ei ole vain taloudellinen voitto, vaan sosiaalisen hyvän tuottaminen yritystoiminnan keinoin (Pöyhönen & Karhu 2008, 10). Toisaalta sosiaalisen yrityksen toiminnan tulee olla taloudellisesti kannattavaa. Sosiaalinen yritys maksaa työntekijöilleen työehtosopimuksen mukaista palkkaa. Sosiaaliset yritykset muista yrityksistä erottaa enimmäkseen se, että yrityksen henkilöstöstä vähintään 30 prosentin on oltava vajaakuntoisia tai vajaakuntoisia ja pitkäaikaistyöttömiä (Laki sosiaalisista yrityksistä 1351/2003).

Jokaisen yrityksen toiminnan perusta on asiakkaiden tyytyväisyys yrityksen palveluihin. Ropen (2002, 266) mielestä asiakastyytyväisyys on eräs keskeinen mittari selvittää ja analysoida yrityksen menestymismahdollisuuksia nyt ja tulevaisuudessa. Asiakastyytyväisyystutkimus selvittää asiakkaiden kokemuksia yrityksen toiminnasta, ja nämä kokemukset ovat joka kerta erilaisia, subjektiivisia ja yksilöllisiä.

Olen tutustunut kunnallisen kotihoidon toimintaa kolmannen harjoittelujakson aikana. Sen jälkeen halusin työharjoitteluun Koti ja Kuusi osuuskunta sosiaaliseen yritykseen, jotta voisi vertailla yritysten ja kunnallisen kotihoidon palveluyksikön asiakaspalvelutoimintaa. Kun sovimme yrityksen kanssa harjoitteluni aikaa, syntyi samalla ajatus tehdä yritykselle asiakastyytyväisyystutkimus.

Opinnäytetyön tarkoituksena on suunnitella ja toteuttaa asiakastyytyväisyystutkimus Koti ja Kuusi - yritykselle. Tavoitteena on selvittää asiakkaiden tyytyväisyyttä tai tyytymättömyyttä Koti ja Kuusi osuuskunnan kotipalveluihin laatuun ja hintatasoon. Samalla tutkimuksessa kerätään asiakkaiden mielipiteitä siitä, millaisia asioita yrityksen toiminnassa voisi kehittää ja minkälaisia palveluita saattaisi lisätä. Saatuja tuloksia voidaan hyödyntää Koti ja Kuusi osuuskunnan kehittämisessä kotipalveluissa, jotta yritys pysytään kilpailijoidensa joukossa. Koti ja Kuusi - yritykselle ei ole toteutettu asiakastyytyväisyystutkimusta koskaan aikaisemmin, joten vertailukohtaa tutkimukselle ei ole.

2 TUTKIMUKSEN TEOREETTISET LÄHTÖKOHDAT

2.1 Asiakaspalvelu

Hyvinvointipalvelu on vahvasti kasvava ala lähitulevaisuudessa. Palvelualan yrityksen toiminnan kannalta on tärkeää kehittää toimeliaasti asiakaspalvelua. Kirjallisuudessa on monenlaisia määritelmiä asiakaspalvelusta. Tässä tutkimuksessa asiakaspalvelu käsitellään Aarnikoivun (2005, 16) lainaten seuraavanlaisesti: ”*asiakaspalvelu* on asiakkaan ja asiakaspalvelijan välinen kohtaaminen, jossa asiakaspalvelija ilmentää toiminnassaan yrityksen arvoja ja suhdetta asiakkaaseen”.

Aarnikoivun mukaan (2005, 50) nykyajassa asiakaspalvelu on asettunut yrityksen yhdeksi ydintoiminnoksi, jota tukevat aputoiminnot kun esimerkiksi markkinointiosasto. Informaatio asiakkaista ohjaa koko yrityksen toiminnan. Aarnikoivun mielestä (2005, 16, 51) asiakkaan tarpeita ei voi koskaan aina täysin ymmärtää ja ennakoida. Asiakkaan edessä on aina oltava nöyrä ja valmis yllätyksiin. Senlaatuinen asiakaspalveluasenne on oikea. Yrityksen on kartuttava jatkuvasti asiakkaita koskevia tietoja ottaen avuksi monipuolisia tiedonkeruukanavia. Asiakastytyväisyystutkimus on yksi niistä asiakastiedonkeruumenetelmistä.

2.2 Palvelun laatu

Hyvinvointipalveluala tarjoaa myös sosiaalisille yrityksille paljon uutta mahdollisuutta. Sosiaalisen yrityksen kuin minkä tahansa yrityksen päämääränä on tuottaa laadukkaita palveluja ja tuotteita sekä työllistää ihmisiä (Pöyhönen & Karhu 2008, 44). Palvelu on laadukasta, kun se vastaa yrityksen toiminnalle ja tuloksille asetettuja tavoitteita. Laatua voidaan pohtia erilaisista näkökulmista, koska laadun käsitteellä on monia sisältöjä. Tässä työssä *laatua* tarkastellaan asiakastytyväisyyden näkökulmasta. Ylikoski, Järvinen ja Rosti (2006, 55) esittelivät kirjassaan asiakkaan laadun tulkitsijana, sillä vain asiakas voi kertoa, mitä hyvä tai huono

laatu on. Siksi laatua tulee arvioida aina asiakkaan näkökulmasta. Asiakaskeskeinen laatu määrittelee laadun palvelun tai tuotteen kykynä tyydyttää asiakkaiden tarpeita. Asiakaskeskeisessä laadussa asiakastyytyväisyyden tehtävänä on takaa, että palvelun tai tuotteen laatu toimii. (Rope 2002, 282.)

Grönroos (2001, 124) luettelee laadukkaaksi koetun palvelun kriteeriä, jotka ovat käytettävissä olevien eri tutkimusten yhdistelmä. Näitä laadukkaan palvelun kriteerit ovat: työntekijöiden ammattitaito; asenne ja käyttäytyminen; lähestyttävyys ja joustavuus; luotettavuus ja uskottavuus; normalisointi ja maine. Lahtinen ja Isoviita (2001) mainitsivat, että asiakaspalvelun onnistumista on mitattava asiakastyytyväisyystutkimuksilla. Palvelulaadun on helppoa parantaa, kun tiedetään, mitä asiakkaat odottavat ja mihin kaikkeen he ovat pettyneet. (Lahtinen & Isoviita 2001, 81.)

2.3 Asiakastyytyväisyys

Asiakkaiden tarpeet ja asiakaspalaute ovat palveluiden kehittämisen lähtökohtia. Ropen (2002, 283, 300) mukaan *asiakastyytyväisyys* käsitteenä on tyytyväisyyden tunne niistä kokemuksista, jotka asiakkaalle ovat muodostuneet yrityksen toiminnasta. Asiakastyytyväisyyttä on selvitettävä jatkuvasti ja järjestelmällisesti, jotta voidaan näitä tietoja käyttää eri tarkoituksiin kuten yrityksen toiminnan laadun ongelmakohtien selvittämiseen ja toiminnan tason ylläpitämiseen.

Opinnäytetyön suunnittelun aikana olen lukenut useita tutkimuksia, jotka kuvailevat kotihoidon ja hoiva-alan asiakkaiden tyytyväisyyttä. Esimerkiksi Iivonen (2005) on tutkinut opinnäytetyössään Hausjärven kunnan kotihoidon asiakkaiden tyytyväisyyttä saamiinsa palveluihin. Tämän tutkimuksen mukaan asiakkaat kokivat, että kotihoidon säännölliset käynnit lisäsivät turvallisuuden tunnetta. Peräkylä (2007) on tutkinut opinnäytetyössään Lahden Laune - alueen kotihoidon asiakkaiden mielipiteistä saamastaan hoidosta. Lahden Launeen kotihoidon asiakkaista yli puolet kokivat olonsa turvalliseksi ja kotihoidon käynneillä oli merkitystä heidän kotona selviytymiselleen.

3 SOSIAALINEN YRITYYS

3.1 Sosiaalisen yrityksen peruselementit

Yksityisenä palvelutarjoajana saa toimia *sosiaalinen yritys*. Laki sosiaalisia yrityksiä (1351/2003) astui voimaan vuoden 2004 alussa. Lain (1351/2003) mukaan sosiaalisella yrityksellä tarkoitetaan yritystä, jonka työvoimasta kolmannes on vajaatyökykyisiä tai pitkäaikaistyöttömyydestä kärsineitä, ja jotka työskentelevät yrityksessä joko osa-aikaisesti tai kokopäiväisesti. Vajaakuntoisuus – käsite on määriteltävä Suomen työhallinnon ja Kansaneläkelaitoksen lainsäädäntöjen mukaan. Tässä opinnäytetyössä vajaakuntoisuus - käsitteen määritelmä teeman rajoituksesta jätetään tutkimuksen ulkopuolelle.

Stenholm ja Lehto (2000) pohtivat tutkimuksessaan eurooppalaisia sosiaalisen yrityksen toimintamalleja ja arvioivat niiden soveltuvuutta suomalaiseen yhteiskuntaan. Stenholm kollegan (2000,42) selvittelevät eri maiden sosiaalisen yrityksen toimintamalleja ja ovat sitä mieltä, että pääosassa Eurooppaan maissa sosiaalisiksi yrityksiksi nimitetyistä organisaatioista on sosiaalisia yhteisöjä, jotka eivät tavoittele toiminnassaan taloudellista voittoa.

Stenholm ja Lehto (2000, 53) ovat analysoineet eri maiden sosiaalisen yrityksen malleja ja todenneet, että sosiaalisen yrityksen mallin suora siirtyminen Euroopasta Suomeen on vaikea, sillä eri maissa ja yhteiskunnassa on erilaisia taloudellisia tilanteita, perinteitä ja säädäntöjä. Kuitenkin eri maissa syntyneitä sosiaalisen yrityksen malleja voidaan soveltaa Suomessa. Tutkijat Stenholm ja Lehto (2000, 95, 97) tutkimuksessaan kuvailevat kolme peruselementtiä, jotka rakentavat yrityksestä sosiaalisen yrityksen:

- yrityksen liiketoiminta, jossa työllistetään vajaakuntoisia henkilöitä;
- toimintaa toteutetaan avoimilla markkinoilla;
- vajaakuntoiset toimivat työsuhteessa kuin kaikki muut työntekijät.

Suomessa sosiaalisen yrityksen juridisena muotona on osuuskunta, osakeyhtiö, kommandiittiyhtiö tai avoin yhtiö.

3.2 Sosiaalisen yrityksen toiminnan edellytykset

Sosiaalisista yrityksistä ja niiden palvelutarjonnasta on useita tutkimuksia ja hankkeita. Esimerkiksi Euroopan sosiaalirahaston osittain rahoittama HOT -hanke, jossa useat kunnat olivat mukana vuosina 2005–2008. Suomen osalta koko HOT -hanketta koordinoi Sosiaali- ja terveysalan kehittämiskeskus Stakes. Hankkeen tavoitteena oli tutkia mahdollisuuksia perustaa hoiva-alan sosiaalisia yrityksiä Suomeen. (Pöyhönen & Karhu 2008, 12 - 13.)

HOT -hanke sisälsi useita eri osahankkeita, joiden tavoitteena oli kehittää sosiaalisten yritysten toimintaa muun muassa tehostamalla sosiaalisia yrityksiä koskevan lainsäädännön kehittämiseen ja tutkimalla sosiaalisten yritysten eettistä pohjaa. Kansainvälisten verkostojen avulla hankkeessa saatiin tietoja ja kokemuksia eri toimialoilla Euroopassa toimivista sosiaalisista yrityksistä ja sosiaalisten tekijöiden huomioon ottamisesta kuntien hankinnoissa. (Nyman 2009, 3, 12, 93.)

Nyman (2009, 17) esittelee sosiaalisen yrityksen päätavoitteet siten, että yrityksen sosiaalisena tavoitteena on yrittää vastata sosiaaliseen tarpeeseen ja liiketaloudellisenä tavoitteena on toimia tehokkaasti. Kun sosiaaliset tavoitteet ja liiketoiminnan edellytykset ovat lähempänä toisiaan, yrityksen toiminta on integroituva ja tehokkaasta. Nyman todentaa (2009, 56 – 57), että Euroopasta saatujen tulosten mukaan sosiaaliset yritykset voivat tuottaa mitä tahansa hyvinvointipalveluja, jos niiden toimintaa ei lainsäädännöllä liiallisesti säädelä.

Nymanin mukaan (2009, 106) sosiaalisten yritysten on toimiva saumattomasti sekä julkisen sektorin että tavallisten yritysten kanssa, sillä senlaatuinen yhteistyö voi tuoda hyvän tuloksen. Hoiva-alalla sosiaalisten yritysten ensisijaisia yhteistyökumppaneita ovat julkiset hallintokunnat. Hankkeen tuloksena (Nyman 2009, 5) on syntynyt Helsingin kaupungin omistama hoiva-alan palveluita tuottava osakeyhtiö. Tämän sosiaalisen yrityksen tarkoituksena on työllistää pitkäaikaistyöttömiä ja osatyökykyisiä.

3.3 Sosiaalisen yrityksen Koti ja Kuusi osuuskunnan palvelut

Koti ja Kuusi osuuskunta on perustettu syksyllä 2004 Lähiön sosiaaliset yrittäjät EQUAL - hankkeen pohjalta ja merkitty sosiaalisten yritysten rekisteriin vuonna 2005. Perustajajäsenet ovat Liipolan Lähiöseura Ry, Manna Ry ja Liipolan Asu-
mispalvelut osuuskunta. *Koti ja Kuusi* osuuskunnan yksi tavoitteista on vajaakun-
toisten, pitkäaikaistyöttömien ja maahanmuuttajien valmentaminen työelämään
ulkoalue-, koti- ja tukipalvelutehtävissä. Yritys Koti ja Kuusi osuuskunta tuottaa
hyvinvointipalveluja, joita myös pienituloisilla ihmisillä on edellytyksiä ostaa.
Näin yritys auttaa heidän hyvinvointiaan ja helpottaa heidän kotona asumisessa
selviytymistään. (Koti ja Kuusi osuuskunnan toimintakertomus 2009, 4.)

Toimitusjohtajan Sari Dufvan (Koti ja Kuusi osuuskunnan toimintakertomus
2009, 3) mielestä sosiaalisena yrityksenä Koti ja Kuusi osuuskunnalla on parem-
mat mahdollisuudet menestyä kilpailuissa, joissa sosiaaliset perusteet summat-
taan. Ulkoaluepalvelut, kotipalvelut sekä ateriapalvelutoiminta ovat yrityksen
päätoimialueita. Kotipalvelutöiden kysynnän kasvettua yrityksen kotipalveluihin
palkattiin alkuvuodesta 2009 työpari kotipalvelutiimin vetäjälle. Myös vaihtuva
määrä työharjoittelijoita on kotipalveluissa työharjoittelussa. (Koti ja Kuusi
osuuskunnan toimintakertomus 2009, 3, 6.)

Koti ja Kuusi yrityksen *kotipalveluihin* kuuluvat kotisiivous, muuttosiivous, ikku-
noiden pesu, asiointiapu, tietotekniikkapalvelut, huonekalujen kokoaminen, piha-
työt. Palveluyrityksenä Koti ja Kuusi osuuskunnan toiminnan tavoite on täyttää
asiakkaiden odotukset ja tarpeet. Asiakkailla on aina vaihtoehtoja palveluntuotta-
jien kesken. Tyytymätön asiakas vaihtaa palvelun tuottajaa. Jotta niin ei tapahdu
ja jotta asiakkaat pysyvät asiakkaina, on tärkeää seurata asiakkaiden mielipiteitä
ja tyytyväisyyttä yrityksen toiminnasta

3.4 Koti ja Kuusi – yrityksen henkilöstö

Kun osalla yrityksen työntekijöistä on takanaan pitkäaikainen työttömyys, niin silloin työteho ja työtaito eivät aina ole parhaat mahdolliset. Siksi Koti ja Kuusi osuuskunnan tehtävänä on työn ohessa opettaa tukityöllistetyille säännöllistä elämänrytmiä ja työmoraalin tärkeyttä. Henkilöstörakenteessa on huomioitava, jotta palkkatuetuilla henkilöillä ja työharjoittelijoilla on ammattitaitoinen työnopastaja tukena. (Koti ja Kuusi osuuskunnan toimintakertomus 2009.)

Korkeamäki, Pulkkinen ja Selinheimo (2000) käsittelevät kirjassaan asiakaspalvelun ja markkinoinnin keskeisiä ominaisuuksia. Korkeamäki kollegojen (Korkeamäki ym. 2000, 12) ovat sitä mieltä, että jokaisella yrityksen asiakaspalvelutehtävissä toimivalla työntekijällä täytyy olla selkeä käsitys siitä, miten hänen pitää asiakkaita kohdella, jotta yrityksen asiakaspalvelun tavoitteet tulisivat täytetyiksi. Yrityksen työntekijöiden pitää ymmärtää asiakastyytyväisyyden tärkeys, koska henkilöstö on päävoimavara asiakastyytyväisyyden saavuttamisessa. Asiakkaiden palvelutyytyväisyyskartoitus voisi auttaa kehittämään hyvinvointialan sosiaalista yritystoimintaa.

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

4.1 Tutkimusongelmat

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää Koti ja Kuusi osuuskunnan kotipalvelujen asiakkaiden mielipiteitä palvelusta, toiveita ja ehdotuksia palveluiden kehittämistyötä varten. Opinnäytetyölle laaditaan seuraavat tutkimusongelmat:

1. Kartoittaa taustatietoa Koti ja Kuusi yrityksen kotipalvelujen asiakkaista.
2. Millaista tietoa Koti ja Kuusi osuuskunnan palvelujen saatavuudesta asiakkailla on?
3. Mitä mieltä Koti ja Kuusi – yrityksen asiakkaat ovat työntekijöistä?

4. Asiakastyytyväisyys palveluihin eli mitä mieltä Koti ja Kuusi osuuskunnan asiakkaat ovat saamistaan palveluista?
5. Palveluista koettu hyöty eli onko Koti ja Kuusi – yrityksen toiminta helpottanut kotona selviytymistä?
6. Minkälaisia palvelujen kehitysehdotuksia asiakkailla on?

Näiden tutkimusongelmien lisäksi tarkastelen, onko yhteyttä mielipiteeseen ja palvelujen useuteen asiakkaan iällä ja asiakkaana oloajalla.

4.2 Tutkimuksen menetelmät

Tutkimusmenetelmän valintaan vaikuttaa oleellisesti se, millaista tietoa tutkimuksella on tarkoitus saavuttaa sekä se, mistä tai keneltä tietoa kerätään (Hirsjärvi ym.2007, 179). Opinnäytetyö on kvantitatiivinen kuvaileva kokonaistutkimus, jossa on myös kvalitatiivista osaa. Tämä tutkimus on luonteeltaan tilastollinen, koska tutkimuksen aineisto kerätään, käsitellään ja ilmaistaan raportissa tilastollisia menetelmiä käyttäen. (Ks. Karjalainen 2004, 12, 21; Kankkunen & Vehviläinen-Julkunen 2009, 42.)

Tutkimusaineisto kootaan informoituna kyselynä. Heikkilän (2008, 67) mukaan informoidun kyselyn suurimpia etuja toisten kyselytutkimuksien muotojen verrattuna on se, että kyselylomake henkilökohtaisesti viedään vastaajalle ja noudetaan vastaajalta. Se parantaa vastausprosenttia ja mahdollistaa sen, että vastaaja voi saada selvennyksiä kysymyksiin väärinkäsitysten välttämiseksi.

4.2.1 Tutkimuksen kohderyhmä

Tässä tutkimuksessa käsittelen Koti ja Kuusi - sosiaalisen yrityksen asiakkaiden tyytyväisyyttä palveluihin siten, että rajaan kohderyhmän vain kotipalveluihin sopimusasiakkaihin. Tutkimuksen perusjoukon muodostavat Koti ja Kuusi koti-

palvelujen asiakkaat, joiden määrä tutkimuksen toteuttamisen aikana on ollut 29 henkilöä. Koska perusjoukko on alle 100 yksikköä ja tilastotieteellisesti suhteellisen pieni, tutkimus suoritetaan kokonaistutkimuksena (Heikkilä 2008, 14, 33).

4.2.2 Lomakkeen suunnittelu ja kysymykset

Lomakkeen alustavat kysymykset mietin itse, sen jälkeen viimeistelin lomaketta yrityksen tarpeita hyödyttäväksi. Samassa yhteydessä muutin kysymysten määrää ja sijainteja ja lisäsin muuttamia erityisesti yritystä kiinnostavia kysymyksiä. Asiakastyytyväisyyskyselylomake on liitteenä (Liite 1). Kyselyn laadittaessa käytin vastaajan taustatietojen ja yrityksen toiminnan arvioinnin kartoituksen monivalinta- ja asteikkoihin perustavia kysymyksiä. Viisiportaiseen asteikkoon selkeyden vuoksi esitettyjen vastauksien kuvaajissa käytin 1 tarkoittamaan erittäin tyytymätön, 2 - tyytymätön, 3 - ei tyytyväinen eikä tyytymätön, 4 - tyytyväinen ja 5 - erittäin tyytyväinen.

Kyselyyn laaditaan viisi avointa kysymystä, joihin asiakas voisi halutessaan vastata. Nämä ovat kysymykset 9, 16, 23, 24 ja 25. Niissä kysymyksissä vastaajilta kysytään palautetta työnlaatua koskevista asioista, mielipidettä maahanmuuttajatyöntekijöistä, hyvistä ja parantamisen tarpeessa olevista asioista, palvelujen kehittämisehdotuksista. Kysymykset perustuvat tutkimusongelmiin. Kyselylomakkeen kysymykset yhdestä kuuteen vastaavat opinnäytetyön ensimmäiseen tutkimusongelmaan, jossa kartoitetaan tietoja siitä, minkälaiset asiakkaat käyttävät Koti ja Kuusi - yrityksen kotipalveluita.

Kysymykset 7, 8, 9 vastaavat puolestaan toiseen tutkimusongelmaan, jossa pohditaan millaista tietoa Koti ja Kuusi osuuskunnan palvelujen saatavuudesta asiakkailla on. Kysymys 24 kerää mielipiteitä maahanmuuttajatyöväistä ja vastaa kolmanteen tutkimusongelmaan eli mitä mieltä Koti ja Kuusi – yrityksen asiakkaat ovat maahanmuuttajatyöntekijöistä. Neljännessä tutkimusongelmassa arvioidaan asiakastyytyväisyyttä palveluihin ja siitä pohtivat kysymykset 10 – 19. Viidennes tutkimusongelmassa kuvataan asiakkaiden koetun kotipalvelujen hyötyä. Siitä

käsittelevät kysymykset 20 – 22. Kuudenteen, kehittämisajatuksia selvittävään ongelmaan vastaavat kysymykset 23 ja 25. Tutkimusongelmien yhteyttä kyselylomakkeen kysymyksiin on esitetty *taulukossa 1*.

Näiden tutkimusongelmien lisäksi ristiintaulukoinnin avulla tarkastelen, onko yhteyttä mielipiteeseen ja palvelujen useuteen asiakkaan iällä ja asiakkaana oloajalla. Kyselylomaketta testattiin kahdella kohderyhmään kuuluvalla henkilöllä. Näiden vaiheiden jälkeen lomake muodostui vähän uudelleen. Kysymysjärjestys hieman vaihtui. Mielestäni kyselylomakkeen kokonaisuus edustaa opinnäytetyön tutkimusongelmia. Lomakkeen kysymykset ovat yksiselitteisiä. Lomake on looginen ja sitä helppo täyttää.

TAULUKKO 1. *Tutkimusongelmien yhteys kyselylomakkeeseen*

Tutkimusongelmat	Kyselylomakkeen kysymykset
1. Kuusi- yrityksen kotipalvelujen asiakkaiden taustatiedot	Kohderyhmää kuvaavat kysymykset 1 – 6
2. Millaista tietoa Koti ja Kuusi – yrityksen kotipalvelujen saatavuudesta asiakkailla on?	Yrityksen palveluiden saatavuutta käsittelevät kysymykset 7- 9
3. Mitä mieltä asiakkaat ovat maahanmuuttajatyöntekijöistä?	Maahanmuuttajatyöntekijöistä mielipiteitä käsittelee kysymys 24
4. Asiakastyytyväisyys palveluihin	Asiakkaiden kohtelu, kysymykset 10, 11, 17 Tyytyväisyys palveluiden laatuun, kysymykset 12, 13, 14, 16 Palvelumaksujen tyytyväisyys, kysymys 15 Palvelujen toteutustapataytyväisyys, kysymykset 18, 19
5. Palveluista koettu hyöty	Kysymykset 20 - 22
6. Koti ja Kuusi – yrityksen kotihoidon palveluiden kehittämismielipiteitä	Kehittämisajatuksia kartoittavat kysymykset 23, 25

4.2.3 Tutkimusaineiston keruu

Tutkimus toteutettiin yrityksen asiakkaille siten, että kaikki Koti ja Kuusi – yrityksen kotipalvelujen sopimusasiakkaat saavat vastata kyselyyn. Opinnäytetyön suunnitteluvaiheessa Koti ja Kuusi osuuskunnan kotipalvelujen vetäjä on auttanut ottamaan yhteyttä jokaiseen asiakkaaseen ja selvittämään osallistuneiden määrää. Kaikki asiakkaat eivät halua osallistua tutkimukseen, mitä on ymmärrettävä ottaen huomioon esimerkiksi asiakkaiden terveyttä ja ikää. Perusjoukon koko on 29 asiakkaita, joista vapaaehtoisesti tutkimukseen osallistuvat 17 henkilöä eli 60 % Koti ja Kuusi – yrityksen kotihoidon asiakkaista. Kato on 40 %. Vastaaminen tapahtui nimettömänä vain tutkijan läsnä ollessa. Lomakekysely suoritettiin keväällä vuonna 2010.

Tämän tutkimusaineiston kerättiin suoran osallistuneilta kotikäynnin yhteydessä. Jokaiselle Koti ja Kuusi osuuskunnan kotipalvelujen asiakkaalle soitettiin ennen tutkimuksen suorittamista ja kerrottiin tutkimuksen tarkoituksesta, osallistumisen vapaaehtoisuudesta ja anonymiteetista. Samalla sovittiin aika, jolloin kysely tapahtuisi asiakkaan kotona. Yksittäinen kyselytapahtuma kesti 30 minuuttia ja matka asiakkaiden luokse pitkittyi tunnista 1,5 tuntiin. Kyselyn aikana vain tutkija ja vastaaja olivat läsnä, joten varmistettiin että kotihoitopalvelujen työntekijän läsnäolo ei vaikuta vastauksiin.

Informoidu kysely suoritettiin niin, että vastaaja itse täytti lomakkeen tai tutkija lukee kysymyksen ja kirjasi lomakkeeseen vastauksen. Lomakkeeseen ei ole kirjottu henkilötietoja, jotta anonymiteetti säilyisi ja vastaaja ei pystyisi tunnistamaan. Tutkimuksessa osallistumisprosentti oli 60 %. Eli 29 yrityksen kotihoidon sopimusasiakkaista 17 tutkimuksessa osallistuneita asiakkaita ovat täyttäneet lomakkeita, ja kaikki kerätyt lomakkeet olivat hyväksytyjä.

Vastausprosentti on suhteellinen korkea. Huono puoli tässä menetelmässä oli se, että kyselyn aikataulu vaihdettiin monta kertaa. Tutkijalla oli mahdollisuus päästää kyselemään vain jos asiakas on valmis tapaamiseen, mitä ei aina ollut mahdollista asiakkaiden henkilökohtaisista syistä.

4.2.4 Tutkimusaineiston analyysi

Tässä tutkimuksessa saatu aineisto analysoitiin tilastollisesti. Analyysivaiheessa selvitettiin, millaisia vastauksia saatiin tutkimuskysymyksiin. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa aineistosta muodostettiin muuttujia, aineisto koodattiin laaditun muuttujaluokituksen mukaisesti ja syötettiin havaintomatriisiin. (Ks. Hirsjärvi ym. 2007, 216; Heikkilä 2008, 123; Kananen 2008, 38.)

Tutkimuksen vastauslomakkeet numeroitiin, havaintoarvot syötettiin havaintomatriisiin numeerisessa muodossa Excel-tilaukkolaskentaohjelmaan. Sen jälkeen aineistoa käsiteltiin laskemalla määritellyille mitattaville muuttujille eri tunnuslukuja. Kyselyvastaukset analysoitiin Excel-ohjelman avulla. Aineiston käsittely aloiteltiin siitä, että tutkittiin ensin jokaisen muuttujan saamia arvoja ja kuvailtiin niitä. Tuloksia havainnollistettiin diagrammeilla. Avoimiin kysymyksiin vastaukset järjestettiin teemoittain paperille ja sitten tietokoneelle analyysija varten.

Muuttujien arvot ilmoitettiin niin vastaajien lukumäärää frekvensseinä kuin prosenttiosuuskina. Kuvioiden pylväisiin merkittiin luokkien prosenttiosuudet. Seuraavassa analysointivaiheessa etsittiin muuttujien välisiä suhteita ja analysoitiin niitä ristiintaulukoiden avulla. Heikkilä (2008, 150) kuvailee ristiintaulukointi yksinkertaisina tapana tarkastella kahden muuttujan välistä yhteisyyttä.

5 TUTKIMUSTULOKSET

Tutkimuksessani selvitän, mitä mieltä Koti ja Kuusi osuuskunnan kotipalvelujen asiakkaat ovat saamistaan palveluista sekä millaisia palvelujen kehitysehdotuksia asiakkailta mahdollisesti on. MieliPIDemuuttujat ovat viisiportaisia välimatka-asteikon muuttujia, kuten mieliPIDemittauksissa usein tehdään. Taustamuuttujina ovat vastaajan ikä ryhmittäin, sukupuoli, asumismuoto, asumistapa, kotipalvelujen useus sekä vastaajan asiakkuuspituus. Avointen kysymysten vastaukset järjestään tutkimusongelmien mukaan ja poimitaan niistä esiin nousevia asioita. Kokonaistu-

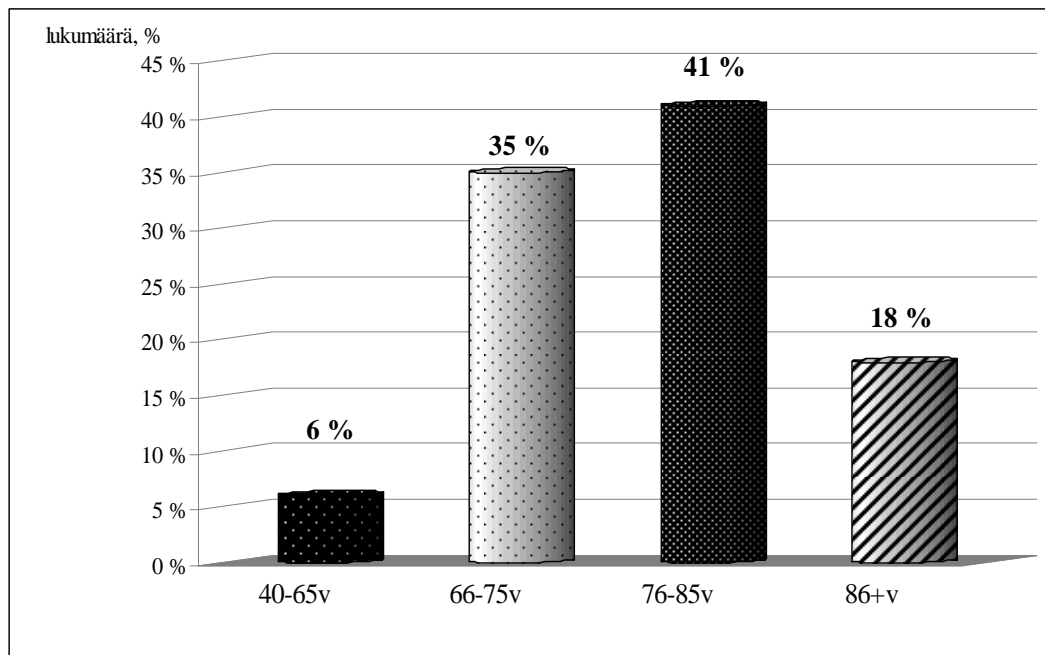
losten lisäksi tarkastelen, onko ikäryhmien välisiä vastauseroja tilastollista merkittävyyttä.

5.1 Koti ja Kuusi osuuskunnan asiakkaat

Kyselyn kysymykset 1 -6 vastaavat opinnäytetyön ensimmäiseen tutkimusongelmaan ja antavat tietoa ihmisistä, jotka käyttävät Koti ja Kuusi osuuskunnan kotipalveluita.

5.1.1 Ikä

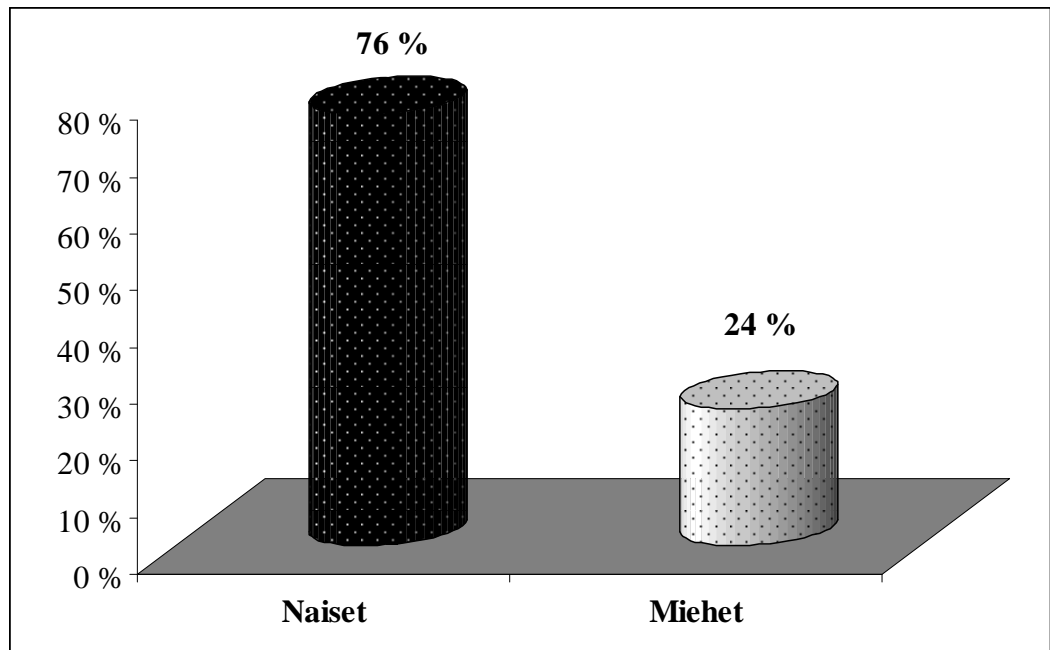
Tutkimuksessa osallistuneista valtaosa (41 %) oli iältään 76 - 85-vuotiaita. Suuri ikäluokka myös 66 – 75-vuotiaat, joita oli 35 %. Yli 86-vuotiaita vastaajia oli mukana kyselyssä 18 % ja alle 66-vuotiaita oli vain 6 % kaikista vastaajista. (Kuvio 1.)



KUVIO 1. Vastaajien ikä (N=17)

5.1.2 Sukupuoli

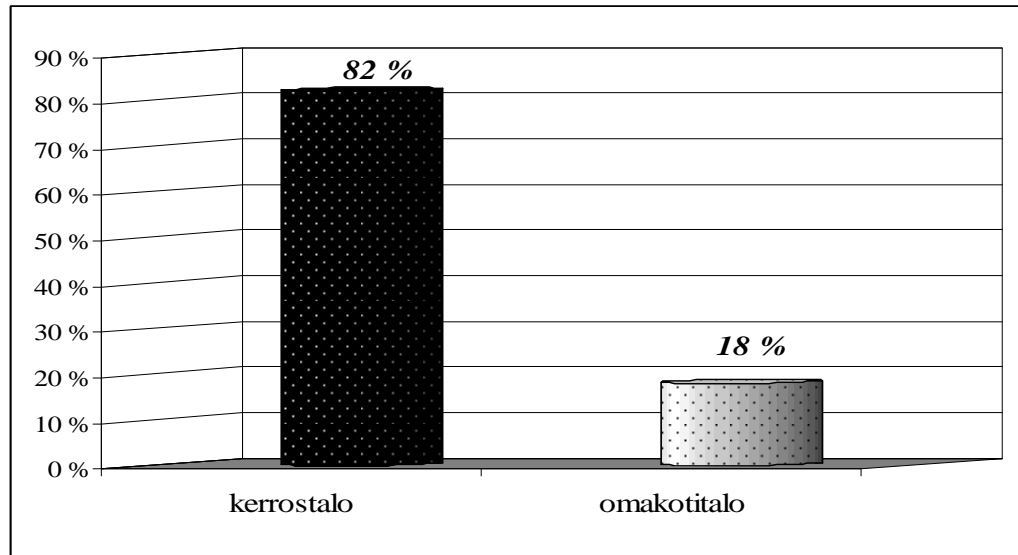
Kyselyn osallistuneista naisia oli 76 % eli selkeästi enemmän kuin miehiä. Miehiä oli 24 % vastanneista (kuvio2).



KUVIO 2. Vastaajien sukupuoli (N=17)

5.1.3 Asumismuoto

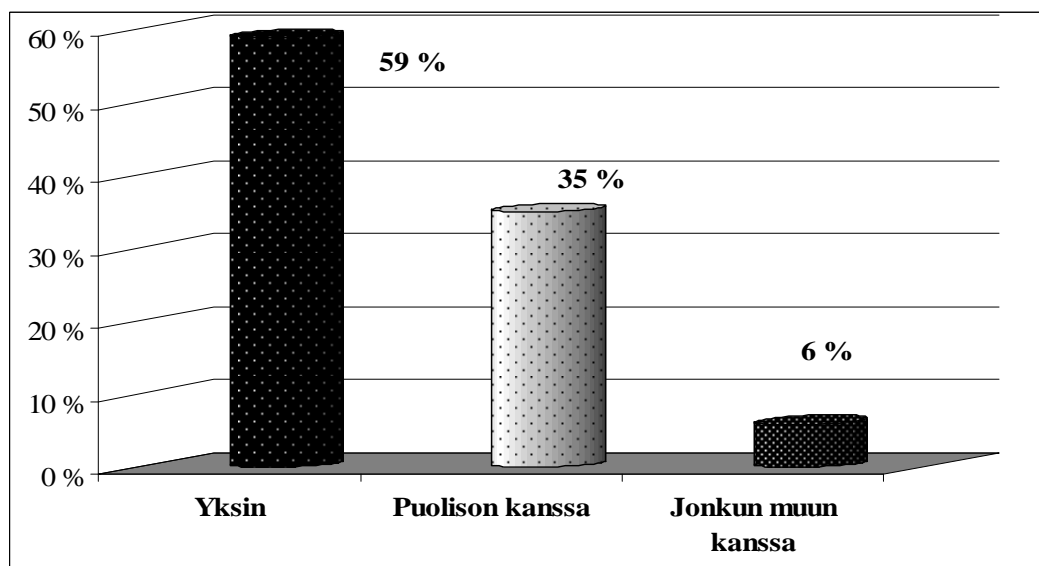
Vastanneista valtaosa (82 %) asuu kerrostalossa, ja 18 % asuu omakotitalossa. Kuvio 3 esittää vastaajien asumismuoto - prosenttijakaumaa.



KUVIO 3. Vastaajien asumismuoto (N=17)

5.1.4 Asumistapa

Yksin asuvia oli 59 % vastanneita. Puolison kanssa asuvat 35 % vastanneista. Kuusi prosenttia asuu jonkun muun (lasten) kanssa. (Kuvio 4.) Taulukko 2 esittää vastaajien taustatiedot.



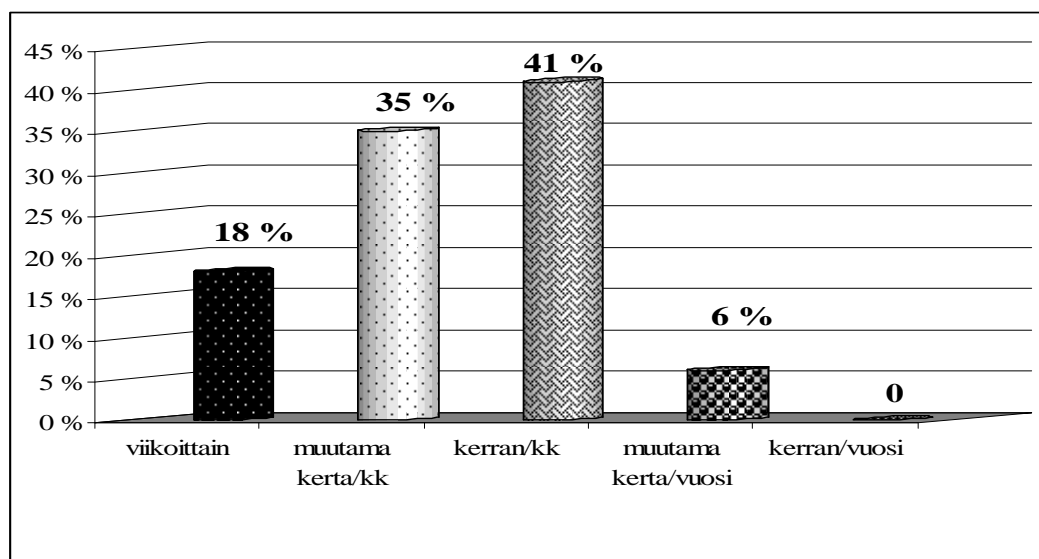
KUVIO 4. Vastaajien asumistapa (N=17)

TAULUKKO 2. Vastaajien (N=17) taustatiedot

TAUSTATIEDOT	N = 17 (100 %)	n, lukumäärä	%
Sukupuoli			
1	nainen	13	76
2	mies	4	24
Ikä			
1	40–65	1	6
2	66–75	6	35
3	76–85	7	41
4	86+	3	18
Asumismuoto			
1	kerrostalo	14	82
2	omakotitalo	3	18
Asumistapa			
1	Yksin	10	59
2	Puolison kanssa	6	35
3	Jonkun muun kanssa	1	6

5.1.5 Palvelun käytön useus

Kyselyyn vastanneista 35 % käyttävät yrityksen kotipalvelua muutaman kerran kuukaudessa, 41 % - kerran kuukaudessa, 18 % vastanneista käyttää palveluita viikoittain ja 6 % käyttää kotipalveluita muutaman kerran vuodessa. (Kuvio 5.)

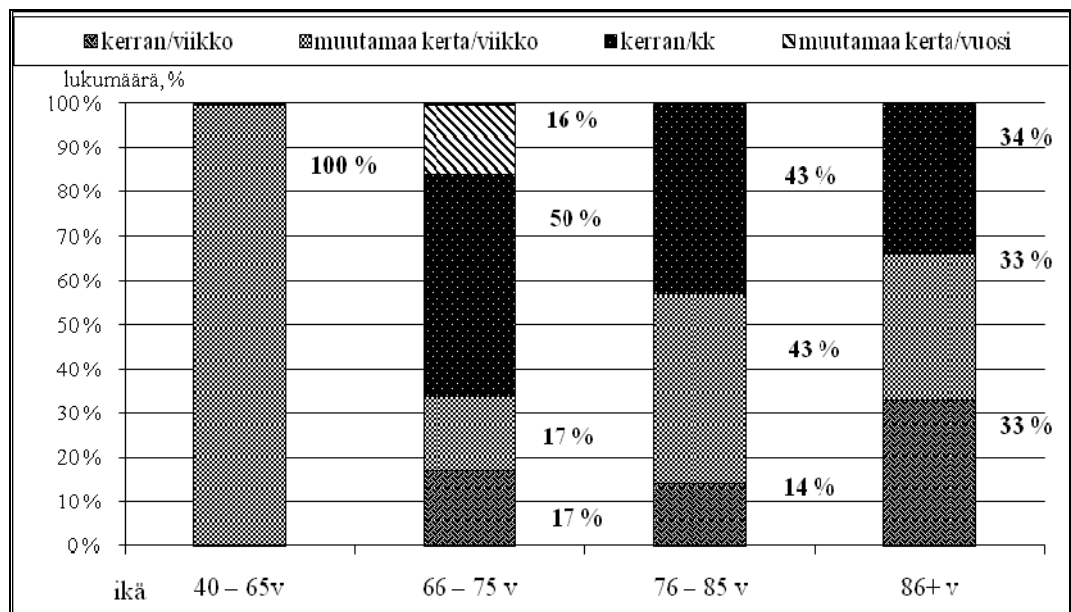


KUVIO 5. Palvelujen käytön useus

Havainnollistetaan vastanneiden palvelujen käytön useutta iän suhteen ristiintaulukoimalla aineisto (taulukko 3 ja kuvio 6). Taulukkoa (taulukko 3) analysoinnissa huomataan, että 66 - 75-vuotiaat käyttävät kotipalveluita suuressa määrin *kerran kuukaudessa* (50 %), 76 - 85-vuotiaat ottavat avuksi palveluita lähinnä *muutamana kerran viikossa* (43 %), vain 13 % ikäluokan 76 -85-vuotiaita ostavat kotipalveluita *kerran kuukaudessa* ja 14 % tästä ikäryhmästä käyttää palveluita *kerran viikossa*.

TAULUKKO 3 *Palvelujen useus iän suhteen (N= 17)*

N =	40 – 65v	66 – 75 v	76 – 85 v	86+ v	Kaikki N=17	
	1	6	7	3	n	%
	%	%	%	%		
kerran/viikko		17	14	33	3	18
muutamaa kerta/viikko	100	17	43	33	6	35
kerran/kk		50	43	34	7	41
muutamaa kerta/vuosi		16			1	6
kerran/vuosi						
Yhteensä, %	100	100	100	100		100

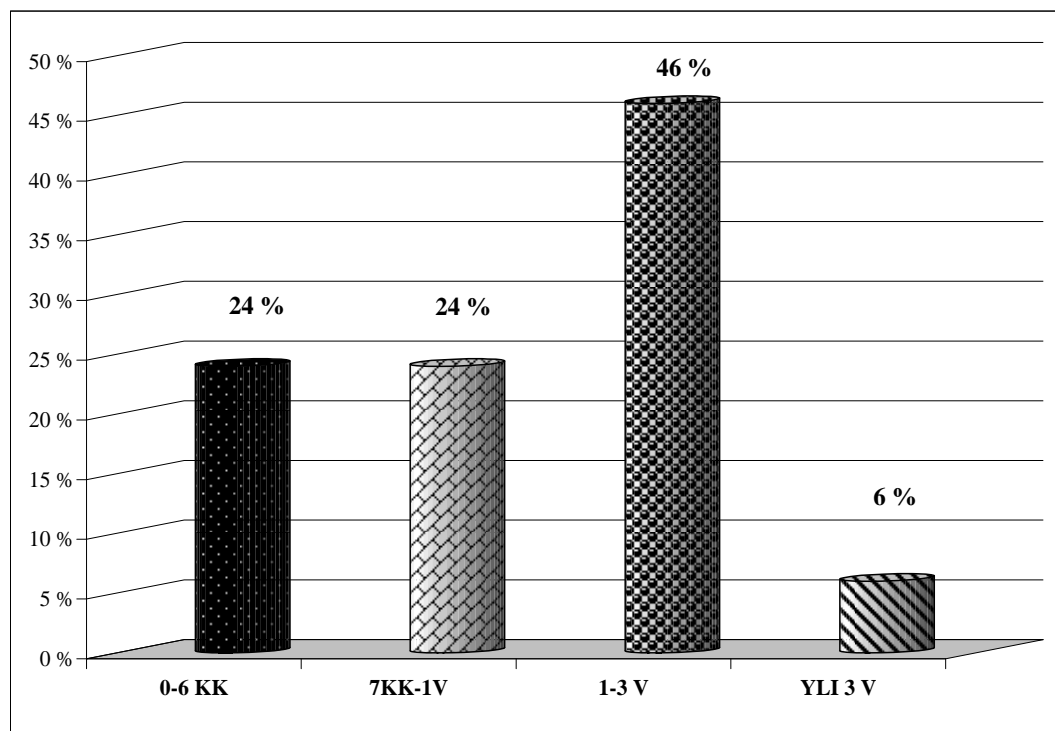


KUVIO 6. *Palvelujen useus iän suhteen (N= 17)*

Palvelujen käytössä on nähtävissä selvä riippuvuus ikään: iän kasvaessa palvelujen käytön useus kasvaa. Eroja ikäryhmien välissä on, mutta eron tilastollista merkitsevyyttä mahdotonta testata, sillä havaintoyksiköiden määrä ei täytä tilastollisin riippuvuustestien käyttökriteeriä.

5.1.6 Asiakkuuspituus

Suurin osa vastanneista (46 %) ovat Koti ja Kuusi osuuskunnan kotipalvelun asiakkaina 1 - 3 vuotta, 24 prosentilla asiakkuus kestää 7kk – 1 vuosi ja 24 % ovat asiakkaina 0 – 6 kuukautta (kuvio 7).



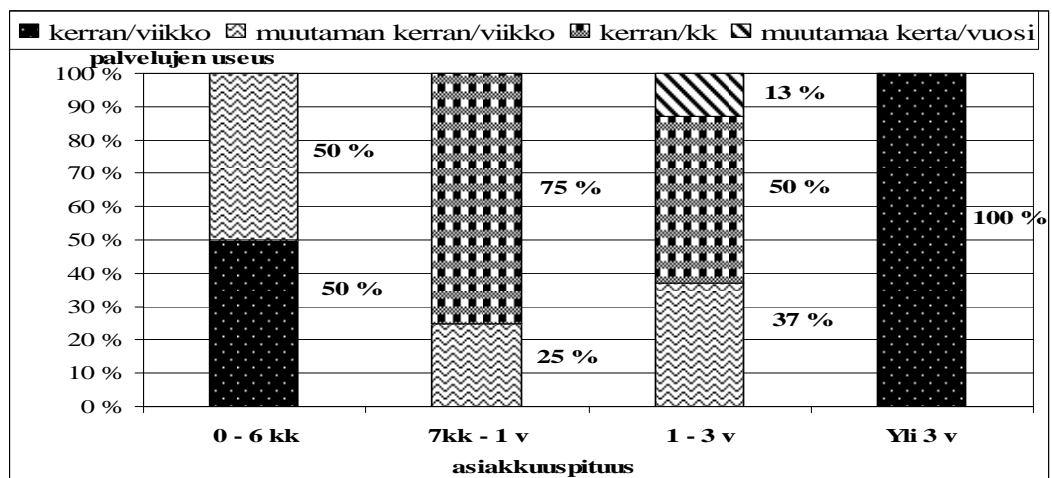
KUVIO 7. Asiakkuuspituus

Ristiintaulukoinnin avulla tarkastellaan, onko yhteyttä palvelun useuteen asiakkaana oloajalla. Asiakkaana oloajan kasvattaessa kotipalvelujen käytön useus ei kasvaa huomattavasti (taulukko 4 & kuvio 8). 0 – 6 kuukautta olleet asiakkaana - ryhmästä *muutamaa kerta/viikossa* - useus on 50 prosentilla. Vastaava useus 7kk - 1 vuosi - ryhmästä on 25 prosentilla ja 1 -3 vuotta asiakkaana olleet - ryhmästä 37 % käyttivät palveluita muutaman kerran viikossa.

Ryhmiä välissä ei ole tilastollisesti merkitseviä eroja, mutta tuloksiin pitää suhtautua varauksin. Tilastollisen riippuvuuden ja merkitsevyyden testiä ei suorita, koska testin kriteerit eivät täytä minimivaatimuksia (jokaisella solussa on oltava viisi havaintoyksikköä ja koko havaintojoukon täytyy olla 50 havaintoyksikköä tai enemmän).

TAULUKKO 4. *Palvelujen useus asiakkaana oloajan suhteen (N= 17)*

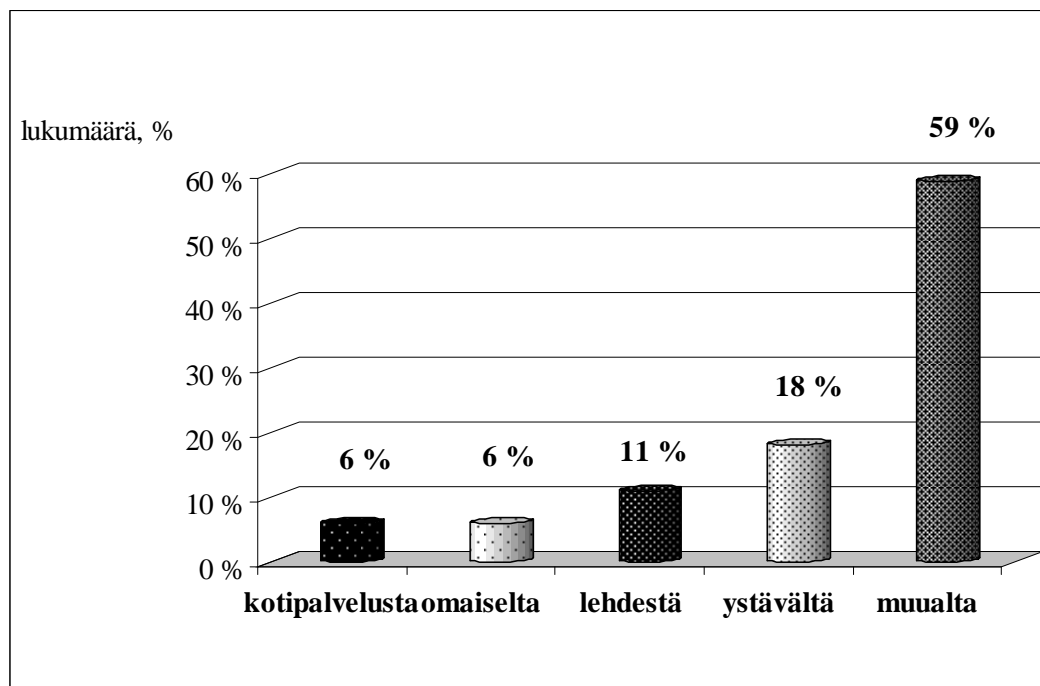
<i>N =</i>	<i>0 - 6 kk</i>	<i>7kk - 1 v</i>	<i>1 - 3 v</i>	<i>Yli 3 v</i>	<i>Kaikki N=17</i>	
	<i>4</i>	<i>4</i>	<i>8</i>	<i>1</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
kerran/viikko	50			100	3	18
muutamaa kerta/viikko	50	25	37		6	35
kerran/kk		75	50		7	41
muutamaa kerta/vuosi			13		1	6
Yhteensä, %	100	100	100	100		100



KUVIO 8. *Palvelujen useus asiakkaana oloajan suhteen (N= 17)*

5.2 Tieto palvelujen saatavuudesta

Kysymykset 7 - 9 vastaavat toiseen tutkimusongelmaan ja käsittelevät Koti ja Kuusi - yrityksen tietoa saatavuutta. 59 % vastanneista kertoi saaneensa tietoa Koti ja Kuusi yrityksestä Palvelu Sandran esitteestä ja mainoksista. 6 % vastanneista oli saanut tietoa yrityksestä kunnallisesta kotipalvelusta ja 6 % - omaiselta. 11 % vastanneista oli saanut yrityksen tietoa lehdistä ja 18 % - ystäviltä ja naapureilta (kuvio 9).



KUVIO 9. Tieto palvelujen saatavuudesta

88 % vastanneista sanoi tietävänsä, mitä palveluita Koti ja Kuusi osuuskunnalla on tarjolla, 12 % vastanneista ei tiedä, mitä palveluita yritys tuottaa. Vastauksesta avoimeen kysymykseen 9 (Liitteet, 1 Asiakastyytyväisyyskysely) kävi ilmi, että asiakkaat halusivat saada tuoreita esitteitä palveluista ja hinnoista.

Kysymyksessä 9 kysytään, mitä muita Koti ja Kuusi osuuskunnan palveluita asiakas toivoo saada tulevaisuudessa. Tulokset olivat seuraavanlaiset:

- *Ateriapalvelu*
- *Ulkoilupalvelu*
- *Siivous ja ikkunapesu useimmin, märkä lattiapesu*
- *Ulkotyö*
- *Henkilökohtainen apu – palvelu*
- *Uusi esite hintoine yrityksen palveluista*

5.3 Asiakkaiden mielipiteitä maahanmuuttajatyöntekijöistä

Kysymyksessä 24 kysytään, mitä mieltä asiakkaat ovat maahanmuuttajatyöntekijöistä ja vastauksia siihen kysymykseen selventävät kolmatta tutkimusongelmaa. Vastaukset yhteenvetona olivat:

- *Maahanmuuttajat työntekijöinä ovat ahkeria, yritteliäitä, perusteellisia, ystävällisiä ja reippaita.*
- *On vaikeaa kommunikoida siksi, että kielentaito puuttuu. Ei mielellään tarvita maahanmuuttaja-työntekijää.*
- *Motivaatio työhön joskus puuttui.*

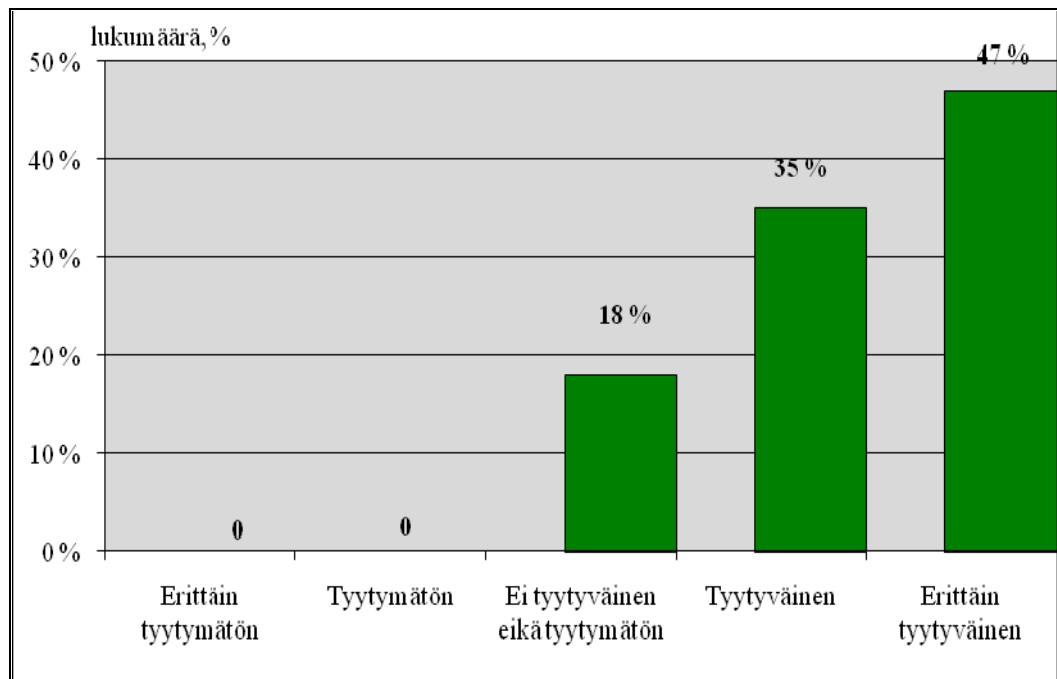
Myönteisiä kokemuksia olivat viidellätoista vastanneista ja kaksi henkilöä ei mielellään halua maahanmuuttajan työntekijänä.

5.4 Asiakastyytyväisyys

Asiakastyytyväisyyttä kartoittavat kysymykset 10–19. Vastauksista niiden kysymyksiin kävi selville, mitä mieltä olivat Koti ja Kuusi osuuskunnan asiakkaat saamistaan palveluista, työn laadusta, toiminnan luotettavuudesta ja maksujen määristä.

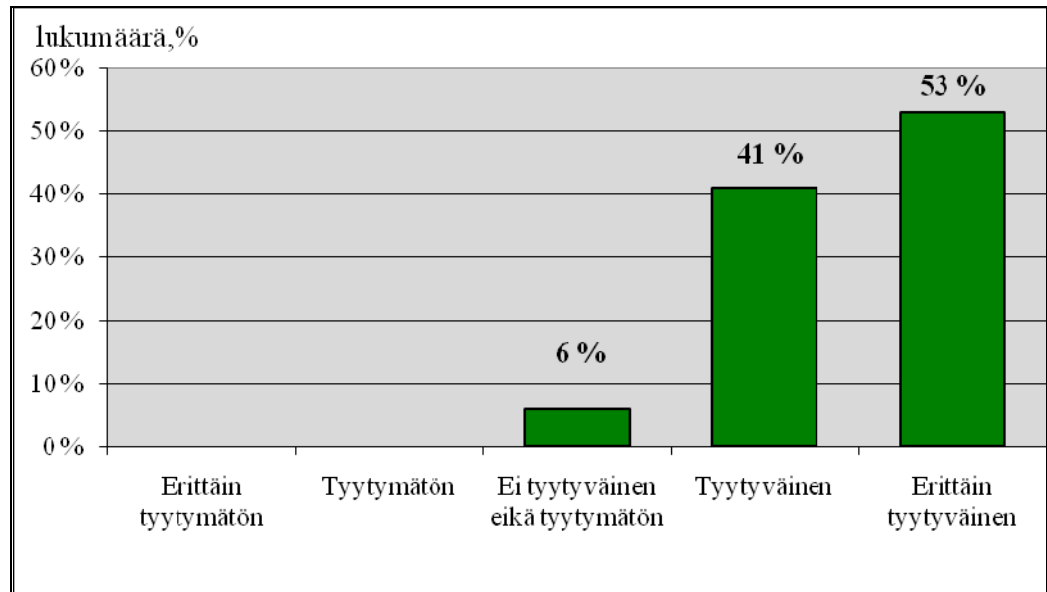
5.4.1 Asiakkaiden kohtelu

Asiakastyytyväisyyttä yhteydenoton nopeuteen, työntekijöiden kohteluun ja sovi-
tuin asioiden noudattamiseen kuvaavat kysymykset 10, 11 ja 17. Vastajat pääosin
olivat tyytyväisiä (35 %) tai erittäin tyytyväisiä (47 %) Koti ja Kuusi henkilökun-
nan yhteydenoton nopeuteen. ”Ei tyytyväinen eikä tyytymätön” – arvo valitsevat
18 % kyselyyn vastanneista. (Kuvio 10.)



KUVIO 10. Yhteydenoton nopeuteen tyytyväisyys

Kyselyyn osallistuneista 53 % olivat erittäin tyytyväisiä ja 41 % olivat tyytyväisiä
siitä, miten Koti ja Kuusi osuuskunnan työntekijät kohtelivat asiakkaita. Kuudella
prosentilla oli neutraali mielipide kotihoitopalvelujen työntekijän kohtelusta. (Ku-
vio 11.)

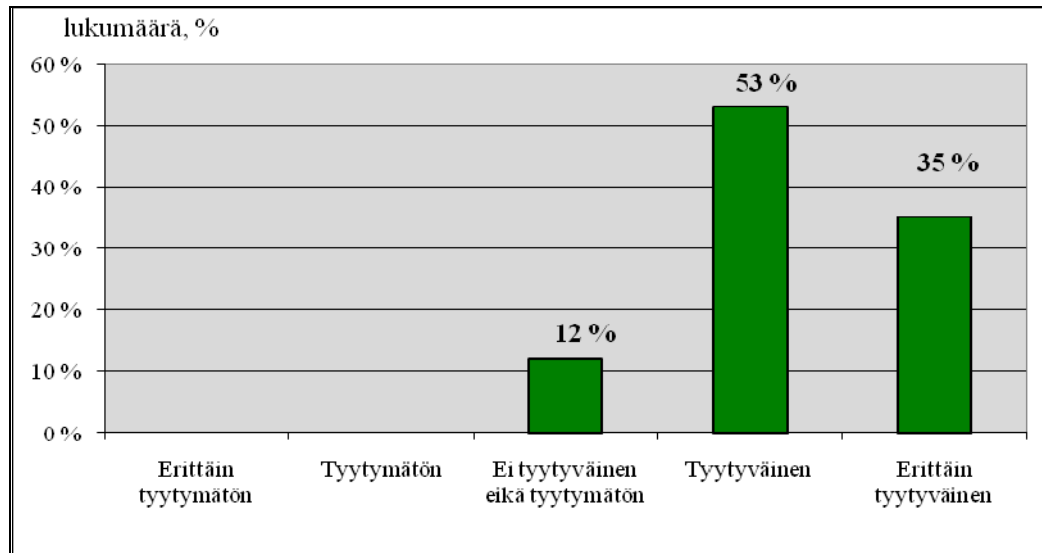


KUVIO 11. *Mielipiteitä asiakkaiden kohtelemisesta*

Kaikki tutkimuksessa osallistuneet (100 %) kokivat, että Koti ja Kuusi – yrityksen työntekijät omassa työssä ovat aina noudattaneet asiakkaan kanssa sovittuja asioita.

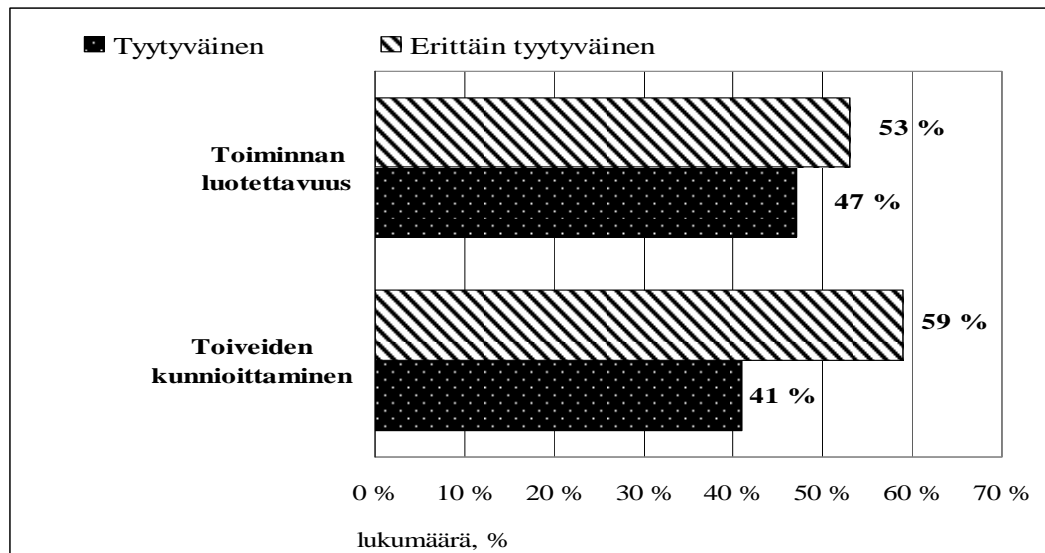
5.4.2 Palvelujen laatu

Kysymykset 12 – 14 ja 16 käsittelivät tyytyväisyyttä palvelun ja työn laatuun. Suurin osa vastanneista (53 %) olivat tyytyväisiä, 35 % olivat erittäin tyytyväisiä ja vain 12 prosentilla asiakkailla oli neutraalinen mielipide Koti ja Kuusi osuuskunnan kotipalvelutyöntekijöiden työnsä laatuun (kuvio 12).



KUVIO 12. Tyytyväisyys työn laatuun

Koti ja Kuusi – yrityksen asiakkaat olivat erittäin tyytyväisiä (59 %) tai tyytyväisiä (41 %) siihen, miten yrityksen kotipalvelujen toiminnassa heidän toiveita kunnioitettiin. Yrityksen toiminnan luotettavuuteen tyytyväisiä oli 47 % ja erittäin tyytyväisiä oli 53 % vastanneista. (kuvio 13.)



KUVIO 13. Asiakastyytyväisyys toiveiden kunnioittamiseen ja toiminnan luotettavuuteen

Kysymyksessä 16 kysytään kotipalvelun työnlaadusta lisäpalautetta. Yhteenvetona on seuraavanlaisia ajatuksia:

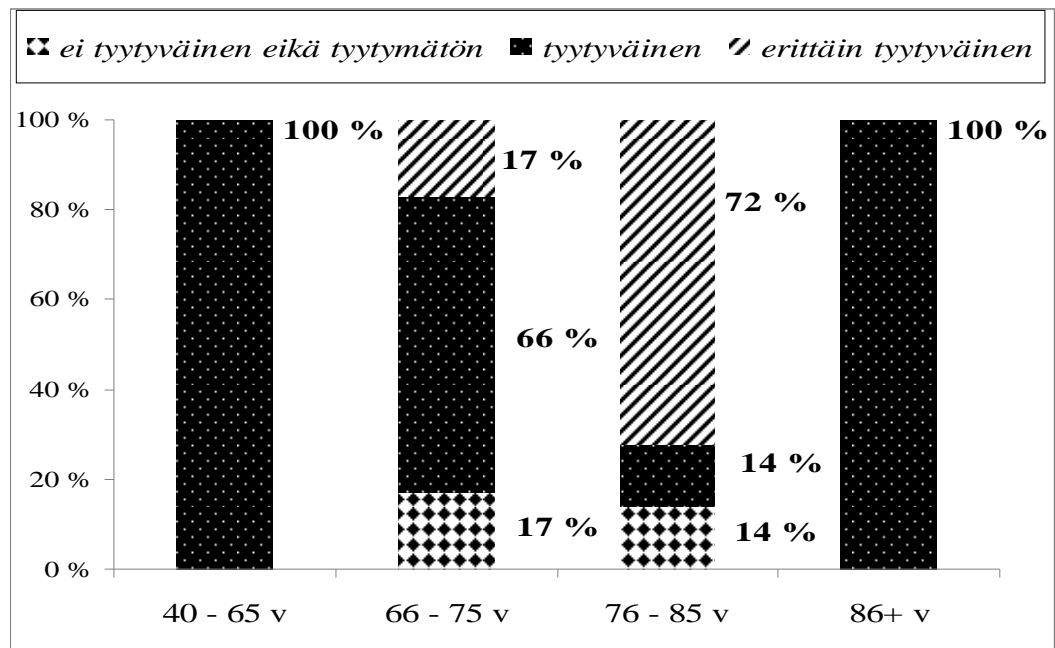
- *En oikeasti tykkää, jos työntekijä vaihtuu*
- *yksi työntekijä on nopea ja ammattilainen, toinen – hidas ja ammattitaidoton, sen pitäisi ottaa huomioon hinnoissa*
- *Ei kaikki sovittuja asioita tehty*
- *Huono, kun työntekijä ilman lupaa ja ohjausta tekee jotain (esim. kaapien tarkistaminen)*
- *Harjoittelijoiden työnjälki ei aina hyviä, heidän työnsä vaatii lisäohjausta*
- *Siivoustaso on hyvin korkea!*
- *Kiva, että työntekijät kävivät, yksinäisyyden tunne lieveni*
- *Hyvä, että yritys on yhteistyössä kunnan kotipalvelun kanssa*

Ristiintaulukoinnin avulla vertaillaan tyytyväisyyttä palvelun laatuun iän suhteen. *Kaikki* – sarakkeista (taulukko 5) näkyi, että suurin osa vastanneista oli tyytyväisiä (53 %) tai *erittäin tyytyväisiä* (35 %) kotipalvelujen laatuun. *Ei tyytyväinen eikä tyytymätön* - arvosanan olivat valinneet vain 12 % vastanneista. *Ei tyytyväinen eikä tyytymätön* - arvosanan ikäryhmässä 66 – 75-vuotiaat olivat valinneet enemmän vastanneista muiden ikäryhmien verrattuna. Ryhmä 76 -85-vuotiaat puolestaan *erittäin tyytyväisiä* työn laatuun, kaikki muut ikäryhmät olivat merkittäneet tämä arvosana varovaisempi. Kukaan vastanneista ei valitse *tyytymätön* ja *erittäin tyytymätön* – arvosanat. (Taulukko 5 ja kuvio 14.)

Erot tyytyväisyyden kokemuksista eri ikäryhmien välillä ovat pienet. Todetaan subjektiivisesti että tilastollisesti eroja eivät ole merkitseviä. Mutta eroja ei ole tilastollisesti testattu, koska tutkimuksen perusjoukko tilastollisesti liian pieni (alle 50 havaintoyksikköä), jotta testata riippuvuuden olemassaolo esimerkiksi Khin neliö – testillä.

TAULUKKO 5. Tyytyväisyys palvelun laatuun iän suhteen (N = 17)

	40 - 65 v	66 - 75 v	76 - 85 v	86+ v	Kaikki
N=	1	6	7	3	17
	%	%	%	%	%
erit. tyytymätön					
tyytymätön					
ei tyytyväinen eikä tyytymätön		17	14		12
tyytyväinen	100	66	14	100	53
erit. tyytyväinen		17	72		35
Yhteensä, %	100	100	100	100	100

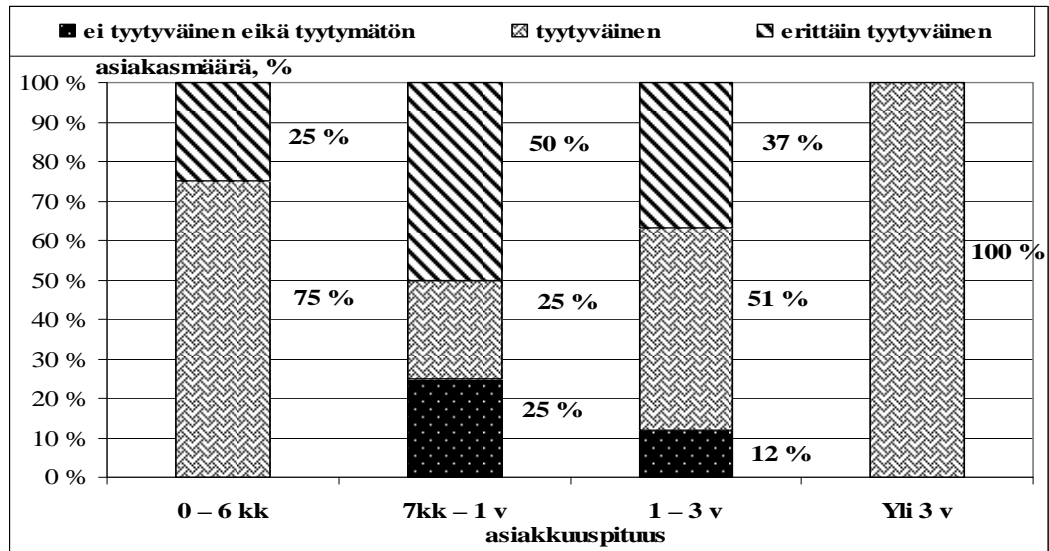


KUVIO 14. Tyytyväisyys palvelun laatuun iän suhteen (N = 17)

Taulukko 6 ja kuvio 15 esittelivät asiakastyytyväisyyttä työn laatuun asiakkaana oloajan suhteen. Selvästi näkyi, että eroja asiakkuuspituusryhmien välissä ovat pienet. Todetaan subjektiivisesti erojen olevan pienet ja ei tilastollisesti merkitseviä, mutta eroja ei ole tilastollisesti testattu, sillä testin käyttökriteerit eivät täyty.

TAULUKKO 6. Tyytyväisyys työn laatuun asiakkaana oloajan suhteen (N= 17)

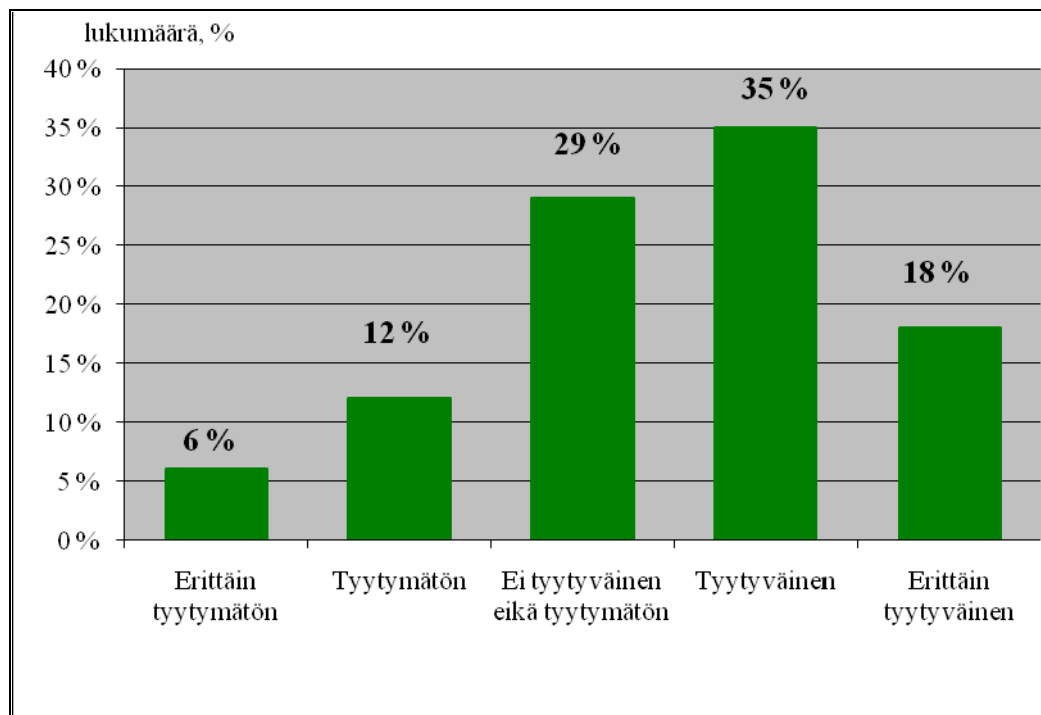
	0 – 6 kk	7 – 1 v	1 – 3 v	Yli 3 v
N=	4	4	8	1
	%	%	%	%
erit. tyytymätön				
tyytymätön				
ei tyytyväinen eikä tyytymätön		25	12	
tyytyväinen	75	25	51	100
erit. tyytyväinen	25	50	37	
Yhteensä, %	100	100	100	100



KUVIO 15. Tyytyväisyys työn laatuun asiakkaana oloajan suhteen (N= 17)

5.4.3 Palvelumaksujen suuruus

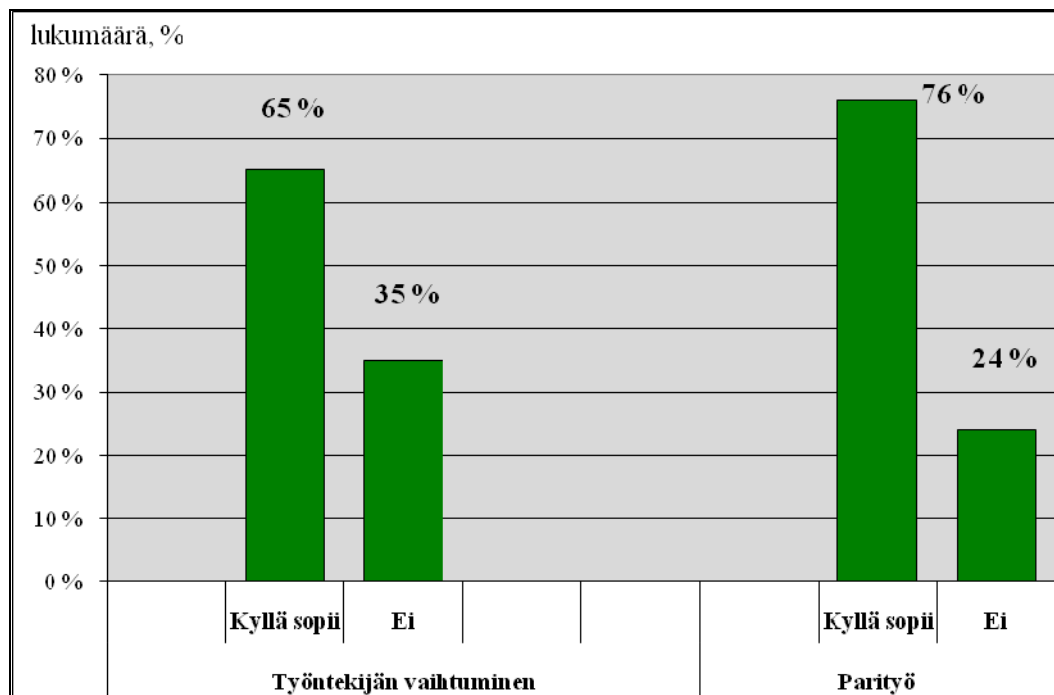
Lähes viides osa vastanneiden määrästä koki palvelujen hinnat korkeiksi ja siihen olivat tyytymättömiä 12 % asiakkaita ja erittäin tyytymättömiä – 6 % kyselyyn osallistuneista. 29 prosentilla asiakaskunnasta oli neutraali käsitys maksujen suuruudesta. Melkein puoli vastanneista olivat tyytyväisiä (35 %) tai erittäin tyytyväisiä (18 %) maksujen suuruuteen. (Kuvio 16.)



KUVIO 16. Asiakastyytyväisyys palveluiden maksujen määriin

5.4.4 Palvelun toteutustapa

Kysymykset 18 ja 19 selvittelevät asiakkaiden tyytyväisyyttä kotipalvelujen työn toteuttamisen tapoihin. Kyselyyn vastanneista 65 prosentille kyllä sopii, jos työntekijä joskus vaihtuu. Työntekijän vaihtuminen ei sovi 35 prosentille asiakkaista. Parityönä työskentely sopii 76 prosentille vastanneista. 24 % puolestaan sitä mieltä, että kotipalvelujen työtä paremmin teki yksi vakituinen työntekijä. (Kuvio 17.)

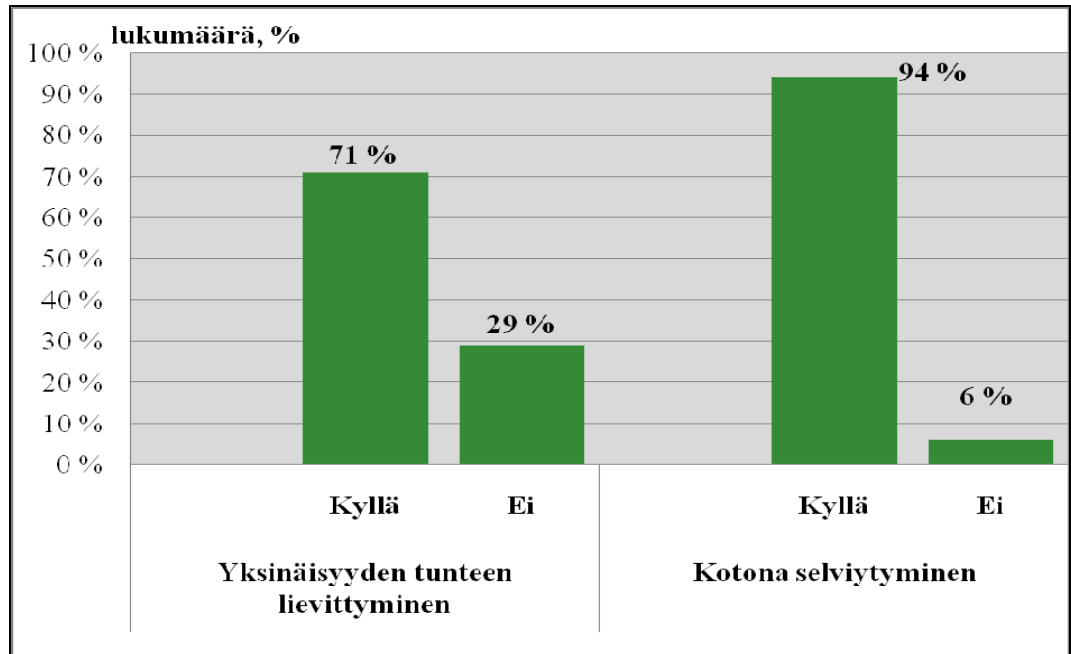


KUVIO 17. *Palvelujen toteutustapaan tyytyväisyys*

5.5 Asiakkaiden koettu hyöty kotipalveluista

Kysymykset 20 – 22 vastaavat viidenteen tutkimusongelmaan. Vastaukset kysymyksiin 20 ja 22 kerääntyvät mielipiteitä siitä, onko Koti ja Kuusi – yrityksen toiminta lieventänyt asiakkaiden yksinäisyyden tunnetta ja auttanut kotona selviytymistä.

Lähes kaikki kyselyyn vastanneet asiakkaat (94 %) kokivat Koti ja Kuusi osuuskunnan toiminnan helpottavaan kotona selviytymistään. Yksinäisyyden tunteen lievittämistä kokivat 71 % kyselyyn vastanneista. (Kuvio 18.)



KUVIO 18. Kotipalvelujen koettu hyöty

Kysymykseen 21 uudesta palveluvalikoimasta: keskustelu – palvelusta vastanneiden kolmas osa vastasi positivistisesti. Eli 18 % vastanneista halua, että kotipalveluun sisältyy työntekijän keskustelu asiakkaan kanssa maksua vastaan. Tämän kysymykseen ”Ei” vastasivat 82 % asiakkaita.

5.6 Mielenpitoita kehittämiskohteista

Vastaustilaan kysymykseen 23 koottiin keskustelussa esiin tulleet yrityksen työntekijöiden koskevan hyvänä ja askarruttavana koettelevia asioita. Vastanneiden ajatuksia olivat seuraavanlaiset:

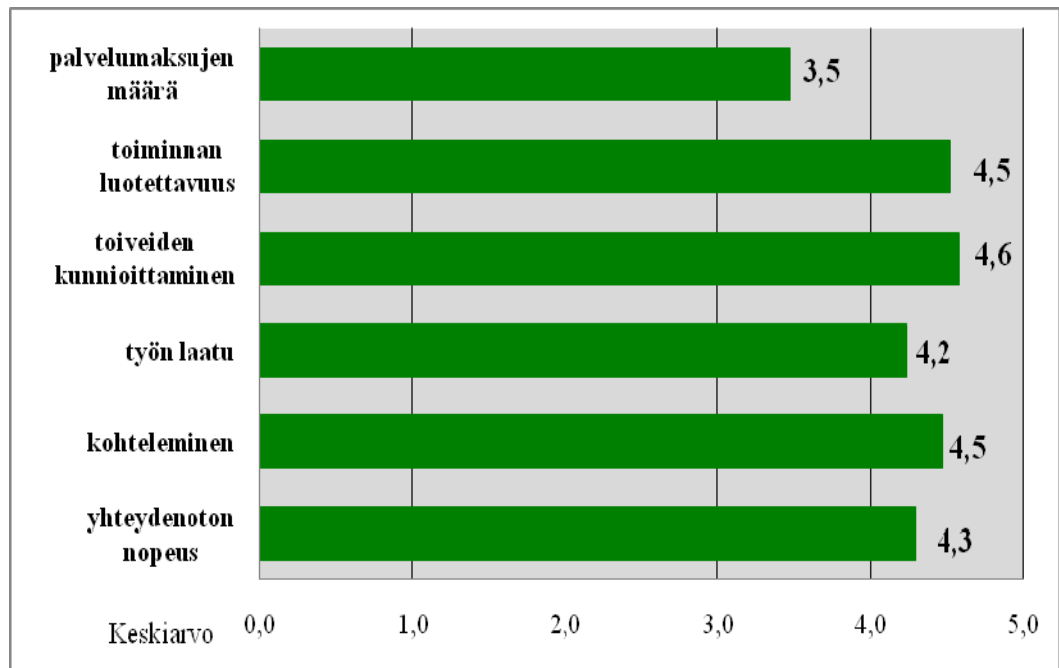
- *Ei ole yrityksessä suoraveloituspalvelua maksua varten*
- *Hyvä vuorovaikutussuhde, keskustellaan eri asioista, tultu tutuiksi, sain hyviä neuvoja*
- *Oli niin, että työntekijä myöhästyi töihin*
- *Avuliaasti työntekijät vastaavat kysymyksiin, palveluista kerrotaan*
- *Yksi työntekijä on riittävä, koska itsekin osallistuin työhön*
- *Kun taas uusi työntekijä tulee, tarvitse uudestaan ohjausta mitä ja miten tehdä*
- *Maksut ovat suuria*
- *Työntekijöiden käynnit helpottavat kotona selviytymistä!*

Avoimessa kysymyksessä 25 kysytään, mitä muuta on sydämellä Koti ja Kuusi yrityksen palveluun liittyen. Useat vastaajat olivat lausuneet viestejä yritykselle, niiden joukossa oli aitoja mielenpitoita niin ruusuja kuin risujakin. Vastaukset olivat seuraavat:

- *Toivoisimme, että yrityksessä olisi ruokapaikkaa, jonne voisimme tulla syömään ja kunnan mainosta siitä*
- *Hyvää toimintaa! Ei ole valittamista*
- *Kaikki on hyvin, mutta se työntekijöiden vaihtelu häiritsee!*
- *Yritys on turvallinen, nopeasti on kerrottu, mistä saamme tietoa ja apua on järjestetty pian*
- *Ahkerat työntekijät*
- *Välissä vakituisen työntekijän tuli sääliksi, sillä harjoittelijat vaativat lisäohjausta ja heidän työtä hidasta*

- *Suurin ruusujen kimppu!*
- *Tuntuu olevan luotettava yritys ja luotettavat työntekijät!*

Kuvio 19 auttaa havainnollistamaan ja selkeyttämään tutkimuksen tuloksia asiakastytyväisyyden osalta (kysymykset 10 – 15).



KUVIO 19. Asiakastytyväisyyden arvosanojen keskiarvot (kysymykset 10 – 15, 1 – erittäin tyytymätön; 5- erittäin tyytyväinen)

Palvelujen maksujen määrä sai arvosanojen keskiarvo 3,5, mikä on huonompi kaikkien muiden arvosanojen kesken. Toiminnan luotettavuutta ja asiakkaiden kohtelua pidettiin hyvinä, sillä sen arvosanojen keskiarvoksi tuli molemmille 4,5. Toiveiden kunnioittamiseen tuli keskiarvosana 4,6, mikä on paras koko Koti ja Kuusi – yrityksen kotipalvelujen tyytyväisyyttä koskevassa osatehtävässä. Tyytyväisyydestä työn laatuun ja yhteydenoton nopeuteen arvosanojen keskiarvoksi muodostui kullekin suhteessa 4,2 ja 4,3 eli arvosanat myös hyviä. (Kuvio 19.)

6 POHDINTA

Opinnäytetyön tarkoituksena oli suunnitella ja suorittaa asiakastytytyväisyystutkimus Koti ja Kuusi osuuskunta – sosiaaliselle yritykselle. Koti ja Kuusi osuuskunta on perustettu syksyllä 2004 ja merkitty sosiaalisten yritysten rekisteriin vuonna 2005. Toimialoiltaan Koti ja Kuusi osuuskunta on laaja yritys, jonka toiminnan päämääränä on tuottaa palveluita ja tuotteita sekä työllistää ihmisiä. Yritys tuottaa hyvinvointipalveluja kuin kotityö, talon- ja pihanhoito, ateriapalvelut jne. Koti ja Kuusi osuuskunta on sosiaalinen yritys, jossa työntekijöistä kolmekymmentä prosenttia on lain mukaan vajaakuntoisia ja pitkäaikaistyöttömiä.

Menestyksellisen yrityksen ominaisuudet ja kilpailun tekijät ovat hyvä asiakaspalvelu, henkilöstön laadukas työ ja yrityksen tahraton maine. Voitokkaasti toimivassa yrityksessä asiakkaat kokevat saavansa reilua palvelua ja tuntevat että heistä huolitaan. Asiakkaat on yrityksen keskeinen voimavara työhenkilöstön lisäksi. Asiakkailla on aina vaihtoehtoja palvelutuottajien välissä. Jos asiakas tyytymätön yrityksen palveluihin, hän vaihtaa palvelun tuottajaa. Jotta niin ei tapahdu ja jotta asiakas pysyy asiakkaana, yrityksen on tarkkailtava asiakkaiden tyytyväisyyttä.

Onnistunut asiakkaiden palvelu vaikuttaa, että asiakas pysyy uskollisena yritykselle. Asiakkaan kokemus yrityksen toiminnasta tehoaa sitoutumiseen yrityksen asiakkaaksi. Jos asiakas valittaa palvelun laadusta tai toiminnan muista epäkohteista, yrityksen on korjattava toiminnan virheitä. Työn ja palvelun laatu luo asiakkaalle tyytyväisyyttä, joka vaikuttaa puolestaan yrityksen toimintaan. Informaatio asiakkaista ja hänen mielipiteitä ohjaa koko yrityksen toiminnan, siksi on tärkeää kerätä sitä säännöllisesti ja eri keruumenetelmien käyttäen. Tietoa asiakkaisista voidaan koota asiakastytytyväisyystutkimuksen avulla.

Asiakastytytyväisyyskartoitus auttaa pitämään yritystoiminnan samalla hyvällä tasolla tai kehittämään palveluita, kun kehittämiskohteita on tiedossa. Asiakkaat odottavat, että tyytyväisyystutkimuksen tulokset saavat aikaan toimenpiteitä. Siksi mielestäni tärkeä että sellaisen tutkimuksen suorittamisen jälkeen kaikki yrityksen työntekijät tutkimuspäätuloksista kuulevat.

Asiakastyytyväisyystutkimus suoritettiin kvantitatiivisena kokonaistutkimuksena informoidun kyselylomakkeen avulla. Kyselylomake suunniteltiin, testattiin ja suoritettiin Koti ja Kuusi osuuskunnan kotipalvelujen asiakkaille keväällä vuonna 2010. Kyselylomake edustaa opinnäytetyön tutkimusongelmia hyvin. Kerätty kyselyaineisto antoi vastaukset kaikkiin tutkimusongelmiin. Hyväksytyjä lomakkeita saatiin 17 kappaletta ja vastausprosentti oli 60 %. Tulokset analysoitiin tilastollisesti. Kaikki edellä mainitut opinnäytetyön tutkimusongelmat saatiin ratkaistua. Seuraavassa osiossa pohditaan tutkimuksen tuloksia lyhyesti ja yleisellä merkityksellä.

6.1 Tutkimuksen päätulokset

Tutkimuksen tulosten perusteella muodostui kuva Koti ja Kuusi - yrityksen asiakaskunnan rakenteesta, asiakkaiden palvelujen tyytyväisyydestä, mielipiteistä kotipalvelujen kehittämiskohteista ja asiakkaiden koetuin palvelujen hyödystä. Tässä tutkimuksessa selvisi, että asiakastyytyväisyyskyselyyn osallistuneista isoin ikäluokat ovat 76- 85- ja 66 - 75-vuotiaita. Niistä enemmistö on naisia, neljäs osa asiakkaista on miehiä.

Valtaosa asiakkaista asuu kerrostaloissa, vain melkein viides osa asiakkaista asuu omakotitaloissa. Suurin osa vastanneista asuu yksin(59 %) tai puolison kanssa (35 %). Pääosa asiakkaista käyttää kotipalveluita kerran kuukaudessa (41 %) ja muutamana kerran kuukaudessa (35 %). Asiakkaista 46 % ovat asiakkaana 1-3 vuotta. 59 % vastanneista kertoi saaneensa tietoa Koti ja Kuusi yrityksestä Palvelu Sandran esitteestä, 18 % - ystäviltä ja naapureilta. Vastauksista tuli ilmi, että Koti ja Kuusi osuuskunnan asiakkaat tarvitsevat tuoreita esitteitä yrityksen toiminnasta ja palveluiden hinnoista. Kysymykseen maahanmuuttajatyöntekijöistä 88 % vastanneilta tuli myönteisiä vastauksia.

Useimmat kyselyyn vastanneet olivat tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä yhteydenoton nopeuteen, työn laatuun, toiveiden kunnioittamiseen ja toiminnan luotettavuuteen. Eniten tyytymättömyyttä aiheuttivat palvelujen maksujen määrät ja työn-

tekijän vaihtuminen. Suurin osa tunsi, että yrityksen toiminta lieviisi yksinäisyyden tunnetta ja helpotti kotona selviytymistä. Tutkimustuloksien pohjalta saatiin hyödyllistä tietoa palvelujen kehittämiseen.

Avoimiin kysymyksiin vastauksia tuli hyvin paljon. Kokonaisuudessa kyselyyn vastanneet olivat tyytyväisiä yrityksen toiminnan nykytilaan. Avoimiin kysymyksiin vastaukset ovat positiivisia ja ystävällisiä, tuli paljon kiitoksia henkilöväelle. Avoimista vastauksista ilmeni joitakin parantamisen tarpeessa olevia asioita kuin:

hyvä mainos ja uusi esite Koti ja Kuusi osuuskunnan toiminnasta ja palveluista

Koti ja Kuusi pitämä uusi ruokailupaikka Lahden Ankkuri - alueella
uusien työntekijöiden tarkka työhön perehdytys.

6.2 Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti

Tässä tutkimuksissa tulosten luotettavuutta arvioitiin aineiston vastausprosentin (60 %) pohjalla. Sikäli tutkimuksen menetelmänä oli kokonaistutkimus, otantavirhettä tutkimuksessa ei ollut. Kyselylomake testattiin etukäteen kahdella kohderyhmään kuuluvalla henkilöllä Kyselylomakkeen kokonaisuus edustaa opinnäytetyön tutkimusongelmia. Kerätty kyselyaineisto antoi vastauksen tutkimuskysymyksiin. Avoimien kysymyksien avulla vahvistettiin monivalinta- ja asteikkoihin perustavia kysymyksiä.

Lomakkeen kysymykset ovat yksiselitteisiä. Lomake on looginen ja sitä helppo täyttää. Kyselyn henkilökohtainen vieminen parantaa palautusprosenttia ja myös väärinkäsityksiä välttää. Kyselyyn vastattiin anonyymisti, mikä on parantaa vastauksien luotettavuutta ja rehellisyyttä. Edellä mainituin argumenttien perusteella voitiin tutkimuksen luotettavuutta pitää hyvänä ja saatuja tuloksia pitää melko kattavina.

6.3 Jatkotutkimuksen aiheista

Koti ja Kuusi osuuskunnalle ei tehty aikaisemmin asiakastyytyväisyystutkimusta. Tässä tutkimuksessa saatuihin tuloksiin voidaan olla tyytyväisiä, mutta tulevaisuudessa tyytyväisyyskysely on hyvä toistaa seurannan vuoksi. Tämän työn kyselylomake voidaan käyttää pohjana seuraavassa asiakastyytyväisyystutkimuksessa. Kyselyyn vastanneet olivat Koti ja Kuusi – yrityksen kotipalvelujen asiakkaat. Jatkotutkimusaiheena voidaan suositella suorittamaan koko Koti ja Kuusi osuuskunnan asiakastyytyväisyyskyselyn.

Opinnäytetyön suunnittelu, toteuttaminen ja raportointi kokonaisuudessa ovat opettavaisen ja mielenkiintoisen prosessin osia. Tästä työstä tuntuu olevan hyötyä, sillä ammattilista taitoani on varma kehittänyt ja tietoa tutkimuksen suorittamista tullut koolle huomattavasti. Toisaalta asiakastyytyväisyyskysely mahdollistaa Koti ja Kuusi osuuskunnan asiakkaiden tulla kuuluksi, mitä puolestaan auttaa yritystä pysyä toiminnassaan samassa hyvässä tasossa ja kehittää kotipalveluita asiakkaiden toiveiden ja yrityksen kehityssuunnitelmien mukaan yhteen parempaan suuntaan.

LÄHTEET

Aarnikoivu, H. 2005. Onnistu asiakaspalvelussa. Helsinki: WSOY.

Grönroos, C. 2001. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. Porvoo: WSOY

Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.

Ikäihmisten palvelujen laatusuositus, 2009. [verkkajulkaisu]. [Viitattu 22.9.2009].

Saatavissa

http://www.stm.fi/sosiaali_ja_terveyspalvelut/ikaihmiset/palvelujen_laatu/laatusuositus

Iivonen, M. 2005. Onko papalla kaikki hyvin? Opinnäytetyö. Lahti: Lahden ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. 2008. Kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kankkunen, P. & Vehviläinen-Julkunen, K. 2009. Tutkimus hoitotieteessä. Porvoo: WSOY.

Karjalainen, L. 2004. Tilastomatematiikka. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Koti ja Kuusi osuuskunnan toimintakertomus 2009.

Korkeamäki, A., Pulkkinen, I. & Selinheimo, R. 2000. Asiakaspalvelu ja markkinointi. Porvoo: WSOY.

Lahden kaupungin kotihoidon kriteerit ja palvelujen sisältö 1.4.2008 [verkkajulkaisu]. [Viitattu 22.9.2009]. Saatavissa

[http://www.lahti.fi/www/images.nsf/files/B8DC7CF104E7AF36C225741E0043F3E9/\\$file/080128.%20palveluvalikko%20ja%20kriteerit%20versio%2011.3.08.pdf](http://www.lahti.fi/www/images.nsf/files/B8DC7CF104E7AF36C225741E0043F3E9/$file/080128.%20palveluvalikko%20ja%20kriteerit%20versio%2011.3.08.pdf)

Lahten vanhuspoliittinen ohjelma vuoteen 2010 [viitattu 10.8.2010]. Saatavissa

[http://www.lahti.fi/www/images.nsf/files/D52F151CAD0F1305C22570760023DE22/\\$file/Ikähmisten%20hyvinvointiohjelma.pdf](http://www.lahti.fi/www/images.nsf/files/D52F151CAD0F1305C22570760023DE22/$file/Ikähmisten%20hyvinvointiohjelma.pdf)

Lahtinen, J. & Isoviita, A. 2001. Asiakaspalvelun ja markkinoinnin perusteet.

Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Laki sosiaalisista yrityksistä 30.12.2003/1351 [viitattu 10.8.2010]. Saatavissa

<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2003/20031351>

Nyman, J. 2009. Sosiaalinen yritys hoiva-alalla [verkkajulkaisu]. Tutkimuskatsauksia 2009/2. Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus [viitattu 22.9.2009].

Saatavissa

http://www.hel2.fi/tietokeskus/julkaisut/pdf/09_03_30_Tutkkats_2_Nyman.pdf

ja <http://www.sosiaalinenyritys.fi/raportit.tutkimukset>

Peräkylä, E. 2007. Hyviä tyttöjä ovat! – Asiakastytyväisyyskysely Launeen kotihoidon asiakkaille. Opinnäytetyö. Lahti: Diakonia-ammattikorkeakoulu/Lahden ammattikorkeakoulu.

Pöyhönen, E., Karhu, K.(toim.) 2008. Sosiaaliset yritykset ja hyvinvointipalvelut.

Helsinki: Aksidenssi Oy [viitattu 20.9.2009]. Saatavissa

<http://www.hothanke.fi/hothanke/Sosiaalisetyrityksetjahyvinvointipalvelut.pdf>

Rope, T. 2002. Yrittäjän markkinointikirja. Hämeenlinna: Tietosykli Oy.

Sosiaali- ja terveysministeriö 2006. Ikäihmisten toimintakyvyn arviointi osana palvelutarpeen arviointia sosiaalihuollossa. [Viitattu 1.09.2010]. Saatavissa:

<http://pre20090115.stm.fi/rt1150108323228/passthru.pdf>

Starck - Pirskanen, M. 2009. Vanhusasiakkaan kotona selviytyminen. Opinnäyte-
työ. [Viitattu 1.09.2010]. Saatavissa

[https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/3850/Starck-
Pirskanen_Margareth.pdf?sequence=1](https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/3850/Starck-Pirskanen_Margareth.pdf?sequence=1)

Stenholm, P. & Lehto, J. 2000. Sosiaalinen yritys Suomessa. Soveltuvuustutkimus
sosiaalisen yrityksen mallista. Turku: Turun kauppakorkeakoulu, yritystoiminnan
tutkimus- ja koulutuskeskus.

Ylikoski, T., Järvinen, R. & Rosti, P. 2006. Hyvä asiakaspalvelu. Vammala: Kir-
japaino Oy.

LIITTEET**LIITE 1 Asiakastyytyväisyyskysely**

Sokolova Alexandra
Lahden AMK
Sosiaalipedagoginen
aikuistyö

1. Ikänne: 1. 50-65v. 2. 66-75v. 3. 76-85v. 4. 86+v.

2. Sukupuolenne: 1. Nainen 2. Mies

3. Kuinka kauan olette olleet Koti ja Kuusi yrityksen asiakkaana?

0-6kk 7kk-1v 1-3 vuotta Yli 3 vuotta

4. Asutteko: 1. Yksin. 2. Puolison kanssa.
3. Jonkun muun kanssa. Kenen? _____

5. Asumismuoto: _____

6. Käytätte Koti ja Kuusi yrityksen palveluita:

Viikoittain Muutamia kertoja kuukaudessa Kerran kuukaudessa
 Muutamia kertoja vuodessa Kerran vuodessa

7. Mistä olette saanut tietoa sosiaaliyrityksen palvelusta (rastita yksi tai useampia)?

1.kotipalvelusta 2. omaiselta 3. lehdestä 4. ystävältä 5. muualta
Mistä? _____

8. Tiedätkö, mitä palveluita Koti ja Kuusi - yrityksellä on tarjolla?

1. En tiedä 2. Kyllä tiedän

9. Mitä muita Koti ja Kuusi yrityksen palveluita toivoisitte saavanne?

Liite 1. Jatkuu

	<i>Erittäin tyytymä- tön</i>	<i>tyyty- mätön</i>	<i>ei tyy- tyväi- nen eikä tyyty- mätön</i>	<i>tyyty- väi- nen</i>	<i>erit- tään tyyty- väi- nen</i>
10. Oletteko ollut tyytyväinen siihen, kuinka nopeasti Koti ja Kuusi yritys ottaa yhteyttä sinuun?	1	2	3	4	5
11. Oletteko ollut tyytyväinen siihen, kuinka kotipalvelun työntekijät Teitä kohtelevat?	1	2	3	4	5
12. Oletteko ollut tyytyväinen työn laatuun?(Esim. kotisiivouksen jälki)	1	2	3	4	5
13. Oletteko ollut tyytyväinen siihen, kuinka toiveittanne työn- toiminnassa kunnioitetaan?	1	2	3	4	5
14. Oletteko ollut tyytyväinen kotipalvelun toiminnan luotetta- vuuteen?	1	2	3	4	5
15. Oletteko ollut tyytyväinen kotipalvelusta maksujen mää- riin?	1	2	3	4	5
16. Avoin (Työnlaatua koskevat asiat). Mihin olette tyytyväinen/ Mihin ette ole tyytyväinen?					
17. Noudatetaanko kotipalvelussa kanssanne sovittuja asioita?					
1. Kyllä		2. Ei			

Liite 1. Jatkuu

18. Sopiiko Teille jos/kun työntekijä joskus vaihtuu?

1. Kyllä 2. Ei

19. Sopiiko Teille, että tehtävät tekevät samanaikaisesti kaksi työntekijää?

1. Kyllä 2. Ei

3. Jos ei, miksi? _____

20. Koetteko yksinäisyyden tunteen lievittyvän?

1. Kyllä 2. Ei

**21. Haluatteko, että palveluun sisältyy työntekijän keskustelu kansan-
ne?(maksua vastaan)?**

1. Kyllä 2. Ei

22. Onko toiminta mielestänne helpottanut kotona selviytymistänne?

1. Kyllä 2. Ei

23. Avoin (haastattelija täydentää keskustelussa esiin tulleet koettelevat hyvät asiat, parantamisen tarpeessa olevat asiat, askarruttavat asiat.) Esim. Mistä tarvitsette lisäohjausta?

+

-

?

24. Mitä mieltä olette maahanmuuttajatyöntekijöistä?**25. Mitä muuta on sydämellänne Koti ja Kuusi yrityksen palveluun liittyen?**

Risut ja ruusut

KIITOS VASTAUKSISTANNE!

LIITE 2. Opinnäytetyön toimeksiantosopimus.

LIITE 3. Sopimus opinnäytetyöstä Koti ja Kuusi - yrityksen kanssa.