

Maija Niemonen

**KUNTIEN HETAPALVELUT OY:N PALVELUN LAATU JA
ASIAKASTYYTYVÄISYYS**

**Opinnäytetyö
CENTRIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalouden koulutusohjelma
Helmikuu 2018**

TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ

Centria-ammattikorkeakoulu	Aika Helmikuu 2018	Tekijä/tekijät Maija Niemonen
Koulutusohjelma Liiketalous		
Työn nimi Kuntien Hetapalvelut Oy:n palvelun laatu ja asiakastyytyväisyys		
Työn ohjaaja Pekka Paajanen	Sivumäärä 62 + 17	
Työelämäohjaaja Tuomo Vähäsarja		
<p>Opinnäytetyön toimeksiantaja on kuntien ja kaupunkien omistama henkilöstö- ja taloushallintoon keskittynyt osakeyhtiö, Kuntien Hetapalvelut Oy.</p> <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli ensinnäkin selvittää Kuntien Hetapalvelut Oy:n asiakkaiden tyytyväisyyttä yrityksen toimintaan ja sen tarjoamiin palveluihin. Lisäksi tavoitteena oli saada selville, mihin asioihin yrityksen asiakkaat toivoisivat kehitystä.</p> <p>Opinnäytetyön teoriaosuudessa on käsitelty palvelua yleisesti, asiantuntijapalveluja, ulkoistamista, palvelujen markkinointikeinoja sekä palvelun laadun muodostumista. Lisäksi teoriaosuudessa on käsitelty asiakastyytyväisyyttä sekä asiakastyytyväisyyden ja palvelun laadun välistä yhteyttä.</p> <p>Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena. Tutkimusaineisto saatiin sähköisen kyselyn avulla. Asiakastyytyväisyyskysely suoritettiin vuosien 2017–2018 taitteessa ja se lähetettiin kaikille Kuntien Hetapalvelut Oy:n asiakkaille. Tutkimustulosten perusteella asiakkaat ovat suhteellisen tyytyväisiä Kuntien Hetapalvelut Oy:n toimintaan ja sen tarjoamiin palveluihin. Asiakkaat toivoivat eniten kehitystä Kuntien Hetapalvelut Oy:n tiedottamiseen, ohjeistuksiin ja sähköisen käsittelyn ohjelmien toimivuuteen. Tutkimuksessa havaittiin myös, että Kuntien Hetapalvelut Oy:n verkkosivujen käyttö asiakkaiden keskuudessa on vielä suhteellisen vähäistä.</p>		
Asiasanat Asiantuntijapalvelut, asiakastyytyväisyys, henkilöstöhallinnon palvelut, palvelun laatu, palvelut, taloushallinnon palvelut, ulkoistaminen		

ABSTRACT

Centria University of Applied Sciences	Date February 2018	Author Maija Niemonen
Degree programme Business and Administration		
Name of thesis Service quality and customer satisfaction of Kuntien Hetapalvelut Oy		
Instructor Pekka Paajanen	Pages 62 + 17	
Supervisor Tuomo Vähäsarja		
<p>This thesis was commissioned by a limited company named Kuntien Hetapalvelut Oy, owned by municipalities and cities.</p> <p>The target of this thesis was to find out how satisfied the customers are with the operations and services of Kuntien Hetapalvelut Oy. The aim was to find out which are the things they would like to be developed.</p> <p>The theoretical part of this thesis discusses services in general, professional services, outsourcing, service marketing means and service quality. The theoretical part also discusses customers satisfaction and the connections between customer satisfaction and service quality.</p> <p>The study was carried out as a quantitative research. The data was collected using an electric survey. The survey was carried out around the turn of the year 2017–2018 and it was sent to all the customers of Kuntien Hetapalvelut Oy. The results of the study showed that customers are quite satisfied with the operations and services of Kuntien Hetapalvelut Oy. Mainly the customers hoped for improvement in the informing and the instructions. They also hoped that the electric programs would work well. It was also noticed that the customers do not use the website of Kuntien Hetapalvelut Oy websites very actively.</p>		

<p>Key words Customer satisfaction, financial administration services, human management services, outsourcing, professional services, services, service quality</p>
--

TIIVISTELMÄ
ABSTRACT
SISÄLLYS

1 JOHDANTO.....	1
2 KUNTIEN HETAPALVELUT OY.....	4
2.1 Yleistä tietoa yrityksestä ja sen toiminnasta.....	4
2.2 Yrityksen palvelutarjonta.....	5
3 PALVELUT MARKKINOINNISSA.....	7
3.1 Palvelun käsite ja erityispiirteet.....	7
3.2 Palvelujen ryhmittely.....	9
3.3 Asiantuntijuus ja asiantuntijapalvelut.....	10
3.4 Ulkoistaminen.....	11
3.5 Palvelujen markkinoinnin kilpailukeinot.....	12
4 PALVELUN LAATU.....	18
4.1 Yleistä palvelun laadusta.....	18
4.2 Palvelun laadun osa-alueet.....	19
4.3 Odotettu ja koettu palvelun laatu.....	21
4.4 Palvelun laadun kriteerit.....	22
5 ASIAKASTYYTYVÄISYYS.....	26
5.1 Asiakastyytyväisyyden muodostuminen.....	26
5.2 Asiakastyytyväisyyden ja palvelun laadun välinen yhteys.....	28
6 EMPIIRISEN TUTKIMUKSEN TOTEUTUS.....	29
6.1 Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimusongelmat.....	29
6.2 Tutkimusote.....	30
6.3 Tiedonkeruu ja tutkimusaineiston analyysi.....	30
6.4 Tutkimuksen luotettavuus.....	35
6.5 Tutkimusaineiston kuvaus.....	37
7 TUTKIMUSTULOKSET.....	44
7.1 Vastaajien tyytyväisyys verkkosivuihin.....	44
7.2 Vastaajien tyytyväisyys taloushallinnon palveluihin.....	45
7.3 Vastaajien tyytyväisyys henkilöstöhallinnon palveluihin.....	50
7.4 Vastaajien tyytyväisyys sähköisen käsittelyn ohjelmiin.....	52
7.5 Vastaajien avoin palaute.....	53
7.6 Vastaukset avoimeen palautteeseen.....	55
8 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA.....	57
8.1 Vastaukset tutkimusongelmiin.....	57

8.2 Opinnäytetyön arviointi	58
--	-----------

LÄHTEET.....	61
---------------------	-----------

LIITTEET

KUVIOT

KUVIO 1. Opinnäytetyöprosessin eteneminen	2
KUVIO 2. Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys	3
KUVIO 3. 7P, laajennettu kilpailukeinomalli.....	13
KUVIO 4. Peruspalvelupaketti.....	15
KUVIO 5. Palvelun laadun ulottuvuudet.....	20
KUVIO 6. Koettu kokonaislaatu	21
KUVIO 7. Tutkimusongelmien ja kyselylomakkeen kysymysten välinen yhteys	34
KUVIO 8. Vastaajien toimipaikka.....	37
KUVIO 9. Vastaajien asema organisaatiossa.....	38
KUVIO 10. Hetan taloushallinnon palveluiden käyttö	38
KUVIO 11. Hetan henkilöstöhallinnon palveluiden käyttö	39
KUVIO 12. Personec F ESS -itsepalvelukäyttöliittymän käyttöpaikka	40
KUVIO 13. Hetan palveluiden tunnettuus.....	41
KUVIO 14. Hetan tarjoamista palveluista saatavilla olevan tiedon määrä	41
KUVIO 15. Väittämät koskien Hetan toimintaa	42
KUVIO 16. Hetan palveluiden kehitys viimeisen vuoden aikana	43
KUVIO 17. Hetan verkkosivujen käytettävyys.....	45
KUVIO 18. Vastaajien käsitykset ostolaskujen käsittelystä	46
KUVIO 19. Vastaajien käsitykset laskutuksesta ja saatavien seurannasta	47
KUVIO 20. Vastaajien käsitykset kirjanpidosta, tilinpäätöksestä ja maksatuksesta	48
KUVIO 21. Vastaajien käsitykset web-raportoinnista	49
KUVIO 22. Vastaajien käsitykset palkkojen ja palkkioiden laskennasta	51
KUVIO 23. Vastaajien käsitykset palkanlaskennan raportoinnista	52
KUVIO 24. Vastaajien käsitykset sähköisen käsittelyn ohjelmista	53

KUVAT

KUVA 1. Kuntien Hetapalvelut Oy:n, Hetan, logo.....	5
---	---

TAULUKOT

TAULUKKO 1. Hetan verkkosivujen käyttö	44
--	----

1 JOHDANTO

2000-luvulle tultaessa yhä useammat kunnat ja yritykset ovat ulkoistaneet palvelujaan. Ulkoistamisen seurauksena kuntien rooli on osittain muuttunut palvelujen tuottajasta niiden järjestäjäksi. Käytännössä ulkoistamisessa yritys tai kunta siirtää jonkin tietyn toiminnon oman organisaationsa ulkopuolella toteutettavaksi. Ulkoistaminen auttaa yritystä tai kuntaa keskittymään omaan ydinosaan ja vapauttaa samalla käyttöpääomia perustehtävien toteutukseen sekä investointeihin. Erityisesti asiantuntijaorganisaatioille ulkoistamisen määrän kasvaminen on ollut merkittävä muutos ja se on tarjonnut niille monia uusia mahdollisuuksia.

Opinnäytetyön toimeksiantaja on Kuntien Hetapalvelut Oy. Opinnäytetyön tavoitteena oli ensinnäkin selvittää Kuntien Hetapalvelut Oy:n asiakkaiden tyytyväisyyttä yrityksen toimintaan ja sen tarjoamiin palveluihin. Lisäksi tavoitteena oli saada selville, mihin asioihin yrityksen asiakkaat toivoisivat kehitystä ja millä tavoin Kuntien Hetapalvelut Oy voisi kehittää toimintaansa ja palvelujaan, jotta yrityksen asiakastyytyväisyys paranisi entisestään.

Kuntien Hetapalvelut Oy, Heta, on kuntien ja kaupunkien omistama henkilöstö- ja taloushallinnon palveluihin keskittynyt osakeyhtiö. Yritys aloitti toimintansa osakeyhtiönä vuonna 2015 ja sen tähänhetkisiin omistajiin kuuluvat Peruspalvelukuntayhtymä Kallio, Ylivieskan ja Nivalan kaupungit sekä Alavieskan, Sievin, Kärämäen, Siikalatvan ja Toholammin kunnat.

Tutkimuksen pääongelma oli:

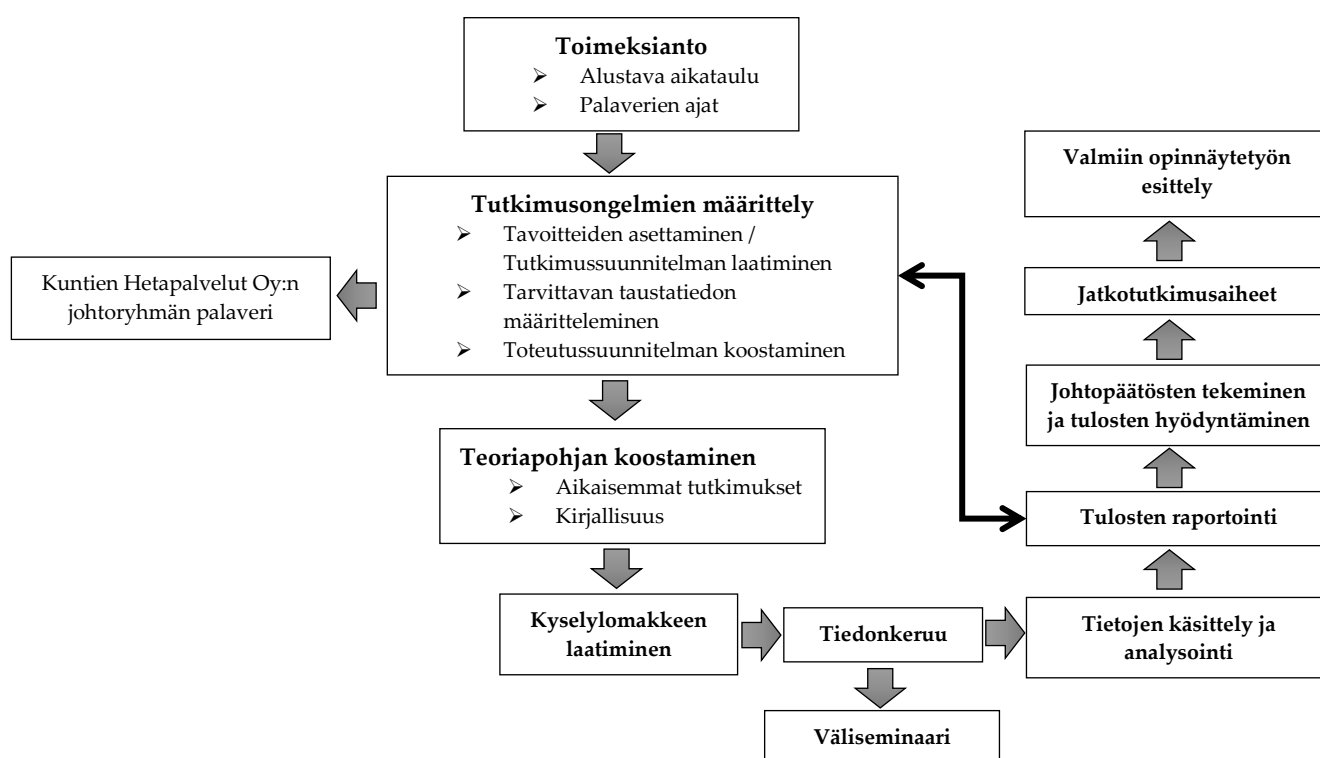
Miten tyytyväisiä Kuntien Hetapalvelut Oy:n asiakkaat ovat yrityksen toimintaan ja palveluihin?

Pääongelma jaettiin neljään alaongelmaan:

1. Miten tyytyväisiä asiakkaat ovat yrityksen tarjoamiin verkkosivuihin?
2. Miten tyytyväisiä asiakkaat ovat yrityksen tarjoamiin taloushallinnon palveluihin?
3. Miten tyytyväisiä asiakkaat ovat yrityksen tarjoamiin henkilöstöhallinnon palveluihin?
4. Miten tyytyväisiä asiakkaat ovat yrityksen tarjoamiin sähköisen käsittelyn ohjelmiin?

Opinnäytetyön empiirinen osuus toteutettiin kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena. Tiedonkeruu toteutettiin sähköisenä kyselynä, joka lähetettiin Kuntien Hetapalvelut Oy:n kaikille asiakkaille.

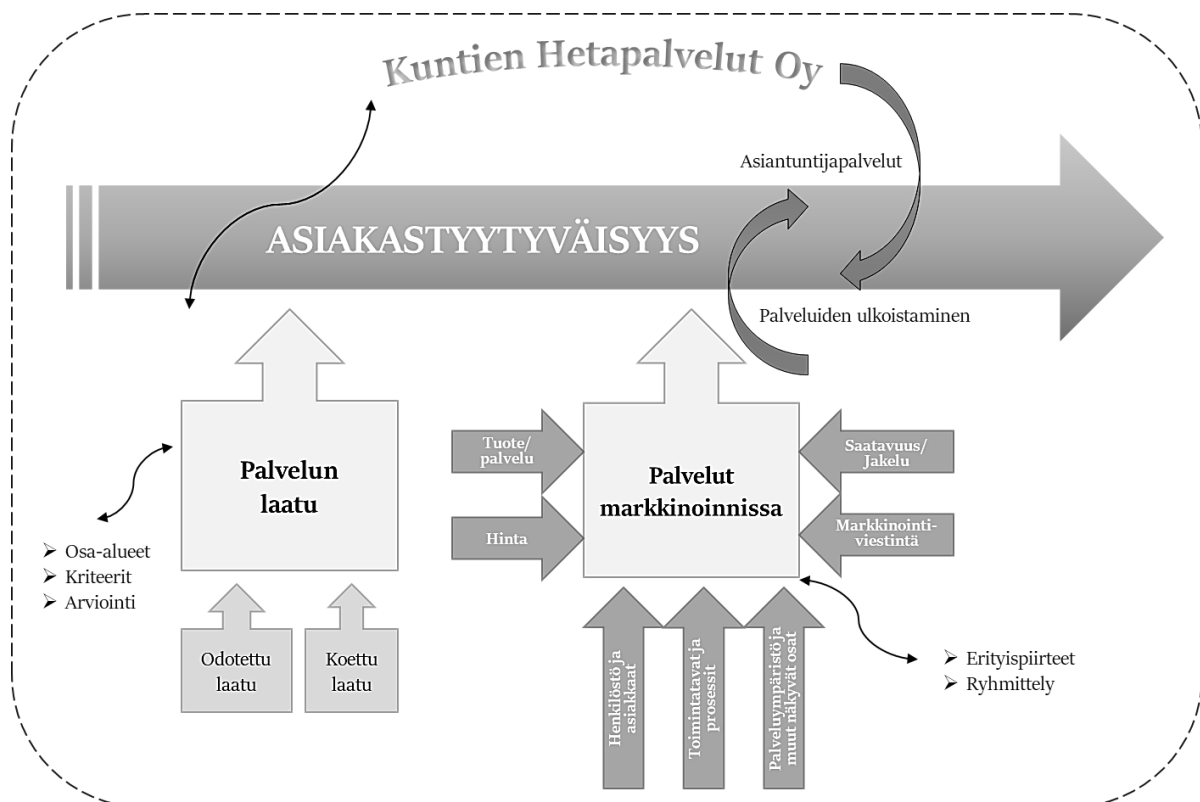
Opinnäytetyön luvussa 2 esitellään toimeksiantaja. Luvussa 3 käsitellään palvelua käsitteenä, palvelun erityispiirteitä ja ryhmittelyjä, asiantuntijapalveluita sekä palvelujen markkinointia. Palvelun laadun muodostumista, kriteerejä ja arviointia käsitellään luvussa 4. Luvussa 5 käsitellään asiakastytyväisyyden muodostumista sekä palvelun laadun yhteyttä asiakastytyväisyyteen. Luvussa 6 kerrotaan empiirisen tutkimuksen toteutuksesta. Opinnäytetyöprosessin etenemistä toimeksiannosta valmiin opinnäytetyön esittelyyn on havainnollistettu kuviossa 1.



KUVIO 1. Opinnäytetyöprosessin eteneminen

Toimeksiannon jälkeen työ eteni teoratietoon perehtymiseen ja teoriaosuuden kirjoittamiseen. Pian toimeksiannon jälkeen laadittiin kyselylomake, joka lähetettiin yrityksen asiakkaille. Luvussa 7 analysoidaan tutkimusaineistoa ja esitetään tutkimustulokset. Opinnäytetyön luvussa 8 esitellään tutkimustulosten perusteella tehtyjä johtopäätöksiä, pohditaan tutkimuksen onnistumista sekä arvioidaan opinnäytetyötä kokonaisuudessaan.

Opinnäytetyön teorettinen viitekehys on esitetty kuviossa 2. Teorettisessa viitekehyksessä on kuvattu sitä, kuinka palvelut ja palvelun laatu ovat vahvasti yhteydessä asiakastyytyvyyteen ja vaikuttavat sen muodostumiseen. Lisäksi siitä ilmenee Kuntien Hetapalvelut Oy:n yhteys opinnäytetyön teoriakokonaisuuteen muun muassa asiantuntijapalveluiden ja palveluiden ulkoistamisen kautta. Teorettisessa viitekehyksessä on myös kuvattu muun muassa palvelun laatuun liittyviä asioita, kuten odotettua ja koettua laatua, sekä palveluiden markkinoinnin kilpailukeinoja.



KUVIO 2. Opinnäytetyön teorettinen viitekehys

2 KUNTIEN HETAPALVELUT OY

2.1 Yleistä tietoa yrityksestä ja sen toiminnasta

Talous- ja henkilöstöhallinnon palvelukeskus Heta perustettiin Ylivieskan kaupungin toimesta vuoden 2008 alussa. Perustamisen taustalla oli Peruspalvelukuntayhtymä Kallion tarve talous- ja henkilöstöhallinnon palvelujen tarjoajalle. Talous- ja henkilöstöhallinnon palvelukeskus Hetaan kuuluivat sen perustamisvaiheessa Peruspalvelukuntayhtymä Kallion lisäksi Ylivieskan kaupunki, Alavieskan kunta, Sievin kunta ja Vieskan liikelaitoskuntayhtymä. Osakeyhtiön perustamissopimus allekirjoitettiin syyskuussa 2014 ja tällöin uuden yhtiön nimeksi tuli Hetapalvelut Oy. Marraskuussa 2014 Hetapalvelut Oy:n nimi vaihtui Kuntien Hetapalvelut Oy:ksi. (Vähäsarja 2018.)

Kuntien Hetapalvelut Oy, Heta, on kuntien ja kaupunkien omistama henkilöstö- ja taloushallintoon keskittynyt osakeyhtiö. Hetan tämänhetkisiin omistajiin kuuluvat Peruspalvelukuntayhtymä Kallio, Ylivieskan ja Nivalan kaupungit sekä Alavieskan, Sievin, Kärämäen, Siikalatvan ja Toholammin kunnat. Kuntien Hetapalvelut Oy:n toimipisteet sijaitsevat Ylivieskassa ja Nivalassa, Pohjois-Pohjanmaalla, mutta yritys tarjoaa palveluita joustavasti koko Suomen alueella. Vuoden 2018 alussa Kuntien Hetapalvelut Oy ylitti niin sanotusti maakunnan rajan ja sai asiakkaakseen Toholammin kunnan Keski-Pohjanmaan maakunnasta. Vuosittain Kuntien Hetapalvelut Oy pyrkii lisäämään asiakaskuntaansa 1–2 kunnan/kaupungin verran ja samalla varautumaan mahdollisen maakuntauudistuksen mukanaan tuomiin vaikutuksiin. Kuntien Hetapalvelut Oy:n palveluksessa on 30 henkilöä, joista noin puolet työskentelee taloushallinnon ja puolet palkkahallinnon puolella. Vuonna 2018 Kuntien Hetapalvelut Oy:n liikevaihdon arvioidaan olevan noin 2 miljoonaa euroa. (Kuntien Hetapalvelut Oy; Vähäsarja 2018.)

Kuntien Hetapalvelut Oy määrittää voittoa tavoittelemattomaksi osakeyhtiöksi ja mahdolliset voittovaransa se palauttaa osakkailleen hyvittämällä seuraavan vuoden laskua mahdollisella voittosummalla. Koska Heta määrittää voittoa tuottamattomaksi yhtiöksi, ei se pyri yksityisille markkinoille, eikä myöskään tarjoa palvelujaan muille kuin kunnille ja kaupungeille sekä kuntien ja kaupunkien omistamille yrityksille (niin kutsuttu inhouse-periaate). (Kuntien Hetapalvelut Oy.) Kuvassa 1 on esitetty Kuntien Hetapalvelut Oy:n, Hetan, logo.



KUVA 1. Kuntien Hetapalvelut Oy:n, Hetan, logo (Kuntien Hetapalvelut Oy)

2.2 Yrityksen palvelutarjonta

Toimintansa periaatteena Kuntien Hetapalvelut Oy:llä on tarjota laadukkaita ja edullisia palveluita huomioiden asiakkaidensa toiveet ja tarpeet. Kuntien Hetapalvelut Oy:n tarjoamiin palveluihin kuuluvat kaikki oleelliset talous- ja palkkahallinnon tukipalvelut. Erilaiset tietojärjestelmät luovat mahdollisuuden sähköiseen asioiden käsittelyyn ja tiedonsiirtoon sekä nopeaan ja sujuvaan raportointiin. (Kuntien Hetapalvelut Oy.)

Hetan tarjoamiin taloushallinnon palveluihin kuuluvat (Vähäsarja 2018):

- kirjanpito, tilinpäätös ja konsernitilinpäätös
- ostolaskujen sähköinen käsittely
- ostolaskujen maksu ja ostoreskontra
- laskutus
- myyntireskontra ja saatavien seuranta

- maksuliikenne
- sähköinen arkistointi
- raportointi, web-raportointi
- johdon raportointi
- taloussuunnittelu
- web-taloussuunnittelu
- käyttöomaisuuskirjanpito
- konsernitilinpäätös
- alv-laskelmat ja ilmoitukset verottajalle sähköisesti
- tilastot.

Hetan tarjoamiin palkkahallinnon palveluihin kuuluvat (Vähäsarja 2018):

- palkanlaskenta ja palkanmaksu
- henkilötietojen ja -rekisterien ylläpito
- raportointi
- sähköiset lomakkeet
- sähköinen itseasiointi
- sähköinen arkistointi
- tilitykset, sidosryhmäyhteydet
- ilmoitukset, hakemukset
- tilastot.

3 PALVELUT MARKKINOINNISSA

Tässä luvussa käsitellään ensin palvelun käsitettä ja palveluihin liittyviä erityispiirteitä. Seuraavaksi käsitellään, millä tavoin palveluita voidaan ryhmitellä. Lisäksi käydään läpi asiantuntijapalveluita, palvelujen ulkoistamista ja palvelujen markkinoinnin kilpailukeinoja.

3.1 Palvelun käsite ja erityispiirteet

Palvelu itsessään on monimutkainen ilmiö ja sillä on monia erilaisia merkityksiä vaihdellen esimerkiksi henkilökohtaisesta palvelusta palveluun tuotteena tai tarjoomana (Grönroos 2010, 76). Palvelun voidaan määritellä olevan jotakin, jota voidaan ostaa ja myydä, mutta jota ei ole mahdollista pudottaa varpailleen. Palvelut ovat siis aineettomia, joka on myöskin eräs näkökulma palveluihin. Palvelu voidaan myös määritellä esimerkiksi asiakkaan näkökulmasta, jolloin palveluksi käsitetään kaikki se toiminta, josta asiakas kokee maksavansa. (Ylikoski 2001, 17–20.) Tilastokeskuksen määritelmän mukaan palveluihin ei yleensä voi kohdistua omistusoikeuksia, eikä palvelua ja palvelun tuottamista voida erottaa toisistaan.

Palvelun voidaan määritellä olevan aineettomien toimintojen sarjasta koostuva prosessi. Kyseisessä prosessissa toiminnot toimitetaan yleensä asiakkaan, palvelutyöntekijöiden ja/tai fyysisten resurssien tai tuotteiden ja/tai palveluntarjoajan järjestelmien välisessä vuorovaikutuksessa tarjoten ne ratkaisuihin asiakkaan ongelmiin. (Grönroos 2010, 77.)

Palvelu-käsitteen määrittely koetaan monesti hankalaksi ja moniulotteiseksi asiaksi. Jotta saataisiin parempi mielikuva palveluista, kannattaa perehtyä tarkemmin palvelun ominaisuuksiin ja pohtia asiaa sitä kautta, millaisia palvelut ovat. Grönroos (2010, 79) esittää palveluille kolme yleisluonteista peruspiirrettä, joista ensimmäisen mukaan palvelut ovat perusproses-

seja koostuen toiminnoista tai joukosta toimintoja. Toisen peruspiirteen mukaan palvelut ainakin jossakin määrin tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti. Kolmas palveluille yhteinen piirre on, että asiakas on osallisena ainakin osittain palvelun tuotantoprosessissa kanssatuottajana. (Grönroos 2010, 79.)

Palveluilla voidaan myös määritellä olevan neljä niille ominaista piirrettä. Kuten käsitteen määrittelyssä jo mainittiin, ovat palvelut aineettomia. Kyseinen ominaispiirre on markkinoinnin kannalta ratkaisevin ja se koetaan myös usein palvelujen ominaispiirteistä tärkeimmäksi. Tavarat ja palvelut eroavat toisistaan muun muassa siten, että tavarat ovat konkreettisia ja niitä voi kosketella käsin. Palvelut sen sijaan ovat siis aineettomia, eikä niitä voi esimerkiksi varastoida. (Ylikoski 2001, 21.)

Toinen palveluille ominainen piirre on tuotannon ja kulutuksen tapahtuminen samaan aikaan tai ainakin jossain määrin samanaikaisesti. Käytännössä tämä siis tarkoittaa sitä, ettei palvelua ole valmiiksi olemassa, vaan se tuotetaan itse palvelutapahtumassa. Koska palvelu syntyy palvelutilanteessa, ei sitä voi perua eikä toistaa täysin samanlaisena. Palvelun vaikutus sen sijaan voidaan säilyttää, kuten esimerkiksi kauneushoitolassa tehdyn hoidon vaikutus kestää itse palvelutapahtumaa pidempään. Palveluihin kuuluu yleensä oleellisena osana asiakkaan ja palveluntarjoajan välinen vuorovaikutus. Asiakas myös monesti osallistuu tahtomattaan palvelun tuottamiseen kertomalla esimerkiksi, minkälaista palvelua hän toivoo saavansa. (Grönroos 2010, 79; Pesonen 2007, 34; Ylikoski 2001, 22–24.)

Kolmas palveluille määritelty erityispiirre on niiden heterogeenisuus eli vaihtelevuus. Kyseinen asia tarkoittaa sitä, että aiemmin koettu, sama palvelu, voi olla seuraavalla kerralla täysin erilainen. Tämä kokemus syntyy etenkin niissä tilanteissa, kun palvelun tuottaminen on yhteydessä ihmisiin. Esimerkkinä voitaisiin mainita vaikkapa ravintolassa asiointi, joka jokaisella kerralla poikkeaa jollakin tapaa edellisestä asioinnista, riippuen esimerkiksi työvuorossa olevasta tarjoilijasta ja hänen tyylistään palvella asiakkaita. (Ylikoski 2001, 24–25.) Käytännössä

siis voidaan ajatella, että jokainen palvelukerta itsessään on ainutlaatuinen, koska kaikki palvelutilanteet ovat keskenään erilaisia ja niiden kokemiseen sekä sisältöön vaikuttavat monet eri asiat.

Palveluille neljäs yhteinen piirre on niiden katoavaisuus. Niitä ei siis ole olemassa itse palvelutapahtuman ulkopuolella. Sen vuoksi koetaan usein, että palvelujen kysynnän ja tarjonnan yhteensovittaminen on haasteellista. (Ylikoski 2001, 26.)

3.2 Palvelujen ryhmittely

Palveluja on ryhmitelty eri tavoin aikojen saatossa. Grönroos (2010, 84) jakaa palvelut inhimillisyyttä korostaviin ja tekniikkaa korostaviin palveluihin. Inhimillisyyttä tai käyttäjäystävällisyyttä painottavat (high-touch) palvelut ovat riippuvaisia palveluprosessiin osallisina olevista ihmisistä. Sen sijaan tekniikkaa korostavat (high-tech) palvelut pohjautuvat erilaisiin automatisoituihin järjestelmiin, tietotekniikkaan sekä muihin fyysisiin resursseihin. On kuitenkin oleellista muistaa, että palvelut harvoin ovat täysin jompaankumpaan ryhmään kuuluvia, vaan niihin sisältyy yleensä molempien ryhmien ominaisuuksia. (Grönroos 2010, 84.)

Palvelut voidaan myös jakaa ajoittaisiin ja jatkuvasti tarjottaviin palveluihin asiakassuhteen luonteen perusteella. Jatkuvasti tarjottaville palveluille on ominaista, että asiakas ja palveluntarjoaja ovat jatkuvassa vuorovaikutuksessa, jolloin myös asiakassuhteita on mahdollista kehittää helpommin. Esimerkkinä jatkuvasti tarjottavista palveluista voidaan mainita teollisuussiivous, tavarantoimitukset ja pankkitoiminta. Ajoittain tarjottavissa palveluissa, kuten kampaamokäynneissä ja useissa matkailualan palveluissa, on haastavampaa solmia arvokas asiakassuhde. Yrityksen johdon on oleellista ymmärtää muun muassa edellä mainitut ryhmittelyt ja niiden merkitykset asiakassuhteiden kannalta, jotta yrityksen toimintaa osattaisiin suunnitella ja kehittää oikeaan suuntaan. (Grönroos 2010, 84–85.)

Palvelut on mahdollista jaotella kulutus- ja yrityspalveluihin. Yrityspalveluissa ostajina toimivat toiset organisaatiot. Kulutuspalveluja sen sijaan hyödyntävät yksittäiset kuluttajat sekä kotitaloudet. Kulutuspalvelujen tuottajina voivat olla julkinen valta sekä yksityiset organisaatiot. Julkisiin palveluihin luetaan muun muassa poliisi sekä palo- ja pelastustoimi. Edelleen julkisia ja yksityisiä palveluita tuottavat tahot on mahdollista jaotella voittoa tavoitteleviin organisaatioihin sekä voittoa tavoittelemattomiin, niin sanottuihin non-profit-organisaatioihin (mm. museot ja hyväntekeväisyysjärjestöt). (Ylikoski 2001, 27.) Palvelujen luokitteluja on siis olemassa monenlaisia ja ne vaihtelevat muun muassa palvelujen ominaisuuksien, sisällön ja rakenteen mukaan. Palvelujen luokittelun avulla on mahdollista selvittää erilaisia palveluita ja niitä tarjoavia organisaatioita. Lisäksi luokittelujen avulla on helpompaa esimerkiksi havainnollistaa tiettyjä palvelutilanteita sekä niiden sisältöä.

3.3 Asiantuntijuus ja asiantuntijapalvelut

Palvelujen luokittelussa mainitaan usein asiantuntijapalvelut, joiden tuottajilla on korkea koulutus ja täten oman ammattialansa erityisosaaminen taustallaan. Asiantuntijapalveluille on ominaista neuvojen antaminen sekä asiakkaalla ilmenneen ongelman ratkaiseminen. (Ylikoski 2001, 27.) Asiantuntijapalveluille on siis tarvetta erityisesti silloin, kun ratkotaan monimutkaisia asioita tai kehitetään uutta. Asiantuntijapalvelujen tuottajalta vaaditaan muun muassa laajaa yleisnäkemystä sekä luovuutta, kokemusta ja toteutuskykyä. (Sipilä 1999, 26.)

Asiantuntijapalvelujen käyttöön liittyy aina suuria riskejä. Asiakas on usein pakotettu tekemään ostopäätöksensä tietämättä kyseisestä palvelusta tarpeeksi, ellei palvelu ole hänelle jo ennustaan tuttu. Asiantuntijapalveluille tyypillistä on henkilösidonaisuus ja tämän vuoksi palvelun onnistuminen on riippuvainen yhtä lailla palveluntarjoajan asiantuntijuudesta ja taidoista, kuin myös esimerkiksi ostajan ja palveluntarjoajan henkilökemioiden yhteensopivuudesta. Erityisesti asiantuntijapalvelujen kohdalla on tärkeää, että ostaja ja palveluntarjoaja ovat keskenään vuorovaikutuksessa, sillä läheskään aina ostaja ei itse osaa analysoida tarpeitaan,

vaan tarvitsee avuksi palveluntarjoajan opastusta. Keskinäiset näkemuserot voivat myös olla hyvinkin poikkeavat, sillä ostaja ei monestikaan tunne asiantuntijan alaa ja asiantuntija taasen ei puolestaan aina ymmärrä tarpeeksi hyvin asiakkaan toimintaympäristöä ja siihen yhteydessä olevia tekijöitä. Tämän vuoksi asiantuntijapalvelujen myynti- ja palvelutilanteet koetaan usein haastaviksi. (Lehtinen & Niinimäki 2005, 11; Sipilä 1999, 27; Vahvaselkä 2004, 41.)

Asiantuntijaorganisaatioiden muoto ja koko vaihtelevat suuresti. Niin sanottuja itsenäisiä asiantuntijaorganisaatioita ovat esimerkiksi monet insinööritoimistot, mainostoimistot, tilintarkastustoimistot ja koulutusorganisaatiot, joiden perustajina on yleensä oman alansa huippuosaajia tai tunnettuja asiantuntijoita. Suuriksi asiantuntijaorganisaatioiksi määritellään esimerkiksi pankit, lentoyhtiöt, yliopistot ja ammattikorkeakoulut sekä monet kunnalliset organisaatiot, kuten terveystoimistot ja keskussairaalat. (Lehtinen & Niinimäki 2005, 12.)

3.4 Ulkoistaminen

Viime vuosien aikana yhä useammat kunnat ja yritykset ovat osittain tai kokonaan ulkoistaneet tehtäväkokonaisuuksiaan sekä kilpailuttaneet ostopalveluita tavoitellessaan parempaa kannattavuutta. Ulkoistamisen kautta kuntien roolin muutos palvelujen tuottajasta niiden järjestäjäksi on vahvistunut. (Komulainen 2010, 9; Vahvaselkä 2004, 59–60.)

Palvelun ulkoistamisessa on käytännössä kyse siitä, että yritys tai kunta siirtää jonkin tietyn toiminnon oman organisaationsa ulkopuolella toteutettavaksi ja hyödyntää siis täten ulkopuolisen toimittajan palveluita. Monesti ulkoistaminen lähtee liikkeelle siitä, että yritys tai kunta hakee kustannustehokkuutta ja havaitsee, ettei jokin toiminto ole hinnaltaan tai laadultaan kilpailukykyinen. Ulkoistaminen voidaan myös nähdä strategisena valintana, jolloin yritys tai kunta keskittyy entistä enemmän omiin ydintoimintoihinsa ja hakee näitä tukevat toiminnot

niihin erikoistuneilta palvelutarjoajilta. Ulkoistamalla yritys tai kunta voi siis paremmin keskittyä omaan ydinosansaamiseen ja vapauttaa käyttöpääomiansa perustehtävänsä toteuttamiseen ja investointeihin. Kyseinen asia on vaikuttanut asiantuntijapalveluihin siten, että alan yritysten on täytynyt kiinnittää yhä enemmän huomiota asiakkuuksien rakentamiseen ja niiden hoitamiseen. Ulkoistaminen ja sen määrän kasvaminen on merkittävä asia erityisesti asiantuntijaorganisaatioille, joille kyseinen muutos tarjoaa monia uusia mahdollisuuksia ja työtehtäviä. (Komulainen 2010, 9, 23–24; Kähkönen 2007, 24; Vahvaselkä 2004, 59–60.)

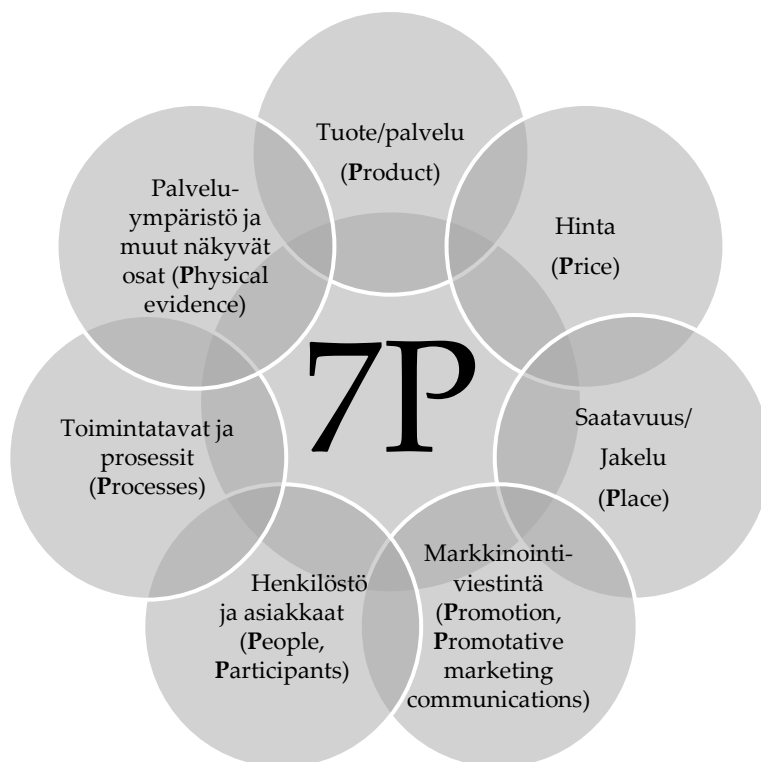
Asiantuntijaorganisaatioiden menestys jatkuu varmasti tulevaisuudessakin, sillä monet yritykset ja kunnat haluavat keskittyä ydintehtäviinsä ja sen vuoksi ne ulkoistavat eri tuki- ja avustavia palveluita. Asiantuntijaorganisaation menestymisen kannalta oleellista on kiinnittää huomiota asiakassuhteisiin sekä panostaa jatkuvaan koulutukseen ja asiantuntijuuden ylläpitämiseen, jotta niiden tarjoamia palveluja kohtaan säilyy kiinnostus ja luottamus. Lisäksi tulee huolehtia jatkuvasta ja toimivasta yhteydenpidosta asiakkaan suuntaan sekä siitä, että palvelu toteutetaan asiakkaan toiveiden mukaisesti. On tärkeää, että asiakkaalle jää positiivinen kuva asiantuntijaorganisaation toiminnasta, sillä asiakaskokemus vaikuttaa oleellisesti esimerkiksi siihen, hyödynnetäänkö samaa palveluntarjoajaa jatkossa ja suositellaanko sen tarjoamia palveluja muille.

3.5 Palvelujen markkinoinnin kilpailukeinot

Markkinoinnin maailmassa tunnetuin ulkoisen markkinoinnin kilpailukeinomalli on niin kutsuttu 4P-malli, jonka kehitti 1960-luvulla yhdysvaltalainen markkinoinnin professori Jerome E. McCarthy. 4P-malli muodostuu yrityksen peruskilpailukeinoista, joita ovat tuote/palvelu (Product), hinta (Price), saatavuus/jakelu (Place) ja markkinointiviestintä (Promotion tai promotative marketing communication). Kyseiset kilpailukeinot ovat yrityksen hallinnoitavissa olevia muuttujia ja niiden yhdistelmää kutsutaan myös nimellä markkinointimix (marketing mix). (Isohookana 2007, 47; Kotler 2005, 58; Lahtinen & Isoviita 2000, 8.)

4P-mallin kilpailukeinot ovat läheisesti yhteydessä toisiinsa ja riippuvaisia toistensa vaikutuksesta. Näiden kilpailukeinojen avulla yritys tavoittelee tuotteilleen ja palveluilleen markkinoiden kysyntää. Yritys voi myös hyödyntää niitä tyydyttääkseen asiakkaiden tarpeet ja kommunikoidakseen asiakkaidensa kanssa. (Isohookana 2007, 48; Zeithaml, Bitner & Gremler 2017, 25.)

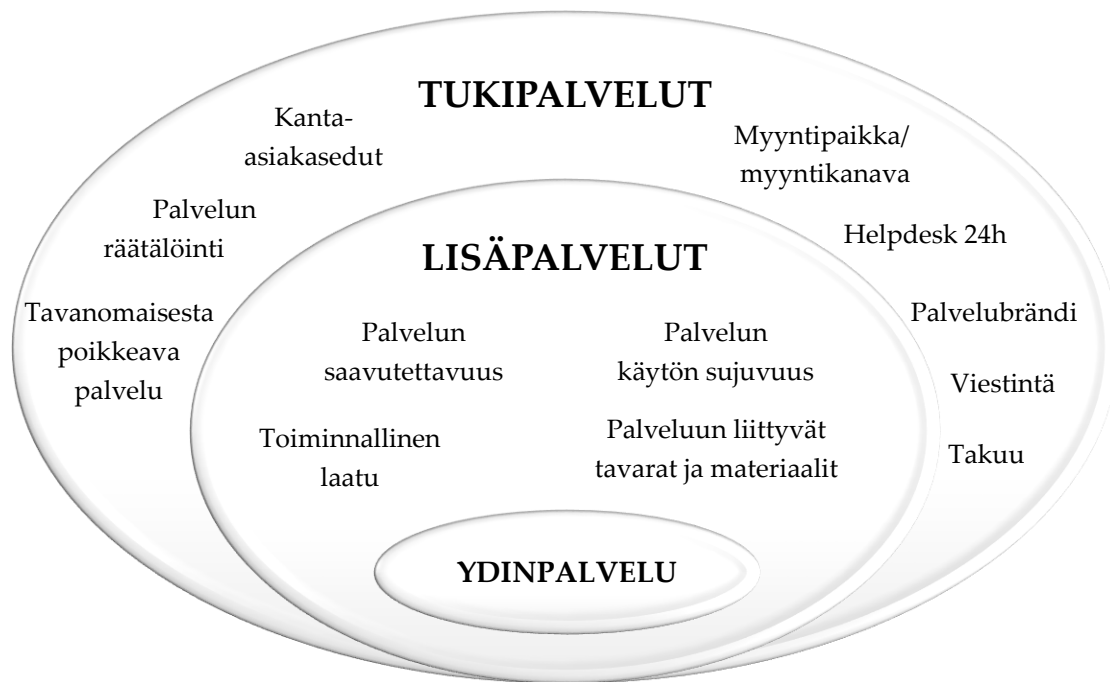
Markkinoinnin kilpailukeinojen 4P-malli on koettu monen markkinoinnin alan tutkijan mielestä liian rajalliseksi ja tuotekeskeiseksi. Sen heikkoudet ovat näkyneet vuosien saatossa siten, että mallia on pyritty muokkaamaan ja kehittämään paremmin palvelusektoriakin palvelevaksi kokonaisuudeksi. (Palmer 2011, 35.) Palvelujen markkinoinnissa puhutaan useimmiten Bernard H. Boomsin ja Mary Jo Bitnerin 1980-luvulla kehittämästä 7P-mallista (KUVIO 3), joka on niin kutsuttu laajennettu markkinointimix (extended marketing mix). Kyseisessä laajennetussa kilpailukeinomallissa 4P-mallin kilpailukeinojen rinnalle on lisätty henkilöstö ja asiakkaat (People, Participants), toimintatavat ja prosessit (Processes) sekä palveluympäristö ja muut näkyvät osat (Physical evidence). (Bergström & Leppänen 2015, 148.)



KUVIO 3. 7P, laajennettu kilpailukeinomalli (Marketing theories)

Tuote tai palvelu on kilpailukeinojen tärkein elementti. Se tarkoittaa nimenomaan sitä tuotetta tai palvelua, jonka yritys tuo kohdemarkkinoille. On hyvä muistaa, ettei kyse ole vain konkreettisesta hyödykkeestä, jonka asiakas saa, vaan kyseessä on asiakkaan ostama kokonaisuus ja sen tarjoama hyöty, joka tuo ratkaisun asiakkaan ongelmiin. (Isohookana 2007, 49–56; Kotler & Armstrong 2017, 78.) Tarkasteltaessa palvelua tuotteena, kyseessä on se, millä tavoin palvelua voidaan kehittää, tuottaa, toimittaa, markkinoida ja kuluttaa (Lämsä & Uusitalo 2009, 100).

Tuotetta on mahdollista kuvata moniulotteisena kokonaisuutena muodostuen asiakkaille tarjolla olevista hyödykkeistä. Palvelutarjonnassa sen sijaan voidaan määritellä olevan kolme eri ulottuvuutta. (Lämsä & Uusitalo 2009, 101.) Peruspalvelupaketti (KUVIO 4) koostuu kolmesta eri osiosta: ydinpalvelu, lisäpalvelut/avustavat palvelut ja tukipalvelut. Ydinpalveluna käsitellään yrityksen markkinoilla olemisen syy ja se perusta, jonka tuottamiseksi yritys on perustettu. Esimerkkinä voitaisiin mainita lentoyhtiö, jolle ydinpalvelu on kuljetus. Käyttäkseen ydinpalvelua, tarvitaan monesti lisäpalveluja. Lentoyhtiön kohdalla lisäpalveluna voidaan ajatella olevan lähtöselvityspalvelut. Lisäpalveluista käytetään myös nimitystä avustavat palvelut, sillä ne toimivat ydinpalvelun yhteydessä tukien sen käyttöä. Tukipalvelujen tarkoitus puolestaan on muodostaa lisäarvoa asiakkaalle ja niiden avulla voidaan pyrkiä erottautumaan alan muista kilpailijoista. Palvelujen tuottamiseksi ja kuluttamiseksi peruspalvelupaketin välttämättömiä osa-alueita ovat ydin- ja avustavat palvelut. (Bergström & Leppänen 2015, 179–180; Isohookana 2007, 66.)



KUVIO 4. Peruspalvelupaketti (Bergström & Leppänen 2015, 179; Ylikoski 2001, 224)

7P-mallin toinen kilpailukeino, hinta, tarkoittaa sitä summaa, jonka asiakas maksaa tuotteesta tai palvelusta sen saadakseen. Hinnan vaikutus mielikuvaan on suuri ja yritysten tulisi huomioida kyseinen asia tarkkaan määritellessään tuotteen tai palvelun hintaa. (Isohookana 2007, 49–56; Kotler & Armstrong 2017, 78.)

Kolmas kilpailukeino, saatavuus/jakelu, sisältää ne toimet, joiden avulla tuote tai palvelu tuodaan asiakkaan saataville. Jakelutien valinnan sanotaan olevan markkinoinnin kilpailukeinoista haastavin, mutta samaan aikaan myös yksi keskeisin osa-alue. Jakelu merkitsee asiakkaan kannalta katsottuna palvelun saavutettavuutta. Palvelun kohdalla kyseessä on se, mihin aikaan ja missä paikassa tuote tai palvelu on saatavilla. Yrityksen kannalta oleellista olisi saada tuote tai palvelu asiakkaan ulottuville juuri oikeaan aikaan ja oikeassa paikassa. (Isohookana 2007, 57–59; Lämsä & Uusitalo 2009, 107.)

Saatavuuteen voidaan liittää kolme näkökulmaa: markkinointikanava, fyysinen jakelu sekä ulkoinen ja sisäinen saatavuus. Markkinointikanava (marketing channel) on yrityksen valitsema,

erilaisista yrityksistä tai vaihtoehtoisesti muista välikäsistä koostuva ketju, jonka välityksellä tuotetta myydään markkinoille. Usein markkinointikanavasta kuulee käytettävän myös nimitystä jakelutie. Fyysiseen jakeluun (physical distribution) kuuluvat kuljetus, varastointi ja tilaaminen. Fyysisen jakelun yhteydessä voidaan myös käyttää termiä materiaalitoiminnot, joka sisältää fyysisen jakelun ohella ostotoiminnan sekä yrityksen sisäiset kuljetukset. Yhä useammin kuulee myös puhuttavan yrityksen logistisesta järjestelmästä. Logistiikkaan sisältyy yrityksen kaikki materiaali- ja tietovirrat tuotteen raaka-aineista valmiiden tuotteiden lopulliseen toimittamiseen saakka. (Bergström & Leppänen 2015, 261–262.)

Ulkoinen saatavuus koskee sitä, kuinka helposti yrityksen toimipaikkaan löydetään ja päästään. Käytännössä se on siis paljolti kiinni yrityksen sijainnista. Ratkaistavaksi jää muun muassa se, sijoittuuko yritys lähelle asiakasta vai saavutetaanko asiakas esimerkiksi hyvällä puhelin- tai verkkopalvelulla. Jotta yrityksellä olisi hyvä ulkoinen saatavuus, tulisi sen tarjota asiakkaalle esimerkiksi vaihtoehtoisia yhteydenpitotapoja sekä tiedottaa asioistaan mahdollisimman hyvin. Myös yrityksen toimipaikkaan tulo pitäisi varmistaa muun muassa pysäköintipaikoilla. Ulkoisen saatavuuden kannalta oleellinen asia on aukioloajat, joiden tulisi sijoittua niihin aikoihin, kun asiakkaat tarvitsevat palvelua. Sisäinen saatavuus puolestaan tarkoittaa helppoutta löytää ja saada haluttu palvelu tai tavoittaa oikea henkilö nopeasti. Sisäistä saatavuutta voidaan parantaa varmistamalla toimitilan opasteiden sijainti ja oikeellisuus, henkilökunnan osaavuus ja palveluhalukkuus sekä esimerkiksi huolehtimalla jonotusjärjestelyistä. Palveluiden kannalta sisäiseen saatavuuteen kuuluu entistä isompana osana tekniikan luomat mahdollisuudet hoitaa osa palvelusta itse. Nykyään asiakas voi esimerkiksi verkon kautta hoitaa itse ajanvaraukset tai vaikkapa ilmoittautua Kela-kortin avulla lääkärinvastaanotolle. Sisäinen saatavuus kattaa yhtä lailla asioinnin miellyttävyyden. Huomioitavaa on, ettei sisäinen saatavuus välttämättä tarvitse suuria investointeja, vaan jo pelkästään uuden ajattelutavan avulla voidaan parantaa sisäistä saatavuutta. (Bergström & Leppänen 2015, 262, 285–287.)

7P-mallin neljäs kilpailukeino, markkinointiviestintä, tarkoittaa niitä viestintäkeinoja, joiden avulla yrityksen potentiaalisille asiakkaille viestitään tuotteesta tai palvelusta (Palmer 2011,

36). Markkinointiviestintä on yrityksen näkyvin kilpailukeino ja sen avulla yritys pystyy luomaan asiakkaille mielikuvia tuotteesta tai palvelusta sekä samalla herättämään ostohalua. Markkinointiviestintä muodostuu muun muassa mainonnasta, henkilökohtaisesta myyntityöstä, myynninedistämisestä (SP, Sales Promotion) sekä tiedotus- ja suhdetoiminnasta (PR, Public Relations). (Bergström & Leppänen 2015, 152.)

Viides kilpailukeino, henkilöstö ja asiakkaat, koskee sitä, kuinka palvelutapahtumassa ihmiset ovat suuressa roolissa ja palvelun onnistumiseen vaikuttavat muun muassa henkilöstön määrä, laatu ja käyttäytyminen. Kuudes osa-alue, palveluprosessi, on se toimintojen ketju, jossa palvelun toteutus tapahtuu. Laajennetun kilpailukeinomallin seitsemäs kohta, palveluympäristö ja muut näkyvät osat, tarkoittaa sitä ympäristöä, jossa palvelu tarjotaan tai missä yritys ja asiakas ovat vuorovaikutuksessa. Palveluympäristön merkitys on suuri monilla palvelujen tarjontaan keskittyneillä aloilla. Esimerkiksi ravintolan on mahdollista erottua muista oman alansa kilpailijoista sisustuksen ja tarjoilijoiden työasujen kautta. (Bergström & Leppänen 2015, 148–149; Zeithaml ym. 2017, 26.)

Palvelujen markkinoinnin kannalta laajennetun kilpailukeinomallin kehittäminen on ollut tärkeää. 7P-mallin osa-alueet soveltuvat 4P-mallia paremmin palvelualan tarpeisiin ja niiden avulla yritysten on helpompi suunnitella markkinointiaan. Kaikki seitsemän markkinoinnin kilpailukeinoa ovat oleellisia yrityksen toiminnan ja menestymisen kannalta. Kilpailukeinojen tulisi viestiä asiakkaalle samaa mielikuvaa ja muodostaa keskenään ehjä kokonaisuus, jotta niistä saataisiin irti suurin hyöty. Valitettavan usein kuitenkin käy niin, että kilpailukeinoja käsitellään erillisinä osioina, jolloin ne eivät pääse hyötymään toistensa vaikutuksesta.

4 PALVELUN LAATU

Tässä luvussa käsitellään palvelun laatua ja sen osa-alueita. Palvelun laatuun liittyen käsitellään eri laatu-ulottuvuuksia sekä odotettua ja koettua palvelun laatua. Lisäksi tässä luvussa käsitellään palvelun laadun kriteereitä ja arviointia.

4.1 Yleistä palvelun laadusta

Palvelun laadun määrittelemisen ei ole yksiselitteistä ja se onkin aiheuttanut paljon keskustelua palvelujen markkinoinnin tutkijoiden kesken. Palvelun laadulle löytyy palvelu-käsitteen tavoin monta erilaista määritelmää. (Kinnunen 2004, 16-17.) Palvelun laadussa on kyse siitä, miten hyvin palvelu vastaa asiakkaan vaatimuksia tai odotuksia. Käytännössä siis voidaan ajatella palvelun laadun tarkoittavan sitä, kuinka hyvin asiakkaan tarpeet ja toiveet täytetään. (Ylikoski 2001, 118.) Palvelun laadun määrittely vaihtelee sen mukaan, miltä kannalta sitä tarkastellaan. Jos laatua tarkastellaan asiakkaan kannalta, voi sen määritelmä olla aivan toisenlainen, kuin esimerkiksi palveluntarjoajan kannalta tarkasteltuna.

Grönroosin (2010, 100) mukaan laatua on oleellista käsitellä asiakkaan kannalta. Palvelun laatu on mitä tahansa, mitä asiakkaat kokevat sen olevan. Laadun määrittely asiakkaan näkökulmasta on oleellista, sillä muuten saatetaan tehdä vääränlaisia toimenpiteitä sekä kuluttaa turhaan aikaa ja rahaa. (Grönroos 2010, 100.) Pesonen (2007, 36) määrittelee laadun olevan kaikki ne palvelujen ominaisuudet ja piirteet, joilla palvelu täyttää asiakkaan odotuksia, vaatimuksia tai tottumuksia, olivatpa ne ilmaistuja tai piilossa olevia. Grönroos (2010, 100) puolestaan kiteyttää asian toteamalla laadun olevan tärkeää sellaisena, kuin asiakas sen kokee.

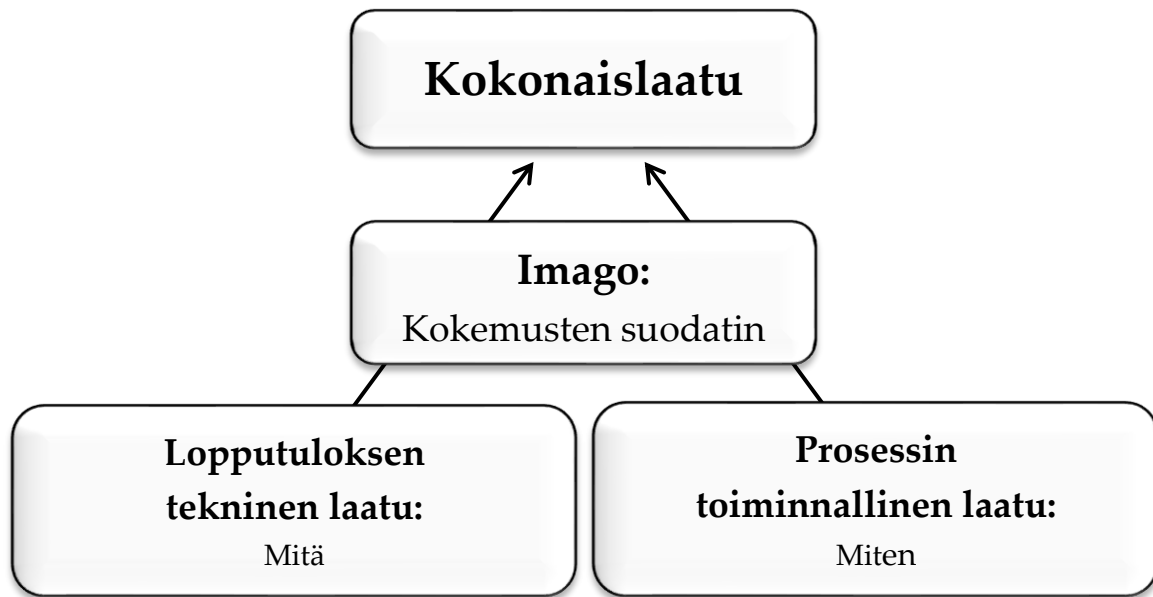
Viime aikoina palvelun merkitys on kasvanut. Yleisesti palvelu on se osa-alue, jolla yritys voi erottautua kilpailijoistaan silloin, kun tuotteiden avulla erottautuminen koetaan haastavaksi.

Myös asiakkaat odottavat nykyisin saavansa yhä laadukkaampaa palvelua. Hankalaksi palvelun laadun määrittelyn tekee se, että eri ihmisille laadukas ja hyvä palvelu voi tarkoittaa aivan erilaisia asioita. Esimerkiksi jonkun mielestä palvelun nopeus voi olla se asia, joka tekee palvelusta hyvän, kun taas toinen saattaa sen sijaan arvostaa enemmän palvelun saatavuutta. Palvelun tuottajalla itsellään on useimmiten käsitys siitä, millaista on hyvä palvelu. Kuitenkin asiakaskeskeisyyden kannalta on oleellista tutkia palvelun laatua asiakkaiden silmin. Yrityksen on tärkeää pyrkiä selvittämään oman asiakaskuntansa arvostamat asiat ja kehittää palvelutarjontaansa niiden pohjalta. (Ylikoski 2001, 117.)

4.2 Palvelun laadun osa-alueet

Palvelut ovat prosesseja, joissa tuotanto- ja kulutustoimenpiteet tapahtuvat yhtä aikaa. Ostajan ja myyjän välinen vuorovaikutus, eli palvelutapaaminen, sekä siinä tapahtuneet asiat vaikuttavat oleellisesti koettuun palveluun. (Grönroos 2010, 100.)

Asiakkaan kokemalle palvelun laadulle voidaan määritellä kaksi ulottuvuutta, jotka ovat tekninen eli lopputulosulottuvuus ja toiminnallinen eli prosessitulottuvuus. Tekninen ulottuvuus tarkoittaa käytännössä sitä, mitä asiakas saa ollessaan vuorovaikutuksessa yrityksen kanssa. Yleensä tämä asia vaikuttaa suuresti asiakkaan kokemaan palvelun laatuun. Toiminnalliseksi prosessiksi kutsutaan sitä, miten asiakas saa palvelun ja millaisena hän kokee yhtä aikaa tapahtuvan tuotanto- ja kulutusprosessin. Kyseinen asia on toinen laadun ulottuvuuksista ja se on läheisesti yhteydessä palvelutarjoajan toimintaan sekä itse palvelutilanteeseen. (Grönroos 2010, 101–102; 2000, 63–64.) Palvelun laadun kahta ulottuvuutta on havainnollistettu kuviossa 5, jossa näkyvät kaksi laadun perusulottuvuutta, se mitä asiakas saa (ns. tekninen laatu) ja miten asiakas sen saa (ns. toiminnallinen laatu).

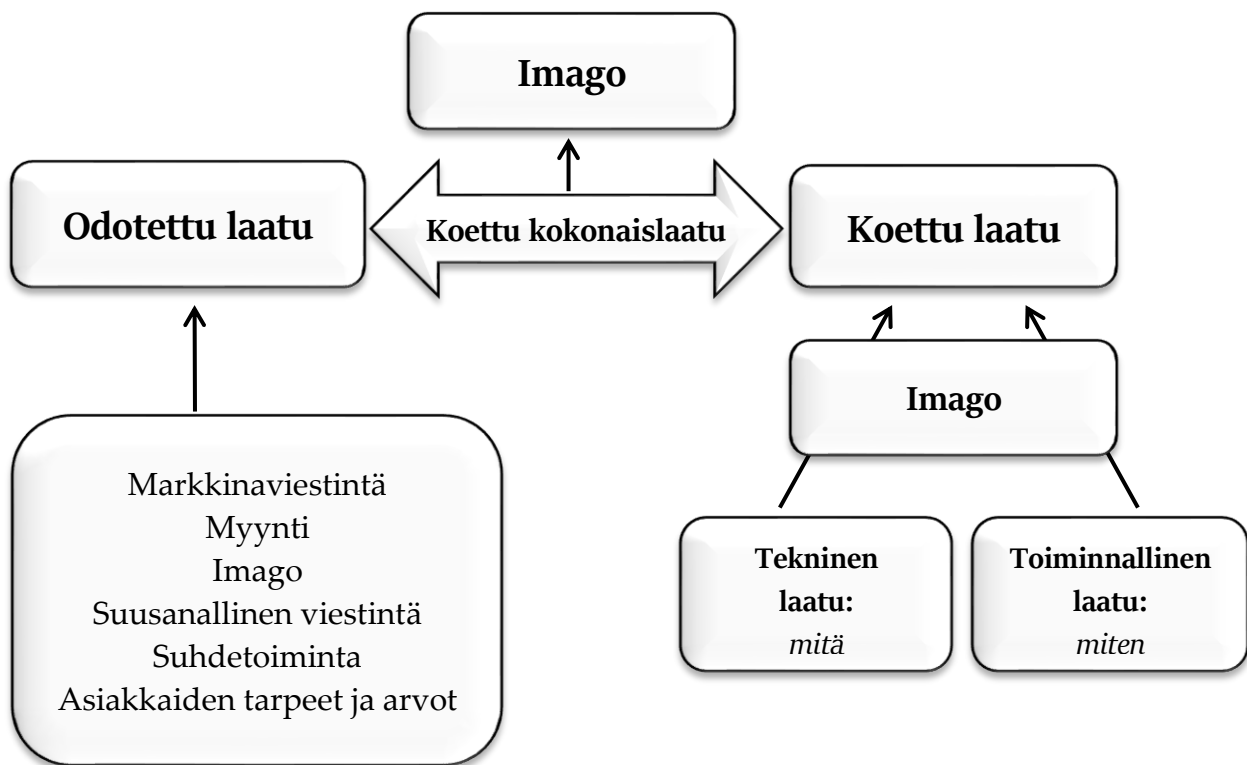


KUVIO 5. Palvelun laadun ulottuvuudet (Grönroos 2010, 103; Ylikoski 2001, 119)

Kuviossa 5 esiintyvä kolmas laadun osatekijä on asiakkaan mielikuva yrityksestä eli yrityksen imago, joka voi vaikuttaa laadun kokemiseen useilla eri tavoilla. Kyseisen osatekijän sanotaan toimivan niin sanotusti suodattimena, jonka läpi asiakas näkee teknisen ja erityisesti toiminnallisen laadun. Suodattimena toimiminen tarkoittaa käytännössä sitä, että yrityksen hyvä imago auttaa suodattamaan satunnaisia virheitä, kun taas huono imago usein vahvistaa asiakkaan huonoja kokemuksia. Teknisen ja toiminnallisen laadun rinnalle ja niitä täydentämään on ehdotettu muitakin laatu-ulottuvuuksia. Mitä- ja miten-ulottuvuuksien joukkoon on esitetty esimerkiksi missä-ulottuvuutta, joka koskisi palvelutapaamisen fyysistä ympäristöä ja sen vaikutusta palvelukokemukseen. (Grönroos 2010, 102; Ylikoski 2001, 118.)

4.3 Odotettu ja koettu palvelun laatu

Palvelun laadun kokeminen itsessään on monimutkainen prosessi, eikä esimerkiksi sen hyvyys tai huonous pohjautu ainoastaan laatu-ulottuvuuksista saatuihin kokemuksiin. Kuviossa 6 on käsitelty sitä, miten laatu koetaan. Yleensä asiakkaalla itsellään on jo ennestään tietynlaiset odotukset yrityksen palvelujen laadusta. Nämä odotukset ovat muotoutuneet muun muassa asiakkaan tarpeiden, yrityksen markkinointiviestinnän ja asiakkaan muita kautta saamien informaatioiden varaan. Voidaan havaita, että laatumokemukset ovat yhteydessä perinteisiin markkinointitoimiin ja tätä kautta ne johtavat koettuun palvelun laatuun. Koetusta kokonaislaadusta on mahdollista puhua silloin, kun on otettu huomioon myös tuotteiden valmistajat. Laadun voidaan sanoa olevan hyvä siinä tapauksessa, kun koettu laatu vastaa asiakkaan odotuksia eli niin kutsuttua odotettua laatua. (Grönroos 2010, 105; Lecklin 2006, 94.) Kuvion 6 perusteella voidaan todeta, että odotettu laatu on riippuvainen monista yrityksen toimintaan liittyvistä tekijöistä.



KUVIO 6. Koettu kokonaislaatu (Grönroos 2010, 105)

Asiakkaan odotuksilla on siis suuri merkitys hänen kokemaansa laatuun myös koetun palvelun laadun mallin mukaan. Yrityksen kannalta olisi tärkeää kiinnittää huomiota siihen, ettei se lupaa asiakkaalle liikaa. Jos yritys lupaa liikaa, syntyy riski siitä, että asiakkaan odotukset ovat jo ennakkoon liian korkealla ja hän kokee saavansa heikkoa laatua, sillä odotukset eivät vastaa kokemuksia. (Grönroos 2010, 106.)

Vaikka palveluntarjoajan ei ole mahdollista vaikuttaa kaikkiin asiakkaan ennakko-odotuksiin, tulisi sen pyrkiä pitämään huolen yrityksen ulkoisesta yrityskuvasta ja luoda sen avulla jo etukäteen itsestään tietynlaisia mielikuvia asiakkaalle. Palveluntarjoajan kannalta parempi olisi, jos se onnistuisi lupaamaan asiakkaalle vähemmän, kuin mitä asiakas lopulta saisi. Tällöin asiakas tuntisi palveluntarjoajan täyttäneen hänen odotuksensa ja saaneensa ehkä jopa hiukan enemmänkin, jolloin asiakkaan tyytyväisyys palvelua ja yritystä kohtaan kasvaisi.

Palvelun laatua tutkittaessa esille nousee usein käsite totuuden hetki, jonka on alkujaan tuonut palvelujen johtamisen kirjallisuuteen ruotsalainen johdon konsultti Richard Normann. Laadun kokemisen kannalta oleellisia ovat asiakkaan ja palveluntarjoajan väliset tilanteet, joissa he ovat vuorovaikutuksessa keskenään. Palvelujen johtamisessa nämä tilanteet on nimetty totuuden hetkiksi ja ne tarkoittavat sananmukaisesti sitä tilannetta, jolloin palveluntarjoajalla on todellinen tilaisuus näyttää asiakkaalle palvelujensa laatu. (Grönroos 2010, 100; NormannPartners.)

4.4 Palvelun laadun kriteerit

Palvelun laadusta tehtyjen tutkimusten ja teoreettisten pohdintojen pohjalta on muodostettu niin sanotut hyväksi koetun palvelun seitsemän kriteeriä:

1. ammattimaisuus ja taidot
2. asenteet ja käyttäytyminen
3. lähestyttävyyys ja joustavuus

4. luotettavuus
5. palvelun normalisointi
6. palvelumaisema
7. maine ja uskottavuus. (Grönroos 2010, 121–123.)

Ensimmäinen seitsemästä kriteeristä, ammattimaisuus ja taidot, liittyy lopputulokseen ja määritellään tekniseksi laaduksi. Kyseisen kohdan mukaan asiakkaat ymmärtävät palvelun tarjoajalla sekä sen työntekijöillä olevan tarvittavat tiedot, taidot, operatiiviset järjestelmät sekä fyysiset resurssit asiakkaiden ongelmien ratkaisuun ammattitaitoisesti. (Grönroos 2010, 121–123.)

Hyväksi koetun palvelun seitsemästä kriteeristä kohdat 2–6 ovat prosessiin liittyviä kriteerejä ja ne määritellään toiminnalliseksi laaduksi. Luettelon toinen kohta, asenteet ja käyttäytyminen, liittyy siihen, kuinka asiakkaat kokevat palvelutyöntekijöiden (ts. kontaktihenkilöiden) huomioivan heidät ja olevan halukkaita ratkaisemaan heidän ongelmansa. Luettelossa kolmantena on mainittu lähestyttävyyys ja joustavuus, jonka mukaan asiakkaat tuntevat, että yritys haluaa sopeutua asiakkaan vaatimuksiin ja toiveisiin muun muassa suunnittelemalla sijaintinsa ja aukioloaikansa siten, että palvelu on helppo tavoittaa. Luettelon neljäs kohta, luotettavuus, kertoo asiakkaan luottamuksesta palveluntarjoajaan. Neljännen kohdan mukaan asiakkaat tietävät voivansa luottaa palveluntarjoajan ja sen työntekijöiden lupauksiin, tapahtuipa mitä tahansa. Luettelon viides kriteeri, palvelun normalisointi, koskee sitä, kuinka asiakkaat ymmärtävät palveluntarjoajan toimivan heti, jos jotain menee pieleen tai odottamaton asia tapahtuu. Kuudennen kriteerin, palvelumaiseman, mukaan asiakkaat tuntevat fyysisen ympäristön ja muiden palvelutapaamisen ympäristöön yhteydessä olevien tekijöiden tukevan myönteistä kokemusta. (Grönroos 2010, 121–123.)

Hyväksi koetun palvelun seitsemäs kriteeri, maine ja uskottavuus, liittyy imagoon täyttäen suodatustehtävän. Kyseisen kohdan mukaan asiakkaat uskovat voivansa luottaa palveluntarjoajan toimiin. Siihen liittyy myös oletus, että asiakas saa palveluntarjoajalta rahoilleen vasti-

ketta ja heidän arvonsa kohtaavat. Hyväksi koetun palvelun seitsemän kriteerin voidaan ajatella olevan oivallisia johtamisperiaatteita, mutta huomioitavaa on kuitenkin, että nämä kriteerit vaihtelevat alan ja asiakkaan mukaan. (Grönroos 2010, 121–123.)

Asiakkaiden mielipiteistä voidaan muodostaa yleisarvio tutkimusten avulla. Kuitenkin jos halutaan tarkempia tietoja, tulee tarkastella asiakkaiden laatuarvioita tarkemmalla tasolla. Lämsä ja Uusitalo (2009, 60) kertovat Parasuramanin, Zeithamlin ja Berryn määritelleen viisi tekijää, joita asiakkaat hyödyntävät palvelujen laadun arvioinnissa:

1. varmuus: lupauksen täyttäminen, odotusten vahvistuminen, hyvän toiminnan jatkuvuus
2. palveluvalmius: henkilöstön halukkuus palveluun, palvelun nopeus
3. luottamus: kyky saavuttaa luottamuksellinen suhde asiakkaaseen
4. henkilökohtainen huomioiminen: asiakkaan kunnioitus, huolenpito ja yksilöllisten tarpeiden huomioiminen
5. fyysiset puitteet: palvelun ulkoiset puitteet, toimitilat, laitteet, henkilöstö sekä kirjallinen materiaali. (Lämsä & Uusitalo 2009, 60.)

Laadun arvioinnin viisi tekijää esiintyvät useimmissa palveluissa, asiakkaan kuitenkin kiinnittäessä vaihtelevasti huomiota niiden eri ominaisuuksiin. Käytännössä siis asiakas saattaa perustaa laatuarvionsa kaikkiin edellä mainittuihin viiteen tekijään, kun taas toisinaan hän voi käyttää vain yhtä tekijää. Luettelon eri tekijöille on myös mahdollista antaa erilainen painoarvo, jonka vaikutuksesta niiden tärkeys vaihtelee. (Lämsä & Uusitalo 2009, 60–61.)

Asiakkaiden palvelun laadun kokemisen mittaamisessa voidaan hyödyntää esimerkiksi SERVQUAL-menetelmää. Menetelmä pohjautuu laadun arvioinnin viiden osa-alueen lisäksi asiakkaiden palvelua koskevien odotusten ja kokemusten vertailuun. SERVQUAL-menetelmässä osa-alueita kuvataan yleensä 22 attribuutilla. Vastaajien tulee ilmoittaa seitsemän kohdan asteikolla (ääripäinä ”täysin samaa mieltä” ja ”täysin eri mieltä”) millaisia odotuksia heillä

oli palvelua kohtaan ja miten he kokivat toteutuneen palvelun. Kokonaislaatua havainnollistava tulos lasketaan attribuutteja koskevien odotusten ja kokemusten välisten poikkeamien avulla. Koettu laatu on sitä heikompi, mitä heikommaksi kokemukset jäävät odotuksiin nähden. SERVQUAL-menetelmästä on monenlaisia mielipiteitä ja sitä olisikin syytä käyttää harviten ja sen käyttö tulisi suunnitella tarkkaan etukäteen. (Grönroos 2010, 116–117.) Palvelun laadun mittaamisessa voidaan hyödyntää hyvin erilaisia menetelmiä, riippuen muun muassa siitä, mitä asioita halutaan saada selville ja miten tuloksia aiotaan hyödyntää. SERVQUAL-menetelmän ohella voidaan käyttää esimerkiksi asiakastyytyväisyyskyselyä, jota tässäkin opinnäytetyössä on hyödynnetty. Menetelmän valinnan kannalta oleellista olisi, että valittu toimintatapa ja välineistö palvelisivat mittaamista ja tulosten hyödyntämistä juuri oikealla tavalla.

5 ASIAKASTYYTYVÄISYYS

Tässä luvussa käsitellään ensin asiakastyytyväisyyden muodostumista ja asiakastyytyväisyyteen vaikuttavia tekijöitä. Seuraavaksi käsitellään asiakastyytyväisyyden ja palvelun laadun välistä yhteyttä sekä sitä, koetaanko palvelun laatu vai tyytyväisyys/tyytymättömyys ensin.

5.1 Asiakastyytyväisyyden muodostuminen

Palvelukokemuksen jälkeen asiakkaan voidaan todeta olevan joko tyytyväinen tai tyytymätön. Lämsä ja Uusitalo (2009, 62) mainitsevat asiakkaan kokemalla laadulla ja tyytyväisyydellä olevan läheisen yhteyden. Yksi tyytyväisyyteen vaikuttava tekijä on havaittu laatu. Asiakkaan tyytyväisyyteen vaikuttavia muita oleellisia tekijöitä ovat palvelutuotteen hinta, palvelun yhteydessä hankittavan fyysisen tuotteen laatu, asiakkaan ominaisuudet ja tilannetekijät. (Lämsä & Uusitalo 2009, 62.) Edellä mainittujen asioiden lisäksi asiakastyytyväisyyteen voidaan ajatella vaikuttavan myös esimerkiksi hintataso ja asiakkaan mieliala asiointihetkellä.

Asiakastyytyväisyys on yksilöllinen näkemys. Sen muodostumiseen vaikuttavat muun muassa asiakkaan ennakko-odotukset, aiemmat kokemukset sekä muiden henkilöiden välityksellä kuullut asiat. Myöskin käsitykset asiakastyytyväisyydestä voivat vaihdella sen mukaan, tarkastellaanko asiaa esimerkiksi asiakkaan, myyntineuvottelijan vai yrityksen johdon näkökulmasta. (Rope & Pöllänen 1998, 58–59.) Asiakastyytyväisyys on vahvasti sidoksissa yrityksen toimintaan ja nykyhetkeen. Se on myös asia, joka yrityksen tulisi ansaita aina uudelleen huomioiden se aina tarkkaan ollessaan yhteydessä asiakkaaseen. Olisi hyvä muistaa, että asiakastyytyväisyys ei takaa asiakasuskollisuutta, vaan asiakasuskollisuuteen tarvitaan myös sitoutuneisuutta.

Palvelukokemuksen kannalta oleellinen asia on asiakkaan saama arvo, eli se millaiseksi asiakas kokee saamansa hyödyn suhteessa omaan panostukseensa. Usein myös puhutaan asiakkaan saamasta lisäarvosta. Asiakkaan palvelukokemukseen ja palveluntarjoajan valintaan vaikuttavat yhtä lailla asiakkaan saama arvo, palvelun laatu ja asiakastyytyväisyys. Kyseisiin osa-alueisiin yrityksen on mahdollista panostaa erilaisilla markkinointitoimenpiteillä. Asiakastyytyväisyyttä tarkasteltaessa tulee muistaa, että sitä voidaan tarkastella yksittäisen palvelutapahtuman tasolla tai vastaavasti kokonaistyytyväisyytenä. Asiakas siis voi olla tyytymätön johonkin palvelun osa-alueeseen samanaikaisesti, kun kokee olevansa tyytyväinen yrityksen toimintaan kokonaisuutena. Kyseinen tilanne voi olla myös päinvastainen, eli asiakas saattaa olla tyytymätön organisaation toimintaan kokonaisuudessaan, vaikka johonkin yksittäiseen palvelutapahtumaan hän olisikin tyytyväinen. (Ylikoski 2001, 155.)

Asiakastyytyväisyys itsessään voidaan nähdä yhtenä yrityksen kilpailukeinona, sillä tyytyväiset asiakkaat hyödyntävät uudelleen yrityksen palveluja, ovat uskollisia asiakkaita ja vievät usein huomaamattaankin eteenpäin positiivista viestiä yrityksen toiminnasta. Täytyy kuitenkin muistaa, ettei pelkästään tyytyväinen asiakas riitä, vaan yrityksen on saatava asiakas myös ostamaan ja hyödyntämään sen tarjoamia palveluja. Asiakastyytyväisyyskyselyillä pyritään mittaamaan ja arvioimaan asiakkaiden tyytyväisyyttä yrityksen palveluihin ja toimintaan. (Lahtinen & Isoviita 2000, 64–65.)

Tutkimusten avulla voidaan myös kartoittaa oman yrityksen tilanne suhteessa alan muihin kilpailijoihin. On kuitenkin muistettava, että asiakkaiden tyytyväisyyden seuranta ei yksinään ole riittävä toimenpide, vaan seurantaan pohjautuva toiminta on se oleellisin asia, jonka avulla muutoksia voidaan saada aikaiseksi. (Ylikoski 2001, 149.) Asiakastyytyväisyyden mittaamisella yritykset saavat tärkeää tietoa asiakkaidensa mielipiteistä ja odotuksista. Tutkimustulosten avulla yritysten on mahdollista kehittää toimintaansa asiakkaiden toivomaan suuntaan, kehittää palvelujen laatua ja saavuttaa sitä kautta entistä parempi asiakastyytyväisyys.

5.2 Asiakastyytyväisyyden ja palvelun laadun välinen yhteys

Laadunkehittämisen ehdoton painopiste on asiakastyytyväisyys. Tyytyväiset asiakkaat edesauttavat yritystä menestymään, sillä asiakas itsessään on laadun lopullinen arvioija. (Lecklin 2007, 105.)

Yleisesti voidaan ajatella, että asiakas haluaa täyttää jonkin tarpeen käyttämällä tiettyä palvelua. On kuitenkin muistettava, että asiakkaan tarpeet voivat olla myös tiedostamattomia, kuten vaikkapa yhteenkuuluvuuden tarve. Jo pelkästään yksittäinen hyvin sujunut palvelutilanne voi muodostaa asiakkaalle positiivisen yleiskuvan organisaation toiminnasta. Oleellista on myös ymmärtää, että tyytyväisyys käsitetään laatua laajempänä asiana ja palvelun laatu on vain yksi elementti, joka vaikuttaa asiakastyytyväisyyteen. (Ylikoski 2001, 149–155.)

Hyvän laadun seurauksena saavutetaan asiakastyytyväisyys, joka on tavoiteltu asia palvelualan yritysten keskuudessa. Asiakkaiden mielipiteet palvelutarjoajien palveluista kehittyvät asiakkaan omien odotusten sekä aikaisempien kokemusten pohjalta. Sitoutunutta asiakaskuntaa saadaan pitämällä asiakkaat tyytyväisinä ja huolehtimalla asiakassuhteista. (Rope & Pöllänen 1998, 43; Vahvaselkä 2004, 91.)

Tutkijoiden kesken on pitkään keskusteltu siitä, koetaanko laatu vai tyytyväisyys ensin. Grönroos (2010, 120–121) on pyrkinyt tarjoamaan koetun laadun mallin kautta käsitteellisen kehikon muun muassa palvelun piirteiden ja lopputuloksen havainnollistamiselle. Hänen mukaansa laatu koetaan ensin ja vasta sen jälkeen tyytyväisyys tai tyytymättömyys. (Grönroos 2010, 121.)

6 EMPIIRISEN TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

6.1 Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimusongelmat

Tutkimuksen tavoitteena oli ensinnäkin selvittää Kuntien Hetapalvelut Oy:n asiakkaiden tyytyväisyyttä yrityksen toimintaan ja sen tarjoamiin palveluihin. Lisäksi tavoitteena oli saada selville, mihin asioihin asiakkaat toivoisivat kehitystä.

Lähtökohtana tutkimukselle on etukäteen asetettu tutkimusongelma, jolle tutkimuksen avulla pyritään löytämään ratkaisu tai vastaus. Niin kutsuttu pääongelma jaetaan usein pienempiin osiin, alaongelmiin, joiden tarkoituksena on tarkentaa pääongelmaa. Tutkimusongelman selvittämisessä hyödynnetään tietoa, joka voidaan kerätä esimerkiksi kyselylomakkeen avulla. (Heikkilä 2014, 20; Kananen 2008, 12.) Tämän opinnäytetyön rajaus tehtiin keskittymällä tutkimaan Kuntien Hetapalvelut Oy:n asiakkaiden tyytyväisyyttä yrityksen verkkosivuihin, talous- ja henkilöstöhallinnon palvelutarjontaan sekä sähköisen käsittelyn ohjelmiin.

Tutkimuksen pääongelma on seuraava:

Miten tyytyväisiä Kuntien Hetapalvelut Oy:n asiakkaat ovat yrityksen toimintaan ja palveluihin?

Pääongelma jäsennettiin neljään alaongelmaan:

1. Miten tyytyväisiä asiakkaat ovat yrityksen tarjoamiin verkkosivuihin?
2. Miten tyytyväisiä asiakkaat ovat yrityksen tarjoamiin taloushallinnon palveluihin?
3. Miten tyytyväisiä asiakkaat ovat yrityksen tarjoamiin henkilöstöhallinnon palveluihin?
4. Miten tyytyväisiä asiakkaat ovat yrityksen tarjoamiin sähköisen käsittelyn ohjelmiin?

6.2 Tutkimusote

Tutkimukset voidaan jakaa määrälliseen eli kvantitatiiviseen ja laadulliseen eli kvalitatiiviseen tutkimukseen. Kvantitatiiviselle eli määrälliselle tutkimustavalle tyypillistä on käsitellä tutkimusaineistoa numeroin erilaisten matemaattisten toimenpiteiden kautta ja siinä pyritään selvittämään lukumääriin sekä prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä. Kvalitatiivisessa tutkimustavassa aineisto on useimmiten tekstimuotoista ja sen aineistonkeruu tapahtuu vähemmän strukturoidusti. (Heikkilä 2014, 15; Valli 2015, 15.)

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa aineisto kerätään yleensä standardoitujen tutkimuslomakkeiden avulla, joihin sisältyvät valmiit vastausvaihtoehdot. Asioiden havainnollistamisessa hyödynnetään numeerisia suureita ja tulokset esitetään taulukoiden sekä kuvioiden avulla. Kvantitatiivisen tutkimuksen heikkona puolena on se, ettei sen avulla aina onnistuta selvittämään asioiden syitä tarpeeksi tarkkaan, vaan saadaan kartoitettua pelkästään olemassa oleva tilanne. (Heikkilä 2014, 15; Kananen 2008, 10.)

Opinnäytetyöhön liittyvä empiirinen tutkimus on toteutettu kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena. Aineisto kerättiin kyselylomakkeen avulla. Kyseinen tutkimustapa valittiin, koska tutkittava joukko oli suuri (N=1993) ja tutkimuksen perusteella haluttiin saada numeroihin ja prosenttiosuuksiin perustuvaa tietoa. Heikkilän (2014, 15) mukaan kvantitatiivisen tutkimuksen suorittaminen vaatii riittävän suurta ja edustavaa otosta.

6.3 Tiedonkeruu ja tutkimusaineiston analyysi

Sain toimeksiannon opinnäytetyöhöni marraskuussa 2017. Tällöin aloitin heti teoriapohjan koostamisen ja tutustuin aiempiin, vuosina 2010 ja 2011, Kuntien Hetapalvelut Oy:n asiakkaille toteutettuihin asiakastyytyväisyyskyselyihin. Aiemmissä kyselyissä hyödynnetty Webropol-

kyselyohjelma ei ollut minulle ennestään tuttu, joten ennen varsinaisen kyselylomakkeen laatimista testasin ohjelman toimivuutta sekä sen tarjoamia ominaisuuksia erilaisista kysymysvaihtoehdoista raporttien luomiseen.

Tutkimusongelman perusteella valitaan kohderyhmä ja tutkimuksessa käytettävä tiedonkeruumenetelmä. Tiedonkeruumenetelmän valinta tapahtuu tilanteen mukaan. Tiedonkeruumenetelmän valinnassa tulee muistaa, että tutkimustilanne on täysin erilainen riippuen siitä, onko kyseessä esimerkiksi puhelinhaastattelu, postikysely vai sähköinen kysely. Käytettävät kysymykset tulee muotoilla tiedonkeruumenetelmä huomioon ottaen. Jokaiseen tiedonkeruumenetelmään liittyy hyviä ja huonoja puolia. Internetin kautta suoritettavien kyselyiden määrä on kasvanut kuluneiden vuosien aikana. Sähköisenä toteutettavat kyselyt vaativat vastaajilta internetin käyttömahdollisuuden ja tutkimuksen onnistuminen on riippuvainen sen teknisestä toteutuksesta. Puhelinhaastattelussa sen sijaan kysymysten tulisi olla helposti ymmärrettäviä, koska vastaajan voi olla hankala hahmottaa monimutkaisia kysymysvaihtoehtoja. (Heikkilä 2014, 17; Kananen 2008, 11.) Sähköisessä kyselytutkimuksessa haasteena saattaa olla vastaajien tavoitettavuus sekä esimerkiksi se, kokevatko vastaajat sähköisen vastaamisen luontevaksi tavaksi vastata. Sähköisissä kyselyissä hyödynnetäänkin usein esimerkiksi erilaisia arvontoja, jotta kyselyyn saataisiin vastaamaan mahdollisimman moni.

Tässä opinnäytetyössä tutkimuksen tiedonkeruumenetelmäksi valikoitui Webropol-kyselyohjelmalla toteutettu sähköinen kysely aiemmin toteutettujen kyselyiden tapaan. Kysely toteutettiin sähköisenä, sillä kohdejoukko oli suuri. Tutkimustuloksia oli myös helpompi ja nopeampi käsitellä, kun ne saatiin valmiiksi sähköisessä muodossa. Kysely lähetettiin Kuntien Hetapalvelut Oy:n asiakkaille sähköpostitse.

Määrällisen tutkimuksen perusta on hyvin tehdyssä otannassa. Otantatutkimukseen päädytään usein muun muassa sen vuoksi, että perusjoukko on hyvin suuri, tutkiminen on moni-

mutkaista tai tiedot halutaan nopeasti. (Valli 2015, 21; Heikkilä 2014, 31.) Tässä opinnäytetyössä pohdittiin pitkään, toteutetaanko kyselytutkimus koko Kuntien Hetapalvelut Oy:n asiakaskunnalle vai suoritetaanko otantatutkimus, joka olisi ollut looginen valinta asiakaskunnan määrän ollessa suuri. Toimeksiantajan pyynnöstä kyselytutkimuksen kohderyhmäksi valittiin kaikki Kuntien Hetapalvelut Oy:n asiakkaat. Kysely lähetettiin yhteensä 1993 henkilölle. Vastaajille lähetetty sähköpostiviesti sisälsi saatekirjeen (LIITE 1), jossa kerrottiin muun muassa kyselyn tarkoituksesta, tavoitteista sekä kyselyn tekijästä ja siitä, mihin kyselyllä saatavia tietoja käytetään. Saatekirje, joka sisälsi linkin varsinaiseen kyselyyn, lähetettiin vastaanottajille 19.12.2017. Muistutusviesti lähetettiin 8.1.2018 niille vastaanottajille, jotka eivät olleet kyseeseen päivämäärään mennessä vastanneet kyselyyn. Toinen muistutusviesti lähetettiin 10.1.2018. Kyselyn vastausaika päättyi 12.1.2018. Kyselyyn vastaamisen jälkeen vastaajille lähti automaattinen kiitosviesti sähköpostitse (LIITE 2). Kysely toteutettiin anonyymina, eli vastaajia ei voida tunnistaa tulosten perusteella. Kyselyyn vastanneiden oli mahdollista osallistua kahden lahjakortin arvontaan. Arvontaan osallistuakseen heille annettiin mahdollisuus jättää yhteystietonsa lomakkeen täytön jälkeen. Yhteystietoja ei kuitenkaan käytetty muuhun kuin arvonnin suorittamiseen. Lahjakorttien arvonta suoritettiin Kuntien Hetapalvelut Oy:n uusien toimitilojen avajaisissa 19.1.2018.

Kanasen (2008, 13) mukaan kysymysten tekemiseen ei ole olemassa valmista teoriaa, vaan niiden laatimisen oppii kokemuksen kautta. Heikkilä (2014, 45) mainitsee, että kyselylomakkeen suunnittelua varten tulee perehtyä tutkimusongelmaan sekä tutkittavaan ilmiöön liittyviin keskeisiin käsitteisiin. Oleellista on myös miettiä muun muassa millä tavoin aineistoa käsitellään, mitä ohjelmaa tulosten analysoimisessa käytetään sekä miten tuloksia halutaan raportoitavan. (Heikkilä 2014, 45.)

Aiempaan kyselyyn tehtävät muutokset käytiin läpi toimeksiantajan ja johtoryhmän jäsenten kanssa johtoryhmän palaverissa 11.12.2017. Kyselyä muokattiin melko paljon, jotta siitä saatiin

ajantasainen. Siihen lisättiin kysymyksiä, jotka koskivat Kuntien Hetapalvelut Oy:n tämänhetkisiä palveluita ja toimintaa. Uudesta kyselystä jätettiin kokonaan pois vastaajien sukupuolta ja ikää koskevat kysymykset, sillä toimeksiantaja ei kokenut niitä tietoja tarpeellisiksi. Kyselylomakkeen (LIITE 3) muokkaaminen sujui vaivatta ja koin Webropol-kyselyohjelman käytön helpoksi. Myös ohjelman tukipalvelu toimi hyvin. Kyselylomakkeesta lähetin testiversion Kuntien Hetapalvelut Oy:n johtoryhmän jäsenille, opinnäytetyöni toimeksiantajalle sekä ohjaavalle opettajalle. He kommentoivat kyselyn sisältöä, toimivuutta ja ulkoasua. Tämän jälkeen tein tarvittavia pieniä muutoksia ja kysely oli valmis lähetettäväksi vastaanottajille.

Kyselyssä käytettiin strukturoituja kysymyksiä, joita kutsutaan myös suljetuiksi eli vastausvaihtoehdon antaviksi kysymyksiksi. Suljetuissa kysymyksissä vastausvaihtoehdot on määriteltä valmiiksi ja niiden avulla voidaan pyrkiä minimoimaan virheiden muodostuminen. (Heikkilä 2014, 49.) Kysymykset ja vastausvaihtoehdot pyrittiin pitämään yksinkertaisina, jotta kyselyyn vastaajien ja kyselyn laatijan välille ei syntyisi väärinymmärryksiä. Kyselyssä viimeisenä oli avoin kohta, jossa vastaajille tarjottiin mahdollisuus antaa palautetta Kuntien Hetapalvelut Oy:n toiminnasta ja palveluista sekä kyselyyn ja sen sisältöön liittyvistä asioista.

Talous- ja henkilöstöhallinnon palveluita koskevissa kysymyksissä hyödynnettiin aiemmin toteutetun kyselyn tavoin Likertin asteikkoa. Likertin asteikko on tavallisesti 4- tai 5-portainen järjestysasteikon tasoinen asteikko, jota hyödynnetään mielipideväittämissä. Sen ääripäitä edustavat täysin samaa mieltä (tai samaa mieltä) ja täysin eri mieltä (tai eri mieltä). Asteikosta vastaaja valitsee vaihtoehdon, joka vastaa parhaiten hänen omaa käsitystään. Asteikossa voi myös olla enemmän kuin viisi arvoa. (Heikkilä 2014, 51.) Toimeksiantajan kanssa keskusteltiin useaan otteeseen siitä, toteutettaisiinko kyselyn vastausvaihtoehdot 4- vai 5-portaisena. Mielestäni 5-portainen asteikko on selkeämpi ja käyttökelpoisempi, kun taasen toimeksiantaja suosi 4-portaista asteikkoa. Aiemmassa kyselyssä oli käytetty 4-portaista asteikkoa ja vertailtavuuden vuoksi uuteen kyselyyn valittiin sama asteikko.

Kyselylomakkeen (LIITE 3) kahdella ensimmäisellä kysymyksellä selvitettiin vastaajien taustatietoja. Kysymykset 3–6 koskivat eri palvelujen käyttömääriä. Kysymykset 7–8, 18 ja 19 koskivat Kuntien Hetapalvelut Oy:n toimintaa ja palveluita yleisesti. Kysymyksissä selvitettiin, kuinka tuttuja yrityksen palvelut ovat vastaajille, missä määrin palveluista on saatavilla tietoa ja millä tavoin palvelut ovat kehittyneet viimeisen vuoden aikana. Yhdeksäs ja kymmenes kysymys liittyivät verkkosivujen käyttöön ja käytettävyyteen. Taloushallinnon palveluita käsiteltiin kysymyksissä 11–14 ja henkilöstöhallinnon palveluita kysymyksissä 15–16. Talous- ja henkilöstöhallinnon palveluihin liittyvissä kysymyksissä vastaajan tuli arvioida muun muassa palvelujen ajantasaisuutta, virheettömyyttä, tiedottamista, ohjeistamista sekä yhteyshenkilöiden ominaisuuksia ja asioiden hoidon nopeutta asteikolla 1–4. Sähköisen käsittelyn ohjelmia käsiteltiin kysymyksessä 17. Vastaajan tuli arvioida sähköisen käsittelyn ohjelmia asteikolla 1–4 muun muassa ohjelmien käyttäjäystävällisyyden ja raporttien selkeyden perusteella. Kuviossa 7 on esitetty tutkimusongelmien ja kyselylomakkeen kysymysten välinen yhteys.

Tutkimuksen pääongelma:	
Miten tyytyväisiä Kuntien Hetapalvelut Oy:n asiakkaat ovat yrityksen toimintaan ja palveluihin?	
Tutkimuksen alaongelmat	Kysymysnro
Miten tyytyväisiä asiakkaat ovat yrityksen tarjoamiin verkkosivuihin?	10
Miten tyytyväisiä asiakkaat ovat yrityksen tarjoamiin taloushallinnon palveluihin?	11–14
Miten tyytyväisiä asiakkaat ovat yrityksen tarjoamiin henkilöstöhallinnon palveluihin?	15, 16
Miten tyytyväisiä asiakkaat ovat yrityksen tarjoamiin sähköisen käsittelyn ohjelmiin?	17
Tutkimuksen taustakysymykset	1–9, 18, 19

KUVIO 7. Tutkimusongelmien ja kyselylomakkeen kysymysten välinen yhteys

Tässä tutkimuksessa kyselylomake lähetettiin yrityksen kaikille asiakkaille ja täten kyselyn vastaanottajia oli suuri määrä, eikä vastausprosentin etukäteen odotettu nousevan kovin suureksi. Kyselytutkimuksen toteuttamisajankohta sijoittui vuosien 2017–2018 vaihteeseen. Kyselylomake lähetettiin vastaanottajille juuri ennen joulua, joten vastaajien määrään vaikutti osaltaan se asia, että moni kyselyn vastaanottajista oli jo jäänyt tai juuri jäämässä lomalle, eivätkä he välttämättä sen vuoksi ehtineet reagoida kyselyyn. Jotta kyselyyn saataisiin tarpeeksi vastauksia, ajastettiin ensimmäinen muistutusviesti lähteväksi loppiaisen jälkeen, jolloin suurimman osan kyselyn vastaanottajista oletettiin palanneen töihin. Vastauksia saatiinkin runsaammin vuoden 2018 puolella ja toinen muistutusviesti lähetettiin vielä pari päivää ennen kyselyn sulkeutumista. Kyselylomakkeeseen vastasi yhteensä 574 henkilöä ja vastausprosentiksi saatiin täten 28,8%.

Webropol-raportin taulukot ja kuviot muutettiin Excel-tiedostoksi, jotta niitä oli mahdollista muokata selkeämmiksi ja havainnollistaviksi. Kyseisen päätöksen tein sillä perusteella, että koin Excelin tarjoavan kattavammat muokkausmahdollisuudet kuin mitä Webropol tarjoaa. Vastausten pohjalta muodostettiin taulukkoja ja kuvioita, joissa esitetään muun muassa vastausten prosenttiosuudet ja keskiarvot. Opinnäytetyön tutkimustuloksissa esitän kyselylomakkeen avoimeen kohtaan kirjatusta kommentista mielestäni oleellimmat ja Kuntien Hetapalvelut Oy:n toiminnan sekä sen kehittämisen kannalta tärkeimmät asiat. Lisäksi tuon ilmi yrityksen toimintaa ja palveluja koskevia kehittämissuhteita.

6.4 Tutkimuksen luotettavuus

Mittauksen luotettavuudesta puhuttaessa esiin nousevat käsitteet validiteetti ja reliabiliteetti. Tutkimuksen pätevyys (validiteetti) tarkoittaa, onko kyetty mittaamaan juuri sitä, mitä oli tarkoitus mitata. Validiteetin toteutumisen kannalta on oleellista valita oikea tutkimusmenetelmä, oikea mittari ja mitata oikeita asioita. Validiteetissa on myös kyse siitä, millä tavalla tutkittavat ymmärtävät mittarin, kyselylomakkeen ja sen sisältämät kysymykset. (Vehkalahti

2008, 41; Vilkka 2015, 193.) Luotettavuudella, eli reliabiliteetilla tarkoitetaan tulosten tarkkuutta. Käytännössä kyse on siis saatujen tulosten pysyvyydestä eli saadaanko samat tulokset, jos tutkimus toistetaan samanlaisena. Huomioitavaa on, että reliabiliteetti ei takaa validiteettia. (Kananen 2008, 79; Vilkka 2015, 194.) Luotettavuuden suhteen tulee myös aina ottaa huomioon se varaus, ovatko vastaajat ymmärtäneet kysymykset tutkijan tarkoittamalla tavalla ja ovatko he vastanneet rehellisesti.

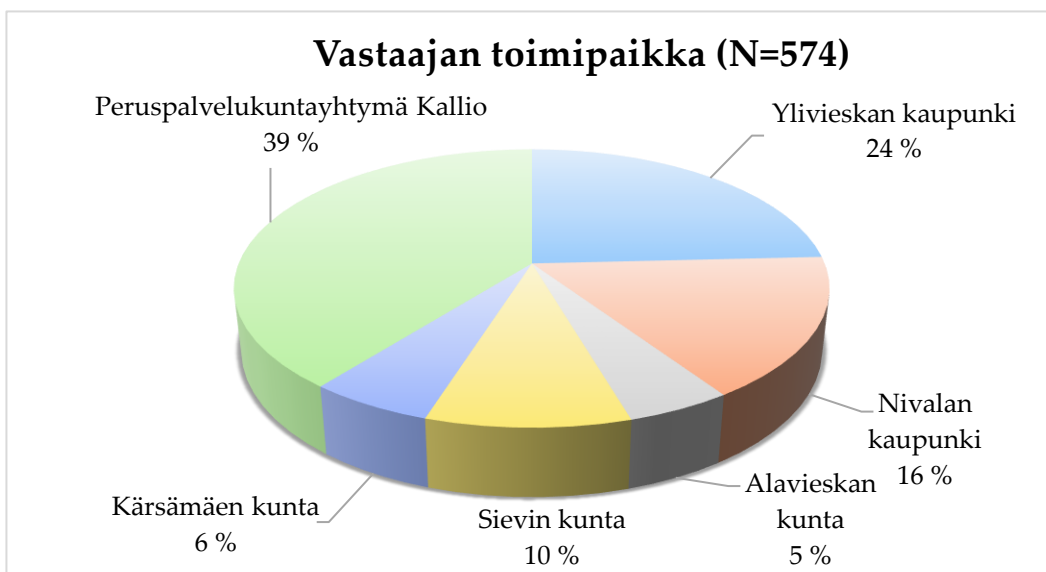
Tutkimuksen aikana luotettavuutta voi heikentää monet asiat. Satunnaisvirheiden mahdollisuus on esimerkiksi silloin, jos vastaajan ymmärtää asian eri tavalla kuin kyselyn laatija tai jos vastaaja muistaa jonkin asian vastatessaan väärin. (Vilkka 2015, 194.) Tässä tutkimuksessa raportit vietiin suoraan Webropol-kyselyohjelman kautta Exceliin, joten esimerkiksi näppäilyvirheiden määrää on tällä tavoin pyritty minimoimaan. Kyselyn kysymykset pyrittiin muotoilemaan mahdollisimman selkeiksi, jotta ne olisi helppo ymmärtää, eikä väärinymmärryksiä pääsisi tapahtumaan. Suurin osa kysymyksistä oli sellaisia, ettei vastaajan ollut pakko vastata niihin, jos hänellä ei ollut kokemusta kyseisestä asiasta. Kysymysten ohitusmahdollisuutta korostettiin saatekirjeessä sekä kyselylomakkeen kysymysten kohdalla, jotta harhaanjohtavalta tutkimustiedolta vältyttäisiin.

Vastausprosentin voidaan määritellä olevan yksi tutkimuksen luotettavuuden ilmaisun. Kyselytutkimusten vastausprosentti jää usein vähäiseksi ollen alle 50%:n luokkaa. (Vehkalahti 2008, 44.) Tässä opinnäytetyössä toteutetun kyselyn vastausprosentti oli 28,8%, jota voidaan pitää kohtuullisena tuloksena kyselyn kohdejoukon suuri määrä huomioon ottaen.

Opinnäytetyö ja siihen liittyvä tutkimus on toteutettu Centria-ammattikorkeakoulun opinnäytetyön eettisten ohjeiden mukaan. Työskentely on ollut etukäteen suunniteltua ja tarkkaan harjittua. Tutkimuksen perusteella saatuja tuloksia ei voida yleistää, mutta niitä on mahdollista pitää suuntaa antavina edellyttäen, että vastaajat ovat ymmärtäneet esitetyt kysymykset oikein ja olleet rehellisiä vastauksissaan. Kokonaisuudessaan tutkimustulokset tarjoavat Kuntien Hetapalvelut Oy:lle arvokasta tietoa asiakkaidensa tyytyväisyydestä.

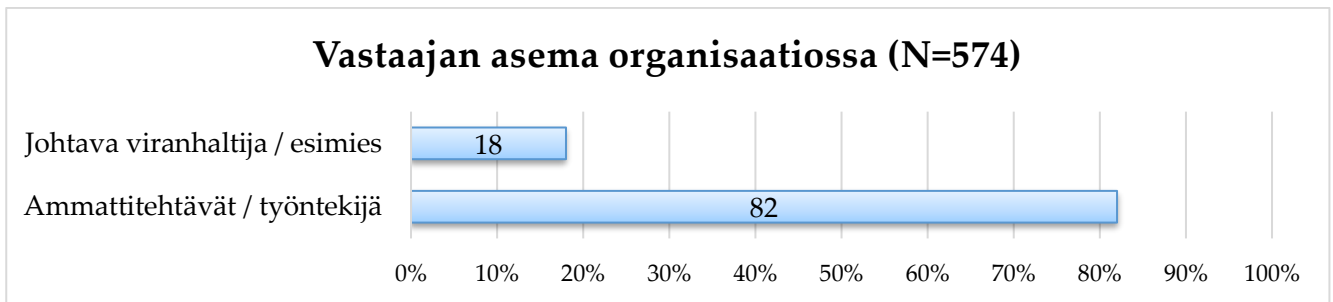
6.5 Tutkimusaineiston kuvaus

Kyselylomakkeen ensimmäinen kysymys oli niin sanottu taustakysymys, jolla selvitettiin, minkä kaupungin/kunnan/kuntayhtymän palveluksessa kyselyn vastaaja työskentelee. Vastausvaihtoehtoja oli kuusi ja niistä jätettiin tarkoituksella pois kaksi Kuntien Hetapalvelut Oy:n asiakkaaksi viimeksi liittynyttä kuntaa (Siikalatva ja Toholampi), sillä oletettiin, ettei kyseisten kuntien työntekijöillä ole vielä tarpeeksi kokemusta Hetan palveluista kyselyyn vastataksaan. Suurin osa (39%) kyselyyn vastanneista työskenteli Peruspalvelukuntayhtymä Kallion palveluksessa. Seuraavaksi eniten vastauksia saatiin Ylivieskan kaupungin työntekijöiltä (24%). Kolmanneksi eniten vastauksia saatiin Nivalan kaupungin työntekijöiltä (16%). Kuviossa 8 on esitetty vastaajien toimipaikat.



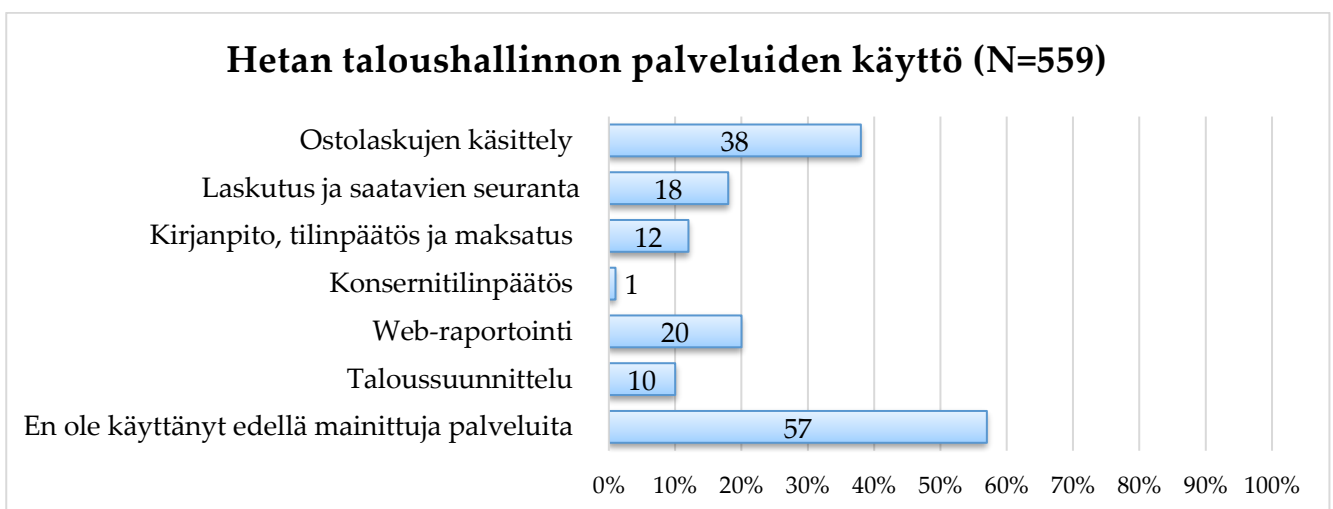
KUVIO 8. Vastaajien toimipaikka

Kyselylomakkeen toinen kysymys liittyi kyselyn vastaajan asemaan organisaatiossa. Vastausvaihtoehtoja oli annettu vain kaksi, sillä toimeksiantaja ei kokenut tarpeelliseksi tietää vastaajan asemaa tarkemmin. Kyselyyn vastasi 471 (82%) johtavaa viranhaltijaa/esimiestä ja 103 (18%) ammattitehtävä-/työntekijäasemassa olevaa henkilöä. Kuviossa 9 on esitetty vastaajien asema organisaatiossa.



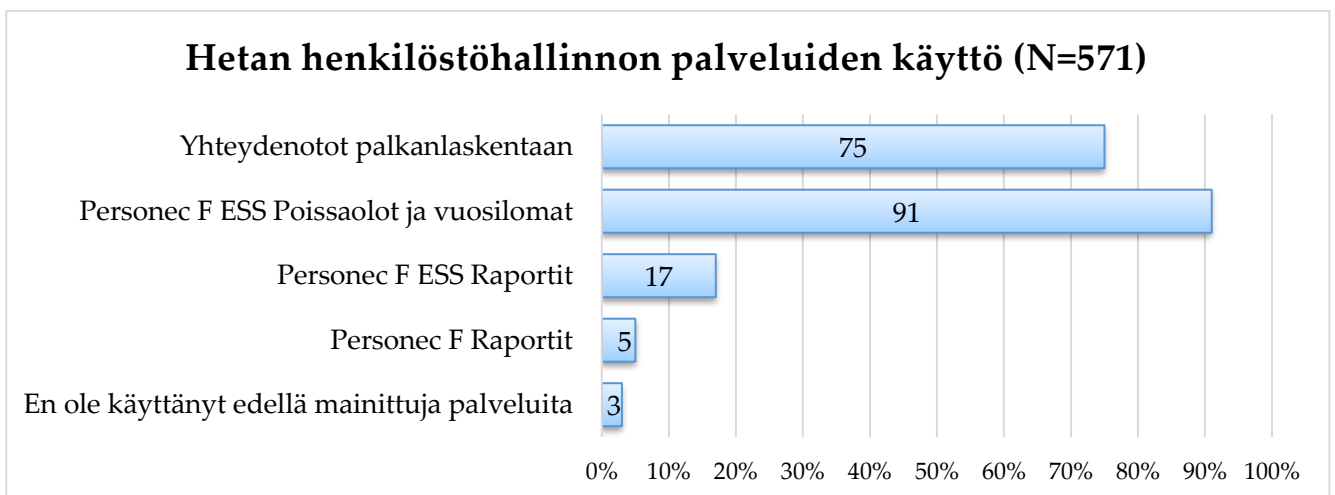
KUVIO 9. Vastaajien asema organisaatiossa

Kyselylomakkeen kolmas kysymys liittyi Hetan taloushallinnon palveluiden käyttöön. Vastaajia pyydettiin valitsemaan vastausvaihtoehtojen joukosta ne taloushallinnon palvelut, joita he ovat käyttäneet. Taloushallinnon palvelut olivat selvästi henkilöstöhallinnon palveluihin verrattuna vähemmän käytettyjä vastaajien keskuudessa, sillä 57% ei ollut käyttänyt vastausvaihtoehdoissa olevia taloushallinnon palveluita. Vastaajat olivat käyttäneet taloushallinnon palveluista eniten ostolaskujen käsittelyä (38%). Seuraavaksi eniten vastaajat olivat käyttäneet Web-raportointia (20%) sekä laskutusta ja saatavien seuranta (18%). Vastaajista vain 1% oli käyttänyt Konsernitilinpäätöspalvelua. Kuviossa 10 on esitetty Hetan taloushallinnon palveluiden käytön yleisyys.



KUVIO 10. Hetan taloushallinnon palveluiden käyttö

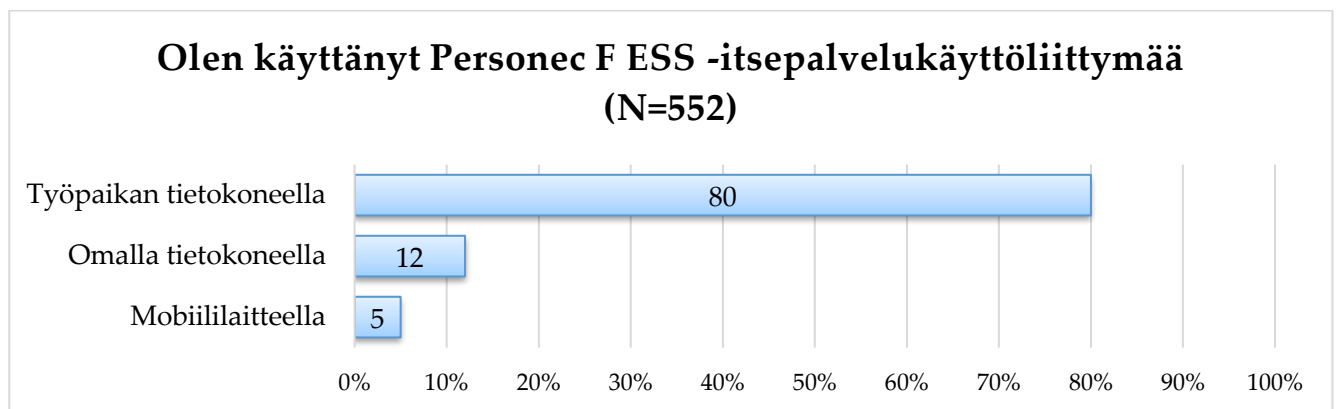
Kyselylomakkeen neljäs kysymys liittyi Hetan henkilöstöhallinnon palveluiden käyttöön. Vastaa- jia pyydettiin valitsemaan vastausvaihtoehtojen joukosta ne henkilöstöhallinnon palvelut, joita he ovat käyttäneet. Vastausten perusteella voidaan havaita, että Kuntien Hetapalvelut Oy:n henkilöstöhallinnon palvelut olivat vastaajien keskuudessa käytetympiä kuin taloushal- linnon palvelut. Käytetyimmäksi henkilöstöhallinnon palveluksi nousi Personec F ESS Poissa- olot ja vuosilomat, jota oli käyttänyt 91% kyselyyn vastanneista. Toiseksi käytetyin palvelu oli Yhteydenotot palkanlaskentaan, jota oli käyttänyt 75% kyselyyn vastanneista. Personec F ESS Raportit -palvelua oli käyttänyt 17% vastanneista ja Personec F Raportit -palvelua 5%. Vastan- neista 3% ei ollut käyttänyt mitään vastausvaihtoehtojen sisältämiä palveluita. Kuviossa 11 on esitetty Hetan henkilöstöhallinnon palveluiden käytön yleisyys.



KUVIO 11. Hetan henkilöstöhallinnon palveluiden käyttö

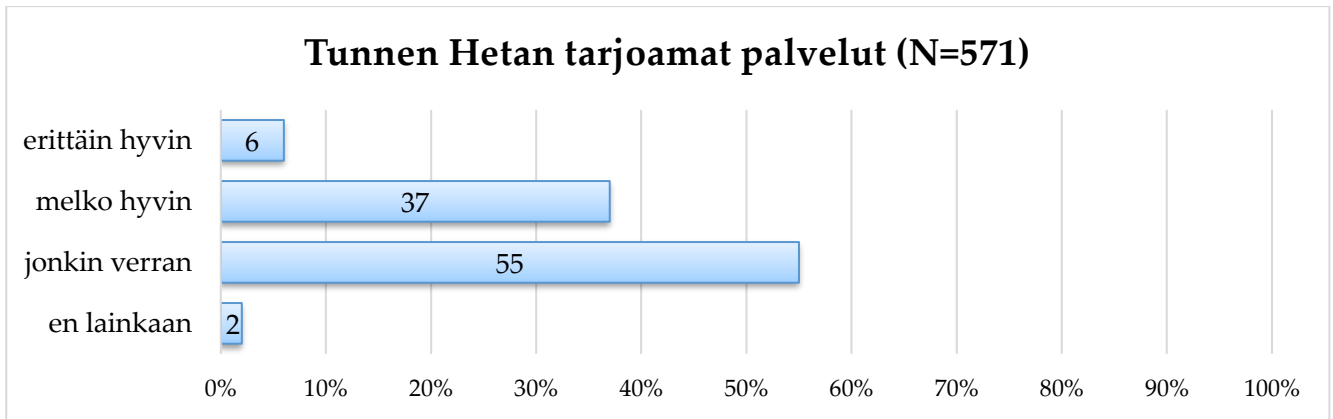
Kyselylomakkeen viidennellä ja kuudennella kysymyksellä kartoitettiin Personec F ESS -itse- palvelukäyttöliittymän käyttöön liittyviä asioita. Viidennessä kysymyksessä kysyttiin, onko kyselyn vastaaja käyttänyt Personec F ESS -itsepalvelukäyttöliittymää muualla kuin työpai- kalla. Kyselyyn vastanneista 14% oli käyttänyt Personec F ESS -itsepalvelukäyttöliittymää muualla kuin työpaikalla. Vastanneista 71% ei ollut käyttänyt Personec F ESS -itsepalvelukäyt- töliittymää muualla kuin työpaikalla. Kyselyyn vastanneista 15% ei ollut koskaan käyttänyt

Personec F ESS -itsepalvelukäyttöliittymää. Kuudennessa kysymyksessä kysyttiin, missä vastaajat ovat käyttäneet Personec F ESS -itsepalvelukäyttöliittymää. Vastanneista enemmistö (80%) oli käyttänyt Personec F ESS -itsepalvelukäyttöliittymää työpaikan tietokoneella, 12% omalla tietokoneella ja 5% mobiililaitteella. Kuviossa 12 on esitetty Personec F ESS -itsepalvelukäyttöliittymän käyttöpaikat.



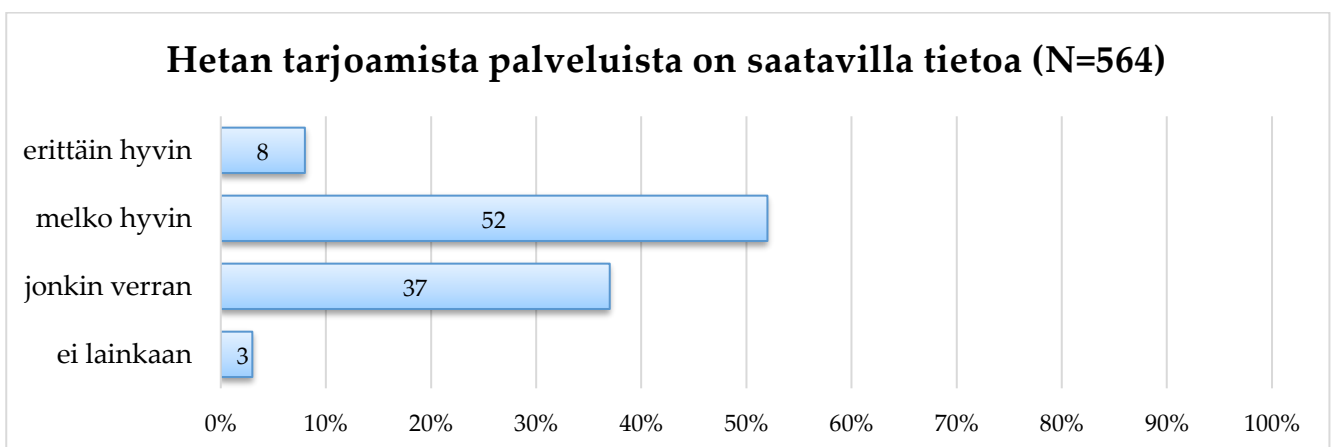
KUVIO 12. Personec F ESS -itsepalvelukäyttöliittymän käyttöpaikka

Kyselylomakkeen seitsemännessä kysymyksessä selvitettiin, kuinka hyvin kyselyyn vastanneet tuntevat Hetan tarjoamat palvelut. Kyselyyn vastanneista 55% vastasi tuntevansa Hetan tarjoamia palveluita jonkin verran. Kyselyyn vastanneista 37% vastasi tuntevansa palveluita melko hyvin. Erittäin hyvin Hetan tarjoamat palvelut tunsivat 6% kyselyyn vastanneista ja 2% vastasi, ettei tunne lainkaan Hetan tarjoamia palveluita. Tulosten perusteella voidaan havaita, että Hetan tunnettuus on melko hyvä ottaen huomioon kyselyyn vastanneiden suuren määrän ja sen, etteivät kaikki heistä käytä tai edes tarvitse aktiivisesti Hetan tarjoamia palveluja. Kuviossa 13 on esitetty Hetan palvelujen tunnettuus.



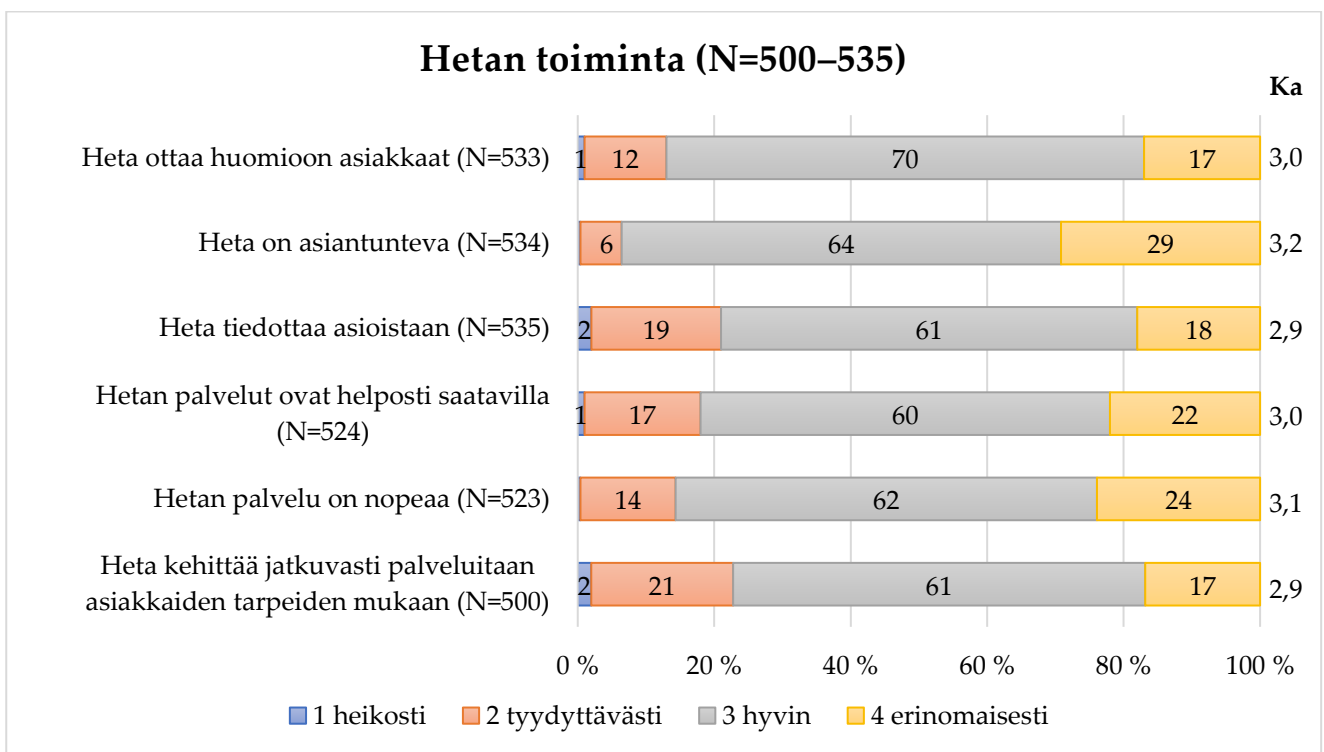
KUVIO 13. Hetan palveluiden tunnettuus

Kyselylomakkeen kahdeksannen kysymyksen avulla selvitettiin, kuinka hyvin Hetan tarjoamista palveluista on saatavilla tietoa. Kyselyyn vastanneista 52% oli sitä mieltä, että Hetan palveluista on saatavilla tietoa melko hyvin. Vastanneista 37% vastasi Hetan tarjoamista palveluista olevan saatavilla tietoa jonkin verran. Kyselyyn vastanneista 8% oli sitä mieltä, että Hetan tarjoamista palveluista on saatavilla tietoa erittäin hyvin ja 3% vastanneista oli sitä mieltä, ettei Hetan tarjoamista palveluista ole saatavilla lainkaan tietoa. Tulosten perusteella voidaan havaita, että Hetan palveluista on saatavilla tietoa melko hyvin, mutta sitä voisi myös olla saatavilla vielä enemmän. Kuviossa 14 on esitetty Hetan tarjoamista palveluista saatavilla oleva tiedon määrä.



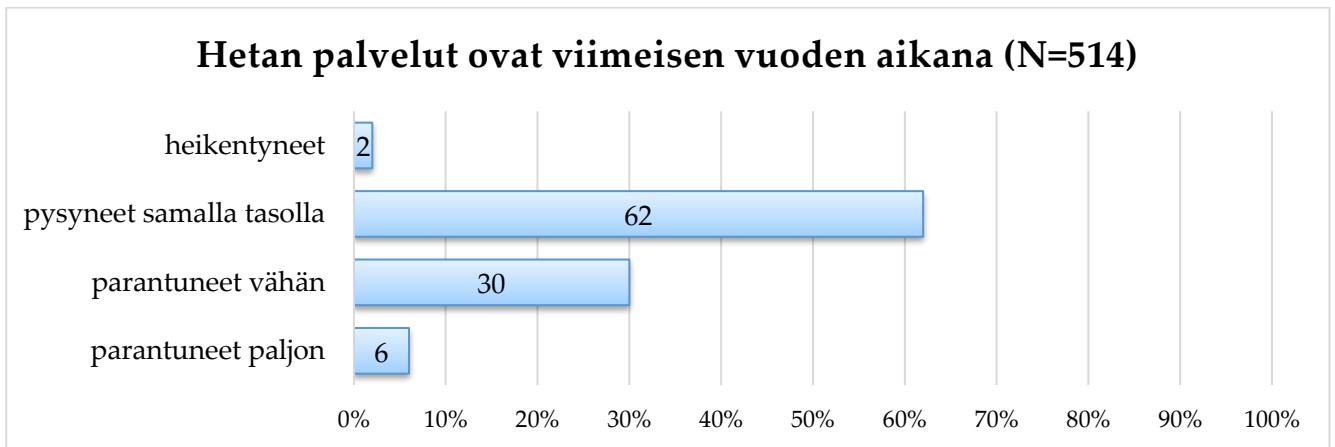
KUVIO 14. Hetan tarjoamista palveluista saatavilla oleva tiedon määrä

Kyselylomakkeen kahdeksastoista kysymys koski Hetan toimintaa. Kyselyn vastaajalle esitettiin väittämiä, joita hänen tuli arvioida oman kokemuksensa varassa. Vastaajista 29% vastasi väitteen Heta on asiantunteva pitävän erinomaisesti (4) paikkaansa. Vastaajista 24% arvioi väitteen Hetan palvelu on nopeaa erinomaisesti (4) paikkansapitäväksi. Väitteen Heta kehittää jatkuvasti palveluitaan asiakkaiden tarpeiden mukaan arvioi tyydyttävästi (2) 21% vastaajista. Vastaajista 19% arvioi tyydyttävästi (2) väitteen Heta tiedottaa asioistaan. Vastausten perusteella voidaan havaita, että asiakkaat kaipaavat enemmän palveluiden kehittämistä asiakkaiden tarpeiden mukaan ja lisäksi tiedottamista tulisi parantaa. Suurin osa väitteistä arvioitiin hyvin (3) paikkaansa pitäväksi. (LIITE 4). Kuviossa 15 on esitetty Hetan toimintaan liittyvien väittämien prosenttijakaumat ja keskiarvot.



KUVIO 15. Väittämät koskien Hetan toimintaa

Yhdeksästoista kysymys liittyi Hetan palveluiden kehittymiseen. Kyselyn vastaajan tuli valita mielestään sopivin vaihtoehto neljän vastausvaihtoehdon joukosta. Kyselyyn vastanneista 62% oli sitä mieltä, että Hetan palvelut ovat viimeisen vuoden aikana pysyneet samalla tasolla. Vastaajista 30% mielestä Hetan palvelut olivat parantuneet vähän viimeisen vuoden aikana. Vastanneista 6% oli sitä mieltä, että Hetan palvelut olivat parantuneet paljon ja 2% mielestä palvelut olivat heikentyneet. Tulosten perusteella voidaan todeta, että Hetan tarjoamat palvelut ovat viimeisen vuoden aikana suurimmaksi osaksi pysyneet samalla tasolla tai parantuneet vähän. Kuviossa 16 on esitetty Hetan palveluiden kehitys viimeisen vuoden aikana.



KUVIO 16. Hetan palveluiden kehitys viimeisen vuoden aikana

7 TUTKIMUSTULOKSET

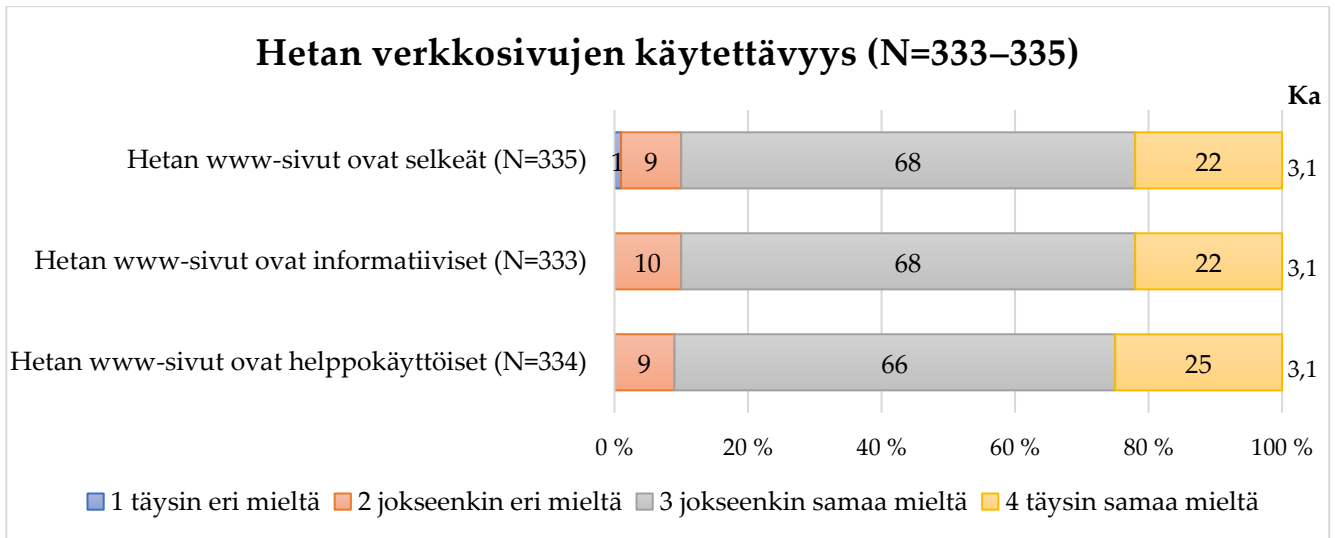
7.1 Vastaajien tyytyväisyys verkkosivuihin

Kyselylomakkeen yhdeksäs ja kymmenes kysymys koskivat Hetan verkkosivujen käyttöä ja käytettävyyttä. Yhdeksännessä kysymyksessä selvitettiin, kuinka moni kyselyyn vastanneista oli käyttänyt Hetan verkkosivuja. Vastanneista 54% oli käyttänyt verkkosivuja ja 46% ei ollut käyttänyt verkkosivuja. Vastausten perusteella voidaan havaita, että Hetan verkkosivujen käyttö oli melko vähäistä kyselyyn vastanneiden keskuudessa. Taulukossa 1 esitetään vastausten jakaumat.

TAULUKKO 1. Hetan verkkosivujen käyttö

Olen käyttänyt Hetan verkkosivuja	N	%
Kyllä	308	54
Ei	265	46
Yhteensä	573	100

Kymmenennessä kysymyksessä esitettiin väittämiä koskien Hetan verkkosivuja. Vastaajia pyydettiin arvioimaan esitettyjä väittämiä omien kokemustensa perusteella. Vastaajan oli myös mahdollista ohittaa kysymys, jos hänellä ei ollut lainkaan käyttökokemusta Hetan verkkosivuista. Vastaajista 25% oli täysin samaa mieltä (4) väittämästä Hetan www-sivut ovat helpokäyttöiset. Vastaajien mielipiteet väittämistä olivat melko yhteneväiset ja Hetan verkkosivujen käytettävyyteen liittyviä väittämiä arvioitiin selkeästi eniten arvosanalla 3 (jokseenkin samaa mieltä). Kuviossa 17 on esitetty prosenttijakaumat ja keskiarvot liittyen Hetan verkkosivujen käytettävyyteen.



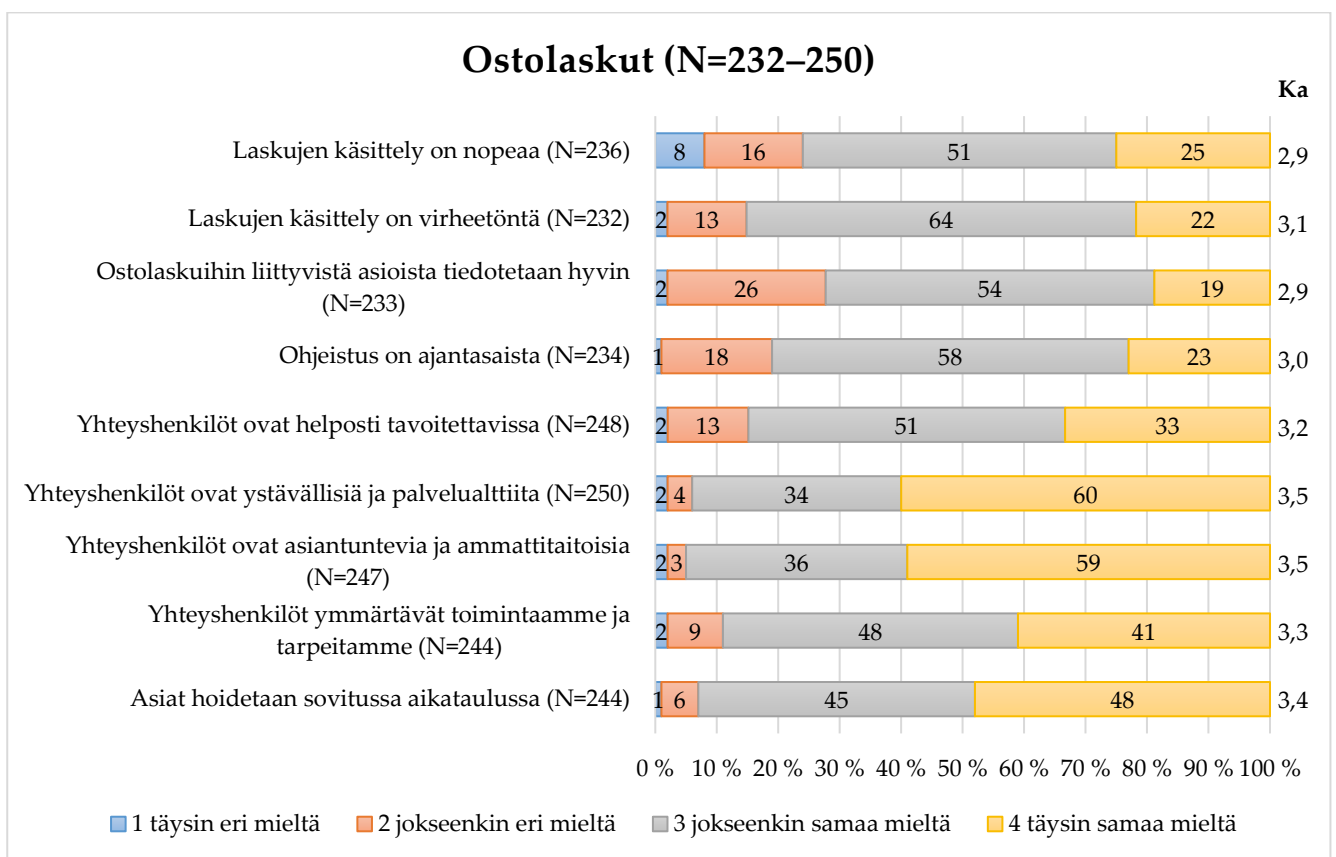
KUVIO 17. Hetan verkkosivujen käytettävyys

7.2 Vastaajien tyytyväisyys taloushallinnon palveluihin

Kyselylomakkeen kysymykset 11–14 koskivat vastaajien tyytyväisyyttä Hetan tarjoamiin taloushallinnon palveluihin. Kysymyksissä selvitettiin palveluiden nopeutta, ajantasaisuutta, virheettömyyttä, tiedottamista sekä ohjeistuksen ajantasaisuutta. Lisäksi selvitettiin yhteyshenkilöiden tavoitettavuutta, ystävällisyyttä, palvelualttiutta, asiantuntevuutta ja ammattitaitoisuutta. Näiden asioiden ohella selvitettiin, miten yhteyshenkilöt ymmärtävät vastaajien toiminnan ja tarpeet sekä hoidetaanko asiat sovitussa aikataulussa. Vastausvaihtoehdot olivat: täysin eri mieltä (1), jokseenkin eri mieltä (2), jokseenkin samaa mieltä (3) ja täysin samaa mieltä (4). Taloushallinnon palveluihin liittyvät kysymykset oli mahdollista ohittaa, jos vastaajalla ei ollut kokemusta kyseisen palvelun käytöstä. Tutkimustuloksista koostetut taulukot löytyvät liitteestä 4.

Yhdestoista kysymys koski ostolaskujen käsittelyä. Kysymykseen vastanneista 60% oli täysin samaa mieltä (4) väittämästä Yhteyshenkilöt ovat ystävällisiä ja palvelualttiita. Vastaajista 59% oli täysin samaa mieltä (4) väittämästä Yhteyshenkilöt ovat asiantuntevia ja palvelualttiita.

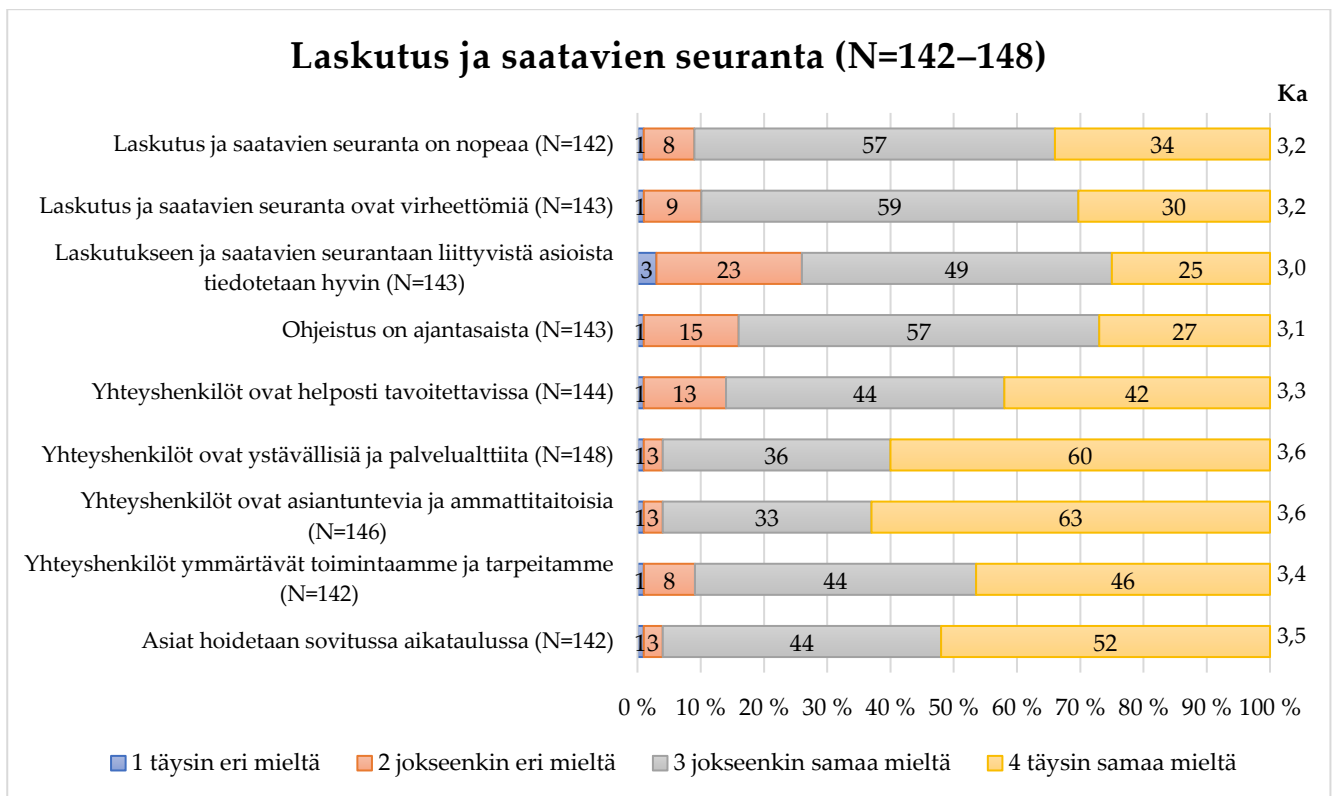
Vastaajista 26% oli jokseenkin eri mieltä (2) väittämästä Ostolaskuihin liittyvistä asioista tiedotetaan hyvin. Vastaajista 8% oli täysin eri mieltä (1) väittämästä laskujen käsittely on nopeaa. Suurin osa vastaajista oli jokseenkin samaa mieltä (3) ostolaskuihin liittyvien väittämien kanssa ja väittämien saamat keskiarvot sijoittuvat lukujen 2,9 ja 3,5 välille. Tulosten perusteella voidaan havaita asiakkaiden olevan tyytyväisiä yhteyshenkilöiden ominaisuuksiin. Eniten kehitystä kaivattaisiin tiedottamiseen, ohjeistukseen sekä laskujen käsittelyn nopeuteen. Kuviossa 18 on esitetty vastaajien käsitykset ostolaskujen käsittelystä.



KUVIO 18. Vastaajien käsitykset ostolaskujen käsittelystä

Kahdestoista kysymys koski laskutusta ja saatavien seuranta. Kysymykseen vastanneista 63% oli täysin samaa mieltä (4) väittämästä Yhteyshenkilöt ovat asiantuntevia ja ammattitaitoisia. Vastanneista 60% oli täysin samaa mieltä (4) väittämästä Yhteyshenkilöt ovat ystävällisiä ja palveluallttiita. Myös tässä kysymyksessä yhteyshenkilöiden ominaisuudet koettiin hyviksi ja

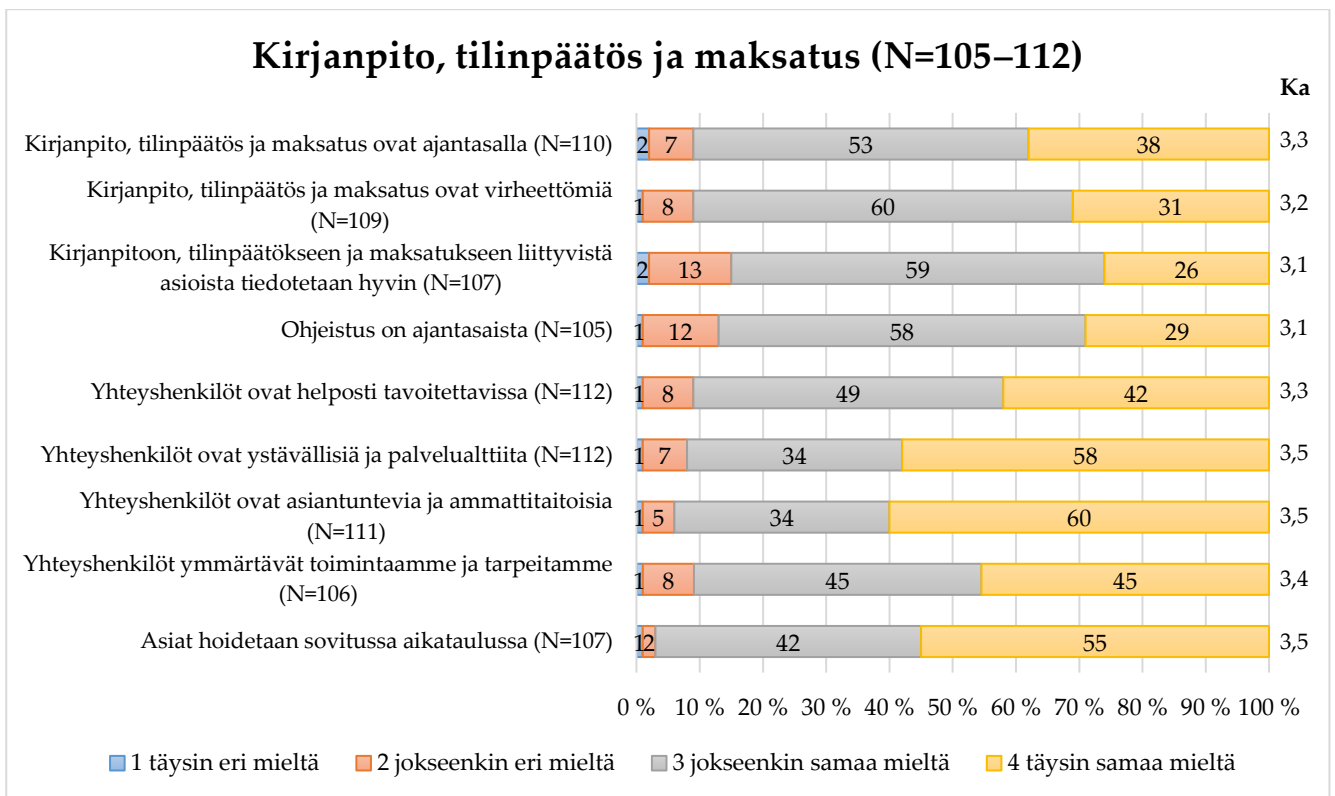
ne arvioitiin keskiarvojen 3,3 ja 3,6 välille. Kyselyyn vastanneista 23% oli jokseenkin eri mieltä väittämstä Laskutukseen ja saatavien seurantaan liittyvistä asioista tiedotetaan hyvin. Vastanneista 15% oli jokseenkin eri mieltä (3) väittämstä Ohjeistus on ajantasaista. Voidaan siis havaita, että tiedottamisen ja ohjeistuksen suhteen olisi parannettavaa. Eniten laskutukseen ja saatavien seurantaan liittyviä väittämiä arvioitiin asteikolla jokseenkin samaa mieltä (3) ja täysin samaa mieltä (4). Laskutukseen ja saatavien seurantaan liittyvien väittämien keskiarvot sijoittuivat lukujen 3,0 ja 3,6 välille. Kuviossa 19 on esitetty vastaajien käsitykset laskutuksesta ja saatavien seurannasta.



KUVIO 19. Vastaajien käsitykset laskutuksesta ja saatavien seurannasta

Kolmastoista kysymys koski kirjanpitoa, tilinpäätöstä ja maksatusta. Kysymykseen vastanneista 60% oli täysin samaa mieltä (4) väittämstä Yhteyshenkilöt ovat asiantuntevia ja ammattitaitoisia. Vastanneista 58% oli täysin samaa mieltä (4) väittämstä Yhteyshenkilöt ovat ystävällisiä ja palvelualttiita. Väittämstä Asiat hoidetaan sovitusssa aikataulussa oli täysin samaa

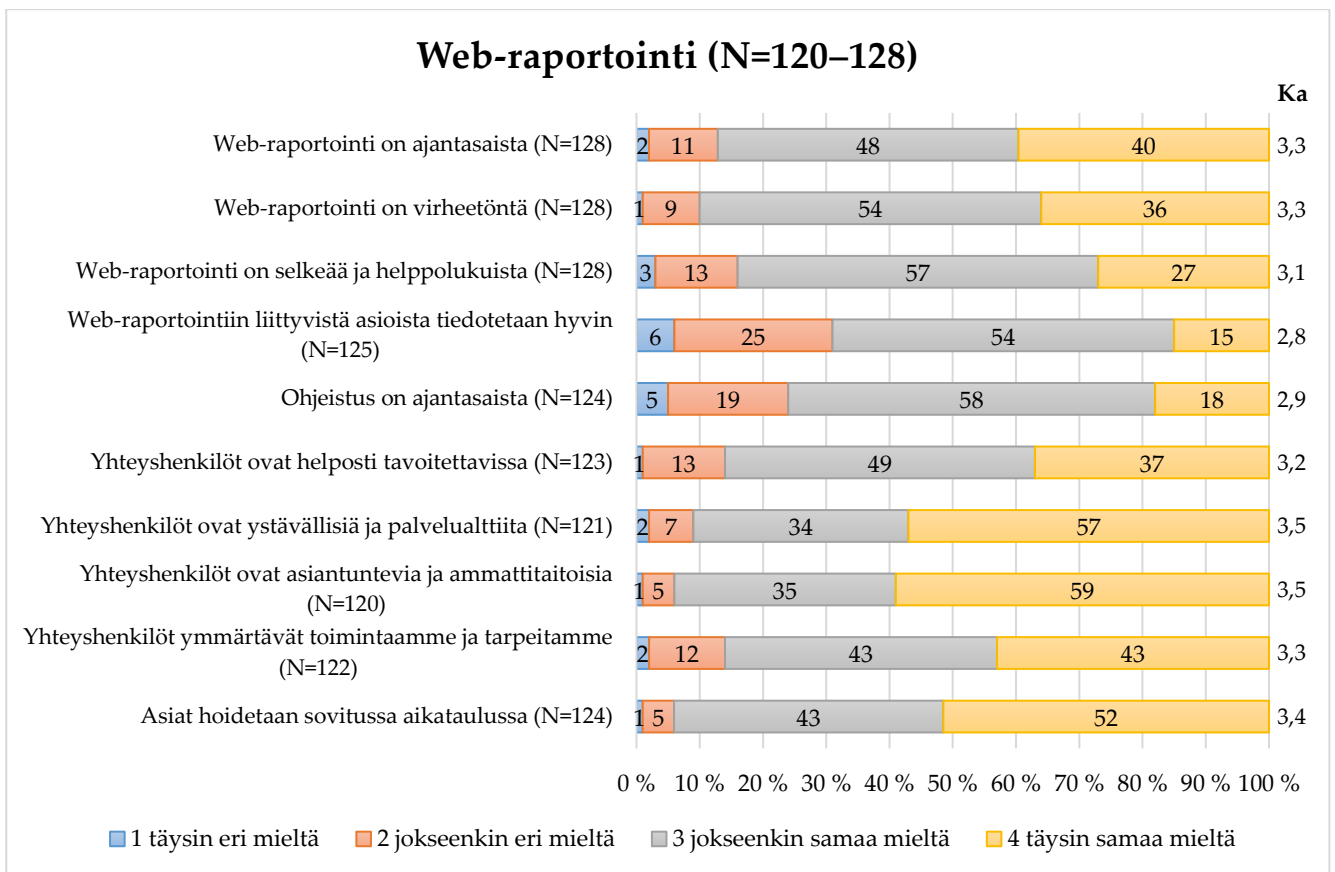
mieltä (4) 55% vastanneista. Vastaajista 13% oli jokseenkin eri mieltä (2) väittämästä Kirjanpitoon, tilinpäätökseen ja maksatukseen liittyvistä asioista tiedotetaan hyvin. Vastaajista 12% oli jokseenkin eri mieltä (2) väittämästä Ohjeistus on ajantasaista. Kirjanpitoon, tilinpäätökseen ja maksatukseen liittyviä väittämiä arvioitiin keskimääräisesti eniten asteikoilla jokseenkin samaa mieltä (3) ja täysin samaa mieltä (4) keskiarvojen sijoittuen arvojen 3,1 ja 3,5 välille. Tulosten perustella voidaan havaita asiakkaiden olevan melko tyytyväisiä kirjanpitoon, tilinpäätökseen ja maksatukseen liittyviin asioihin. Kuviossa 20 on esitetty vastaajien käsitykset kirjanpidosta, tilinpäätöksestä ja maksatuksesta.



KUVIO 20. Vastaajien käsitykset kirjanpidosta, tilinpäätöksestä ja maksatuksesta

Neljästoista kysymys koski taloushallinnon web-raportointia. Kysymykseen vastanneista 59% oli täysin samaa mieltä (4) väittämästä Yhteyshenkilöt ovat asiantuntevia ja ammattitaitoisia. Vastanneista 57% oli täysin samaa mieltä (4) väittämästä Yhteyshenkilöt ovat ystävällisiä ja

palvelualttiita Vastanneista 52% oli täysin samaa mieltä (4) väittämästä Asiat hoidetaan sovitus-
 tussa aikataulussa. Kysymykseen vastanneista 25% oli jokseenkin eri mieltä (2) väittämästä
 web-raportointiin liittyvistä asioista tiedotetaan hyvin. Vastanneista 19% oli jokseenkin eri
 mieltä (2) väittämästä Ohjeistus on ajantasaista. Web-raportointiin liittyvät väittämät arvioitiin
 keskiarvojen 2,8 ja 3,5 välille. Tulosten perusteella taloushallinnon web-raportoinnin yhteys-
 henkilöiden ominaisuudet koettiin hyviksi ja parantamista olisi tiedottamisessa sekä ohjeis-
 tuksen ajantasaisuudessa. Kuviossa 21 on esitetty vastaajien käsitykset taloushallinnon web-
 raportoinnista.

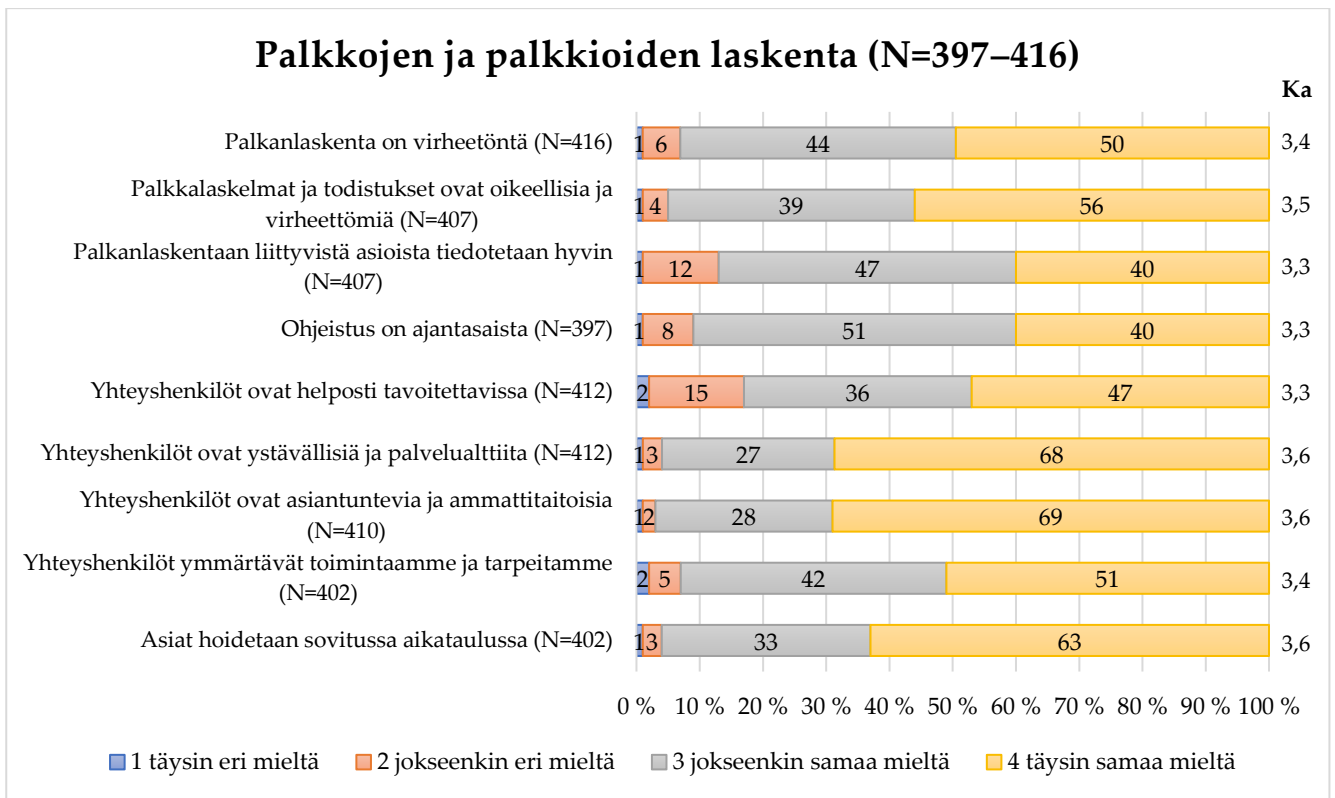


KUVIO 21. Vastaajien käsitykset taloushallinnon web-raportoinnista

7.3 Vastaajien tyytyväisyys henkilöstöhallinnon palveluihin

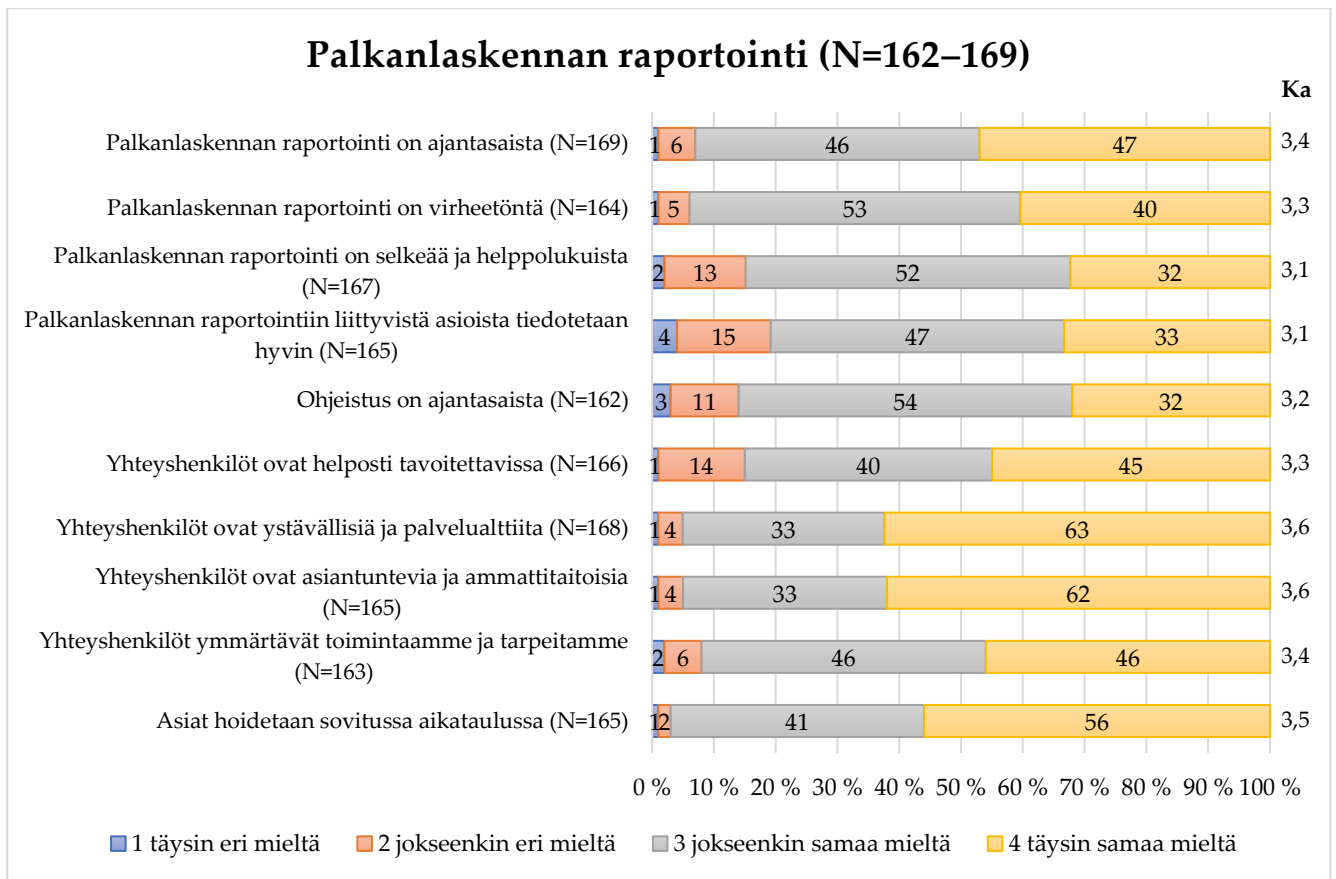
Kyselylomakkeen kysymykset 15 ja 16 koskivat vastaajien tyytyväisyyttä Hetan tarjoamiin henkilöstöhallinnon palveluihin. Kysymyksissä selvitettiin palveluiden nopeutta, ajantasaisuutta, virheettömyyttä, tiedottamista sekä ohjeistuksen ajantasaisuutta. Lisäksi selvitettiin yhteyshenkilöiden tavoitettavuutta, ystävällisyyttä, palvelualttiutta, asiantuntevuutta ja ammattitaitoisuutta. Näiden asioiden ohella selvitettiin, miten yhteyshenkilöt ymmärtävät vastaajien toiminnan ja tarpeet sekä hoidetaanko asiat sovitussa aikataulussa. Vastausvaihtoehdot olivat: täysin eri mieltä (1), jokseenkin eri mieltä (2), jokseenkin samaa mieltä (3) ja täysin samaa mieltä (4). Henkilöstöhallinnon palveluihin liittyvät kysymykset oli mahdollista ohittaa, jos vastaajalla ei ollut kokemusta kyseisten palvelujen käytöstä. Tutkimustuloksista koostetut taulukot löytyvät liitteestä 4.

Viidestoista kysymys koski palkkojen ja palkkioiden laskentaa. Kysymykseen vastanneista 69% oli täysin samaa mieltä (4) väittämästä Yhteyshenkilöt ovat asiantuntevia ja ammattitaitoisia. Vastanneista 68% oli täysin samaa mieltä (4) väittämästä Yhteyshenkilöt ovat ystävällisiä ja palvelualttiita. Väittämästä Asiat hoidetaan sovitussa aikataulussa oli täysin samaa mieltä (4) 63% vastaajista. Vastanneista 15% oli jokseenkin eri mieltä (2) väittämästä yhteyshenkilöt ovat helposti tavoitettavissa ja vastanneista 12% oli jokseenkin eri mieltä (2) väittämästä Palkanlaskentaan liittyvistä asioista tiedotetaan hyvin. Palkkojen ja palkkioiden laskennan väittämät arvioitiin keskiarvojen 3,3 ja 3,6 välille, jonka perusteella voidaan ajatella vastaajien olevan melko tyytyväisiä kyseisiin palveluihin. Kuviossa 22 on esitetty vastaajien käsitykset palkkojen ja palkkioiden laskennasta.



KUVIO 22. Vastaajien käsitykset palkkojen ja palkkioiden laskennasta

Toinen henkilöstöhallinnon palveluihin liittyvä kysymys koski palkanlaskennan raportointia. Kysymykseen vastanneista 63% oli täysin samaa mieltä (4) väittämästä Yhteyshenkilöt ovat ystävällisiä ja palvelualttiita ja 62% väittämästä Yhteyshenkilöt ovat asiantuntevia ja ammattitaitoisia. Väittämästä Asiat hoidetaan sovitussa aikataulussa oli täysin samaa mieltä (4) 56% vastanneista. Vastanneista 15% oli jokseenkin eri mieltä (2) väittämästä palkanlaskentaan liittyvistä asioista tiedotetaan hyvin. Kokonaisuudessaan palkanlaskennan raportointiin liittyvät väittämät arvioitiin keskiarvojen 3,1 ja 3,6 välille. Kuviossa 23 on esitetty vastaajien käsitykset palkanlaskennan raportoinnista.

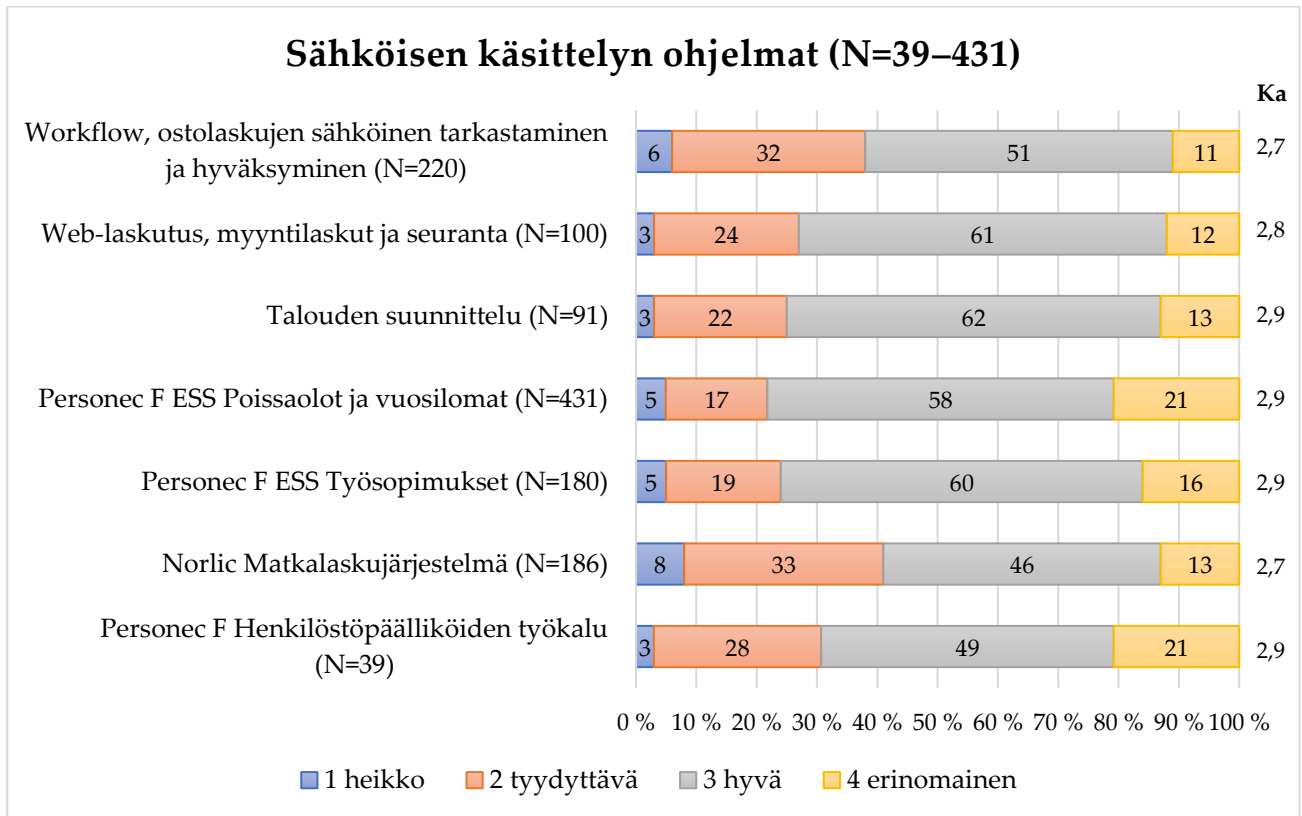


KUVIO 23. Vastaajien käsitykset palkanlaskennan raportoinnista

7.4 Vastaajien tyytyväisyys sähköisen käsittelyn ohjelmiin

Kyselylomakkeen seitsemästoista kysymys koski sähköisen käsittelyn ohjelmia. Vastaajaa pyydettiin antamaan kysymyksessä esitetyille sähköisen käsittelyn ohjelmille arvosana asteikolla 1–4. Vastaajaa pyydettiin arvioimaan ohjelmia muun muassa niiden käyttäjäystävällisyyden ja raporttien selkeyden pohjalta. Vastaajista 21% antoi arvosanan erinomainen (4) Personec F ESS Poissaolot ja vuosilomat ja Personec F Henkilöstöpäälliköiden työkalu -ohjelmille. Vastaajista 32% arvioi ostolaskujen käsittelyssä käytettävän Workflow-ohjelman arvosanalla tyydyttävä (2). Norlic Matkalaskujärjestelmä -ohjelma sai arvosanan tyydyttävä (2) 33% vastaajalta ja arvosanan heikko (1) antoi kyseiselle ohjelmalle 8% vastaajista. Keskimääräisesti eniten vastaajat arvioivat sähköisen käsittelyn ohjelmia arvosanalla hyvä (3). Sähköisen käsittelyn

ohjelmat sijoittuvat keskiarvojen 2,7 ja 2,9 välille. Kuviossa 24 on esitetty vastaajien käsitykset sähköisen käsittelyn ohjelmista.



KUVIO 24. Vastaajien käsitykset sähköisen käsittelyn ohjelmista

7.5 Vastaajien avoin palaute

Kyselyn viimeisessä kohdassa vastaajalla oli mahdollisuus antaa avointa palautetta Kuntien Hetapalvelut Oy:n toiminnasta ja palveluista sekä kyselyyn liittyvistä asioista. Avoimen kohdan perusteella saatiin paljon lisää tietoa siitä, millaisiin asioihin Kuntien Hetapalvelut Oy:n asiakkaat ovat tyytyväisiä ja mihin he toivoisivat kehitystä. Avoimessa kohdassa asiakkaat toi-

vat ilmi muun muassa talous- ja henkilöstöpalveluiden yhteyshenkilöiden yhteystietojen heikon saatavuuden, sähköisten ohjelmien toimivuuteen liittyvät ongelmat, yhteyshenkilöiden asiakaspalveluhenkisyiden sekä asioiden tiedottamiseen ja ohjeistukseen liittyvät puutteet.

Seuraavassa on esitetty poimintoja kyselyyn vastanneiden avoimesta palautteesta:

Palvelu on erittäin hyvää, nopeaa ja ystävällistä!

Palvelu on pelannut hyvin palkka-asioissa ei moittimista, oma palkkasihteeri hoitaa asiat ja häneen on helppo ottaa yhteyttä

Hetan vallitseva tapa toimia ja kehittyä vaikuttaa tarkoituksenmukaiselta mitä kannattaa jatkaa.

Keskusnron lisäksi henkilökohtaiset yhteystiedot helpommin saataville

Verkkosivuilta ei löydy henkilöstön yhteystietoja :(

Nettisivuille suorat puhelinnumerot kaikille palkanlaskijoille ja puhelinaika esim. klo 16 saakka, jos ei joka päivä, niin ainakin jokunen päivä viikossa.

Hetan työntekijöitä on erittäin vaikea tavoittaa puhelimitse. Puhelua siirretään useita kertoja ja usein puhelu katkeaa ennen, kuin tavoittaa henkilön kenen kanssa haluaa asioida. Yhteydenotto sähköpostitse toimii paremmin, mutta osa asioista on selkeämpää hoitaa puhelimitse.

Aina kun olen apua tarvinnut, niin olen avun saanut. Viimeisin tarvitsemani apu Hetasta ei ensimmäisellä kerralla mennyt aivan nappiin, mutta toisella yhteydenotolla sain asiani hoidettua :)

Käytettävät järjestelmät kaipaavat päivitystä.

Workflown latausnopeutta tulisi jotenkin saada paremmaksi. Norliciin pääsyn kanssa ongelmia, jos henkilöllä on useampi palvelussuhde.

Ohjelmien osalta voisi olla koulutusta, esim. miten suurten määrien hyväksyntä ESS tai Norlicissa olisi joustavaa. ESSin osalta haasteena on se, että ilmestyneet ilmoitukset poistuvat viiveellä ja toiseksi nimet eivät poistu järjestelmästä (jos on tehty avaus toistaiseksi). Tähän voisi tulla ehdotus Hetalta, miten asiaa parantaa.

Personec F ESS voisi ehkä olla selkeämpi ja yksinkertaisempikin.

Workflow ohjelma saatava helppokäyttöisemmäksi ja selkeämmäksi.

Workflow tulisi korvata nopeammalla ja toimivammalla järjestelmällä.

Workflow on välillä todella hidas. Ja Personec F Essin raportointitoiminnoista voisi kouluttaa paremmin.

Ohjelmat välillä tosi tosi hitaita.

Laskujen käsittelyohjelma on ÄÄRETTÖMÄN hidas. Työsopimukset eivät joskus tulostu millään ohjelmasta. Asiakaspalvelu ja puheluihin takaisin soitto erinomaisen hyvää! Kiitos hyvästä yhteistyöstä!

Tiedottaa nopeammin muutoksista.

Tiedotusta voisi parantaa, esim. jos joku käytäntö muuttuu. Voisi myös julkaista tiedot, mihin/keneen missäkin asiassa kannattaa ottaa yhteyttä.

Markkinointia yhteistyökumppaneiden suuntaan voisi lisätä, mitä kaikkea Hetalla on mahdollisuus tarjota.

7.6 Vastaukset avoimeen palautteeseen

Avoimien kommenttien perusteella voidaan havaita, että Kuntien Hetapalvelut Oy:n kannattaisi kehittää verkkosivujaan paremmin asiakkaita palveleviksi. Mielestäni verkkosivuilla voisi olla eriteltyinä talous- ja palkkahallinnon palveluiden yhteyshenkilöiden nimet sekä heidän yhteystietonsa, jotta ne olisivat helpommin yrityksen asiakkaiden saatavilla. Jos yhteystietoja ei haluta laittaa verkkosivuille, voisi ne mielestäni toimittaa asiakkaille esimerkiksi esitteen muodossa. Tarpeellista olisi myös pohtia sitä, voisiko jonakin päivänä puhelinpalvelun toimia klo 16 asti, jotta asiakkaiden puolelta tapahtuva yhteydenpito yhteyshenkilöihin olisi entistä sujuvampaa. Mielestäni Kuntien Hetapalvelut Oy:sta voisi koostaa asiakkaille jaettavan esitteen, jossa kerrotaisiin yrityksen toiminnasta sekä sen palveluista. Lisäksi esitteessä tulisi olla talous- ja palkkahallinnon palveluiden yhteyshenkilöiden yhteystiedot.

Sähköisten ohjelmien toimivuuteen Kuntien Hetapalvelut Oy ei voi kovin paljoa vaikuttaa, sillä ohjelmat eivät ole yrityksen itsensä kehittämiä tai ylläpitämiä. Sen sijaan käyttökoulutusta

Kuntien Hetapalvelut Oy voisi mielestäni järjestää säännöllisin väliajoin, sillä yrityksen asiakaskunta vaihtuu jatkuvasti ja ohjelmien käyttö on monille uusille työntekijöille täysin uusi asia. Sähköisten ohjelmien käytöstä voisi myös mahdollisesti koostaa selkeitä ja yksinkertaisia oppaita asiakkaille jaettavaksi. Mahdollisen atk-tuen tarvetta tulisi kartoittaa ja esimerkiksi etätyöpöytäyhteyden hyödyntäminen voisi olla avuksi asiakkaiden sähköisten ohjelmien käyttöön liittyvissä ongelmissa.

Mielestäni Kuntien Hetapalvelut Oy:n tulisi kehittää asiakkaiden suuntaan osoittautuvaa tiedottamista. Tiedotuskanava tulisi miettiä tarkkaan, olisiko esimerkiksi mahdollista tiedottaa verkkosivujen kautta, sähköpostitse tai tekstiviestien avulla. Verkkosivujen päivittämisestä tulisi myös huolehtia säännöllisin väliajoin, jotta ne palvelisivat asiakkaita mahdollisimman kattavasti. Oleellista olisi myös muistuttaa henkilökuntaa asiakaspalveluhenkisyyden tärkeydestä tasaisin väliajoin, jotta asiakkaat olisivat tyytyväisiä yhteyshenkilöiden toimintaan jatkossakin. Yhteyshenkilöiden olisi myös hyvä olla asiakkaiden tavoitettavissa mahdollisimman helposti ja sujuvasti. Kuntien Hetapalvelut Oy:n asiakaskunta kasvaa vuosittain ja asiakastyytyväisyyden kannalta oleellista on huolehtia jokaisesta asiakassuhteesta. Jotta kasvava asiakaskunta saataisiin tavoitettua ja kaikille asiakkaille saataisiin hyvä kuva yrityksen toiminnasta, tulisi yrityksen miettiä viestintään liittyviä asioita ja tehdä päätöksiä niiden suhteen. Avoimen kohdan kommentteista voidaan havaita, että suurin osa Kuntien Hetapalvelut Oy:n asiakkaista on tyytyväisiä yrityksen toimintaan ja palveluihin, mutta erityisesti tiedottaminen, ohjeistus ja sähköisten ohjelmien käyttö vaativat panostusta ja kehitystyötä.

8 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

8.1 Vastaukset tutkimusongelmiin

Seuraavassa esitetään vastaukset asetettuihin tutkimusongelmiin. Tutkimuksen pääongelma oli:

Miten tyytyväisiä Kuntien Hetapalvelut Oy:n asiakkaat ovat yrityksen toimintaan ja palveluihin?

Pääongelma jaettiin neljään alaongelmaan, joiden avulla saatiin vastaus tämän tutkimuksen pääongelmaan.

1. Miten tyytyväisiä asiakkaat ovat yrityksen tarjoamiin verkkosivuihin?

Tutkimuksessa selvisi, että Kuntien Hetapalvelut Oy:n verkkosivujen käyttö oli melko vähäistä kyselyyn vastanneiden keskuudessa. Hetan verkkosivuja käyttäneiden arviot esitetyistä väittämistä olivat melko yhteneväiset ja tutkimuksen perusteella voidaan havaita, että kyselyyn vastanneet ovat melko tyytyväisiä verkkosivujen käytettävyyteen.

2. Miten tyytyväisiä asiakkaat ovat yrityksen tarjoamiin taloushallinnon palveluihin?

Tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että Kuntien Hetapalvelut Oy:n asiakkaat ovat melko tyytyväisiä taloushallinnon palveluiden yhteyshenkilöiden toimintaan. Vastanneet olivat melko yhtä mieltä siitä, että taloushallinnon palveluiden yhteyshenkilöt ovat ystävällisiä, palvelualttiita, asiantuntevia ja ammattitaitoisia. Kyselyyn vastanneet olivat myös melko samaa mieltä siitä, että asiat hoidetaan sovitussa aikataulussa. Lisäksi vastaajat kokivat yhteyshenkilöiden ymmärtävän heidän toimintaansa ja tarpeitaan. Sen sijaan voidaan havaita, että tiedottamiseen ja ohjeistuksen ajantasaisuuteen kyselyn vastaajat eivät olleet täysin tyytyväisiä. Yhteyshenkilöiden tavoitettavuuden suhteen vastaajat eivät myöskään olleet täysin tyytyväisiä.

3. Miten tyytyväisiä asiakkaat ovat yrityksen tarjoamiin henkilöstöhallinnon palveluihin?

Tutkimuksessa selvisi, että Kuntien Hetapalvelut Oy:n asiakkaat ovat melko tyytyväisiä henkilöstöhallinnon palveluiden yhteyshenkilöiden toimintaan. Vastanneet olivat melko yhtä mieltä siitä, että taloushallinnon palveluiden yhteyshenkilöt ovat ystävällisiä, palvelualttiita, asiantuntevia ja ammattitaitoisia. Vastausten perusteella voidaan myös havaita, että vastaajien mielestä asiat hoidetaan sovitussa aikataulussa. Henkilöstöhallinnon palveluiden henkilöiden tavoitettavuuteen ja henkilöstöhallinnon palveluihin liittyvien asioiden tiedottamiseen vastaajat sen sijaan eivät olleet täysin tyytyväisiä.. Vastausten perusteella voidaan havaita, että Kuntien Hetapalvelut Oy:n henkilöstöhallinnon palvelut olivat vastaajien keskuudessa käytetympiä kuin taloushallinnon palvelut.

4. Miten tyytyväisiä asiakkaat ovat yrityksen tarjoamiin sähköisen käsittelyn ohjelmiin?

Tutkimuksen perusteella voidaan havaita, että Kuntien Hetapalvelut Oy:n asiakkaat ovat melko tyytyväisiä sähköisen käsittelyn ohjelmiin. Vastaajista suurin osa arvioi sähköisen käsittelyn ohjelmat hyviksi. Tyytyväisimpiä asiakkaat olivat Kuntien Hetapalvelut Oy:n tarjoamiin henkilöstöhallinnon sähköisen käsittelyn ohjelmiin Personec F ESS Poissaolot ja vuosilomat sekä Personec F Henkilöstöpäälliköiden työkalu. Tyytymättömmimpiä asiakkaat olivat ostolaskujen käsittelyssä hyödynnettävään Workflow-ohjelmaan sekä Norlic Matkalaskujärjestelmä -ohjelmaan. Avoimen palautteen perusteella havaittiin, että monet asiakkaat kokivat sähköisen käsittelyn ohjelmien käytön hankalaksi ja toivoivat ohjelmien käyttöön opastusta.

8.2 Opinnäytetyön arviointi

Tutkimuksen avulla saatiin arvokasta tietoa siitä, miten Kuntien Hetapalvelut Oy:n asiakkaat kokevat yrityksen toiminnan ja palvelut tällä hetkellä. Tämän hetkisen tilanteen lisäksi saatiin kartoitettua asiakkaiden mielipiteitä sen suhteen, missä asioissa Kuntien Hetapalvelut Oy:llä olisi kehitettävää ja parannettavaa.

Mielestäni onnistuin opinnäytetyön tekemisessä hyvin ja toimeksiantaja kertoi olevansa kokonaisuudessaan hyvin tyytyväinen tekemääni työhön. Aihe oli mielestäni kiinnostava ja koin työn tekemisen todelliseen tarpeeseen mielenkiintoiseksi. Kyselyn laatiminen ja tutkimustulosten analysointi haastoivat mielestäni sopivasti. Erityisesti avoimien kommenttien kohdalta voidaan havaita, että asiakkaiden mielipiteet Kuntien Hetapalvelut Oy:n toiminnasta ja palveluista perustuvat paljolti heidän henkilökohtaisiin kokemuksiinsa. Tätä kautta tuli siis todistettua se asia, että palvelun laatu on pitkälti sitä, millaisena asiakkaat sen kokevat. Monien vastaajien kohdalla myös pystyi havaitsemaan sen tosiasian, että palvelun laatua ja itse yritystä arvioitiin herkästi jo pelkästään yksittäisen palvelutapahtuman perusteella. Yksittäinen hyvin tai huonosti sujunut palvelutapahtuma voi siis jo muodostaa asiakkaalle tietyn mielikuvan yrityksestä ja sen toiminnasta. On siis sanomattakin selvää, että yrityksen tulisi huolehtia jokaisen asiakaskohtaamisen sujumisesta yhtä tarkkaan, jotta asiakkaalle jäisi positiivinen kuva palvelusta ja hän haluaisi hyödyntää palveluntarjoajan palveluita uudelleen sekä myös suositelisi niitä muille.

Tutkimustuloksissa ei ilmennyt mitään huomattavia eroja vastaajien kesken ja esimerkiksi vastaajien tyytyväisyys eri talous- ja henkilöstöhallinnon palveluihin oli suhteellisen samanlaista vertailtaessa eri osa-alueita. Mahdollisesti eniten hyödyttiin avoimeen kohtaan tulleista kommentteista. Niiden pohjalta toimeksiantaja sai arvokasta tietoa asiakkaiden mielipiteistä ja myös ideoita toimintojensa ja palveluidensa kehittämiseen.

Opinnäytetyön onnistumista edesauttoi jatkuva yhteydenpito opinnäytetyön ohjaavan opettajan kanssa ja häneltä saatu palaute sekä kehittämissuhteet. Myös toimeksiantajan kanssa pidetty yhteistyö auttoi työn aikana ja häneltä sain opinnäytetyön tekemisen aikana selvennet-

tyä monia minulle epäselviä asioita. Kyselyn laatimisen suhteen aikataulu oli tiukka ja jälkikäteen ajateltuna kyselyä olisi voinut muokata edelleen, jotta sen avulla olisi saatu vieläkin paremmin tietoa asiakkaiden tyytyväisyydestä.

Tässä opinnäytetyössä ei erikseen vertailtu nyt toteutettua kyselyä vuosina 2010 ja 2011 toteutettuihin kyselyihin. Koen, että jatkotutkimuksen aiheena voisi olla jo toteutettujen kyselyiden vertailu keskenään. Niiden perusteella voitaisiin arvioida Kuntien Hetapalvelut Oy:n palveluiden ja toiminnan kehittymistä asiakkaiden näkökulmasta. Mielestäni jatkossa Kuntien Hetapalvelut Oy:lle voisi myös olla tarpeellista toteuttaa markkinointimateriaalia sekä erilaisia ohjeistuksia muun muassa sähköisen käsittelyn ohjelmien käyttöön liittyen, jotka olisi mahdollista toteuttaa esimerkiksi opinnäytetyönä.

LÄHTEET

- Bergström, S. & Leppänen, A. 2015. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 16., uudistettu painos. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Grönroos, C. 2000. Nyt kilpaillaan palveluilla. 5. painos. Helsinki: WSOY.
- Grönroos, C. 2010. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. 4. painos. Helsinki: WSOYpro Oy.
- Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. 9., uudistettu painos. Helsinki: Edita.
- Isohookana, H. 2007. Yrityksen markkinointiviestintä. Helsinki: WSOYpro.
- Kananen, J. 2008. Kvantti, kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Kinnunen, R. 2004. Palvelujen suunnittelu. Helsinki: WSOY.
- Komulainen, M. 2010. Ulkoistaminen kunnissa: Oikeudellinen tutkimus ulkoistamisen ilmenemismuodoista ja vaikutuksista sekä ulkoistamisen rajoituksista ja sille asetettavista vaatimuksista yhtenä kunnallisten palvelujen tuottamismuotona. Acta-väitöskirja, Suomen kuntaliitto. Helsinki: Kuntatalon paino.
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2016. Principles of Marketing. 16. painos. Essex: Pearson Education Limited.
- Kuntien Hetapalvelut Oy. Saatavissa: <http://www.hetapalvelut.fi/>. Viitattu 4.12.2017.
- Kähkönen, L. 2007. Näennäismarkkinoiden tehokkuuden rajoitteet ja mahdollisuudet paikallishallinnon palveluissa. Akateeminen väitöskirja, Tampereen yliopiston kauppa- ja hallintotieteiden tiedekunta. Tampere: Tampereen yliopistopaino Oy – Juvenes Print.
- Lahtinen, J. & Isoviita, A. 2000. Asiakaspalvelu ja markkinointi. 3. painos. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Lecklin, O. 2006. Laatu yrityksen menestystekijänä. 5., uudistettu painos. Helsinki: Talentum.
- Lehtinen, U. & Niinimäki, S. 2005. Asiantuntijapalvelut, tuotteistamisen ja markkinoinnin suunnittelu. Helsinki: WSOY.
- Lämsä, A-M. & Uusitalo, O. 2009. Palvelujen markkinointi esimiestyön haasteena. 1.–6. painos. Helsinki: Edita Prima Oy.

Marketing theories. Saatavissa: <https://www.professionalacademy.com/blogs-and-advice/marketing-theories---the-marketing-mix---from-4-p-s-to-7-p-s>. Viitattu 27.1.2018.

NormannPartners. Saatavissa: <https://normannpartners.com/about-us/legacy-richard-normann/>. Viitattu 18.1.2018.

Palmer, A. 2011. Principles of Services Marketing. 6. painos. Berkshire: McGraw-Hill Education.

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

Rope, T. & Pöllänen, J. 1998. Asiakastyytyväisyysjohtaminen. 4. painos. Juva: WSOY.

Sipilä, J. 1999. Asiantuntijapalveluiden tuotteistaminen. 2. painos. Porvoo: WSOY

Tilastokeskus. Saatavissa: <http://tilastokeskus.fi/meta/kas/palvelut.html#tab2>. Viitattu 5.12.2017.

Vahvaselkä, I. 2004. Asiantuntijan myyntitaito. Helsinki: Oy Finn Lectura Ab.

Valli, R. 2015. Johdatus tilastolliseen tutkimukseen. 2., uudistettu painos. Jyväskylä: PS-kustannus Oy.

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

Vilka, H. 2015. Tutki ja kehitä. 4., uudistettu painos. Jyväskylä: PS-kustannus Oy.

Vähäsarja, T. 2018. Kuntien Hetapalvelut Oy:n toimitusjohtajan henkilökohtainen tiedonanto, keskustelu. 13.2.2018.

Ylikoski, T. 2001. Unohtuiko asiakas? 2., uudistettu painos. Keuruu: Otavan kirjapaino Oy.

Zeithaml, V., Bitner, M. & Gremler, D. 2017. Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. 7.painos. New York: Mc Graw-Hill.

Saatekirje 19.12.2017

Hyvä Kuntien Hetapalvelut Oy:n asiakas!

Olen liiketalouden opiskelija Maija Niemonen Centria-ammattikorkeakoulun Ylivieskan yksiköstä. Teen opinnäytetyötä yhteistyössä Kuntien Hetapalvelut Oy:n kanssa. Opinnäytetyö toteutetaan kyselytutkimuksena, johon kutsun Teidät osallistumaan.

Tutkimuksen tavoitteena on saada tietoa Kuntien Hetapalvelut Oy:n asiakkaiden tyytyväisyydestä yrityksen tarjoamiin palveluihin ja toimintaan. Kyselyn tarkoituksena on kerätä tietoa, jonka avulla voidaan kehittää Kuntien Hetapalvelut Oy:n palveluita ja toimintaa.

Vastatkaa kyselyssä oleviin kysymyksiin valitsemalla mielestänne sopivin vastausvaihtoehto. Pyydän huomioimaan, että joihinkin kysymyksiin on mahdollista valita useampi vastausvaihtoehto. Vastaamiseen kuluu aikaa noin 5-10 minuuttia ja vastausaika päättyy 12.1.2018.

Vastauksenne käsitellään luottamuksellisesti ja tutkimuksen tuloksien perusteella Teitä ei voida tunnistaa vastaajiksi. Jos Teillä on kysyttävää kyselylomakkeesta tai opinnäytetyöstäni, vastaan kysymyksiinne mielelläni.

Vastaajien kesken suoritetaan 50€ ja 100€ lahjakorttien arvonta S-ryhmän toimipisteisiin. Arvonta suoritetaan Kuntien Hetapalvelut Oy:n uusien toimitilojen avajaisten yhteydessä 19.1.2018. Lahjakorttien arvontaan osallistuaksenne, pyydän Teitä jättämään yhteystietonne kyselylomakkeen täyttämisen yhteydessä.

Linkki kyselylomakkeeseen löytyy tämän sähköpostin lopusta!

Kiitän lämpimästi vastauksestanne!

Ystävällisin terveisin,

Maija Niemonen
Liiketalouden opiskelija,
Centria-ammattikorkeakoulu, Ylivieskan yksikkö
majja.niemonen@centria.fi
puh. xxx xxxx xxx

Tuomo Vähäsarja
Toimitusjohtaja, Kuntien Hetapalvelut Oy
tuomo.vahasarja@kuntienhetapalvelut.fi
puh. xxx xxxx xxx

Linkki kyselylomakkeeseen:

Kiitos vastaamisesta Kuntien Hetapalvelut Oy:n asiakkaiden tyytyväisyyttä koskevaan kyselyyn!

Teiltä saatu palaute on ensiarvoisen tärkeää, kun Kuntien Hetapalvelut Oy kehittää palveluja ja toimintaansa. Vastauksenne käsitellään luottamuksellisesti.

Onnea lahjakorttien arvontaan ja hyvää talven jatkoa!

Ystävällisin terveisin,

Maija Niemonen

Liiketalouden opiskelija, Centria-ammattikorkeakoulu, Ylivieskan yksikkö

[maija.niemonen@](mailto:maija.niemonen@centria.fi)

puh. xxx xxxx xxx

Tuomo Vähäsarja

Toimitusjohtaja, Kuntien Hetapalvelut Oy

[tuomo.vahasarja@](mailto:tuomo.vahasarja@centria.fi)

puh. xxx xxxx xxx

Hetan asiakastyytyväisyyskysely 2017

1. Kaupunki/kunta/kuntayhtymä, jossa työskentelen

- Ylivieskan kaupunki
- Nivalan kaupunki
- Alavieskan kunta
- Sievin kunta
- Kärsämäen kunta
- Peruspalvelukuntayhtymä Kallio

2. Asemani organisaatiossa

- Johtava viranhaltija / esimies
- Ammattitehtävät / työntekijä

3. Olen käyttänyt seuraavia Hetan taloushallinnon palveluita

- Ostolaskujen käsittely
- Laskutus ja saatavien seuranta
- Kirjanpito, tilinpäätös ja maksatus
- Konsernitilinpäätös
- Web-raportointi
- Taloussuunnittelu
- En ole käyttänyt edellä mainittuja palveluita

4. Olen käyttänyt seuraavia Hetan henkilöstöhallinnon palveluita

- Yhteydenotot palkanlaskentaan
- Personec F ESS Poissaolot ja vuosilomat
- Personec F ESS Raportit
- Personec F Raportit
- En ole käyttänyt edellä mainittuja palveluita

5. Olen käyttänyt Personec F ESS -itsepalvelukäyttöliittymää muualla kuin työpaikalla

- Kyllä
- Ei
- En ole koskaan käyttänyt Personec F ESS -itsepalvelukäyttöliittymää

6. Olen käyttänyt Personec F ESS -itsepalvelukäyttöliittymää

- Työpaikan tietokoneella
- Omalla tietokoneella
- Mobiililaitteella
- En ole koskaan käyttänyt Personec F ESS -itsepalvelukäyttöliittymää

7. Tunnen Hetan tarjoamat palvelut

- erittäin hyvin
- melko hyvin
- jonkin verran
- en lainkaan

8. Hetan tarjoamista palveluista on saatavilla tietoa

- erittäin hyvin
- melko hyvin
- jonkin verran
- ei lainkaan

9. Olen käyttänyt Hetan verkkosivuja

- Kyllä
- Ei

10. Seuraavassa esitetään väittämiä Hetan verkkosivuista. Pyydämme Sinua arvioimaan väittämiä oman kokemuksesi varassa. (mikäli Sinulla ei ole kokemusta Hetan verkkosivujen käytöstä, voit jatkaa seuraavaan kysymykseen)

	täysin eri mieltä	jokseenkin eri mieltä	jokseenkin samaa mieltä	täysin samaa mieltä
Hetan www-sivut ovat selkeät	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hetan www-sivut ovat informatiiviset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hetan www-sivut ovat helppokäyttöiset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Seuraavassa esitetään väittämiä ostolaskujen käsittelystä. Pyydämme Sinua arvioimaan väittämiä oman kokemuksesi varassa. (mikäli et käytä näitä palveluita, voit jatkaa seuraavaan kysymykseen)

	täysin eri mieltä	jokseenkin eri mieltä	jokseenkin samaa mieltä	täysin samaa mieltä
Laskujen käsittely on nopeaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Laskujen käsittely on virheetöntä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ostolaskuihin liittyvistä asioista tiedotetaan hyvin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ohjeistus on ajantasaista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteyshenkilöt ovat helposti tavoitettavissa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteyshenkilöt ovat ystävällisiä ja palvelualttiita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteyshenkilöt ovat asiantuntevia ja ammattitaitoisia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteyshenkilöt ymmärtävät toimintaamme ja tarpeitamme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiat hoidetaan sovitusssa aikataulussa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Seuraavassa esitetään väittämiä laskutuksesta ja saatavien seurannasta. Pyydämme Sinua arvioimaan väittämiä oman kokemuksesi varassa. (mikäli et käytä näitä palveluita, voit jatkaa seuraavaan kysymykseen)

	täysin eri mieltä	jokseenkin eri mieltä	jokseenkin samaa mieltä	täysin samaa mieltä
Laskutus ja saatavien seuranta on nopeaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Laskutus ja saatavien seuranta ovat virheettömiä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Laskutukseen ja saatavien seurantaan liittyvistä asioista tiedotetaan hyvin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ohjeistus on ajantasaista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteyshenkilöt ovat helposti tavoitettavissa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteyshenkilöt ovat ystävällisiä ja palvelualttiita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteyshenkilöt ovat asiantuntevia ja ammattitaitoisia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteyshenkilöt ymmärtävät toimintaamme ja tarpeitamme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiat hoidetaan sovitusssa aikataulussa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Seuraavassa esitetään väittämiä kirjanpidosta, tilinpäätöksestä ja maksatuksesta. Pyydämme Sinua arvioimaan väittämiä oman kokemuksesi varassa. (mikäli et käytä näitä palveluita, voit jatkaa seuraavaan kysymykseen)

	täysin eri mieltä	jokseenkin eri mieltä	jokseenkin samaa mieltä	täysin samaa mieltä
Kirjanpito, tilinpäätös ja maksatus ovat ajantasalla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kirjanpito, tilinpäätös ja maksatus ovat virheettömiä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kirjanpitoon, tilinpäätökseen ja maksatukseen liittyvistä asioista tiedotetaan hyvin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ohjeistus on ajantasaista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteyshenkilöt ovat helposti tavoitettavissa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteyshenkilöt ovat ystävällisiä ja palveluaittiita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteyshenkilöt ovat asiantuntevia ja ammattitaitoisia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteyshenkilöt ymmärtävät toimintaamme ja tarpeitamme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiat hoidetaan sovitussa aikataulussa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Seuraavassa esitetään väittämiä taloushallinnon Web-raportoinnista. Pyydämme Sinua arvioimaan väittämiä oman kokemuksesi varassa. (mikäli et käytä näitä palveluita, voit jatkaa seuraavaan kysymykseen)

	täysin eri mieltä	jokseenkin eri mieltä	jokseenkin samaa mieltä	täysin samaa mieltä
Web-raportointi on ajantasaista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Web-raportointi on virheetöntä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Web-raportointi on selkeää ja helppolukuista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Web-raportointiin liittyvistä asioista tiedotetaan hyvin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ohjeistus on ajantasaista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteyshenkilöt ovat helposti tavoitettavissa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteyshenkilöt ovat ystävällisiä ja palveluaittiita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteyshenkilöt ovat asiantuntevia ja ammattitaitoisia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteyshenkilöt ymmärtävät toimintaamme ja tarpeitamme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiat hoidetaan sovitussa aikataulussa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Seuraavassa esitetään väittämiä palkkojen ja palkkioiden laskennasta. Pyydämme Sinua arvioimaan väittämiä oman kokemuksesi varassa. (mikäli et käytä näitä palveluita, voit jatkaa seuraavaan kysymykseen)

	täysin eri mieltä	jokseenkin eri mieltä	jokseenkin samaa mieltä	täysin samaa mieltä
Palkanlaskenta on virheetöntä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palkkalaskelmat ja todistukset ovat oikeellisia ja virheettömiä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palkanlaskentaan liittyvistä asioista tiedotetaan hyvin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ohjeistus on ajantasaista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteyshenkilöt ovat helposti tavoitettavissa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteyshenkilöt ovat ystävällisiä ja palvelualttiita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteyshenkilöt ovat asiantuntevia ja ammattitaitoisia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteyshenkilöt ymmärtävät toimintaamme ja tarpeitamme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiat hoidetaan sovitusssa aikataulussa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16. Seuraavassa esitetään väittämiä palkanlaskennan raportoinnista. Pyydämme Sinua arvioimaan väittämiä oman kokemuksesi varassa. (mikäli et käytä näitä palveluita, voit jatkaa seuraavaan kysymykseen)

	täysin eri mieltä	jokseenkin eri mieltä	jokseenkin samaa mieltä	täysin samaa mieltä
Palkanlaskennan raportointi on ajantasaista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palkanlaskennan raportointi on virheetöntä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palkanlaskennan raportointi on selkeää ja helppolukuista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palkanlaskennan raportointiin liittyvistä asioista tiedotetaan hyvin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ohjeistus on ajantasaista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteyshenkilöt ovat helposti tavoitettavissa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteyshenkilöt ovat ystävällisiä ja palvelualttiita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteyshenkilöt ovat asiantuntevia ja ammattitaitoisia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteyshenkilöt ymmärtävät toimintaamme ja tarpeitamme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiat hoidetaan sovitusssa aikataulussa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. Pyydämme Sinua antamaan seuraaville sähköisen käsittelyn ohjelmille arvosanan asteikolla 1-4. Arvioi mm. ohjelmien käyttäjäystävällisyyttä, raporttien selkeyttä yms. (mikäli Sinulla ei ole kokemusta kyseisen ohjelman käytöstä, voit siirtyä seuraavaan kohtaan)

	heikko (1)	tydyttävä (2)	hyvä (3)	erinomainen (4)
Workflow, ostolaskujen sähköinen tarkastaminen ja hyväksyminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Web-laskutus, myyntilaskut ja seuranta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Talouden suunnittelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Personec F ESS Poissaolot ja vuosilomat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Personec F ESS Työsopimukset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Norlic Matkalaskujärjestelmä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Personec F Henkilöstöpäälliköiden työkalu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18. Seuraavassa esitetään väittämiä koskien Hetan toimintaa. Pyydämme Sinua arvioimaan väittämiä oman kokemuksesi varassa.

	heikosti	tydyttävästi	hyvin	erinomaisesti
Heta ottaa huomioon asiakkaat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Heta on asiantunteva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Heta tiedottaa asioistaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hetan palvelut ovat helposti saatavilla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hetan palvelu on nopeaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Heta kehittää jatkuvasti palveluitaan asiakkaiden tarpeiden mukaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. Hetan palvelut ovat viimeisen vuoden aikana

- heikentyneet
- pysyneet samalla tasolla
- parantuneet vähän
- parantuneet paljon

20. Anna palautetta omin sanoin. Miten mielestäsi Hetan toimintaa tulisi kehittää?

21. Jos haluat osallistua lahjakorttien arvontaan, jätä yhteystietosi tähän. (HUOM! Yhteystietojasi käytetään vain arvonnän suorittamiseen!)

Etunimi	<hr/>
Sukunimi	<hr/>
Sähköposti	<hr/>
Puhelin	<hr/>
Yritys / Organisaatio	<hr/>

Seuraavassa esitetään väittämiä koskien Hetan toimintaa. Pyydämme Sinua arvioimaan väittämiä oman kokemuksesi varassa.

Vastaajien määrä: 543

Keskiarvo: 3,04

Hetan toiminta	1	2	3	4	N	Keski- arvo	Medi- aani
	heikosti	tydyttävästi	hyvin	erinomaisesti			
Heta ottaa huomioon asiakkaat	1,50%	11,63%	69,98%	16,89%	533	3,02	3
Heta on asiantunteva	,37%	6,37%	64,05%	29,21%	534	3,22	3
Heta tiedottaa asioistaan	2,43%	19,07%	60,56%	17,94%	535	2,94	3
Hetan palvelut ovat helposti saatavilla	,76%	16,79%	60,12%	22,33%	524	3,04	3
Hetan palvelu on nopeaa	,38%	13,58%	61,76%	24,28%	523	3,10	3
Heta kehittää jatkuvasti palveluitaan asiakkaiden tarpeiden mukaan	2,00%	20,60%	60,80%	16,60%	500	2,92	3
Yhteensä	7,44%	88,04%	377,27%	127,25%	3149	3,04	3

Seuraavassa esitetään väittämiä ostolaskujen käsittelystä. Pyydämme Sinua arvioimaan väittämiä oman kokemuksesi varassa. (mikäli et käytä näitä palveluita, voit jatkaa seuraavaan kysymykseen)

Vastaajien määrä: 255

Keskiarvo: 3,20

Ostolaskujen käsittely	1	2	3	4	N	Keski- arvo	Medi- aani
	täysin eri mieltä	jokseenkin eri mieltä	jokseenkin samaa mieltä	täysin samaa mieltä			
Laskujen käsittely on nopeaa	8,05%	15,68%	51,27%	25,00%	236	2,93	3
Laskujen käsittely on virheetöntä	2,16%	12,50%	63,79%	21,55%	232	3,05	3
Ostolaskuihin liittyvistä asioista tiedotetaan hyvin	1,72%	25,75%	53,65%	18,88%	233	2,90	3
Ohjeistus on ajantasaista	1,28%	17,95%	57,69%	23,08%	234	3,03	3
Yhteyshenkilöt ovat helposti tavoitettavissa	2,42%	13,31%	50,80%	33,47%	248	3,15	3
Yhteyshenkilöt ovat ystävällisiä ja palvelualttiita	2,40%	4,40%	33,60%	59,60%	250	3,50	4
Yhteyshenkilöt ovat asiantuntevia ja ammattitaitoisia	2,43%	2,83%	35,63%	59,11%	247	3,51	4
Yhteyshenkilöt ymmärtävät toimintaamme ja tarpeitamme	2,46%	8,61%	48,36%	40,57%	244	3,27	3
Asiat hoidetaan sovitus- aikalautussa	1,23%	6,15%	45,08%	47,54%	244	3,39	3
Yhteensä	24,15%	107,18%	439,87%	328,80%	2168	3,20	3

Seuraavassa esitetään väittämiä laskutuksesta ja saatavien seurannasta. Pyydämme Sinua arvioimaan väittämiä oman kokemuksesi varassa. (mikäli et käytä näitä palveluita, voit jatkaa seuraavaan kysymykseen)

Vastaajien määrä: 150

Keskiarvo: 3,30

Laskutus ja saatavien seuranta	1	2	3	4	N	Keskiarvo	Medi-aani
	täysin eri mieltä	jokseenkin eri mieltä	jokseenkin samaa mieltä	täysin samaa mieltä			
Laskutus ja saatavien seuranta on nopeaa	1,41%	7,75%	57,04%	33,80%	142	3,23	3
Laskutus ja saatavien seuranta ovat virheettömiä	1,40%	9,09%	59,44%	30,07%	143	3,18	3
Laskutukseen ja saatavien seurantaan liittyvistä asioista tiedotetaan hyvin	2,80%	23,08%	48,95%	25,17%	143	2,97	3
Ohjeistus on ajantasaista	1,40%	14,69%	56,64%	27,27%	143	3,10	3
Yhteyshenkilöt ovat helposti tavoitettavissa	1,39%	12,50%	44,44%	41,67%	144	3,26	3
Yhteyshenkilöt ovat ystävällisiä ja palvelualttiita	1,35%	2,70%	35,81%	60,14%	148	3,55	4
Yhteyshenkilöt ovat asiantuntevia ja ammattitaitoisia	1,37%	2,74%	32,88%	63,01%	146	3,58	4
Yhteyshenkilöt ymmärtävät toimintaamme ja tarpeitamme	1,41%	8,45%	43,66%	46,48%	142	3,35	3
Asiat hoidetaan sovitussa aikataulussa	,70%	2,82%	44,37%	52,11%	142	3,48	4
Yhteensä	13,23%	83,82%	423,23%	379,72%	1293	3,30	3

Seuraavassa esitetään väittämiä kirjanpidosta, tilinpäätöksestä ja maksatuksesta. Pyydämme Sinua arvioimaan väittämiä oman kokemuksesi varassa. (mikäli et käytä näitä palveluita, voit jatkaa seuraavaan kysymykseen)

Vastaajien määrä: 115

Keskiarvo: 3,33

Kirjanpito, tilinpäätös ja maksatus	1	2	3	4	N	Keskiarvo	Medi-aani
	täysin eri mieltä	jokseenkin eri mieltä	jokseenkin samaa mieltä	täysin samaa mieltä			
Kirjanpito, tilinpäätös ja maksatus ovat ajan tasalla	1,82%	7,27%	52,73%	38,18%	110	3,27	3
Kirjanpito, tilinpäätös ja maksatus ovat virheettömiä	,92%	8,26%	59,63%	31,19%	109	3,21	3
Kirjanpitoon, tilinpäätökseen ja maksatukseen liittyvistä asioista tiedotetaan hyvin	1,87%	13,08%	58,88%	26,17%	107	3,09	3
Ohjeistus on ajantasaista	,95%	12,38%	58,10%	28,57%	105	3,14	3
Yhteyshenkilöt ovat helposti tavoitettavissa	,89%	8,04%	49,11%	41,96%	112	3,32	3
Yhteyshenkilöt ovat ystävällisiä ja palvelualttiita	,89%	7,14%	33,93%	58,04%	112	3,49	4
Yhteyshenkilöt ovat asiantuntevia ja ammattitaitoisia	,90%	4,51%	34,23%	60,36%	111	3,54	4
Yhteyshenkilöt ymmärtävät toimintaamme ja tarpeitamme	,95%	8,49%	45,28%	45,28%	106	3,35	3
Asiat hoidetaan sovitussa aikataulussa	,93%	1,87%	42,06%	55,14%	107	3,51	4
Yhteensä	10,12%	71,04%	433,95%	384,89%	979	3,33	3

Seuraavassa esitetään väittämiä taloushallinnon Web-raportoinnista. Pyydämme Sinua arvioimaan väittämiä oman kokemuksesi varassa. (mikäli et käytä näitä palveluita, voit jatkaa seuraavaan kysymykseen)

Vastaajien määrä: 131

Keskiarvo: 3,22

Web-raportointi	1	2	3	4	N	Keskiarvo	Medi-aani
	täysin eri mieltä	jokseenkin eri mieltä	jokseenkin samaa mieltä	täysin samaa mieltä			
Web-raportointi on ajantasaista	1,56%	10,94%	47,66%	39,84%	128	3,26	3
Web-raportointi on virheetöntä	,78%	9,37%	53,91%	35,94%	128	3,25	3
Web-raportointi on selkeää ja helppolukuista	3,13%	13,28%	57,03%	26,56%	128	3,07	3
Web-raportointiin liittyvistä asioista tiedotetaan hyvin	5,60%	24,80%	54,40%	15,20%	125	2,79	3
Ohjeistus on ajantasaista	4,84%	19,36%	58,06%	17,74%	124	2,89	3
Yhteyshenkilöt ovat helposti tavoitettavissa	,81%	13,01%	48,78%	37,40%	123	3,23	3
Yhteyshenkilöt ovat ystävällisiä ja palvelualttiita	1,65%	7,44%	33,88%	57,03%	121	3,46	4
Yhteyshenkilöt ovat asiantuntevia ja ammattitaitoisia	,83%	5,00%	35,00%	59,17%	120	3,53	4
Yhteyshenkilöt ymmärtävät toimintaamme ja tarpeitamme	1,64%	12,30%	42,62%	43,44%	122	3,28	3
Asiat hoidetaan sovitussa aikataulussa	,81%	4,84%	42,74%	51,61%	124	3,45	4
Yhteensä	21,65%	120,34%	474,08%	383,93%	1243	3,22	3

Seuraavassa esitetään väittämiä palkkojen ja palkkioiden laskennasta. Pyydämme Sinua arvioimaan väittämiä oman kokemuksesi varassa. (mikäli et käytä näitä palveluita, voit jatkaa seuraavaan kysymykseen)

Vastaajien määrä: 425

Keskiarvo: 3,45

Palkkojen ja palkkioiden laskenta	1	2	3	4	N	Keskiarvo	Medi-aani
	täysin eri mieltä	jokseenkin eri mieltä	jokseenkin samaa mieltä	täysin samaa mieltä			
Palkanlaskenta on virheetöntä	1,20%	5,53%	43,75%	49,52%	416	3,42	3
Palkkalaskelmat ja todistukset ovat oikeellisia ja virheettömiä	,98%	3,69%	39,07%	56,26%	407	3,51	4
Palkanlaskentaan liittyvistä asioista tiedotetaan hyvin	,98%	12,29%	46,93%	39,80%	407	3,26	3
Ohjeistus on ajantasaista	1,26%	8,31%	50,88%	39,55%	397	3,29	3
Yhteyshenkilöt ovat helposti tavoitettavissa	1,94%	15,05%	35,92%	47,09%	412	3,28	3
Yhteyshenkilöt ovat ystävällisiä ja palvelualttiita	,97%	3,15%	27,43%	68,45%	412	3,63	4
Yhteyshenkilöt ovat asiantuntevia ja ammattitaitoisia	1,46%	2,44%	27,56%	68,54%	410	3,63	4
Yhteyshenkilöt ymmärtävät toimintaamme ja tarpeitamme	1,99%	5,22%	41,79%	51,00%	402	3,42	4
Asiat hoidetaan sovitussa aikataulussa	,99%	2,99%	32,59%	63,43%	402	3,58	4
Yhteensä	11,77%	58,67%	345,92%	483,64%	3665	3,45	4

Seuraavassa esitetään väittämiä palkanlaskennan raportoinnista. Pyydämme Sinua arvioimaan väittämiä oman kokemuksesi varassa. (mikäli et käytä näitä palveluita, voit jatkaa seuraavaan kysymykseen)

Vastaajien määrä: 176

Keskiarvo: 3,34

Palkanlaskennan raportointi	1	2	3	4	N	Keskiarvo	Medi-aani
	täysin eri mieltä	jokseenkin eri mieltä	jokseenkin samaa mieltä	täysin samaa mieltä			
Palkanlaskennan raportointi on ajantasaista	1,18%	5,92%	46,15%	46,75%	169	3,38	3
Palkanlaskennan raportointi on virheetöntä	1,22%	5,49%	53,05%	40,24%	164	3,32	3
Palkanlaskennan raportointi on selkeää ja helppolukuista	2,39%	13,17%	52,10%	32,34%	167	3,14	3
Palkanlaskennan raportointiin liittyvistä asioista tiedotetaan hyvin	4,24%	15,15%	47,27%	33,34%	165	3,10	3
Ohjeistus on ajantasaista	3,09%	11,11%	53,70%	32,10%	162	3,15	3
Yhteyshenkilöt ovat helposti tavoitettavissa	1,20%	13,86%	40,36%	44,58%	166	3,28	3
Yhteyshenkilöt ovat ystävällisiä ja palvelualttiita	,60%	3,57%	33,33%	62,50%	168	3,58	4
Yhteyshenkilöt ovat asiantuntevia ja ammattitaitoisia	1,21%	3,64%	32,73%	62,42%	165	3,56	4
Yhteyshenkilöt ymmärtävät toimintaamme ja tarpeitamme	1,84%	6,14%	46,01%	46,01%	163	3,36	3
Asiat hoidetaan sovitussa aikataulussa	,61%	2,42%	40,61%	56,36%	165	3,53	4
Yhteensä	17,58%	80,47%	445,31%	456,64%	1654	3,34	3

Pyydämme Sinua antamaan seuraaville sähköisen käsittelyn ohjelmille arvosanan asteikolla 1–4. Arvioi mm. ohjelmien käyttöystävällisyyttä, raporttien selkeyttä yms. (mikäli Sinulla ei ole kokemusta kyseisen ohjelman käytöstä, voit siirtyä seuraavaan kohtaan)

Vastaajien määrä: 456

Keskiarvo: 2,82

Sähköisen käsittelyn ohjelmat	1	2	3	4	N	Keskiarvo	Mediaani
	heikko	tydyttävä	hyvä	erinomainen			
Workflow, ostolaskujen sähköinen tarkastaminen ja hyväksyminen	6,36%	31,82%	50,91%	10,91%	220	2,66	3
Web-laskutus, myyntilaskut ja seuranta	3,00%	24,00%	61,00%	12,00%	100	2,82	3
Talouden suunnittelu	3,29%	21,98%	61,54%	13,19%	91	2,85	3
Personec F ESS Poissaolot ja vuosilomat	4,64%	16,94%	57,77%	20,65%	431	2,94	3
Personec F ESS Työsopimukset	5,00%	19,44%	60,00%	15,56%	180	2,86	3
Norlic Matkalaskujärjestelmä	7,53%	32,79%	46,24%	13,44%	186	2,66	3
Personec F Henkilöstöpäälliköiden työkalu	2,56%	28,21%	48,72%	20,51%	39	2,87	3
Yhteensä	32,38%	175,18%	386,18%	106,26%	1247	2,82	3