

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Johdon assistenttityön ja kieltenkoulutusohjelma

Tanja Suikkanen

Kotipalvelu RM & RiEsa Oy asiakastytyväisyystutkimus

Opinnäytetyö 2014

## TIIVISTELMÄ

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Liiketalouden koulutusohjelma

SUIKKANEN, TANJA

Kotipalvelu RM & RiEsa Oy asiakastyytyväisyystutkimus

30 sivua + 3 liitesivua

Työn ohjaaja

Lehtori Päivi Korhonen

Toimeksiantaja

Kotipalvelu RM & RiEsa Oy

Elokuu 2014

Avainsanat

laatu, asiakastyytyväisyys, kotipalvelu.

Opinnäytetyön aiheena oli asiakastyytyväisyystutkimus Kotipalvelu RM & RiEsa Oy:lle. Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää asiakkaiden tyytyväisyys yrityksen palveluita ja sen työnlaatua kohtaan. Tutkimuksessa asiakastyytyväisyyslomakkeet jaettiin yksityis- ja yritysasiakkaille. Tutkimuksen teoriaosiossa aiheena käsiteltiin tervettä, kotipalvelua ja sen asiakasryhmiä, asiakastyytyväisyyttä ja laatua. Teoriaosion aiheet tukivat hyvin asiakastyytyväisyystutkimusta.

Asiakastyytyväisyystutkimuksessa käytettiin kyselylomaketta, joka sisälsi monivalintakysymyksiä ja lomake täytettiin kirjallisesti. Kysymysten tarkoituksena oli selvittää miten tyytyväisiä asiakkaat ovat tällä hetkellä yrityksen palveluihin ja työn laatuun. Kyselyitä lähetettiin 23 asiakkaalle ja vastauksia saatiin 13 henkilöltä.

Tutkimustuloksien perusteella suurin osa asiakkaista on hyvin tyytyväisiä palvelun laatuun ja yrityksen palveluihin. Vastaajien joukkoon mahtui myös henkilöitä, jotka eivät antaneet lainkaan mielipidettä tai osanneet sanoa ovatko tyytyväisiä vai tyytymättömiä yrityksen eri osa-alueisiin. Tulevaisuudessa yritys voisi useammin tehdä asiakastyytyväisyyskyselyitä, tai kerätä asiakkaiden mielipiteitä, jotta se voisi kehittää toimintaansa asiakkaiden mielipiteiden avulla.

## ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Business Management

Tanja Suikkanen

Bachelor's Thesis

Supervisor

Commissioned by

March 2014

Keywords

Kotipalvelu RM & RiEsa Oy customer satisfaction survey

30 pages + 3pages of appendices

Päivi Korhonen, Senior lecturer

home help service RM & RiEsa Oy

quality, customer satisfaction, home help service

The subject of this bachelor's thesis was customer satisfaction research to home help services RM & RiEsa. The Purpose of this research was to examine customers' satisfaction with the services and the quality of the work. In the research customer satisfaction forms were distributed for private and business customers. In the theoretical section, deals with the subject of health, home help service and its customer groups, customer satisfaction and quality. The theory of partition topics support well the a customer satisfaction research.

In the Customer satisfaction research was using questionnaire, which included multiple-choice questions and the questionnaire was completed by writing. The purpose of the questions was to find out how satisfied customers are currently with the company's services and the quality of work. Questionnaires were sent to 20 clients and responses were received from 12 people.

This research showed that the majority of customers are very satisfied with the quality of the service and the company's services. Among the respondents also included individuals who did not provide any opinion or could not say whether they were satisfied or dissatisfied with the company's various areas. In the future, the company could do more satisfaction surveys or to collect the opinions of the customers up in order to develop their activities in the client's opinions help.

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO	5
2	KOTIPALVELURM & RIESA OY	6
	2.1 Kotipalvelun asiakaskunta	6
	2.2 Historia	7
3	TOIMIALANA KOTIPALVELU	8
	3.1 Kotipalvelun tarkoitus ja tavoite	8
	3.2 Kotipalvelun asiakasryhmät	9
4	TERVEYDEN EDISTÄMINEN KUNNASSA	10
	4.1 Lähestymistapoja terveyden edistämiseksi	10
	4.2 Ikääntyvä kansa ja sen hoidon tarve	11
5	PALVELUN LAATU	12
	5.1 Palvelun laadun kehittäminen	12
	5.2 Laadun mittaaminen	13
	5.2.1 Asiakastyytyväisyys	13
	5.2.2 Asiakastyytyväisyysmittauksen lajit	14
6	KOTIPALVELURM & RIESA OY ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUS	16
	6.1 Asiakastyytyväisyyslomakkeen suunnittelu	16
	6.2 Tutkimuksen toteutus ja sen tavoite	17
	6.3 Kyselyn tulokset	17
7	POHDINTA	27
8	YHTEENVETO	28
	LÄHTEET	29

## LIITTEET

Liite 1. Kyselylomakkeet saatekirje

Liite 2. Tyytyväisyyskysely asiakkaille

## 1 JOHDANTO

Vanhusten määrä lisääntyy kovaa vauhtia Suomessa ja samalla kotipalvelun tarve kasvaa. Moni vanhempi ihminen haluaa asua omassa kodissaan mahdollisimman pitkään ja välttää ennenaikaisen laitospalvelun, mutta aina se ei ole mahdollista, koska läheisillä tai omaisilla ei aina ole mahdollista käydä katsomassa vanhusta kotona. Kotipalvelun avulla vanhuksella on mahdollista saada palvelua kotiin ja yksinäinenkin vanhus saa samalla seuraa ja tukea arjen eri haasteissa. Näin säilytetään asiakkaan itsemääräämisoikeus ja asiakas pystyy omatoimisesti toimimaan mahdollisimman pitkään.

Kun kotipalvelun tarve kasvaa on myös syytä kiinnittää huomioita palvelun laatuun ja asiakastyytyväisyyteen, sillä asiakkaat maksavat palvelusta ja odottavat, että palvelu täyttää kaikki odotukset. Asiakastyytyväisyys on tärkeä painopiste yritykselle ja nykyään kilpailevat yritykset erottuvat toisistaan asiakastyytyväisyydellä. Asiakastyytyväisyyteen onkin hyvä panostaa tekemällä säännöllisesti esimerkiksi asiakastyytyväisyystutkimuksia. Tutkimusten avulla yritys pystyisi kehittymään ja asiakas kokisi samalla, että häntä kuunnellaan ja mielipidettä arvostetaan.

Riitta Salonen on jo vuodesta 2008 pyörittänyt kotipalveluyritystä, mutta mitään asiakastyytyväisyystutkimusta ei ole aikaisemmin yritykselle tehty. Yritys on vain ainoastaan saanut asiakkailtaan suullista palautetta työn ohessa. Riitta Salonen ehdottikin, että tekisin hänelle toimeksiantona asiakastyytyväisyystutkimuksen, koska tiesi, että tarvitsen opinnäytetyöaiheen. Opinnäytetyötä aloin suunnittelemaan jo alkukesästä. Haastattelin Riitta Salosta ja kyselin muun muassa yrityksen historiasta, asiakkaista ja työtehtävistä. Kävin myös jopa itse siivoamassa Riitta Salosen apuna, jotta näkisin mitä työpäivään sisältyy.

Kyselylomakkeen halusin pitää yksinkertaisena, mutta samalla kysyä asiakkailta olennaisia kysymyksiä, joista yritys voisi hyötyä. Esimerkiksi Riitta Salonen on valmistumassa lähihoitajaksi, ja hänelle olisi tärkeää tietää, kokevatko asiakkaat tärkeäksi, jos terveydenhuoltopalvelu liitettäisiin myös kotipalveluun. Kyselylomaketta käytin tarkastettavana kahdella opettajalla ja lopuksi lähetin työn ohjaajalleni. Tutkimusmenetelmänä käytin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta. Kirjallista lähdettä käytin tukena tutkimuksessa ja pyrin käyttämään sitä mahdollisimman monipuolisesti.

## 2 KOTIPALVELURM & RIESA OY

Vaikka yritys ei ole kuin muutaman vuoden vanha, on yritys kokenut muutoksia ja samalla yrityksestä on muotoutunut perheyritys Savitaipaleelle. Tällä hetkellä yrityksessä työskentelee Riitta, Esa ja Maiju Salosen lisäksi kolme ulkopuolista työntekijää. Yritys on perustettu 16. huhtikuuta 2008, mutta marraskuussa vuonna 2013 yritys rekisteröitiin osakeyhtiöksi, kun perheen isä Esa Salonen yhdisti oman yrityksensä Riitta ja Maiju Salosen omistamaan avoimeen yhtiöön. Maiju ja Riitta Salonen ja kolme muuta työntekijää hoitavat asiakkaat, jotka tarvitsevat apua esimerkiksi siivouksessa, kylvetyksessä ja muissa arjen askareissa. Esa Salonen hoitaa kaikki pienremontit, kotitalkkari ja kiinteistöhuolto tarpeet. (Salonen2014.)

Yhtiön toimiala on koti- ja siivouspalvelut, kiinteistöhuolto ja kotitalkkaripalvelut, pienremontit ja tarkemmin voi kuvata, että toimialaan sisältyy esimerkiksi tekstiili- ja vaatehuolto, avustus ja asiointi kaupassa ja tarvittaessa hoidetaan ruokahuolto, kylvetyt, pihatyöt ja lääkärikäynnit. (Salonen 2014.)

### 2.1 Kotipalvelun asiakaskunta

Asiakkaina yrityksellä on esimerkiksi lapsiperheitä, sotainvalideja, eläkeläisiä ja isompia yrityksiä kuten Savikunto Oy fysikaalinen hoitolaitos. Yrityksellä on reilut 50 asiakasta ja asiakkaiden luona käydään tarvittaessa päivittäin tai viikoittain riippuen asiakkaan tarpeesta. Riitta Salonen kertoo myös haastattelussa sen, että *näkövammaisten luona siivoustyön pitää olla tarkkaa ja huolellista, koska siivouksen jälkeen tavaroiden on oltava samoissa paikoissa.* (Salonen2014.)

Suurin osa yrityksen asiakkaista asuu Savitaipaleella ja sen lähikunnissa, ja joskus työmatka saattaa olla hieman pidempi, jos asiakas asuu esimerkiksi Lappeenrannassa. Yrityksen etuna onkin se, että asiakas opitaan tuntemaan hyvin, koska asiakaskäyntejä saattaa olla useita kertoja kuukaudessa. Lisäksi etenkin iäkkäät ihmiset hyötyvät asiakaskäynneistä, koska he saattavat viettää suurimman osan päivästä yksin, jolloin kotipalvelu auttaa myös siinä, että vanhus saa palvelun lisäksi seuraa ja saa mahdollisuuden kertoa asioistaan luottamuksellisesti. (Salonen2014.)

## 2.2 Historia

Liikeidea sai alkunsa, kun tehdas lopetettiin Voikkaalla Kouvolassa ja Riitta Salonen jäi työttömäksi 35 vuoden työkokemuksen jälkeen. Riitta Salonen kuitenkin sai Lappeenrannan Vaneritehtaalta töitä, mutta haaveena oli päivätyö, koska hän oli suurimman osan elämästä tehnyt kolmivuorotyötä. 16. huhtikuuta 2008 Riitta Salonen ja hänen ystävänsä perustivat avoimen yhtiön Savitaipaleelle. Riitta Salonen otti samalla tehtaalta virkavapaata, jotta olisi aikaa enemmän panostaa yritykseen ja tehdä samalla yrityksestä kannattava. Vaikka starttiraha auttoi yritystä hyvin alkuun, näkyi kokemattomuus yrityksen pyörittämisessä ja Riitta Salonen kertoi, että esimerkiksi laskutus tuotti ongelmia, koska se piti itse opetella. Riitta Salonen suoritti yritystä varten kotipalvelun ammattitutkinnon, jotta sai ammattipätevyyden. Vuonna 2009 Riitta Salosen tytär Maiju Salonen palkattiin työntekijäksi yritykseen. (Salonen 2014.)

Vuonna 2011 Riitta Salosen ystävä perusti oman yrityksen ja Riitta Salonen otti tyttärensä yhtiökumppanikseen. Osa yhteisistä työtehtävistä jakautui muutoksen myötä ja Riitalle jäi laitossiivoukset. Vaikka työt jakautuivat, niin kirjanpitäjän mukaan myynti ja tulos lisääntyivät. Lisäksi ammattitaito ja luotettavuus kasvoivat yrityksessä. Aluksi yritystä ei mainostettu, mutta myöhemmin ryhdyttiin mainostamaan lähipaikkakuntien paikallislehdissä. (Salonen2014.)

Viime vuoden puolella perheen kolmas jäsen eli aviomies Esa Salonen liittyi myös yritykseen, koska katsottiin, että ei ole järkeä hoitaa kahta erillistä yritystä samassa taloudessa. 12. marraskuuta 2013 yritys rekisteröitiin osakeyhtiöksi ja vuoden 2014 alussa yritys alkoi virallisesti toimia osakeyhtiönä. Perheen lisäksi yrityksessä työskentelee kolme ulkopuolista työntekijää, koska asiakasmäärä on lisääntynyt ja tytär Maiju Salonen on äitiyslomalla. Tällä hetkellä Riitta Salonen opiskelee myös lähihoitajaksi, jotta voi tarvittaessa yhdistää myös terveydenhoitupuolen yritykseen, jos asiakkaat kokevat terveydenhuolto puolen tarpeelliseksi. (Salonen2014.)

Riitta Salonen näkeekin paljon hyvää yrityksen perustamisessa. Esimerkkinä hän sanoi seuraavaa: *työmatka lyheni, vaikka työpäivä voi helposti välillä venyä 12 tunnin mittaiseksi. Lisäksi aikaisempi työ oli yksinäistä, mutta nyt saa päivittäin tavata ihmi-*

*siä. Työmoraali on myös paljon korkeammalla, kun on itse yrittäjänä tekemässä työtä itselleen. (Salonen 2014.)*

### 3 TOIMIALANA KOTIPALVELU

Kotipalvelut voidaan jakaa kahteen osaan. Ensimmäiseen osaan kuuluvat kaikki ne asiat, joissa apua tarjoaa kotiavustaja tai kodinhoitaja. Asiakas saattaa tarvita kotonaan muun muassa huolenpitoa ja tukea. Toiseen osaan sisältyvät erilaiset tukipalvelut kuten esimerkiksi kylvytys- ja ateriapalvelut. Tukipalvelut voivat myös edistää asiakkaan sosiaalista elämää. Eri asiakasryhmillä on oikeus saada kotipalveluja kunnalta. Kunnan tulee huomioida asiakasryhmien tarpeet ja eivätkä asiakasryhmien asuinpaikat saa vaikuttaa avun saantiin. Kunnan tuleekin järjestää apua vuorokauden ympäri, tarvittaessa myös viikonloppuisin. (Kotipalvelut ja kotihoito kunnissa 2012,3.)

#### 3.1 Kotipalvelun tarkoitus ja tavoite

Valviran Sosiaali- ja terveystieteiden tutkimuskeskuksen (2006,2) mukaan kotipalvelulla on merkittäviä ja tärkeitä tavoitteita, jotka vaikuttavat monenlaisiin asiakkaisiin. Esimerkiksi vanhuksella tulisi olla mahdollisuus asua omassa kodissaan mahdollisimman pitkään, jotta laitoshoidon tarve samalla vähentyisi. Lisäksi kotipalvelut pitävät tavoitteena, että pystyvät auttamaan asiakastaan tulemaan toimeen omassa kodissaan, jotta asiakkaalla säilyisi itsenäinen elämä vaivasta riippumatta. Kotipalvelulla tuetaan myös tarvittaessa asiakkaan kuntoutusta ja toimintakykyä. Kotipalvelun avulla asiakas pystyy hakemaan apua, jotta hän suoriutuu arkielämän eri tehtävistä ja toiminnoista. (Kotipalvelut ja kotihoito kunnissa 2012,2.)

Kotipalvelun apua tarvitaan yleensä tietynlaisissa tilanteissa, jotka ovat perusteita kotipalvelun saamiseen seuraavissa tilanteissa. Asiakkaalla on voinut alentua toimintakyky eikä hän itse pysty suoriutumaan arjen haasteista. Perhetilanne saattaa muuttua, jolloin kotipalvelulle on tarvetta. Asiakas on voinut rasittua, joka johtaa siihen ettei suoriudu omatoimisesti esimerkiksi siivouksesta. Sairaus voi heikentää toimintakykyä, joka myös aiheuttaa sen, että henkilö ei pärjää arjessa yksin. Synnytys ja vamma vaikuttavat myös arkeen ja ovat perusteltuja syitä kotipalvelun saamiseen. Suomalaisessa yhteiskunnassa kotipalvelun tarve kasvaakin voimakkaasti, mikä samalla asettaa suuria vaatimuksia palveluille, joita tarjotaan kotiin. (Kotipalvelut ja kotihoito kunnissa 2012,2.) Kasvava kotipalvelun tarve merkitsee myös sitä, että yhä enemmän tarvitaan



henkilökuntaa työskentelemään kotipalveluyrityksille ja mahdollisesti tarvitaan uusia yrittäjiä kotipalvelualalle.

### 3.2 Kotipalvelun asiakasryhmät

Kotipalvelun asiakkaat voidaan jakaa neljään ryhmään; ikäihmisiin, lapsiperheisiin, vammaisiin ja pitkäaikaissairaisiin sekä mielenterveys- ja päihdehuollon asiakkaisiin. Ikäihmisiä ovat ne, jotka eivät pärjää enää yksin arjen tehtävistä heikon toimintakykynsä vuoksi. Kotipalvelun avulla taataan se, että ikäihminen saa avustusta päivittäisissä arjen toiminnoissa esimerkiksi kylvetyksessä ja pukemisessa. Kotipalvelun avulla iäkäs ihminen välttää laitoshoidon ja muut palvelumuodot. Kotipalvelu auttaa iäkästä ihmistä toimimaan myös itsenäisesti, mikä samalla voi parantaa vanhuksen elämänlaatua. Palvelu- ja hoitosuunnitelma on pakollinen ikäihmiselle ja se on laadittava säädösten mukaan. (Kotiin annettavat palvelut ja hoito 2012–2014,9-10.)

Lapsiperheillä on oikeus saada kotipalveluavustusta, jos tarvitaan tukea esimerkiksi lasten hoidossa, huolenpidossa ja asumisessa. Parhaiten kotipalvelu toimii silloin, kun työ on suunniteltua ja ennaltaehkäisevää. Kotipalvelulla tuetaan myös sitä, että perhe selviytyy arjesta. Sosiaalityöntekijä arvioi asiakassuunnitelmassa perheen ja lapsen tarpeet ja sen mukaan järjestetään palvelut. (Kotiin annettavat palvelut ja hoito, 2012–2014. 10.)

Kolmas ryhmä on vammaiset ja pitkäaikaissairaajat. Kotipalvelu auttaa arkisissa tilanteissa, joista itse ei pysty suoriutumaan ilman toisen apua tai tukea. Lisäksi kotipalvelu vastaa päivittäisistä palvelutarpeista kotona ja lähiympäristössä, jolloin asiakkaalla on mahdollisuus asua kotona. (Kotiin annettavat palvelut ja hoito 2012–2014, 11.) Itsemääräämisoikeutta painotetaan myös laitoksissa, jotta kehitysvammaiset pysyisivät aktiivisina ja tekisivät osan arkitoiminnoista itsenäisesti.

Mielenterveys- ja päihdehuollon asiakkaat muodostavat neljännen ja viimeisen ryhmän. Mielenterveys- ja päihdehuollon asiakkaat tarvitsevat usein arjen tilanteissa apua ja heillä on vaarana syrjäytyä yhteiskunnassa. Kotipalvelu pystyy auttamaan esimerkiksi taloudenhoidossa ja sosiaalisen suhteiden ylläpidossa. Ikäihmisten tavoin myös tässä ryhmässä pyritään välttämään kotipalvelun avulla laitospalvelu ja samalla kotipalvelu pyrkii avustamisella lisäämään asiakkaalle elämänlaatua. Kunnalla on kuitenkin velvollisuus järjestää tuki- ja palveluasumismahdollisuus, jos asiakas tarvitsee sitä

lääkinnällisistä syistä tai kuntoutumisen vuoksi. (Kotiin annettavat palvelut ja hoito 2012–2014, 11.)

#### 4 TERVEYDEN EDISTÄMINEN KUNNASSA

Ihminen vaikuttaa omilla teoillaan ja valinnoillaan omaan terveyteen, ja se voi joko vahvistua tai heikentyä. Terveyteen voi myös vaikuttaa ihmisen toimintaympäristö ja yhteiskunnan poliittiset päätökset, jotka voivat heikentää tai parantaa väestön terveyttä. Kunnan johdon ja muiden eri hallinnonalojen tehtävänä ja vastuuna onkin huolehtia, siitä että henkilöllä on mahdollisuus hakea apua tarvittaessa. Terveysnäkökohdat on otettava huomioon kaikissa toiminnoissa ja toimialoilla, joten kuntien toiminnassa terveyden edistäminen on hyväksyttävä kuntapolitiikan toimintalinjaksi. Terveyden edistämiseksi on katsottava laajasti toimintoja ja sen tavoitteita, jotka lisäävät väestön terveyttä ja vähentävät samalla väestöryhmien terveyseroja ja mahdollisesti ennaltaehkäisevät myös sairauksia. Tavoitteet on hyväksyttävä kunnassa ja lisäksi tavoitteita seurataan ja arvioidaan kunnan toimintakertomuksessa. (Terveyden edistämisen laatusuositus 2006,15–16.)

##### 4.1 Lähestymistapoja terveyden edistämiseksi

Kunnan toiminnan tilanteesta riippuen on erilaisia lähestymistapoja, joiden avulla voidaan tarkastella terveyden kehitystä. Jotta tavoitteita voidaan asettaa, tulee toiminnan sisältöjä tarkastella. Sisältökysymyksiä voi olla Sosiaali- ja terveysministeriön tekemän julkaisun (2006,17) mukaan esimerkiksi ravitsemus, väestöryhmien terveyserot, tapaturmat, terveellinen ympäristö ja päihteiden käyttö. (Terveyden edistämisen laatusuositus 2006,17.)

Sisältökysymykset on rajattava ja niiden pitää koskea tiettyjä kohderyhmiä, jotta tavoitteiden saavuttaminen saadaan määriteltyä. Kohderyhmätarkastelu voidaan kohdistaa koko väestöön (väestöstrategia) tai riskiryhmiin (riskiryhmästrategia) valitsemalla esimerkiksi ikäryhmät. Kohderyhmiä voidaan myös jakaa sukupuolen mukaan, alueellisesti tai erityisryhmien mukaan. (Terveyden edistämisen laatusuositus 2006,17.)

Toimintaympäristölähtöinen tapa on yksi tapa lähestyä terveyttä, jolloin tarkastellaan erilaisia toimintoja. Esimerkkinä toimintaympäristöstä voi olla asuinympäristö tai eri politiikan osa-alueet. Viimeinen lähestymistapa käsittää työtavat ja toimintakäytännöt. Tässä lähestymistavassa arvioidaan muun muassa yhteisöllistä toimintaa, terveystieteen toiminnallisuutta, ja sitä kuinka politiikalla pystytään vaikuttamaan. (Sosiaali- ja terveysministeriö, Terveyden edistämisen laatusuositus 2006,17.)

Jotta tavoitteet onnistuvat terveyden edistämisessä, sosiaali- ja terveysministeriön julkaisun(2006,17–18) mukaan tavoitteiden toteutuminen tarvitsee seuraavia toimivia rakenteita ja käytäntöjä kunnissa: toimintaa tukeva lainsäädäntö, hyvinvointitiedon saatavuus ja tietojärjestelmät, hallinnonrajat ylittävän vastuun ja toiminnan kattava johtamisjärjestelmä sekä sovitut johtamiskäytännöt, palvelujen organisointi ja toimintakäytännöt, voimavarat, osaaminen, yhteistyö ja osallistuminen. (Terveyden edistämisen laatusuositus 2006,18.)

#### 4.2 Ikääntyvä kansa ja sen hoidon tarve

Ikääntyvien määrä kasvaa Suomessa nopeasti ja tämä näkyy myös Tilastokeskuksen väestöennustuksissa. Yhä useampi suomalainen kuolee yli 75-vuotiaana ja tämä nostaa suomalaisten keski-ikää. Vuonna 2006 Suomessa asui noin 870 000 65 vuotta täyttänyt suomalaista, mutta vuoteen 2030 luvun arvioidaan nousevan 1,4 miljoonaan. Yli 85-vuotiaiden suomalaisten määrä on myös kasvamassa kovaa vauhtia. (Valtakunnallinen terveydenhuollon eettisen neuvottelukunnan raportti 2008,5.)

Ikääntyvien ihmisten tulisin saada hoitoa ja palvelua ongelmitta ja mahdollisesti myös kotiin, sillä yhä useampi haluaa asua kotona ja säilyttää itsenäisen elämän mahdollisimman pitkään. Ikääntyminen näkyy kaikissa ihmisissä eri tavoin mutta fysiologisiin muutoksiin kukaan meistä ei voi vaikuttaa. Esimerkiksi erilaiset krooniset sairaudet lisääntyvät ja elintoiminnot muuttuvat ikääntymisen myötä. Nykypäivänä moni vanhuksista on yhä terveempi ja hyväkuntoisempi, jolloin omassa kodissa asuminen on mahdollista. Vanhuksen toimintakyky kuitenkin heikkenee vuosi vuodelta jolloin toisen apu ja tuki on yhä tärkeämpää. (Valtakunnallinen terveydenhuollon eettisen neuvottelukunnan raportti 2008,5-6.) Tukea voi antaa esimerkiksi läheinen tai ammattilainen.

Hoitotarvetta suunniteltaessa vanhuksen tilannetta arvioidaan ammattihenkilöiden avulla. Ammattihenkilön tulee tilanteen arvioimiseksi huomioida vanhuksen kunto, vanhuksen historia, joka liittyy terveyteen ja ympäristö, jossa vanhus asuu. Vanhusta tulee myös kuunnella, joten pelkkä ammattihenkilön arviointi ei riitä. Hoidon tulee olla kokonaisvaltaista hoitoa, joka tukee ja vahvistaa vanhusta erilaisissa voimavaroissa. (Valtakunnallinen terveydenhuollon eettisen neuvottelukunnan raportti 2008,7.)

## 5 PALVELUN LAATU

Palvelun laadun sisältö voidaan jakaa monella tapaa ja eräs tapa on jakaa se kovaan ja pehmeään palvelun laatuun. Kovan palvelun laadun voi määrittellä helposti ja se on kosketeltavissa käsin. Kovan palvelun laatua voi mitata erilaisilla mittareilla ja kovaan laatuun kuuluvat kaikki laskennallisesti mitattavat asiat. Laskennallisesti mitattavia asioita voivat olla Valvion (2010,79) mukaan esimerkiksi voittoprosentti, aika, prosessi, määrä, laitteet ja koneet. Kun määritellään pehmeän palvelun laatua, se on vaikeampaa kuin kovan palvelun laadun määrittely. (Valvio, 2010,79.)

Pehmeitä palvelun laatuja Valvion (2010,79) mukaan ovat kaikki ne asiat, jotka liittyvät ihmisiin esimerkiksi huomio, suvaitsevaisuus, sitoutuneisuus, sopiminen, arvot ja ihmiset kokonaisuudessaan. Kovalle ja pehmeällä palvelun laadulle tulisikin löytää tasapaino, eikä korostettaisi pelkästään toista, koska molemmat ovat laadun kannalta tärkeitä asioita. (Valvio, 2010,79–81.)

Asiakkaan kokemus vaikuttaa lopulta siihen, oliko palvelu hyvää vai huonoa, vaikka itse palvelun tuottaja näkisi asian toisin. Asiakas arvioi palvelun laadun palvelukokemuksen kautta ja siitä syntyneen tunteen avulla. Palvelutilanteessa asiakkaalle syntyy odotuksia ja asiakas tekee samalla käytännön havaintoja, jotka vaikuttavat palvelun laadun arviointiin. Tuottaja arvioi palvelun laadun omien käytettyjen voimavarojen ja panostuksen kautta, jolloin asiakaskokemus unohtuu. (Rissanen, 2006,17.)

### 5.1 Palvelun laadun kehittäminen

Palvelun laadun kehittämiseen käytetään projektia, koska sitä työtapaa pidetään toimivana, turvallisenä ja tehokkaana. Projektia työtapana on myös helppo hallita, kun tiedetään päämäärä. Projektin myötä kannustaa tekijöitä ja motivoi. Kaikki kehityshankinnat ja projektit, jotka toteutetaan yritystoiminnassa, tehdään asiakasta varten. Rissanen

(2006,217) mukaan kehityshankkeiden pyrkimys on tuoda lisäarvoa asiakkaalle ja luoda uusia tuotteita, jotka liittyvät palveluun. Parhaiten projekti onnistuu, kun se tehdään asiakkaan kanssa yhdessä. Jotta hyviin tuloksiin päästään projektissa, edellytyksenä on se että, asiakkaan tarpeet ja odotukset tiedetään syvällisesti. Lisäksi asiakkaan hyötyjen jakaminen on tärkeää. Kun asiakas pääsee vaikuttamaan kehitysprojektin avulla palvelun laatuun, hän kokee saavansa erinomaista asiakaspalvelua ja samalla asiakas kokee sen, että hänen mielipidettään arvostetaan. (Rissanen, 2006,217.)

## 5.2 Laadun mittaaminen

Asiakkaat, henkilökunta, johto ja omistajat muodostavat yrityksen tukipilarin. Asiakastyytyväisyyttä onkin tärkeä mitata, koska se on asiakkaalle sama kuin laatu. Laatu vaikuttaa myös työtyytyväisyyteen ja mitä laadukkaampi työympäristö sitä tyytyväisempi on henkilökunta. Laatukustannuksia mittaamalla omistajat saavat tietää, kuinka paljon yritys on tuottanut laatua rahallisesti. Johdon tulee käyttää kaikkia mittareita laadun mittaamiseen, koska se on vastuussa siitä, että yrityksen sisä- ja ulkopuolella olevat tukipilarit ovat tyytyväisiä. (Järvelin, Kvist, Kähäri & Rääkkönen, 1992,41.)

Kun mittareita hyödynnetään oikein, ne tukevat toisiaan ja pidemmällä aikavälillä kustannukset supistustuvat ja työtyytyväisyys paranee. Näistä muutoksista asiakaskin hyötyy. Mittaamiseen käytetään myös toiminnan mittareita, jotka mittaavat esimerkiksi käytettyä aikaa, jota on kulutettu johonkin tehtävään. Toiminta tulee määritellä ennen mittaamista, jotta voidaan käyttää oikeaa toiminnan mittaria. Toiminnassa voi myös ilmetä ongelmia, jolloin voi käyttää mittaamisen ohessa menetelmiä, jotka tuovat esille kyseiset ongelmat. (Järvelin ym. 1992,41.)

### 5.2.1 Asiakastyytyväisyys

Asiakastyytyväisyys määritellään laaduksi, joten yritysjohto on panostettava asiakastyytyväisyyden eri osa-alueisiin. Yritysjohto on panostettava erityisesti siihen, että vanhoja asiakassuhteita parannetaan, uusia asiakkuussuhteita luodaan ja samalla mitataan asiakastyytyväisyyttä. (Lahtinen & Isoviita 1998,103.)

Asiakas kokee laadun syntyneen, kun tuote vastaa odotuksia ja palvelu on ollut enemmän kuin hyvää. Asiakkaan odotukset eivät aina liity pelkästään tuotteeseen vaan siihen voivat vaikuttaa myös monenlaiset toimenpiteet mitä yrityksessä tapahtuu. Asiakkaan odotuksiin vaikuttavat muun muassa kokemukset, muiden ihmisten mielipiteet ja huhut, sekä mielikuvat yrityksestä. (Lahtinen & Isoviita 1998,103.)

Panostamalla kunnolla asiakastyytyväisyyteen ja erityisesti asiakkaiden palvelemiseen, yritys voi saada etumatkaa kilpaileviin yrityksiin. Empatia, avuliaisuus, vahvat vuorovaikutustaidot ja erityiset kohtelutilanteet asiakaspalvelussa ovat sellaisia, joita kilpailevien yritysten on vaikea matkia toisiltaan. Asiakkaasta tulee aidosti välittää ja auttaa asiakasta, jos asiakas on joutunut ongelmiin yrityksen vuoksi. (Lahtinen & Isoviita, 1998,64.)

Kun asiakkaat ovat tyytyväisiä palveluun, on hyvinkin todennäköistä, että asiakkaat tulevat tekemään uudelleen ostoksia, kertovat yrityksestä eteenpäin ja ovat uskollisia yritykselle. Tyytyväiset asiakkaat vähentävät kustannuksia muun muassa markkinoinnissa ja lisäävät samalla yrityksen kannattavuutta ja sen kautta syntynyttä myyntituloista. Yrityksen tulee olla aktiivinen, jotta saadaan lisää kanta-asiakkuuksia ja asiakas saadaan ostamaan myös jatkossa tuotteita. (Lahtinen & Isoviita, 1998,64.)

### 5.2.2 Asiakastyytyväisyysmittauksen lajit

Asiakastyytyväisyystutkimuksia käytetään silloin, kun halutaan mitata asiakaspalvelun onnistumista. Tutkimuksen avulla saadaan tietoa kaikesta mitä sisältyy palvelutilanteeseen ja sen ympäristöön. Tutkimuskohteina on muun muassa tilojen viihtyvyys eli ympäristö missä palvelu tapahtuu, asiakkaiden kokema ensi reaktio yrityksestä, palvelun ystävällisyys ja työntekijöiden ammattitaito palvelutilanteessa. (Lahtinen & Isoviita 1998,64.)

Asiakastyytyväisyysmittaus voidaan jakaa kahteen osaan: strategiseen eli kertatutkimuksiin ja operatiiviseen mittaukseen, joka on jatkuvaa mittaamista. (Järvelin ym. 1992,44). Kun tutkitaan asiakastyytyväisyyttä, se aloitetaan strategisella mittauksella. Strateginen mittaus antaa vastauksen, kun halutaan selvittää tekijät, jotka vaikuttavat asiakastyytyväisyyteen. Lisäksi mittaus antaa vastauksen siihen, kuinka iso merkitys on eri tekijöillä kokonaisuuteen ja asiakastyytyväisyyden taso. (Järvelin ym. 1992,45.)

Vastausten perusteella selviää yrityksen asiakastytyväisyyden tilanne ja se onko josakin osatekijöissä parannettavaa. Vastaukset mahdollistavat myös sen, että operatiivinen mittaus voidaan aloittaa. Kun tekee ensimmäistä kertatutkimusta, se kannattaa antaa ulkopuoliselle tutkimusyriykselle, koska ulkopuolinen tutkija on yleensä puolueeton tulosten suhteen. Ulkopuolisella tutkimusyriyksellä on myös käytössään tutkimusmenetelmiä, jotka varmistavat sen, että tulokset ovat luotettavia. (Järvelin ym. 1992,45–46.)

Kertatutkimus voidaan tehdä esimerkiksi parin vuoden välein. Toistamalla tutkimus voidaan tarkkailla ja vertailla kuinka asiakastytyväisyys on kehittynyt edellisestä tutkimuksesta. Uudessa asiakastytyväisyystutkimuksessa voidaan hyödyntää aiempia asiakastytyväisyyden tekijöitä, kun tehdään uutta tutkimusta. (Järvelin ym. 1992,46.)

Kertatutkimus on hyvä tehdä silloin kun yrityksen ympärillä tapahtuu muutoksia. Muutoksia voi olla esimerkiksi, että yritys on investoinut rahaa johonkin isoon hankkeeseen, yritys on saanut uusia kilpailijoita tai markkinamuutokset. Edellä mainitut asiat vaikuttavat helposti asiakkaiden odotuksiin, ja asiakastytyväisyyteen liittyvät tekijät voivat muuttua muutoksen myötä. (Järvelin ym. 1992,46.)

Kertatutkimuksessa yleisimmät tutkimusmenetelmät ovat kvalitatiiviset haastattelut tai ryhmäkeskustelut. Kvalitatiivisissa haastatteluissa käydään keskustelua vapaamuotoisesti ja keskustelujen aikana selvitetään haastateltavien näkemyksiä asiakastytyväisyydestä ja siihen liittyvistä tekijöistä. Haastattelussa pitää panostaa siihen, että asiakastytyväisyydestä saadaan mahdollisimman laaja kuva. Ryhmäkeskustelun avulla selvitetään asiakastytyväisyyden osatekijöitä. Ryhmäkeskusteluihin osallistuvat yleensä yrityksen sen hetkiset asiakkaat. (Järvelin ym. 1992,47.)

Kertaluontoiseen asiakastytyväisyystutkimukseen sopii parhaiten kirjekysely, vaikka siihen liittyy ongelmana persoonattomuus, jonka vuoksi vastausten määrä voi jäädä alhaiseksi. Kyselylomakkeen avulla voidaan kuitenkin kysyä riittävä määrä kysymyksiä, jotta asiakastytyväisyys voidaan selvittää. (Järvelin ym. 1992,48.)

Operatiivinen asiakastytyväisyysmittaus on jatkuvaa mittaamista. Kun yritys seuraa jatkuvasti asiakastytyväisyyttä, se pystyy reagoimaan nopeasti muutoksiin, jotka liittyvät asiakkaiden tarpeisiin. Nopea reagoiminen edesauttaa suunnittelemaan tuote

odotusten mukaiseksi. Yrityksen prosesseissa voi myös ilmetä laatuongelmia ja operatiivinen mittaus tuo ongelmat esiin välittömästi. (Järvelin ym. 1992,51.)

Kun ongelmaan puututaan välittömästi se auttaa siihen, ettei asiakastyytyväisyys heikkene yrityksessä. Jatkuva mittaaminen tuo myös esiin sen, kuinka paljon muutokset ovat riippuvaisia mittausajankohdasta. Esimerkiksi viikonpäivät voivat vaikuttaa asiakkaan ostokäyttäytymiseen, jolloin yrityksen on osattava reagoida ajoissa asiakkaan ostotarpeisiin. (Järvelin ym. 1992,51.)

## 6 KOTIPALVELURM & RIESA OY ASIAKASTYTYVÄISYYSTUTKIMUS

Tutkimuksessa käytin kvantitatiivista tutkimusmenetelmää, jonka avulla saadaan käsitys asiakastytyvyyden määrästä. (Ylikoski, 2001,160). Asiakastytyväisyystutkimuksessa käytettiin lomakkeita, jotka piti kirjallisesti täyttää. Kysymykset olivat kaikille samat ja avoimia kysymyksiä ei lomakkeessa ollut. Kyselylomakkeet jaettiin asiakkaille asiakaskäynneillä ja vastaukset lähetettiin postitse, jotta kyselyn luotettavuus säilyisi.

### 6.1 Asiakastytyväisyyslomakkeen suunnittelu

Kyselylomakkeen suunnittelu aloitettiin jo kesällä, kun haastattelin Riitta Salosta kotipalveluyrityksestä. Kirjoitin haastattelun yhteydessä asioita muistiin, joista kotipalveluyritys voisi hyötyä tutkimuksessa. Alkusyksystä aloin suunnitella lomakkeen rakennetta ja olin yhteydessä opettajiin, jotka auttoivat minua tarvittaessa. Lomakkeesta halusin tehdä yksinkertaisen ja selkeän, koska kotipalvelun asiakaskunta koostuu suurimmaksi osaksi iäkkäistä ihmisistä.

Iäkkäiden asiakkaiden vuoksi päädyin myös kirjalliseen lomakkeeseen, koska monella ei ole käytössä tietokonetta. Kysely pidettiin nimettömänä, jotta asiakkaat vastaisivat mahdollisimman rehellisesti kyselyyn. Lomake liitteessä 2 oli kaikille sama ja avoimia kysymyksiä ei lomakkeessa käytetty vaan monivalintakysymyksiä. Lomakkeessa muun muassa kysyttiin perushenkilötiedoista, asiakastyypistä (yritys vai yksityinen), asunnosta, palvelun laadusta, puhtaudesta siivouksen jälkeen, yrityksestä ja asiakaspalvelusta.



## 6.2 Tutkimuksen toteutus ja sen tavoite

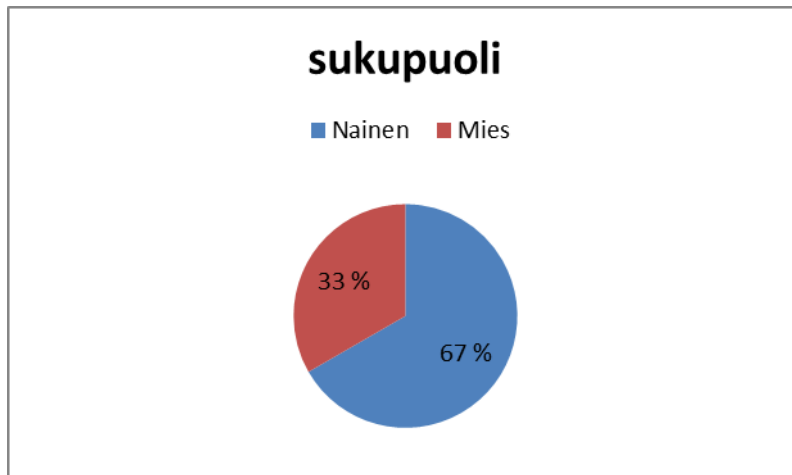
Riitta Salosen haastattelun jälkeen sain laajan käsityksen kotipalvelualasta ja sen toimenkuvista. Lisäksi käytin terveysalan kirjallisuutta tukena tutkimuksessa, jotta tutkimuksesta ei tulisi liian suppea. Sain myös itse olla osana kotipalveluyrityksessä, kun työskentelin Riitta Salosen kanssa yhden päivän. Työskentelin myös eräässä laitoksessa kehitysvammaisten parissa, jotta näkisin mitä laitoshoido pitää sisällään ja kuinka paljon kehitysvammaiset saa itsemääräämisoikeutta, vaikka ovat laitoksessa eivätkä kotona.

Kun kyselylomake oli hyväksytty opettajilla, lähetin lomakkeen Riitta Saloselle ja hän tulosti lomakkeet asiakkaille. Lomakkeita piti lähettää alun perin noin reilulle 40 asiakkaalle, mutta lomakkeita jaettiin asiakkaille puolet vähemmän. Vastausaikaa annettiin pari viikkoa mutta vastausaikaa piti loppujen lopuksi pitkittää, koska Riitta Salosen kiireellisen aikataulun vuoksi vastauksia ei saapunut tarpeeksi ajallaan. Lomakkeita jaettiin asiakaskäynneillä yritys- ja yksityisasiakkaille ja vastaukset tulivat minulle postitse.

Kotipalvelu RM & RiEsa Oy:lle ei ole aikaisemmin tehty asiakastyytyväisyystutkimusta, joten tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, miten tyytyväiset asiakkaat ovat yrityksen toimintaan ja palvelun laatuun. Tutkimuksen avulla yritys näkee asiakkaiden mielipiteet ja tarvittaessa pystyy muuttamaan toimintatapaansa tutkimuksen tulosten avulla.

## 6.3 Kyselyn tulokset

Vastauksia tuli kaiken kaikkiaan 13 kappaletta ja vastauksia lähetettiin 23 henkilölle. Vastausprosentiksi muodostui siis 56 prosenttia eli yli puolet vastasi kyselyyn. Kyselylomakkeessa oli osa-alueita joihin ei vastattu lainkaan tai sitten oli kirjoitettu kommenttia kysymysten perään. Kaksi henkilöä jätti kokonaan vastaamatta lomakkeisiin, vaikka lomakkeet heille jaettiin. Vastauksia odotettiin enemmän mutta tutkimus saatiin kuitenkin tehtyä saapuneiden vastausten perusteella.



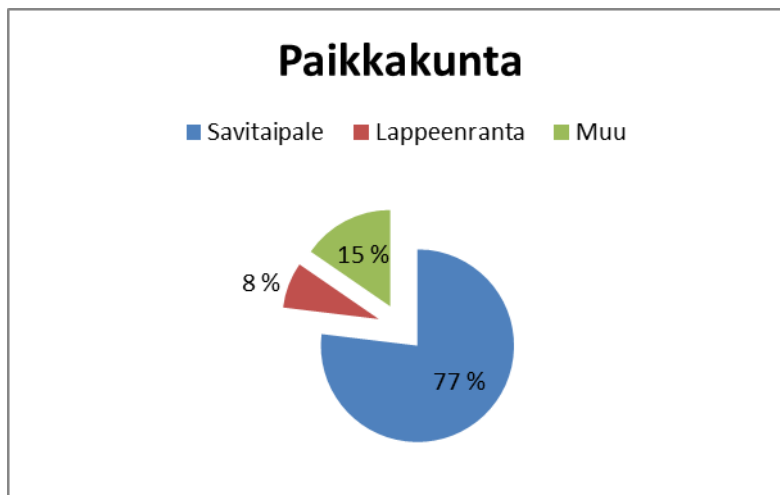
Kuva 1. Vastanneiden sukupuolijakautuma prosentteina

Kyselylomakkeita jaettiin naisille sekä miehille. Kuvan 1 perusteella voidaan kuitenkin todeta, että naiset ovat aktiivisemmin vastanneet lomakkeisiin kuin miehet. Vastaus on annettu prosentteina ja naisilta tulleita vastauksia oli 8 kappaletta ja miehiltä neljä kappaletta. Sukupuolijakaumaan vaikuttaa myös se, että suurin osa kotipalvelun asiakkaista on naisia.



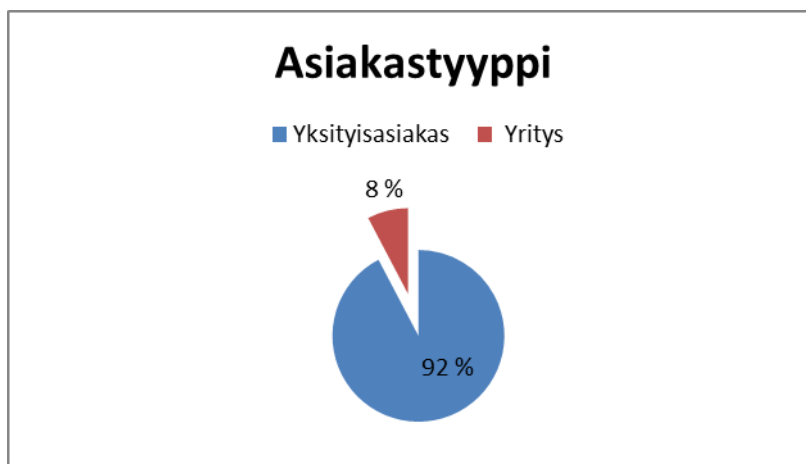
Kuva 2. Ikäjakauma vastanneiden kesken.

Kotipalveluyrityksellä asiakaskunta koostuu iäkkäistä ihmisistä ja se näkyy myös vastannaiden ikäjakaumassa. Kuvassa 2 näkyy, että melkein kaikki kyselylomakkeeseen vastanneet asiakkaat ovat yli 60-vuotiaita ja yrityksellä on yksittäisiä asiakkaita jotka ovat alle 60 vuotta.



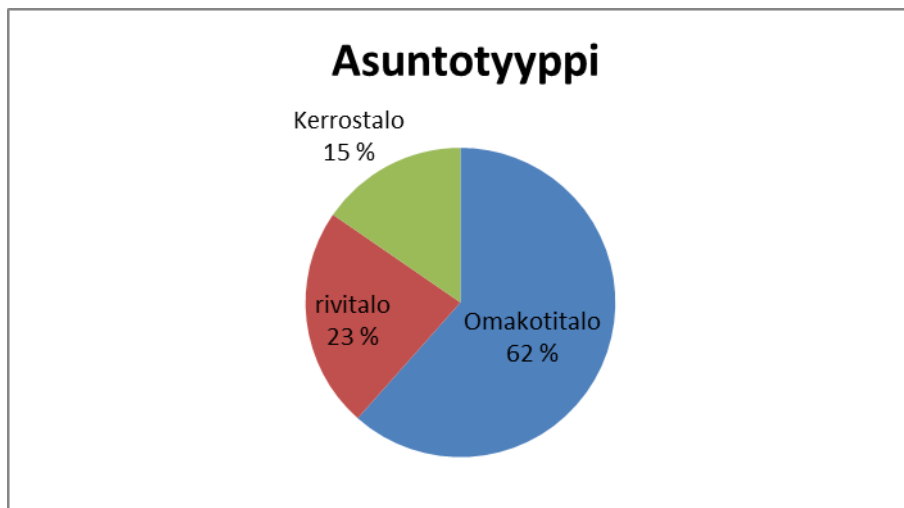
Kuva 3. Vastanneiden kotipaikkakunta prosentteina

Kotipalvelu tekee vähän työmatkoja muille paikkakunnille ja kuva 3 kertoo, että melkein kaikki kotipalvelun asiakkaista asuvat Savitaipaleella. Asiakkaita kuitenkin on myös Lappeenrannassa ja muualla Etelä-Karjalan alueella.



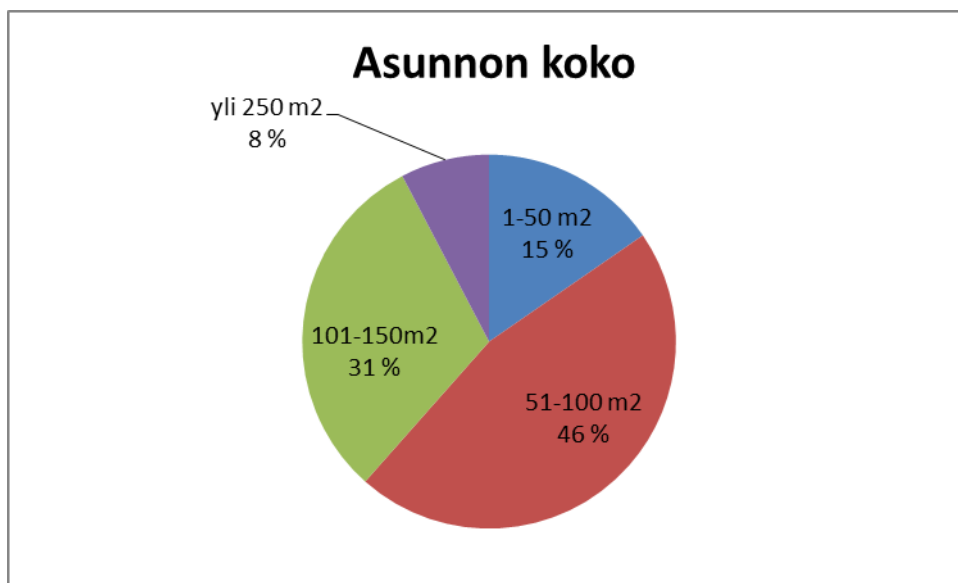
kuva 4. Kotipalvelun asiakastyypijakauma prosentteina

Kotipalvelun asiakaskunta koostuu yksityisasiakkaista ja yritysasiakkaita kotipalvelulla on vain muutama. Tämä näkyy myös kyselylomakkeen vastauksissa ja kuvassa 4. Vain yksi yritysasiakas vastasi ja loput olivat yksityisasiakkaita.



Kuva 5. Vastanneiden asuntotyyppiä prosentteina

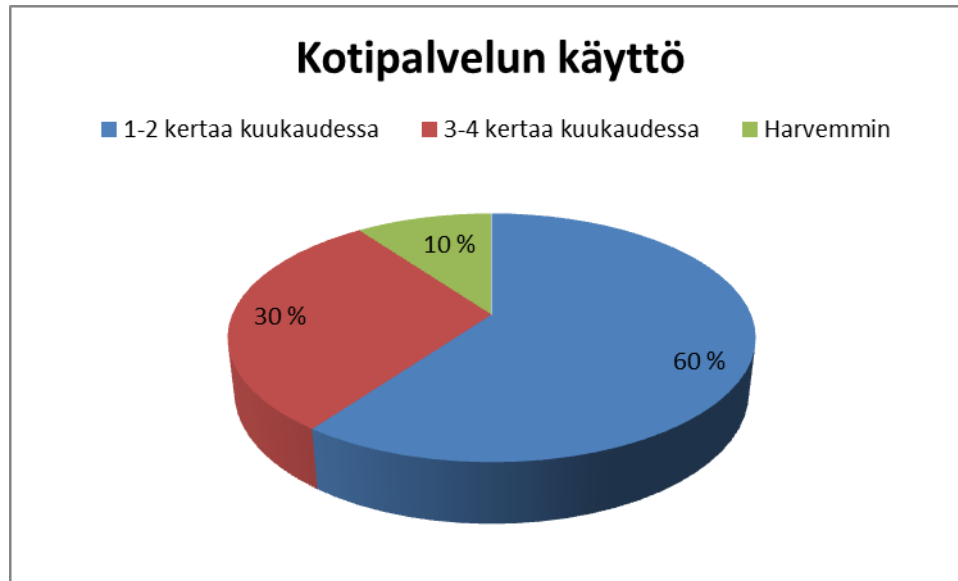
Kuvan 5 perusteella suurin osa asiakkaista omistaa omakotitalon ja muutama vastanneista asuu rivitalossa ja kerrostalossa asuu kaksi henkilöä. Kotipalvelu tekeekin paljon omakotitalosiivouksia ja moni iäkäs ihminen asuu vielä omakotitalossa. Toinen yleinen siivouspaikka on kerrostalo, vaikka se ei näy vastauksissa.



Kuva 6. Asuntojen koot prosentteina

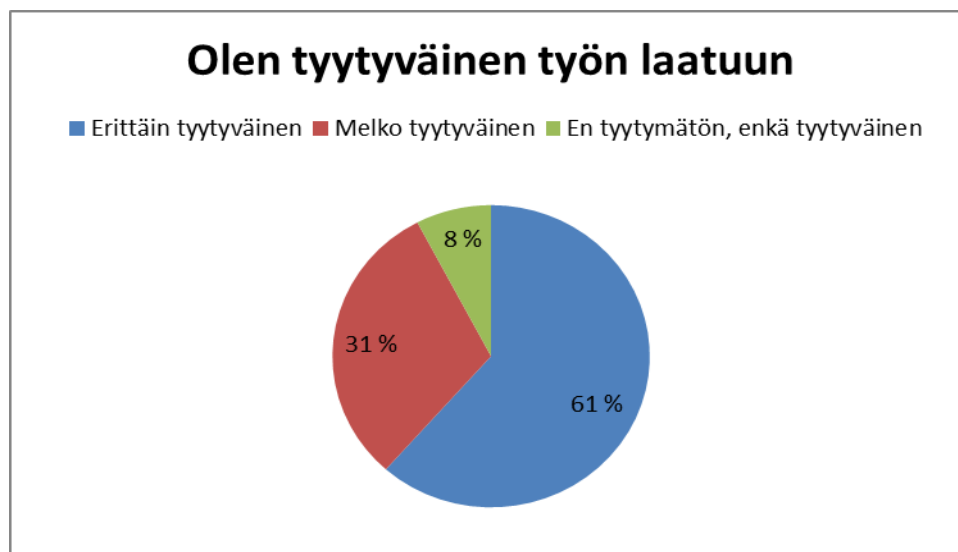
Vaikka suurimmalla osalla vastanneista on omakotitalo, asunnon koot jakautuvat vastausten perusteella tasaisemmin. Yritysassiakkaalla on yli 250 m2 talo mutta yksityisasiakkaiden asuntojen koot ovat pienempiä. Kotipalvelu siivoaa harvemmin

isompia tiloja ja omakotitalo- ja kerrostalo siivous kuuluu melkein jokapäiväiseen toimenkuvaan.



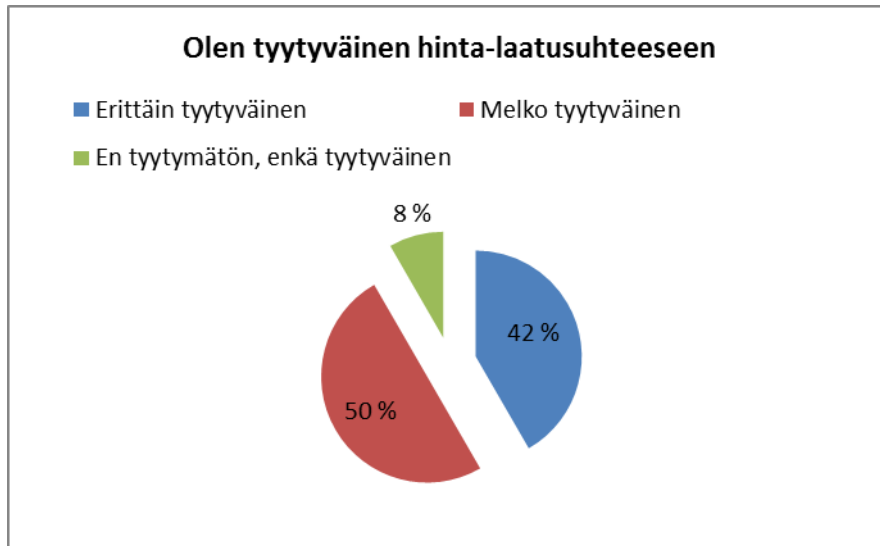
Kuva 7. Kuinka usein käytät kotipalvelua?

Kysyin kyselylomakkeessa, kuinka paljon asiakkaat käyttävät kotipalveluyritystä. Kuvan 7 perusteella asiakkaat käyttävät yritystä 1-2 kertaa kuukaudessa ja muutama hieman useammin. Yksi henkilö oli kirjoittanut vastaukseksi, että harvemmin ja kolme henkilöä jätti kokonaan vastaamatta kysymykseen. Vastauksen perusteella on huomattavissa, että yrityksellä melkein kaikki ovat vakioasiakkaita, jotka käyttävät kuukausittain kotipalvelua.



Kuva 8. Kuinka tyytyväisiä asiakkaat ovat työn laatuun?

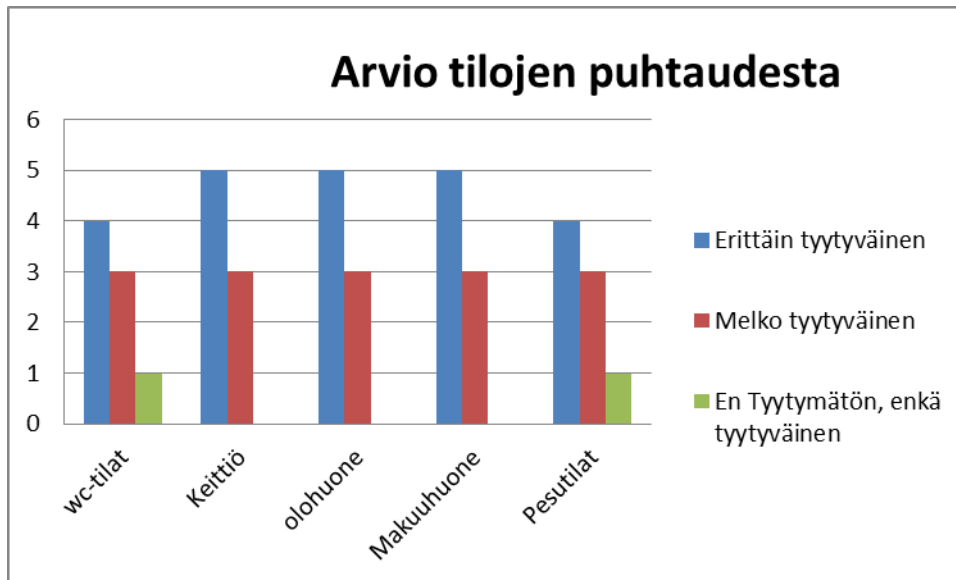
Kyselylomakkeessa kysyttiin kuinka tyytyväisiä asiakkaat ovat työn laatuun. Asiakkaat arvioivat asteikolla 1-5 ( 1 erittäin tyytymätön, 2 Melko tyytymätön, 3 en tyytymätön, enkä tyytyväinen, 4 melko tyytyväinen, 5 erittäin tyytyväinen) työn laadun tyytyväisyyttä. Kuvassa 8 näkee,että vastanneista suurin osa oli erittäin tyytyväinen työn laatuun ja osa oli melko tyytyväisiä työn laatuun. Vain yksi antoi neutraalin vastauksen työn laadusta mutta yhtään hunoa palautetta ei tullut.



Kuva 9. Tyytyväisyys hinta-laatusuhteeseen

Kysymys arvioitiin asteikolla 1-5 ( 1 erittäin tyytymätön, 2 Melko tyytymätön, 3 en tyytymätön, enkä tyytyväinen, 4 melko tyytyväinen, 5 erittäin tyytyväinen) ja kuvasta 9 voi todeta, että asiakkaat ovat tyytyväisiä hinta-laatusuhteeseen. Viisi henkilöä vastasi, että ovat erittäin tyytyväisiä hinta-laatusuhteeseen, kuusi henkilöä oli melko tyytyväisiä ja yksi ei osannut sanoa onko tyytyväinen vai tyytymätön hinta-laatusuhteeseen.

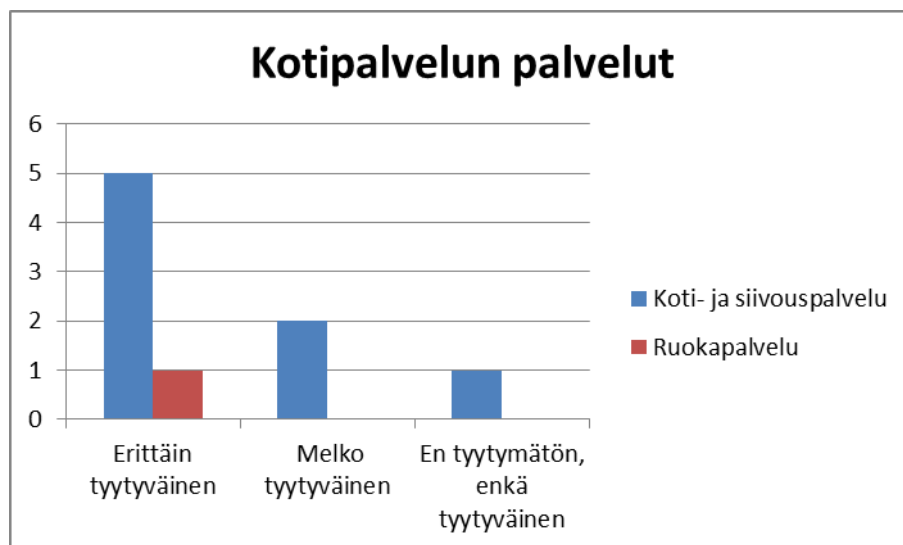
Kyselylomakkeessa kysyin asteikolla 1-5 ( 1 erittäin tyytymätön, 2 Melko tyytymätön, 3 en tyytymätön, enkä tyytyväinen, 4 melko tyytyväinen, 5 erittäin tyytyväinen) asiakkaiden mielipidettä tilojen puhtaudesta siivouksen jälkeen. Vastaukset kuvassa 10 on numeerisessa muodossa.



Kuva 10 Arvio tilojen puhtaudesta

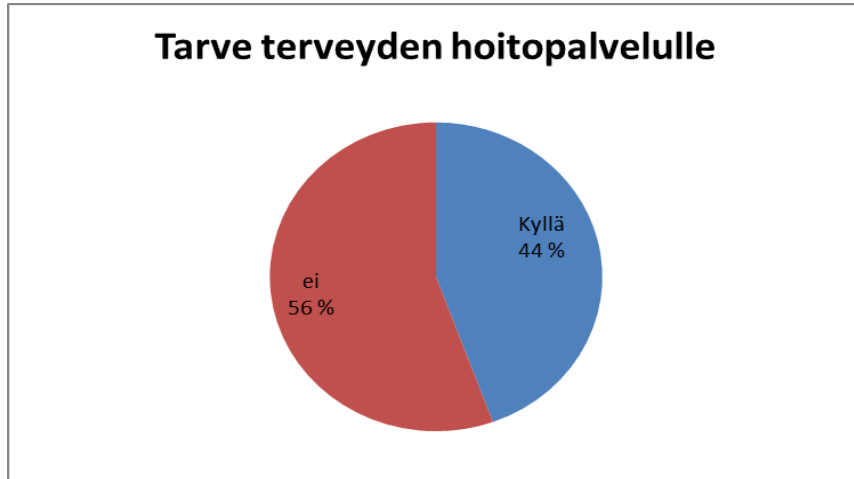
Yritysassiakas ei vastannut arvointiin lainkaan, joten vastaukset ovat pelkästään yksityisasiakkaiden. Kaikilta yksityisasiakkailta en myöskään saanut kyseiseen kysymykseen vastausta. Kuvan 10 perusteella kotipalvelu on saanut erinomaiset arviot siivouksesta ja melkein kaikki ovat hyvin tyytyväisiä työn lopputulokseen.

Kyselylomakkeessa pyysin arvoimaan asteikolla 1-5( 1 erittäin tyytymätön,2 Melko tyytymätön,3 en tyytymätön, enkä tyytyväinen,4 melko tyytyväinen,5 erittäin tyytyväinen) kotipalvelun palveluita. Kuvassa 11 vastaukset ovat numeerisessa muodossa.



Kuva 11. Tyytyväisyys kotipalvelun palveluihin.

Kuvan 11 perusteella voidaan sanoa, että muutama vastaaja jätti kokonaan vastaamatta kysymykseen ja kyselyyn vastaajista suurin osa käyttää vain koti- ja siivouspalvelua, johon oltiin erittäin tyytyväisiä. Yksi vastaajista käytti ruokapalvelua, johon myös oltiin erittäin tyytyväisiä.



Kuva 12. Onko tarvetta terveyden hoitopalvelulle?

Tämä oli yksi tärkeimmistä kyselylomakkeen kysymyksistä, koska Riitta Salonen on valmistumassa lähihoitajaksi ja voi tarvittaessa hoitaa esimerkiksi asiakkaan lääkkeitä tai muita lähihoitajan tehtäviin kuuluvia asioita. Kysymyksessä oli vastausvaihtoehtona kyllä tai ei ja kuvan 12 perusteella näyttää siltä, että neljä vastanneista koki tarvitsevänsä terveydenhoitopalvelua ja viisi vastanneista koki että ei tarvitse terveydenhoitopalvelua. Loput vastaajista jättivät vastaamatta kysymykseen.

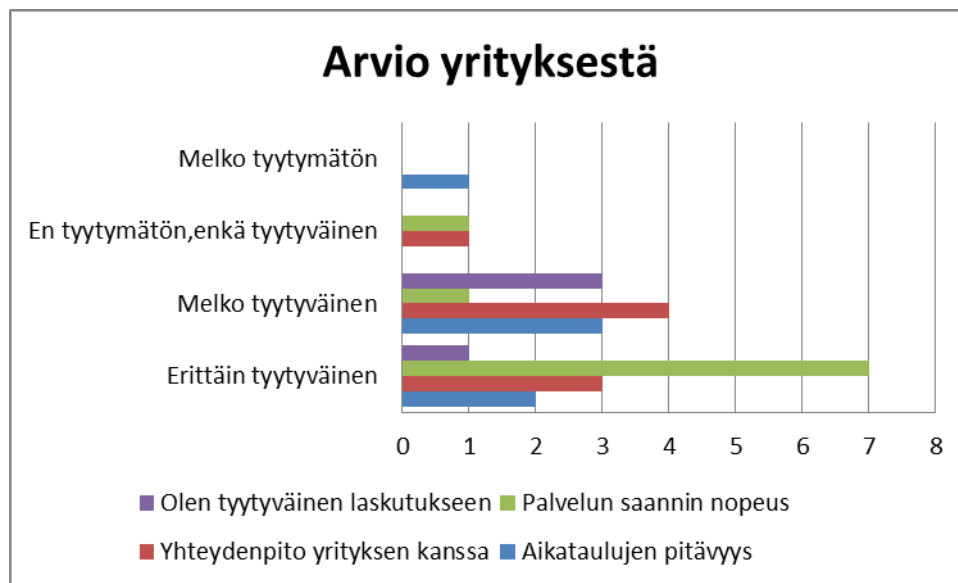


Kuva 13. Suosittelisitko kotipalvelua muille?



Kyselylomakkeessa kysyttiin asiakkailta suosittelisko kotipalvelua muille ja kuvan 13 perusteella melkein kaikki vastaajista suosittelisi yritystä muille. Muutama henkilö jätti vastaamatta kysymykseen kokonaan ja yksi henkilö ei suosittelisi yritystä muille.

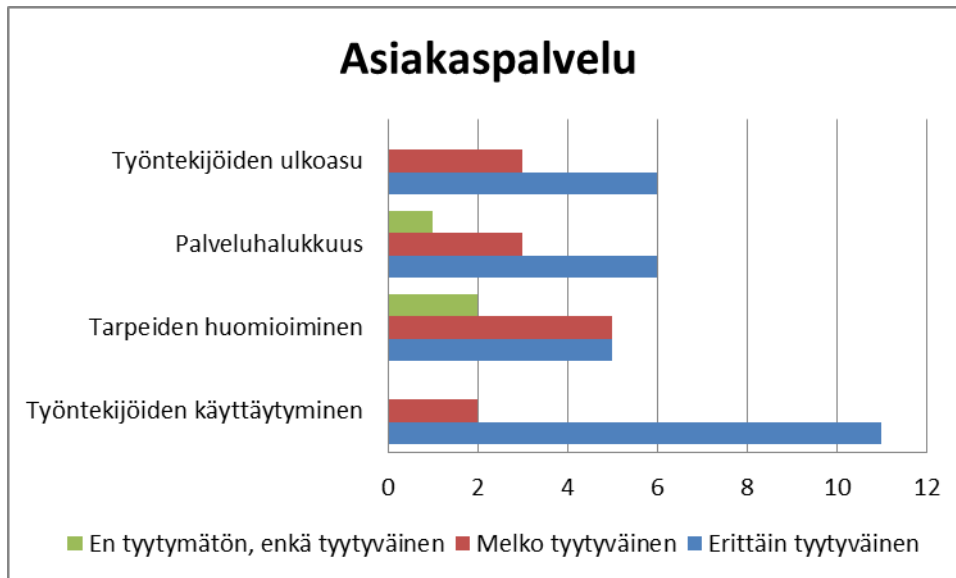
Lomakkeessa pyydettiin asiakkaita arvoimaan yritystä asteikolla 1-5( 1 erittäin tyytymätön, 2 Melko tyytymätön, 3 en tyytymätön, enkä tyytyväinen, 4 melko tyytyväinen, 5 erittäin tyytyväinen). Vastaukset ovat numeerisessa muodossa kuvassa 14. Kysymykset liittyivät laskutukseen, aikataulujen pitävyyteen, yhteydenpitoon ja palvelun saannin nopeuteen.



Kuva 14. Asiakkaiden mielipide yrityksestä

Erityisen tyytyväisiä oltiin kuvan 13 mukaan palvelun saannin nopeuteen. Lisäksi yhteyden pito yrityksen kanssa koettiin hyväksi. Hieman parantamisen varaa taulukon mukaan voisi olla aikatauluissa, koska yksi asiakas oli aikatauluihin tyytymätön. Laskutukseen oltiin myös melko tyytyväisiä, joten kotipalvelu sai tässäkin hyvät arvostelut.

Viimeisessä lomakkeen kysymyksessä kysyin asiakkaiden mielipidettä asiakaspalvelusta asteikolla 1-5( 1 erittäin tyytymätön, 2 Melko tyytymätön, 3 en tyytymätön, enkä tyytyväinen, 4 melko tyytyväinen, 5 erittäin tyytyväinen). Kuva 15 antaa numeerisen vastauksen asiakaspalvelun laadusta.



Kuva 15. Kysely asiakaspalvelusta.

Työntekijöiden käyttäytymiseen kuvan 15 perusteella oltiin erittäin tyytyväisiä. Lisäksi palveluhalukkuuteen ja työntekijöiden ulkoasuun oltiin erittäin tyytyväisiä. Parantamisen varaa voisi olla ehkä tarpeiden huomioimisessa, koska kaksi henkilöä ei osannut sanoa huomioidaanko heidän tarpeensa hyvin vai ei. Kaikin puolin kotipalvelu saanut hyvät arviot kyselyistä. Tähän kysymysosioon olivat eräät asiakkaat kirjoittaneet seuraavaa, vaikka avoimia kysymyksiä lomakkeessa ei ollut.

- *”Alkuun kun pääsee kaikki sujuu hyvin”*
- *”Puhdas ja siisti”*
- *”En osaa sanoa, olen tavannut vain Eevan ja se oli ihan 5:n suoritus. Terveisiä sen verran, että pääasiassa olen ollut tyytyväinen mutta loma-aikana(kesä) taso vaihteli kyllä tosi paljon. Mikä on sinsänsä ymmärrettävää. Mutta asiakashan kuitenkin maksaa ja odottaa saavansa aina samanlaista palvelua. Onneksi sitä huonoa jälkeä oli vain harvoin.”*

## 7 POHDINTA

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää asiakkaiden tyytyväisyys Kotipalvelu RM & RiEsa yritystä kohtaan. Vastauksia lähetettiin 23 kappaletta ja vastauksia saatiin 13 henkilöltä, naisilta sekä miehiltä. Vastausprosentti jäi alhaiseksi, koska alun perin piti lomakkeita toimittaa enemmän asiakkaille. Jotta vastauksia olisi saatu enemmän, olisi asiakkaita voitu haastatella paikan päällä tai tekemällä lyhyt puhelinhaastattelu. Tutkimus myös viivästyi, koska asiakkaat eivät pystyneet lähettämään lomakkeita ajallaan kotipalvelun kiireellisen aikataulun vuoksi. Kaikesta huolimatta tutkimus saatiin tehtyä ja tutkimuksen avulla saatiin käsitys yrityksen palvelun laadun tilanteesta ja asiakkaiden tyytyväisyyden tasosta.

Tutkimuksen perusteella selvisi, että suurin osa asiakkaista on tyytyväisiä palvelun laatuun, asiakaspalveluun ja siivousjälkeen. Tutkimuksessa kuitenkin ilmeni, että jotkut asiakkaat eivät täysin olleet tyytyväisiä kokemaansa palveluun ja eräs vastanneista antoi kirjallista palautetta, koska siivouksen taso oli hieman vaihdellut. Yritysassiak- kaiden mielipiteitä olisin halunnut kuulla enemmän, koska vain yksi vastaajista oli yri- tussasiakas ja loput olivat yksityisasiakkaita. Tutkimus painottuikin yksityisasiakkai- siin.

Yritys panostaa tutkimuksen perusteella hyvin asiakkaisiinsa ja ystävällinen palvelu näkyy myös tuloksissa. Työn laatuun yritys on myös panostanut, koska tutkimuksessa siihen melkein kaikki asiakkaat olivat erittäin tyytyväisiä. Vaikka yritys ei ole kool- taan iso yritys, ovat asiakkaan mielipiteet silti tärkeitä. Yrityksellä on paljon vakioasi- akkaita, joiden mielipide on tärkeä yrityksen kehityksen kannalta. Jotta yritys pystyisi panostamaan asiakastyytyväisyyteen, on hyvä kerätä asiakkaiden mielipiteitä useam- min ja ottaa mahdollisia kehitysehdotuksia muistiin. Tuoreiden mielipiteiden avulla yritys pystyy vaikuttamaan yritystoimintaansa ja samalla pitämään kaikki asiat tyyty- väisinä.

## 8 YHTEENVETO

Asiakastyytyväisyystutkimusta oli erittäin mielenkiintoista tehdä kotipalvelu yritykselle, koska aihe on ajankohtainen ja minua on aina kiinnostanut terveysasiat ja vanhuksset. Opinnäytetyön aiheen vuoksi jouduin perehtymään hyvin kirjallisuuslähteisiin ja ottamaan selvää alasta, jotta saisin käsityksen mitä kaikkea kotipalvelu pitää sisällään. Aikaisempaa kokemusta minulla ei ollut kotipalvelu yrityksestä, joten se toi mukanaan vähän haastetta. Kokemattomuuteni vuoksi menin työskentelemään päiväksi kotipalvelu yritykseen Riitta Salosen kanssa ja työskentelin pari viikkoa laitoksessa, jossa asui kehitysvammaisia. Molemmat kokemukset auttoivat saamaan pienen käsityksen siitä mitä voi olla nykypäivänä laitoshoido tai vastaavasti kotipalvelu. Toimeksiantajan kanssa yhteistyö toimi hyvin ja aiheesta löytyi hyvin kirjallisuutta.

Tutkimukseen olen melko tyytyväinen, vaikka vastauksia olisin toivonut enemmän ja erityisesti yrityspuolen asiakkailta. Opin paljon uusia asioita tutkimuksen avulla ja arvostus nousi entisestään yrittäjiä kohtaan, jotka ovat valinneet kotipalvelutoiminnan. Sosiaalityö kiinnostaa minua edelleen ja haluan tulevaisuudessa olla ammatissa, jossa saisin työskennellä ihmisten parissa.

Opinnäytetyön lopputulokseen olen melko tyytyväinen, vaikka työn oli tarkoitus valmistua aikaisemmin. Sain kuitenkin aiheen pidettyä hallinnassa ja otin työssäni esille tärkeimmät asiat, joita käsittelin sekä kirjallisuudessa, että tutkimuksessa. Keskeisiä avainsanoja oli kolme: laatu, asiakastyytyväisyys ja kotipalvelu. Niitä käsittelin työssäni tarkasti ja avasin käsitteitä mahdollisimman kattavasti. Kyseiset avainkäsitteet näkyivät myös asiakastyytyväisyystutkimuksessa. Tutkimuksen käsittelin tarkasti ja otin esille ne asiat, joista yritys voisi jatkossa hyötyä. Hyödynsin tutkimuksessa Kymenlaakson ammattikorkeakoulussa oppimia asioita kuten tutkimusmenetelmää, analysointia, vastausten purkua, ja vastausten etsimistä ongelmatilanteisiin. Tein itse mahdollisimman paljon tutkimuksen ja opinnäytetyön eteen ja käännyin vasta ongelmatilanteissa opettajien puoleen.

## LÄHTEET

Järvelin, K., Kvist, H-H., Kähäri, P. & Räikkönen, J.1992.Palveluyrityksen laadun kehittämisen. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Lahtinen, J. & Isoviita, A.1998. Asiakaspalvelu ja markkinointi.1., painos. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy

Salonen, R. Haastattelu 15.9.2014. Savitaipale.

Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto, 2012. Kotipalvelut ja kotihoito kunnissa 6painos. Valviran esite 6painos. Saatavissa:

<http://www.valvira.fi/files/esitteet/Kotipalvelut.PDF-versio>. [viitattu 1.10.2014]

Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto.2012. Kotiin annettavat palvelut ja hoito. Valtakunnallinen valvontaohjelma 7painos. Saatavissa:

[http://www.valvira.fi/files/tiedostot/k/o/Kotihoidon\\_valvontaohjelma.PDF-versio](http://www.valvira.fi/files/tiedostot/k/o/Kotihoidon_valvontaohjelma.PDF-versio).

[viitattu 6.10.2014]

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

Sosiaali- ja terveysministeriön julkaisuja, 2006. Terveyden edistämisen laatusuositus 19 painos. Saatavissa: [http://www.stm.fi/c/document\\_library/get\\_file?folderId=39503&name=DLFE-9303](http://www.stm.fi/c/document_library/get_file?folderId=39503&name=DLFE-9303). PDF-versio. [viitattu 20.10.2014]

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

Valtakunnallinen terveydenhuollon eettinen neuvottelukunta.2008. Vanhuus ja hoidon etiikka. Valtakunnallinen terveydenhuollon eettisen neuvottelukunnan raportti 2.painos. Saatavissa:

[http://www.etene.fi/c/document\\_library/get\\_file?folderId=17135&name=DLFE-525.PDF-versio](http://www.etene.fi/c/document_library/get_file?folderId=17135&name=DLFE-525.PDF-versio). [viitattu 5.10.2014]

Ylikoski, T.2001. Unohtuiko asiakas. Keuruu: Otavan kirjapaino Oy.

Kyselylomakkeen saatekirje

**Asiakastyytyväisyyskysely kotipalveluyritykselle.**

Tämän kyselyn toteuttaa Kymenlaakson ammattikorkeakoulun 4.vuosikurssin tradenomiopiskelija osana opinnäytetyötään. Kyselyn ja tutkimuksen tarkoituksena on selvittää ja vertailla asiakkaiden kokemuksia ja havaintoja kotipalvelun laadusta. Sinulla nyt on mahdollisuus vaikuttaa kotipalvelun laatuun!

Tyytyväisyyskyselyn mukana tulee vastauskuori, jonka mukana vastaukset voidaan palauttaa. Kaikkien vastanneiden kesken arvotaan kahden tunnin kotisiivous. Jokainen palautuskuori on numeroitu ja arvonta tapahtuu numeroiden perusteella. Riitta ottaa kaikkien henkilöiden nimet ylös, jotta arvontanumero voidaan kohdistaa oikeaan henkilöön. Arvonnasta huolimatta vastaukset käsitellään nimettöinä ja luottamuksellisesti Kouvolassa. Vastaus aikaa on 14 päivää.

Olen kiitollinen etukäteen rehellisistä vastauksista!

Ystävällisin terveisin

Tanja Suikkanen

Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma

Kymenlaakson ammattikorkeakoulu

**Asiakstyytyväisyyskysely: KotipalveluRM & RiEsa Oy.****Rastita oikea vaihtoehto****Perustiedot:**

- 1) **Sukupuoli**                      1) Nainen    2) Mies
- 2) **Ikä**                                1)            Alle 30 vuotta  
     2)            31–40 vuotta  
     3)            41–50 vuotta  
     4)            51–60 vuotta  
     5)            yli 60 vuotta
- 3) **Paikkakunta**                    1) Savitaipale  
     2) Lappeenranta  
     3) Muu
- 4) **Asiakstyyppi**                    1) Yritysassiakas                    2) Yksityisasiakas
- 5) **Asuntotyyppi**  
     1) Omakotitalo 2) Rivitalo 3) Kerrostalo 4) Luhtitalo 5) Muu

**1) Asunnon koko**

- |                           |                          |                           |
|---------------------------|--------------------------|---------------------------|
| 1) 1-50 m <sup>2</sup>    | 2) 51–100 m <sup>2</sup> | 3) 101–150 m <sup>2</sup> |
| 4) 151–200 m <sup>2</sup> | 5) 201-250m <sup>2</sup> | 6) Yli 250 m <sup>2</sup> |

**2) Kuinka usein käytät kotipalvelua?**

- 1)    1-2 kertaa kuukaudessa    2) 3-4 kertaa kuukaudessa    3) 5-6 kertaa kuukaudessa
- 4) Useammin



Seuraaviin kysymyksiin vastataan ympäröimällä asteikoista oikea numero:

**1** Erittäin tyytymätön, **2** Melko tyytymätön, **3** En tyytymätön, enkä tyytyväinen (neutraali mielipide), **4** Melko tyytyväinen, **5** Erittäin tyytyväinen

### 3) Kotipalvelun laatu

- |    |  |           |
|----|--|-----------|
| 1) | Olen tyytyväinen työn laatuun          | 1 2 3 4 5 |
| 2) | Olen tyytyväinen hinta-laatusuhteeseen | 1 2 3 4 5 |

Arvioi seuraavien tilojen puhtautta siivouksen jälkeen (jos et ole yritysasiakas, jätä 3,4 ja 5 ympäröimättä)

- |     |                      |           |
|-----|----------------------|-----------|
| 3)  | Koulutilat           | 1 2 3 4 5 |
| 4)  | Toimistot/työhuoneet | 1 2 3 4 5 |
| 5)  | Sisääntulo aula      | 1 2 3 4 5 |
| 6)  | wc-tilat             | 1 2 3 4 5 |
| 7)  | olohuone             | 1 2 3 4 5 |
| 8)  | Keittiö              | 1 2 3 4 5 |
| 9)  | Makuuhuone           | 1 2 3 4 5 |
| 10) | Pesutilat            | 1 2 3 4 5 |

### 4) Kotipalvelun palvelut (jos ei ole kokemusta palvelusta, jätä kyseinen kohta ympäröimättä)

- |    |  |                |
|----|--|----------------|
| 1) | Olen tyytyväinen kylvettämispalveluun      | 1 2 3 4 5      |
| 2) | Olen tyytyväinen koti- ja siivouspalveluun | 1 2 3 4 5      |
| 3) | Olen tyytyväinen ruokapalveluun            | 1 2 3 4 5      |
| 4) | Olen tyytyväinen kotitalkkaripalveluun     | 1 2 3 4 5      |
| 5) | Olen tyytyväinen pienremontti palveluun    | 1 2 3 4 5      |
| 6) | Onko tarvetta terveydenhoito palvelulle?   | 1) Kyllä 2) ei |
| 7) | Suosittelisitko kotipalvelua muille        | 1) Kyllä 2) En |

### 5) Yritys

- |    |  |           |
|----|--|-----------|
| 1) | Aikataulujen pitävyys                                  | 1 2 3 4 5 |
| 2) | Miten koette yhteydenpidon yritykseen sujuvan?         | 1 2 3 4 5 |
| 3) | Oletteko olleet tyytyväisiä palvelun saannin nopeuteen | 1 2 3 4 5 |
| 4) | Olen tyytyväinen laskutukseen                          | 1 2 3 4 5 |

### 6) Asiakaspalvelu

- |    |                               |           |
|----|-------------------------------|-----------|
| 1) | Työntekijöiden käyttäytyminen | 1 2 3 4 5 |
| 2) | Tarpeiden huomioiminen        | 1 2 3 4 5 |
| 3) | Palveluhalukkuus              | 1 2 3 4 5 |
| 4) | Työntekijöiden ulkoasu        | 1 2 3 4 5 |

**KotipalveluRM & RiEsa Oy kiittää vastauksistanne!**