

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU  
Liiketalouden koulutusohjelma

Minna Lehtinen 1100892

ASUMISTYYTYVÄISYYSKYSELY YH KODIT OY:LLE

Opinnäytetyö  
Huhtikuu 2014



**OPINNÄYTETYÖ**  
**Huhtikuu 2014**  
**Liiketalouden koulutusohjelma**  
Karjalankatu 3  
80200 JOENSUU  
(013) 260 600

Tekijä  
Lehtinen Minna

Nimeke  
Asumistyytyväisyyskysely YH Kodit Oy:lle

Toimeksiantaja  
YH Kodit Oy

#### Tiivistelmä

Opinnäytetyön tarkoitus oli selvittää YH Kodit Oy:n asukkaiden tyytyväisyyden nykytila yhtiön palveluihin ja toimintaan. YH Kodit Oy on pirkanmaalaisten ja varsinaissuomalaisten kaupunkien, kuntien ja säätiöiden omistama yhtiö, joka rakennuttaa vuokra-, asumisoikeus-, ja omistusasuntoja yli 30 vuoden kokemuksella. Työn tarkoituksena oli nykytilan selvittämisen kautta kehittää YH Kodit Oy:n toimintaa.

Opinnäytetyö oli kvantitatiivinen, puolistrukturoitu kyselytutkimus sisältäen myös avoimia kysymyksiä. Kysely käsitteli asiakaspalvelua, kiinteistöjä, huoltoa ja isännöintiä. Kysely toteutettiin 2013 kesällä. Strukturoidut osiot analysoitiin SPSS- ohjelmistolla ja avoimet kysymykset analysoitiin.

Teoreettisen viitekehyksen muodostivat asumisen palvelut, asiakastyytyväisyys, asukastyytyväisyys, asumisviihtyvyys, asumistyytyväisyyskysely, asumisen tekijät, palvelukokemus, asunnon laatu, seniori ja palveluasuminen.

Kyselyn tulokset osoittavat asukkaista suurimman osan olevan tyytyväisiä yhtiön toimintaan. Tyytyväisyyttä herätti varsinkin asiakaspalvelu, eniten toivomisen varaa jäi kiinteistöpalveluissa. Työn lopussa on kehitysehdotuksia, jotka nojautuvat tutkimuksen tuloksiin. Kehityssuunnista oleellisin on markkinoinnin kehittäminen.

Kieli  
suomi

Sivuja 46  
Liitteet 1

#### Asiasanat

Asumisen palvelut, asiakastyytyväisyys, asukastyytyväisyys, ja asumisviihtyvyys. asu-  
mismuoto, asumistyytyväisyyskysely, asumisen tekijät, palvelukokemus, asunnon laatu,  
seniori, palveluasuminen



**THESIS**  
**April 2014**  
**Degree Programme in Business Management**  
Karjalankatu 3  
80200 JOENSUU  
(013) 260 600

Author(s)  
Lehtinen Minna

Title  
Asumistyytyväisyyskysely YH Kodit Oy:lle

Commissioned by  
YH Kodit Oy

#### Abstract

The purpose of this bachelor's thesis was to find out about YH Kodit Oy's residents' satisfaction with the current state of the company's services and operations. YH Kodit Oy is a Tampere Region and Southwest Finland municipalities and foundations-owned company, which is building rental-, occupancy-, and ownership apartments for more than 30 years of experience. The purpose of the survey was to develop YH Kodit's operations through the present state of operations.

This study was quantitative, semi-structured survey questionnaire including open questions. The survey was organized by themes of customer service, real estate, property management and maintenance. The survey was conducted in summer 2013. Structured sections of questionnaire were analyzed using SPSS software and open-ended sections were analyzed.

The theoretical frame of reference formed housing services, customer satisfaction, resident satisfaction, living comfort, housing satisfaction survey, factors of housing, service and experience, quality of housing, senior and senior services.

Survey results show that most of the residents were satisfied with the company's operations. Satisfaction aroused especially the customer service, the most desired was the real estate services. At the end of the work is the development proposals, which rely on the results of the survey. The most essential consideration of the development is marketing.

Language  
Finnish

Pages 46  
Appendices 1

#### Keywords

Housing services, customer satisfaction, resident satisfaction, and living comfort. mode of living, housing satisfaction survey, housing factors, the service experience, the quality of the apartment, senior, service

# SISÄLTÖ

1	Johdanto .....	5
2	YH Kodit Oy .....	5
3	Tietoperusta ja viitekehys .....	6
3.1	Asiakas- ja asukastyytyväisyys .....	7
3.2	Asumisen laadun tekijät .....	9
3.3	Palvelukokemus .....	9
3.4	Asumistyytyväisyyskysely .....	10
3.5	Palveluiden differointi .....	11
3.6	Taloyhtiön toimivuus .....	12
3.7	Asumisviihtyvyys ja asunnon laatu .....	13
3.8	Asumisen palvelut ja Kotosalla- asuminen .....	13
3.9	Aiemmat tutkimukset .....	15
4	Tutkimuksen toteutus .....	16
4.1	Tutkimusongelma .....	16
4.2	Menetelmälliset valinnat .....	17
4.3	Aikataulu .....	18
4.4	Taloudellisuus .....	19
4.5	Kyselylomake .....	19
4.6	Luotettavuus ja eettisyys .....	22
5	Tulokset .....	23
5.1	Senioreiden vastaukset, taustatiedot .....	24
5.2	Senioreiden vastaukset, varsinaiset kysymykset .....	25
5.2.1	YH Kodit Oy:n tunnettavuus .....	25
5.2.2	Tyytyväisyys Internet- sivujen käyttämiseen .....	26
5.2.3	Tyytyväisyys asiakaspalveluun .....	26
5.2.4	Tyytyväisyys asuntoon .....	27
5.2.5	Tyytyväisyys taloyhtiöön ja sen toimintaan .....	28
5.2.6	Tyytyväisyys asumiseen .....	29
5.3	Muiden kuin senioreiden vastaukset, taustatiedot .....	29
5.4	Muiden kuin senioreiden vastaukset, varsinaiset kysymykset .....	32
5.4.1	YH Kodit Oy:n tunnettavuus .....	32
5.4.2	Tyytyväisyys Internet-sivujen käyttämiseen .....	33
5.4.3	Tyytyväisyys asiakaspalveluun .....	34
5.4.4	Tyytyväisyys asuntoon .....	34
5.4.5	Tyytyväisyys taloyhtiöön ja sen toimintaan .....	35
5.4.6	Tyytyväisyys asumiseen .....	36
6	Pohdinta .....	37
6.1	Tulevaisuuden markkinointi .....	39
6.2	Tulevaisuuden palvelut ja asuminen .....	40
6.2.1	Mielipide asunnoista .....	41
6.2.2	Kehen ottaa yhteyttä kiinteistön ongelmatilanteissa? .....	41
6.2.3	Yhteisöllisyyttä tarvitaan .....	42
6.2.4	Kokonaistyytyväisyys asumiseen .....	42
7	Opinnäytetyö prosessina .....	43
	Lähteet .....	46

## Liitteet

Liite 1 Asumistyytyväisyyskysely

## 1 Johdanto

Työskennellessäni 2013 Tamperelaisessa YH Kodit Oy:ssä, minulle tarjottiin mahdollisuutta toteuttaa opinnäytetyöni asumistyytyväisyyskyselynä. Työpäikkäni olin tutustunut useisiin eri ammattialoihin isännöinnistä ja rakennutuksesta aina asuntojen vuokraukseen ja myyntiin. Halusin tutkia tarkemmin, kuinka eri laajan konsernin osat vaikuttivat asujien kokemukseen asuntojen viihtyvyydestä ja asumismukavuudesta. Samalla tarjoutui mahdollisuus tutkia yhtä Tampereen suurimmista asuntoalan yrityksistä ja sitä kautta hahmottaa Tamperelaisen asumisen laatua.

Tyytyväisyys asuntoon ja sen ympäristöön muodostuu useista tekijöistä. Tämän työn yksi tarkoitus onkin saattaa yhteen taloyhtiön toimintaan vaikuttavat tekijät ja tarkastella teorian ja tutkimuksen kautta vaikutusta asukkaiden mielipiteisiin kodeistaan. Opinnäytetyötä aiotaan käyttää YH Kodit Oy:n markkinointiosaston apuvälineenä ja asumistyytyväisyyskyselyn pohjaa tulevina vuosina säännöllisesti tyytyväisyyden mittaamiseksi. Tästä syystä työssä on pyritty esittämään ammattiryhmästä huolimatta asiat selkeästi, jotta mahdollisimman moni organisaation jäsen hyötyisi tuloksista.

Opinnäytetyön tiedon hankinnassa on käytetty paljon kirjallaisia asiantuntijapohjan vuoksi, mutta myös Internet-pohjaisia lähteitä ajankohtaisuuden vuoksi. Kyselyyn osallistui erilaisia asiakasryhmiä aina opiskelijoista ja nuorista senioriasujiin, ja kysely ulottui Tampereen ja Turun seuduille, joten vastauksista löydetty kehittämisskohdat ja tärkeimmät ajatukset edustavat YH Kodit Oy:n koko asukaskuntaa.

## 2 YH Kodit Oy

YH Kodit (kuvio 1) on rakennuttamisen, isännöinnin, vuokra- ja asumisoikeusasuntojen sekä omistusasuntojen ja palveluiden tuottamiseen erikoistunut konserniyhtiö. Yritys on yli 30-vuotias, ja sen omistus jakautuu pirkanmaalaisten ja varsinaissuomalaisien kaupunkien, kuntien ja säätiöiden kesken. Kirjaimet ”YH” viittaavat yleishyödylliseen. Yhtiö omistaa noin 8000 asuntoa ja isännöi yli 12 000:tta. YH Kodit Oy:n erikoisuutena ovat opiskelija-asunnot Pirkan Opiskeli-

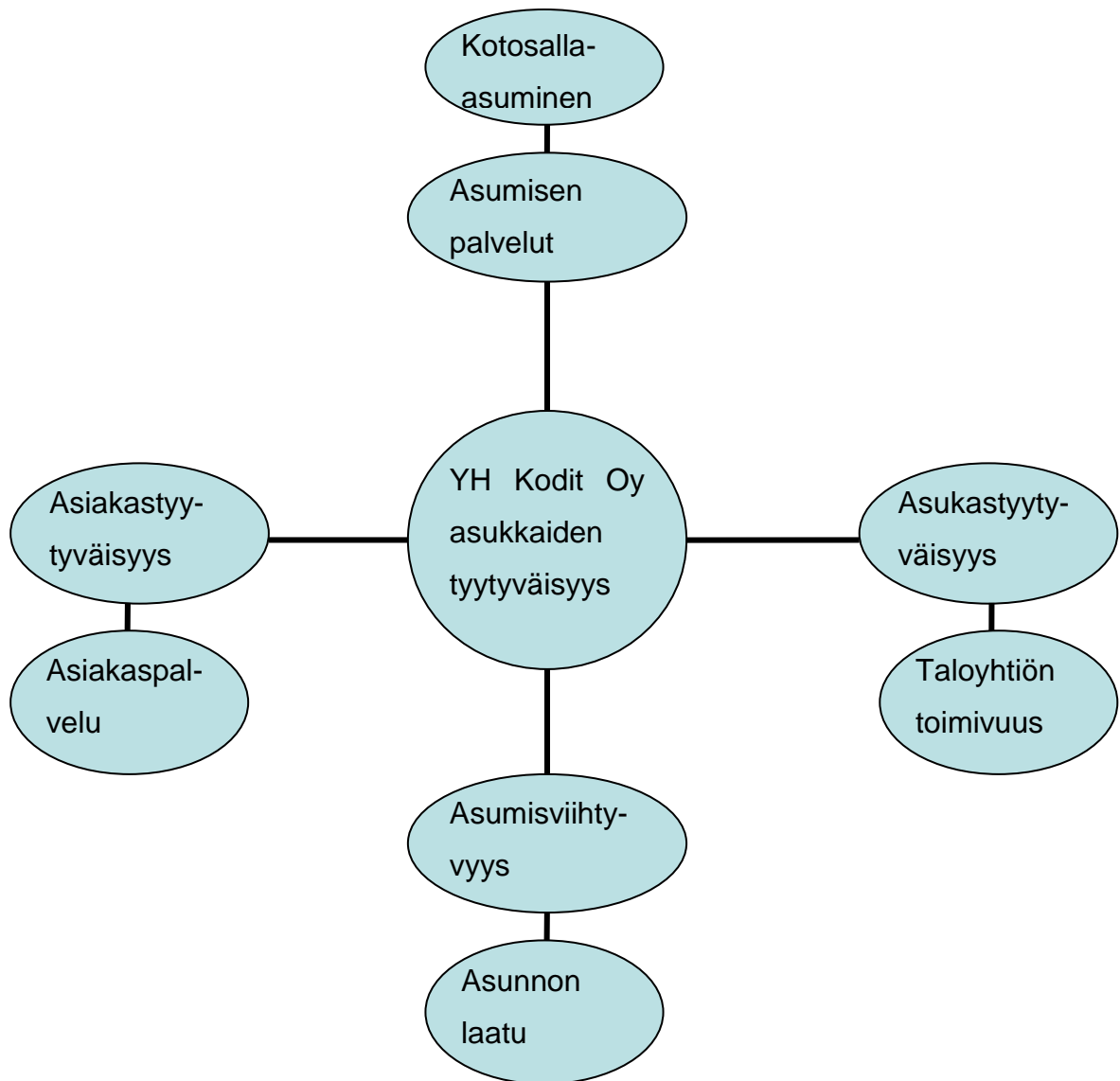
ja-asuntojen kanssa yhteistyössä sekä Kotosalla- säätiön kanssa toteutetut senioriasunnot yli 55- vuotiaille. Tulevaisuudessa YH Kodit Oy pyrkii suomen johdettavaksi senioriasumisen palveluiden tarjoajaksi. Muita tavoitteita ovat olla haluttu ja asiantunteva yhteistyökumppani rakennuttamisessa, laadukkaiden isännöintipalveluiden tuottaja sekä haluttujen asuntojen merkittävä omistaja ja hallinnoitsija (YH Kodit Oy, 2013). Yrityksen arvoista tärkein on asiakaslähtöisyys.



Kuvio 1. YH Kodit Oy, tunnus.

### **3 Tietoperusta ja viitekehys**

Tämän opinnäytetyön tärkeimmät teoreettiset lähtökohdat tutkimusongelman perusteella ovat asumisen palvelut, asiakastyytyväisyys, asukastyytyväisyys, ja asumisviihtyvyys. Termeistä muodostuu runsaasti alakäsitteitä, kuten asumismuoto. Muita tärkeitä termejä teoreettisen viitekehysten kannalta ovat asumistyytyväisyyskysely, asumisen tekijät, palvelukokemus, asunnon laatu, seniori ja palveluasuminen. Alla esitetyssä termikartassa on johdettu päätermeistä opinnäytetyön sisältöä koskevat pääsuunnat (kuvio 2).



Kuvio 2. Opinnäytetyön keskeiset käsitteet

### 3.1 Asiakas- ja asukastyytyväisyys

Yleisesti asiakastyytyväisyyttä ja asukastyytyväisyyttä pidetään samana terminä. Alan tutkimuksissa ja kirjallisuudessa asukastyytyväisyyttä on vaikea löytää eriteltynä. Asukastyytyväisyys on kiinteistöalalla asiakastyytyväisyyden kokonaisuus, jossa tarkastellaan asiakastyytyväisyyden ominaisuuksien lisäksi asumiseen vaikuttavia tekijöitä.

Asumisen tyytyväisyyteen vaikuttavat taloyhtiön toimivuuden tekijät. Toimeksiantajan kaltaisissa laajoissa organisaatioissa palveluita tuotetaan yhtiön puoles-

ta että ulkopuolisilta toimijoilta. Kokonaisuus vaikuttaa asiakastyytyväisyyteen. YH Kodit Oy:n asukastyytyväisyys koostuu taloyhtiön, isännöinnin, asiakaspalvelun, erityispalveluiden tekijöistä ja niiden, sekä ulkoistetun huollon laadusta. Näillä tarkoitetaan myös asumisen laadun tekijöitä. Asukastyytyväisyyden mittaamisen kannalta osiot ovat tarkasteltava erillään mutta nähtävä kokonaisuutena.

Asiakastyytyväisyys tarkoittaa tunnereaktiota palvelukokemukseen. Asiakkaiden odotuksien ja kokemusten suhdetta palveluun nähden (Ylikoski 1999, 109). Asiakastyytyväisyys muodostuu asiakkaan käytettyä palvelua, johon hän on tyytyväinen tai tyytymätön. Tyytyväisen asiakkaan perusteena on usein hyvä laatu. Asiakastyytyväisyys on kuitenkin laatua laajempi käsite, joten palvelunlaatu on vain yksi tekijä asiakastyytyväisyyttä kartoitettaessa. Organisaatio pyrkii asiakastyytyväisyyden avulla saamaan selville tavoitteiden toteutumisen. Jos tyytyväisyyteen tahdotaan vaikuttaa, tarvitaan tietoa asioista, jotka tekevät asiakkaat tyytyväisiksi tai tyytymättömiksi. Seuranta yksinään ei ole riittävää vaan asiakastyytyväisyyden saavuttamiseksi tarvitaan myös seurannan aiheuttamaa toimintaa. Kun asiakkailta kysytään heidän tyytyväisyydestään, asiakkaiden odotukset lisääntyvät organisaation toiminnan suhteen. Syntyy odotuksia toimenpiteistä. Seuranta parhaimmillaan on järjestelmällistä ja jatkuvaa toimintaa ja tietojen hyväksikäyttöä (Ylikoski 2001, 149).

Laatuaan kehittävä organisaatio katsoo palveluitaan asiakkaiden tyytyväisyyden näkökulmasta. Vaikka uusasiakashankinta on oleellinen osa yrityksen toimintaa, myös nykyisistä asiakkaista on pidettävä huolta. Asiakkaiden tuottaman arvon ymmärtäminen on oleellista kun uusasiakashankintaa pohditaan (Payne 2006, 111). Asiakastyytyväisyys tuo lisää asiakkaita ja tämä johtaa tuottojen kasvuun. Asiakastyytyväisyys kertoo yritykselle menestymisestä ja sen mahdollisuuksista (Pöllänen & Rope 1998, 58). Kun palvelun laatu asettuu asiakkaiden odotuksien tasolle, asiakaspalvelu on hyvää (Lämsä & Uusitalo 2002, 21). Asiakastyytyväisyys ja hyvä asiakaspalvelu johtavat asiakassuhteen kestävyys. Jos asiakas kokee palvelun hyvänä, voi organisaatio pärjätä hintatasosta ja esimerkiksi sijainnista huolimatta. Jos asiakas kertoo saamastaan hyvästä palvelusta keskimäärin kolmelle henkilölle, asiakassuhteet voivat laajentua. Kielteisestä koke-



muksesta kerrotaan noin 11 henkilölle, joten asiakastyytyväisyys on yrityksen toiminnalle kriittisen tärkeitä (Lahtinen, J., Isoviita, A. & Hytönen, K. 1996, 2).

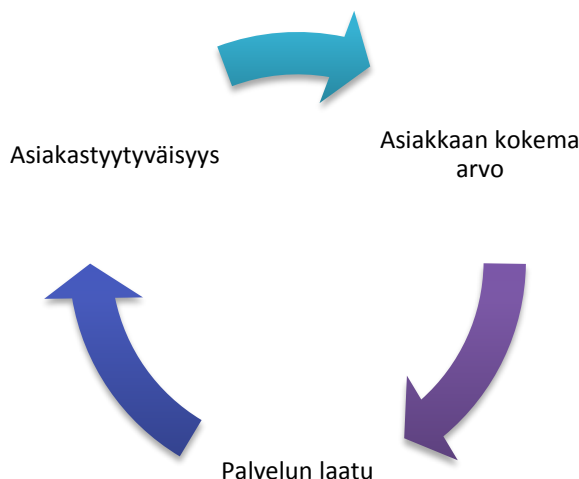
### **3.2 Asumisen laadun tekijät**

Laatu tarkoittaa jotakin positiivista ja tavoiteltavaa. Käsite on määrittelemätön ihmisen mielessä: Jokainen henkilö määrittelee oman kuvauksensa hyvästä. Hyvä on yhteydessä aikaan ja paikkaan (Ruotsalainen 2006, 15). Tässä opinäytetyössä asumisen laadun tekijät ovat toimeksiantajaan pohjaten taloyhtiön, huollon ja isännöinnin, sekä asiakaspalvelun ja erityispalveluiden kokonaisuuden muodostama laatu. Asumisen laatua määriteltäessä tulee huomioida osapuolten (asiakkaiden, asiantuntijoiden, yhteiskunnan) näkemykset tavoiteltavasta toiminnan tasosta, jotta vältettäisi ristiriitatilanteet (Pulkkinen 1999, 12).

Tämän opinäytetyön jokaisessa osassa puhutaan laadusta. Laadulla on kaksi pääulottuvuutta: Tekninen (lopputulosaatu) ja toiminnallinen (prosessilaatu) (Ylikoski 1999, 118). Asiakkaan mielikuva organisaatiosta on yksi piirre laadun osatekijöistä (Grönroos 1998, 64). Yrityksen imago suodattaa satunnaisia virheitä ilman laadun tason horjumista (Ylikoski 1999, 118), mutta jatkuvasti toistuvat ongelmat tai rakenteelliset virheet luovat vaikutuksia yritystoiminnalle. Asumisen laatua tarkasteltaessa osapuolet kiinnittävät huomiota luotettavuuden, reagoitavuuden, pätevyyden, saavutettavuuden, kohteliaisuuden, viestinnän, uskottavuuden, turvallisuuden, asiakkaan ymmärtämisen sekä palveluympäristön ulottuvuuksiin (Ylikoski 1999, 126).

### **3.3 Palvelukokemus**

Palvelukokemus tarkoittaa asiakastyytyvää yhdistettynä palvelun laatuun ja asiakkaan saamaan arvoon (Lahti 1998, 17). Alla esitetyssä kuviossa on esitettyä vuorovaikutussuhteet ja yhteys toisiinsa (kuvio 3).



Kuvio 3. Asiakkaan palvelukokemuksen muodostuminen (Zeithaml & Bitner 1996, 104).

Kontekstin palvelukokemukselle muodostaa palveluntarjoaja. Kokemus on järki- ja tunneperäinen. Järki korostaa käytännöllisyyttä ja hyötyä, ja tunne ilmenee hedonistisesti asiakkaan näkökulmasta (Sandström ym. 2008). Palvelun laatu muokkaa yhtenä osana asiakkaan palvelukokemuksen tyytyväisyyden muodostumista. Asiakas voi kokea palvelun hyvänä, mutta kokemus arvosta voi uupua esimerkiksi korkeiden kustannuksien vuoksi. Asiakastyytyväisyys ja palvelun laatu liittyvät toisiinsa oleellisesti (Zeithaml & Bitner 1996, 124). Onnistunut palvelukokemus sisältää ongelman ratkaisemisen lisäksi myönteisen kokemuksen palvelusta (Nousiainen & Hyttinen 2012).

Palvelukokemus on kunkin asiakkaan henkilökohtaisten käsityksien ja etukäteen muodostuneiden odotuksien kombinaatio (Lahtinen & Isoviita 1998, 62). Palvelumarkkinoinnin tutkimuksessa palvelukokemus on ilmiö, prosessi, ja syyseuraus- suhdeulottuvuus. Pohjimmiltaan tuote tai palvelu on kokemusperäinen asia, jonka hyvää kokemusta voi vahvistaa organisaation brändillä. Palvelukokemus voi olla myös prosessi (Helkkula 2011).

### 3.4 Asumistyytyväisyyskysely

Asukastyytyväisyyden mittaamisen kautta voidaan arvioida palvelun laatua (Hiihdenhovi 2001, 32). Laadunhallinta, joka koostuu asiakaskeskeisyydestä, käyte-

tään toiminnan suunnittelussa asiakaslähtöisesti. Asumistyytyväisyyskyselyssä kysytään asukkaiden henkilökohtaisia mielipiteitä laadunhallinnan parantamiseksi. Asumistyytyväisyyskysely tarkoittaa opinnäytetyössä asiakastyytyväisyyden ja asumisen tekijöiden laadun mittaamista pyrkimyksenä selvittää vaikutelma yrityksestä.

Asiakkaan kokemus palvelusta perustuu asiakkaan saamalle arvolle, palvelun laadulle ja asiakastyytyväisyydelle. Tämän lisäksi asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat vuorovaikutus, palveluympäristö, organisaation imago ja palvelun hinta. Saadessaan palvelua asiakas myös vertaa kyseistä hetkeä aikaisempiin kokemuksiinsa ja tietoihinsa. Kukin asiakas kokee tilanteen yksilöllisesti, ja hänelle syntyy organisaatiosta mielikuva. Mielikuvaa tukevat palvelun laadulliset elementit, eli luotettavuus, reagointialttius, palveluvarmuus, empatia ja ympäristö. Nämä elementit kulkevat jokaisen asiakkaan ja asiakaspalvelijan välisessä kontaktissa. Näin jokaisessa tilanteessa ollut hyvä laatu vaikuttaa asiakastyytyväisyyteen. Myös yksittäisistä palvelutilanteista huolimatta tai johtuen asiakas voi olla tyytymätön tapahtumaan, mutta silti tyytyväinen organisaatioon kokonaisuudessaan (Ylikoski 2001, 153).

Jatkuva asiakastyytyväisyyden mittaaminen antaa lisää tietoa asiakastyytyväisyyden kehityksestä, sillä sen avulla saadaan kehityksestä kokonaiskuva. Jatkuva mittaaminen auttaa tunnistamaan ongelmakohtia, joihin voidaan puuttua välittömästi. Asiakastyytyväisyystutkimukset ja asiakkailta saatu palaute tukevat toisiaan muodostaen monipuolisen kokonaiskuvan (Ylikoski 1999, 156).

### **3.5 Palveluiden differointi**

Palvelualoilla yrityksiä kohdalla kilpailuetua saavutetaan harvoin kustannuksilla. Palveluiden differointi ja oman osaamisen korostaminen toimivat tehokkaammin. Yrityksen on siis erotettava erikoistumisella (Porter 1985, 152). Asiakaspalvelulähtöisessä toimintamallissa asiakkaalle tuottavien tarpeiden tunnistaminen ja oman liiketoiminnan edistäminen lisäarvon aikaansaamiseksi tuovat kilpailuedun, jonka avulla on mahdollista erottua (Lindroos, Lohivesi 2004, 114). Mitä syvemmin asiakkaat siis tunnetaan, sitä paremmin kilpailukykyä voidaan vahvistaa.

Hyvä laatu on yritykselle merkittävää. Hyvä laatu täyttää asiakkaiden tarpeet ja vaatimukset, sekä kartuttaa asiakastyytyväisyyttä. Grönroosin (2000, 63) mukaan asiakkaille merkitsee eniten vuorovaikutus ja se, millainen kuva heille siitä jää. Liiketoimintamalli, joka muuttaa perinteisiä ansaintamalleja tai tapoja toimia sekä on vaikea kopioida, tuottaa kilpailuetua (Hannus 2004, 308). Kilpailuedun saavuttaminen ja kasvattaminen edellyttää kehittämistä. Oppiva yritys menestyy muita paremmin voimakkaasti kilpaillussa liiketoiminnassa, sillä se pyrkii jatkuvasti lisäämään kykyä luoda tulevaa ja kehittymään (Bard 2006, 10).

Kilpailuedulla tarkoitetaan kohdeasiakkaan arvostamaa ja yrityksen tarjoamaa ylivoimaisuutta, jonka voi liiketaloudellisesti saada aikaan ja realisoida markkinoille. Kilpailuetu on sidoksissa kaikkeen yrityksen markkinointiin liittyvään (Rope 2003, 91). Toisaalta yrityksen menestys pohjautuu liiketoimintamalliin ja sen toteutukseen. Kilpailua käydään paitsi tuotteiden ja yritysten välillä, mutta myös verkostojen ja liiketoimintamallien välillä (Hannus 2004, 308).

### **3.6 Taloyhtiön toimivuus**

Taloyhtiö vaikuttaa asumisen palveluiden tyytyväisyyteen. Taloyhtiön asioiden yleinen hoitovelvollisuus kuuluu taloyhtiön hallitukselle (Osakeyhtiölaki 21.7.2006/624). Tehtävät voivat olla epäselviä, sillä ylimääräisiä tehtäviä voidaan säätää yhtiön sisällä. YH Kodit Oy:n kohdalla isännöinnin tehtävänä on huolehtia esimerkiksi että taloyhtiön kiinteistöjen kuntoa hoidetaan, ja että asiat hoituvat kokonaisvaltaisesti ja hallituksen määräyksen mukaisesti. Kiinteistösihteerin tehtävä on huolehtia esimerkiksi rikkoutuneista kodinkoneista ja huoltoyhtiön talon huoltotoimiin liittyvistä asioista.

Taloyhtiössä ei voi asua kuin tietty määrä asiakkaita. Vaihtuvuutta tapahtuu, ja mielikuva taloyhtiöstä vaikuttaa uuden asukkaan muuttamisessa. Tämän vuoksi taloyhtiön tyytyväisyys vaikuttaa koko asiakastyytyväisyyteen asukastyytyväisyyden välityksellä. Kun asiakas on hankkimassa omistus-, asumisoikeus- tai vuokra-asuntoa, hän tarvitsee päätöksen tueksi tietoa. Suurin ja tärkein näistä on suositus, vaikka markkinointi vaikuttaakin päätökseen (Ylikoski 2010, ASML-raportti).

### **3.7 Asumisviihtyvyys ja asunnon laatu**

Asumisviihtyvyydellä tarkoitetaan tässä opinnäytetyössä asunnon viihtyisyyttä ja sen vaikutuksia asiakas- ja asukastyytyväisyyteen. Opinnäytetyön toimeksiantaja tahtoi asukastyytyväisyyskyselyssä kartoitettavan asunnon eri elementtien vaikutusta asumistyytyväisyyteen. Tänä päivänä asumisviihtyvyys onkin korostunut asumisviihtyvyydessä. Yksinasuminen on lisääntynyt ja nuoret muuttavat kotoaan yhä nuorempina. Vanhainkotien ruuhkautuessa myös senioriasujat viihtyisivät mahdollisimman kauan kotona. YH Kodit Oy tarjoaakin asuntoja opiskelijoista ja alle 30-vuotiaista työntekijöistä kaikkiin ikin senioriasuntojen muodossa. Näin laajalla asteikolla yhteisöllisyys ja asunnon laatu ja erikoisasumisen tarpeet korostuvat. Yhtiön prioriteetti on näin kartoittaa asukkaiden tyytyväisyys ja tarpeet sekä niiden tekijät (Osakeyhtiölaki 21.7.2006/624). Tyytyväisyys asuntoon riippuu pitkälti asiakkaan omasta elämäntilanteesta ja mieltymyksistä. Yhteisiä tekijöitä voisivat olla yhteisöllisyys ja erilaisten asukastarpeiden huomiointi, asunnon neliöiden tehokkuus, siisteys ja järjestys kerrostaloyhtiöissä, valaistus ja hissien toimivuus. Asunnon laadulla tarkoitetaan siis tässä yhteydessä asunnon viihtyvyystekijöiden vastaamista asukkaan tarpeisiin ja toiveisiin.

### **3.8 Asumisen palvelut ja Kotosalla- asuminen**

Sosiaali- ja terveysministeriön mukaan asumispalvelut ovat sosiaalihuoltolain (17.9.1982/710) mukaisia palveluita, joiden järjestämisestä vastaa kunta. Palvelut ovat tarkoitettu henkilöille, jotka tarvitsevat tukea ja palveluita asumiseensa. Suuri osa 65- vuotiaista ja vanhemmista asuu omatoimisesti kotona ilman kunnallisia palveluita. Vuonna 2000 tämä tarkoitti 670 000 suomalaista. Sen lisäksi 51 000 asuu kotona ja saa säännöllistä koti- ja tai kotisairaanhoidoa. Tämä tarkoittaa 93 % senioreista (Nissinen & Santalo, 2001). Omatoimisuuden aste vähenee ja kunnallisten palveluiden tarve lisääntyy. Seniori terminä on uusi suomen kielessä. Käsitteenä tässä opinnäytetyössä tarkoitetaan toimeksiantajan mukaista 55 vuotta täyttäneitä henkilöitä. Opinnäytetyössä senioritalolla tarkoitetaan senioreille suunniteltua taloa, mikä ei ole palvelutalo, vaan asuintalo, jonka tilat on suunniteltu turvallisiksi ja tarpeiden mukaisiksi (Tuppurainen 2006, 18).



Kuvio 4. Kotosalla – yhdessä huomiseen.

YH Kodit on pyrkinyt vastaamaan tarpeisiin asumisen palveluilla. Yritys toimii yhteistyössä Kotosalla Säätiön (kuvi 4) kanssa kehittääkseen palvelujärjestelmiä. Asumisen palveluiden laatuun pyritään vaikuttamaan hyvinvointiteknologialla. Senioreiden arjet pyritään pitämään vaivattomina ja toiveiden mukaisena. Kotosalla- asunnon takana on ajatus omassa kodissa asumisesta yhteisöllisesti ja itsenäisesti samalla kun arjen palvelut ja toiminta ovat helposti saatavilla. Kotosalla- asunnot voi ostaa omaksi tai vuokrata, vuodesta 2012 tarjolla on ollut myös asumisoikeusasuntoja.

Palvelut ovat helposti tarjolla Kotosalla- kodeissa yhden palvelupisteen takia, joissa toimivat palveluohjaajat sovittuina ajankohtina arjen tilanteiden ratkaisemiseksi. Palveluohjaajat ovat koulutettuja ja heiltä asukas saa ohjausta ja tukea. Asukas maksaa siis itse käyttämistään palveluista, mutta palveluohjaaja auttaa järjestelyissä. Palveluohjaajan tarkoitus on myös järjestää asukkaiden kanssa erilaisia matkoja ja virikkeitä. Tämä tukee asukkaan terveyttä, esimerkiksi liikunnallisten ryhmien kautta. Kotosalla- asuntojen palvelut kilpailutetaan asukkaiden hinta-laatusuhteen varmistamiseksi. Kotosalla- asumisesta maksetaan jäsenpalvelumaksu, noin 50 euroa kuukaudessa, jolla katetaan terveydenhoidon-, sosiaali-, harrastus-, ja turvapalvelut. Kotosalla- asuntojen yhteiskumppaneita ovat yksityiset hoiva-alan yritykset, kunnat ja kolmas sektori (YH Kodit Oy, Kotosalla säätiö, 2013). Kotosalla- kotien lisäksi YH Kodit ja Kotosalla- säätiö tarjoavat Kotosalla- hoivahotellipalveluita. Tämä tarkoittaa tilapäistä hoivaa sitä tarvitseville esimerkiksi leikkauksen jälkeen kotiutuvalle. Ympäristössä on keskitytty lämminhenkisyyteen ja ihmisläheisyyteen. Hoivahotellissa asumisen aikaa ei ole määritetty, vaan asua voi niin kauan kuin tilanteeseen sopii. Ympärivuorokautinen turva takaa yksilöllisen hoivajakson ja mahdollisen kuntoutuksen kanssa toipumisen palvelut.

Tässä opinnäytetyössä palveluasuminen tarkoittaa siis toimeksiantajan mukaisesti Kotosalla- asumiseen liittyviä palveluita ja tapoja, jollei toisin mainita.

### **3.9 Aiemmat tutkimukset**

YH Kodit Oy:ssä aikaisemmin toteutetut tyytyväisyyskyselyt olivat keskittyneet käsittelemään yhtiön isännöinnin ja huollon palveluiden sujuvuutta. Yhtiössä elettiin asumistyytyväisyystutkimuksen suunnittelun aikoihin murrosvaihetta kohti asiakaspalvelun ja palvelun laadun kehittämistä. Näin aikaisemmat tutkimukset toimivat osana kehitysprosessia, mutta niitä ei voinut suoraan hyödyntää tutkimuksessa.

Isännöintiliitto toteutti 2006 asiakastyytyväisyystutkimuksen ([www.isannointiliitto.fi](http://www.isannointiliitto.fi)), jonka mukaan taloyhtiöiden tyytyväisyyteen vaikuttivat oleellisesti isännöitsijöiden palvelut. Isännöitsijä koettiin tutkimuksessa johtavaksi elimeksi taloyhtiön asioissa, ja hänen ammattitaitoonsa luotettiin. Tutkimuksen mukaan juuri johtajuuden puute kuitenkin aiheutti asukastyytyväisyyden negatiiviset piirteet.

Myös Yhdyskuntasuunnittelun seura ry toteutti 2010 asumisviihtyvyydestutkimuksen, jonka mukaan taloyhtiön pihan viihtyisyys, kuten kasvillisuus, vaikuttaa asumistyytyväisyyteen. Tutkimuksen mukaan luonnonläheisyys korreloi myös keskusta-alueilla tyytyväisyyden kanssa. Tutkimuksessa nousi esille myös hyvä autotalli ja pihan hiekoitus. Joukkoliikenteen läheisyys koettiin osana tyytyväisyyttä. Alueen turvallisuus ja rauhallisuus koettiin kaupunkiasumisessa vähemmän tärkeäksi tekijäksi (Vesänen, A. 2010, 14). Tässä opinnäytetyössä tekijät tulevat esille taloyhtiön toimivuuden kanssa tutkimuksen tuloksissa.

Asiakastyytyväisyyttä on tutkittu runsaasti opinnäytetöissä. Tavoitteena on ollut löytää kehitysehdotuksia organisaatioille nykytilankartoittamisen kautta. Asukastyytyväisyyttä ovat tutkineet Falck ja Oksala 2012 opinnäytetyössään Asukastyytyväisyys Asunto Oy Savonniemessä (Mikkelin ammattikorkeakoulu). Tutkimuksen keskiössä olivat asukkaiden poismuuton syyt, joilla on pyritty lisäämään tietoutta tulevaisuuden kehitykselle. Tutkimus lähestyi asukastyytyväisyyttä asunnon, taloyhtiön sekä palveluiden ja viihtyvyyden kannalta. Asumisen palve-

luihin merkittävimmin vaikuttava tekijä tutkimuksen mukaan on asiakkaan tyytyväisyys sekä taloyhtiön viihtyvyys.

Ingalsuo ja Saloranta ovat tutkineet asukastyytyväisyyttä hoitotyön kannalta (Asukastyytyväisyys Juissikodeille. Tampereen ammattikorkeakoulu 2012, opinnäytetyö). Hoitotyön kannalta pohdittuna asukastyytyväisyys on oleellista YH Kodit Oy:n kannalta senioriasukkaiden palveluiden vuoksi. Tutkimuksen mukaan yhteisöllisyys ja aktiviteetit lisäävät asukastyytyväisyyttä. Tutkimuksessa on käytetty laadullista haastattelututkimusta.

## **4 Tutkimuksen toteutus**

### **4.1 Tutkimusongelma**

Yleensä tutkimuksen liikkeelle sysäävä tekijä on asiaongelma, johon tutkimuksen kautta haetaan selkeytystä. Asiaongelmaa rajaamalla löytyy tutkimusongelma, mihin varsinainen tutkimus kohdistetaan. Loppuraportti koostaa tulokset ja kertovat tuloksien vaikutuksen alkuperäiseen ongelmaan (Saukkonen, 2013, Tutkielmanteon tukisivut). Tutkimusongelman kautta tiedetään, mistä aiheesta tietoa kannattaa hankkia ja luodaan selkäranka tutkimukselle. Opinnäytetyön määrällisestä luonteesta johtuen tutkimusongelman löytämiseen ja selkeyttämiseen käytettiin tutkimuksen alussa runsaasti aikaa työn tehokkuuden lisäämiseksi.

Kyselyn sisältöä pohdittaessa toimeksiantajan kanssa erottui selkeästi halu kartoittaa asiakkaiden tyytyväisyyttä palvelun laatuun. Toimeksiantajan markkinointi- ja kiinteistöpäälliköitä haastateltiin tutkimuksen kokonaiskuvan kartoittamiseksi. Myös kehittämispäällikön kanssa käytiin tutkimuksen oleellisia piirteitä ja tarpeita lävitse. Tutkija haastatteli useaan otteeseen eri yrityksen toimijoita saadakseen kuvan kunkin työn aiheuttamista kehityspisteistä ja järjesti yrityksen toimialojen päälliköiden kanssa palaveria.

Toimeksianto osoittautui erittäin laajaksi, sillä mielipiteen varioituivat yksityiskohtaisesti eri suuntiin. Tutkimukseen sisältyi myynnin ja asiakaspalvelun lisäksi kiinteistönhoidollisista tehtävistä lähtien kaikki asumiseen liittyvät asiat, joilla oli



tekemistä asiakkaiden kanssa. Kysymyksiä koottiin yhteen ja niitä jouduttiin arvottamaan. Tätä kautta määritettiin tutkimusongelmat:

*Mikä on yrityksen asiakastyytyväisyyden ja -palvelun tila nyt?*

*Mitkä seikat yrityksen toiminnassa ovat toimivia ja mitkä eivät?*

*Mikä on yrityksen toiminnan kannalta huomioitavaa tulevaisuudessa?*

## **4.2 Menetelmälliset valinnat**

Koska opinnäytetyön tarkoituksena oli mitata YH Kodit Oy:n asukkaiden tyytyväisyyttä kyselylomakkeella, oli selvää valita kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä. ”Kuinka moni” tai ”miten usein” ovat kvantitatiivisen (määrällisen) tutkimuksen tunnuskysymyksiä. Tutkimuksen tulokseen eivät vaikuta opinnäytetyön tekijän asenteet tai mielipiteet, jolloin tulos on objektiivinen. Tietoa käsitellään numeroin (Vilkkä 2007, 13). Kvantitatiivisen tutkimuksen muotoja ovat muun muassa kysely-, haastattelu-, ja havainnointitutkimukset. Koska toimeksiantaja oli määritellyt tutkimuksen toteutettavan kyselymuotoisena, tiedonkeruu menetelmä määritteli tutkimusmenetelmäksi kvantitatiivisen menetelmän. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa kyselyn kysymykset saattavat olla sekä strukturoituja (etukäteen jäsenneiltyjä) tai avoimia (Kananen, 2011, 18). Toimeksiantaja tahtoi kuitenkin sisällyttää vastauksiin perustelumahdollisuuden sanallisesti tai vaihtoehtojen kautta, joten kyselystä muotoutui puolistrukturoitu. Lomakehaastattelu valittiin kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän ja numeraalisten vastauksien saavuttamiseksi (Vilkkä, 2007, 14).

Tarkemmin tutkimustyyppiksi valikoitui Survey- tutkimus. Tutkimukselle on tyypillistä kerätä tietoa käyttäen kyselylomaketta tai strukturoitua haastattelua, jota käytettiin kysymyksien luomisessa kyselyä varten. Aineisto kerätään täsmälleen samalla tavalla jokaiselta vastaajalta. Vastaajat edustavat otosta jostain tietystä ihmisjoukosta. Numerotiedot tulkitaan tai selitetään sanallisesti, kuten tämän opinnäytetyön myöhemmissä osioissa (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara, 2006, 125).

Kyselytutkimuksella saadaan tietoa mielipiteistä, arvoista ja asenteista sekä toiminnasta. Tutkimuksen tekijä esittää kysymykset lomakkeen välityksellä tai

haastattelemalla, mutta tässä tutkimuksessa lomake oli ehdoton valinta laajan asiakaskannan tavoittamisesta johtuen. Kyselytutkimuksen eduiksi voidaan lukea laaja aineisto ja tietokoneanalyysin mahdollisuus, mikä helpottaa aineiston käsittelyä. Etuna pidetään myös monien asioiden kysymistä lyhyessä ajassa, mikä edellyttää kunnollista tutkimuslomakkeen suunnittelua. Tutkimuksen huonona puolena voidaan pitää vastaajien rehellisyyden mittaamisen mahdotto- muutta ja aineiston pinnallisuutta (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara. 2009, 193).

### 4.3 Aikataulu

Kysely tuli toimeksiantajalta opinnäytetyöntekijälle toukokuun lopussa. Tutki- muksen suunnittelun käynnistyttyä 30.5.2013 tutkimuksen valmistumispäiväksi toimeksiantaja määritteli 30.9.2013, sillä isännöintiä koskevia tietoja tarvittiin syksyn palavereissa. Opinnäytetyönohjaajan kanssa käytiin kuitenkin keskuste- lua, jossa selvisi, ettei kyseisen tutkimuksen mukaista laajaa kyselyä ehdittäisi kunnollisesti vaaditussa ajassa toteuttaa. Näin päädyttiin kompromissiin, jossa 30.9.2013 mennessä kyselyvastaukset olisi saatu ja tuotettu sellaiseen muo- toon, että ne voisi toimeksiantajalle esittää. Varsinainen opinnäytetyön ja tutki- muksen mukainen tulkinta ja sanallinen avaaminen jäisivät opinnäytetyön mu- kaisen aikataulun mukaan toteutettaviksi.

Toimeksiantajan kanssa laadittiin kuitenkin aikataulu varsinaisen kyselyn ete- nemiseksi (taulukko 1).

	2013												2014				
	T	H	M	H	T	K	H	E	S	L	M	J	T	H	M	H	
Projektin käynnistys																	
Tutkimuksen toteutus asiakkaille																	
Tutkimustulokset yhtiön käyttöön																	
Opinnäytetyön laatiminen																	
Opinnäytetyön valmistuminen																	

Taulukko 1. Lopullinen opinnäytetyön aikataulu 2013–2014

Aikatauluun vaikuttivat projektin aikana 2013 syksyn opinnäytetyöntekijän ylityöt yrityksessä ja sen jälkeen määräaikaisen työsopimuksen päättymisen. Opiskelijan opinnäytetyöhön valmistavat kurssit toteutettiin koulun puolesta 2013–2014 talvella. Näin opinnäytetyö valmistui 2014 huhtikuussa.

Kesä-heinäkuun vaihteessa kyselyt olivat valmiina vastattaviksi. Vastausaikaa oli muutama viikko, jonka jälkeen vastaukset saatiin excel- muotoon atk- tuen kesäloman jälkeen elokuun 12. 2013.

#### **4.4 Taloudellisuus**

Taloudellisesti kysely pysyi hallinnassa. Koska toimeksiantaja oli ostanut jo aikaisemmin lisenssin ZEF.FI- verkkokyselypalveluun, tutkimuksen toteutuksen materiaaleista ei koitunut lisäkustannuksia. Kirjeiden lähettäminen asukkaille kustansi X euroa, mutta markkinointipäälliköstä tämä oli pieni hinta kyselystä. Kyselystä koitui hieman lisää kustannuksia kyselyn toteutusajankohdan vuoksi: Kesälomiaan viettävät asiakkaat olivat pois kodeistaan ja jotkut heistä tahtoivat kyselyn paperiversiona mökeilleen tai seniorit tahtoivat muuten vastata paperilla. Senioreista 15,5 % vastasi paperikyselyllä. Kopijyvä Oy:ltä tilattuna kyselylomakkeet saatiin silti edullisesti, pahvilaatikollinen esitteitä kustansi alle 20 euroa. Kyselyssä oli mahdollisuus voittaa kaksi iPadia, joiden kustannukset olivat n. 1000 euroa. Tarkkoja tutkimuskustannuksia ei ole opinnäytteen tekijän tiedossa, sillä markkinointipäällikkö arvioi kustannukset kannattaviksi. Tämän vuoksi työn laatu ei kärsinyt.

#### **4.5 Kyselylomake**

Kyselylomakkeen kysymyksien kautta pyrittiin löytämään vastaus tutkimusongelmaan. Kyselykokonaisuuteen kuuluivat alkusanat, joiden oli tarkoitus selvittää kyselyn taustoja ja syitä sekä kertoa pelisäännöt. Lisäksi yhteystiedot lisätietoja varten ja markkinointipäällikön tervehdys asukkaille sisältyivät alkusanoihin. Oleellista oli myös motivoida vastauksen antamista kertomalla että tiedot käytetään hyödyksi kehitystoiminnassa sekä tiedottaa vastaajien kesken arvottavista palkinnoista. Senioreita varten laadittiin oma kirje, sillä seniorityytyväisyyttä yhtiössä tutkitaan useammin ja eri lähtökohdista.

Lopullisessa kyselylomakkeessa (liite yksi) oli yhteensä kymmenen taustakysymystä (joista viisi koski asunnon ominaisuuksia ja viisi itse vastaajaa), kuusi kysymystä [www.yhkodit.fi](http://www.yhkodit.fi) - sivujen käyttämisestä, kahdeksan kysymystä asiakaspalvelusta ja neljä asumismuodon valinnasta. Asunnon tyytyväisyydestä kysyttiin kuusi kysymystä, nettiyhteydestä neljä kysymystä, huollon ja isännöinnin toimivuudesta seitsemän kysymystä, asukashallinnosta ja – tiedottamisesta neljä kysymystä ja taloyhtiön toiminnasta kuusi kysymystä sekä tulevaisuudesta yksi kysymys. Lisäksi lopussa oli avoin kysymys asumisviihtyvyyden lisäämisestä eli ”vapaan sanan”- kenttä.

Kysely vaikutti pitkältä, mutta kyselylomaketta tiivistettiin Likert- asteikoilla niin, että yhteen kysymykseen mahtui useampi alakysymys ja näin vastaajien mielenkiinto säilytettäisi kyselyn loppuun saakka. Kysymyksien lukumäärässä ei ole huomioitu puolistrukturoitua ”muita huomioita” ja ”miksi”- kohtia, sillä ne olivat vapaaehtoisia eivätkä näin pidentäneet kokonaismittaa. Toimeksiantaja tahtoi myös mitata laajasti tyytyväisyyden eri osa-alueita, eikä se olisi ollut mahdollista tiivistetymin. Kokonaisuudessaan kyselyssä oli siis 11 pääkysymystä.

Kyselyä lähdettiin toteuttamaan suunnittelulla. Kyselylomakkeen laatimiseen tarvitaan teoriapohjaista tietoa. Tutkimuksen toteuttamista varten käsitteet oli määriteltävä, ja kysymyksien vastauksien pätevyys mietittävä. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa paluuta ei ole, joten kyselylomakkeen piti olla tarkkaan laadittu ennen sen lähettämistä (Heikkilä, 2001, 47). Tiedon lisäämiseksi opinnäytetyön tekijä haastatteli YH Kodit Oy:n työntekijöitä useaan otteeseen sähköpostitse ja suullisesti ymmärtääkseen tutkimuksen kannalta relevantit tiedot ja mitä kukin ammattiryhmä halusi tietää. Samalla tarkoituksena oli kartoittaa tutkimusongelman mahdollisia syitä ja kokonais kuvaa siitä, miten laajasta asiakokonaisuudesta yhtiön asiakastyytyväisyys koostui. Ammattiryhmien vastaukset koottiin ja niistä selvitettiin kyselyn ydinkysymykset. Seuraavassa kaaviossa on esitetty ehdotuksien jakautuminen (taulukko 2).

Myynti ja markkinointi	Isännöinti ja tekninen osasto	Vuokravalvonta, maksupalvelut
Mitä kautta asiakas löytynyt?	Onko kunnossapito toimivaa?	Onko vuokra kohtuullinen?
Onko asiakaspalvelu ystävällistä?	Kiinnostus sähköisiin tiedotteisiin?	Miten asumisviihtyvyyttä voisi lisätä?
Onko asiakaspalvelu asian- tuntevaa?	Onko vuokraan kuuluva netti riittävä?	Onko oma sauna asunnossa tärkeä?
Miten asiointi on sujunut?	Löytyykö Internet- sivuilta tarvittavat tiedot?	Onko toimiston palvelut olleet hyviä?
Onko tarvittava tieto saatavilla?		
Saako virkailijat kiinni tarvittaessa?		

Taulukko 2. YH Kodit Oy:n henkilöstön tietotarpeet tyytyväisyyskyselyä varten.

Aikaisempien vuosien kyselyt oli toteutettu pääosin markkinoinnin ja isännöinnin yhteistyössä, joten kysely oli tekninen. Edellä esiteltyjen uusien painotuksien (s.1-2) mukaan kyselyrunko oli rakennettava kokonaan alusta. Kysymyksien miettiminen oli opinnäytetyöntekijän vastuulla, joten oli pohdittava tarkkaan tutkimuskysymyksen painotusta ja työntekijöiden toiveita kysymyksien valmistelussa. Kysymykset tehtiin uusiksi kolme kertaa. Opinnäytetyöntekijä järjesti palaveria, joihin osallistui markkinointipäällikkö, Kotosalla- palvelujohtaja, kiinteistöpäällikkö, atk- tukihenkilö jonka tehtävä oli myös huolehtia nettikyselyn toimivuudesta, sekä kehityspäällikkö ja ideoivia työntekijöitä. Näiden keskusteluiden kautta esimerkiksi päädyttiin ratkaisuun, jossa samat kysymykset lähetetään myös senioriasujille, vaikka termit ja palvelut ovat taloissa poikkeavat perusasuntoihin nähden. Syynä oli kokonais kuvan saaminen ja myöhemmin toteutettava seniori-kysely.

Yleensä kyselylomakkeissa käytetään avoimia kysymyksiä (puolistrukturoituja kysymyksiä), monivalintaa tai asteikkoihin perustuvaa kyselyä. Yksi asteikkokysymyksiä sisältävä kyselylomake on Likert- asteikko. Siinä esitetään erilaisia väittämiä ja vastaaja valitsee kuinka vahvasti hän on samaa – tai erimielistä väittämän kanssa. Likert- asteikolle on tyypillistä tarjota ”en osaa vastata” – vaihto-

ehto, joka karsii vääriä vastauksia. (Hirsjärvi ym. 2006, 187). Opinnäytetyön tekijä ehdotti Likert- asteikkoa käytettäväksi tutkimuksen luotettavuuden parantamiseksi ja virhevastauksien välttämiseksi. Likert- asteikko helpottaisi myös suuren massan vastauksien käsittelyä tuloksien tultua. Kokouksissa kuitenkin toimeksiantajasta oli parempi jättää empivä vastausvaihtoehto pois, sillä se ei tukisi tulevaisuuden suunnitelmien tekoa. Toimeksiantajan mukaan kysymykset liittyivät niin henkilökohtaisiin mielipiteisiin, että niissä vastaajan olisi enemmän jotain mieltä kuin ei osaisi vastata. Tämä turvaisi myös vastauksien saamisen. Näin varsinaiseen kyselyyn valikoitui neljän vaihtoehdon kysymyksiä. Kyselyn vastauksien tulkitsemista pitkitti nettikyselyn liukuva vastausasteikko, jonka saadut tulokset oli asetettava asteikkoon 1-5 vastauksien yhdessä tulkitsemisen helpottamiseksi.

Kun kyselypohja oli valmiina, se jaettiin kahteen: Senioreille (yli 55- vuotiaat) menevät paperilomakkeet ja muulle asiakaskunnalle nettikyselyn tunnukset postitse. Nettikyselyn kysymykset asetti ZEF.FI- palveluun toimeksiantajan atk-toimija. Tätä ennen palvelun käyttöön ottoon oli varattu puhelinkoulutus työn nopeuttamiseksi. Opinnäytetyön tekijän työ sähköposti liitettiin saatekirjeeseen mahdollisia kysymyksiä ja epäselvyyksiä varten ja hän myös vastasi puhelimitse asiakkaiden ongelmiin. Senioreiden vastauksia kertyi lopulta 317 ja muiden asiakkaiden 1413, yhteensä vastauksia saatiin siis 1730. Muutaman päivän viiveellä tulleet vastaukset hyväksyttiin tutkimukseen. Varsinaista analyysia varten tarvittiin exceliä vastauksien järjestämiseksi ja SPSS- ohjelmaa niiden tulkitsemiseen. Senioreiden paperivastaukset kirjattiin manuaalisesti sähköiseen muotoon. Sanallisista vastauksista kerättiin jatkuvasti toistuvat vastaukset, eli päävirran mukaiset, ja kirjattiin, moniko tätä mieltä oli. Analyysivaiheen oli tarkoitettu alkavan vastauksien saamishetkestä, mutta opinnäytetyön tekijä oli jatkuvasti ylitöissä, joten vastauksien saaminen toimeksiantajalle viivästyi noin kuukaudella. Tuolloin toimitettiin vastauksien kootut raakaversiot yhtiölle, kun taas tässä opinnäytetyössä on esitetty perehtyvämpää analyysia.

#### **4.6 Luotettavuus ja eettisyys**

Henkilötietolain (22.4.1999/523) mukaan henkilötiedoilla tarkoitetaan kaikenlaisia luonnollista henkilöä taikka hänen omaisuuttaan tai elinolosuhteitaan kuvaa-

via merkintöjä, jotka voidaan tunnistaa häntä tai hänen perhettään tai hänen kanssaan yhteisessä taloudessa eläviä koskeviksi. Koska kysely sisältää osittaisstrukturoituja kysymyksiä, olisi epäeettistä jos vastaajan henkilöllisyys olisi tunnistettavissa (Kuula, 2006, 64). Kysely päätettiin toteuttaa niin, että jokaiselle vastaajalle annettiin henkilökohtainen koodi nettikyselyn sisään kirjautumiseen. Tämä siksi, että vastaajista kaksi palkittiin iPadeilla. Vain arvonnassa voittaneiden tunnuksien henkilötiedot tarkastettiin jotta palkinnosta voitaisiin ilmoittaa. Kyselyn tarkoituksena oli saada rehellisiä vastauksia, joten vastaajille lähetettiin saate (varsinaiseen opinnäytetyöhön liite), josta näkee lähettäjän, mikä tutkimus on, miksi se tehdään ja ohjeet vastaamiseen. Vastauksia käsitteli vain opinnäytetyön tekijä ja atk-tukihenkilö. Kyselyssä ei kysytty mitään henkilökohtaisia, tarkkoja tietoja, joten pelkän kyselylomakkeen vastauksien perusteella olisi ollut mahdotonta sanoa kuka vastaaja oli. Seniorit, jotka vastasivat kyselyyn ainoastaan paperiversioilla, ilmoittautuivat kohteensa palveluohjaajille halutessaan osallistua iPadien arvontaan. Silti vastausta ja henkilöä ei voitu yhdistää niin että anonymiteetti olisi vaarantunut.

Tutkimuksella pyrittiin tuottamaan mahdollisimman realistista tietoa. Edellytyksenä tälle oli, että tutkimuksen teossa on noudatettu kvantitatiivisen tutkimuksen velvoittamia kriteerejä: Tehokkuus, objektiivisuus, hyödyllisyys, tiedonsuoja ja käyttökelpoisuus (Heikkilä 2004, 29). Virheitä ja vääristäviä tietoja pyrittiin välttämään koko tutkimusprosessin ajan, huomioiden sekä reliabiiliuden (mittaus tulosten toistettavuus: Kyky antaa tutkimuksen perusteella ei-satunnaista tietoa) että validiteetin (mittarin kyky mitata sitä, mitä sen oli tutkimuksen mukaan määrä mitata).

## **5 Tulokset**

Senioreiden vastauksia kertyi lopulta 317 lähetetyistä 604:stä, jolloin vastausprosentiksi muodostui 52,5. Muiden asiakkaiden vastauksia tuli 1413, yhteensä vastauksia saatiin siis 1730. Perusasiakkaiden vastausprosentti ei selvinnyt opinnäytteen tekijältä organisaation teknisen puolen lähetettyä tunnuksia vastaajille. Opinnäytteen tekijän kyselyihin asiasta ei vastattu. Vastauksista laskettiin prosentuaaliset tulokset tyytyväisyydestä osa-alueiden välillä ja luotiin niiden

pohjalta jakautumia tuloksien selkeyttämiseksi ja jatkohyödyntämisen helpottamiseksi.

Koska tutkimusmenetelmäksi oli ensisijaisesti määrätty kvantitatiivinen tutkimus, lomakkeen kysymykset oli laadittu pitäen mielessä ”kuinka moni” vastaa milläkin tavalla. Näin ollen tuloksilta odotettiin määriä ja numeraalista tietoa. Lomake sisälsi joitain puolistrukturoituja sekä avoimia kysymyksiä, joiden arvioiminen oli haastavampaa kuin strukturoitujen kysymyksien käsittely. Koska vastauksia oli käsiteltävänä suuri määrä, opinnäytetyöntekijä keräsi toistuvimmat vapaat vastaukset sekä senioriasukkailta että muilta asukkailta ja koosti näistä asukkaiden yleisimmät mielipiteet. Vastauksen ohessa mainittiin prosentuaalinen vastausosuus. Varsinaisessa analyysissä käytettiin SPSS-ohjelmaa. Senioreiden vastaukset tuli ensiksi koodata tietokoneelle, jonka jälkeen niitä pystyttiin avaamaan ryhmittäin. SPSS-ohjelma oli analysointia varten paras valinta, sillä ohjelman mahdollistama ristiintaulukointia tarvittiin kysymyksien välille, esimerkiksi talon iän ja asumisajan korreloimiseksi.

Tässä opinnäytetyössä tarkastellaan erillään senioriasukkaiden vastauksia ja muiden vastaajien vastauksia, sillä asumistarpeet ja lähtökohdat tutkimukseen ovat niin erilaiset. Myös tutkimuksen tarkoitus edellyttää markkinoinnin tehostamista, jolloin erittelystä on hyötyä. Tulokset - osiossa käydään laajasti ja mahdollisimman yksityiskohtaisesti läpi saadut tulokset, jonka jälkeisessä Pohdinta-osiossa käsitellään kehitysehdotuksia.

### **5.1 Senioreiden vastaukset, taustatiedot**

Kyselytutkimuksissa taustakysymyksien tarkoitus on johdattaa vastaajat aiheeseen (Valli & Raine 2007, 103). Seniorivastaajan profiiliksi muodostui yleisimpien vastauksien perusteella asumisoikeuskaksiossa yksin asuva, noin 60–69-vuotias nainen, joka on asunut 1-2 vuotta alle kymmenvuotiaassa kerrostalossa. Alla on perehdytty syvällisemmin perustietojen merkitykseen. Seniorivastaajat olivat vastanneet kiitettävästi kysymyksiin, vain muutamia kohtia puuttui, joiden vuoksi ei ollut tutkimusongelman tai tutkimuksen luotettavuuden kannalta viisasta jättää koko vastausta pois tuloksista. Taustakysymyksissä kartoitettiin profiili



senioriasujille. Profiilin pohjan muodostivat henkilökohtaiset tiedot sekä asunnon ominaisuudet.

Seniorivastauksien sukupuolijakauma oli selkeä: Melkein 70 % vastaajista oli yksin asuvia naisia, miehiä asui yksin noin 20 % ja loput asuivat yhdessä. Tieto voi olla jatkossa kannattava kiinteistöjen asuntosuunnittelun ja markkinoinnin kannalta. Seniorivastaajista 75 % edusti asumisoikeusasujia ja 25 % vuokra-asujia. 70 % senioriasujista asuu itsenäisesti, 30 % kumppanin kanssa. Suurin osa senioreista oli 60–79- vuotiaita.

Senioreista suurin osa asuu siis asumisoikeusasunnoissa. Huonejakaumasta kävi ilmi, että 50 % vastaajista asuu 2H+K- asunnoissa, ja vain 1 % vastaajista 4H+K- asunnoissa. Yksioissä asui 34 % vastaajista, kolmioissa 13 % ja tupakeittiöissä 2 %. Senioreista suurin osa tahtoi asua pienissä asunnoissa. Tieto korreloi suoraan per asunto- asukasmäärien kanssa. Talotyypeistä seniorit suosivat kerrostaloja (99 %), luhtitaloja ja rivitaloja ei lähes lainkaan. Kyselyn taustatietojen perusteella asutut asunnot ovat erittäin nuoria (94 % on 1-9- vuotiaita), ja suurin osa asujista on ollut nykyisessä kodissaan vasta noin muutaman vuoden. Tästä päätelty asukaskannan muutos on mielenkiintoinen huomio.

## **5.2 Senioreiden vastaukset, varsinaiset kysymykset**

Koska tutkimus toteutettiin ensimmäistä kertaa sisällyttäen palvelun tyytyväisyyden mittaamisen asiakaspalvelussa, tulokset eivät olleet suoraan verrattavissa vanhoihin tutkimustuloksiin. Tämän vuoksi tässä opinnäytetyössä keskitytään kyselyssä saatuihin tuloksiin. Tutkimuksen tarkoitus oli luoda pohjaa uudella tiedolla tuleville tarpeille ja tutkimuksille, joten niiden tietojen etsimiseen vastauksien esittämisessä on pyritty.

### **5.2.1 YH Kodit Oy:n tunnettavuus**

Tutkimusongelma edellytti selvittämään millä tavalla asiakkaat olivat löytäneet YH Kodit Oy:n. Senioreiden vastauksissa kävi selvästi ilmi, että 48,6 % vastaajista oli löytänyt YH Kodit oy:n palvelut lehti-ilmoituksen kautta. Tuttavan kautta 24 % (23,97 %), 9,8 % internet - mainoksen kautta ja viisi prosenttia kampanjan kautta. Vaihtoehdolla ”muu” vastasi 12,6 %, jossa vastaaja sai perustella itse

kanavansa. Toistuvimpia vaihtoehtoja vastauksissa oli ”käymällä kysymässä palveluista” (2,5 %), ja ”oman lapsen tai sukulaisen kautta” (1,6 %). Myös asun-  
toesittelyt ja netistä tietoa etsimällä esiintyivät vastauksissa.

Kyselyssä haluttiin selvittää tutkimusongelman perusteella myös ennakkokuvia YH Kodit Oy:stä ennen asumista. Selkeästi suurin osa vastanneista (52,6 %) oli sitä mieltä, ettei heillä ollut minkäänlaista kuvaa yrityksestä tai sen toiminasta. Kuvan olleen hyvä vastasi 24,7 %. Loput vastauksista olivat erittäin vaihtelevia aina kalliista (2,6 %) rauhalliseen asua (1,9 %) mutta niissäkin oli havaittavissa toistoa, erityisesti ”kohtalaisen hyvä” erottui 3,2 %:lla.

### **5.2.2 Tyytyväisyys Internet- sivujen käyttämiseen**

Verkkokyselyn kautta vastauksensa jätti 84,5 %. Heistä 44 % oli etsinyt tietoa sivuilta aiemmin ja 56 % ei ollut. Eniten tietoa haettiin kohteista (69,4 %), huoltoyhtiöstä (15,9 %) ja aukioloajoista (14,6 %) melkein tasan saman verran. Kyselyssä mainittiin myös palveluohjaajista tiedon etsiminen ja hakemuksien jättäminen netin kautta. Kyselyssä kysyttiin asukkailta, toivoisivatko he saavansa tietoa sähköpostitse. Kysymykseen ei juurikaan vastattu: Vain noin 11 % nettikysymyksiin vastanneista halusi jättää tiedon kysymykseen. Vastaajista 86 % halusi tietoa uusista kohteista, loput aukioloajoista. Heikoin vastausmäärän perusteella ei kuitenkaan olisi järkevää aloittaa sähköpostitiedotteita seniorikoh-teissa asuville. Vapaa kysymys ”Toiveita internet - sivuille” tuotti laajan kannan ehdotuksia, mutta näistä eniten seniorit toivoivat tietoa tapahtumista. Tarkempia tietoja asunnoista pyydettiin myös, palvelumaksu tuntui olevan myös epäselvä monille senioriasukkaille. Kuitenkin 90,7 % vastaajista arvioi internet - sivuilta löytyvän kaiken tarpeellisen.

### **5.2.3 Tyytyväisyys asiakaspalveluun**

Ensimmäisenä taustatietojen jälkeen haluttiin tutkimuksessa paneutua asiakas-palvelun laatuun. Tuloksista koostettu arvoasteikko oli 1-5, joista 5 tarkoitti pa-rasta tyytyväisyyttä. Asiakaspalvelu myynnissä oli senioreiden mukaan keskiar-voltaan 4,26 eli kiitettävää. Asiakaspalvelu puhelinvaihteessa ansaitsi keskiar-von 3,87. Tämä oli merkittävää ottaen huomioon puhelinvaihdjärjestelmän muutokset, mistä johtuen puhelinvaihte oli pitkälti ruuhkautunutta ja varavaihte

asiantuntematonta ohjaten puheluita väärille henkilöille kyselyn toteuttamisen aikoihin. Asiakaspalvelun laatu toimistossa asioidessa oli senioreiden mielestä 4,23 arvon mukaista, eli siihen oltiin todella tyytyväisiä. Myös palveluiden asiantuntevuus ansaitsi keskiarvon 3,91. Tämä kertoo toki miltei kiitettävästä tyytyväisyydestä, mutta myös etteivät palveluiden kaikki osat ole tunnettuja. Huolto-yhtiön ja ja isännöinnin asiakaspalvelu olivat miltei yhtäläiset: Huoltoyhtiöön oltiin tyytyväisiä 3,58:n keskiarvolla ja isännöintiin 3,35. Näistä merkittävää on huomioda että isännöinti on YH Kodit Oy:n sisäisten toimijoiden toteuttamaa, kun taas huoltoyhtiön palvelut tulevat yhtiön ulkopuolelta. Huollon tavoitettavuus jäi muuten korkeatasoisissa arvioissa pohjalukemiin: 3,54, mutta isännöinnin tavoitettavuus oli vieläkin synkempi: 3,40. Tuloksien suhteuttaminen asteikkoon (1-5) antaa kuvan hyvästä palvelusta, mutta selvästi heikoimmin ollaan tyytyväisiä isännöinnin tavoitettavuuteen ja palveluun.

#### **5.2.4 Tyytyväisyys asuntoon**

Tyytyväisyys asunnon sijaintiin oli senioreilla erinomainen: 4,33. Tämä tarkoittaa että kiinteistön sijoittelu on onnistunutta. Asumiskustannuksiin oltiin vähemmän tyytyväisiä: 3,76:n keskiarvo tuottaa ristiriitoja senioreiden asumistyytyväisyyden ja asumiskustannuksien aiheuttamien paineiden välille. Asunnon koko ja asumismuoto tuottavat molemmat yli 4: n keskiarvon. Asunnon pohjaratkaisuun oltiin tyytyväisiä: Keskiarvo 3,99. Vapaiden huomioiden kenttään kertyi muutama kommentti, mitkä toistuivat vastauksissa:

*”Asunto on liian korkea”*

*”Keittiön kaappien sijoittelussa huomioitava seniorit”*

*”Astianpesukone ja sälekaihtimet asuntoihin”*

*”Ei ole saunaa, en sitä kaipaakaan – sauna pitäisi olla jokaisessa senioriasunnossa”*

*”Hervannan asuntojen pohjat ovat huonot: Ei säilytystilaa”*

Tyytyväisyys asuntojen varustetasoon (3,89) ei kuitenkaan tukenut yllä mainittuja väittämiä. Asunnon kuntoon oltiin myös erittäin tyytyväisiä (4,25). Saunan olemassa olo sijoittui mielipiteiden puoleen väliin: 3,38. Sen sijaan vuokrankoh-

tuullisuus oli muihin keskiarvoihin verrattuna alhainen: 3,32 korkeimmasta mahdollisesta viidestä.

Nettiyhteyteen oltiin yleisesti tyytyväisiä: Suurin osa senioreista ilmaisi käyttävänsä vähän tai ei lainkaan nettipalveluita, joten operaattorin tarjoamien palveluiden riittävyys sai keskiarvosanan 3,51. Perusnopeuteen oltiin myös tyytyväisiä (3,38), ja nettiyhteyden toimivuus sai pisteet 3,51. Kokonaisuudessaan yleinen arvosana nettiyhteydelle oli 3,66.

### **5.2.5 Tyytyväisyys taloyhtiöön ja sen toimintaan**

Tyytyväisyys taloyhtiöön perustui kysymyksiin kunnossapidosta kesällä ja talvella. Kesällä pihasta pidettiin asiakkaiden mukaan parempaa huolta (3,81) kuin talvella (3,02). Pihan kunnossapito niitti siis kyselyn alhaisimmat pisteet, ja tähän olisi syytä kiinnittää huomiota jatkossa. Huoltotoimien suorittamiseen oltiin melkein kiitettävän tyytyväisiä (3,72) ja taloyhtiön yhteisten tilojen siisteys oli asiukkaista positiivista (3,94). Kuitenkin roskatynnyreiden täyteyteen otettiin vapaasanakentässä kantaa ja siihen toivottiin muutosta useissa vastauksissa. Myös isännöitsijän toivottiin parantavan aktiivisuuttaan. Tietojen saaminen taloyhtiön toiminnasta oli asukkaiden mielestä hieman puutteellista, mutta hyvää (3,68). Sen sijaan vaikutusmahdollisuudet talonasioihin olivat pienet (3,33). Talotoimikunnan toimintaan oltiin keskimäärin tyytyväisiä (3,39), ja yhteistoimintaan hieman tyytymättömämpiä (3,51). Hieman yli puolet (53 %) asukkaista oli sitä mieltä, että heillä on mahdollisuus vaikuttaa taloyhtiön asioihin. Vastaajista 79,6 % tahtoi jatkossa osallistua taloyhtiön yhteisiin tapahtumiin ja tilaisuuksiin, kun taas niiden järjestämisestä oli kiinnostunut 41,7 %. Kyselyssä selvitettiin myös, millaisia tapahtumia seniorit toivoivat lisää. Vaihtoehtoja oli kolme: Pihatalkoita, saunailtoja, grillausta tai vapaa vaihtoehto. Grillauksesta oltiin kiinnostuneimpia (24,3 %), pihatalkoista toiseksi kiinnostuneimpia (15,7 %) ja saunailloista vähiten (10 %). Vastaajista 6,4 % toivoi lisää retkiä ja matkoja, ja 5,7 % yleistä tutustumista ja yhdessäoloa. Myös lauluillat, peli-illat, erilaiset kulttuuritapahtumat - ja matkat mainittiin useammassa vastauksessa. Elokuvat ja teemaillat olivat myös senioreiden toivelistalla. Senioriasukkailta kysyttiin, mihin asioihin he haluaisivat vaikuttaa. Vastauksissa toistuivat siisteys, koirien haukunta, talotoimikunta ja yleiseen henkeen taloyhtiössä. Vastauskaala kysymykseen

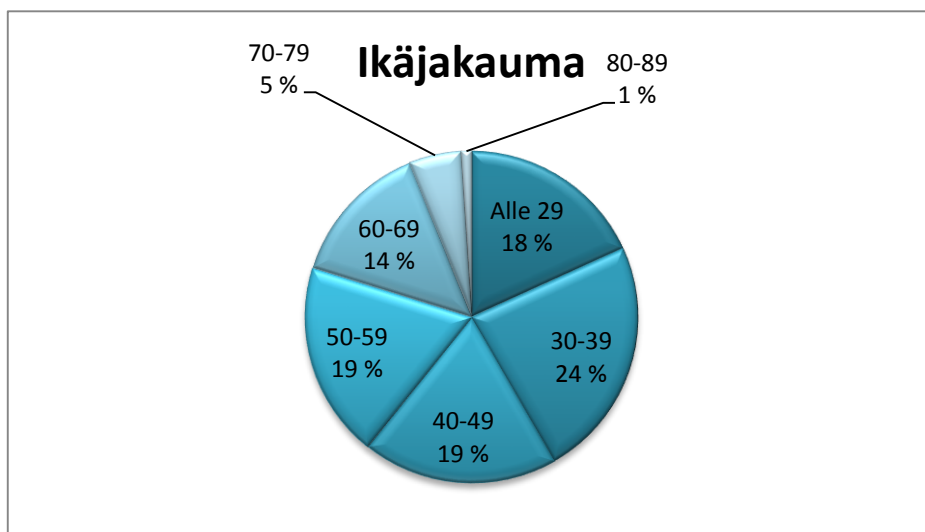
oli erittäin laaja. Lisää tietoa tahdottiin talon rahavirroista ja taloyhtiön päätöksistä, mutta lähes kullakin vastaajalla oli oma ehdotuksensa. Muita lisätiedon tarvetta aiheuttaneita vastauksia olivat muun muassa asukasvalintojen tekeminen, talotekniikka ja – turvallisuus sekä asumiskustannuksien syntyperuste.

### **5.2.6 Tyytyväisyys asumiseen**

Senioreista vain osa vastasi kysymykseen ”Oletteko harkinnut poismuuttoa” (64,7 %). Heistä 71,7 % ei ole harkinnut muuttavansa pois, loput kyllä. Poismuuttoa harkinneista suurin osa (11,2 %) kertoi syyksi asuinkustannukset ja niiden nousun. Muita syitä olivat tyytymättömyys taloyhtiöön (4,4 %) ja asuntoon (3,4 %). Muita useissa vastauksissa toistuneita syitä olivat tyytymättömyys asuinalueeseen, lisätilan tarve ja liian iso asunto, tai halu ostaa omistusasunto ja muutto toiselle paikkakunnalle. Muita senioreita mietityttäneitä seikkoja asumisviihtyvyyden puolesta olivat oman pihan tai parvekkeen puute, liian herkkä palojärjestelmä (myös kiitosta aiheesta tuli), palveluohjaajien kokeneisuudesta ja heidän liikavaihtuvuudestaan, sekä savuttomuutta haluttiin myös (1,5 %). Kyselyssä haluttiin tietää, mitä YH Kodit Oy voisi sitten tehdä asumisviihtyvyyden lisäämiseksi. Vastauksia oli erittäin kiitettävästi, mutta ne vaihtelivat keskenään niin suuresti, että prosentuaalisia osuuksia oli vaikea muodostaa. Niinpä tässä esitetään useimmin toistuneet vastaukset: Huonokuntoiset asiakkaat toivoivat oviin sähköavausta, isännöitsijän olemassa oloa ja aktiivisuutta kaivattiin useissa vastauksissa, huolto ei monien asukkaiden mielestä pelannut riittävästi, ilmanvaihto talossa epäkunnossa (kylmä tai kuuma), tupakoimattomuus edellytykseksi, ja jätteiden lajittelu huonossa kunnossa taloyhtiössä.

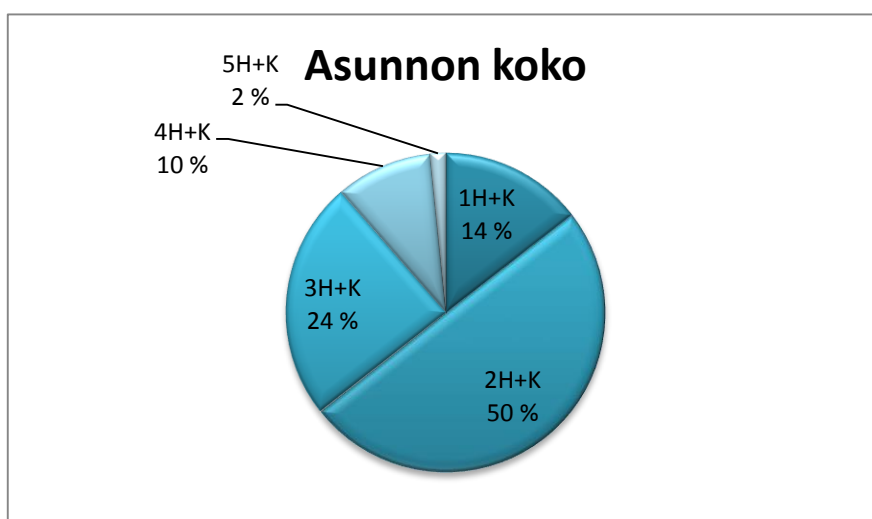
### **5.3 Muiden kuin senioreiden vastaukset, taustatiedot**

Vastauksia tuli siis 1413. Vastaajista miehiä oli 456 ja naisia 947, kymmenen ei halunnut kertoa sukupuoltaan. Iältään vastaaja oli keskimäärin 40–49-vuotias. Suurin osa vastaajista oli 30–39-vuotiaita (24 %), 50–59- ja 40–49-vuotiaita oli toiseksi eniten (19 %). Vähiten vastaajista oli 80–89-vuotiaita (1 %), sillä suurin osa heistä kuului seniorikyselyn piiriin (kuvio 5).



Kuvio 5. Ikäjakauma perusasiakkaiden välillä.

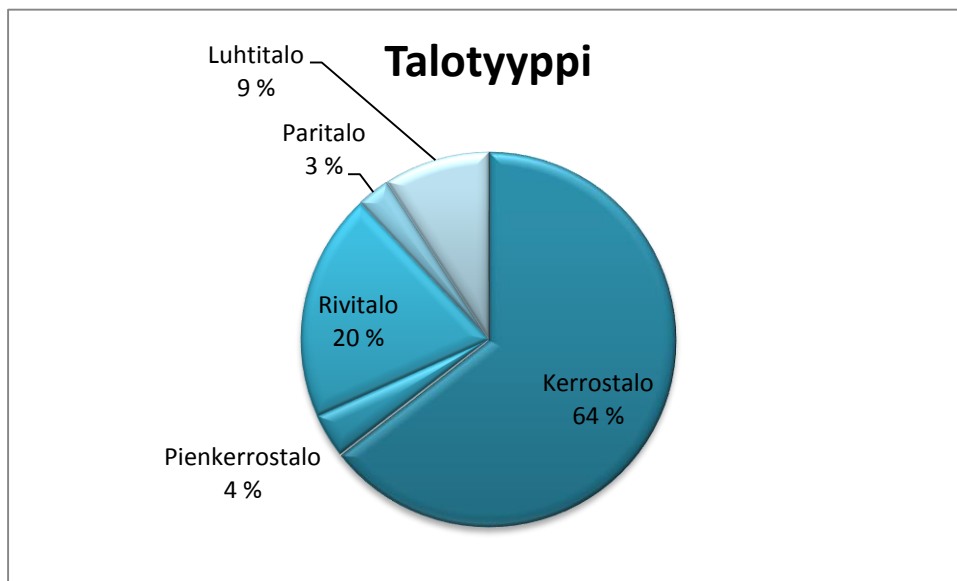
Talouden kokoa mitattaessa paljastui, että suurin osa YH Kodit Oy:n asukkaista asuu yhden täysi-ikäisen taloudessa (52 %), joskin 2 täysikäistä häviää vain noin 10 % (43 %). Vähiten vastanneista asui neljän täysi-ikäisen taloudessa (1 %). Kyselyyn vastanneista 67 % sanoi asuvansa yhden alaikäisen kanssa. Keskimääräinen talouden koko on siis yksi täysi-ikäinen ja yksi alaikäinen tai kaksi täysi-ikäistä ja yksi alaikäinen. Vastanneista 17 %:lla oli kaksi alaikäistä, neljä tai useampi alaikäinen oli vain 2 %:lla vastaajia. Suurin osa kyselyyn vastanneista (50 %) asuu kaksiossa, 24 % kolmiossa. Vähiten käyttöä on viiden huoneen asunnoille: 2 % asukkaista sanoo asuvansa vastaavassa asunnossa (kuvio 6).



Kuvio 6. Asunnon koon jakauma kyselyssä.

Asumismuodoista vuokra on hieman asumisoikeusasuntoja suosittu (54 %). Asumisoikeusasunto ei suhteellisen tuntemattomana asumismuotona kuitenkaan häviä edes 10 %:a. Kysyttäessä syytä valinnalle, kommentit avoimelle kysymykselle olivat erittäin laaja-alaisia. Asumisoikeutta suosittiin erityisesti edullisuutensa ja asumisen tason vuoksi, mutta erityisesti jollei vielä ollut varaa omistusasuntoon.

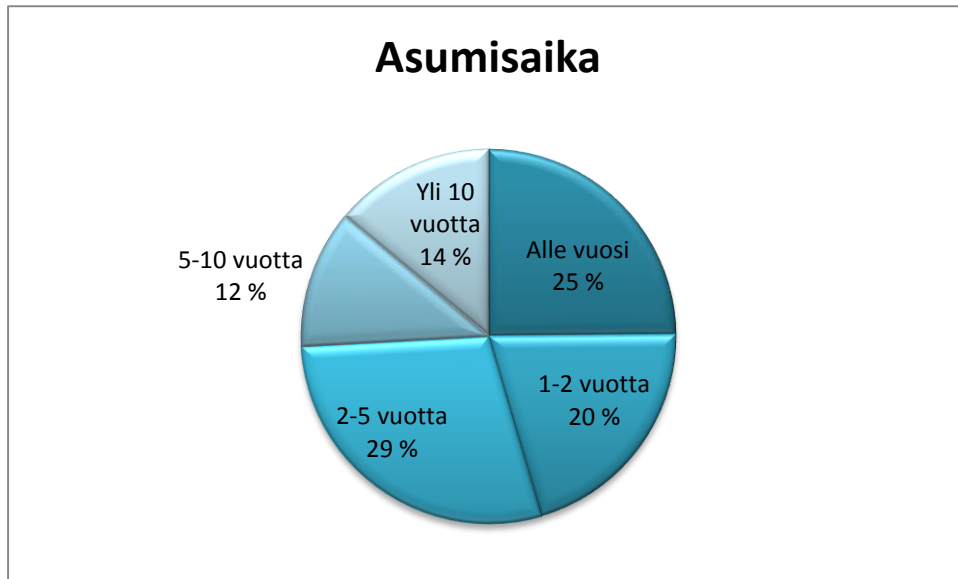
Hyvänä nähtiin, ettei joutunut ottamaan lainaa tai sitouttamaan rahaa asumiseen. Turvallisuus ja avioero olivat myös vaikuttaneita tekijöitä useissa tapauksissa. Kokonaisarvion perusteella asumisoikeus nähtiin edullisena omistusasumisena. Vuokra-asumista taas puolsi helppous ja joustavuus eri elämäntilanteissa ("välivaihe" esiintyi vastauksissa usein). Tilanteissa, joissa on juuri muuttanut paikkakunnalle, vuokra-asunnon hankkiminen tuntui edulliselta ja nopealta asumismuodolta. Tärkeä peruste vuokra-asumisen valinnalle oli myös väliaikaisratkaisu tai -asunto. Vastaajista 64 % kertoi asuvansa kerrostalossa, toiseksi suosituin talotyyppi oli rivitalo (20 %), jonka jälkeen luhtitalo (9 %) (kuvio 7).



Kuvio 7. Talotyypin suosion jakautuminen tutkimuksessa.

Taloista keskivanhat olivat suosituimpia kyselyn perusteella: Vastaajista 63 % sanoi asuvansa 10–19- vuotiaassa talossa. Vähiten asukkaita oli vanhimmassa, 20- 30- vuotiaassa taloissa (7 %). Asumisajassa oli enemmän heittoja kuin senioriasukkailla. Keskivähän aikaa (2-5 vuotta) oli asunut 29 % vastaajista. Alle vuoden oli asunut 25 % ja 1-2 vuotta 20 %. Viidestä kymmeneen vuotta oli asu-

nut 12 %, yli 10 vuotta 14 %. Jakauma oli selvästi tasaisempi kuin senioreiden välillä (kuvio 8).



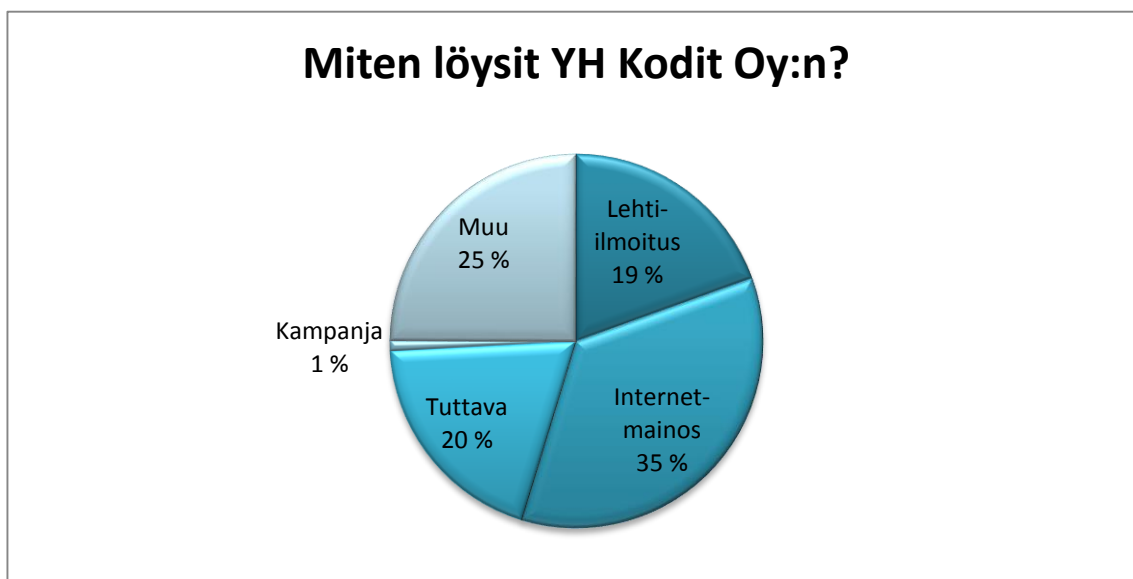
Kuvio 8. Asumisajan jakautuminen asukkaiden kesken.

## 5.4 Muiden kuin senioreiden vastaukset, varsinaiset kysymykset

### 5.4.1 YH Kodit Oy:n tunnettavuus

Varsinaisissa kysymyksissä selvisi, että perusasiakkaat ovat löytäneet YH Kodit Oy:n palvelut Internet mainosten, tuttavien tai ”muun” kautta eniten. Myös lehti-ilmoituksen kautta vastaajista noin viidesosa löysi palvelut. Vaihtoehdon ”muu” takana oli vastaajien avoimet vastaukset, joissa toistuivat aikaisemmat suhteet, yleistä oli vuokra-asunnon vaihtaminen asumisoikeusasuntoon, asuntomessut, vapaa tiedonhaku muun muassa netistä (asuntoilmoitukset: vuokraovi.com, oikotie.fi, jokakoti.fi, Googlen sanahaku...), sekä itsenäinen tiedon haku suoraan toimistolta (kuvio 9).





Kuvio 9. Jakauma palveluiden löytymiskanavasta

Millainen kuva asukkailla oli ennen muuttoa YH Kodeista? Asiakkaat tuntuivat useissa vapaissa vastauksissaan liittävän YH Kodit laatuun ja asiallisuuteen. Silti valtaosalla vastaajista ei ollut minkäänlaista kuvaa ennen muuttoa. Osansa sai myös ”ihan ok” vastaus, johon liitettiin usein päätteitä, kuten: positiivinen, kallis, laadukas. Moni piti myös YH Koteja luotettavana ja turvallisena asuinpaikkana.

#### 5.4.2 Tyytyväisyys Internet-sivujen käyttämiseen

Vastaajista 80 % oli etsinyt [www.yhkodit.fi](http://www.yhkodit.fi)- sivuilta tietoa, 20 % ei. Kysymyksen vastausprosentti oli 97 %. Eniten etsittyä tietoa olivat kohteet: 52,6 %, huoltoyhtiöt 25,7 %, ja aukioloajat 21,7 %. Kyselyssä mainittiin myös yhteystietojen etsiminen (toimisto ja isännöinti), tai ”isännöitsijältä usein kysytyt kysymykset”-osiota, jollei saa oman taloyhtiönsä isännöitsijäänsä kiinni. Tämä olisi kehitysideoinnin kannalta mielenkiintoinen palaute. Ainoastaan 47 % kyselyyn osallistuneista vastasi kysymykseen ”Toivoisitko saavasi tiedotteita sähköpostitse”. Eniten tietoa haluttiin uusista kohteista (57 %) ja muusta tiedosta (34 %). Vähiten kannatusta saivat aukioloaikatiedotteet (9 %). ”Muusta tiedosta” kiinnostuneet vastasivat haluavansa tietoa ajankohtaisista asioista liittyen taloyhtiöön, asumiseen, remonteihin, ja vapaista asunnoista. Myös yleisistä yhtiötä koskevista asioista haluttiin tietoa.

Nettisivuilta koettiin puuttuvan ajantasaista tietoa vapautuvista kohteista sekä päätöksistä yhtiön sisällä. Suuri osa vastaajista oli sitä mieltä että sivut ovat hyvät, eivätkä keksineet kehitettävää. Sen sijaan vuokrien hinnoissa tuntui olevan epäselvyyttä kuten myös yhteystiedoissa. Vastausprosentti oli 73 %, ja heistä 87 % oli sitä mieltä että www.yhkodit.fi- sivuilta löytyy jo kaikki tarvittava tieto. Internet- sivuja ei siis ollut tarpeellista rakentavasti muuttaa, mutta tuloksien perusteella tietoa voisi lisätä, esimerkiksi korostaa huoltoyhtiön yhteystietoja.

#### **5.4.3 Tyytyväisyys asiakaspalveluun**

Taustatietojen jälkeen tutkimuksessa haluttiin selvittää palvelun laatu. Kuten senioreillakin, arvoasteikko oli muodostettu tuloksista 1-5, josta 5 oli parhain tyytyväisyys. Asiakaspalveluun myynnin yhteydessä oltiin kiitettävän tyytyväisiä, keskiarvosanalla 4,06 (kysymyksen vastausprosentti oli 91 %). Puhelinvaihteen asiakaspalvelu sai keskiarvon 3,82, mikä on, kuten senioreidenkin vastauksissa, huomattavan hyvä tulos kyselyn aikana vallinneiden vaihdeongelmien vuoksi (vastausprosentti: 76 %). Asiakaspalveluun toimistossa asioidessa oltiin todella tyytyväisiä: Arvosana 4,10 (vastausprosentti 88 %). Palveluiden asiantuntevuus oli keskiarvolla 3,93, eli hieman laadukkaampi kuin senioripalveluissa (vastausprosentti 84 %). Asiakaspalvelu isännöinnissä toi arvosteluun enemmän heittoa: Keskiarvosana 3,55 (vastausprosentti 82 %). Huollon tavoitettavuus oli keskiarvosanaltaan samaa luokkaa aikaisempien mielipidevastauksien kanssa: 3,58 (vastausprosentti 85 %), ja isännöinnin tavoitettavuus 3,57 jatkoi samaa linjaa miltei kiitettävässä arvosanassa (vastausprosentti 75 %).

#### **5.4.4 Tyytyväisyys asuntoon**

Asunnon sijaintiin oltiin todella tyytyväisiä: Keskiarvo vastauksissa oli 4,36, mikä on sama kuin senioreilla (vastausprosentti 94 %). Kiinteistöt ovat siis alueilla, joissa halutaan asua. Tyytymättömämpiä ollaan asumiskustannuksiin: 3,79 (vastausprosentti 92 %) kertoo asumiskustannuksien vähentää tyytyväisyyttä asumiseen. Asunnon koko (4,10) ja asumismuoto (4,09) saavat lähes saman keskiarvon, eli ovat asukkaiden puolesta kiitettävää tasoa (vastausprosentti 94 %). Pohjaratkaisuihin oltiin myös lähes kiitettävän tyytyväisiä: 3,91 keskiarvolla taso säilyi kokonaisuustyytyväisyydessä (vastausprosentti 95 %). Varustetaso

puolestaan laskee kokonaiskeskiarvoa hieman: 3,63 (vastausprosentti 95 %) kertoo varustetarpeesta tai kunnan huonoudesta. Asunnon kuntoon oltiin 3,70 keskiarvolla suhteellisen tyytyväisiä (vastausprosentti 95 %), toisin kuin vuokran kohtuullisuuteen, keskiarvo: 3,03 vaikuttaa negatiivisesti asioiden tyytyväisyyden muihin osioihin verrattuna (vastausprosentti 95 %). Saunaan oltiin todella tyytyväisiä keskiarvolla 4,27 mikä viittaa päinvastaiseen tyytyväisyyteen varustetasossa kuin aikaisemmin on esitetty (vastausprosentti 94 %). Samalla saunan arvo asumisessa tunnustetaan yhä. Kyselyssä oli mahdollista jättää sanallista palautetta. Vastauksissa toistuivat vuokran kallistuminen, sekä asuntojen kunnan heikentyminen, eli remonttitarve tulee esille. Vastaavasti asunnon sijainti sai useissa vastauksissa kiitosta.

#### **5.4.5 Tyytyväisyys taloyhtiöön ja sen toimintaan**

Taloyhtiön tyytyväisyydessä punnittiin kuten senioreidenkin kysymyksissä koko taloyhtiön toimintaa sekä kesäisin että talvisin, mutta myös nettioperaattoreiden toimivuuteen. Operaattorin palveluiden riittävyys ja yhteyden perusnopeuden riittävyys olivat kiitettävän arvoisia (3,85 ja 3,74, vastausprosentti 83 %). Nettiyhteyden toimivuus oli kiitettävää, kuten myös yleinen tyytyväisyys kokonaisuudessaan nettiyhteyteen (3,74 ja 3,84, vastausprosentti 85 %). Avoimissa vastauksissa toistui ennen kaikkea ”ei erityistä mainittavaa”, eli tyytyväisyys nettiyhteyteen oli positiivisen neutraali.

Pihan kunnossapitoon oltiin kesällä tyytyväisempiä (3,46) kuin talvella (3,22) vastausprosentin ollessa 94 %, joskaan arvosanat eivät olleet tyytyväisyyden muuhun tasoon verrattuna positiivisia. Huoltotoimien suorittamiseen ei noussut keskiarvoltaan kunnossapitoa korkeampiin tuloksiin keskiarvolla 3,51 (vastausprosentti 88 %). Taloyhtiön yhteisten tilojen siisteyteen oltiin suhteellisen tyytyväisiä, joskaan kokonaiskeskiarvo ei nouse: 3,55 (vastausprosentti 91 %). Jätehuoltojärjestelyt saivat keskiarvosanan 3,61 vastausprosentin ollessa 95 %. Huollon kokonaismielipiteeksi syntyy 3,55 (vastausprosentti 92 %), mikä on kokonaisvertailussa keskivertoa alhaisempi tulos tyytyväisyyskyselyssä.

Isännöintiin oltiin keskitytyväisiä arvosanalla 3,52, mikä on hieman huollon tyytyväisyyttä alhaisempi (vastausprosentti 83 %). Tyytyväisyyttä laskivat seuraava-

vat tekijät: Taloyhtiön parkkipaikan vieraspaikat epäselviä, isännöitsijän heikko tavoitettavuus ja jätehuollon ja – pisteen toimimattomuus. Kokonaisuudessaan asukkaille tuntui olevan epäselvää mitkä kiinteistön ylläpitoon liittyvät asiat kuuluvat kullekin toimijalle: Isännöitsijälle, huoltoyhtiölle ja kiinteistösihteerille. Tämä olisi järkevää huomioida yhtiön toiminnan tehostamiseksi.

Asuntoa koskevien tietojen saatavuuteen oltiin kohtuullisen tyytyväisiä (3,61, vastausprosentti 82 %), mutta vaikutusmahdollisuudet talon asioihin koettiin heikoiksi kyselyn heikoimmalla keskiarvolla 3,09 (vastausprosentti 71 %). Talotoimikuntaa koskevaan tyytyväisyyteen vastattiin heikosti (61 %) ja keskiarvosanakin jäi 3,15. Asukkaiden yhteistoiminta oli joko vähäistä tai sitten siihen oltiin todella tyytymättömiä: 2,92 (vastausprosentti 67 %).

Asukkaista 45 % koki heillä olevan mahdollisuus vaikuttaa talon asioihin, kun taas 55 % koki päinvastoin. Vastausprosentti oli 74 %. Yhteisiin tapahtumiin tahtoi osallistua 62 % vastanneista vastausprosentin ollessa 78 %. Tapahtumien järjestämiseen halukkaita oli vähemmän: 34 % vastanneista, vastausprosentin ollessa 77 %. Millaisia tapahtumia sitten kannattaisi järjestää? Vastanneista (78 %) 37 % oli sitä mieltä, että pihatalkoita voisi olla enemmän, 36,5 % tahtoi lisää grillausta, ja 7,9 % kannatti saunailtoja. Vastauksen ”jotain muuta” takana oli seuraavan laisia ehdotuksia: Pihakirpputori, yhteisiä ajanviettoja, sekä teemapäiviä. Taloyhtiön asioista haluttiin lisätietoja liittyen asuntojen kunnossapitoon, remonttien aikatauluihin, kuka vastaa millaisistakin huoltotoimenpiteistä, ja mitä asioita on suunnitteilla.

#### **5.4.6 Tyytyväisyys asumiseen**

Vastaajista 34 % on harkinnut muuttavansa pois lähitulevaisuudesta (vastausprosentti 86 %). Kuitenkin syitä kysyttäessä 55,4 % vastaajista tahtoi kertoa syitä harkittuun poismuuttoon. Noin viidesosa asukkaista kertoi harkitun muuton syyksi liian suuret asumiskustannukset (23 %) ja halun ostaa omistusasunnon (24 %). Tyytymättömiä tämän hetkiseen asuntoon oli 15,7 % ja lisätilaa tarvitsi 14,7 %. Liian suureksi asunnon koki 2,9 % poismuuton harkitsijoista. Taloyhtiöön tyytymättömyys oli muuttajista 8,8 % riittävä syy, ja asuinalueeseen tyytymättömyys 5,7 %. Muutto toiselle paikkakunnalle oli syynä 4,7 %, samoin liian pieni asunto. Mitä toimenpiteitä sitten toivottiin asumisviihtyvyyden lisäämisek-

si? Vastauksia tuli runsaasti, mutta niissä toistuivat seuraavat ehdotukset: Vuokran alentaminen, asumisviihtyvyyden parantaminen kiinteistöissä (esimerkiksi päivittämällä materiaalit ja taloyhtiöiden ikääntymisen huomioiminen), ilmastoinnin huoltaminen, yleisesti huomion kiinnittäminen asukkaiden asioihin tarkemmin.

## 6 Pohdinta

Tutkimusetiikan katsotaan koskevan tutkittavien suojan toteutumista, aineiston hankintaa, tieteellisen tiedon käyttöä, soveltamista ja vaikutuksia, sekä tieteen sisäisiä asioita (Kuula 2011, s. 25). Eettiset asiat pyrittiin huomioimaan tutkimuksen eri vaiheissa pohtimalla vaikutuksia työn jokaiseen osapuoleen. Tyytyväisyyskyselyyn vastaaminen oli vapaaehtoista, ja sen saattoi jättää kesken. Tämä näkyi joissain kysymyksissä heikkoina vastausprosentteina, mikä on huomioitu tuloksien esittämisessä vastauksien luotettavuuden pohdintana ja prosenttiosuuksien esittämisenä. Vastauksia tuli runsaasti, joskin useista vastauksista puuttui jokin vastaus. Tällaisissa tapauksissa vastaukset ja vastausprosentit on huomioitu kysymyskohtaisesti, sillä kokonaisvaltaisen tuloksen hahmottamisessa oli oleellista saada yleiskuva suurimman osan mielipiteistä. Luotettavuutta on pyritty tukemaan selkein vastaustiedoin, suhteuttamalla kokonaisvastauksiin.

Luotettavuuden näkökulmasta tutkimus pyrki tuottamaan todenmukaista tietoa asukkaiden tyytyväisyydestä toimeksiantajaan ja sen toimintaan. Edellytyksenä oli noudattaa tieteellisen tutkimuksen kriteerejä, joita kvantitatiivisessa tutkimuksessa ovat tehokkuus, objektiivisuus, hyödyllisyys, tiedonsuoja ja käyttökelpoisuus (Heikkilä 2004, 29). Tässä opinnäytetyössä luotettavuutta pyrittiin kuvaamaan reliabiliteetin ja validiteetin kautta. Koska sama kysely tutkimus on tarkoitus toimittaa jatkossa useammin, varsinkin reliabiliteetti (mittaustulosten toistettavuus) oli merkittävässä osassa (Vehkalahti 2008, 40). Reliabiliteetin voi osoittaa toteen, sillä työn vaiheet ovat toistettavissa tarkan dokumentoinnin kautta, mikä toteutuu tämän työn kautta. Perusjoukkona toimivat YH Kodit Oy:n asukkaat, mikä auttaa validiteetin (mittarin kyky mitata, mitä se oli tarkoitus mitata) toteutumista. Kyselyssä käytettiin kokonaisotantaa, joten otos edustaa perusjoukkoa, jonka vastauksia tulkitaan.

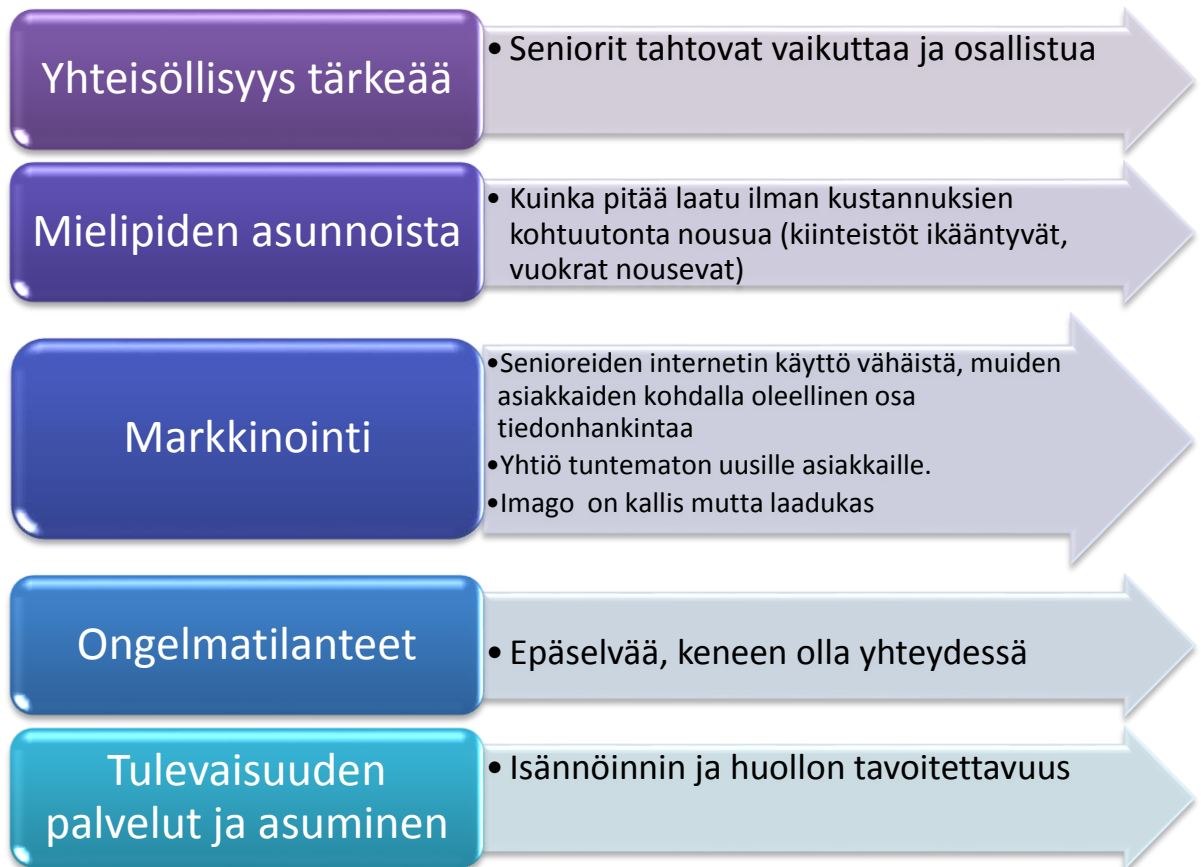
Yleisimmin vastausprosentit saattavat jäädä alle 50 %, jolloin edustavuus kärsii. Tämä ei ollut ongelma tyytyväisyyskyselyn vastauksissa, sillä niitä tuli runsaasti (Vehkalahti 2008, s. 44). Riskinä tutkimuksessa oli vastauksien vähäisyys, tai jonkun tietyn vastaajaryhmän korostuneisuus. Toisaalta vastaukset olisivat voineet jäädä vähäisemmiksi kesälomakauden vuoksi. Opinnäytetyöntekijä sai myös paljon palautetta asiakkailta sähköisesti esimerkiksi kirjeessä ilmoitetun Internet- lomakkeen löytymättömydestä. ATK- tukihenkilö ja opinnäytetyöntekijä kontaktoivat asiakkaat ja ohjeistivat vastauksien antamisessa. Riskien toteutuminen jäi siis vähäiseksi ja vastauksia tuli monipuolisesti ja eri vastaajaryhmistä.

Kyselyn vastauksista käy ilmi kehityskohteet ja myöhemmin pohdinta- osiossa esitetään ajatuksia yhtiön tulevaisuuteen. Pilotointia ei toteutettu asiakkaiden keskuudessa tutkimuksen toteuttamisen kiireellisen ajankohdan takia, mutta kuten tutkimuksessa aiemmin on kerrottu, suunnittelu oli monitasoista ja jokaisen yhtiön alan asiantuntijan kanssa toteutettu (asian tai suunnitelman kokeileva toteutus käytännössä, Apilo 2006). Tutkimustuloksien perusteella voidaan todeta, että pilotointi olisi voinut nopeuttaa toiminta analysointivaiheessa testi-asiakkaille toteutettuna, mutta ei olisi vaikuttanut lopputuloksiin vastauksien selkeyden perusteella.

Opinnäytetyötä pyritään käyttämään toimeksiantajan asukkaiden tyytyväisyyden parantamiseksi tutkimalla toiminnan ja palvelun kompastuskivet, joiden syitä tämä opinnäytetyö pyrkii selvittämään. Tarkoituksena on myös näiden tuloksien pohjalta kehittää toimintaa niin että tyytyväisyys nousisi. Toisaalta oletetaan myös selviävän, ollaanko palveluun jo tyytyväisiä, ja miltä osin. Asukkaiden mielipiteitä ei ennen ole mitattu henkilökohtaisen palvelun kysymyksillä, joten tyytyväisyyskysely toivottavasti avaa asiakkaiden mielipiteiden ja toimeksiantajan välistä verhoa.

Lisäksi, koska yritys on kertonut panostavansa senioriasumiseen ja sen palveluihin tulevina vuosina, senioreiden vastaukset ja tyytyväisyys asumisen laatuun ja palveluihin on kullanarvoista tietoa. Vastaukset on pyritty esittämään loogi-

sesti ja kuvaavasti niin, että tutkimusongelma saa vastauksen. Alla olevasta kuviosta käy ilmi keskeisimmät tuloksien perusteella muodostettavissa olevat tulevaisuuden näkymät asumisen laadussa (kuvio 10).



Kuvio 10. Tuloksien keskeisimmät seikat

### 6.1 Tulevaisuuden markkinointi

Kyselyssä saatujen vastauksien perusteella voidaan katsoa asiakkaiden tyytyväisyyden olleen kiitettävää tasoa. Kokonaisuudessaan senioriasukkaista lähes puolet löysi tulevan asunnon tarjoajansa lehti-ilmoituksella, kun taas perusasukkaista 35 % Internet mainoksen välityksellä. YH Kodit Oy:n markkinoinnissa tulevaisuudessa on huomioitava kaksi suurinta linjaa: Internet- mainokset, jotka tuottivat senioreille tiedon yrityksen palveluista noin 10 %:lla, ja muille asukkaille 35 %:lla. Senioreiden suosima lehti-ilmoitus oli heille suunnatussa markkinoinnissa tärkein suuntaus (49 %), kun taas muille asukkaille Internet- mainoksien jälkeen tärkein keino löytää palvelut olivat ”muut” keinot, eli aikaisemmat suh-

teet yhtiöön, messut, mutta ennen kaikkea nettihakukohteet. Tuttavia ja lehti-ilmoituksia luettiin vasta Internet- hakukonetuloksien jälkeen (20 % ja 19 %). Jatkossa tulisi siis korostaa seniorimainonnassa perinteisiä menetelmiä, mutta huomioida yhä nouseva Internet- mainoksien trendi, oli kysymyksessä perus- tai senioriasukkaat. Kuten markkinoinnissa yleensä (Alanen, ym. 2005, s. 116), kokemuksellinen mainonta asiakkaalta toiselle on kuitenkin vahvana myös nykypäivän markkinointia.

Kannattaisiko nykyisille asiakkaille lähettää sähköisesti tietoa, jos Internet-markkinointi on kannattavaa? Senioreista 44 % oli käyttänyt www.yhkodit.fi-sivustoa, etsiäkseen tietoa kohteista (69 %), huoltoyhtiöstä (16 %) ja aukioloajoista (15 %). Perusasiakkaista 80 % oli käyttänyt Internet- sivuja (vastausprosentti luotettava 97 %), etsiäkseen tietoa kohteista (53 %), huoltoyhtiöstä (26 %) tai aukioloajoista (22 %). Sähköistä yhteydenpitoa kannatti erittäin pieni määrä vastanneista, suurimman osa ei vastannut lainkaan. Tämä kertoo haluttomuudesta suoraan markkinointiin vanhojen asiakkaiden keskuudessa.

Asiakkailla oli ennen muuttoa hämärä kuva yhtiön toiminnasta. Senioreista hie- man yli puolet vastasi, ettei heillä ollut minkäänlaista kuvaa, ja noin 25 % oli sitä mieltä, että kuva on hyvä. Perusasiakkaiden puolella vastauksissa oli havaitta- vissa sama huomio: Valtaosalle yhtiön toiminta ei ollut tuttua, ja jotka olivat jos- sain määrin perillä toiminnasta, pitivät sitä laadukkaana, asiallisena, kalliina ja luotettavana. YH Kodit Oy:tä tai sen toimintaa ei siis tunneta nykyisten asukkai- den tietojen perusteella, mutta kuva yhtiöstä on positiivinen. Tulevaisuudessa yhtiön kannattaisi markkinoinnissaan huomioida sen kallis mutta laadukas ima- go ja tuoda sitä enemmän ihmisten tietoisuuteen toimintansa kannattavuuden lisäämiseksi.

## **6.2 Tulevaisuuden palvelut ja asuminen**

Kokonaisarvosana (keskiarvo) kaikesta asiakaspalvelusta senioreille on 3,82. Muiden asukkaiden vastauksien sama arvosana on 3,8. Erityisen tyytyväisiä oltiin myynnin ja toimiston asiakaspalveluihin kiitettävillä arvosanoilla, heikoiten pidettiin isännöinnin asiakaspalvelusta (3,35 ja 3,55) sekä huollon ja isännöinnin tavoitettavuuksista. Näihin olisi syytä tulevaisuudessa kiinnittää huomiota palve-



lun tason nostamiseksi kiitettäviin tuloksiin. Palvelu on kuitenkin keskiarvoltaan ansioitunutta, eikä mikään palvelun osa tipu alle kolmen keskiarvon.

### **6.2.1 Mieli pide asunnoista**

Seniorasukkaat olivat keskimäärin tyytyväisiä asuntoihinsa. Eniten oltiin tyytyväisiä asuntojen kuntoon, asumismuotoon ja sijaintiin (arvosanat yli 4). Heikoin pärijä tyytyväisyys saunaan, mikä sanallisessa palautteessa jakoi mielipiteitä. Nettiin ja operaattorin palveluihin oltiin keskimääräisesti tyytyväisiä (3,5). On syytä huomioida tarkastelussa, että suurin osa senioreista asuu alle kymmenen vuotta vanhassa talossa, joten asunnon kunnan kiitettävyys on perusteltua. Kiitettävä arvosana myös kumoaa useat sanallisissa kommentteissa esitellyt ajatukset liian korkeista asunnoista ja kaappien sijoitteluista.

Muiden kuin senioreiden asunnolle antama keskiarvo on 3,8. Eniten pidettiin sijainnista, saunasta, ja koosta (kaikki yli 4). Vähiten pidettiin vuokran kohtuullisuudesta (3,03), joka sai suhteutettuna erittäin matalan arvosanan. On kuitenkin huomattavaa, että toisin kuin senioreilla, 63 % asukkaista asuu 10–19 vuotta vanhassa talossa. Tutkimuksesta käy ilmi, että iäkkäämmissäkin taloissa asutaan tyytyväisesti, mutta vuokraa pidetään kohtuuttomana. Tulevaisuudessa onkin pohdittava, kuinka vastata haasteeseen tuottaa laadukasta asumista kannattavasti asukkaiden tyytyväisyyden laskematta.

### **6.2.2 Kehen ottaa yhteyttä kiinteistön ongelmatilanteissa?**

Kyselyn alhaisimpiin keskiarvosanoihin lukeutui taloyhtiön kunnossapito talvisin (seniorit 3,02 ja muut asukkaat 3,22, vastausprosentti 94 %). Kesällä kunnossapidosta pidettiin enemmän, senioreista arvosana oli 3,81 ja muista 3,46. Keskiarvojen mataluuden vuoksi pihan huoltoon on kiinnitettävä jatkossa huomiota tyytyväisyyden takaamiseksi. Varsinainen huoltotoimien suoritus sai keskiarvosanan 3,62 (seniorit ja muut asukkaat) senioreiden ollessa lievästi tyytyväisempiä. Yhteisten tilojen siisteyteen oltiin tyytyväisiä keskiarvosanalla 3,75. Kaikista näistä toimista saatu yleinen tyytyväisyys taloyhtiön siisteyteen ja kunnossapitoon on 3,48. Asukkaat ovat siis keskittyneet taloyhtiönsä siisteyteen. Tässä

yhteydessä on syytä huomioida sanallinen palaute, jossa asukkaat ilmaisivat suuressa määrin tarpeen toimenkuvien erittelystä käytännössä: Minne ottaa yhteyttä jos sähköliesi menee rikki, tai kelle kuuluu ilmoittaa nimen muuttumisesta, rikkiäisestä autopaikan tolpasti? Osapuolten työtä on mahdollisuus tulevaisuudessa tehostaa lisäämällä tieto esimerkiksi taloyhtiöiden seinille tai Internet- sivuille.

### **6.2.3 Yhteisöllisyyttä tarvitaan**

Taloyhtiön tapahtumien järjestämisessä on tulevaisuudessa huomioitava seuraavaa: Senioreista 53 % koki heillä olevan mahdollisuus vaikuttaa taloyhtiönsä toimintaan, muista asukkaista 45 % (vastausprosentti 75 %). 79,6 % seniorivas- taajista tahtoi osallistua taloyhtiön yhteisiin tilaisuuksiin, muista asukkaista 62 % (vastausprosentti 78 %), kun taas järjestelyihin osallistuisi senioreista 41,7 % ja muista asukkaista 23 % (vastausprosentti 77 %). Senioreiden vaikutusmahdolli- suuksia talonsa asioihin voisi jatkossa parantaa ottamalla heitä enemmän mu- kaan myös suunnitteluprosesseihin, muut asukkaat eivät tästä olleet niin kiin- nostuneita. Senioriasumisessa yhteisöllisyys tuntui vastauksissa olevan enem- män läsnä, sillä talotoimikunnan toimintaan otettiin kantaa ja tulevaisuuden yh- teistoiminta sai runsaasti ehdotuksia. Muiden asukkaiden vähäinen kiinnostus näkyi alhaisimmillaan reiluissa 60 % vastausprosentissa ja heikoissa tuloksissa. Muut kuin seniorit olivat halukkaita saamaan tietoa taloyhtiönsä asioista enem- män, mutteivät olleet kiinnostuneita yhteisöllistymään saman talon asukkaiden välillä.

### **6.2.4 Kokonaistyytyväisyys asumiseen**

Tyytyväisyys asumiseen mitattiin tutkimuksessa kysymässä asukkailta pois- muuton harkitsemista ja sen syitä. Senioreista kysymykseen vastasi 64,7 % kyselyyn vastanneista, ja heistä 28,3 % on harkinnut poismuuttoa. Muista asi- akkaista vastausprosentti oli 86 %, ja heistä 34 % oli harkinnut poismuuttoa. Kuitenkin 55,4 % halusi ottaa kantaa poismuuton syihin. Syitä poismuutolle siis tuntui asukkaille olevan, mutta varsinaisiin toimiin oli valmis ryhtymään vain osa asukkaista. Senioriasukkaita ajoi asunnon vaihtamiseen eniten asuinkustan- nukset ja niiden nouseminen (11,2 %), mikä tulee huomioida jatkossa seniorei-

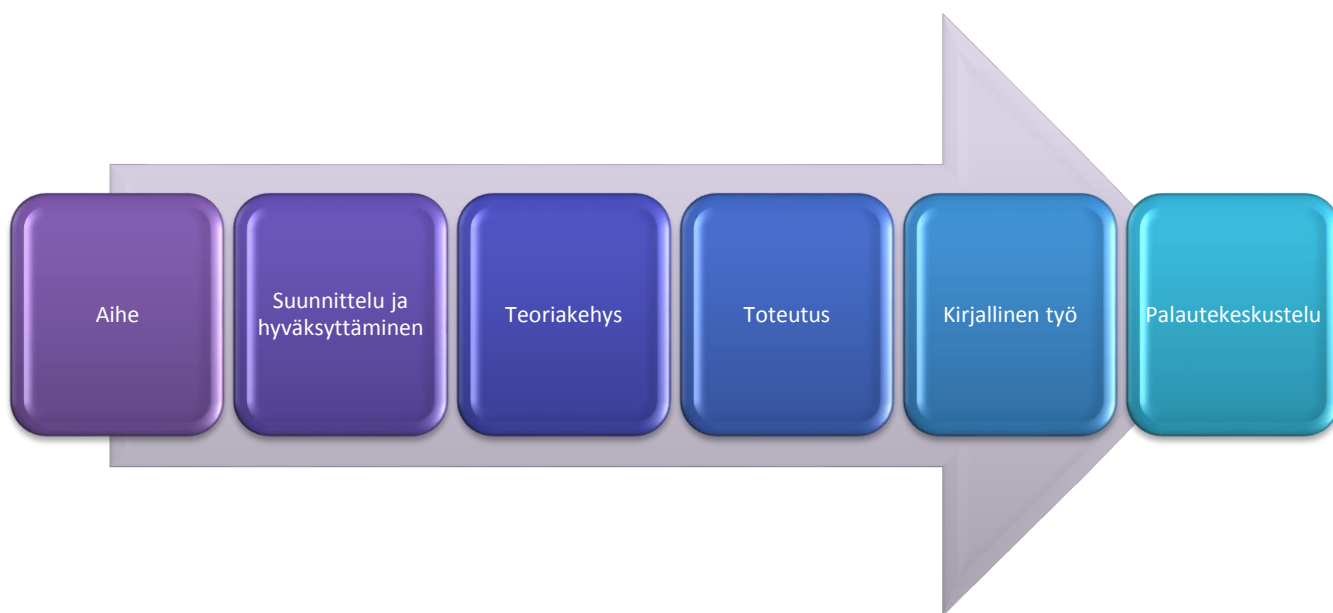
den tyytyväisyydessä. Kyselyn avoimista kommenttikohdista kävi ilmi, että senioreita painoi esimerkiksi epätietoisuus kustannuksien muodostumisesta. Markkinoinnissa olisi jatkossa syytä kiinnittää huomiota tietojen antamiseen ja avoimuuteen. Mutia prosentuaalisesti merkittäviä syitä olivat tyytymättömyys taloyhtiöön (4,4 %) ja asuntoon (3,4 %). Jos senioreiden asumisviihtyvyyteen haluttaisi panostaa heidän mielipiteensä perusteella, yhteisöllisyyttä lisittäisi paitsi asukkaiden kesken, myös yhtiön toimijoiden kesken: Palveluohjaajien ja isännöitsijän läsnäoloa kaivattiin suurella osalla vastauksia.

Kuten senioritkin, muut asukkaat kokivat suurimmaksi ongelmaksi asumisen jatkamisessa liian suuret asumiskustannukset ja niiden nousu (23 %). Muuttoa sai harkitsemaan myös halu ostaa omistusasunto (24 %), sillä 54 % vastaajista ilmoitti asuvansa vuokra-asunnossa. Tyytymättömyys nykyiseen asuntoon ja lisätilan tarve (15,7 % ja 14,7 %) olivat myös suurella osalla tyytymättömyyttä. Taloyhtiöstään ei pitänyt 8,8 % vastaajista. Miten nämä asukkaat muuttaisivat itse tilannetta paremmaksi? Kustannuksien laskeminen olisi tärkeää, kuten tässä työssä edellä on mainittu. Tulevaisuudessa vuokrien nousu suhteutettuna asuntojen ikääntymiseen tuo haasteensa yhtiön toimintaan, mihin parannusta olisi etsittävä maksujen päivittämisestä tai ainakin läpinäkyvyyden lisäämisellä kertomalla yhtiön toiminnasta ja sen vaikutuksista vuokriin niin että asukkaille olisi selvää miksi ja miten vuokrat ja asumiskustannukset muodostuvat. Vanhojen talojen materiaaleja olisi päivitettävä, kuten useista vastauksista kävi ilmi. Oleellista on myös säilyttää palvelun taso ja lisätä kommunikaatiota asukkaiden ja kiinteistöihin vaikuttavien tahojen välillä.

## **7 Opinnäytetyö prosessina**

Opinnäytetyön kriittisen arvioinnin pohjalta on syytä tarkastella kirjallista tuotosta ja toimeksiantajan odotuksien täyttymistä. Opinnäytetyöprosessi kulki aiheen valinnan ja suunnittelun kautta tiedon hankkimiseen, toteutukseen ja kirjallisen työn muodostamiseen. Aiheena tyytyväisyystutkimus oli haastava runsaan tietoperustan löytämisestä huolimatta, sillä tutkimuksessa oli otettava huomioon yhtiön sisäiset muutokset ja työntekijöiden, kuten opinnäytetyönohjaajan YH Kodit Oy:n puolesta, poistuminen yhtiön palveluksesta. Myös itse opinnäytteen

tekijä poistui yhtiöstä syksyllä 2013. Tämä pitkitti jonkin verran prosessia ja vaikeutti tiedonkulkua, mutta tutkimusongelmaan löytyi silti vastaukset ja yhtiölle oleellinen tieto oli saatavilla koko prosessin ajan. Ajoittain haasteensa kokonaisuuden ylle loi yhtiön tarpeet, kuten aikataulu, verrattaessa opinnäytetyön prosessin vaiheisiin ja toteuttamiseen. Keskustelua käytiin puolin ja toisin prosessin aikana (kuvio 11).



Kuvio 11. Opinnäytetyön prosessikaavio

Aihealueena asuntomarkkinoilla toimivien yhtiöiden toiminnan tarkastelu asiakkaiden tarpeista katsottuna on oleellista. YH Kodit Oy:n sisäisten muutoksien käynnistyttyä opinnäytetyön toteuttamisen aikoihin lisäsi tiedon oleellisuutta yhtiölle nykytilan kartoittamiseksi. Toteutuneen työn perusteella on kriittisen tärkeää tiedostaa yksilöllisten valintojen vaikutukset koko yhtiön tulokseen. Kilpailuedun saavuttamiseksi hyvä asiakaspalvelu ja asukkaiden tarpeiden mukaan kohdistetut kiinteistöt ovat tärkeitä elementtejä. Tutkimusongelma, eli asiakasyytyväisyyden – ja palvelutilan sekä toimivien ja kritiikkiä saavien toimintojen selvittäminen, ja tulevaisuuden näkymien kartoittaminen täyttyivät laajan kyselyn pohjalta.

Opinnäytetyön tietolähteisiin pyrittiin tuomaan monipuolisuutta YH Kodit Oy:n monipuolisen alakehyksen kautta: Asiakas- ja asumistyytyväisyyskyselyihin perehdyttiin paitsi liiketalouden- ja kiinteistöalan tutkimuksien perusteella, myös hoitotyön ja alaa koskevien säädöksiä kautta. Käytetyistä menetelmistä kvanti-

tatiivinen tutkimusmenetelmä oli tehostava valinta tutkimuksen toteutumisen takia, mutta organisaation laajuus toi yksittäiselle opinnäytteen tekijälle vaikeuksia. Koko työn ajan pyrittiin eettisyyteen.

Useat yhtiön tahot osallistuivat toteutukseen ja kokonaisuus oli haasteellinen hallita, mikä näkyi esimerkiksi asiakaskyselyn käytännön toteutuksessa. Opinnäytetyöntekijä vastasi seniorikirjeiden lähettämisestä, ja yhtiön tietotekninen puoli perusasiakkaiden vastauskoodien lähettämisestä. Kokonaisuuden kannalta tulevaisuudessa on oleellista painottaa projektiorganisaation työnjakoa ja tehtäväkentän kokonaisuutta. Kokonaisuuden hallinta näkyi myös tuloksien analysointivaiheessa, sillä vaikka erillään oleva tieto pystyttiin opinnäytteen tekijän puolesta muuntamaan yhdessä käsiteltäväksi SPSS- ohjelmaa varten, yhtiön taholta oli haasteellista tavoittaa henkilöä tietojen jalostamista ja tarkentamista varten. Vastausprosentti arvioitiin yhtiöstä hyväksi, mutta tarkkoja tietoja ei ollut saatavilla. Prosessin aikaisten tietojen arkistointi ja viestinnän jatkuvuus on taatava tulevaisuuden tutkimuksissa.

Tuloksien johtopäätökset olivat selkeästi erotettavissa kyselyyn saaduista vastauksista. Tulevaisuuden palvelut ja asuminen - osiossa on esitetty kehitysjatoksia yhtiön jatkoon. Kokonaisuudessaan toteutussuunnitelma piti läpi koko vaiherikkaan prosessin, josta on nähtävissä YH Kodit Oy:n nykytila asukastyytyväisyyden kannalta. Tulevaisuudessa tutkimusta on syytä tehostaa, myös pitää projektiorganisaatio tiukemmin kasassa ja kiinnittää tutkimusongelmassa huomiota paitsi palveluun myös asiakkaiden toiveiden toteutumiseen käytännössä.

## Lähteet

Henkilötietolaki 22.4.1999/523

Osakeyhtiölaki 21.7.2006/624

Sosiaalihuoltolaki 17.9.1982/710

Alanen, V., Mälkiä, T. & Sell, H. 2005. Myyntityön käsikirja. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Apilo, T. & Taskinen, T., 2006. Innovaatioiden johtaminen. Espoo: VTT tiedotteita 2330.

Bard, U. 2006. The role of market orientation and learning orientation in enhancing small firm business performance. Vaasa: Universitas Waasensis.

Falck, M. & Oksala, O. 2012. Asukastyytyväisyys Asunto Oy Savonniemessä, opinnäytetyö. Mikkelin Ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma.

Grönroos, Christian 1998. Nyt kilpaillaan palvelulla. Porvoo: WSOY.

Grönroos, C. 2000. Nyt kilpaillaan palveluilla. 5. painos. Porvoo: WSOY.

Hakala, Juha T. 2007. Menetelmällisiä koetuksia. Teoksessa Aaltola, Juhani & Valli, Raine (toim.). Ikkunoita tutkimusmetodeihin I Metodien valinta ja aineiston keruu: Virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Jyväskylä: PS-kustannus.

Hannus, J. 2004. Strategisen menestyksen avaimet. Tehokkaat strategiat, kyvykkyydet ja toimintamallit. Jyväskylä: Gummeruksen kirjapaino.

Heikkilä, T. 2001. 3.painos. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Oy Edita Ab.

Heikkilä, T. 2004. 4.painos. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Oy Edita Ab.

- Helkkula, A. Characterising the concept of service experience. *Journal of Service Management*, vol 22 no 3, 2011. pp. 367-389
- Hiidenhovi, H. 2001. *Palvelumittarin kehittäminen sairaalanpoliklinikalla*. Tampereen yliopisto. Hoitotieteen laitos. Väitöskirja. Tampere.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2006. *Tutki ja kirjoita*. 12. painos. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. *Tutki ja kirjoita*. 15. uudistettu painos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Ingalsuo A. & Saloranta, R. 2012. *Asukastyytyväisyyskysely Jussikodeille Tampereen Ammattikorkeakoulu. Hoitotyön koulutusohjelma*.
- Isännöintiliiton verkkosivut: [www.isannointiliitto.fi](http://www.isannointiliitto.fi)
- Kananen, J. 2011. *Kvantti. Kvantitatiivisen opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas*. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Kotosalla- säätiön nettisivut: [www.kotosalla.fi](http://www.kotosalla.fi)
- Kuula, A. 2011. *Tutkimusetiikka. Aineistojen hankinta, käyttö ja säilytys*. Jyväskylä: Bookwell Oy.
- Lahtinen, J., Isoviita, A. & Hytönen, K. 1996. *Markkinoinnin kilpailukeinot*. Kokkola: KP Paino.
- Lahtinen, Jukka & Isoviita, Antti 1998. *Asiakaspalvelu ja markkinointi*. 1. painos. Jyväskylä. Gummerus Kirjapaino Oy
- Laurinkari, J., Poutanen, V-M., Saarinen, A. & Laukkanen, T. 2005. *Senioritalo ikääntyneen asumisvaihtoehtona. Kysely- ja haastattelututkimus*

Joensuussa, Kuopiossa ja Tampereella vuonna 2005. Suomen ympäristö 815. Ympäristöministeriö. Helsinki: Asunto- ja rakennusosasto.

Levonen, T. 2001. Ikä karttuu elämä jatkuu. Ikääntyminen muuttuvassa yhteiskunnassa. 2. painos. Saarijärvi: Gummerus Kirjapaino Oy.

Lindroos, Jan-Erik & Lohivesi, Kari 2004. Onnistu strategiassa. Helsinki: WSOY.

Lämsä, A. & Uusitalo, O. 2002. Palvelujen markkinointi esimiestyön haasteena. Edita Prima Oy, Helsinki.

Nissinen Kari, Santalo Maria (2001) Asukas- ja kiinteistöpalvelujärjestelmä vanhusväestön kotiasumisen tukena. Tutkimusraportti. VTT Rakennus- ja yhdyskuntatekniikka. Oulu

Payne, A. 2007. Handbook of CRM. Oxford: Elsevier.

Porter, M.E. 1985. Kilpailuetu: Miten ylivoimainen osaaminen luodaan ja säilytetään. Espoo: Weilin+Göös

Pulkkinen S. 1999. Laadun kehittäminen terveydenhuollossa - analyysi laadun käsitteestä ja sisällöstä. Kuopion yliopisto. Terveystieteiden ja talouden laitos. Pro gradu-tutkielma.

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

Sandström, S., Edvardsson, B., Kristensson, P., Magnusson, P. 2008. Value in use through service experience. *Managing Service Quality* 18, 2, 112- 130. Viitattu 15.11.2013. [Http://www.jamk.fi/kirjasto](http://www.jamk.fi/kirjasto), Nelli-portaali, Emerald Journals.



Saukkonen, P. Tutkimusongelma ja tutkimuskysymys. Tutkielmanteon tukisivut:  
<http://www.mv.helsinki.fi/home/psaukkon/tutkielma/Tutkimusongelma.html>

Rope, T. 2003. Onnistu myynnissä. Helsinki: WSOY.

Ruotsalainen, T. 2006. Sisätautipotilaan hoidon laatu: Potilas laadun arvioijana.  
Turku: Turun yliopisto.

Tilastokeskuksen nettisivut: <http://www.stat.fi/index.html>

Tuppurainen, Y. (toim.), 2006. Tulevaisuuden senioriasuminen (TSA)- hanke-  
loppuraportti. Julkaisu AO/A37. Arkkitehtuurin osasto. Oulun yli-  
opisto.

Vehkalahti, K. 2008. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsinki: Ku-  
stannusosakeyhtiö Tammi.

Valli, Raine, 2007. Kyselytutkimus. Teoksessa Juhani, A. ja Raine, V. 2001 Ik-  
kunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineiston keruu:  
Virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Jyväskylä: PS- Kustannus.

Vesanen, A. 2010. Asuinpaikkana kaupungin keskusta. Asumispreferenssit ja  
asumisviihtyvyys Turun keskustassa. Suomen yhdyskuntasuunnit-  
teluseuran tutkimus. [http://www.yss.fi/yks2010-1\\_vasanen.pdf](http://www.yss.fi/yks2010-1_vasanen.pdf). Lu-  
ettu 27.10.2013.

Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet. Jyväskylä:  
Gummerus Kirjapaino Oy.

YH Kodit Oy: [www.yhkodit.fi](http://www.yhkodit.fi)

Ylikoski, Teemu 2010. Suosittelumarkkinointi – nykytila ja caseja suomesta.  
PDF-dokumentti. <http://www.asml.fi/wp->

content/uploads/Suosittelumarkkinointi-asiakkaasta-on-tulossa-media.pdf. Päivitetty. 5.3.2010. Luettu 27.10.2013.

Ylikoski, Tuire. 1999. Unohtuiko asiakas. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Ylikoski, T. 2001. Unohtuiko asiakas? Toinen uudistettu painos. Helsinki: Otavan kirjapaino Oy.

Zeithaml, A. V. & Bitner, M.J. 1996. Services Marketing. New York: McGraw-Hill Book Co.

## Asumistyytyväisyyskysely

Hyvä asukkaamme!

Edellinen asukastyytyväisyyskyselymme oli vuonna 2010. Jatkossa tutkimme noin vuoden välein asukkaiden viihtyvyyteen ja asumismukavuuteen sekä asuntokohteidemme palveluihin liittyviä tekijöitä. Voidaksemme kehittää asuinympäristöäsi ja – palvelujasi eteenpäin, toivomme Sinun vastaavan kysymykseen. Lisäksi Kotosalla- kohteissamme toteutetaan syyskuussa erillinen palveluita koskeva kysely.

Vastausaikaa on 26.7.2013 asti. Tämän jälkeen tulleita vastauksia ei enää huomioida.

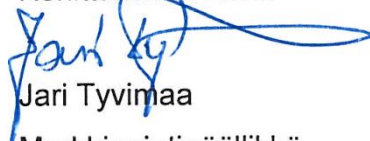
Julkaisemme asumistyytyväisyyskyselyn yhteenvedon nettisivuillamme ja Kotiavain- lehdessä. Kaikki palaute käydään läpi isännöitsijöiden toimesta asukaskokouksissa ja koostetaan alueellisesti ja asuntokohteittain, joten kannattaa kiittää ja/tai moittia – mielipiteesi tulee taatusti perille!

Kysymyksiin liittyvissä asioissa ota yhteyttä sähköpostitse osoitteeseen:

**[kyselyt@yhkodit.fi](mailto:kyselyt@yhkodit.fi)**

Kiitokset etukäteen ajastasi!

Kehittämisterveisin



Jari Tyvimaa

Markkinointipäällikkö

YH Kodit Oy

**P.S.** Vastaamalla kyselyyn, osallistut kahden iPadin arvontaan.

## Asumistyytyväisyyskysely

### 1. Taustatiedot

- Sukupuoli
  - Mies
  - Nainen
- Ikä
  - Alle 29
  - 30-39
  - 40-49
  - 50-59
  - 60-69
  - 70-79
  - 80-89
  - 90-99
  - 100-
- Talouden koko
  - Täysi-ikäiset
    - 1
    - 2
    - 3
    - 4
    - 4+
  - Alaikäiset
    - 1
    - 2
    - 3
    - 4
    - 4+
- Huoneluku
  - 1H+K
  - 2H+K
  - 3H+K

- 4H+K
- 5H+K
- Asumismuoto
  - Asumisoikeus  
Miksi? \_\_\_\_\_
  - Vuokra  
Miksi? \_\_\_\_\_
- Talotyyppi
  - Kerrostalo
  - Pienkerrostalo
  - Rivitalo
  - Paritalo
  - Luhtitalo
- Talon ikä
  - 20-30 vuotta
  - 10-19 vuotta
  - 9-1 vuotta
- Asumisaika
  - Alle vuosi
  - 1-2 vuotta
  - 2-5 vuotta
  - 5-10 vuotta
  - yli 10 vuotta

- Miten löysit YH Kodit/ Kotosalla - palvelut?
  - Lehti-ilmoitus
  - Internet-mainos
  - Tuttava
  - Kampanja
  - Muu, mikä? \_\_\_\_\_
- Millainen kuva sinulla oli ennen muuttoa YH Kodeista?  
\_\_\_\_\_

## 2. Nettisivujen käyttäminen

- Oletko etsinyt tietoa nettisivuiltamme?
  - Kyllä
  - Ei
- Jos kyllä, millaista?
  - Aukioloajat
  - Tietoa huoltoyhtiöstä
  - Kohteista
- Muita huomioita: \_\_\_\_\_
- Toivoisitko saavasi tiedotteita sähköpostitse
  - Aukioloajoista
  - Uusista kohteistammeMuita huomioita: \_\_\_\_\_
- Mitä tietoa toivoisit internet-sivuillemme lisää?  
\_\_\_\_\_
- Löytyykö [www.yhkodit.fi](http://www.yhkodit.fi)- sivulta kaikki tarvittava tieto?
  - Kyllä
  - Ei. Mikä tieto uupuu? \_\_\_\_\_

**3. Asiakaspalvelu**

	Erittäin tyytymätön	Tyytymätön	Tyytyväinen	Erittäin tyytyväinen
Asiakaspalvelu myynnin/vuokraamisen yhteydessä				
Asiakaspalvelu puhelinvaihteessa				
Asiakaspalvelu toimistossa				
Palveluiden asiantuntevuus				
Asiakaspalvelu huoltoyhtiössä				
Asiakaspalvelu isännöinnissä				
Huollon tavoitettavuus				
Isännöitsijän tavoitettavuus				

**4. Asumismuodon valinta (Asumisoikeus, vuokra)**

	Ei vaikuttanut lainkaan	Ei vaikuttanut	Vaikutti	Vaikutti merkittävästi
Asunnon sijainti				
Asumiskustannukset				
Asunnon koko				
Asumismuoto				

**5. Tyytyväisyys asuntoon**

	Erittäin tyytymätön	Tyytymätön	Tyytyväinen	Erittäin tyytyväinen
Asunnon koko				
Pohjaratkaisu				
Varustetaso				
Asunnon kunto				
Vuokran kohtuullisuus				
Asunnossa on oma sauna				

Arvioi tyytyväisyytesi seuraaviin asioihin

- Muita huomioita: \_\_\_\_\_



**6. Tyytyväisyys nettiyhteyteen**

	Erittäin tyy- tymätön	Tyytymätön	Tyytyväinen	Erittäin tyyty- väinen
Operaattorin palveluiden riittävyys				
Yhteyden perusnopeuden riittävyys				
Nettiyhteyden toimivuus				
Yleinen tyytyväisyys nettiyh- teyteen				

- Muita huomioita: \_\_\_\_\_

**7. Tyytyväisyys huoltoon ja isännöintiin**

	Erittäin tyy- tymätön	Tyytymätön	Tyytyväinen	Erittäin tyy- tyväinen
Pihan kunnossapito kesällä				
Pihan kunnossapito talvella				
Asunnon huoltotoimien suorittaminen				
Talon yhteisten tilojen siisteys				
Jätehuoltojärjestelyt				
Yleinen mielipide huollosta				
Yleinen mielipide isännöinnistä				

- Muita huomioita: \_\_\_\_\_

**8. Tyytyväisyys asukashallintoon ja -tiedottamiseen**

	Erittäin tyytymätön	Tyytymätön	Tyytyväinen	Erittäin tyytyväinen
Asuntoa koskevien tietojen saatavuus				
Vaikutusmahdollisuudet talon asioihin				
Talotoimikunnan toiminta				
Asukkaiden yhteistoiminta				

**9. Taloyhtiön toiminta**

- Koen että minulla on mahdollisuus vaikuttaa talon asioihin
  - Kyllä
  - Ei
- Tahdon osallistua yhteisiin tilaisuuksiin ja tapahtumiin
  - Kyllä
  - Ei
- Tahdon osallistua yhteisten tilaisuuksien ja tapahtumien järjestämiseen
  - Kyllä
  - Ei
- Millaisia taloyhtiön tapahtumia toivoisit lisää?
  - Pihatalkoita
  - Saunailtoja
  - Grillausta
  - Mitä muuta? \_\_\_\_\_
- Mihin haluan vaikuttaa? \_\_\_\_\_
- Mistä asioista toivoisit enemmän tietoa?  
\_\_\_\_\_

**10. Oletteko harkinneet muuttavanne pois lähitulevaisuudessa?** Kyllä Ei

Jos kyllä, miksi?

 Tahdon ostaa omistusasunnon (asun vuokra- tai asumisoikeusasunnossa) Olen tyytymätön asuntooni

Miksi? \_\_\_\_\_

 Olen tyytymätön taloyhtiöön

Miksi? \_\_\_\_\_

 Olen tyytymätön asuinalueeseen Tarvitsen/tarvitsemme lisätilaa Asunto on liian suuri tämän hetkisiin tarpeisiin Muutan toiselle paikkakunnalle Asuinkustannukset ovat liian suuret**11. Mitä YH Kodit Oy voisi tehdä asumisviihtyvyyden lisäämiseksi?**