

# Käyttäjäkokemuksia kotitalous- palveluista

Mistä laadulle takuu?





TYÖSELOSTEITA JA ESITELMIÄ 122 • 2010

# Käyttäjäkokenuksia kotitalous- palveluista

Mistä laadulle takuu?

Kristiina Aalto • Johanna Varjonen

Kuluttajatutkimuskeskus, työselosteita ja esitelmää 122 • 2010  
**Käyttäjäkokeuksia kotitalouspalveluista – Mistä laadulle takuu?**  
Kristiina Aalto, Johanna Varjonen

Vipuvoimaa  
EU:lta  
2007–2013



kotityö  palvelu



Julkaisija / Utgivare / Publisher  
Kuluttajatutkimuskeskus  
Kaikukatu 3, 00530 Helsinki  
PL 5, 00531 Helsinki  
Puh. 010 605 9000  
Faksi (09) 876 4374  
[www.kuluttajatutkimuskeskus.fi](http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi)

Kannen kuva: iStockphoto

ISBN 978-951-698-218-5 (pdf-julkaisu)

# TIIVISTELMÄ

## Käyttäjäkokemuksia kotitalouspalveluista – Mistä laadulle takuu?

Kristiina Aalto ja Johanna Varjonen

Tutkimuksessa tarkastellaan kotitalouspalveluita käyttävien kotitalouksien kokemuksia ja näkemyksiä palveluista. Keskeisinä tarkastelun kohteina olivat asiakkaiden tärkeimmät valintaperusteet palveluyritystä etsittäessä ja kriteerit palvelujen laatua arvioitaessa. Lisäksi selvitettiin muun muassa kokemuksia käytettyjen palvelujen laadusta ja kotitalouspalvelujen roolista omassa arjessa. Tutkimusaineisto koostuu 292 kotitalouden vastauksesta lomakekyselyyn. Kyselylomakkeiden välityksessä avustivat aikuiskoulutusoppilaitokset ja kotitalouspalveluyrittäjät. Asiakaskyselylomakkeen jakelutavan ja pienen otoskoon vuoksi voidaan sanoa, että kyseessä on näyte kotitalouspalveluasiakkaista. Aineisto koostui taustoiltaan erilaisista kotitalouspalveluasiakkaista, ja useimmilla vastanneista oli palvelujen ostamisesta monivuotinen kokemus. Siten vastaajilla oli arvokasta kokemukseen perustuvaa tietoa kotitalouspalvelujen toimivuudesta ja kokemuseräisiä näkemyksiä palveluista.

Kotitalouspalvelujen asiakkaat pitävät tärkeimpinä laatutekijöinä hyvää työn jälkeä, huolellisuutta ja siisteyttä. Myös aikataulussa pysyminen, yksilöllisten toiveiden huomioon ottaminen ja valitusten jälkeinen työnlaadun parantaminen on tärkeää. Palvelujen onnistuneisuus kulminoituu pääosin asiakaspalvelijan ominaisuuksiin ja taitoihin. Palveluntarjoajaan tyytymättömät asiakkaat puolestaan olivat vaihtaneet yritystä useimmissa tapauksissa juuri huonon työntuloksen vuoksi. Useimmat asiakkaat olivat kuitenkin tyytyväisiä saamaansa palveluun.

Palveluyrityksen valinnassa painottuivat monien aiempien tutkimusten tapaan tuttujen hyvät kokemukset yrityksestä. Tuttujen hyviä kokemuksia pidetään luotettavana takeena hyvälle palvelulle, samoin luotettavaa markkinointia ja yrityksen kuulumista ennakkoperintärekestereihin. Yrityksen edulliset hinnat, suomalaisuus tai läheinen sijainti eivät olleet yhtä keskeisiä valintakriteerejä. Asiakaskokemuksen myötä edullisen hinnan merkitys kotitalouspalvelujen valintakriteerinä kuitenkin vähentyy ja palvelun laadun merkitys korostuu.

Tutkimukseen vastanneet kotitalouspalvelujen käyttäjät kokivat palvelujen parantavan elämisen laatua ja helpottavan arkea merkittävästi. Iäkkäillä palvelujen käytön syynä korostuivat omat fyysiset rajoitukset. Lapsiperheissä ja muissa nuorempien talouksissa palveluita ostettiin yhä useammin helpottamaan kiirettä ja tuomaan mukavuutta. Tyypillisiä ostettavia kotitalouspalveluita ovat esimerkiksi siivousapu ja remontit, mutta myös monia muita palveluja, joista voi saada kotitalousvähennystä, oli käytetty.

Kotitalouspalvelujen laajenemista rajoittaa kuitenkin luottamuspula, palvelujen käyttäjät toivoisivat palveluiden välittäjiltä laadun varmistusta. Useimpien mielestä ulkopuolinen laatuarviointi lisäisi luottamusta yritykseen ja helpottaisi palvelujen hankkimista. Kotitalouspalveluyrityksille annettava laatutunnustus on kehitteillä, mutta ei vielä ole käytössä.

Tutkimus liittyy kotityöpalvelualan laatujärjestelmän kehittämishakkeeseen, ”Laatu ratkaisee – innovaatioverkosto kotityöpalvelualan kehittäjänä”. Hanketta koordinoi TTS ja rahoitus on saatu Manner-Suomen ESR ohjelmasta ”Työmarkkinoiden toimintaa edistävien osaamis-, innovaatio- ja palvelujärjestelmien kehittäminen”.

**Asiasanat:** asiakkaat, kotitaloudet, palvelut, laatu, markkinat, verovähennykset, elämäntapa



# SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	1
1.1	Kotitalouspalvelumarkkinoiden ja palvelujen kehittyminen .....	1
1.2	Palvelujen hankinnan helpottaminen .....	3
1.3	Kotitalouspalvelujen laatu asiakkaan näkökulmasta .....	4
1.4	Kotityöpalvelualan laatujärjestelmän kehittämishanke.....	5
1.5	Tutkimuksen tavoite.....	6
2	TUTKIMUSAINEISTO JA MENETELMÄT .....	7
2.1	Aineiston hankinta ja analyysimenetelmät .....	7
2.2	Aineiston kuvaus .....	8
2.3	Markkinoilta ostetut erilaiset palvelut.....	9
2.4	Palvelujen hankinnan syyt ja tavat.....	13
2.5	Asiakkaiden kokemuksia ja käsityksiä kotitalouspalveluista.....	15
2.6	Kotitalouspalvelujen laatuun liittyvät odotukset ja kokemukset .....	19
3	TULOSTEN TARKASTELO JA JOHTOPÄÄTÖKSET .....	23
3.1	Tutkimuksen aineisto.....	23
3.2	Kotitalouspalveluihin suhtautuminen .....	24
3.3	Yrityksen valinta ja palvelujen laatu.....	24
	LÄHDELUETTELO.....	26

## LIITTEET

## KUVALUETTELO

KUVA 1.	Kaaviokuva kyselylomakkeiden jakelusta.....	7
KUVA 2.	Useimmin käytettyjen kotitalouspalvelujen käyttöiheydet .....	11
KUVA 3.	Harvoin käytettyjen palvelujen käyttöiheys .....	12
KUVA 4.	Palvelujen käyttöaika käytettyjen palvelujen lukumäärän mukaan.....	16
KUVA 5.	Käsityksiä kotitalouspalveluista.....	17
KUVA 6.	Suhtautuminen omaa toimintaa kuvaaviin väittämiin .....	18
KUVA 7.	Erilaisten tekijöiden merkitys palvelujen laadun arvioinnissa .....	20

## TAULUKKOLUETTELO

Taulukko 1.	Vastaajien sukupuoli ja ikä.....	8
Taulukko 2.	Vastaajien jakautuminen iän ja sukupuolen mukaan kotitaloustyyppisiin.....	9
Taulukko 3.	Vastaajien maantieteellinen sijoittuminen seutukunnittain, postinumeroitten perusteella.....	10
Taulukko 4.	Erilaisten palvelujen ostot.....	10
Taulukko 5.	Erilaisten palvelujen lukumäärä /hankinnat.....	13
Taulukko 6.	Palvelun koettu laatu kouluarvosanoilla arvioituna.....	21
Taulukko 7.	Palvelun tarjoajan vaihdon yleisimmät syyt.....	22





# 1 JOHDANTO

## 1.1 Kotitalouspalvelumarkkinoiden ja palvelujen kehittyminen

Kotitalouspalvelumarkkinoiden<sup>1</sup> kasvua on edistänyt tarve täydentää palvelutarjontaa julkisen sektorin palveluiden supistuessa. Kotitalousvähennyksellä<sup>2</sup> on ollut merkittävä rooli niin kotitalouspalvelujen kysynnän vauhdittajana ja asenteiden muokkaajana palvelumyönteisemmäksi kuin myös palvelujen tarjonnan kannustajana (mm. Varjonen ym. 2007). Lisäksi vähennyksen käyttömahdollisuus on vähentänyt pimeän työvoiman käyttöä ja parantanut osaltaan työllisyyttä uusien yritysten perustamisen myötä (Niilola ym. 2005, Niilola ja Valtakari 2006). Vuonna 2006 noin 70 % kuluttajista tiesi kotitalousvähennyksen käyttömahdollisuudesta, mutta vain joka viides vähennyskelpoisia palveluja ostaneista oli hyödyntänyt vähennystä (Varjonen ym. 2007).

Kotitalousvähennys on ollut käytössä koko maassa vuodesta 2001 lähtien. Sen kattavuutta on vähitellen laajennettu ja enimmäismäärää on korotettu. Samalla vähennyksen suosio on vuosien myötä kasvanut. Kotitalousvähennys on henkilökohtainen, eikä verottaja kokoa kotitaluskohtaisia vähennystietoja. Vähennyksen enim-

mäismäärä vuonna 2008 oli 2 300 euroa henkilöä kohden, joten puoliset voivat vähentää yhteensä 4 600 euroa vuodessa<sup>3</sup>. Kotitalousvähennystä käytti tuolloin verohallinnon tilastojen mukaan jo yli 310 000 henkilöä keskimääräisen vähennyksen ollessa 715 euroa. Suurin osa vähennyksestä käytettiin palveluihin, jotka kohdistuivat asunnon perusparannukseen ja kunnossapitoon (76 %) ja toiseksi eniten kotitaloustyöhön (20 %). Hoivapalvelujen ostoon oli käytetty noin 4 % kotitalousvähennyksestä ([www.vero.fi/kotitalousvähennys](http://www.vero.fi/kotitalousvähennys)). Kotitaloustyötä korvaavista palveluista suurin osa on todennäköisesti siivousta (vrt. Kervinen 2009). Ostettuihin palveluihin on voinut sisältyä myös muita verohallinnon vähennyskelpoisiksi hyväksymiä tavanomaisia kotitöitä, kuten esimerkiksi pyykinpesua tai ruoanlaittoa, mutta verottaja ei tilastoi vähennyksen käyttöä kuin em. kolmeen luokkaan. Verottajan tilastoista voidaan myös laskea, miten suuri osa asiakkaista osti verotuksessa vähennettäviä palveluita. Järjestys pysyy tällöinkin samana, mutta kotitaloustyöhön (siivous ym.) palveluita ostaneiden suhteellinen osuus on suurempi (30 %) ja asunnon perusparannus ja kunnossapitotyöhön (68 %) palveluita hankkineiden osuus on pienempi kuin euromääriä verrattaessa.

Monissa muissakin maissa on käytössä vastaavanlaisia järjestelmiä, jotka helpottavat taloudellisesti kotitalouspalvelujen käyttöä. Eri maiden

1 Asiakkaan kotona tehtävistä, tavanomaisia kotitöitä korvaavista palveluista käytetään sekä nimitystä **kotitalouspalvelu** että **kotityöpalvelu**. Tavanomaisia **kotitöitä** ovat esimerkiksi ruoanlaitto, siivous, pyykinpesu, asiointi sekä lasten ja aikuisten hoito ja hoiva.

2 **Kotitalousvähennykseen** oikeuttaa tavanomainen kotitalous-, hoiva- tai hoitotyö sekä asunnon ja vapaa-aikasuunnun kunnossapito- ja perusparannustyö. Verovelvollinen saa vähentää ennakoperintärekisteriin merkitylle yritykselle tai yrittäjälle tai yhdistykselle maksamastaan arvonlisäverollisesta työkorvauksesta 60 %. Mikäli kotitalous on itse palkannut työntekijän, on sillä oikeus vähentää 30 % maksamistaan palkoista.

3 Vuodesta 2009 lähtien vähennettävä enimmäismäärä on kohonnut 3000 euroon henkilöä kohden. Vähennyksen soveltamisala laajentui kattamaan myös tieto- ja viestintätekniikkaan liittyvien laitteiden asennus-, kunnossapito- ja opastustyön.

järjestelmät kuitenkin poikkeavat toisistaan niin euromääriltään kuin siinä, mitkä palvelut ovat vähennyskelpoisia tai ketkä kaikki ovat oikeutettuja subventoituihin palveluihin. Toisissa maissa järjestelmä perustuu veroista tehtävään vähennykseen kuten Suomessa (Saksa, Ruotsi, Tanska, Italia) ja toisissa puolestaan on palvelusetelityyppinen järjestelmä (Ranska, Belgia, Itävalta). (Niilola ja Valtakari 2006, Skattelättnader för hushållstjänster 2008). Useimpien muiden maiden kotitalousvähennysjärjestelmät on otettu käyttöön myöhemmin kuin Suomessa. Esimerkiksi Ruotsissa Suomen järjestelmää on käytetty esikuvana omaa järjestelmää rakennettaessa.

Kuluttajatutkimuskeskuksessa on tutkittu suhtautumista kotitalouspalvelujen käyttöön sekä kvalitatiivisin että kvantitatiivisin menetelmin. Ryhmäkeskustelumenetelmällä asenteita kartoittava tutkimus (Varjonen ym. 2005) osoitti, että palvelujen käyttöön kohdistuneet asenteet olivat muuttuneet monilla myönteisemmiksi kotitalousvähennyksen käyttöönoton jälkeen, mutta luotettavien, hyvien palvelujen löytäminen ja tunnistaminen koettiin vaikeaksi (Varjonen ym. 2005).

Kotitalouspalvelujen käyttöä valtakunnallisella kyselyllä (Varjonen ym. 2007) kartoittavan tutkimuksen mukaan monet olivat käyttäneet kotitaloustyötä korvaavia palveluja. Kotitalouspalvelut määriteltiin laajasti ja kattamaan lähes kaikki kotityötä korvaavat palvelut. Kyselyssä tiedusteltiin kaikkiaan 33 kotitalouspalvelun käytöstä (ks. Varjonen ym. 2007, 23). Yhteensä 82 % vastaajista oli käyttänyt jotakin näistä palveluista vuonna 2005. Suosituimmat palvelut (autonpesu, vaatteiden pesetus pesulassa ja valmiin aterian tilaaminen kotiin) eivät ole kotitalousvähennyskelpoisia. Vastaajista 41 % oli ostanut kotitalousvähennyskelpoisia palveluja, joista useimpien käyttämiä oli remontit, siivous sekä puutarha- ja pihatyöt. Keskimäärin kotitaloudet olivat ostaneet neljää eri palvelua, 23 kertaa vuodessa (Varjonen ym. 2007).

Kotitalouspalvelujen suurkuluttajia oli noin 10 prosenttia kotitalouksista. He ostivat palveluja useammin kuin kerran viikossa. Tämä ryhmä osti ostokertoina mitattuna lähes yhtä paljon palveluja kuin kaikki muut yhteensä. Suurin osa suurkuluttajista oli iäkkäiden talouksia ja kiireisiä lapsiperheitä. Yli 75-vuotiaista joka toinen oli tarvinnut palveluja kotitalouden perustehtäviin. Uusia potentiaalisia palvelujen ostajia puolestaan oli erityisesti nuorissa lapsiperheissä. (Varjonen ym. 2007).

Yleisimpiä käyttämättömyyden syitä taas olivat, ettei palveluja koettu tarvittavan, koska kotityöt oli totuttu tekemään itse. Osa vastaajista myös halusi tehdä kotityöt itse, ja osalla ei ollut varaa käyttää palveluja, vaikka olisi halunnut. Eri tutkimusten mukaan lisäksi kotitöiden jakaminen puolisoiden ja perheen kesken tai mahdollisuus saada kotitöihin apua sukulaisilta tai tuttavilta vähentää palvelujen tarvetta (Aalto 2006; Larjovuori ja Ainasoja 2007; Varjonen ym. 2007; Ristimäki ym. 2008). Palvelujen valinta, löytäminen ja palvelusta sopiminen puolestaan edellyttää tietoja ja taitoja, joita useimmille kuluttajille ei vielä ole kertynyt. Kynnys palvelujen hankintaan kasvaa, jos sopivien palvelujen etsiminen ja tilaaminen koetaan hankalaksi ja aikaa vieväksi (Larjovuori ja Ainasoja 2007; Varjonen ym. 2007; Ristimäki ym. 2008).

Luottamuksen puute kotitalouspalvelujen laatua ja asianmukaisuutta kohtaan on noussut esiin monissa tutkimuksissa (de Ruijter et al. 2003; Varjonen ym. 2005; Larjovuori ja Ainasoja 2007; Ristimäki ym. 2008). Luotettavuuden varmistamiseksi tarvitaan palvelujen laadulle arviointivälineitä ja mahdollisuutta eri yritysten tarjoamien palvelujen vertailuun, jottei laadun arvioinnissa tarvitsisi nojautua ainoastaan tuttujen kokemuksiin (mm. Varjonen ym. 2007).

Hoivapalveluilla on pitkät perinteet ja niiden laatua on seurattu ja arvioitu jo pitkään (mm. Helameri 1997; Tenkanen 1998; Helameri ym. 1999). Ammatillisella kotisiivouksella ja monilla muilla kotitalouspalveluilla nykymuodossaan on huomattavasti lyhyempi historia eivätkä toimintatavat tai palvelujen sisällöt ole vakiintuneita ja yhtenäisiä. Niilolan ym. (2005) kotitalousyrityksille tekemän kyselyn mukaan vain muutama yritys oli standardisoinut palvelunsa. Eniten standardisointiin oli panostettu franchise-periaatteella toimivissa yrityksissä. Kotisiivouksen ammattimaisuuden edistämiseksi Työtehoseuran ja Helsingin yliopiston yhteishankkeessa on kehitetty laadunhallinnan käsitettä ja menetelmiä ammatillisen kotisiivouksen puhtaustuloksen laadun määrittämiseksi (Kymäläinen ym. 2008). Työntekijöiden työolojen kehittämiseksi on tutkittu myös ammatillisen kotisiivouksen kuormittavuutta (Reisbacka ym. 2008) ja vertailtu ammatilliseen kotisiivoukseen soveltuvia siivousvälineitä (Rytönen ym. 2006).

## 1.2 Palvelujen hankinnan helpottaminen

Yhtenä kotitalouspalvelujen käytön esteenä on ollut vaikeus löytää luotettavia palvelujen tarjoajia. Kuluttajat eivät tiedä, mistä löytää tarvitsemiaan palveluja ja miten ennakolta voisi varmistua niiden luotettavuudesta ja ammatillisesta osaamisesta. Tämän esteen madaltamiseksi on kehitetty erilaisia toimintamalleja. Elias.fi-nettitorin ideana on välittää tietoa asiakkaan kotiin tarjottavista erilaisista palveluista (www.elias.fi). Elias.fi-nettitorilta voi etsiä paikkakunnittain koteihin palveluja tarjoavien yritysten tietoja. Sivuille hyväksytään vain ennakonperintärekisteriin kuuluvat, ammattitaitoiset yritykset. Palvelut on luokiteltu palveluryhmittäin (siivous, ikkunanpesu, lastenhoito jne.) ja niistä kerrotaan myös hintatiedot sekä esim. onko yrityksen työntekijöillä perusammattitaidon osoitava tutkintotodistus, Palveluja Kotiin -passi. Palvelun tarjoajat voivat halutessaan ilmoittaa tietonsa sivuille ja vastaavat itse tietojensa ajantasaisuudesta. Yhteystietojen avulla asiakas ottaa yhteyden suoraan sopivalta tuntuvaan palvelun tarjoajaan. Sopimusta tehtäessä voi käyttää hyväksi netistä löytyvää palvelusopimus pohjaa (www.elias.fi). Sivujen ajantasaisuuteen vaikuttaa pitkälti se, miten aktiivisesti palvelujen tarjoajat päivittävät tietojaan. Palveluista voi lähettää palautetta sivuston ylläpitäjälle, joka voi poistaa sivuilta huonoa palvelua tai epäasiallisesti toimineiden palvelujen tarjoajien tiedot.

Elias.fi-nettitorin käytöstä ja käytettävyydestä tehdyn opinnäytetyön perusteella useimmat nettitorin käyttäjät olivat löytäneet sen lehtijutun perusteella, toisen nettisivun linkin kautta tai ystävän suosituksesta. Lähes joka neljäs nettitorin löytänyt ei enää juuri käyttänyt muita kanavia palveluja etsiessään. Useimmat nettitorilla käyneistä (64 %) olivat myös valmiita ostamaan sen kautta palveluja ja noin 7 % oli jo ostanut. Nettitorin sisältämistä tiedoista tärkeimpinä pidettiin kattavia tietoja palvelun tarjoajista, tietoja palvelutarjonnasta ja hintatietoja. Kyselyyn vastanneet käyttäjät olivat hyvin tyytyväisiä nettitorin toimivuuteen. Sivujen tunnettuutta toivottiin lisäävän ja yrityksiä toivottiin sivuille lisää. (Tahvanainen 2006.) Vaikka sivuille on rekisteröitynyt satoja yrityksiä, nettitori ei kata koko Suomea, sillä kaikilta alueilta palvelujen tarjoajat eivät ole lähettäneet tietojaan sivuille. Puutteena on myös se, ettei asiakkailta saatuja kokemuksia ole koottu sivuille. Koska sivuston ylläpitäjän mukaan

nettitorilta poistetaan huonoa palautetta saaneet, epäasiallisesti toimineet palvelun tarjoajat, voidaan päätellä, että nettitorilla ainakin pitkään olleet palvelujen tarjoajat ovat asiallisesti toimivia palvelujen tarjoajia. Nettitorin käyttäjät kokevat sen luotettavaksi lähteeksi (Tahvanainen 2006).

Nettitoria uudempi nettisivusto palvelujen ilmoituspaikkana on Nextdoor. Sekä palvelujen tarjoajilla että ostajilla on mahdollisuus välittää tietojaan sivujen kautta. Sivustolla voi myös antaa palautetta käyttämistään palveluista. Ilmoittajat rekisteröityvät sivuille, mutta annettavat tiedot ovat vapaamuotoisia eikä ennakkovalvontaa ole, esimerkiksi sivulla ilmoittavien yritysten ennakonperintärekisteriin kuulumista ei tarkisteta (www.nextdoor.fi).

Palvelujen välityksen tehostamiseksi ja luotettavuuden parantamiseksi on ollut myös kehitys- ja pilottiprojekteja, kuten MOPAKE ja ARJA, joiden tuloksia eri tahot voisivat hyödyntää kehittäessään palvelujen välitystä. Työtehoseuran MOPAKE-Monipalvelukeskus välitti puhelimitse verkostosaan olleiden, lähialueen yritysten palveluja kotiin ja antoi samalla palvelujen valintaan liittyvää neuvontaa ja opastusta. Se kokosi myös palveluista palautetta, mikä takasi verkostossa olevien yritysten tarjoamien palvelujen laadun. Mukana olevia yrityksiä se palveli tehokkaasti välittämällä niiden palveluja kuluttajille. Palveluja myös tuotteistettiin, jolloin niiden keskinäinen vertailu oli helpompaa (Reisbacka 2007).

ARJAn päätavoitteena puolestaan oli kehittää suomalaisiin oloihin sopivia, testattuja malleja, jotka parantavat arjen ajan hallintaa erityisesti perheen, mutta myös työnantajien sekä paikallishallinnon näkökulmista. Myös ARJA-hankkeessa paikallisia palveluja, niin yksityisiä kuin kunnallisia, voitiin hankkia keskitetysti yhdestä paikasta, esim. ison työpaikan tai julkisissa tiloissa olevan palvelupisteen kautta. Lisäksi hankkeessa räätälöitiin tyyppiperheille esimerkkipalveluyhdistelmät, jotka tukivat työn ja perheen yhteensovittamista (Lohikoski ja Horelli 2006). Mallista on tuotettu opaskortit. Malliin ja sen eri osiin perehtymällä mallia voisi räätälöidä paikallisesti eri kohteisiin.

Tampereella on toteutunut palvelujen integrointimalli Kotitori, joka helpottaa erityisesti ikäihmisiä tilaamaan palveluja kotiin. Hankkeen taustaksi koottiin runsaasti tietoa Tampereen seudun kotitalouksien palvelujen käytöstä ja palvelutarpeista (Larjovuori ja Ainasoja 2007). Kotitori

on palveluita välittävä keskus, johon tamperelaiset ja iäkkäiden asukkaiden omaiset voivat ottaa yhteyttä palveluita tarvitessaan. Kotitori välittää tietoa kotihoidon palvelua tarjoavista julkisista ja yksityisistä tahoista sekä eri järjestöjen ja säätiöiden tarjoamista kotihoidon palveluista sekä palvelujen hinnoista. Kotitorilla on mahdollisuus asioida henkilökohtaisesti, puhelimitse tai internetin välityksellä. Sen kautta saa tietoa erilaisista palveluvaihtoehdoista kotisairaanhoidon ja sitä tukeviin palveluihin kuten siivous-, kauppa-asiointi-, ateria- ja -turvapalveluihin. Kotitori auttaa myös tiedottamalla erilaisten korvausten mahdollisuuksista (esim. kotitalousvähennys) ja niiden hakemisesta sekä asiakkaan palvelutarpeen arvioinnissa. Kotitorin avustamana voi valita itselleen tai läheiselleen sisällöltään ja hintatasoltaan sopivimman palvelukokonaisuuden muodostuipa se julkisen tai yksityisen sektorin palvelutarjonnasta. Kotitori hoitaa käytännön järjestelyt. ([www.tampereenkotitori.fi/kotitori](http://www.tampereenkotitori.fi/kotitori).) Vaikuttaa sitä, että Kotitorin avulla on paikallisesti onnistuttu ratkaisemaan monta palvelujen hankintaan ja valintaan liittyvää estettä.

Väestöliiton Palapeli-hanke keskittyi palvelujen käytön edistämiseen osana työorganisaation työn ja perheen yhteensovittamiskäytäntöjä. Tavoitteena oli edistää työn ja perheen yhteensovittamista kehittämällä yrityksiin palvelumalleja, joiden avulla työnantaja helpottaa työntekijöidensä kotitalouspalvelujen käyttöä. Työnantaja toimii tällöin palvelujen tarjoajan ja käyttäjän kohtaamispaikkana, kuten ARJA-hankkeen palvelumallissa. Hankkeessa tarkasteltiin mallin toimivuutta nimenomaan työsikäyvien vanhempien näkökulmasta ja keskeisinä palveluina olivat sairaan lapsen hoito ja siivous. Palvelumallin todettiin sopivan erityisesti suuriin yrityksiin ja kuntasektorille. Palvelumallin laajentamista edistäisi kotitalouspalvelujen verotusarvon määrittely työsuhde-etuna (Ristimäki ym. 2008).

### 1.3 Kotitalouspalvelujen laatu asiakkaan näkökulmasta

Palveluja ostavien asiakkaiden mielipiteet ovat erittäin tärkeitä laatukriteerien kehittämisessä ja koko toimialan kehittämisessä paremmin asiakkaita palvelevaksi. Merkkituotteiden suosio markkinoilla perustuu niiden valitsemisen ja hankinnan vaihtomuuteen ja kuluttajien kokeman riskin vähentämiseen. Palvelut tulisi vastaavasti tuotteistaa niin, että kuluttaja voi ennalta jo arvioida mahdollisimman hyvin, millaista palvelua saa. Kotitalouspalvelujen käyttöön siirryttäessä kulmakivenä on luottamus sekä palveluyrityksiin että palvelutyöntekijöihin. Ideaaliyrityksessä työnteko on luotettavaa ja ammattitaitoista ja lisäksi toiminta on joustavaa niin, että työtä voidaan sopeuttaa ostajan muuttuvien tarpeidenkin mukaan (Varjonen ym. 2005).

Hyvä palvelu on yleensä laadukasta palvelua, vaikka laatu ei ole hyvän synonyymi. Laatu on kuitenkin pitkälti subjektiivinen kokemus, joka määrittyy eri ihmisillä erilaisin kriteerein (Helameri 1997). Laadukkaan palvelun määrittelee lopulta asiakas, joka arvioi saamansa palvelun laatua sen mukaan, miten hän kokee saadun palvelun vastaavan odotuksiaan. Toisin sanoen palvelun laatu määritellään usein asiakkaan tarpeiden ja odotusten sekä toisaalta koetun palvelutapahtuman väliseksi vastaavuudeksi (vrt. Aatola 1999; Grönroos 1990). Kuluttajien mielikuvaan kotitalouspalvelun laadusta vaikuttavat monet eri tekijät, jotka liittyvät toisaalta mielikuvaan yrityksestä tai muusta palvelun tarjoajasta sekä toisaalta omiin kokemuksiin perustuvista odotuksista.

Kuluttajien mielikuvaan kotitalouspalvelun laadusta vaikuttavat mm.

- itse määritelty tavoitetaso, joka perustuu omiin tarpeisiin ja tottumuksiin
- keskustelu palvelukokemuksista muiden asiakkaiden ja tuttavien kanssa
- yrityksen viestintä
- sopimukset yrityksen kanssa.

Erytisesti uudet asiakkaat odottavat palvelun lopputuloksen olevan yhtä hyvä tai parempi kuin itse saavutettu tulos (Varjonen ym. 2005). Tavoiteltavan lopputuloksen määrittely palvelusopimusta tehtäessä saattaa kuitenkin olla vaikeaa. Lisäksi kodin palvelut ovat varsin henkilösidonnia. Hyvistä kokemuksista kerrottaessa kuvaillaan usein miellyttävää ihmistä ja hänen osaamistaan. Erytisesti ikääntyneet kokivat yksityisten palvelu-

jen käytön suurempana riskinä kuin kunnallisten palvelujen käytön. Julkiset palvelut koettiin tasa-laatusemmiksi ja luotettavammiksi kuin yksityiset. (Larjovuori ja Ainasoja 2007). Tällöin ilmeisesti uskotaan, että kunta valvoo tarjoamiaan palveluja.

Kotitalouspalvelut helpottavat monien elämää ja lisäävät hyvinvointia. Jotta kotitalouspalvelujen käyttö helpottuisi, vallitseva luottamuksen puute palvelujen laatua ja asianmukaisuutta kohtaan tulisi saada poistettua ja palvelujen laadukkuus jo ennalta varmistettua. Vertailukelpoisia palvelukuvauksia ja palveluiden laatua kehittämällä voidaan siten myös kasvattaa kotitalouspalvelumarkkinoita.

#### 1.4 Kotityöpalvelualan laatu- ja järjestelmän kehittämishanke

Kotityöpalvelujen tunnettuuden lisäämiseksi, ostamisen helpottamiseksi ja laadun varmistamiseksi käynnistettiin kehittämishanke, jonka tavoitteena on laatia valtakunnallinen kotityöpalvelun laatu- ja järjestelmä (laatu- ja järjestelmä). Valvottu laatu- ja järjestelmä toisi palvelujen laatuun kuluttajien kaipaamaa luotettavuutta.

Kotityöpalvelualan laatu- ja järjestelmää on rakennettu vuosien 2008–2009 aikana TTS:n koordinoimana valtakunnallisen tutkimus- ja koulutusverkoston yhteistyönä. *Laatu ratkaisee – innovaatioverkosto kotityöpalvelualan kehittäjänä* -hankkeen rahoitus on saatu *Manner-Suomen ESR-ohjelmasta "Työmarkkinoiden toimintaa edistävien osaamis-, innovaatio ja palvelujärjestelmien kehittäminen"*. Tässä hankkeessa on rakennettu laatusertifikaatti kriteereineen, mittareineen ja tunnuksineen sekä turvallisuusriskityökalu. Kehitystyötä ovat tehneet TTS, Kuluttajatutkimuskeskus, Vaasan yliopiston Levón-instituutti, Laurea ammattikorkeakoulu ja Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus TIEKE. Kuluttajatutkimuskeskuksen tehtävänä hankkeessa on ollut kehittää ja tuoda esiin asiakkaille tärkeitä laatu- ja kriteereitä. Muut organisaatiot ovat niin ikään keskittyneet oman keskeisen osaamisalueensa laatu- ja kriteereihin.

Laatu- ja järjestelmää rakentavaa hanketta on tukenut toinen hanke, Laatuverkosto, jonka tehtävänä on levittää laatu- ja järjestelmää yrittäjien käyttöön ja laatia osaamiskartoitusmenetelmä, jolla yrityksessä olevaa osaamista voidaan verrata laatu- ja järjestelmän

edellyttämään osaamiseen. Tätä työtä tekevät TTS:n koordinoimana eri puolilla Suomea toimivat aikuiskoulutusoppilaitokset: Edupoli, Etelä-Savon ammattiopisto, Innofocus, Kainuun ammattiopisto, Koulutuskeskus Tavastia, Lapin Ammattiopisto, Pohjois-Karjalan aikuisopisto, Savon ammatti- ja aikuisopisto, WinNova, Ylä-Savon ammattiopisto ja Ylivieskan ammattiopisto. Laatu- ja verkosto-hankkeen rahoitus on saatu Opetushallitukselta työelämän kehittämis- ja palvelutehtävään. Lisäksi Itä-Suomeen on myönnetty kotityöpalvelualan kehittämistyöhön ESR-rahoitusta, jota hallinnoi Kuopion ammatti- ja aikuisopisto. Hankkeessa kumppaneina ovat Ylä-Savon ammatti- ja aikuisopisto, Pohjois-Karjalan aikuisopisto ja Etelä-Savon ammattiopisto.

Kotityöpalvelualan laatu- ja järjestelmä toimii alan kehittämisen työkaluna ja se tarjoaa mahdollisuuden seurata kotityöpalvelualan yritystoiminnan laadullista ja ammatillista kehittymistä systemaattisesti. Hankkeessa kehitettävän laatusertifikaatin tavoitteena on edistää ennen kaikkea sitä, että asiakas saisi arvostamaansa laadukasta ja luotettavaa palvelua omaan kotiinsa. Yrittäjälle laatu- ja järjestelmä tarjoaa välineen kehittää toimintaansa ja omaa osaamistaan. Luotettavuus, laatu ja sen varmistus ovat tulevaisuuden menestystekijöitä kotityöpalvelualalla. Laatusertifikaatin lisäksi alaa tulisi seurata myös yritystilastoinnin sekä käyttäjien määrän ja kokemusten osalta.

TTS on saanut Patentti- ja rekisterihallitukselta tarkastusmerkin rekisteröinnin kotityöpalvelun laatusertifikaattitunnukseksi ja organisoivat vuoden 2010 alusta alkaen kotityöpalvelun kehittämistoiminnan Kotityöpalvelun Kehittämiskeskukseen (ks. [www.kotityöpalvelut.fi](http://www.kotityöpalvelut.fi)). Alan kehittämistyössä keskeisessä roolissa ovat alan yrittäjien laatusertifikaattikoulutuksesta alueilla vastaavat alan ammatilliset aikuiskoulutusta antavat oppilaitokset. Tavoitteena on, että kevään 2010 kuluessa ensimmäiset pilottikotityöpalvelu- ja yritykset saavat laatu- ja järjestelmän myöntämät sertifikaatit (Louhikoski-Alasuutari 2009).

## 1.5 Tutkimuksen tavoite

Kuluttajatutkimuskeskuksen tehtävänä ”Laatu ratkaisee – innovaatioverkosto kotityöpalvelualan kehittäjänä” -hankkeessa oli tuottaa laatukriteereitä palvelujen asiakkaiden näkökulmasta. Kriteerit laadittiin osittain aiempien tutkimusten pohjalta sekä hankkeessa palveluita käyttäviltä talouksilta kerätyn kyselyn perusteella. Käsillä olevassa julkaisussa raportoidaan asiakaskyselyn tulokset.

Kotitalouspalveluasiakkaille suunnatussa kyselyssä perehdyimme erityisesti asiakkaiden käsitykseen kotitalouspalvelujen laadusta selvittämällä

- mitkä seikat ovat asiakkaille tärkeitä heidän valitessaan palvelun tarjoajaa
- mitkä tekijät ovat asiakkaille tärkeitä heidän arvioidessaan palveluiden laatua
- millaiseksi asiakkaat ovat kokeneet ostamansa palvelun laadun.

Asiakaskyselylomakkeen mallina käytettiin aiemman Kuluttajatutkimuskeskuksessa tehdyn kyselyn lomaketta, jolla selvitettiin vuoden 2005 kotitalouspalvelujen käyttöä (Varjonen ym. 2007).

Tuolloin kysely tehtiin edustavana kotitalouspohjaisena otantana, jolloin vastaajina oli sekä kotitalouspalveluasiakkaita että niitä, jotka eivät ostaneet palveluja. Palveluja käyttäneitä vastaajia oli kaikkiaan 2110, joista noin 40 % oli ostanut verovähennyskelpoisia palveluja.

Käsillä olevaa tutkimusta varten lomaketta lyhennettiin ja muokattiin, jotta se tuottaisi paremmin tietoa nimenomaan palvelujen käyttäjistä ja heidän käyttökokemuksistaan. Kysely rajattiin koskemaan vain kotitalousvähennyskelpoisia palveluja (15 eri palvelua), jotka kaikki olivat hankittu yrityksiltä tai yksityisiltä palvelun tuottajilta vuoden 2008 aikana. Kysyimme myös, miten palveluihin ja niiden käyttöön suhtaudutaan. Vuotta 2005 koskevan tutkimuksen tuloksia käytetään vertailuaineistona tarkasteltaessa käsillä olevan asiakaskyselyn tuloksia. Epäselvyyksien välttämiseksi tätä tutkimusta kutsutaan jatkossakin aina *asiakaskyselyksi* erotukseksi muista kotitalouspalvelujen käyttöä koskevista kyselytutkimuksista. Liitteessä 1 on tämän asiakaskyselyn kotitalouspalveluja koskevat kysymykset ja vastausten suorat jakaumat.

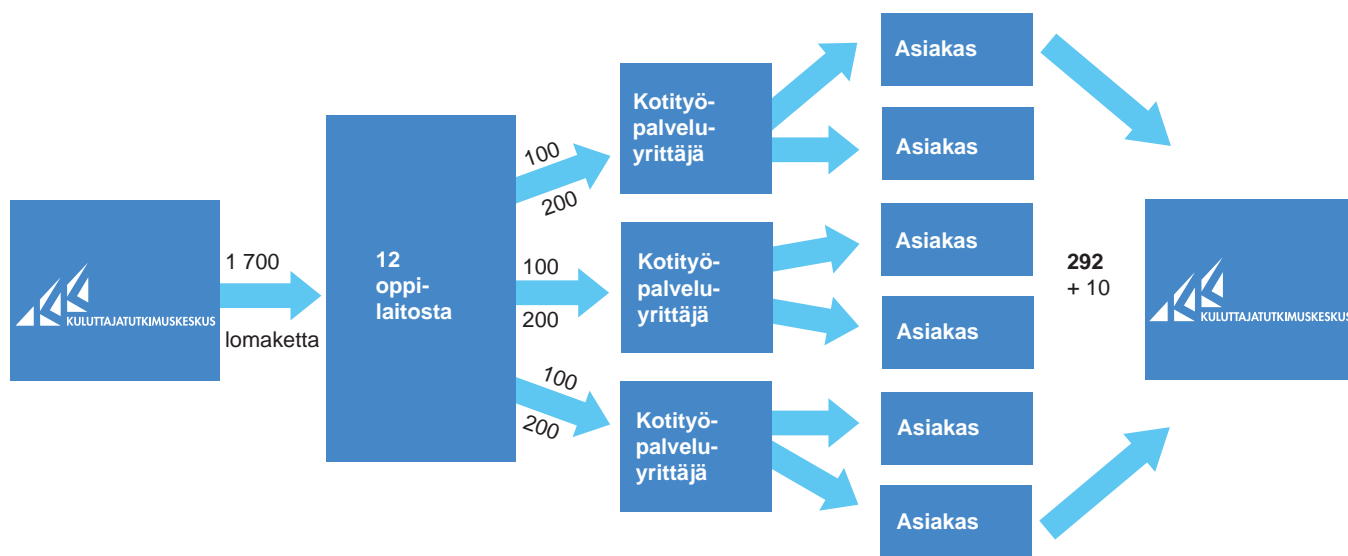
## 2 TUTKIMUSAINEISTO JA MENETELMÄT

### 2.1 Aineiston hankinta ja analyysimenetelmät

Kotityöpalvelukyselyn aineisto koottiin siten, että Kuluttajatutkimuskeskuksesta lähetettiin Laatu ratkaisee ja Laatuverkosto-hankkeiden verkostoissa mukana oleville 12 oppilaitokselle heidän toivomuksensa mukainen määrä lomakkeita. Yhteensä lähetettiin 1 700 kyselylomaketta. Eri puolilla Suomea sijaitsevat oppilaitokset puolestaan välittivät lomakkeet paikallisille yhteistyökumppaniyrityksilleen, joista suurin osa tarjoaa siivouspalveluja ja osa sen lisäksi muita palveluja. Yhteistyöyritykset toimittivat lomakkeet edelleen asiakkailleen. Näin ollen aineisto ei ole valtakunnallisesti edustava, eikä täysin satunnainen, sillä niin oppilaitokset

kuin yrittäjätkin saivat itse valita, miten ja kenelle kyselyn toimittivat. Tämä on tarpeen ottaa huomioon tuloksia arvioidessa.

Näin kuitenkin tavoitimme nimenomaan kotityöpalvelujen käyttäjät, ja saimme käytännön kokemuksiin perustuvaa tietoa palvelujen hankinnasta ja käytöstä. Hyväksyttävää vastauslomakkeita saatiin kaikkiaan 292, joten vastausprosentti oli 17 %. Kymmenen lomaketta jouduttiin hylkäämään, koska vastaaja ei ollut käyttänyt mitään kotityöpalvelua vuonna 2008 tai lomake oli muutoin puutteellisesti täytetty. Vastaajat palauttivat lomakkeen Kuluttajatutkimuskeskukseen valmiiksi



KUVA 1. Kaaviokuva kyselylomakkeiden jakelusta.

maksetuissa palautuskuorissa. Aineisto koottiin helmi-maaliskuussa 2009.

Kyselylomake ja vastausten suorat jakaumat on koottu liitteeseen 1 ja hankkeessa mukana olevat oppilaitokset liitteeseen 2. Vapaamuotoisen välitystavan johdosta lomakkeita välittäneiden yrittäjien lukumäärä ei ole tiedossa. Liioin ei tiedetä, päätyivätkö kaikki lomakkeet asiakkaille asti.

Tutkimusaineisto on analysoitu tilastollisesti suorilla jakaumilla ja ristiintaulukoinneilla. Lisäksi riippuvuuksia testattiin korrelaatioiden avulla tutkittaessa eri elinvaiheessa olevien talouksien ja eri ikäisten henkilöiden välisiä eroja palveluiden käytössä, niihin suhtautumisessa ja laatuksilyksissä. Taustamuuttujina on pääosin käytetty ikää, tuloja ja kotitaloustyyppiä.

## 2.2 Aineiston kuvaus

Asiakaskyselylomakkeen monivaiheisesta jakelusta huolimatta aineisto koostui taustoiltaan monipuolisista kotitalouspalveluasiakkaista. Naiset olivat täyttäneet lomakkeita useammin kuin miehet. Vastaajista 80 % oli naisia ja 20 % miehiä. Sukupuolella on tosin merkitystä lähinnä vain yhden hengen talouksissa, koska kyselyimme koski koko kotitalouden palvelujen käyttöä. Vaikka vastaajien ikäkauma oli laaja, 28–91-vuotta, heidän keski-ikänsä oli suhteellisen korkea, 59 vuotta. Miesvastaajien osuus oli vanhemmissa ikäluokissa keskimääräistä

suurempi (taulukko 1). Kaikkiaan 292 vastaajasta muutama ei ilmoittanut ikäänsä tai sukupuoltaan.

Vastaajat edustivat melko tasaisesti lähinnä kolmea taloustyyppiä: lapsettomia pareja, kahden huoltajan lapsiperheitä ja yksin asuvia. Yksinhuoltajatalouksista oli kahdeksan vastaajaa, joista kolme miehiä, ja muista aikuistalouksista oli 13 vastaajaa. Alle 50-vuotiaista vastaajista useimmat olivat lapsiperheitä, 50–70-vuotiaat puolestaan edustivat useimmiten pariskuntia ja sitä iäkkäämmistä suurin osa asui yksin (taulukko 2).

Aiempien tutkimusten perusteella tiedetään, että palvelutarpeet painottuvat lapsiperheisiin ja iäkkäiden talouksiin, joskin palveluiden käyttäjiä on löytynyt kaikenlaisista talouksista (Larjovuori ja Ainasoja 2007; Varjonen ym. 2007). Kuten aiemminkin, myös tässä tutkimuksessa, ikääntyneet parit ja yksin asuvat käyttivät palveluja runsaasti.

Vastaajien talouksien koko vaihteli 1–7. Yhden hengen talouksia oli 29 % ja kahden hengen 35 %. Suurimmat taloudet olivat kuuden ja seitsemän hengen lapsiperheitä, joita tutkimuksessa oli yhteensä viisi. Ne yhdistettiin tilastollisissa tarkasteluissa viiden hengen talouksiin, jolloin isoja talouksia oli yhteensä 8 %, 23 kappaletta. Lapsiperheiden keskokoko oli neljä henkilöä.

Erityistä hoivaa tarvitsevia henkilöitä oli 28 prosentissa talouksista. Hoivaa tarvitsevista lähes puolet asui yksin (47 %) ja runsas kolmannes oli pariskuntia (35 %). Hoivaa tarvitsevien osuus kasvoi iän myötä siten, että alle 50-vuotiaiden talouksista oli vajaassa kahdeksassa prosentissa erityistä hoivaa

Taulukko 1. Vastaajien sukupuoli ja ikä.

Ikäluokka	Kaikki (n = 289)	Kaikki, % (n = 289)	Naiset, % (n = 230)	Miehet, % (n = 58)
alle 40 v	39	14	14	10
40–49 v	64	22	23	21
50–59 v	56	19	20	19
60–69 v	37	13	13	12
70–79 v	49	17	17	19
80– v	44	15	15	19
<b>Yhteensä</b>	<b>289</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>
<b>Keski-ikä</b>	–	<b>59 v</b>	<b>58 v</b>	<b>61 v</b>



Taulukko 2. Vastaajien jakautuminen iän ja sukupuolen mukaan kotitaloustyyppeihin, %.

Taloustyyppi Ikäluokka/ sukupuoli	Yksin asuva %	Pari, ei lapsia %	Lapsi- perhe %	Yksin- huoltaja- talous %	Muu talous %	Yhteensä (n = 288)
<b>Mies</b>	30	<b>43</b>	19	5	3	100 %
<b>Nainen</b>	28	<b>32</b>	<b>33</b>	2	5	100 %
Alle 40 v	5	10	<b>80</b>	3	3	100 %
40–49 v	11	8	<b>73</b>	5	3	100 %
50–59 v	13	<b>63</b>	13	5	7	100 %
60–69 v	22	<b>60</b>	3	3	14	100 %
70–79 v	<b>55</b>	<b>45</b>	0	0	0	100 %
Yli 80 v	<b>74</b>	27	0	0	0	100 %
<b>Kaikki</b>	<b>29</b>	<b>34</b>	<b>30</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>100 %</b>

tarvitsevia henkilöitä, kun puolestaan yli 80-vuotiaiden talouksista heitä oli 64 prosenttia.

Lähes puolet vastaajista oli säännöllisessä päivätai iltatyössä (43 %) ja yhtä moni ei ollut kodin ulkopuolisessa ansiotyössä. Työmarkkina-asemaltaan suurin ryhmä vastaajista oli eläkeläiset (40 %) ja toimihenkilöitä oli seuraavaksi eniten (28 %). Maatalousyrittäjiä, kotiaitejä tai muita, jotka eivät olleet kodin ulkopuolisessa ansiotyössä, oli kutakin vain muutama (yhteensä 14), joten tilastollisissa tarkasteluissa nämä yhdistettiin ryhmäksi muut. Miesvastaajissa oli naisvastaajia enemmän eläkeläisiä (43 % vs. 39 %) ja johtajia (17 % vs. 7 %).

Omakotitalossa asui yli puolet vastaajista (52 %), lähes joka kolmas (29 %) kerrostalossa ja muut (17 %) asuivat pari- tai rivitalossa. Asuntojen koot vaihtelivat 25 neliöstä noin 400 neliöön. Suurin osa vastaajista (62 %) asui 50–150 neliön asunnossa. Asuntojen keskikoko oli 127 neliömetriä. Pienimmistä (alle 50 m<sup>2</sup>) asunnoista yli puolet oli kaupunkien keskustoissa. Suurimmat asunnot (yli 200 m<sup>2</sup>) puolestaan sijaitsivat pääasiassa lähiöissä tai maaseudun haja-asutusalueella. Lähiössä tai esikaupungissa asui noin 40 prosenttia ja kaupungin keskustassa noin 27 % vastaajista. Runsas kolmannes vastaajista asui maaseudulla joko taajamassa (17 %) tai haja-asutusalueella (16 %).

Vastaajat jakautuivat melko tasaisesti eri tulo-  
luokkiin. Alin tuloluokka oli alle 20 000 euroa  
vuodessa ansaitsevat kotitaloudet ja ylin 100 000  
euroa tai enemmän ansaitsevat. Eniten vastaajia

(23 %) oli toiseksi alimmassa tuloluokassa, jossa  
kotitalouden yhteenlasketut tulot olivat 20 000–  
40 000 euroa vuodessa. Kussakin muussa luokassa  
vastaajia oli 13–18 %.

Maantieteellisesti vastaajat jakautuivat pos-  
tinumeron perusteella taulukon 3 mukaisesti.  
Muiden kuin taulukossa mainittujen alueiden  
yksittäiset vastaukset on yhdistetty lähimmälle  
postinumeroalueelle.

Vastaajia on maan monilta eri alueilta. Maan-  
tieteelliseen sijoittumiseen ovat vaikuttaneet sekä  
lomakkeita välittäneiden oppilaitosten sijainti (liite  
2) että jakelun onnistuminen alueella. Vastaajien  
alueellinen sijoittuminen ei vastaa Suomen väestön  
keskimääräistä jakautumista alueittain eikä kata  
aivan koko maata. Taustoiltaan asiakaskyselyn vas-  
taajat edustavat palvelujen käyttäjiä kuitenkin vas-  
sin monipuolisesti. Kyselyn tavoitteena oli tutkia  
kotitalouspalvelujen käytön ja laadun kokemuksia  
sekä erilaisten laatutekijöiden tärkeyttä. Tätä tar-  
koitusta aineisto palvelee hyvin.

## 2.3 Markkinoilta ostetut erilaiset palvelut

Kaikki vastaajat olivat siis kotitalouspalveluasiak-  
kaita ja lähes kaikki heistä olivat ostaneet siivous-  
palvelua (taulukko 4). Siivouspalvelujen suurta  
osuutta selittää se, että suurin osa oppilaitosten

Taulukko 3. Vastaajien maantieteellinen sijoittuminen seutukunnittain, postinumeroiden perusteella.

Seutukunta (postinumeron perusteella)	Vastaajien osuus alueella, %, (n = 280)
Pääkaupunkiseutu	12
Muu Uusimaa	14
Hämeenlinnan ja Lahden seutu	20
Turun ja Porin seutu	13
Mikkeli, Lappeenranta, Savonlinna	11
Joensuun, Kuopion ja Pieksämäen seutu	18
Kajaanin seutu	6
Ylivieska, Seinäjoki, Vaasa, Kokkola	6
Oulu ja Lappi	0,7
Puuttuvia tietoja	4 %

Taulukko 4 . Erilaisten palvelujen ostot.

Palvelu	Osti palvelua % (N = 292)
Siivous	96
Ikkunanpesu	62
Remontti	28
Pitopalvelu	15
Puutarhan tai pihan hoito, lumityöt	14
Ostos- tai asiointiapu, muu auttaminen ja ulkoiluapu	13
Silitys kotona	12
Vanhuksen, sairaan tai vammaisen hoiva	11
Pikkukorjaukset, esim. taulujen ja lamppujen kiinnitys	10
Pientalokiinteistön huolto (lämmityslaittehuolto, rännien puhdistus, ym.)	10
Digi-TV-, video- ym. laitetekninen palvelu	8
Atk- tai internet-tukipalvelu kotona	8
Ruoanvalmistus kotona	8
Pyykinpesu kotona	7
"Mökkitalkkari"-palvelu	4
Lastenhoito (satunnainen, sairaan lapsen hoito)	4

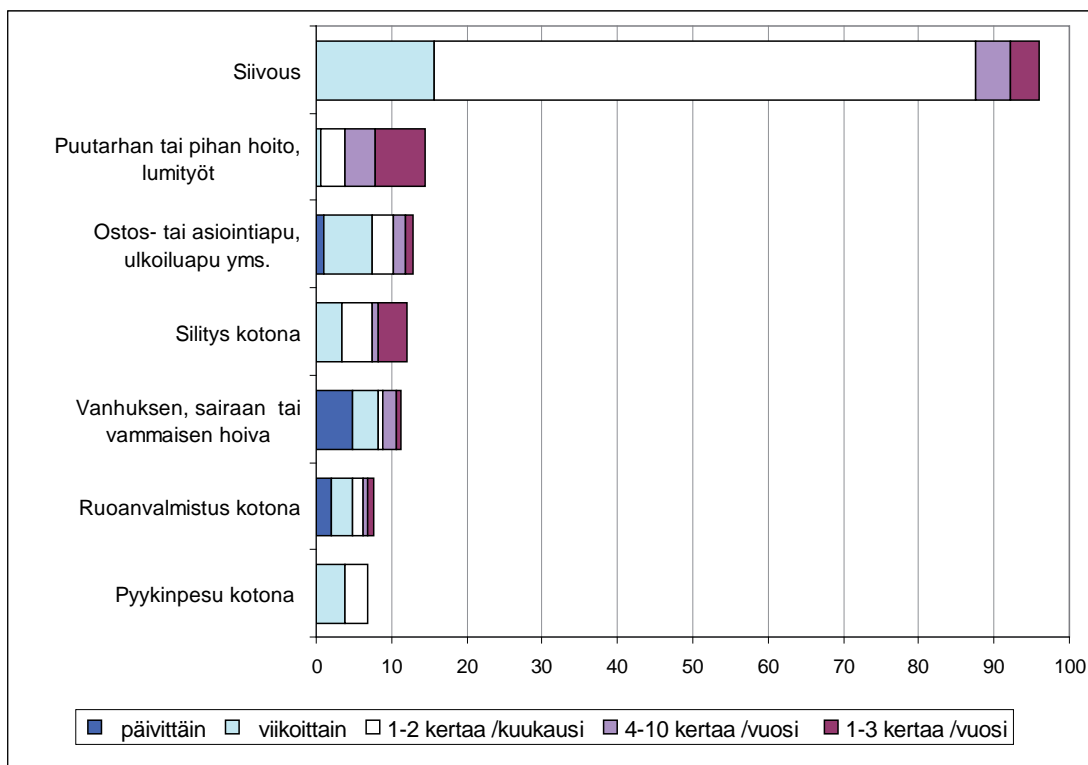
yhteistyöyrityksistä on nimenomaan siivouspalveluyrityksiä. Siivous on myös kotitalouden perustavista helpoimmin ulkoistettava kotityö (Varjonen ym. 2005; Larjovuori ja Ainasoja 2007). Toiseksi eniten oli ostettu ikkunanpesua. Kolmanneksi eniten käyttäjiä oli remonttipalveluilla ja neljänneksi eniten pitopalvelulla. Myös monia muita palveluita käyttäneitä oli yli 10 % vastaajista. Taulukkoon 4 on koottu ostetut palvelut ja palveluja käyttäneiden osuudet kaikista vastaajista yleisyysjärjestyksessä.

Useimmat vastaajat ostivat siivouspalvelujen lisäksi myös muita palveluja. Pelkästään siivouspalveluja osti 51 vastaajaa (17 %). Siivouksen lisäksi 75 % näistä asiakkaista osti myös ikkunoiden pesua ja noin 28 % remonttipalveluja. Lähes 20 % heistä osti siivouksen lisäksi pitopalvelua, piha- tai puutarhatöitä tai ostos- ja asiointiapua.

Ne 12 vastaajaa, jotka eivät ostaneet siivouspalvelua, olivat kaikki alle 50-vuotiaita. Heistä seitsemän osti jotain muuta yksittäistä palvelua (remontteja, pitopalvelua, vanhusten hoitoa tai piha- tai puutarhatöitä) ja muut viisi ostivat 2–4 eri palvelua (ruoanvalmistusta kotona, pitopalvelua ja vanhusten hoitoa, ikkunanpesua, silitystä, remonttipalvelua).

Monet vastaajat merkitsivät palvelujen käyttöä koskevan vastauksensa vain niiden palvelujen kohdalle, joita olivat käyttäneet. Eri palvelujen ostoa koskeviin kysymyksiin vastasi, palvelusta riippuen, 205–284 henkilöä. Taulukossa 4 palvelua ostaneiden vastaajien osuudet on suhteutettu kaikkiin 292 vastaajaan. Tulosten tulkinnassa on siis oletettu, että ne, jotka eivät ole merkinneet palvelun oston useutta, eivät ole kyseistä palvelua ostaneet, vaikka eivät ole valinneet vastausvaihtoehtoa *ei ostettu* tai *ei koske talouttani*. Liitteen 1 taulukossa vastaajien osuudet on puolestaan suhteutettu kuhunkin kysymykseen vastanneisiin, jolloin palveluja ostaneiden prosenttiosuudet ovat suurempia kuin taulukossa 4.

Niin palvelujen käytön tarve kuin palvelujen **käyttötiheys**kin vaihtelee palveluittain. Suurin osa siivouspalveluasiakkaista (74 %) käytti palvelua kerran tai kaksi kertaa kuukaudessa, kun taas useimmat hoivaa, ruoanvalmistusapua tai ostos- ja asiointiapua tarvitsevista käyttivät niitä viikoittain tai useammin. Myös muiden kuvan 2 kotitalouspalvelujen käyttö painottui useisiin kuukausittaisiin käyttökertoihin. Kyseisiä palveluja voidaankin



KUVA 2. Useimmin käytettyjen kotitalouspalvelujen käyttötiheydet, %, N = 292.

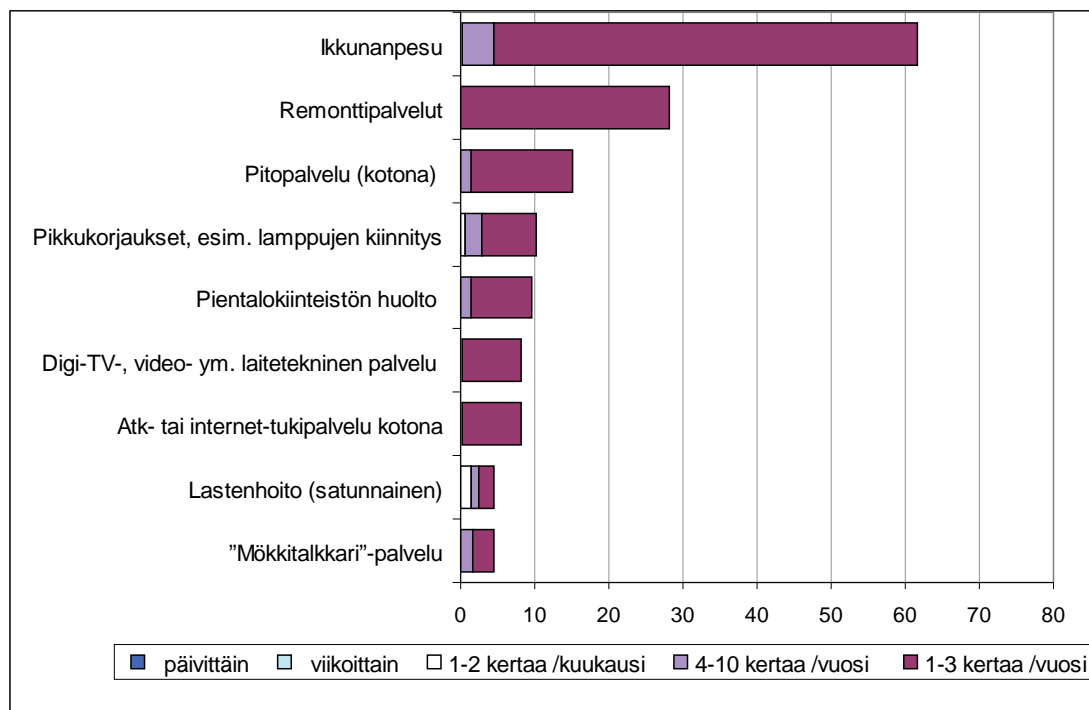
kutsua kotitalouden perustehtäviä korvaaviksi palveluiksi (vrt. Varjonen ym. 2007).

Osa palveluista käytettiin pääasiassa vain muutamana kerran vuodessa. Tällaisia palveluja olivat esimerkiksi ikkunanpesu sekä remontointiin tai laitetekniseen tukeen liittyvät palvelut (kuva 3).

Käsillä olevan asiakaskyselyn tulokset eivät kerro palvelujen käytön yleisyydestä. Yleisyyttä voi tutkia kysymällä satunnaisesti tietyn alueen tai koko Suomen kotitalouksien palvelujen käytöstä. Kuitenkin myös palvelujen käyttöä ja käytön yleisyyttä kartoittavissa tutkimuksissa remontit ja siivous ovat olleet ostetuimpien palvelujen joukossa. Koko Suomen kattaneen kyselyn (N = 2 110) perusteella vuonna 2005 remonttipalvelua käytti 19 %, siivousta 8 % ja piha- ja puutarhatöitä noin 9 % kotitalouksista (Varjonen ym. 2007). Tampereella ja sen ympäristökunnissa vuonna 2007 tehdyssä kyselyssä (N = 532) remointipalvelujen käyttäjiä oli 13 % ja siivouspalvelujen 9 % (Larjovuori ja Ainasoja 2007). Tampereen aineistossa oli huomattavasti vähemmän pientaloasukkaita kuin koko maan käsittävässä aineistossa, mikä selittää vähäisempää remonti- sekä piha- ja puutarhapalvelujen käyttöä.

Asiakaskyselyn useimmat vastaajat ostivat **monia kotitalouspalveluja**. Vain joka viides vastaaja osti vain yhtä palvelua (20 %), ja yli puolet vastaajista (54 %) osti vuonna 2008 kolmea tai useampaa eri palvelua. Esimerkiksi kaikki ne, jotka ostivat ruoanvalmistuspalveluja, ostivat myös vähintään kolmea muuta palvelua. Enimmillään ostettiin 13 eri palvelua (taulukko 5). Suurimman määrän eri palveluja (yli 8 palvelua) ostaneet olivat kaikki eläkeläisiä ja heidän talouksissaan oli joku erityistä hoivaa tarvitseva.

Kun käytettiin useita palveluja, myös käytettyjen palveluntarjoajien lukumäärä kasvoi. Yhden ja kahden palvelun ostajista yli puolet (65 % ja 57 %) oli ostanut palveluja ainoastaan yhdeltä palveluntarjoajalta, kun taas kolmen palvelun ostajista vain joka kolmas (33 %) oli ostanut palveluja yhdeltä palveluntarjoajalta ja lähes puolet (43 %) kahdelta. Niistä, jotka käyttivät neljää tai useampaa palvelua, enää joka neljäs (26 %) osti vain yhdeltä ja yli puolet (52 %) osti kolmelta tai useammalta palveluntarjoajalta. Näyttää siltä, että eri palvelut samaan-kin talouteen ostettiin eri palvelujen tarjoajilta.



KUVA 3. Harvoin käytettyjen palvelujen käyttötiheys, %, N = 292.

Taulukko 5. Erilaisten palvelujen lukumäärä /hankinnat.

Ostettujen palvelujen lukumäärä, kpl	Vastaajien lukumäärä	Vastaajien osuus, %
1	57	20
2	77	26
3	68	23
4	38	13
5	19	7
6	13	4
7–9	16	6
10–13	4	1
<b>Yhteensä</b>	292	100 %

Kiinnostus siivouksen yhteydessä tarjottaviin **palvelupaketteihin** oli vähäistä, kun verrataan siihen, että useimmat siivouspalveluasiakkaat (83 %) olivat ostaneet siivouksen lisäksi muita palveluja. Kysyttäessä halukkuutta ostaa siivouksen yhteydessä muita palveluja vastaajista lähes joka toinen (44 %) halusi ostaa jotain. Ne, jotka olivat kiinnostuneita ostamaan samalta palveluntarjoajalta myös muita palveluja, olivat eniten kiinnostuneita silityspalvelujen ostamisesta. Useampi kuin joka neljäs asiakaskyselyn vastaajista (22 %) oli kiinnostunut silityspalveluista. Seuraavaksi suosituimmat olivat valmiit ateriat tai ruoanvalmistusapu (14 %), ostos- ja asiointiapu (13 %) sekä pyykinpesuapu (12 %). Muista lisäpalveluista kiinnostuneita oli selvästi vähemmän (ks. liite 1, kysymys 14). Osa lisäpalveluista kiinnostuneista vastaajista käytti jo niitä, joskaan ei tiedetä, ostettiinko niitä samalta palveluntarjoajalta kuin siivousta. Esimerkiksi siivousta ja silitystä ostavia asiakkaita oli jo 17 % ja uusia, silityspalvelujen hankinnasta kiinnostuneita asiakkaita oli lähes 14 %. Vastaavasti uusia, potentiaalisia lisäpalveluita haluavia asiakkaita olisi pyykinpesupalveluille 8 % ja ruoanvalmistukseen 6 % vastaajista.

Syynä vähäiseen kiinnostukseen palvelupaketteja kohtaan voi olla se, että osa kotitalouspalveluasiakkaista käytti jo näitä lisäpalveluja ja että niitä ostettiin useilta eri palvelun tarjoajilta. Tämä viittaa siihen, että eri palvelut myös halutaan ostaa

eri palvelun tarjoajilta. Ehkä kaikkiin tilanteisiin halutaan mahdollisimman ammattimaista palvelua ja sitä uskotaan saatavan erikoistuneilta palvelun tarjoajilta.

## 2.4 Palvelujen hankinnan syyt ja tavat

Kotitalouksien palvelutarpeet liittyvät usein kiinteästi elämäntilanteeseen, arjen sujumiseen sekä mahdollisuuteen saada sukulaisilta tai tuttavilta apua (Varjonen ym. 2005). **Palvelujen oston syyt** kysyttäessä vastaajia pyydettiin valitsemaan kaksi tärkeintä syytä tarjotuista vaihtoehdoista, jotka liittyivät itse tekemiseen, kiireisyyteen, mukavuudenhaluun, työn laatuun ja haluun työllistää. Vastaajista lähes joka toinen (46 %) halusi lisää vapaa-aikaa tai mukavuutta. Miltei yhtä monessa taloudessa tarvittiin sairauden tai fyysisten ongelmien vuoksi apua, koska ei pystytä tekemään itse (42 %). Kiire oli kolmanneksi yleisin syy (33 %). Muut tekijät olivat syynä selvästi harvemmillä, kuten halu työllistää (13 %) tai halu saada parempi tulos kuin itse tehden (11 %). Alle viisi prosenttia käytti palveluita, koska ei osaa itse tehdä kyseisiä kotitöitä. Muutamat mainitsivat jonkin muun syyn, kuten omaishoitajan vapaapäivän korvaamisen kotiavulla tai että iäkkäiden henkilöiden

lapset olivat patistaneet vanhempansa käyttämään ostopalveluja.

Iän myötä mukavuus ja kiire palvelujen käytön syynä väheni, kun taas tarve käyttää palveluja omien fyysisten rajoitteiden vuoksi yleisty. Yli 70-vuotiaista lähes 85 % tarvitsi palveluja omien fyysisten rajoitteiden vuoksi, kun taas alle 50-vuotiaista yli 70 % käytti palveluja mukavuuden ja yli 53 % kiireen vuoksi. Erityisesti lapsiperheissä palvelujen käytön perusteena korostuivat vapaa-ajan tarve, mukavuus ja kiire.

Tulokset olivat samansuuntaisia kuin aiemmissa tutkimuksissa, joskin kiire ja mukavuus palvelujen käytön syynä korostuivat kotitalouspalveluasiakkailla selkeämmin kuin väestöllisiin otoksiin perustuvissa tutkimuksissa (Larjovuori ja Ainasoja 2007; Varjonen ym. 2007). Asenteet kotitalouspalvelujen käyttöä kohtaan ovat muuttuneet vähitellen myönteisemmiksi. Palveluasiakkaat uskaltavat jo ilmeisesti sanoa, että hakevat palvelujen käytöllä myös mukavuutta elämäänsä.

Valtaosa vastaajista osti palveluja itselleen (83 %) ja vain harvat ostivat niitä vanhempiensa (8 %) tai lastensa talouteen (3 %). Muutamille vastaajille puolestaan lapset tai vanhemmat olivat ostaneet palveluita (yhteensä 2,5 %). Oppilaitosten edustajilta saadun tiedon mukaan osa ikääntyneistä sai kunnan järjestämää ja tukemaa apua. Tätä vaihtoehtoa ei kuitenkaan kysytty, joten kunnan tukemien palvelujen osuutta ei tiedetä. Esimerkiksi yli 74-vuotiaista, jotka ansaitsevat alle 20 000 euroa vuodessa, lähes kaikki ilmoittivat ostavansa palvelut itse. Se ei kuitenkaan sulje pois sitä vaihtoehtoa, että myös kunta osallistuu kustannuksiin.

**Kotitalousvähennys** oli tuttu lähes kaikille kotitalouspalveluasiakkailla (93 %) ja useimmat vastaajat olivat hyödyntäneet sitä (83 %). Runsas kolmannes vastaajista (35 %) ilmoitti, että juuri verovähennyksen ansiosta he voivat käyttää enemmän kotitalouspalveluja. Jopa runsas neljännes (28 %) ei olisi ilman kotitalousvähennystä käyttänyt lainkaan kotitalouspalveluja. Kotitalousvähennyksellä oli siis merkittävä vaikutus palvelujen ostoon yli 60 %:lla vastaajista. Joka viides vastaaja (20 %) ilmoitti, ettei verovähennysmahdollisuudella ollut vaikutusta palvelujen ostoon, vaikka oli-kin hyödyntänyt sitä.

Kotitalousvähennyksen käyttö on viime vuosina huomattavasti lisääntynyt, joten voidaan olettaa myös sen tunnettuuden kasvaneen. Muutama vuosi aiemmin kysyttäessä vastaavaa asiaa väestöpohjai-

ssa kyselyssä (Varjonen ym. 2007) joka toinen tunsi sen, muttei ollut käyttänyt ja 18 % vastaajista oli käyttänytkin vähennystä. Vastaajista 29 % ei tuntenut sitä. Mutta on huomattava, että tuon kyselyn taloudet eivät kaikki olleet kotitalouspalveluasiakkaita. Tietämättömyys vähennysmahdollisuudesta korostui kuitenkin siinä, että vain joka viides verovähennykselpoisia palveluja ostaneista arvioi saavansa kotitalousvähennystä. (Varjonen ym. 2007.) Kotitalousvähennyksen määrän ja suosion kasvu näkyy myös verohallinnon tilastoissa ([www.vero.fi/kotitalousvähennys](http://www.vero.fi/kotitalousvähennys)). Asiakaskyselyn tulosten ja verohallinnon tilastojen perusteella voidaan päätellä, että kotitalousvähennys on edistänyt kotitalouspalvelujen ostoa ja palvelumarkkinoiden kasvua. Helsingin Sanomien vuonna 2009 teettämä kysely puolestaan paljasti, että kotitalousvähennykselpoisia palveluita olivat hankkineet erityisesti isotuloiset. Vuoden 2009 kesäkuun loppuun mennessä 11 % suomalaisista oli teettänyt alkuvuonna remonttitoita ja neljä prosenttia siivousta, joista voi saada kotitalousvähennystä. Siivoustyön teettäminen oli yleisintä yli neljä hengen perheissä. (Kervinen 2009.)

Palvelujen hankintaa on toistaiseksi monilla jarruttanut se, ettei tiedä, miten löytäisi luotettavan palveluntarjoajan. Tässä asiakaskyselyssä kukin vastaaja sai valita kaksi pääasiallisinta kanavaa, joiden kautta löytänyt tiedon ostamistaan palveluista. Useampi kuin joka toinen (54 %) oli **löytänyt palvelun** lähinnä työtovereiden, tuttavien, naapureiden tai sukulaisten avulla ja joka kolmas (33 %) suoraan yrityksestä tai palvelun tarjoajalta. Kolmanneksi yleisimmin palvelu löydettiin lehdestä (25 %) ja 11 % oli saanut tiedon kunnan tai seurakunnan työntekijöiden kautta. Noin 12 % vastaajista ilmoitti kahden tärkeimmän vaihtoehdon joukkoon internetin. Palvelun löytyminen internetin kautta vaihteli iän mukaan. Alle 50-vuotiaista 20 % ja yli 70-vuotiaista vain 2 % oli käyttänyt sitä. Sitä vastoin kunnan työntekijöiden rooli palvelujen löytämisessä kasvoi iän myötä. Muiden kanavien käytössä iällä ei ollut merkitystä.

Myös muissa tutkimuksissa internet on ollut enemmän nuorten kuin iäkkäiden käyttämä kanava (Larjovuori ja Ainasoja 2007; Varjonen ym. 2007). Elias.fi -nettitorin käyttäjäkyselyyn vastanneista nettitorin käyttäjistä ainoastaan joka viides oli 55–75-vuotias ja yli 75-vuotiaita ei vastaajien joukossa ollut lainkaan (Tahvanainen 2006), mikä kertonee käyttäjäkunnan painottumisesta nuoriin.

**Palveluyrityksen valintaan** vaikuttavista vaihtoehdoista vastaajia pyydettiin valitsemaan kaksi tärkeintä annetuista vaihtoehdoista, jotka käsitelivät muun muassa yrityksen kokoa, paikallisuutta, hintoja ja markkinointia. Kahden tärkeimmän seikan joukkoon erottautuivat selvästi tuttujen hyvät kokemukset (44 %), yrityksen luotettava markkinointi (40 %) ja yrityksen kuuluminen ennakkoperintärekestäriin (35 %). Kaikki kolme tärkeintä tekijää liittyvät palvelun tarjoajan luotettavuuteen. Yrityksen suomalaisuus, pieni koko tai läheinen sijainti olivat tärkeitä noin joka viidennelle. Edellä mainittuihin tekijöihin verrattuna palvelujen edullisia hintoja (15 %) tai sitä, että yritys tarjoaa monia palveluja (10 %), kovin moni ei pitänyt tärkeänä yritystä valittaessa. Tämä oli nähtävissä myös siinä, että useampi kuin joka toinen ei ollut kiinnostunut palvelupaketeista (s. 13).

Vastaukset poikkesivat selvästi vuotta 2005 koskeneesta väestöpohjaiseen kyselyyn pohjautuvasta tutkimuksesta (Varjonen ym. 2007). Myös tuossa tutkimuksessa tuttujen kokemukset olivat tärkein valintaan vaikuttava seikka, mutta edulliset hinnat olivat tärkeysjärjestyksessä toisena ja yrityksen suomalaisuus kolmantena. Yrityksen suomalaisuus oli tärkeämpi niille, jotka eivät olleet käyttäneet palveluja kuin palveluja käyttäneille. Yrityksen luotettavaa markkinointia ei tuolloin pidetty kovin merkittävänä valintakriteerinä, eikä ennakkoperintärekestäriin kuuluminen painottunut aiemmassa tutkimuksessa yhtä selkeästi. Erojen taustalla voi olla se, etteivät kaikki vastaajat tuolloin olleet kotitalouspalveluasiakkaita eikä heillä ollut kokemusta palvelujen käytöstä. Kokeneet kotitalouspalveluasiakkaat näyttävät arvostavan erityisesti luotettavia ja laadukkaita palveluja ja ovat myös valmiita maksamaan niistä. Tuttujen hyvät kokemukset ovat ilmeisesti merkittävä tae hyvälle palvelulle, kuten myös luotettava markkinointi ja ennakkoperintärekestäriin kuuluminen.

Asiakaskyselyssä kysyttiin myös mielipidettä sopivasta työn hinnasta. Sopivana 22 %:n arvonlisäveron sisältävänä **tuntihintana** eri palveluille vastaajat pitivät 21–26 euroa (vaihtelun ääripäät 5–50 euroa). Sopivana pidetty tuntihinta vaihteli hieman palvelun mukaan. (ks. liite 1, kysymys 7). Ostos- ja asiointiavun keskimääräinen tuntihinta oli alhaisin ja remonttien sekä ”moniosajapalvelujen” korkein. Siivouksen ja hoivan sopivana tuntihintana pidettiin noin 25 euroa. Myös tuloilla oli vaikutusta tuntihintojen arviointiin. Ne, joilla

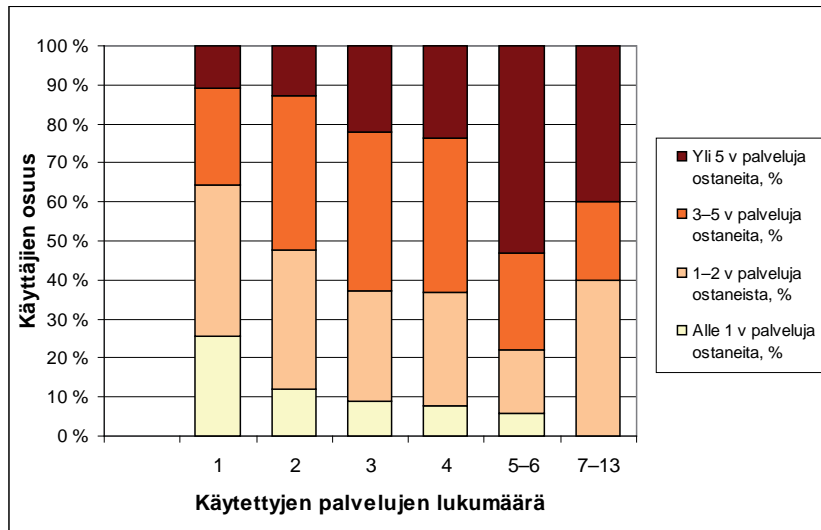
oli alhaisimmat tulot, pitivät sopivina alhaisempia tuntihintoja kuin muut, kun taas ylimmissä tuloluokassa sopivat tuntihinnat arvioitiin muita korkeammiksi. Iällä sitä vastoin ei ollut yhtä selvää vaikutusta sopivan tuntihinnan arviointiin.

Kun verrataan asiakaskyselyn tuloksia vuotta 2005 koskeneeseen kyselyyn, arviot sopivista tuntihinnoista ovat nyt selvästi korkeampia. Tuolloin tuntihinnat asettuivat keskimäärin kymmenen ja viidentoista euron välille. Arviot olivat selvästi alhaisempia kuin todelliset hinnat. Siivouspalveluita käyttäneet arvioivat sopivan hinnan yli viisi euroa korkeammaksi (runsas 20 euroa) kuin palvelua käyttämättömät. Muissa palveluissa ostaneilla ei ollut yhtä suurta vaikutusta. (Varjonen ym. 2007.) Niin yleinen hintataso kuin tulotkin ovat kasvaneet verrattuna vuoteen 2005. Palveluasiakkaiden sopivana pitämät hinnat olivat myös lähempänä todellisia tuntihintoja kuin em. väestöpohjaisessa kyselyssä, mikä johtunee siitä, että palveluita ostaneina heillä on parempi käsitys hintatasta. Lisäksi kotitalouspalveluasiakkaat ilmeisesti arvostavat palveluita enemmän ja ovat valmiimpia maksamaan niistä enemmän kuin ne, jotka eivät koe tarvitsevansa palveluja tai eivät käytä palveluja juuri korkeiden hintojen vuoksi.

## 2.5 Asiakkaiden kokemuksia ja käsityksiä kotitalouspalveluista

Monilla vastaajilla oli palvelujen käytöstä usean vuoden kokemus. Useammalla kuin joka toisella (56 %) oli kokemusta kolmen tai useamman vuoden ajalta ja lähes joka kolmannella 1–2 vuodelta (32 %). Monia palveluja käyttäneet olivat käyttäneet palveluja pidempään kuin yhtä palvelua käyttäneet. Suurimmalla osalla useampaa kuin viittä palvelua käyttäneillä oli yli kolmen vuoden kokemus palvelujen käytöstä, kun taas yhtä palvelua käyttäneistä suurimmalla osalla oli alle kolmen vuoden kokemus (kuva 4). Kun palvelujen käytöstä saa kokemusta, uusienkin palvelujen hankinta on ilmeisesti sen jälkeen helpompaa.

Kotitalouspalveluasiakkaat suhtautuivat palveluihin erittäin positiivisesti. Lähes kaikkien mielestä kotitalouspalvelujen käyttö parantaa elämisen laatua ja kotitalouspalvelujen ostamista pidetään luonnollisena osana arkea. Alle puolet vastaajista (41 %) pitää palveluja kalliina ja lähes joka



KUVA 4. Palvelujen käyttöaika käytettyjen palvelujen lukumäärän mukaan, N = 292.

neljännen (23 %) mielestä yrityksiltä ostettavat kotitalouspalvelut jäävät vain varakkaiden mahdollisuudeksi. Sen sijaan käsitykset siitä, onko kotitalouspalveluja riittävästi tarjolla ja onko niitä vaikea löytää, jakaantuvat melko tasaisesti puolesta ja vastaan sekä niihin, jotka eivät osanneet ottaa kantaa. Kuvaan 5 on koottu vastaukset kotitalouspalvelujen käyttöön liittyvistä väittämistä.

Kotitalouspalveluasiakkaat pitävät koulutusta tärkeänä alan kehittämisessä. Lähes kaikkien vastaajien mielestä kotitaloustöiden tekeminen toisen taloudessa edellyttää ammatillista osaamista ja kotitalouspalvelualan arvostus kohoaa alan koulutusta kehittämällä. Joka toisen mielestä palvelujen laatu on kohonnut kuluneina vuosina.

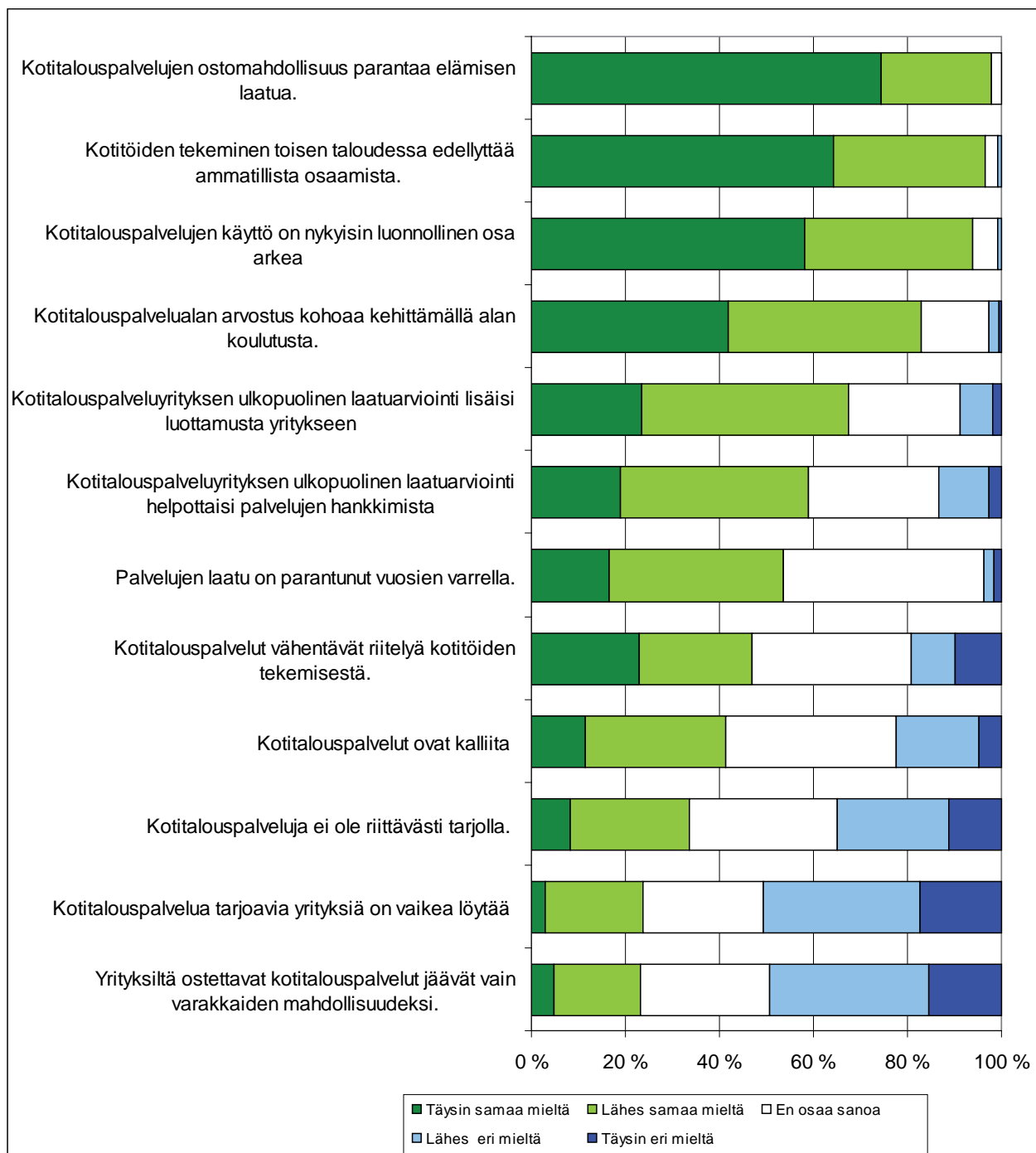
Kotitalouspalvelujen ulkopuolinen laatuarviointi näyttäisi olevan tervetullut. Yli puolet vastaajista oli sitä mieltä, että ulkopuolinen laatuarviointi lisäisi luottamusta yritykseen ja lähes yhtä monen mielestä se helpottaisi palvelun hankkimista. Vain harvan mielestä laatuarvioinnilla olisi negatiivisia vaikutuksia. Nuorista ikäluokista useimmat luottavat laatuarvioinnin hyötyihin kuin iäkkäistä. Tulojen perusteella ei ollut muuta eroa kuin se, että alin tuloluokka luottaa vähiten laatuarvioinnin hyötyihin. Merkitsevää korrelaatiota iän tai tulojen suhteessa laatuarviointiin ei ollut.

Palvelumyönteiset näkemykset ovat vahvistuneet verrattuna kuluttajien näkemyksiin ja kokemuksiin vuodelta 2005 (Aalto ym. 2007, Varjonen ym.

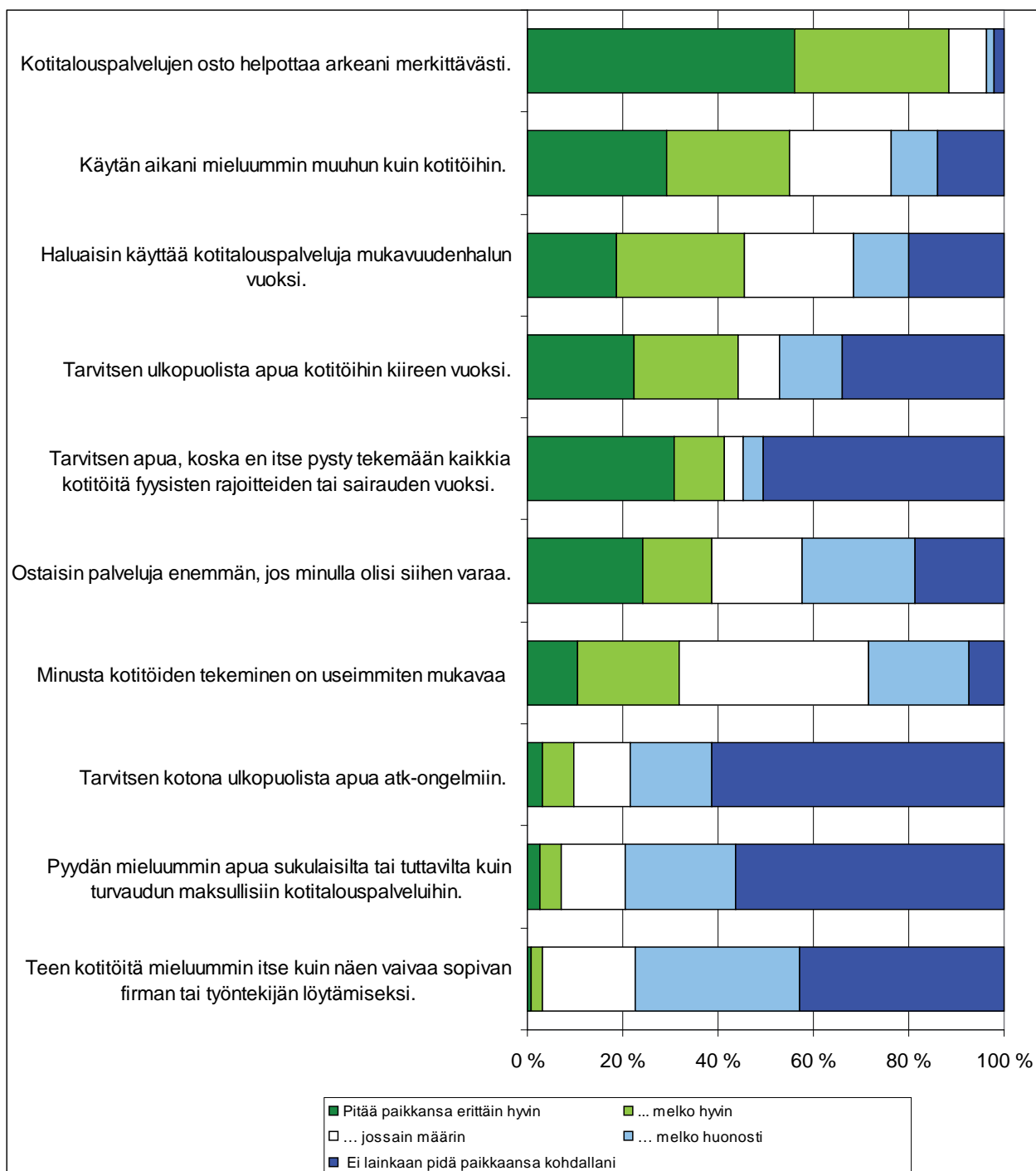
2007). Kotitalouspalveluasiakkaiden näkemykset olivat myös kolme vuotta aiemmin tehdyssä tutkimuksessa myönteisempiä kuin palveluita käyttämättömien. Myös verrattuna palveluasiakkaisiin, näkemykset ovat kaikkiin samoihin väittämiin tässä asiakaskyselyssä myönteisempiä kuin tuolloin. Suurimmat erot näiden tutkimusten välillä suhtautumisessa esitettyihin väittämiin olivat siinä, että tässä asiakaskyselyssä yhä harvemman mielestä yrityksiltä ostettavat kotitalouspalvelut jäävät vain varakkaiden mahdollisuudeksi ja yhä harvempi pitää vaikeana löytää palveluja. Kotitalousvähenystä on ilmeisesti opittu hyödyntämään palveluja ostettaessa, kuten kotitalousvähennyksen käyttöä selvittävä kysymys (s. 14) ja verohallinnon tilastot osoittavat. Palveluista tiedottaminen on ilmeisesti niin ikään tehostunut ja tarjonta kasvanut. Kuluttajat ovat oppineet etsimään palveluja paremmin.

Kuvaan 6 on koottu vastaajien näkemyksiä palvelujen käytön vaikutuksista heidän omaan elämäänsä. Vastaajat olivat kokeneita palveluasiakkaita (s. 15) ja lähes yhdeksälle vastaajalle kymmenestä kotitalouspalvelut ovat merkittävä arkea helpottava tekijä. Useampi kuin joka toinen haluaa käyttää aikansa mieluummin muuhun kuin kotitöihin ja lähes joka toinen haluaisi käyttää kotitalouspalveluja mukavuudenhalun vuoksi. Jokseenkin yhtä useat tarvitsevat palveluja kiireen vuoksi tai koska eivät itse pysty tekemään kaikkia kotitöitä fyysisten rajoitteiden tai sairauden vuoksi.





KUVA 5. Käsitelmiä kotitalouspalveluista, % (N = 292).



KUVA 6. Suhtautuminen omaa toimintaa kuvaaviin väittämiin, % (N = 292).

Palvelujen käyttö kiireen tai mukavuuden vuoksi sekä ajankäyttö mieluummin muuhun kuin kotitöihin on sitä yleisempää, mitä nuoremasta tai suurituloisemmasta on kyse. Fyysisten rajoitteiden vuoksi palvelujen käyttö on sen sijaan todennäköisempää iäkkäämmillä ja pientuloisilla. Korrelaatiot olivat tilastollisesti merkitseviä.

Kotitalouspalveluasiakkaiden palvelujen käyttöä lisää se, että suurin osa haluaa olla riippumattomia sukulaisten ja tuttavien avusta. Lähes neljä viidestä vastaajasta ostaa mieluummin kotitalouspalveluja kuin pyytää sukulaisten tai tuttavien apua kotitöihin, ja lisäksi lähes yhtä moni näkee vaikka mieluummin vaivaa palvelujen löytämiseksi kuin, että tekisi kotityöt itse.

Kun verrataan palveluasiakkaiden asenteita kolme vuotta sitten ja tässä asiakaskyselyssä, voidaan todeta palvelumyönteisyyden yleistyneen. Sekä kiire että mukavuudenhalu olivat tässä tutkimuksessa useammalla palvelujen käytön syynä kuin aiemmin. Vaikuttaa siltä, että kotitalouspalvelujen löytämistä ei enää pidetä yhtä vaivalloisena kuin aiemmin, mikä näkyy siinä, että yhä useampi mieluummin hankkii palveluja kuin tekee itse<sup>4</sup> ja yhä harvemmat haluavat tukeutua mieluummin sukulaisten apuun kuin ostopalveluihin. Asiakaskyselyssä myös omat fyysiset rajoitteet palvelujen käytön syynä olivat yleisempiä kuin aiemmassa tutkimuksessa, mikä johtuu myös siitä, että tässä aineistossa oli enemmän iäkkäitä vastaajia (vrt. Aalto ym. 2007, Varjonen ym. 2007). Osa väittämistä oli uusia, joten niihin ei löydy vertailutietoa aiemmasta tutkimuksesta. Myös Larjovuori ja Ainasoja (2007) ovat todenneet palveluja käyttävien tai niiden käyttöä harkitsevien suhtautuvan kotitöiden ulkoistamiseen myönteisemmin kuin muut. Erityisesti siivouspalvelujen käyttäjät tai niiden käyttöä harkitsevat erottuivat heidän mukaansa asenteiltaan niistä, jotka eivät käytä palveluita, eivätkä ole kiinnostuneita hankkimaan niitä jatkossakaan.

4 Vuoden 2005 palvelujen käytöstä kysyttäessä väittämässä oli "Siivoan mieluummin itse kuin näen vaivaa ... hankkimiseksi" (Varjonen ym. 2005) ja nyt kysyttiin yleisemmin kotitöistä.

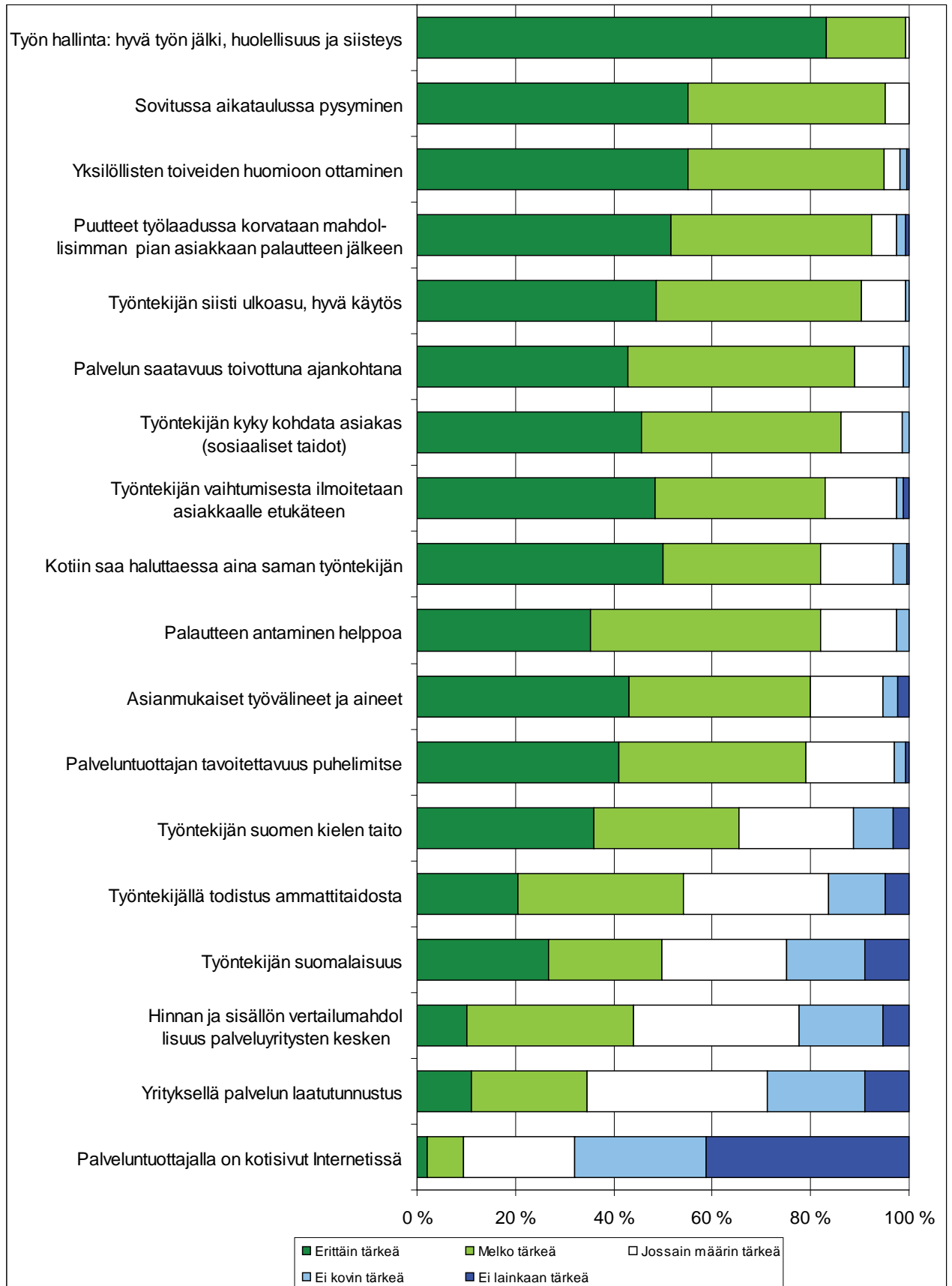
## 2.6 Kotitalouspalvelujen laatuun liittyvät odotukset ja kokemukset

Palvelun laadun arviointiin vaikuttavat monet tekijät. Tässä palvelujen laatuun vaikuttavia tekijöitä tarkasteltiin hyvin monipuolisesti. Tarkasteltavina olivat työn tulokseen, palvelun ajankohtaan, asiakaspalvelijan ominaisuuksiin, yrityksen ominaisuuksiin sekä palvelusta ja sen sisällöstä informointiin liittyvät tekijät. Mieliä pidettä kysyttiin kaikkiaan 18 tekijän tärkeydestä palvelun laadun arvioinnissa. Kaikkein tärkeimpänä kotitalouspalveluasiakkaat pitivät työn hallintaa, joka ilmenee hyvänä työn jälkeenä, huolellisuutena ja siisteytenä. Se oli kaikkien vastaajien mielestä tärkeää ja useimpien mielestä erittäin tärkeää. Niin ikään aikataulussa pysymistä, yksilöllisten toiveiden huomioon ottamista ja palautteiden jälkeistä työnlaadun korvaamista lähes kaikki pitivät tärkeänä ja useampi kuin joka toinen piti niitä erittäin tärkeänä. Tulokset on koottu kuvaan 7.

Sovitussa aikataulussa pysyminen oli kaikkein tärkeintä yli 80-vuotiaille, joista 73 % piti sitä erittäin tärkeänä, kun taas heitä nuoremista vain noin joka toinen piti sitä erittäin tärkeänä. Noin puolet vastaajista piti erittäin tärkeänä myös sitä, että työntekijän vaihtumisesta informoidaan etukäteen. Erityisesti nuoremmat edellyttivät asiasta informoimista. Yli 80-vuotiaissa oli puolestaan eniten niitä, jolle asia ei ollut lainkaan tärkeä. Heille oli ehkä tärkeintä, että joku ylipäätään tuli.

Vastaajat arvostivat palautteen antamisen helpoutta. Sitä piti tärkeänä yli 80 %. Palvelun tuottajan tavoitettavuutta puhelimitse arvosti lähes yhtä moni. Ne jotka arvostivat helppoa palautteen antamista, arvostivat myös yrityksen tavoitettavuutta puhelimitse. Nämä tekijät korreloivat keskenään tilastollisesti merkitsevästi. Sitä vastoin yrityksen internetsivujen olemassaoloa vain harva piti tärkeänä (9 %) palvelun laatutekijänä. Kotisivujen olemassa olo ei myöskään korreloinut helpon palautteen antamisen kanssa.

Iäkkäät vastaajat arvostivat puhelimitse tavoitettavuutta nuoria enemmän. Nuoremmat puolestaan pitivät nettisivuja tärkeämpänä kuin vanhemmat. Niin ikään suurituloisemmat arvostivat kotisivuja enemmän kuin pienituloiset. Korrelaatiot tulojen ja iän sekä puhelimitse tavoitettavuuden ja internetsivujen tärkeyden välillä olivat tilastollisesti merkitsevät. Internetin käyttö on muissakin tut-



KUVA 7. Erilaisten tekijöiden merkitys palvelujen laadun arvioinnissa.

kimuksissa osoittautunut eri-ikäisten mielipiteitä jakavaksi tekijäksi (Tahvanainen 2006; Larjovuori ja Ainasoja 2007; Varjonen ym. 2007). Tämä johtuneet siitä, että nuorille internetin käyttö on tavanomaisempaa kuin iäkkäille. Iäkkäät puolestaan ovat tottuneet hoitamaan asioitaan puhelimitse.

Kysyttäessä mieluisinta palautteen antamiskanavaa (kysymys 11) yli 60 % halusi antaa palautetta kasvokkain. Useimmat vastaajat halusivat siis suoran kontaktin palvelun tuottajaan. Puhelimitse palautetta antaisi mieluiten 16 %, sähköpostitse 12 % vastaajista ja 3 % käyttäisi mieluiten yrityksen internetsivuja palautteen antamiseen. Noin 7 % vastaajista ei kokenut tarvetta antaa lainkaan palautetta.

Tutkimuksessa haluttiin saada myös kokemuseräistä tietoa palvelun laadusta. Sen vuoksi vastaajia pyydettiin arvioimaan kouluarvosanoja käyttäen edellisenä vuonna useimmin käyttämänsä palvelu, joka lähes kaikilla oli siivous. Näin ollen tulos kuvaa lähinnä siivouspalvelujen koettua laatua. Vastaajat pitivät käyttämäänsä palvelua lähes kaikilta osin kiitettävänä. Saadun palvelun työn jälki ja huolellisuus sai alhaisimman keskiarvon. Sekin sai kuitenkin kouluarvosanaksi lähes kiitettävän (8,8). Kaikkia muita arvioituja laatutekijöitä pidettiin vähintään yhdeksän arvoisina (taulukko 6). Palveluun oltiin pääosin siis hyvin tyytyväisiä. Monilla oli pitkä kokemus palveluista. Mahdollisia heikkouksia on saatettu palautteen avulla korjata tai jopa vaihtaa palvelun tarjoajaa, jonka jälkeen on päästy nykyiseen hyvään tasoon. Myös se, että yrittäjillä oli mahdollisuus valita asiakkaistaan ne, joille lomakkeen jakoivat, saattoi vaikuttaa nimenomaan tähän tulokseen.

Niin ikään Larjovuoren ja Ainasojan (2007) tutkimuksessa Tampereen seudulta kotitalouspalveluasiakkaat olivat olleet pääosin tyytyväisiä käyttämiinsä palveluihin, joskin noin joka neljäs palveluita hankkineista koki joutuneensa näkemään vaivaa toivotun lopputuloksen saavuttamiseksi. Parhaimmillaan he kokivat palvelut suurena apuna arjessa, siivouksen jopa hemmotteluna.

Vaikka tämän tutkimuksen vastaajat olivat nyt pääosin hyvin tyytyväisiä saamaansa palveluun, he eivät aina ole olleet yhtä tyytyväisiä palvelun laatuun. Noin joka viides, yhteensä 53 vastaajaa, oli jossain vaiheessa vaihtanut palvelun tarjoajaa. Jotkut tosin olivat joutuneet vaihtamaan yritystä sen lopettaessa tai muuttaessa muualle, mutta suurin osa (43 vastaajaa) oli vaihtanut tyytymättömyyden vuoksi (taulukko 7). Useimmilla vaihdon syynä oli tyytymättömyys työn tulokseen. Osa oli kyllästynyt yrityksen puutteelliseen tiedottamiseen poikkeamista ja osa työntekijän huonoon käytökseen tai epäsiisteyteen. Muutama oli vaihtanut yritystä, koska työntekijä ei ilmaantunut paikalle, eikä edes vaivautunut ilmoittamaan syytä.

Syyt, jotka olivat johtaneet palvelun tarjoajan vaihtoon, vaikuttavat pääosin epäammattimaisen toiminnan seurauksilta. Monet niistä liittyvät palvelutyöntekijään tai palveluntuottajan toimintakäytäntöihin poikkeustilanteissa. Selkeiden yhteisten pelisääntöjen noudattaminen vähentäisi asiakasta ärsyttävää toimintaa. Riittävän hyvän työnjäljen määrittäminen saattaa olla hankalinta. Yhdessä sopimalla ja palautetta antamalla siitäkin voisi päästä yhteisymmärrykseen. Tekijät, jotka ovat johtaneet yrityksen vaihtoon, ovat pitkälti epä-

Taulukko 6. Palvelun koettu laatu kouluarvosanoilla arvioituna.

Laatutekijä	Arvosanojen keskiarvo
Työn jälki, huolellisuus	8,8
Työntekijän ulkoasu ja käytös	9,0
Aikataulujen pitävyyys	9,1
Sopimusten noudattaminen	9,2
Muutoksista ilmoittaminen	9,3
Yksilöllisten toiveiden huomioon ottaminen	9,1
Yhteyden saaminen tarvittaessa palvelun tarjoajaan	9,3
Palautteen vastaanottaminen ja siihen reagoiminen	9,0

Taulukko 7. Palvelun tarjoajan vaihdon yleisimmät syyt.

Vastaaajien lukumäärä	Syy palvelun tarjoajan vaihtoon
11	Yrityksen muuttaminen pois paikkakunnalta tai lopettaminen
19	Huono työn jälki
5	Työntekijän huono käytös tai epäsiisteys
5	Työntekijän vaihdoksista ei informoitu asiakasta
3	Kukaan ei tullut sovittuna aikana, eikä asiakasta informoitu

onnistumisia juuri niissä tekijöissä, joita asiakkaat eniten palvelun laadussa arvostavat (vrt. s. 18).

Tasaisen laadun varmistuksen ongelmana kotitalouspalveluissa on se, että palvelun tuottaminen on varsin henkilösidonnaista. Työntekijän ammatitaito, persoona, joustavuus ja motivaatio ovat keskeisiä tekijöitä asiakkaan tyytyväisyyden muodostumisessa. Larjovuoren ja Ainasojan (2007) mukaan hyvistä kokemuksista kerrottaessa kuvaillaan usein miellyttävää ihmistä ja hänen osaamistaan, kun taas huonot kokemukset ovat usein liittyneet siihen, ettei talouden yksilöllisiä tarpeita ole huomioitu riittävästi. Siivouspalveluissa näkyvällä lopputuloksella on suuri merkitys, sillä asiakas ei yleensä

ole palvelutapahtuman aikana paikalla. Edellä mainitut hyvät ja huonot työntekijän ominaisuuksiin liittyvät kokemukset korostuvat enemmän niissä palveluissa, joissa asiakas tarvitsee henkilökohtaista apua tai hoivaa.

Huonojen palvelukokemusten syyt ja kuluttajien laatuodotukset tukevat tarvetta palvelujen laadun ja sen keskeisten ominaisuuksien määrittämiselle, johon juuri Laatu ratkaisee -hanke pyrkii. Asiakkaat haluaisivat jo palvelun tarjoajaa valitessaan varmistua tämän luotettavuudesta ja ammattimaisuudesta. Palveluista sovittaessa taas pitäisi pystyä määrittämään ja takaamaan palvelun keskeiset laatutekijät, kuten työnjälki ja toimintakäytännöt.

## 3 TULOSTEN TARKASTELU JA JOHTOPÄÄTÖKSET

### 3.1 Tutkimuksen aineisto

Aiempien tutkimusten perusteella kotitalouspalvelutarpeet painoutuivat erityisesti iäkkäiden talouksiin ja lapsiperheisiin, joskin palveluiden käyttäjiä löytyi kaikenlaisista talouksista (Larjovuori ja Ainasoja 2007; Varjonen ym. 2007). Tämän kyselyn näyte kotitalouspalveluasiakkaista osoittaa, että palveluita todella käyttävät hyvin monenlaiset taloudet. Vastaajat edustivat eri ikäisiä, erilaisiin kotitaloustyyppeihin ja tuloluokkiin kuuluvia talouksia.

Palvelujen käytöllä haetaan apua arkeen niin omien fyysisten rajoitteiden vuoksi kuin myös kiireeseen tai mukavuudenhalusta sekä vapaa-ajan lisäämiseksi. Lähes kaikki asiakaskyselyn vastaajat olivat ostaneet siivouspalveluita ja useimmat myös monia muita palveluita. Siivouspalveluasiakkaiden suuri osuus vastaajista johtui pitkälti siitä, että lomakkeita välittäneiden aikuiskoulutusoppilaitosten yhteistyöyritykset olivat pääosin juuri siivouspalveluyrityksiä. Tutkimuksissa on myös todettu siivouksen olevan helpoimmin ulkoistettava kotityö (Larjovuori ja Ainasoja 2007; Varjonen ym. 2007). Siivouksen helppo ulkoistettavuus johtuu siitä, että siivouksen ajankohta ei ole tiettyyn päivään tai kelloon sidottu. Lisäksi se voidaan helposti jakaa osiin ja kukin voi itse valita, mitkä siivoukseen liittyvät tehtävät haluaa ulkoistaa. Siivous on myös usein toistuvaa ja moni kokee sen ikäväksi, jopa turhauttavaksi. Osa tehtävistä on raskaita, mikä tuottaa ongelmia erityisesti ikääntyneille. Remonttipalveluita sitä vastoin ostetaan, koska useimmilla kuluttajilla ei ole remontointiin tai rakennusten korjaukseen tarvittavaa erikoisosaamista. Hoivapalvelut tukipalveluineen taas saattavat olla välttämättömän edellytys kotona pärjäämiselle.

Asiakaskyselyssä käytetty kysymyslomakkeiden jakelumenetelmä oli varsin moniportainen, mistä syystä vastausprosentti jäi vaatimattomaksi. Lomakkeita lähetettiin 1 700 kappaletta, joista ainoastaan 292 (17 %) palautui riittävän täydellisesti täytettynä takaisin. Käytetty jakelumenetelmä oli kuitenkin suhteellisen edullinen, joskin työllisti tutkijoiden lisäksi myös oppilaitosten ja yritysten henkilökuntaa. Pienen otoskoon vuoksi voidaan sanoa, että kyseessä on näyte kotitalouspalveluasiakkaista. Saatu aineisto toteutti kuitenkin sen keskeisen tavoitteen, että kaikki vastaajat olivat nimenomaan kotitalouspalveluasiakkaita. Lisäksi useimmilla oli palvelujen ostamisesta monivuotinen kokemus. Näin ollen vastaajilla oli arvokasta kokemukseen perustuvaa tietoa kotitalouspalvelujen toimivuudesta ja kokemuseräisiä näkemyksiä palveluista.

Käytetty menetelmä näyttää jopa tehokkaamalta tavalta tavoittaa kotitalouspalveluasiakkaita kuin koko maan kattava väestöpohjainen kysely. Esimerkiksi Kuluttajatutkimuskeskuksen väestöpohjaisessa kyselyssä (Varjonen ym. 2007) 8 000 lähetetystä lomakkeesta alle 10 % (856) palautui tuolloin kotitalousvähennyskelpoisia palveluita käyttäneiltä. Palvelujen käytön yleistettyä kotitalouspalveluasiakkaiden vastauksia saattaisi nyt saada vastaavanlaisessa kyselyssä jo hieman enemmän. Satunnaisotanta tuottaisi tietoa myös palveluasiakkaiden osuudesta koko väestössä, jota tietoa tällä menetelmällä ei saatu, eikä tässä tutkimuksessa liioin etsittykään. Kotitalouspalvelujen käytön yleisyyden ja asiakaskokemusten seurantaakin kuitenkin tarvittaisiin muutaman vuoden välein, jotta palveluita ja niiden markkinoita voidaan kehittää kuluttajia tyydyttävällä tavalla.

### 3.2 Kotitalouspalveluihin suhtautuminen

Palvelumyönteiset näkemykset kotitalouspalveluja kohtaan ovat edelleen vahvistuneet (vrt. Aalto ym. 2007; Varjonen ym. 2007). Merkittävänä syynä myönteisen asenteen lisääntymiseen on todennäköisesti se, että yhä useammat tuntevat kotitalousvähennyksen ja sen hyödyt palvelujen käytössä. Tätä osoittavat myös verohallinnon tilastot ([www.vero.fi/kotitalousvähennys](http://www.vero.fi/kotitalousvähennys)). Verovähennysetu onkin kannustanut monia kotitalouspalveluasiakkaita palvelujen hankintaan, ja melko harvat vastaajat uskoivat, että kotitalouspalvelut jäävät vain varakkaiden mahdollisuudeksi.

Halukkuutta palvelujen hankintaan selittää myös se, että vain joka kolmas vastaaja ilmoitti tekevänsä kotitöitä useimmiten mielellään. Lähes kaikki vastaajat kokivat kotitalouspalvelujen parantavan elämisen laatua ja helpottavan arkea merkittävästi. Iäkkäillä palvelujen käytön syynä korostuivat omat fyysiset rajoitukset. Lapsiperheissä ja muissa nuorempien talouksissa palveluita ostettiin yhä useammin helpottamaan kiirettä ja tuomaan mukavuutta. Palveluita ostamalla haluttiin lisää vapaa-aikaa, jonka voi käyttää johonkin muuhun kuin kotitöihin. Sitä mihin tämä aika käytetään, ei kysytty. Osa käyttää sen todennäköisesti ansiotyön tekemiseen, toiset puolestaan harrastuksiin ja toiset yhdessäoloon perheen kanssa.

Keskeinen kotitalouspalvelujen käytön laajenemista rajoittava tekijä on ollut luottamuksen puute. Erilaisia toimintamalleja on kehitetty, joiden avulla palvelun tarjoajia kontrolloidaan etukäteen jollakin tavalla kotitalouspalveluita välitettäessä. Valvotut palvelujen välityskanavat ja palvelujen valinnan opastus ovat tuottaneet hyviä malleja (Reisbacka 2007; Larjovuori ja Ainasoja 2007). Palvelut löydetäänkin nykyisin paremmin kuin aiemmin. Erilaisia kanavia tarvitaan edelleen, sillä ainakin toistaiseksi nuorten ja iäkkäiden tavat ja kyvyt etsiä palveluita ovat erilaiset. Nuoret pystyvät hyödyntämään internetiä tehokkaasti, mutta iäkkäät toivoivat henkilökohtaista apua palvelujen valintaan (vrt. Larjovuori ja Ainasoja 2007). Useimmat toivoisivat palvelujen välittäjiltä myös jonkinlaista palvelujen laadun varmistusta. Puolueettoman tahon yrityksille antama laatutunnustus ei vielä ole käytössä, mutta vastaajien mielestä siitä voisi olla hyötyä. Useimpien mielestä ulkopuolinen laatuarviointi lisääisi luottamusta yritykseen ja helpottaisi palvelujen hankkimista.

### 3.3 Yrityksen valinta ja palvelujen laatu

Palveluyrityksen valinnassa painottuivat monien aiempien tutkimusten tapaan tuttujen hyvät kokemukset kyseisestä yrityksestä. Tuttujen hyviä kokemuksia pidetään luotettavana takeena hyvälle palvelulle, kuten myös luotettavaa markkinointia ja yrityksen kuulumista ennakkoperintärekisteriin. Yrityksen edulliset hinnat, suomalaisuus tai läheinen sijainti eivät olleet yhtä keskeisiä valintakriteerejä. Näyttää siltä, että asiakaskokemuksen myötä edullisen hinnan merkitys kotitalouspalvelujen valintakriteerinä on vähentynyt ja palvelun laadulliset ominaisuudet korostuneet. Asiakkaat olivat valmiita mieluummin maksamaan hyvistä palveluista enemmän kuin saamaan edullisesti huonompaa palvelua. Asiakkaat myös edellyttivät palvelun tarjoajilta ammatillista osaamista ja uskoivat, että koulutuksella kehitetään osaamisen lisäksi kotitalouspalvelualan arvostusta.

Tärkeimpänä laatutekijänä asiakkaat pitivät yksimielisesti työnhallintaa, joka ilmenee hyvänä työn jälkenä, huolellisuutena ja siisteytenä. Niin ikään aikataulussa pysymistä, yksilöllisten toiveiden huomioon ottamista ja valitusten jälkeistä työnlaadun parantamista pidettiin hyvin tärkeänä. Iäkkäille aikataulussa pysyminen oli vielä tärkeämpää kuin nuoremmille, mikä johtunee siitä, että iäkkäät tarvitsivat usein monia palveluja, joista esimerkiksi ateria- ja hoivapalvelu ovat tiukemmin kellonaikaan sidottuja kuin siivous. Niin ikään työntekijän siisti ulkoasu ja hyvä käytös sekä työntekijän asiakaspalveluun liittyvät sosiaaliset taidot koettiin erittäin merkittäviksi laatutekijöiksi. Tuloksissa korostuu, että palvelujen onnistuneisuus kulminoituu pääosin asiakaspalvelijan ominaisuuksiin ja taitoihin. Asiakkaat arvostavat ammattimaisuutta. Asiakkaiden arvostamia laatutekijöitä voidaan kehittää koulutuksella ja palvelujen suunnittelulla. Monien asiakkaiden mielestä palvelujen laatu on jo parantunut vuosien varrella.

Kotitalouspalveluasiakkaat arvioivat ostamansa palvelun laadun erittäin hyväksi. Lähes kaikki laatutekijät arvioitiin kouluarvosanoina yli yhdeksän arvoiseksi. Koska lomakkeiden jakelu oli monivaiheinen, on mahdollista, että yrittäjät olivat jakaneet lomakkeita vain tyytyväisiksi tiettämiin asiakkailleen. Samantyyppisiä tuloksia hyvistä palvelukokemuksista on kuitenkin saatu myös muissa tutkimuksissa. Samalla on tullut esiin, että



tydyttävän tuloksen saavuttaminen on edellyttänyt monilta asukkailta vaivannäköä (Larjovuori ja Ainasoja 2007). ”Vaivannäkö” tarkoittanee täsmennettyjä ohjeita ja kehittävää palautetta palveluntuottajalle. Kotitalouspalveluja ja niiden laatua kohtaan on ollut paljon ennakkoluuloja. Lisäksi tieto kielteisistä kokemuksista näistäkin palveluista leviää erittäin tehokkaasti, minkä vuoksi ne, joilla ei ole kokemusta kotitalouspalvelujen käytöstä, suhtautuvat palveluihin palveluasiakkaita epäluuloisemmin (vrt. Aalto ym. 2007).

Tavoiteltavan palvelutason määrittely ei ole aina etukäteen onnistunut. Asiakaskyselyn perusteella palveluntarjoajaan tyytymättömät asiakkaat olivat vaihtaneet yritystä useimmissa tapauksissa juuri huonon työn tuloksen vuoksi. Huono työn tulos voi johtua myös huolimattomuudesta tai ammattitaidottomuudesta. Niin ikään palvelun tarjoajan välinpitämättömyys ja epäammattimainen käytös olivat johtaneet palvelusuhteen katkaisemiseen. Näiden tilanteiden ehkäisemiseksi tarvitaan asiakaspalvelijoiden koulutusta niin työsuorituksen ammattimaisuuden kehittämiseen kuin tehtävistä ja toimintatavoista sopimiseenkin.

Palvelusta sovittaessa tulisi selvittää asiakkaan odotukset mahdollisimman yksityiskohtaisesti. Tarjottavat palvelut tulisi sovittaa asiakkaan odotuksiin mahdollisimman hyvin, molempia osapuolia tyydyttävällä tavalla. Palveluntarjoajalla on usein enemmän kokemusta ja ammattitaitoa kotitalouspalvelutilanteista, joten vastuu onnistuneista sopimuksista on pitkälti heillä. Palvelun tarjoajat voisivat myös tehdä palvelutuotteistaan mahdollisimman selkeitä ja yksityiskohtaisia kuvauksia ja tarjota näitä tuotteistettuja palveluja asiakkaille. Niitä tulisi voida myös räätälöidä asiakkaiden erilaisiin tarpeisiin soveltuviksi.

Palvelujen laatuksivaukset ja niihin liittyvät sopimukset, joita Laatu ratkaisee -hankkeessa kehitetään, voisivat tehokkaasti ehkäistä asiakkaiden turhia pettymyksiä. Laatuksivaukset helpottaisivat oleellisesti myös palvelujen keskinäistä vertailua ja edistäisivät palvelujen kehittämistä. Asiakaskyselyn perusteella erityisesti nuorten mielestä ulkopuolinen laatuksivointi lisäisi luottamusta yritykseen ja helpottaisi palvelujen hankkimista.

## LÄHDELUETTELO

- Aalto K (2006) Organization of domestic tasks by division of labour and outsourcing in Finland. In: *Human Perspectives of Sustainable future*. Eds. by Rauma A-L, Pöllänen S, Seitamaa-Hakkarainen P, 33–39. University of Joensuu. Publication Series of the Faculty of Education 99/2006.
- Aalto K, Varjonen J, Leskinen J (2007) Kotitalouspalvelujen käyttö ja kuluttajien odotukset. Teoksessa: *Kuluttajat kehittäjinä. Miten asiakkaat vaikuttavat palvelumarkkinoilla?* Toim. M Lammi, R Järvinen & J Leskinen. *Kuluttajatutkimuskeskuksen vuosikirja 2007*. Kuluttajatutkimuskeskus. Helsinki.
- Aatola L (1999) Näkökulmia kuluttajalähtöiseen palvelututkimukseen. keskustelualoitteita 29/1999. Kuluttajatutkimuskeskus.
- Grönroos C (1990) Nyt kilpaillaan palveluilla. Jyväskylä.
- Helameri T (1997) Kotipalvelun asiakkuus ja laatu – Mistä laatu alkaa? Keskustelualoitte. Suomen EACHH-toimikunta. (European Association of Care and Help at Home).
- Helameri T, Kukkola H, Jokela K, Honko K (1999) Laadukkaan kotihoidon palveluprosessin ominaispiirteet. Vanhustyön keskusliiton laatuprojekti 1996–1998. Vanhustyön keskusliitto.
- Kervinen E (2009) Kotitalousvähennyksen käyttö on kovassa kasvussa. Helsingin Sanomat 7.7.2009.
- Kymäläinen H-R, Kuisma R, Määttä J, Sjöberg A-M (2008). Puhtaustulos ammatillisessa kotisiivouksessa. Teho 6/2008, 24–25.
- Larjovuori R-L, Ainasoja M (2007) Kodin palvelut apuna arjessa. Tampereen seudun väestön palveluiden käyttö ja tarpeet. Tampereen yliopiston kauppakorkeakoulu. Tutkimus- ja koulutuskeskus Synergos. 333014 Tampereen yliopisto.
- Lohikoski P, Horelli L (2006) Palveluja kotiin työpaikalta. Tutkimus työnantajan palvelutiskin toteutumismahdollisuuksista. ARJA-hanke. Teknillinen korkeakoulu. Yhdyskuntasuunnittelun tutkimus- ja koulutuskeskus.
- Louhikoski-Alasuutari T (2009) Kotityöpalvelualalle on tulossa laatujärjestelmä ja kehittämiskeskus. Teho 6/2009, 36–38.
- Niilola K, Valtakari M, Kuosa I (2005) Kysyntälähtöinen työllistäminen ja kotitalousvähennys. Työministeriön julkaisu 326. Helsinki.
- Niilola K, Valtakari M (2006) Kotitalousvähennys. Kotitalousvähennys kotipalvelumarkkinoiden luojana ja työllisyyden lisääjänä. Työministeriön työpoliittisia tutkimuksia 310. Helsinki.
- Reisbacka A (2007) MOPAKE – tärkeä solmukohta yritysverkoston kehittämisessä. Teho 6/2007, 23.
- Reisbacka A, Rytkönen A, Kuisma R, Kymäläinen H-R, Määttä J, Toiviainen-Laine E, Sjöberg, A-M (2008) Siivoustyön fyysinen ja psyykkisen kuormituksen vähentäminen ammatillisessa kotisiivouksessa. TTS tutkimuksen raportteja ja oppaita 2008 (37) Linkki julkaisuun: [http://www.tts.fi/images/stories/tts\\_julkaisut/tr37.pdf](http://www.tts.fi/images/stories/tts_julkaisut/tr37.pdf)
- Ristimäki T, Meriläinen H, Kylä-Setälä E, Holmberg M (2008). Kotitalouspalvelut osana työn ja perheen yhteensovittamista. Väestötutkimuslaitos Katsauksia E3172008. Väestöliitto.
- Ruijter E de, Lippe T, Raub W (2003) Trust problems in household outsourcing. *Rationality and Society*, 15 (4) 473–507.
- Rytkönen A, Reisbacka A, Liski-Markkanen S, Mäntylä H (2006) Vertailutietoja siivousvälineistä – kotiin siivouspalveluja tarjoaville yrityksille. Työtehoseuran kotitaloustiedote 8/2006 (618)
- Skattelättnader för hushållstjänster. (2008) Betänkande av hushållstjänstutredningen. SOU 2008:57. Stockholm.
- Tahvanainen J (2006) Kuluttaja internet-portaalin käyttäjänä. Case: Elias.fi-kotityöpalvelut. Opinnäytetyö. Hämeen ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. 9.10.2006.
- Tenkanen R (1998) Vanhusten kotipalvelun laatu. Laatuominaisuuksien vertailu kahdessa kunnassa. STAKES aiheita 12/1998. Stakesin monistamo.
- Varjonen J, Aalto K, Leskinen J (2005) Kotityön markkinat. Sitran raportteja 45. Helsinki
- Varjonen J, Aalto K, Leskinen J (2007) Täsmällistä, ammattitaitoista ja edullista – kuluttajapalautetta kotitalousmarkkinoille. Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisu 2/2007. Helsinki.

**Viitattut internetsivut**

<http://www.elias.fi> (5.1.2010)

<http://www.kotityopalvelut.fi> (14.1.2010)

<http://www.nextdoor.fi> (5.1.2010)

<http://www.tampereenkotitori.fi/kotitori>  
(5.1.2010)

<http://www.vero.fi/kotitalousvahennys>  
(14.1.2010)



# KOTITYÖPALVELUKYSELY

Vastaajia oli yhteensä 292. Aineisto koottiin keväällä 2009 kotitalouspalveluasiakkailta.  
KYSYMYKSET KOSKEVAT VUODEN 2008 TILANNETTA KOKO TALOUDEN OSALTA

## 1. Mitä kotitalouspalveluja talouteenne ostettiin yrityksiltä tai palkkaamalla työntekijä?

Ostojen useus omaan kotiin tai mökille vuonna 2008 (%)

	5 = päivit- tään	4 = viikoit- tain	3 = kerran, pari kuu- kau- dessa	2 = 4 - 10 kertaa vuo- dessa	1 = 1 - 3 kertaa vuo- dessa	<b>Yh- teensä pal- velua osta- neet, %</b>	0 = ei ostettu / 9 = ei koske talout- tani	Palvelua osta- neet, n	Vas- taajia, n
1. siivous	0,4	15,8	73,6	4,9	3,9	<b>98,6</b>	1,4	280	284
2. ikkunanpesu	0	0	0,4	4,9	68,7	<b>74,1</b>	25,9	180	243
3. pyykinpesu kotona	1,0	4,4	4,4	0	0	<b>9,7</b>	90,3	20	206
4. silitys kotona	0,5	4,3	5,8	1,0	5,3	<b>16,8</b>	83,2	35	208
5. ruoanvalmistus kotona	2,9	3,9	2,0	1,0	1,0	<b>10,7</b>	89,3	22	205
6. pitopalvelu kotona järjestettyihin tilaisuuksiin	0	0	0	2,0	19,5	<b>21,5</b>	78,5	44	205
7. ostos- tai asiointiapu, muu auttaminen ja ulkoiluapu	1,4	9,1	3,8	2,4	1,4	<b>18,2</b>	81,8	38	209
8. vanhuksen, sairaan tai vammaisen hoiva	6,2	4,4	0,9	2,2	0,9	<b>14,6</b>	34,8/ 50,7	33	227
9. lastenhoito (satunnainen, sairaan lapsen hoito)	0	0	1,8	1,4	2,7	<b>5,9</b>	39,8/ 54,3	13	221
10. puutarhan tai pihan hoito, lumityöt	0	0,9	4,0	5,4	8,5	<b>18,8</b>	56,2/ 25,0	42	224
11. atk- tai internet-tukipalvelu kotona	0	0,5	0	0	10,4	<b>10,9</b>	64,7/ 24,4	24	221
12. digi-TV-, video- ym. laitetekninen palvelu	0	0	0	0,5	10,6	<b>11,0</b>	71,9/ 17,1	24	217
13. pientalokiinteistön huolto (lämmityslaittehuolto, rännien puhdistus, ym.)	0	0	0	1,8	11,0	<b>12,9</b>	56,4/ 30,7	28	218
14. pikkukorjaukset, esim. taulujen ja lamppujen kiinnitys	0	0	0,9	2,8	10,1	<b>13,7</b>	73,9/ 12,4	30	218
15. "mökkitalkari"-palvelu	0	0	0	2,3	3,7	<b>6,0</b>	58,7/ 35,3	13	218

**Huom!** vastaa vaihtoehto 9, jos kyseistä asiaa ei ole taloudessa muutoinkaan (ei lapsia, yli 75-vuotiaita tai omaa pihaa jne.)

## 2. Miksi ostitte edellä mainittuja palveluja?

Ympyröikää kaksi tärkeintä syytä

- |   |  |               |
|---|--|---------------|
| 1 | Tarvitaan apua, ei pystytä tekemään itse | <b>42,1</b> % |
| 2 | Ei osata tehdä itse                      | 4,5           |
| 3 | Kiire, ei ehditä tehdä itse              | 33,2          |
| 4 | Halutaan parempi tulos kuin itse tehden  | 11,3          |
| 5 | Halutaan lisää vapaa-aikaa/mukavuutta    | <b>46,2</b>   |
| 6 | Halutaan työllistää/tukea yrittäjyyttä   | 13,0          |
| 7 | Muu syy, mikä?                           | 3,8           |

### 3. Ostitteko kotiinne tai mökillenne remonttipalveluja vuonna 2008?

0 = ei ostettu 71,9 %

1 = ostettiin **28,1 %** (n = 82)

### 4. Ostitteko muille tai ostivatko muut teille kysymyksessä 1 tai 3 mainittuja palveluja?

Ympyröikää kaikki vaihtoehdot, jotka pitävät paikkansa kohdallanne

1. Ostin palveluja omaan talouteeni **86,3 %** (n = 251)
2. Ostin palveluja vanhemmilleni/isovanhemmilleni 8,2 (n = 24)
3. Ostin palveluja lapsilleni/lapsenlapsilleni 3,0 (n = 9)
4. Lapseni/lapsenlapseni ostivat palveluja talouteeni 1,4 (n = 4)
5. Vanhempani ostivat palveluja talouteeni 1,0 (n = 3)

### 5. Kuinka pitkään olette ostanut kotitalouspalveluja (kysymyksessä 1 tai 3 mainitut)?

1. alle vuoden 12,1 %
2. 1-2 vuotta **31,7**
3. 3-5 vuotta **35,2**
4. yli 5 vuotta 21,0

### 6. Kuinka monelta palveluntarjoajalta olette tuona aikana ostanut em. palveluja?

1. yhdeltä **44,0 %**
2. kahdelta 27,5
3. kolmelta 19,9
4. neljältä tai sitä useammalta 8,6

### 7. Mikä olisi mielestänne sopiva kokonaistuntihinta (alv mukaan lukien) seuraavista palveluista?

	Sopiva tuntihinta olisi, euroa/tunti	Tuntihinnan keskiarvo, euroa	Vastaajia
1. siivous	(2) 10 - 45	24,3	245
2. pyykinpesu ja silitys	5 - 35	22,6	156
3. ruoanvalmistus	5 - 35	22,8	153
4. lastenhoito (satunnainen)	5 - 45	21,8	136
5. vanhuksen, sairaan tai vammaisen hoiva	7 - 50	24,5	151
6. ostos- tai asiointiapu, muu auttaminen, myös ulkoiluapu	5 - 40	21,2	151
7. puutarhan tai pihan hoito, lumityöt	10 - 50	23,5	152
8. atk- ja muu laitetekninen palvelu	10 - 50	25,6	138
9. asunnon pienet korjaus- ja asennustyöt	10 - 50	26,1	145
10. "moniosaajapalvelu" (mökkitalkari, talonmies, kotiapulainen, tms.)	10 - 50	25,8	139

### 8. Mistä löysitte tiedon yrityksestä/yrityksistä, jolta ostitte palveluja? Ympyröikää kaksi tärkeintä vaihtoehtoa.

- 1 internet 12,3
  - 2 sanoma-, paikallis- ja muut lehdet **25,3**
  - 3 puhelinluettelon keltaiset sivut 9,9
  - 4 kotiin jaettavat esitteet ja mainokset 8,2
  - 5 ilmoitustaulut kaupoissa tai muissa julkisissa paikoissa 4,5
  - 6 työtoverit, tuttavat, naapurit, sukulaiset **54,1**
  - 7 kunnan/seurakunnan työntekijät 10,6
  - 8 suoraan yrityksestä tai muulta palvelun tarjoajalta **32,5**
- yht. 154 %

**9. Mitkä seikat olivat tärkeitä valitessanne palveluyritystä?** Ympyröikää kaksi tärkeintä vaihtoehtoa.

1	yritys on lähellä	17,8
2	yritys on pieni, 1-3 henkilöä	19,2
3	yritys on kansainvälisen ketjun osa	0
4	yritys on suomalainen	19,2
5	yrityksellä on edulliset hinnat	14,7
6	tutuilla on hyviä kokemuksia yrityksestä	<b>43,5</b>
7	netistä löytyneet asiakaspalautteet	0,3
8	yrityksen markkinointi herättää luottamusta	<b>40,4</b>
9	yritys kuuluu ennakkoperintäkisteriin	<b>35,3</b>
10	yritys tarjoaa monia erilaisia palveluja	9,6
	yht. 200 %	

Osa vastaajista valitsi enemmän kuin 2 vaihtoehtoa: 8 vastaajaa valitsi 3 vaihtoehtoa ja 3 vastaajaa 5 vaihtoehtoa.

**10. Miten tärkeinä pidätte seuraavia seikkoja arvioidessanne kotiin ostettavien palvelujen laatua?**

Ympyröikää sopivimpana pitämänne vaihtoehto jokaiselta riviltä.

	Ei lainkaan tärkeä ..... Erittäin tärkeä				
1. palvelun saatavuus toivottuna ajankohtana	0	1,1	9,9	46,1	43,0
2. sovituissa aikatauluissa pysyminen	0	0	4,9	40,1	<b>54,9</b>
3. palveluntuottajan tavoitettavuus puhelimitse	0,7	2,2	18,0	38,1	41,0
4. palveluntuottajalla on kotisivut Internetissä	<b>41,4</b>	26,6	22,7	7,4	2,0
5. hinnan ja sisällön vertailumahdollisuus palveluyritysten kesken	5,3	17,0	33,7	33,7	10,2
6. asianmukaiset työvälitteet ja aineet	2,2	3,0	14,9	36,8	43,1
7. työntekijällä todistus ammattitaidosta	4,9	11,4	29,5	33,7	20,5
8. työn hallinta: hyvä työn jälki, huolellisuus ja siisteys	0	0	0,7	16,2	<b>83,1</b>
9. työntekijän siisti ulkoasu, hyvä käytös	0	0,7	8,9	41,8	48,6
10. työntekijän vaihtumisesta ilmoitetaan asiakkaalle etukäteen	1,1	1,5	14,4	34,7	48,3
11. työntekijän kyky kohdata asiakas (sosiaaliset taidot)	0	1,4	12,5	40,4	45,7
12. kotiin saa haluttaessa aina saman työntekijän	0,4	2,9	14,6	32,1	<b>50,0</b>
13. yksilöllisten toiveiden huomioon ottaminen	0,4	1,4	3,2	39,9	<b>55,0</b>
14. työntekijän suomalaisuus	9,0	15,9	25,3	23,1	26,7
15. työntekijän suomen kielen taito (tarvittaessa ruotsin kielen taito)	3,3	8,0	23,2	29,7	35,9
16. palautteen antaminen helppoa	0	2,5	15,5	46,8	35,3
17. työlaadussa havaitut puutteet korvataan mahdollisimman pian asiakkaan palautteen jälkeen	0,7	1,8	5,1	40,7	<b>51,6</b>
18. yrityksellä ulkopuolisen myöntämä palvelun laatutunnustus	9,1	19,7	36,7	23,5	11

**11. Miten haluaisitte antaa yritykselle palautetta?**

Ympyröikää parhaiten sopiva vaihtoehto

1.	henkilökohtaisesti kasvokkain	<b>62,6 %</b>
2.	puhelimitse	16,1
3.	sähköpostilla	11,5
4.	yrityksen internetsivuille asiakaspalautteisiin	3,1
5.	en koe tarvetta antaa palautetta	6,6

Henkilökohtaisen palautteen lisäksi 10 vastaajaa halusi antaa palautetta myös puhelimitse ja 3 myös sähköpostilla.

**12. Millaista palvelua arvioitte viime vuonna saaneenne?** Mikäli olette käyttäneet useita palveluja, arvioikaa useimmin käyttämääne palvelua. Arvioikaa käyttäen perinteisiä kouluarvosanoja 4–10. (n = 284–264)

**Kyseisen arvosanan antaneiden vastaajien osuus, %**

	4	5	6	7	8	9	10	Arvosanan keskiarvo
1. työn jälki, huolellisuus	0,4	0	1,4	7,4	25,0	43,7	22,2	<b>8,8</b>
2. työntekijän ulkoasu ja käytös	0,4	0	1,1	4,9	18,7	41,7	33,2	<b>9,0</b>
3. aikataulujen pitävyys	0,7	0,4	1,8	3,5	13,7	36,8	43,2	<b>9,1</b>
4. sopimusten noudattaminen	0,7	0,4	1,1	2,1	11,7	35,1	48,9	<b>9,2</b>
5. muutoksista ilmoittaminen	0,7	0,7	1,8	2,5	11,1	28,0	55,2	<b>9,3</b>
6. yksilöllisten toiveiden huomioon ottaminen	0,4	0,4	2,5	2,8	13,5	35,8	44,7	<b>9,1</b>
7. yhteyden saaminen tarvittaessa palvelun tarjoajaan	0,7	0	0,4	3,2	12,5	33,2	50,0	<b>9,3</b>
8. palautteen vastaanottaminen ja siihen reagoiminen	1,1	0,8	1,9	4,9	14,0	37,5	39,8	<b>9,0</b>
9. muuta, mitä?	0	6,7	0	0	0	26,7	66,7	

**13 a. Oletteko vaihtanut yritystä palvelun huonon laadun vuoksi vuonna 2008 tai aiemmin?**

18,5 % (n = 53) kyllä                      81,5 % en

**13 b. Mikäli olette vaihtanut, mikä palvelu oli kyseessä ja miksi vaihdoitte?**

Palvelu \_\_\_\_siivous n = 48, muut n = 6

Vaihdon syy \_\_\_\_\_ n = 48

**14. Haluaisitteko ostaa palvelupaketteja? Mitä se voisi sisältää siivouksen lisäksi?**

Ympyröikää sopivimmat vaihtoehdot

- |   |               |
|---|---------------|
| 1. en halua ostaa siivouksen yhteydessä muita palveluja | <b>55,8 %</b> |
| 2. vaatteiden ja tekstiilien pesu                       | 12,0          |
| 3. silitys  | <b>22,0</b>   |
| 4. tekstiilien korjaus                                  | 7,9           |
| 5. valmiita aterioita/ruoanvalmistusapu                 | 14,0          |
| 6. hoiva  | 6,8           |
| 7. atk-tukipalveluita                                   | 3,1           |
| 8. ostos- tai asiointiapu                               | 12,7          |
| 9. jotain muuta, mitä?                                  | 9,6 %         |
| piha-/puutarhatyöt (n = 9)                              | 3,1           |
| muu kodinhoito tms. (n = 5)                             | 1,7           |
| lastenhoito n = 3                                       |               |
| lemmikkienhoito n = 2                                   |               |
| auton siivous, kuljetusapu                              |               |

**15. Kotitalousvähennyksenä** sai vuonna 2008 vähentää verotuksessa 60 % yritykseltä ostetun työn kustannuksesta, tai 30 % kotitalouden palkkaaman työntekijän palkasta sekä palkan sivukulut. Vähennyksen enimmäismäärä henkilöä kohden oli siivous- ym. tavanomaisesta kotitaloustyöstä 2300 ja remonttien osalta 1150 euroa. Pariskunnan osalta siis yhteensä enintään 4600 euroa vuodessa.

**Onko kotitalousvähennys teille entuudestaan tuttu ja miten verovähennysmahdollisuus vaikuttaa kotitalouspalvelujen käyttöönne?** Ympyröikää parhaiten sopiva vaihtoehto

- |  |             |
|--|-------------|
| 1. ei ole entuudestaan tuttu, enkä ole käyttänyt   | 6,9 %       |
| 2. on tuttu, mutta en ole käyttänyt  | 10,0        |
| 3. olen käyttänyt, mutta vähennyksellä ei ole ollut vaikutusta ostopäätökseen                    | 20,1        |
| 4. olen käyttänyt, enkä ilman verovähennysmahdollisuutta olisi käyttänyt kotitalouspalveluja     | 28,0        |
| 5. olen käyttänyt, ja verovähennysmahdollisuuden vuoksi voin käyttää enemmän kotitalouspalveluja | <b>34,9</b> |



**16. Seuraavassa on kotitalouspalvelujen käyttöön liittyviä väittämiä.**

Ympyröikää kunkin väittämän kohdalla omaa näkemystäsi parhaiten vastaava mielipide.

	Täysin samaa mieltä	Lähes samaa mieltä	En osaa sanoa	Lähes eri mieltä	Täysin eri mieltä
	5	4	3	2	1
1. Kotitalouspalvelujen käyttö on nykyisin luonnollinen osa arkea	<b>58,0</b>	35,9	5,3	0,7	0
2. Kotitöiden tekeminen toisen taloudessa edellyttää ammatillista osaamista.	<b>64,2</b>	32,3	2,9	0,7	0
3. Kotitalouspalvelujen ostomahdollisuus parantaa elämisen laatua.	<b>74,5</b>	23,4	2,2	0	0
4. Kotitalouspalveluja ei ole riittävästi tarjolla.	8,2	25,5	31,5	23,6	11,2
5. Kotitalouspalvelut vähentävät riitelyä kotitöiden tekemisestä.	22,9	24,0	34,0	9,2	9,9
6. Kotitalouspalvelua tarjoavia yrityksiä on vaikea löytää	3,0	20,6	25,8	33,3	17,2
7. Kotitalouspalveluyrityksen ulkopuolinen laatuarviointi helpottaisi palvelujen hankkimista (valintaa)	19,0	39,9	27,8	10,6	2,7
8. Kotitalouspalveluyrityksen ulkopuolinen laatuarviointi lisäisi luottamusta yritykseen	23,4	44,2	23,8	6,8	1,9
9. Yrityksiltä ostettavat kotitalouspalvelut jäävät vain varakkaiden mahdollisuuksi.	4,9	18,4	27,3	34,1	15,4
10. Kotitalouspalvelualan arvostus kohoaa kehittämällä alan koulutusta.	14,9	41,1	14,4	2,2	0,4
11. Kotitalouspalvelut ovat kalliita	11,4	29,8	36,4	17,6	4,8
12. Palvelujen laatu on parantunut vuosien varrella.	16,5	37,2	42,5	2,3	1,5

**17. Miten seuraavat väittämät vastaavat omaa toimintaanne?**

Ympyröikää jokaiselta riviltä omaa toimintaanne parhaiten vastaava vaihtoehto.

	Pitää paikkansa minun kohdallani				
	erittäin hyvin	melko hyvin	jossain määrin	melko huonosti	ei lainkaan
	5	4	3	2	1
1. Tarvitsen apua, koska en itse pysty tekemään kaikkia kotitöitä fyysisten rajoitteiden tai sairauden vuoksi.	<b>30,7</b>	10,5	4,0	4,3	<b>50,5</b>
2. Käytän aikani mieluummin muuhun kuin kotitöihin.	29,1	26,0	21,1	9,8	14,0
3. Teen kotitöitä mieluummin itse kuin näen vaivaa sopivan firman tai työntekijän löytämiseksi.	0,8	2,4	19,3	34,6	<b>42,9</b>
4. Minusta kotitöiden tekeminen on useimmiten mukavaa	10,5	21,3	39,9	20,9	7,4
5. Kotitalouspalvelujen osto helpottaa arkeani merkittävästi.	<b>56,0</b>	32,4	8,0	1,5	2,2
6. Haluaisin käyttää kotitalouspalveluja mukavuudenhalun vuoksi.	18,6	26,9	23,1	11,4	20,1
7. Tarvitsen kotona ulkopuolista apua atk-ongelmiin.	3,1	6,6	12,0	17,0	<b>61,4</b>
8. Pyydän mieluummin apua sukulaisilta tai tuttavilta kuin turvaudun maksullisiin kotitalouspalveluihin.	2,7	4,5	13,3	23,1	<b>56,4</b>
9. Tarvitsen ulkopuolista apua kotitöihin kiireen vuoksi.	22,3	21,9	8,7	13,2	34,0
10. Ostaisin palveluja enemmän, jos minulla olisi siihen varaa.	24,3	14,3	19,1	23,5	18,8

## VASTAAJAN TAUSTATIEDOT

### Seuraavat kysymykset koskevat edelleen vuotta 2008.

Ympyröikää kunkin kysymyksen kohdalla sopivin vaihtoehto/kirjoittakaa viivalle luku.

**18. Oletteko** 20,1 % mies 79,9 % nainen (N 289)

**19. Ikänne** vaihteluväli 28–91 v., keskiarvo 59 v. (N 289)

Ikäluokka	n	%
alle 40 v	39	13,5
40–49 v	64	22,1
50–59 v	56	19,4
60–69 v	37	12,8
70–79 v	49	17,0
80– v	44	15,2

**20. Mikä seuraavista kuvaa parhaiten taloustyyppiänne?** (N 289)

- |   |              |
|---|--------------|
| 1. yhden henkilön talous  | 28,9 %       |
| 2. pariskunta (ei kotona asuvia lapsia)                                   | 34,2         |
| 3. kahden huoltajan lapsiperhe, nuorin kotona asuvista lapsista alle 18 v | 29,8         |
| 4. yhden huoltajan lapsiperhe, nuorin kotona asuvista lapsista alle 18 v  | 2,8 (n = 8)  |
| 5. muu talous (esim. useampia aikuisia)                                   | 4,5 (n = 13) |

**21. Kuinka monta henkilöä kuuluu talouteenne?** \_\_\_\_ henkilöä (N 287)

1	28,9 %
2	35,0
3	12,2
4	16,0
5	6,3 (n = 18)
6	1,0 (n = 3)
7	0,7 (n = 2)

**22. Tarvitsee joku taloudessanne erityistä hoivaa/apua korkean iän, vamman tai muun syyn vuoksi?** (N 285)

28,7 % kyllä 71,3 % ei

**23. Mikä oli ammattiasemanne?** (N 290)

- |                        |       |
|------------------------|-------|
| 1. maatalousyrittäjä-  | 1,4 % |
| 2. muu yrittäjä        | 11,7  |
| 3. johtaja             | 8,6   |
| 4. toimihenkilö        | 27,6  |
| 5. työntekijä          | 6,6   |
| 6. eläkeläinen         | 40,0  |
| 7. opiskelija          | 0     |
| 8. kotiäiti / koti-isä | 1,0   |
| 9. ei työ-elämässä     | 3,1   |

**24. Mikä on työaikamuotonne?** (N 283)

- |                                    |        |
|------------------------------------|--------|
| 1. säännöllinen päivä- tai iltatyö | 42,8 % |
| 2. vuorotyö                        | 0,7    |
| 3. epäsäännöllinen työaika         | 13,8   |
| 4. ei työelämässä                  | 42,8   |

**25. Mikä on vakituinen asuntonne?** (N 290)

- |                          |        |
|--------------------------|--------|
| 1. omakotitalo           | 52,4 % |
| 2. paritalo tai rivitalo | 17,2   |
| 3. kerrostalo            | 29,0   |
| 4. jokin muu             | 1,4    |

**26. Mikä on asuntonne asuinpinta-ala? (N 288)**

1. alle 50 m <sup>2</sup>	9,0 %
2. 50,5–100 m <sup>2</sup>	35,1
3. 100,5–150 m <sup>2</sup>	26,4
4. 150,5–200 m <sup>2</sup>	18,1
5. yli 200 m <sup>2</sup>	11,5

vaihteluväli 25–440 m<sup>2</sup> keskiarvo **127 m<sup>2</sup>**

**27. Millaisella asuinalueella asutte? (N 291)**

1 kaupungin keskusta	26,5 %
2 esikaupunkialue tai kaupungin lähiö	<b>40,5</b>
3 maaseutukunnan keskus tai muu taajama	17,2
4 maaseudun haja-asutusalue	15,8

**28. Mitkä ovat postinumeronne kolme ensimmäistä numeroa? (N 280)**

Vastaajien maantieteellinen sijoittuminen seutukunnittain, postinumeroiden perusteella

<b>Alue</b>	<b>n</b>
Pääkaupunkiseutu	33
Muu Uusimaa	38
Hämeenlinnan ja Lahden seutu	55
Turun ja Porin seutu	36
Mikkeli, Lappeenranta, Savonlinna	30
Joensuun, Kuopion ja Pieksämäen seutu	51
Kajaanin seutu	17
Ylivieska, Seinäjoki, Vaasa, Kokkola	18
Rovaniemi, Oulu, Kemi	2

**29. Kuinka suuret ovat teidän ja puolisonne/kumppaninne yhteenlasketut vuositulot veroja vähentämättä (= bruttotulot) vuonna 2008? (N 279)**

1 alle 20 000 €	14,0 %
2 20 000–39 999 €	22,9
3 40 000–59 999 €	15,8
4 60 000–79 999 €	13,3
5 80 000–99 999 €	16,5
6 100 000 € tai enemmän	17,6

***Kiitokset vastauksistanne!***

Halutessanne voitte kirjoittaa muita kommentteja kotitalouspalveluista ja niiden laadusta.

## **Kyselylomakkeita välittäneet oppilaitokset**

### **Edupoli**

Ammattitie 1, 06450 PORVOO

### **Etelä-Savon Ammattiopisto**

PL 304 (Otavankatu 4), 50101 MIKKELI

### **Innofocus**

Vihdintie 30-32, 03100 NUMMELA

### **Kainuun ammattiopisto**

Ketunpolku 1, 87100 KAJAANI

### **Koulutuskeskus Tavastia**

PL 30 (Hattelmalantie 25), 13101 HÄMEENLINNA

### **Lapin Ammattiopisto**

Toripuistikko 5–7, 96200 ROVANIEMI

### **Pohjois-Karjalan Aikuisopisto**

PL 199, 80101 JOENSUU

### **Savon ammatti- ja aikuisopisto**

PL 87 (Presidentinkatu 3), 70101 KUOPIO

### **TTS koulutus**

Werlanderintie 170, 09220 SAMMATTI

### **WinNova, Laitila**

PL 49 (Turuntie 9), 23801 LAITILA

### **Ylivieskan ammattiopisto**

Kuusitie 6, 84100 YLIVIESKA

### **Ylä-Savon Ammattiopisto, aikuiskoulutus**

PL 30, 74101 IISALMI



**Käyttäjäkokenuksia kotitalouspalveluista – Mistä laadulle takuu?**  
Kristiina Aalto, Johanna Varjonen



Kaikukatu 3, 00530 Helsinki  
PL 5, 00531 Helsinki  
Puh. 010 605 9000  
Faksi (09) 876 4374  
[www.kuluttajatutkimuskeskus.fi](http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi)