



## **SIIVOUSPAJA OY**

Palvelun laadun selvittäminen Siivospaja Oy:ssä

Piia Schroderus

Opinnäytetyö  
Toukokuu 2011  
Restonomi  
Palvelujen tuottaminen ja johtaminen  
Tampereen ammattikorkeakoulu

TAMPEREEN AMMATTIKORKEAKOULU

Tampere University of Applied Sciences

## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma

SCHRODERUS, PIIA: Palvelun laadun selvittäminen Siivospaja Oy:ssä

Opinnäytetyö 62 s., liitteet 7s.  
Toukokuu 2011

---

Opinnäytetyö on jatkoa Siivospaja Oy:ssä suoritettuun syventävään harjoitteluun. Harjoittelun aikana laadittiin asiakastyytyväisyyskysely kotisiivousasiakkaille. Kyselyn purkua ja raportointia ei pystytty enää harjoittelun puitteissa tekemään, joten luontevinta oli sen laajentaminen opinnäytetyöksi. Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää siivouspalvelun laatu ja mitkä asiat laadun tasoon vaikuttavat.

Siivouspalvelun laadun syiden tutkimiseksi selvitettiin myös kotisiivous henkilöstön työtyytyväisyys, koska henkilökunnan työssä jaksaminen vaikuttaa suuresti siihen minkälaista palvelua he pystyvät tuottamaan. Työtyytyväisyys kysely tehtiin E-lomakkeella nettikyselynä kymmenelle työntekijälle, jotka siivoavat asiakkaiden koteja. Tämän lisäksi yrityksen omistaja haastateltiin, jotta saataisiin selville hänen ajatuksensa yrityksen palveluideasta. Yrityksen asiakkaiden ja henkilökunnan vastauksia vertailtiin toisiinsa.

Asiakastyytyväisyyskyselyn kvantitatiiviset vastaukset olivat pääasiassa hyviä ja erittäin hyviä. Asiakkaat olivat tyytyväisiä siivoajiin, yrityksen toimintaan ja myös siivouksen tasoon. Kommenteissa tuli kuitenkin esiin siivouksen laadun epätaisuus, kiire ja joidenkin tiettyjen tilojen laadun parantamisen tarve. Pääsääntöisesti kuitenkin kiiteltiin Siivospajan ja siivoajien toimintaa.

Kotisiivoushenkilökunnan työviihtyvyys on kyselyn tulosten mukaan laskussa. Pohjavire oli kuitenkin vastaajien kesken positiivinen, mutta työyhteisön toimivuus ei ole tällä hetkellä hyvä. Koettiin, että kotisiivoajat tekevät kaikki porras-siivoajien sijaisuudet ja tästä olikin useissa vastauksissa kommenttia.

Työyhteisön työilmapiiriä olisikin tulosten perusteella lähdettävä parantamaan. Jos työyhteisöä ei saada kehitettyä, niin ennen pitkää sen huono työilmapiiri vaikuttaa ratkaisevasti asiakkaiden kokeman palvelun laatuun ja sitä kautta yrityksen toimintaan. Siivospaja on kuitenkin vasta kolme vuotta toiminnassa ollut yritys, joten kannattavuutta vasta haetaan.

## ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Tampere University of Applied Sciences  
Degree Programme in Service Management

SCHRODERUS, PIIA: Siivospaja Oy: Quality of Service

Bachelor's thesis 62 pages, appendices 7 pages  
May 2011

---

This Bachelor's thesis was made for Siivospaja Oy which is a small cleaning company in Pirkanmaa Region. It provides services for homes, offices and housing companies. In Siivospaja there are 18 workers: 10 in home cleaning and eight in staircase cleaning for housing companies..

The purpose of this thesis was to gather information about the quality of service in home cleaning performed by Siivospaja. The data were collected from 72 home cleaning clients. A questionnaire was sent to 125 clients. They were mainly satisfied with Siivospaja's Services.

The employees' questionnaire was made only for the home cleaning crew, because its purpose was to find out the reasons why the customers feel as they do about the quality of the service. Could the workers' well-being affect that? Data was gathered with E-form. Only six of ten answered the questions. The results were not so good. Employees were very unsatisfied with personnel cooperation, the substitute policy and the amount of feedback from their superior.

The results show that the clients are satisfied with Siivospaja's services, but because of the unhappiness of the workers, the company must take action to change employees' as to feelings how they think about Siivospaja and try to commit them to the firm.

---

Key words: Service, quality, customer service, questionnaire

## SISÄLTÖ

1 JOHDANTO .....	5
2 LAATU.....	7
2.1 Laatu.....	7
2.2 Palvelujen laatu .....	8
2.3 Siivouksen teknisen laadun mittaaminen .....	12
3 HENKILÖKUNTA .....	15
3.1 Perehdytys.....	16
3.3 Ergonomia .....	21
3.4 Työtyytyväisyys.....	22
5 SIIVOUSPAJA.....	24
6 TUTKIMUSTEN KÄSITTELY JA TULOKSET .....	27
6.1 Asiakaskysely .....	27
6.1.1 Perustiedot .....	28
6.1.1 Siivoojien toiminta.....	31
6.1.2 Siivouksen laatu .....	32
6.1.3 Yritys.....	36
6.1.4 Avoimet kysymykset .....	38
6.2 Henkilökunnan kysely .....	40
6.2.1 Työtyytyväisyys.....	40
6.2.2 Toimintatapojen selkeys.....	43
6.2.3 Yritys.....	45
6.3 Siivouspajan omistajan Jyrki Luomajärven haastattelu .....	46
6.3.1 Henkilökunta.....	47
6.3.2 Työ.....	48
6.3.3 Asiakkaat .....	49
6.6.4 Haasteet .....	49
7 YHTEENVETO.....	52
8 POHDINTA.....	58
LÄHTEET.....	60
LIITTEET .....	63

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetyö tehtiin Siivouspaja Oy:lle, sen tarkoituksena oli selvittää minkälaisena kotisiivousasiakkaat kokevat palvelujen laadun. Asiakkaiden mielipide selvitettiin tyytyväisyyskyselyyn (liite 1.) avulla.

Asiakastyytyväisyys kyselyn, henkilöstön työtyytyväisyyskyselyn (liite 2.) ja omistajan haastattelun (liite 3.) avulla tarkoitus oli selvittää

1. Asiakkaiden tyytyväisyys palvelujen laatuun
2. Henkilökunnan työtyytyväisyys
3. Siivospajan toiminta-ajatus

Tämän lisäksi tutkimusten tarkoitus oli saada selville, mitkä ovat ne ongelmat, joihin puuttamalla Siivospajan palvelun laatua voitaisiin kehittää. Siivousyrityksen palvelujen laatua on hankala arvioida kysymättä asiakkailta mielipidettä. Pelkkä tuloskin on arvoton, jos ei tiedetä syytä asiakkaiden tyytymättömyyteen. On tärkeää selvittää onko yhtiön sisäinen ja ulkoinen markkinointi samansuuntaisia.

Tärkeää on, että työ ei jää pelkäksi kyselyksi, vaan tulosten perusteella on yrityksessä tapahduttava kehitystä, jos siihen ilmenee tarvetta. Kun kysely toistetaan samanlaisena 1-2 vuoden välein, saadaan kuva siitä onko toiminta oikeasti muuttunut ja mihin suuntaan. Tässäkin asiassa vaaditaan pitkäjänteisyyttä. (Ritvanen 2002, 18.)

Opinnäytetyön aluksi käsitellään teoriaa laadusta, palvelujen laadusta, asiakaspalvelusta sekä minkälaisia tapoja on mitata siivouksen laatua. Lisäksi käsitellään mitä merkitystä henkilökunnalla on palvelujen laatuun ja miten sitä kautta voidaan vaikuttaa sen parantamiseen.

Seuraavaksi esitellään Siivouspaja, yritys, jonka toiminnasta opinnäytetyö tehtiin. Tämän jälkeen siirrytään tutkimuksiin ja tuloksiin. Ensin käsitellään asiakastyytyväisyyskyselyn vastaukset, sen jälkeen henkilökunnan vastaukset ja viimeiseksi käsitellään Siivospajan omistajan haastattelu.

Tämän jälkeen erillisessä luvussa on pohdintaa miten asiakkaiden tyytyväisyys heijastuu työntekijöiden työtyytyväisyyteen ja toisinpäin. Omistajan haastattelun tulosten kautta voidaan nähdä, miten henkilökunta on tiedostanut yrityksen toiminta-ajatuksen.

## 2 LAATU

Tässä luvussa kerrotaan mitä laatu on käsitteenä. Lisäksi kerrotaan palvelun laadusta. Myös siivouksen teknistä laatua käsitellään, vaikka tässä opinnäytetyössä sitä ei mitatakaan millään välineillä. Tarkoitus on selvittää mikä on asiakkaiden kokema palvelun laatu.

### 2.1 Laatu

Laatu on sitä mitä asiakkaat toivovat tuotteen tai palvelun olevan. Tuotteen ei tarvitse olla erinomaista, vaan sen on täytettävä se tehtävä mitä siltä odotetaan. (Lillrank 1998, 11, Shewhartin 1931, mukaan.)

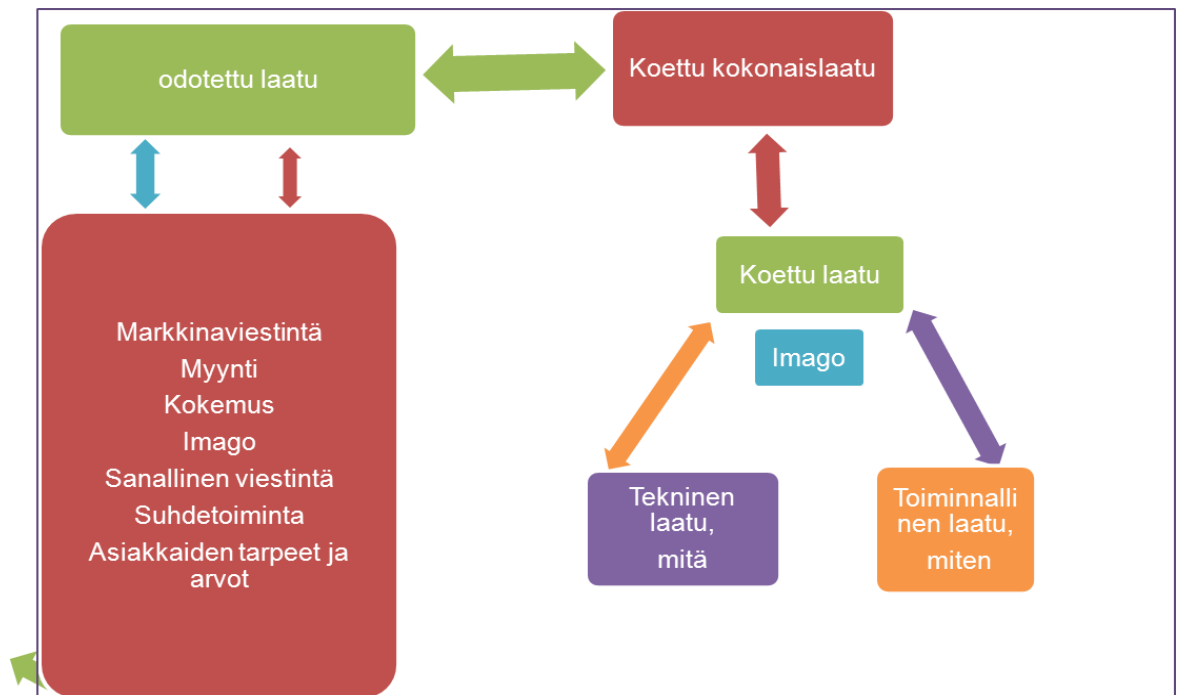
Liiketoiminnassa laatu on toimintaedellytysten, toiminnan ja sen tulosten perustehtävän ja strategia mukaisuutta. Tuotteessa tai palvelussa laatu on lupauksen mukaisuutta. Laatu merkitsee asiakaslähtöisiä valintoja, suunnitelman mukaista toimintaa ja aiottuja tuloksia. (Laatuakatemia, 2011)

Aiemmin laatua tarkkailtiin vain konkreettisen tuotteen kohdalta. Katsottiin vain lopputulosta, jota ehkä onkin huomattavasti helpompi mitata kuin palvelun laatua. On erilaisia mittauskeinoja, joilla tuotteen kestävyyttä, käytettävyyttä ja toimivuutta voidaan testata. Tuotteen valmistajat ovat kuitenkin useimmiten määrittäneet näiden arvot. Palvelun laadun mittaaminen onkin paljon monimutkaisempi tehtävä, johon pitäisi kiinnittää yhtä paljon huomiota, ja enemmänkin, kun kyseessä on palveluyritys.

## 2.2 Palvelujen laatu

Asiakaspalveluksi voidaan katsoa kaikki asiakkaan hyväksi tehty työ. Asiakkaat eivät osta tuotteita tai palveluita, vaan niiden tuottamia hyötyjä. (Laaksonen & Laaksonen 2001, 83; Lahtinen & Isoviita 2001, 45; Grönroos 2009, 24-25.)

Jokainen asiakas kokee palvelun laadun eritavalla. Koettu laatu voi tuntua erilaiselta riippuen päivästä ja omasta olost, vaikka palvelu on ollut samanlaista molemmilla kerroilla ja asiakkaan saama hyöty on ollut samanlainen. Palvelutilanteen kokemiseen vaikuttaa myös paljolti asiakkaan odotukset. Grönroosin (2009, 105) kirjassa oli tästä hyvä esimerkki (kuvio 1). Asiakkaan palvelun laadun kokemisessa on kaksi osaa. Se millaisena hän kokee laadun teknisesti eli minkälainen on lopputulos ja miten hän kokee laadun toiminnallisesti eli minkälainen prosessi on kokonaisuudessaan ollut (kuvio 1.) (Grönroos 2009, 101).



KUVIO 1. Koettu kokonaislaatu (mukaillen Grönroos 2009, 105)

Koettuun kokonaislaatuun vaikuttaa asiakkaan odotukset. Odotukset voivat olla korkeat tai matalat. Matalat odotukset on tietenkin helpompi täyttää, mutta asia-



kas voi sen vuoksi jättää palvelut käyttämättä ja mennä kilpailevan yrityksen asiakkaaksi. Odotettuun laatuun vaikuttaa myös aiemmat kokemukset, yrityksen imago ja toisten asiakkaiden kertomukset. (Haller, S. 1995, 14; Grönroos 2009, 101.) Siivousyrityksessä tulee tehdä sopimus, missä asiakkaan kanssa sovitaan tavoiteltava puhtauden taso. Varsinkin julkisissa tiloissa tämä on yleistä ja vaikuttaa käytettyihin tunteihin ja kustannuksiin selvimmin.

Kokonaislaatuun vaikuttaa myös oikeasti koettu laatu. Laatu voi olla hyvä kaikkien mittareiden mukaan, mutta jos asiakkaan odotukset ovat jostain syystä olleet korkeammalla, niin koettu laatu kokonaisuudessaan näiden etukäteisodotusten vuoksi tuntuu huonolta. (Grönroos 2009, 105.) Yrityksen markkinoinnin on hyvä olla totuudenmukaisia, jotta asiakkaalle ei tule epärealistisia odotuksia yrityksen suorituskyvystä.

Palvelutilanteessa ensivaikutelma on erittäin tärkeä. Siihen vaikuttavat palveluympäristö, muiden asiakkaiden toiminta, henkilöstö, odotukset ja mielikuvat yrityksestä. Ensivaikutelmaa ovat luomassa suurelta osin muut asiat kuin suora yhteys asiakaspalveluhenkilöön. (Lahtinen & Isoviita 2001, 1-8.) Siivousyritykseen ollaan yleensä ensimmäisen kerran yhteydessä puhelimitse. Puhelimeen vastaajan on oltava tietoinen yrityksen käytänteistä ja osattava antaa varmaa tietoa. Jo puhelimesta on osattava antaa asiantunteva ja palveluhenkinen kuva yrityksestä. Siivousyrityksiä on paljon pelkästään Pirkanmaalla, joten uuteen yritykseen soittaminen on helppoa.

Asiakaspalvelijan kohtaaminen vaikuttaa kokonaisuuteen paljon. Esimerkiksi työntekijän epäasiallisen käyttäytymisen vuoksi asiakas saattaa kokea tuotteen tai ydinpalvelun olevan huonoa, vaikka niiden laatu on ollut hyvä. Jos asiakkaaseen ei ole kiinnitetty tarpeeksi huomiota tai työntekijän käytös on tuntunut huonolta, asiakkaalle voi jäädä tunne, että tilanne ei ole sujunut niin kuin pitäisi. (Grönroos 2009, 79.) Asiakaspalveluun ja henkilökuntaan on tästä syystä kiinnitettävä huomiota. Vaikka asiakkaalla on ollutkin hyvä palvelukokemus, niin pelkästään asiakaspalvelijan ammattitaidottomuuden tai huonon käytöksen vuoksi seuraavalla kerralla hän voi asioida toisessa yrityksessä, jossa saa vastaavaa tuotetta tai palvelua.

2. Palvelut ovat prosesseja, jotka koostuvat toiminnoista tai joukosta toimintoja.
3. Palvelut tuotetaan ja kulutetaan ainakin jossain määrin samanaikaisesti.
4. Asiakas osallistuu ainakin jossain määrin palvelun tuotantoprosessiin kanssatuottajana. (Grönroos, C. 2009, 79.)

Palvelutilanteita on melkein mahdoton hallita juuri asiakkaiden osallistumisen vuoksi. Tämä täytyisi ottaa positiiviseksi voimavaraksi kannustamalla asiakkaita tuomaan oikeanlaisia panoksia tuotantoprosessiin (Ojasalo 2001, 61). Asiakkaat harvemmin ovat palvelutilanteiden ammattilaisia, joten heiltä ei voi odottaa aina ystävällistä ja kärsivällistä käytöstä, vaikka se hyviin tapoihin kuuluisikin.

Koska palvelut luodaan ja kulutetaan osittain samanaikaisesti, niin yrityksen on pystyttävä huomioimaan tämä myös laadunvalvonnassa. Perinteisissä yrityskulttuureissa nämä tapahtuvat eriaikaan palvelutapahtuman kanssa. (Grönroos 2009, 80.) Siivoushetkellä asiakas voi olla tilanteessa mukana, ja hän arvioi jo silloin laatua, työtapoja ja muuta näkyvää palvelua. Silloin on huomioitava erityisen tarkkaan laatu ja myös markkinointiin vaikuttavat asiat, esimerkiksi ulkoasu, työtavat ja –järjestys, siivousvälineet ja asiakkaan kanssa kommunikointi.

Palvelu itsessään ei ole mitään konkreettista, mutta tuotteesta voidaan tehdä palvelu lisäämällä siihen asiakkaan tarvitsemia lisäominaisuuksia. Näistä esimerkkeinä ovat kotiinkuljetus, vaatteiden silitykset ja tietenkin itse siivous. (Grönroos 2009, 76.) Asiakkaiden toiveet ja vaatimukset vaikuttavat suoraan tapahtumaan.

Lahtisen ja Isoviidan (2001, 53) mukaan ydinpalvelut ovat perustehtäviä, perusammattitaidon hoitamista. Erityisosaamista ovat liitännäispalvelut, joiden avulla erottuu kilpailijoista ja asiakkaat saavat yksilöllistä, tarpeidensa mukaista palvelua.

Siivoustyössä ydinpalvelu on siivoustyö. Siihen kuuluu yrityksen ammattilaisten välineet ja puhdistusaineet. Siivous tapahtuu annetussa ajassa. Tavarat laitetaan nätisti, huonekalut paikalleen ja mieluummin siistimmin kuin tullessa. Vahinkojen sattuessa asiakkaalle ilmoitetaan kiertelemättä. Myös aikataulun muutoksesta ilmoitetaan asiakkaalle. Kotisiivouksessa kunkin asiakkaan kanssa

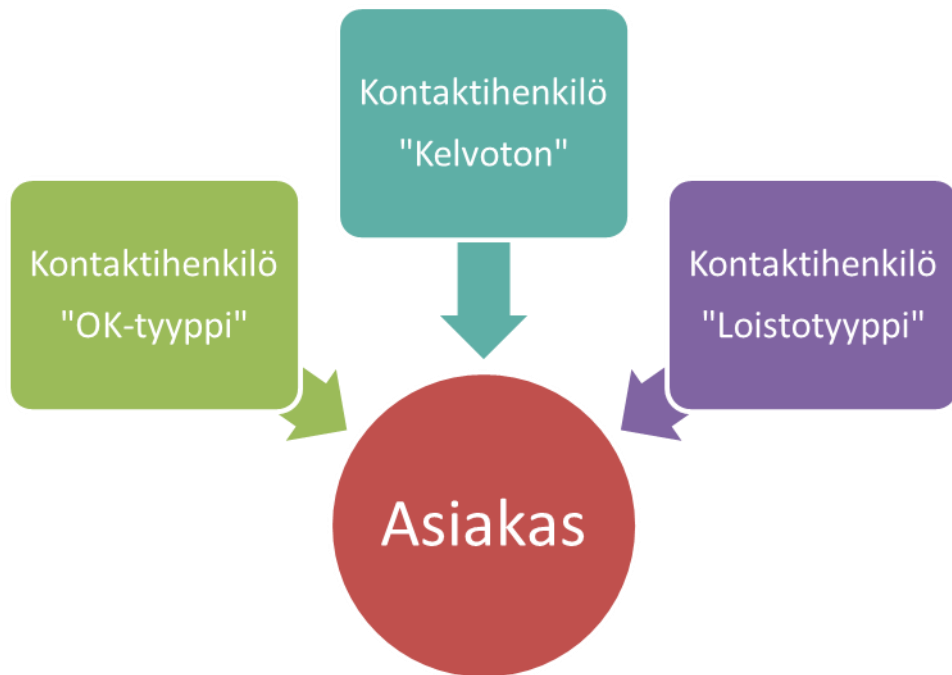
räätelöidään heille sopiva paketti. Peruspakettiin voidaan lisätä vuoteiden sijasta, roskien vientiä, astiahuoltoa, lemmikkihäkkien siivousta tai muuta vastaavaa, mitä asiakas haluaa.

Hyvän ja laadukkaan asiakaspalvelun hyötyjä ei voi jättää huomiotta, koska uusien asiakkaiden hankkiminen on huomattavasti kalliimpaa kuin jo saatujen asiakkaiden pitäminen. Lisäksi huonon palvelun kustannukset ovat suuri ja kallis menoerä yritykselle. Uusien asiakkaiden hankkiminen on noin 10 kertaa kalliimpaa kuin myyminen vanhoille asiakkaille. Virheen hyvittämiseen kuluu myös aikaa. (Lahtinen & Isoviita 2001, 10; Grönroos 2009, 48. )

Olisi hyvä, jos henkilökunta huomaisi epäkohdat ennen asiakasta. Hyvällä perehdytyksellä estetään monta turhaa valitusta. Tärkeää on muistaa kertoa uusien asiakkaiden erityistoiveet tai erityistä huomiota kaipaavat paikat asiakkaalla. Ongelmatilanteissa henkilökunnan on hyvä tietää etukäteen miten toimia.

Asiakkaan muisti huonosta palvelusta on huomattavasti pitempi kuin hyvästä. Tästä esimerkkinä suomalaisesta tutkimuksesta johdettu 1/12 -sääntö; yhden kielteisen kokemuksen unohtaminen vaatii 12 positiivista kokemusta (Lahtinen & Isoviita 2001, 9.) Helpointa on hoitaa palvelutilanne hyvin kerralla kuin, että täytyisi jälkikäteen korjata tilanne. Asiakkaan kokemaa epäonnistunutta palveluhetkeä ei saa tekemättömäksi, mutta sen voi painaa unohduksiin, jos reklamaatioon reagoidaan asiakkaan toivomalla ja odottamalla tavalla. Mieluummin vielä paremmin kuin asiakas osaa odottaa. (Lahtinen & Isoviita 2001, 55.)

Kuvion 2. (Lahtinen & Isoviita 2001, 44) kaltainen tilanne ei voi toimia missään yrityksessä. Asiakas saa vaihtelevaa palvelua, joka voi johtaa siihen, että asiakkaan ja yrityksen välille ei muodostu minkäänlaista palvelusuhdetta. Asiakastyytyväisyydessä on myös liian suuria vaihteluita. Tasainen laatu on hyvin tärkeää.



KUVIO 2. Kolme asiakastapahtumaa kolmen eri asiakaspalvelijan kanssa (muokailleen Lahtinen & Isoviita 2001, 44.)

Asiakas olettaa saavansa hyvää palvelua. Tästä syystä huonosta palvelusta valitetaan herkemmin kuin hyvästä palvelusta kehuaan. Jos palvelu on ollut parempaa kuin odotukset, niin se saattaa innostaa palautteen antoon. Tässä tapauksessa se on oltava helppoa. Negatiivista palautetta annetaan herkemmin, ja sen antamiseen ollaan valmiita jopa näkemään vaivaa.

Asiakaspalvelutaidot ovat hyvin tärkeä osa siivoojan ammattitaitoa. Siivooja työskentelee usein samoissa tiloissa asiakkaan kanssa. (Kivikallio 2010, 28.) Myös kotisiivouksissa voi olla asiakas kotona siivoojan työskennellessä. Silloin esimerkiksi yksinäisen vanhuksen yksi motiiveista siivouspalveluja ostaessa on ollut, että siivoojan kanssa voi jutella. Siivoojan odotetaan täyttävän myös tämänkin toive.

### 2.3 Siivouksen teknisen laadun mittaaminen

Suomen standardisoimisliiton tekemän Puhtausalan sanaston mukaan lika on ”pinnoilta erilaisin puhdistusmenetelmin poistettavissa oleva, pinnan käyttötarkoitusta haittaava aine” (SFS 2010, 4).

Siivouksen teknisen laadun mittaamiseen on monia mittareita. Silmille näkymättömyyttä likaa voidaan tutkia erilaisilla testeillä. Hygicult -testit ovat yleisiä mitattaessa pintalikaa. Niiden avulla näkee kuinka paljon tiettyjä mikrobeja pinnalla on. Testit ovat suhteellisen halpa investointi ja niiden käyttö on helppoa. Testin teko vaatii vain testiliuskan, eikä erillisiä koneita tarvita. Tulosten saanti on kuitenkin hidasta, koska huoneenlämmössä niiden saaminen kestää 2-3 päivää, lämpötilasta riippuen joskus kauemminkin. (JohnsonDiversey 2011.)

Hygiculteilla mitataan erilaisten bakteerien määriä. On olemassa Hygicult TPC, joka mittaa kokonaisbakteeri määriä, mutta muuten eri liuskoilla on eriteltyinä minkä bakteerien määriä ne mittaavat. Lisäksi on hiivojen ja homeiden tutkimiseen oma tuote. Näillä ei saa mitattua ollenkaan esimerkiksi proteiinilikaa. Niiden likojen mittaamiseen voi käyttää luminometriä, joka mittaa kasvi-, eläin- ja mikrobisoluista tulleiden ATP-molekyylien (adenosiinitrifosfaatti) määrän. ATP-molekyylejä on kaikissa elollisissa soluissa. Ne ovat osana solujen energia-aineenvaihduntaa. (JohnsonDiversey 2011; Net-foodlab 2011.)

Luminometriä on helppoa käyttää, että tulokset saadaan samantien. Niiden käyttö on myös helppoa, kunhan aina muistaa lukea käyttöohjeet. Ongelmana on eri merkkisten laitteiden erilaiset raja-arvot. Niiden keskinäinen vertaaminen ei ole ihan suoraviivaista. (Suontamo 2011.)

Helpoin, halvin ja nopein tapa arvioida siivouksen laatua on visuaalinen arviointi. Kotisiivoojat käyttävät joka päivä kaikissa kohteissa omaa arviointikykyään siitä onko asunto siivotun näköinen sieltä pois lähtiessä. Kotisiivouksissa täytyy huomioda eri asiakkaiden erilaiset käsitykset puhtautentasoista. Eri asiakkaiden vaatimukset opitaan tuntemaan ajan myötä.

Eri liat kiinnittyvät erilaisilla. Kiinnittymiseen vaikuttaa lian koostumus ja pinta, johon lika tarttuu. Kaikkea ei tarvitse poistaa, ei ainakaan heti. Lian poistamistarve jaotellaankin neljään osaan: hyväksyttävään, häiritsevään, haitalliseen ja vaaralliseen. Ei ole tarpeen joka kerta siivota ihan joka paikkaa. Näin säästetään pin-

tamateriaaleja, työaikaa ja siivousaineita. Siivous kohdennetaan sinne missä se on tarpeellista. (Kääriäinen 2010, 42.) Työntekijöillä on oltava tietämys siitä miten eri liat lähtevät eri pinnoista pois. Tietoa saa ammatillisessa koulutuksessa ja myös työelämässä.

### 3 HENKILÖKUNTA

Tässä luvussa käsitellään perehdytystä, sisäistä markkinointia, työtyytyväisyyttä ja työturvallisuutta. Ammattitaidon, joustavuuden ja vuorovaikutustaitojen avulla voi kehittää omia laatuasenteitaan. Henkilökohtaisen laadun merkitys on suuri, koska siivoustyössä työn eli palvelun tekee siivooja henkilökohtaisesti. Kaikkea ei voi laittaa kiireen ja esimiehen syyksi.

Henkilökohtaisen laadun tekijät:

- kyky välttää virheitä
- kyky pitää kiinni sovitusta
- sitoutuneisuus työhön
- tuottavuus
- kustannustietoisuus
- täsmällisyys
- järjestelmällisyys
- auttavaisuus ja yhteistyökyky
- kunnioitus toisia kohtaan
- sietokyky
- rehellisyys (mukaillen Lepistö 2001, 67.)

Henkilökunnan tärkeyttä ei voi yliarvioida. Sitoutunut ja ammattimainen henkilökunta on parasta mainosta yritykselle riippumatta alasta. Siksi henkilöstön työhyvinvointiin on panostettava. Henkilökunnan sitoutumiseen on kiinnitettävä huomiota jo työntekijöiden rekrytoinnissa ja sen jälkeen tarpeellisessa perehdyttämisessä. Rekrytoinnin aikana on kiinnitettävä huomiota myös ihmisen soveltuvuuteen alalle ja asioihin, joissa tullaan tarvitsemaan perusteellisempaa opastusta. Tämä vaatii jonkinlaista ennakointikykyä. (Valvisto 2005, 43.)

Vaikka henkilökunnalla on suuri merkitys asiakkaan kokeman laadun tasoon, niin silti siivoojan arvostus ei ole kovin korkealla edes siivousyrityksissä. Palkat ovat matalat, tehdään paljon osa-aikaisia työsuhteita ja aikaisemmin oli mahdollista, että työtehtävästä toiseen siirtyminen (kotisiivouksissa, toimipisteistä toiseen) ei katsottu olevan työaikaa. Uudessa työehtosopimuksessa tämä on otettu huomioon ja siirtymä lasketaan nykyään työajaksi. (Tarkkonen 2010, 47-54;PAM 2011.)

### 3.1 Perehdytys

Perehdytyksen pitäisi olla tärkein asia uuden työntekijän tullessa töihin. Jo työturvallisuuslaki sanoo, että työntekijä on perehdytettävä riittävästi työhön, työpaikan olosuhteisiin, työ- ja tuotantomenetelmiin, työvälineiden käyttöön ja turvallisiin työtapoihin. Laki sanoo myös, että haittojen ja vaarojen estämiseksi on annettava opastusta. Laitteiden säätö-, puhdistus-, huolto- ja korjaustöistä on myös annettava ohjeistus. Näitä tietoja täytyy vielä tarvittaessa päivittää vakituiselle henkilökunnalle. (Työturvallisuuslaki 2002/738.)

Perehdytys alkaa, kun hakija soittaa yritykseen avoimesta työpaikasta saadaksesen lisätietoja haettavasta tehtävästä. Tässä vaiheessa täytyy hakijalle kertoa realistinen työnkuvaus. Tähän tilanteeseen täytyy suhtautua perehdytyksenä, ei myyntitilanteena. Näin työnhakijoille ei tule väärää kuvaa tehtävistä ja tehtävään sopimattomien henkilöiden hakemukset jäävät pois. (Valvisto 2005, 37.)

Kunnollinen perehdytys vie aikaa ja vaatii työhön ohjaajalta vaivaa, mutta silti se kannattaa. Uusi työntekijä oppii uuden työpaikan tavat nopeammin kunnollisen perehdytyksen avulla. Lisäksi isoja virheitä ja epävarmuutta esiintyy vähemmän. Työntekijä pystyy suoriutumaan työstä nopeammin itsenäisesti. (Kangas 2000, 5; Valvisto 2005, 47.)

Hyvän perehdytyksen avulla työtapaturmien määrä vähenee. Myös ammattitaitoinen uusi työntekijä voi olla altis tapaturmille, jos häntä ei perehdytetä kunnolla. Eri työpaikoissa on erilaiset paikat ja riskitekijät. Uuden siivouskoneen tullessa myös vanhat työntekijät on perehdytettävä sen käyttöön ja huoltoon. (Valvisto 2005, 47; Kangas 2007, 4.)

Palvelualojen ammattiliitto Pam ja Kiinteistöpalvelut Ry suosittelevat Kiinteistöpalvelualan työehtosopimuksessa 1.4.2010 – 30.9.2012, että työhönopastuksen yhteydessä tulisi kiinnittää huomiota työn suoritustapojen terveellisyyteen ja turvallisuuteen. Samalla on selvitettävä työntekijöille yrityksen työsuojeluorganisaatio, sairauspoissaolokäytäntö ja työterveyshuolto.

Perehdyttäminen opettaa uuden työntekijän tuntemaan työpaikkansa toiminta-



ajatuksen, liikeidean ja tavat. Samalla hän tutustuu työpaikan muihin työntekijöihin ja asiakkaisiin. Lisäksi hänelle selvitetään työhön liittyvät odotukset, työtehtävät ja työn erityispiirteet. Perehdytys on hyvä tehdä myös työtehtävien muuttuessa tai pitkään poissaolleen työntekijälle (Kangas 2000, 4-5.)

Yrityksissä pitäisi olla perehdytysuunnitelma. Siinä määritellään yleiset periaatteet, jotka jokaisen työntekijän tulisi tietää. Tämän pohjalta voi tehdä kullekin uudelle työntekijälle henkilökohtaisen suunnitelman, riippuen työtehtävistä. Kunnollisella perehdytyksellä työntekijä sitoutetaan yritykseen ja pyritään luomaan myönteinen asenne työhön. (Eräsalo 2008, 60-65.)

Kangas ja Hämäläinen (2007, 8) ovat kirjoittaneet muistilistan, jonka avulla sijainen perehdytetään siivoustyöhön. Taulukko 1. on muokattu esimerkki listasta. Samantapaisen voi tehdä omaan työpaikkaan muistutukseksi.

Taulukko 1. Perehdyttämisen muistilista (mukaellen Kangas & Hämäläinen 2007, 8)

Työpaikka:	Opastettu, pvm
Perehdytettävä:	
<b>Tutustuminen asiakaskohteeseen</b>	
1. Yleiset toimintatavat kohteessa	
2. Työasu, siisteys, käytös	
3. Kulkureitit, avaimet, hälytykset	
4. Asiakkaat, yhdyshenkilöt	
5. Salassapitovelvollisuus	
<b>Omat tehtävät</b>	
1. Työalue, työtehtävät	
2. Työaika, tauot	
3. Henkilökohtaiset suojaimet	
<b>Koneet, laitteet, välineet</b>	
1. Käyttö- ja hoito-ohjeet	
2. Häiriötilanteet, huolto	
<b>Siivousmenetelmät asiakaskohteessa</b>	
1. Kuivat, nihkeät, kosteat	
2. Erityismenetelmät	
<b>Siivousmenetelmät</b>	
<b>Ympäristöasiat, jätehuolto</b>	
<b>Mistä saa lisää tietoa?</b>	
Kuittaus (pvm, perehdytettävä, perehdyttäjä):	

Perehdytyslistan avulla muistetaan kertoa kaikki tärkeät asiat. Taulukkoon voi

laittaa merkinnät, kun kyseinen asia on kerrottu tai näytetty. Perehdytyskansio on hyvä olla olemassa, sieltä löytyy tiedot yrityksen liike- ja toimintaideasta, käytänteistä ja kaikki tieto toiminnasta. Perehdytyksen perillemeno on hyvä seurata, esimerkiksi esimies voi pitää perehdytettävän kanssa jutteluhetken, jolloin käydään läpi asiat uudelleen ja näin tarkistetaan, että asiat on sisäistetty. Kaikkea ei voi oppia pelkästään perehdytyskansiota lukemalla. Työntekijöiden täytyy itse ymmärtää esimerkiksi ohjeiden noudattamisen ja oikeiden asentojen merkitykset siivoojan työssä. (Kangas & Hämäläinen 2007, 17-18.)

Yrityksen sisäistä markkinointia on muun muassa henkilöstön perehdyttäminen yrityksen toimintaperiaatteisiin. "Mitä et pysty myymään omalle henkilökunnalle si et pysty myymään kenellekään muullekaan". Henkilökunnalle on pystyttävä myymään yrityksen palveluidea, toimintaperiaatteet ja se, että markkinointi kuuluu kaikille (Lahtinen & Isoviita 2010, 62-63).

Sisäisen markkinoinnin päämäärät Lahtisen ja Isoviidan (2010, 62) mukaan ovat

- ✓ Hyvien työntekijöiden palkkaaminen työyhteisön palvelukseen.
- ✓ Hyvien työntekijöiden pitäminen työyhteisössä.
- ✓ Työntekijöiden motivoiminen palvelemaan hyvin ja toimimaan asiakas-suuntaisella tavalla.
- ✓ Työntekijöiden motivoiminen markkinoimaan organisaation kaikkia tuotteita ("kaveria ei jätetä -periaate). (Lahtinen & Isoviita)

Työntekijöiden sitouttamisella on tutkimusten mukaan myönteinen vaikutus työpaikan tuottavuuteen (Mäenniemi 2008). Mäenniemi teki katsauksen aiheeseen liittyvistä tutkimuksista ja niistä tulee ilmi kuinka henkilökunnan kokemaa työn laadukkuus vaikuttaa pääasiallisesti positiivisesti tuottavuuteen.

### 3.2 Työturvallisuus

Paras keino työturvallisuuden ylläpidolle on riskien ehkäisy. Jotta henkilökunnan voi perehdyttää hyvin vaaratilanteiden varalle, on tehtävä riskien arviointi. Työlainsäädännön mukaan työnantajan on selvitettävä, mitä ovat työstä ja työympäristöstä aiheutuvat vaara- ja haittatekijät. Tämän jälkeen on suunniteltava miten nämä asiat saadaan korjattua, poistettua tai arvioitava niiden merkitys työntekijöiden turvallisuudelle ja terveydelle (Työturvallisuuslaki, 2002/738).

Siivoustyö on fyysisesti, henkisesti ja biologisesti kuormittavaa työtä. Tästä syystä olisi hyvä kartoittaa työolosuhteet näiltä kaikilta osin. Käytännössä vaaranpaikat ja uhat, jotka voivat olla tapaturmia, fyysistä- ja psyykkistä kuormitusta, on selvitettävä. (Pääkkönen, Rantanen & Uitti 2005, 35-50.)

Riskien arviointi on tehtävä käytännönläheisesti, järjestelmällisesti ja yhteistyössä henkilöstön kanssa. Vaarat ja riskit on arvioitava kaikista yrityksen toiminnoista. Niiden määrittämisessä tulee näkyä, mitkä ovat suurimmat ja merkittävimmät ongelmakohdat, mutta myös ne kohdat joihin ei tarvitse tehdä parannuksia. Lisäksi hyvä riskinarviointi on totuudenmukainen, muuten sillä ei ole mitään merkitystä. Riskien arviointi on osana työturvallisuustoimintaa ja se on dokumentoitava. (Työturvallisuuslaki, 2002/738; Pääkkönen, ym. 2005, 25; Valkosalu 2010, 172-173.)

Jos yritys ei pärjää ilman asiantuntija-apua riskinarvioinnissa, niin laissakin (Työturvallisuuslaki, 2002/738) sanotaan, että ulkopuolista apua tulee käyttää. Ulkopuolisen henkilön täytyy tehdä kartoitus yhteistyössä henkilöstön kanssa. Tässä voi käyttää työterveyshuoltoa hyväksi. Koska lakisääteiseen työterveyshuoltoon kuuluu myös riskien kartoitus, niin samalla kertaa kartoituksen voi tehdä kummallekin. Yrityksen työntekijät ovat parhaita asiantuntijoita yrityksen vaaranpaikoista omassa yrityksessä. (Pääkkönen, ym. 2005, 25; Valkosalu 2010, 173.)

Vuosittain siivoustyössä tapahtuu noin 3300 työtapaturmaa. Näiden syy on useimmiten työympäristössä ja rakenteissa. Onneksi yleisimmät vammat ovat

nyrjähdyksiä ja venähdyksiä. Nykyään vaaratilanteita aiheuttaa enenevässä määrin vaarallinen lika: homepöly, huumeneulat ja veritahrat. (Valkosalo 2010, 168.) Huolellinen ohjeiden noudattaminen, suojavaelineiden käyttö ja laitteiden huolto ja tarkistukset ovat hyvää tapaturmien ennaltaehkäisyä.

Siivoustyössä vaatetukseen on kiinnitettävä huomiota. Jo yrityksen imagon vuoksi siisti työasu on hyvä olla, mutta myös sen suojaavuuden vuoksi. Yksi tärkeä osa suojavaatetusta on suojakäsineet. Toiseksi yleisin ammattitaudin aiheuttaja siivoojilla on ihottumat. Siivousaineet ovat näiden syynä 49 % tapauksista. Rikkinäisen ihon läpi pääsevät erilaiset kemikaalit helpommin läpi, kuten myös mikrobit ja muut epäpuhtaudet. (Heikkilä 2001, 212; Valkosalo 2010, 174.) Tästä syystä myös muunlainen ihon huolto on tärkeää.

Siivoustyössä kenkien valintaan on syytä kiinnittää huomiota. Siivoojat tekevät yleensä seisonatyötä. Työpäivän aikana pintamateriaalit vaihtelevat ja todennäköistä on, että välillä ollaan liukkaiden, märkien pintojen päällä. Kenkien tulisi olla hyvälestiset, liukumattomat sekä ulkopohjasta, mutta myös sisäpohjasta. Niiden pitää pysyä jalassa esimerkiksi takana olevan remmin ansiosta. Kengän on oltava myös helposti puhdistettava jalkahygienian vuoksi. Kengän täytyy kestää hyvin myös kemikaaleja ja vettä. Nykyään on työkenkiä, jotka voidaan pestä. (Valkosalo 2010, 174.)

Siivousaineiden käyttöturvallisuustiedotteiden on oltava helposti saatavissa. On oltava myös lista käytettävistä kemikaaleista. Listasta on löydettävä tuotteen kaupp nimi, kemikaalin luokitustiedot ja merkintä tuotteista, joista on käyttöturvallisuustiedote. Listaa säilytetään käyttöturvallisuustiedotteiden kanssa samassa kansiossa. (Heikkilä 2001, 214-224.) Varastoon voi tehdä turvataulun pesuaineista. Se helpottaa eri siivousaineiden käyttöä, eikä käyttöturvallisuustiedotteita tarvitse joka kerta ottaa esiin. Turvatauluun voi merkitä yleisimmin käytössä olevien siivousaineiden tiedot. Näin tiedot löytyvät nopeasti, eikä niiden etsimiseen mene aikaa. (Suontamo 2011.)

Siivoojan on osattava käyttää siivousaineita oikein. Niiden annostelu, käyttö ja niiltä suojautuminen on tärkeä osa työtä. Aineen valmistajan ohjeiden mukainen käyttö on turvallisinta. Jos tuotteen laittaa esimerkiksi pienempään pulloon, täy-

tyy siihen merkitä kaikki tuoteselosteessa olevat tiedot. Muuten ei suositella astian vaihtoa. Esimiehen velvollisuuksiin kuuluu, että henkilökunta saa tarpeellista opastusta uusien siivousaineiden käytöstä. Mutta työntekijän velvollisuuksiin kuuluu, että hän noudattaa näitä ohjeita. (Heikkilä 2001, 224; Valkosalo 2010, 103.)

Työntekijän vastuulla on noudattaa annettua ohjeistusta: työkäytänteet, siivousaineiden annostelu ja ergonomia. Huolellisuutta vaaditaan, jotta omalla käytöksellään siivoaja ei aiheuta vaaratilanteita. Työnantajan on kuitenkin huolehdittava, että henkilökunta saa tarvittavaa opastusta ja ohjeistusta. Käytännössä tämä vaatii jonkin verran seuraamista onko oppi mennyt perille. Tiedon on oltava helposti saatavissa.

### 3.3 Ergonomia

Ergonomian tärkeyttä ei voi liiaksi painottaa. Ergonomisten asentojen opetteluksa pyritään suunnittelemaan työtavat niin, että työntekijän fyysinen kuormitus on mahdollisimman pieni. Koska siivoajat ovat erilaisia, siivousvälineiden muunneltavuus auttaa oikeiden siivousasentojen löytymiseen. Selkä, hartiat, niska, polvet, kädet, ranteet, sormet ja pää ovat kovalla koetuksella siivoustyössä. Näiden huomioiminen oikeita asentoja etsiessä on huomattavan tärkeää. (Virtala-Kantola, Hotanen, Kärnä & Ristimäki 2005, 23.)

Siivoustyössä on edelleenkin paljon nostoja ja kantamista. Erilaiset nostotekniikat on syytä opetella. Nostoihin on käytettävä apuvälineitä, jos se on mahdollista. Kotisiivouksissa siivousvälineet on kannettava asiakkaan luo. Silloin on mietittävä asentoja ja taakkojen tasapuolista jakoa kummallekin kädelle. Samoin kuin siivotessa, taakkoja kantaessa suora ryhti on paras. Kumarassa ja kurotelun selkä ja muut paikat tulevat kipeäksi eikä huono asento yleensä edistä siivousta. (Virtala-Kantola, ym. 2005, 23-25.)

Vääristä työtavoista on opeteltava pois. Jo taloon tullessa perehdytyksessä on varmistettava, että työntekijä osaa ergonomiset työasennot. Terve työntekijä on

työpaikankin etu. Erilaiset rasitusvammat ovat yleisiä siivousalan työntekijöillä, vaikka materiaalia uusien tapojen opetteluun ja välineiden käyttöön on olemassa paljon. Esimerkiksi työterveyshuollon kautta saa opastusta uusien asentojen opetteluun. Myös esimiehellä on velvollisuus opastaa niiden opettelussa. (Hopsu 2001, 133-134; Virtala-Kantola, ym. 2005, 23.)

Henkilökunnan on itse huolehdittava, että he saavat pidettyä tarpeelliset tauot. Kotisiivoustyössä päivän suunnittelu on pitkälti siivoojan vastuulla, vaikka on paikkoja, missä täytyy olla tiettyyn aikaan. Niin sanotut mikrotauot, eli lyhyet tauot, erityisen raskaan suorituksen jälkeen ovat tärkeitä elpymiselle. Ne auttavat kehoa palautumaan nopeammin ja työpäivän päätteeksi stressitaso on matalampi. Mikrotauotus ei häiritse tuotantoa ja lyhyet tauot vähentävät fyysistä ja henkistä väsymistä. (Hopsu, L. & Laine, K. 2010, 181.)

### 3.4 Työtyytyväisyys

Jos työelämä on laadukasta, niin se näkyy myös työntekijän suorituksen laadukkuutena. Näin todetaan Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisemassa katsauksessa työelämän laadun ja tuottavuuden suhteeseen. Julkaisu on kooste aihetta käsittelevistä tutkimuksista. (Mäenniemi, O. 2008.)

Maslown tarvehierarkian (Kuvio 3.) kautta voi tarkastella miten henkilökunta saadaan työhön sitoutettua. Kuviosta näkee, mitkä ovat perustarpeet, joiden on oltava kunnossa, ennen kuin muiden tarpeiden täyttäminen tulee ajankohtaiseksi. (Aarnikoivu, H. 2010, 45.)



Kuvio 3. Maslowin tarvehierarkia (Aarnikoivu 2010, 45)

Maslowin tarvehierarkiaa voi soveltaa siivousalaan siten, että alhaalla olevat fysiologiset tarpeet ovat työn suorittaminen. Työn tekeminen on mahdollistettu siten, että ei ole liian kiireistä aikataulutusta: työntekijällä on mahdollisuus pitää tauot ja hänellä on välineet, joilla työn voi tehdä hyvin. Työnteossa ajateltavien perustarpeiden täytyttyä voidaan olettaa, että hänellä voisi olla tarpeita ottaa kontaktia muihin työyhteisön jäseniin, toteuttaa itseään ja halua kehittää yrityksen toimintaa.

Ammattilypeuden löytämisen avulla työhön sitoudutaan. Jos ammattilypeys löytyy työpaikan asenteiden ja käytäntöjen avulla, niin aina parempi. Sitoutuminen tapahtuu kyseiseen työpaikkaan. Oikeanlainen panostaminen henkilöstöön näkyy työtyytyväisyytenä ja tämä kasvattaa työssä jaksamista. Lahtisen ja Isoviidan (2001, 62) mukaan henkilökunnan ammattitaito ja asenne ovat suuressa asemassa yrityksen kanta-asiakassuhteiden luomisessa, ylläpitämisessä ja kehittämisessä. Henkilökuntaan täytyisi pystyä istuttamaan pieni yrittämisen meininki; teen tätä työtä ilolla, jotta työpaikka pärjää kilpailussa ja asiakkaat ovat tyytyväisiä. Yrittäjähenki ei kuitenkaan tarkoita, että täytyy stressata ja tehdä pitkää päivää palkatta. (Lahtinen & Isoviita 2001, 62; Huilaja 2010, 39.)

## 5 SIIVOUSPAJA

Opinnäytetyön toimeksiantaja on Siivouspaja Oy niminen yksityinen siivousyri-  
tys. Yritys on saanut alkunsa Forssassa Sirjo nimisenä, mutta vuonna 2008  
omistajan vaihdoksen myötä nimeksi tuli Siivouspaja. Yrityksellä on tällä hetkel-  
lä 18 täysipäiväistä henkilöä töissä. Näistä kotisiivouksessa työskentelee 8 hen-  
kilöä, joista yksi henkilö työskentelee eräässä toimistossa useamman tunnin  
päivittäin, mutta tarvittaessa on kotisiivouksissa. Hän siirtyy myöhemmin tänä  
vuonna kotisiivouksiin kokonaan. Näiden lisäksi kaksi on perhevapailta ja 8  
työntekijää toimii pelkästään porras- ja toimistosiivouksessa. Lisäksi on yksi  
opiskelija, joka työskentelee kotisiivouksissa. Omistaja toimii itse yhtenä työnte-  
kijänä kotisiivouksessa.

Siivouspajan liikeidea on tuottaa siivouspalveluja koteihin, taloyhtiöihin ja toimis-  
toihin laadukkaasti ja inhimillisesti. Tarkoitus on, että vakioasiakkaiden luona ei  
tarvitse tehdä erikseen perussiivouksia, koska ylläpitosiivouksen yhteydessä  
tehdään myös harvemmin tehtäviä töitä. Näin ei tarvita erillisiä perussiivouksia.  
(Siivouspaja, 2008.)

Siivouspajan kautta saa ylläpitosiivouksien lisäksi ostettua lattioiden vahaukset  
ja vahanpoistot, muutto- ja remonttisiivoukset, tekstiilihuonekalujen pesut, ikku-  
noiden pesut, perussiivoukset ja autonpesut. Lisäksi yrityksen kautta saa tilattua  
pesu- ja puhdistusaineita, siivousvälineitä, wc- ja talouspapereita, harjoja ja lah-  
jakortteja. (Siivouspaja, 2008.)

Kotisiivoojat toimivat yleensä pareittain. Yksinkin tehdään, jos ajan käyttö niin  
vaatii. Pieneen yksiöön ei välttämättä kannata kahden mennäkään. Työaika on  
arkisin 6-16 välillä, 7,5 tuntia. Tunnit tasataan kuukauden aikana. Siivoojien  
työnkuvaan kuuluu myös toimistosiivouksia, koska koteihin ei pääse ennen  
kahdeksaa. Usein kohteisiin pääsee vasta, kun asiakkaat ovat lähteneet pois  
päiväksi. Usein asiakkaat eivät halua olla paikalla, kun siivoojat tekevät työnsä.  
Lisäksi kotisiivoojat siivoavat taloyhtiökohteet porrassiivoojien loma-aikoina,  
koska osa kodeista on kesätauolla samaan aikaan. Monessa taloyhtiössä on  
kesäaikaan siivouksia harvemmin.



Yrityksen markkinoinnista huolehtii mainostoimisto. Mainostoimisto on suunnitellut yrityksen graafisen ilmeen, joka toistuu käyntikorteissa, mainoksissa, ilmoituksissa, työvaatteissa ja jopa toimiston sisustuksessa. Siivouspajalla on omat kotisivut, siivouspaja.fi, jotka ovat myös mainostoimiston suunnittelemat ja toteuttamat. Mainonta näkyy myös työautoissa, joissa on Siivouspaja -teippaukset ja yhteystiedot. Henkilökunnalla on nimikoidut siivouspaja työpaidat. Syksyllä 2011 Siivouspaja osallistuu FinnClean- messuille. Siellä on tarkoituksena saada näkyvyyttä yritykselle ja kiinnittää mahdollisten uusien työntekijöiden huomio yritykseen.

Omistajalla on vastuu yrityksen toiminnasta. Työntekijöiden kesken ei ole jaettu vastualueita, vaikka yrityksen toiminta onkin laajentunut ja työntekijämäärä kasvanut. Autoista vastaa se, jonka käytössä se on. Osa autoista mahtuu yrityksen toimistolle, mutta siellä on vain kaksi parkkipaikkaa, joten kaikkia ei voida siellä säilyttää. Autojen kunnosta, polttoaineen riittävydestä, renkaiden vaihdosta, pesuista ja muusta sellaisesta on huolehdittava. Autojen vioista on ilmoitettava esimiehelle. Auto on vietävä huoltoon ja huolehdittava renkaat vaihdot. Lisäksi auton sisäpuolen siisteydestä on pidettävä huolta ja siitä, että siellä on kaikki tarpeellinen välineistö.

Uusien työntekijöiden perehdyttäminen on ollut nimetyn työntekijän vastuulla, koska kaikilla ei ole kiinnostusta opastaa uusia työntekijöitä. Kyseinen työntekijä jäi kuitenkin töistä vanhempainvapaalle. Nyt uusien työntekijöiden perehdytyksen aloittaa omistaja. Parin päivän jälkeen uusi työntekijä siirtyy toisen, talossa pidempään olleen työntekijän pariin.

Työvuorot tulevat edellisenä iltana sähköpostiin. Siitä näkee seuraavan päivän siivouskohteet ja työparin, kenen kanssa työt tehdään. Parin kanssa sovitaan milloin työpäivä aloitetaan ja missä järjestyksessä kohteet siivotaan. Uuden asiakkaan kohdalta näkyy, mitä asuntoon mennään tekemään (esimerkiksi ensimmäinen siivous, ikkunat), lisäksi viestistä näkee asunnon koon ja mitä toivomuksia asiakas on esittänyt siivoukselle.

Asiakkaiden tietoja voi käydä tarkistamassa toimistolta olevalta koneelta, mutta tietoja ei kukaan tällä hetkellä päivitä sinne. Koska työvuorot tiedetään vasta edellisenä iltana, ei käytäntö muutenkaan toimi kovin hyvin.

Noin 20 asiakkaalle on annettu vihko. Niihin kirjataan, jos asunnossa on siivouksen yhteydessä tehty jotain sopimuksesta poikkeavaa. Vihkon etusivulla on tervehdys, jossa selitetään sen tarkoitus olevan viestien vaihtoa ja toiminnan kehittämistä varten. Vihkojen jako on vielä käynnissä, joten kaikilla asiakkailla sitä ei vielä ole.

Siivoojilla on käytössä kuvalliset nimikortit. Niissä on työntekijän nimi, yrityksen nimi ja yhteystiedot. Niitä käytetään asiakaskohteeseen mentäessä, jotta työntekijän henkilöllisyys on todistettavissa. Kuvallisen henkilökortin avulla asiakkaat voivat tarkistaa myös työntekijän.

## 6 TUTKIMUS, TULOKSET JA NIIDEN KÄSITTELY

Opinnäytetyö tehtiin Siivospaja Oy:lle. Tutkimusten tarkoitus oli selvittää koti-  
siivouksen palvelujen laatu. Palvelun laadun tasoa lähdettiin selvittämään asia-  
kastytyväisyyskyselyllä. Tämän lisäksi työntekijöiltä pyydettiin vastaukset työ-  
tyytyväisyyskyselyyn, jonka avulla selvitettiin työntekijöiden tyytyväisyys. Yrityk-  
sen omistajan näkemykset palvelun laadusta saatiin haastattelemalla. Samalla  
saatiin pohjatietoa Siivospajan toiminnasta, sekä selvitettiin mikä on yrityksen  
liikeidea ja toiminta-ajatus.

Tuloksista saatiin Siivospajaa hyödyttävää informaatiota, jota voidaan käyttää  
myöhemmin toimintaa kehitettäessä. Tulokset esiteltiin pääpiirteissään 2.5.2011  
Siivospajan henkilökunnalle ja omistajalle. Tulokset herättivät kysymyksiä ja  
keskustelua. Porrassiivoojissa heräsi kiinnostus henkilökunnan tyytyväisyys-  
kyselyyn vastaamiseen. Tulosten esittelyn jälkeen on esimieheltä tullut henkilö-  
kunnalle postia toiminnan muutoksista, jotka koskevat palautteita, työyhteisön  
yhtenäisyyttä ja vastuunjakoa.

Asiakkaiden tyytyväisyyskyselyn purku tehtiin Excelissä käyttäen Tixel-  
laajennusta. Henkilökunnan kysely purettiin E-lomakkeen ohjelmalla, joka toimii  
myös Excelissä. Lisäksi osa taulukoista on tehty Excelin omalla taulukkolasken-  
taohjelmalla ja Tixelillä.

### 6.1 Asiakaskysely

Asiakaskysely (Liite 1) lähetettiin maaliskuun alussa 125:lle kotisiivousasiak-  
kaalle. Vastausaika oli 15.4.2001 asti. Kyselyjen mukana oli valmiiksi täytetty  
kirjekuori helpottamassa vastauksien palauttamista.

Kysely muokattiin yhdessä yrityksen omistajan kanssa vastaamaan hänen toi-  
veitaan. Kyselystä pyrittiin tekemään mahdollisimman selkeä. Se jaoteltiin nel-

jään osioon, jotka otsikoitiin. Tarkoitus oli myös, että kysely ei ole liian pitkä, jotta vastaamiseen ei mene kauan aikaa. Näin mahdollisimman moni vastaisi kyselyyn. Kysely oli kolmesivuinen, mutta selkeä

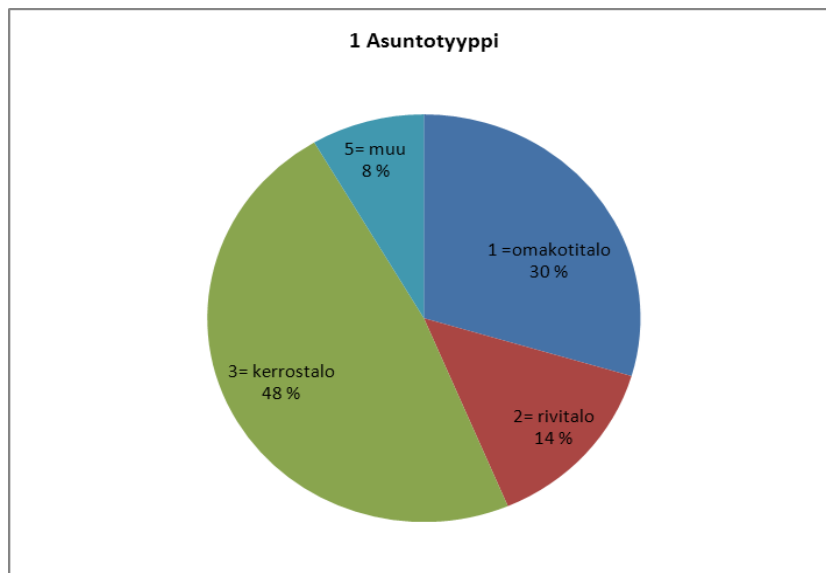
Kyselyyn liitettiin arvontalappu, jonka täyttämällä pystyi osallistumaan pesuainesten arvontaan. Tämän pystyi leikkaamaan irti ja palauttamaan erikseen esimerkiksi siivoojalle. Arvontalomakkeiden ansiosta osa vastauslomakkeiden vastaajista on tiedossa. Paikalleen jätettyjen täytettyjen arvontalomakkeiden avulla voidaan parannukset kohdentaa oikean asiakkaan asuntoon.

Kyselyn vastausprosentti oli 57,6 % eli kyselyihin vastasi 72 asiakasta 125:stä. Vastauksia odotettiin muutama ylimääräinen päivä postin kulun vuoksi. Keski-  
viikkoon 20.4.2011 mennessä tulleet kysymykset olivat mukana tutkimusaineistossa.

### 6.1.1 Perustiedot

Perustiedoissa kysyttiin minkä tyyppisiin ja kokoihin asuntoihin vastaajat ovat siivouspalvelut ostaneet. Lisäksi tiedusteltiin kuinka kauan he ovat olleet Siivouspajan asiakkaita. Tiedusteltiin myös mistä he olivat kuulleet yrityksestä.

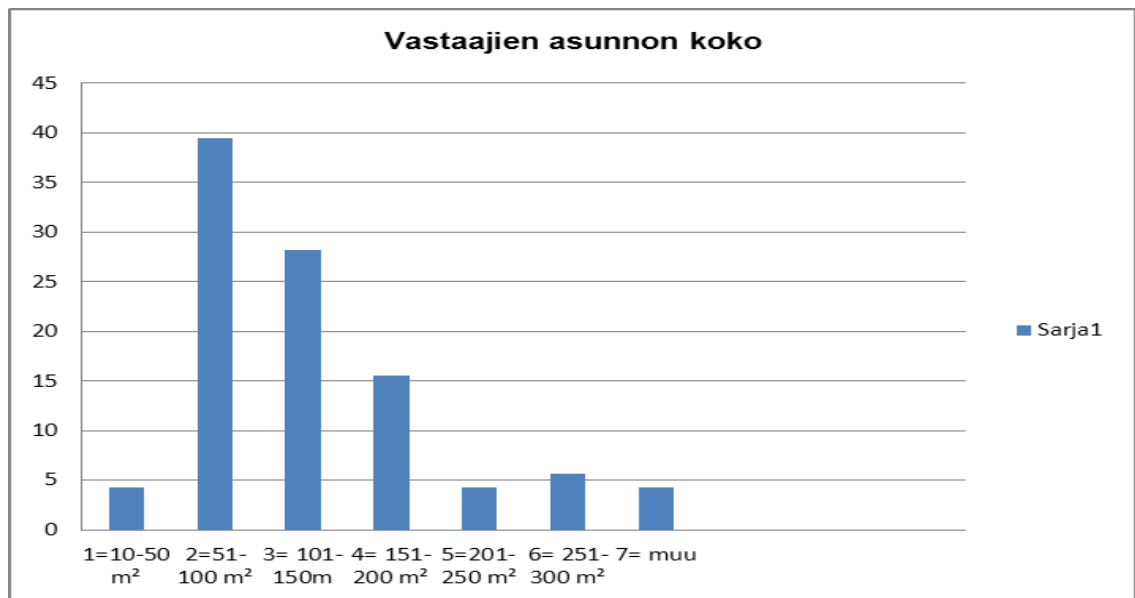
Asuntotyyppien kyselyssä selvisi, että 48 % asiakkaista asuu kerrostaloissa. Muuten asuntojen tyypit näkyvät kuviossa 4. Viides vaihtoehto oli muu, johon tuli lisäselvityksenä asunnontyypiksi paritaloja ja yksi pienkerrostalo.



Kuvio 4. Vastaajien asuntotyypit (n=71)

Asuntojen kokoja kysyttiin valmiilla vaihtoehdoilla, joita oli seitsemän (Liite 1). Viimeinen vaihtoehto oli 7. muu, johon pystyi tarkentamaan koon, jos se oli eri kuin annetuissa vaihtoehdoissa: 1=10-50 m<sup>2</sup>, 2=51-100 m<sup>2</sup>, 3=101-150 m<sup>2</sup>, 4=151-200 m<sup>2</sup> ja 6=251-300 m<sup>2</sup>. Vastauksissa selvisi, että asiakkaiden asuntojen koot ovat yli 50 m<sup>2</sup>, mutta alle 100 m<sup>2</sup>. Vastauksissa oli vaihtoehto 2 merkitty 38 % kyselyssä.

Keskiarvoa asuntojen koolle ei voinut antaa, koska muu vastauksissa oli yksi 650 m<sup>2</sup> ja toinen 380m<sup>2</sup>. Nämä luvut olisivat vääristäneet tuloksen pahasti. Kuvio 5. näkee jakauman selvemmin.



Kuvio 5. Vastaajien asuntojen koko (n=70)

Taulukosta 2. näkee kuinka monta vuotta vastaajat ovat olleet Siivouspajan asiakkaita. Vastauksissa on huomioitu, että osa vastaajista on ollut jo Sirjon aikana asiakkaina. Näitä vastauksia on muutettu siten, että suurin mahdollinen vastaus on kolme (3), koska Siivouspaja on ollut toiminnassa vasta kolme vuotta. Keskimäärin asiakkaat ovat olleet asiakkaina 2,13 vuotta. Vastanneista asiakkaista 48 % on ollut asiakkaana 3 vuotta tai kauemmin.

Taulukko 2. Kuinka monta vuotta vastaaja on ollut asiakas?(n=58)

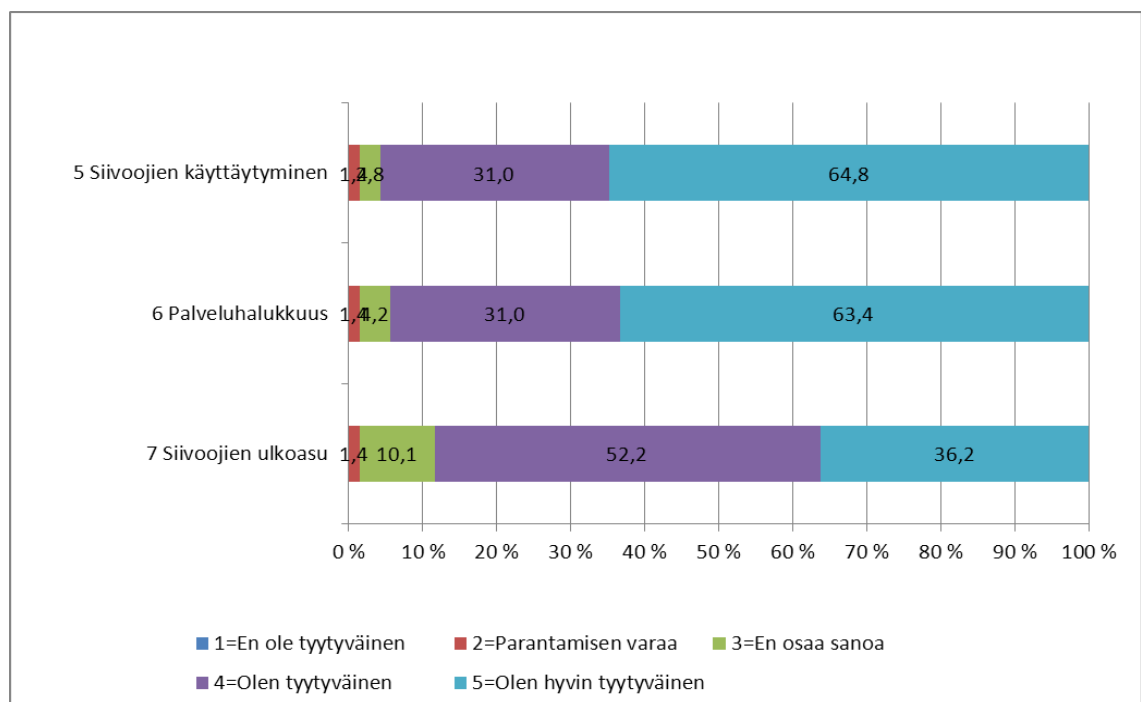
vuotta	Lkm	%
0,17	1	2
0,25	1	2
0,33	1	2
0,42	1	2
0,50	4	7
0,66	1	2
1,00	6	10
1,50	4	7
2,00	7	12
2,50	4	7
3,00	28	48
Yht.	58	100

Viimeiseksi perustiedoissa kysyttiin, mistä asiakkaat ovat Siivouspajasta kuulleet. Vaihtoehtoina olivat lehti, suoramainos, keltaiset sivut, ystävä, internet tai jostain muualta. Suurin osa oli tiedon kuullut ystävältä. Asiakkaiden tyytyväisyyden kautta on tullut lisää asiakkaita.

Tuloksista näkee myös, että mainonnalla ei ole ollut paljonkaan merkitystä. Tietoa yrityksestä on saatu myös naapureilta, sukulaisilta tai ystäviltä. Tietoa on saatu myös siivospajan työntekijöiltä.

### 6.1.1 Siivoojien toiminta

Siivoojien toimintaan ollaan oltu tyytyväisiä. Kuviosta 6 näkee miten asiakkaiden vastaukset ovat jakaantuneet. Siivoojien toimintaan oltiin hyvin tyytyväisiä. Siivoojien käyttäytyminen, palveluhalukkuus ja ulkoasu saivat kaikki keskiarvoksi yli 4, vaikka ulkoasu –kysymyksen keskiarvoa laskikin en tiedä –vastausten määrä. Siivoojien ulkonäöllä ei kommenttien mukaan ole väliä, koska siivooja käy silloin, kun asiakas ei ole kotona. Yli 60 % vastaajista oli erittäin tyytyväisiä siivoojien käyttäytymiseen ja palveluhalukkuuteen.



Kuvio 6. Siivoojien toiminta osion vastausten jakautuminen

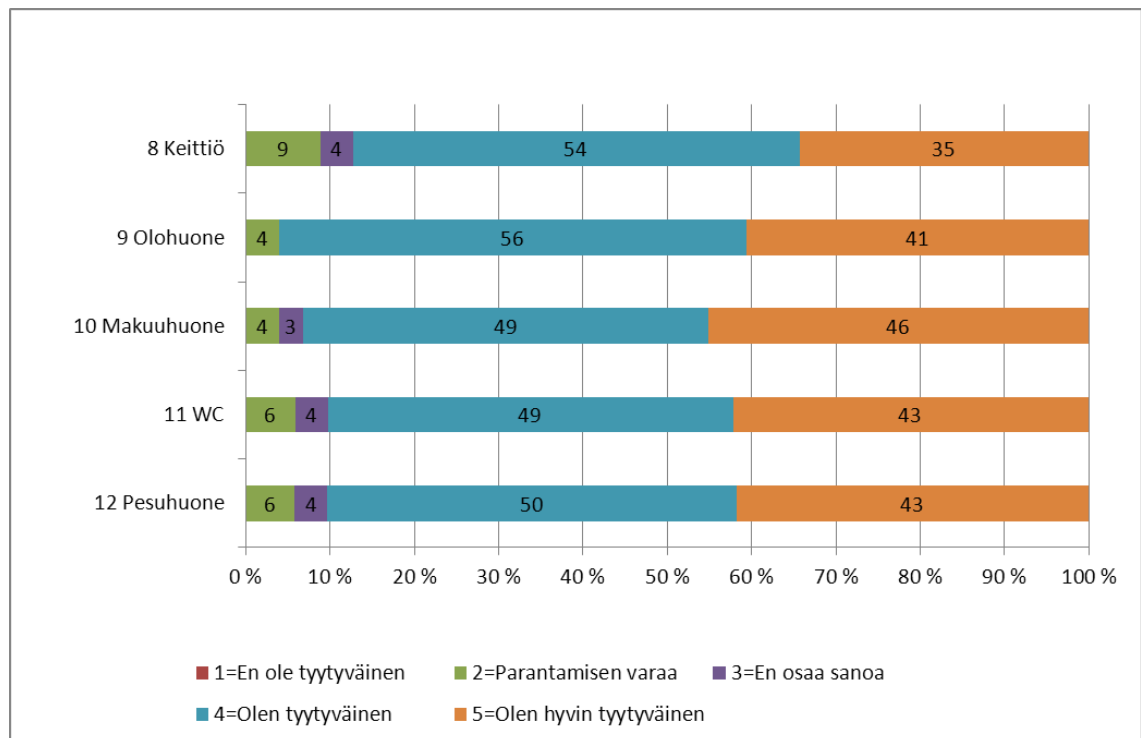
Kommenteissa siivoojien toimintaan kaivattiin lisää tarkkuutta. Ehdotuksina ulkoasun parantamiseen oli nimilappujen ja suojavaatteen käyttö. Toivottiin roski-

en vientiä ja tarkkuutta siivouksen jälkeen. Roskien vienti kuuluu erikseen sovit-taviin töihin asiakkaiden kodeissa.

Siivoojien toiminnan kysymyksiin vastasivat melkein kaikki. Siivoojien käyttäy-tymiseen ja palveluhalukkuus kohtiin vastaajia oli kumpaankin 71. Siivoojien ul-koasusta kysyttäessä vastaajia oli 69.

### 6.1.2 Siivouksen laatu

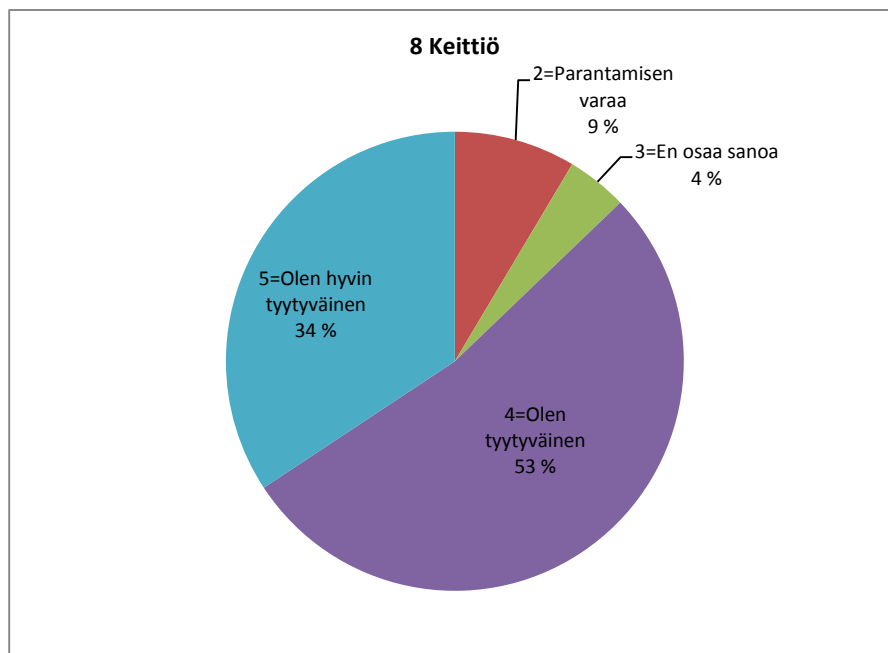
Kaikkien huoneiden siivouksen laadun arviot näkyvät kuviosta 7. Tyytyväisyy-den taso vastauksissa on ollut pääsääntöisesti hyvää. Keskiarvo vastauksille on noin 4 (olen tyytyväinen), vaikka yksittäisiltä asiakkailta tulikin arvioksi 2 (paran-tamisen varaa). Vastausten vaihtoehdot olivat 1= en ole tyytyväi-nen,2=parantamisen varaa,3=en osaa sanoa,4= olen tyytyväinen ja 5= olen hy-vin tyytyväinen.



Kuvio 7. Eri huoneiden siivouksen laadun arvioinnin jakaantuminen

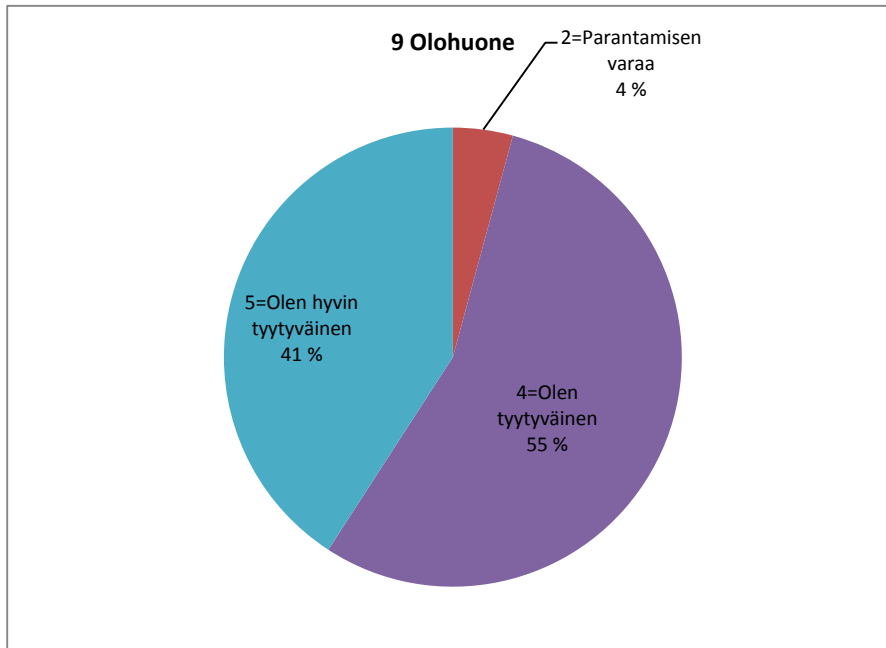


Keittiön siivouksen laatu kohdalla vastauksissa oli eniten parantamisen varaa – vastauksia, noin 9 %. Tässä kohdassa oli myös eniten kommentteja ja tarkennuksia. Asiakkaat olivat tarkentaneet vastauksiaan koskien lattian imurointia ja moppausta, keittiön roskakaapin siisteyttä, siivouksen laadun epätasaisuutta ja siivoojien huolimattomuutta. Niihin kohtiin pitäisi saada parannuksia. Keittiön siivouksen keskiarvoksi tuli kuitenkin 4,18, mikä ilmaisee asiakkaiden tyytyväisyyden. Kuviosta 8. näkee, että pääosa vastaajista on ollut tyytyväisiä (53%) tai hyvin tyytyväisiä (34%).



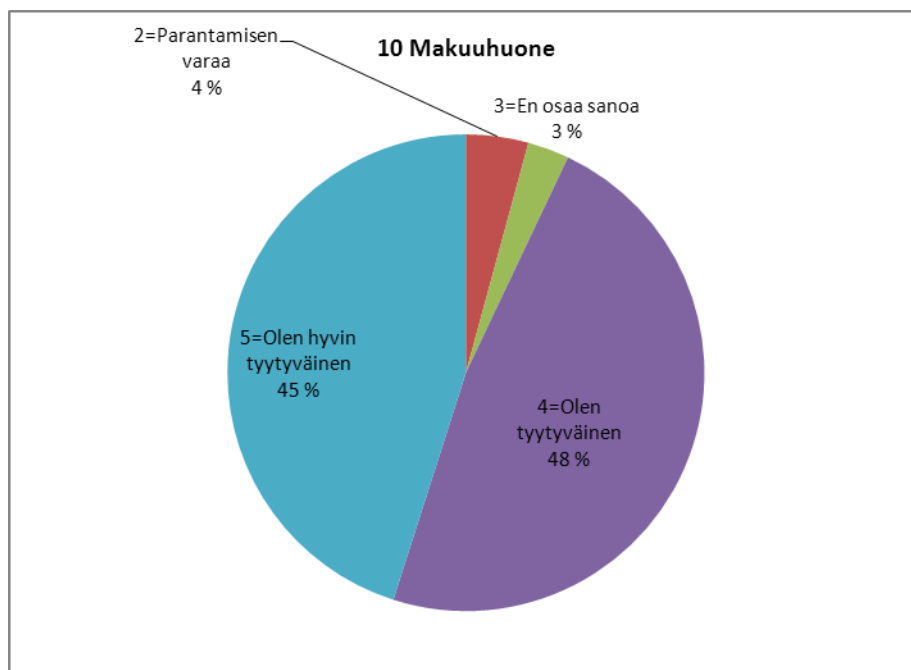
Kuvio 8. Keittiön siivouksen laatu (n=69)

Makuuhuoneen ja olohuoneen siivouksiin ollaan oltu tyytyväisimpiä. Sielläkin on ongelmakohtansa, mutta niihin on tullut myös opastusta. Olohuoneessa ongelmia tuottaa se, että osa asiakkaista kokee, että sohvakalustojen imurointia tai pyyhintää sekä pölyjen pyyhintää ei tehdä hyvin tai ollenkaan. Kuviosta 9. näkee, että olohuoneen siivouksen tasoon 55 % vastaajista on tyytyväisiä ja 41 % hyvin tyytyväisiä. Vain 2 % kokee, että olohuoneen siivouksen laadussa on parantamisen varaa.



Kuvio 9. Olohuoneen siivouksen laatu (n=70)

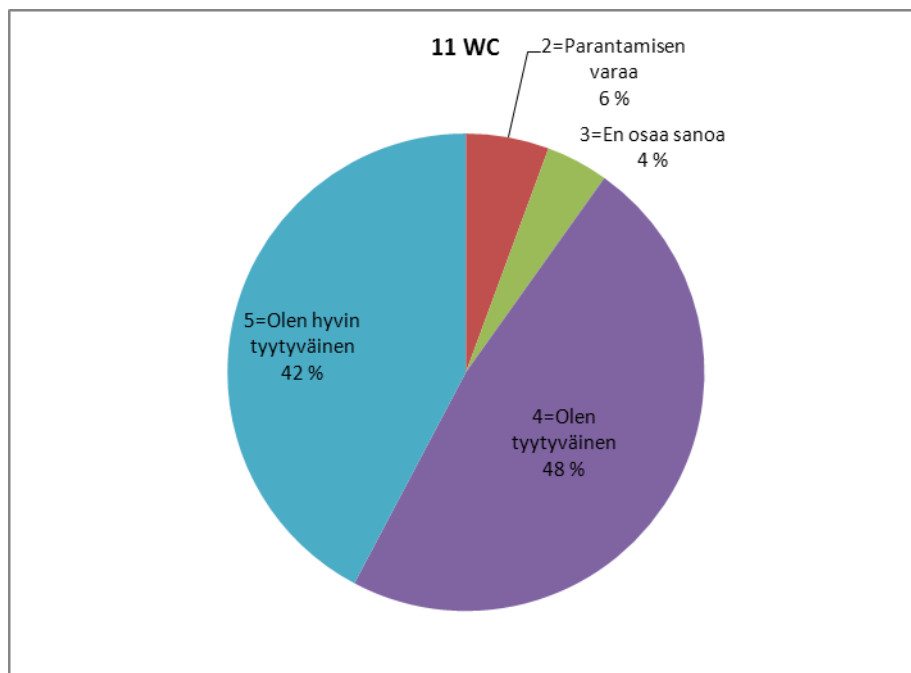
45 % kokee olevansa hyvin tyytyväisiä ja 48 % kokee olevansa tyytyväisiä siivouksen laatuun. Tämä näkyy kuviosta 10.



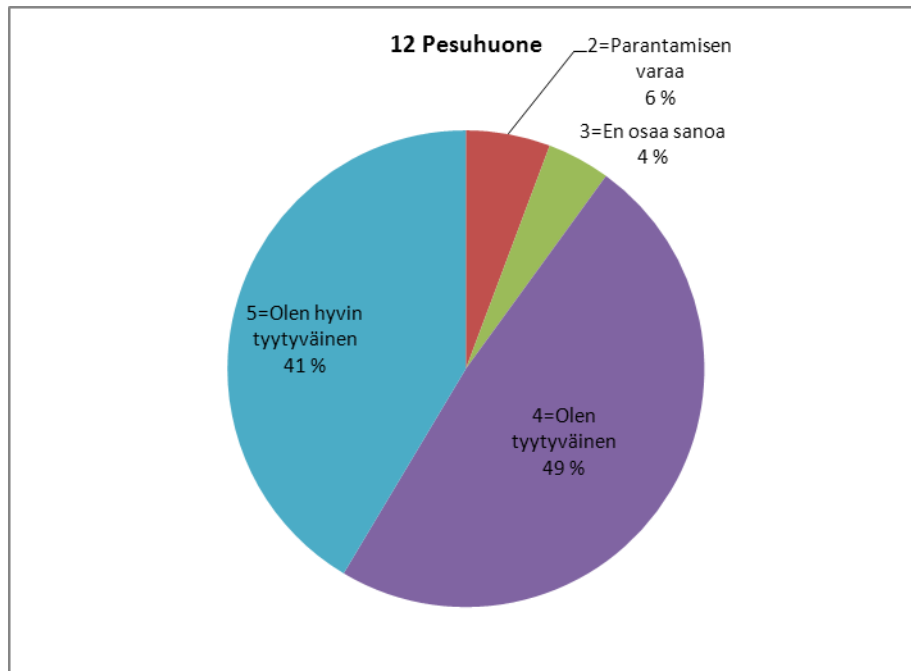
Kuvio 10. Makuuhuoneen siivouksen laatu (n=70)

Pesuhuoneen ja WC:n kohdalle kirjoitetut lisätiedot kertovat siivouksen laadun epätasaisuudesta. Asiakkaat haluavat tasaista laatua. Tärkeänä pidetään sitä, että peilit ovat täysin puhtaita. Keittiön ohella pesuhuoneiden ja wc:n puhtautteen kiinnitetään erityisesti huomiota. Ongelmakohtat on tiedostettu ja niihin on tullut kirjallista opastusta.

Pesuhuoneen ja WC:n arvosanat jakaantuivat melkein identtisesti. Kuvioista 11. ja 12. tämän näkee selvästi. Lähes 50 % vastaajista oli tyytyväisiä ja noin 40 % vastaajista oli hyvin tyytyväisiä näiden huoneiden siivouksen laatuun. Kummankin huoneen kohdalla 6 % vastaajista koki, että parantamisen varaa oli siivouksen laadussa. Loppujen 4 % vastaus oli, että en osaa sanoa.



Kuvio 11. WC:n siivouksen laatu (n=70)

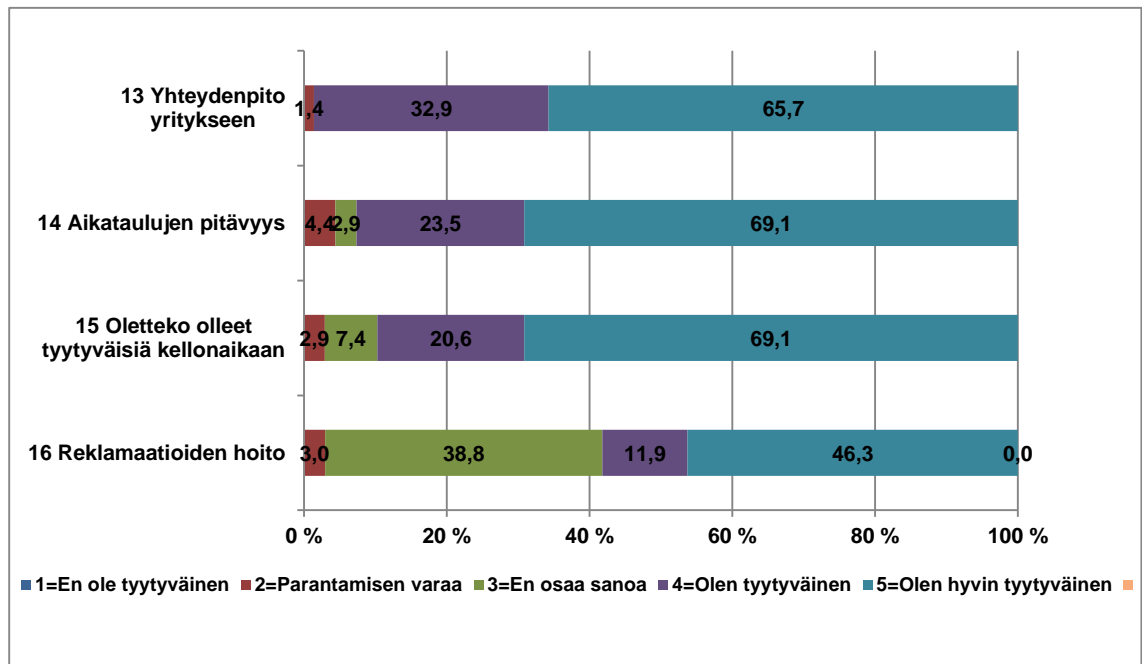


Kuvio 12. Pesuhuoneen siivouksen laatu (n=68)

### 6.1.3 Yritys

Yrityksen toiminnasta kyseltiin kyselyn neljännessä osiossa. Haluttiin selvittää miten asiakkaat kokevat yhteyden pidon yritykseen. Tämän lisäksi haluttiin avoimilla kysymyksillä selvittää asiakkaiden kehittämissuhteet palvelun laadun parantamiseksi. Nämä avoimet kysymykset käsitellään seuraavassa luvussa.

Kuvio 13. kertoo miten vastaajat ovat olleet tyytyväisiä yrityksen yhteydenpitoon, aikataulujen pitävyyteen, kellonaikoihin ja reklamaatioiden hoitoon. Kuvioista näkee selkeästi, että yrityksen toimintaan ollaan oltu hyvin tyytyväisiä.



Kuvio 13. Yritys osion kvantitatiivisten kysymysten vastauksien jakauma

Yhteydenpidon yritykseen koettiin onnistuvan hyvin. Muutama negatiivinen kommentti oli, kuten esimerkiksi puhelimitse ei aina ole saanut kiinni, mutta sähköpostitse kyllä. Toivottiin myös vihkoa asiakkaan kotiin, johon voi laittaa terveisiä siivoojalle tai siivooja voi kirjoittaa ongelmista tai laittaa terveisiä.

Siivouksen ajankohta oli sellainen kysymys, josta ei odotettu kovin positiivisia kommentteja. Yllätyksenä tulikin, että suurin osa oli hyvin tyytyväisiä. Siivouksen ajankohta on asia, mistä täytyy asiakkaiden kanssa paljon keskustella. Jos kaikki voisivat valita, niin siivous tapahtuisi perjantaina, koska viikonlopuksi halutaan asunto puhtaaksi. Tämä ei tietenkään ole mahdollista eikä kannattavaa millekään yritykselle, keskittää työt vain loppuviikkoon.

Reklamaatioiden hoitoon 46 % vastaajista oli hyvin tyytyväisiä. 39 % vastaajista ei ollut kokemusta asiasta. Vain 3 % koki, että asiaan tarvittaisiin jonkinlaista parannusta. Kommentteja kohtaan tuli siitä, että asiasta ei ole kokemusta.

#### 6.1.4 Avoimet kysymykset

Täysin avoimia kysymyksiä oli asiakaskyselyssä vain kaksi, lopussa olevat kysymykset 17 ja 18. Näiden kysymysten laatu oli sellainen, että valmiit vaihtoehdot olisivat olleet liian ohjailevia. Kysymyksessä 17 tiedusteltiin asiakkaiden ehdotuksia laadun parantamiseksi. Kysymyksessä 18. kysyttiin onko muuta kommentoitavaa.

Kumpaankin kysymykseen vastausprosentti oli melkein 50 %. Moni oli yhdistänyt kahden viimeisen kysymyksen vastaukset samaan, joten käsittelen ne yhtenä kysymyksenä. Taulukosta 3. löytyy koostettuna vastaukset kysymyksiin. Vastaukset on koostettu, koska osasta vastauksia pystyy tunnistamaan vastaajan.

#### Taulukko 3. Kooste asiakkaiden avoimista kysymyksistä

- + Siivouksen kellon aikaan toivottiin täsmennystä, sekä joustavuutta aikojen suhteen.
- + Useassa kiitellään: Hyvä näin, asiat sujuneet hyvin. Hyvin tyytyväisiä.
- + Yhdessä kiitetään kyselystä.
- + Reklamaatioista huolimatta kiitellään.
- + Toivotaan sijaisten perehdytystä kohteeseen, työjärjestykseen, paitojen silytykseen.
- + Jos jotain hajoaa, asiasta on jätettävä viestiä.
- + Kiire? Kaikkia paikkoja ei ole siivottu, kovakouraista siivousta, tavaroiden unohtelua, toivotaan lisää pätevää henkilökuntaa, jotta ei niin kiire. Huomattu, että siivous tapahtuu lyhyemmässä ajassa, mutta laskutetaan sovitun mukaan.
- + Reissuvihko on todettu hyväksi, mutta toivotaan siihen myös merkintöjä esimerkiksi kuka on käynyt.
- + Viimeinen silaus lähtiessä, tarkistus. Huomiota yksityiskohtiin.
- + Täsmällisempää palvelua toivottiin.
- + Vaihtelua siivousjäljessä, työn laadussa, tärkeää että työn laatu on sopimuksen mukaista. Erityisesti WC, keittiön lattiat huomioitu.
- + Muistutusta ikkunoiden pesuista, tarjouksia toivottiin.
- + Tuoksuton koti siivouksen jälkeen, pitäisi olla raikas tuoksu.
- + Tavarat paikalleen siivouksen jälkeen. Varovaisuutta huonekalujen siirtelyyn.
- + Lattioiden pesu paremmin.
- + Kalusteista pölyt pois, ja hyllyistä, kissankarvat sohvista pois.
- + Nykyään joutuu pyytämään sellaisten paikkojen siivouksia, jotka ovat aiemmin sisältyneet siivoukseen.
- + Harvemmin otettavia paikkoja voisi ottaa joka 4. tai 8. kerta (hämähäkin seitit katossa, lamppupölyt, kaapin ovet keittiössä rasvassa).
- + Toivotaan useammassa kohdassa samaa siivoajaa.
- + Kiitellään, että yleensä toinen siivoaja on jo käynyt kohteessa.

- ✚ Kannatetaan parityöskentelyä.
- ✚ Siivooja parin yhteistä linjaa arvostetaan. Siivoojien työtä ja ammattitaitoa keuhataan.
- ✚ Yhdellä oli pyyntö saada vuosittainen selvitys laskuista veroviranomaisia varten.
- ✚ Ruusuja tehokkuudesta.
- ✚ Suhteessa käytettyyn aikaan olen tyytyväinen, riittää jatkossakin.
- ✚ Palautetta asiakkaalle, jotta voi helpottaa siivoojan työtä.
- ✚ Kirjalliset sopimukset; avaimista, työtehtävistä. Vastuut epäselvät. Sopimukset nähtäville.
- ✚ Olen suositellut ystäville ja sukulaisille. Tyytyväisiä ollaan.
- ✚ Parissa kohtaa toivotaan, että roskat viedään ja sängyt pedataan.
- ✚ Yhteydenpito toimii ja huomautukset otetaan vastaan.
- ✚ Pesuaineet: wc-pöntölle hyvä hajunsyöjäaine, toivottiin, että asiakkailta tiedusteltaisiin voiko käyttää tavanomaisia siivousaineita.

Kuten taulukostakin näkyy. Asiakkaiden huolenaiheena on huolellisuus ja työn laadun epätasaisuus, kaikkia paikkoja ei esimerkiksi pyyhitä pölyistä kunnolla tai jokin paikka unohtuu kokonaan. Siivoojien kiireen ovat vastaajat huomanneet, ja olettavat sen olevan huolimattomuuden syynä.

Osassa vastauksissa näkee, että alun sopimisen jälkeen ei ole tiedotettu henkilökuntaa, mitä kyseisessä asunnossa tehdään. Perussiivoussopimukseen ei kuulu sängyjen petaus tai roskien vienti. Siivousparin vaihtuessa sopimusehdot pitää olla selvillä, muuten asiakas kokee palvelun huonontuneen.

Parissakin vastauksessa toivottiin ikkunanpesuista tarjousta tai ehdotusta, että voitaisiin ottaa yhteyttä. Suoramarkkinointi asiakkailla oleviin vihkoihin olisi helppo ja halpa tapa. Parannusehdotusten tai moitteiden lisäksi vastauksissa kiitettiin paljon siivoojien työtä ja toiminnan sujuvuutta. Kerrottiin, että yritystä on suositeltu eteenpäin.

## 6.2 Henkilökunnan kysely

Kysely suoritettiin E-kyselynä käyttäen Tamk:n intranetissä ollutta lomake-editoria. Näin vastaajien henkilöllisyys pysyi salassa. Osaa vastaajista kuitenkin huoletti, että heidän vastauksensa pystytään kohdistamaan oikeaan henkilöön. Tämän seurauksena raportista jäivät pois sellaiset ristiviitteet, joista voisi mitenkään selvittää vastaajan henkilöllisyys. E-lomakkeen käyttö mahdollisti sen, että kaikkiin kysymyksiin vastattiin, koska kyselyä ei voitu palauttaa, jos jokin kohta jäi vastaamatta.

Kysymyksiin lisättiin kohdat, joihin toivottiin lisätietoja, jotta saataisiin selville tarkemmin miten toimintaa tulisi mahdollisesti kehittää. Pelkillä numeroilla ei saada selville, niitä käytännön asioita, joiden muuttaminen on tarpeen. Kyselyihin vastausvaihtoehdot olivat numerot 1-5: 1 oli huonoin vaihtoehto ja 5 paras vaihtoehto.

Vastausten määrä ei vastannut odotuksia. Oletuksena oli, että vastaukset saadaan lähes kaikilta. Todellisuudessa vastausprosentti oli 60%. Prosentuaaliset tulokset voisivat olla täysin erilaiset tyytyväisyydenkin osalta, jos kaikki olisivat vastanneet. Työntekijöiden suoraan kerrotut mielipiteet eivät olleet kovin tyytyväisiä, he pelkäsivät, että vastaajan henkilöllisyys paljastuu, siksi osa heistä jättikin vastaamatta kyselyyn. Kysely olisi pitänyt toteuttaa toisella tavalla. Olisi pitänyt jättää pois ikäkysymys ja muut kohdat, joihin vastaaminen koettiin henkilöllisyyden salaamisen vuoksi mahdottomaksi.

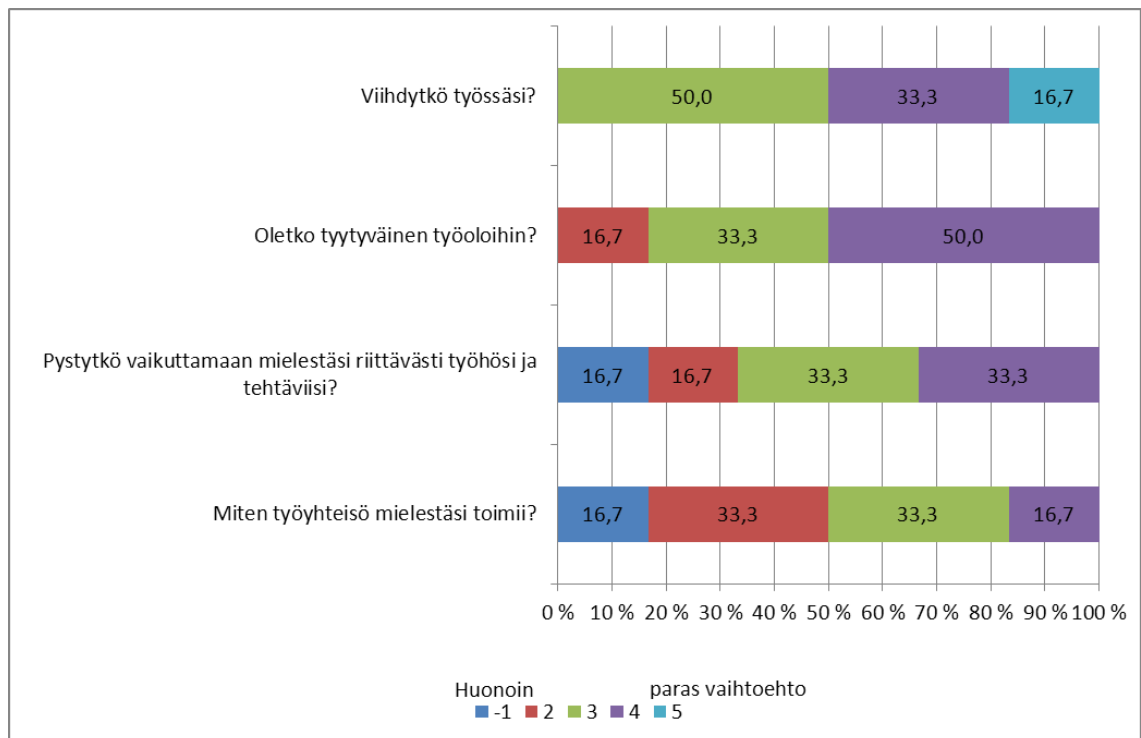
### 6.2.1 Työtyytyväisyys

Työtyytyväisyys osiossa kyseltiin paitsi työviihtyvyydestä, ergonomiasta mutta myös siitä mitä vastaaja mieltää kuuluvan hyvään palveluun. Vastauksista selviää, että asiaa on ajateltu. Asiakaspalvelutyössä on hyvä tiedostaa, että palvelua



ei ole vain itse siivous vaan myös kaikki muukin oheistoiminta tai henkilöstön toiminta.

Alla olevasta kuviosta 14. näkee, että vastanneiden työtyytyväisyys oli kohtalaista, keskiarvo 3,7, joka oli osion vastausten keskiarvoista suurin. Työn viihtyvyyteen liittyvät muut kohdat oli arvioitu huonommiksi. Työoloihin oltiin pääsääntöisesti tyytyväisiä, puolet vastanneista arvioi tyytyväisyytensä 4. Keskiarvo olikin 3,3.



Kuvio 14. Vastausten jakautuminen työviihtyvyyden kysymyksiin (n=6)

Omaan työhön osa henkilökunnasta tunsi pystyvänsä vaikuttamaan paljonkin, mutta kovin paljon ei heidän mielestä ollut keinoja siihen. Työparien kanssa pystyy vaihtamaan työkohteita, jos näyttää esimerkiksi ajallisesti siltä, että se on tarpeen. Esimiehen joustavuutta keuhuttiin, mutta toisaalta oltiin sitä mieltä, että hän ei ehkä ota tosissaan henkilökunnan mielipiteitä. Kommentteissa oli myös lisäys, että on sellainen olo, että mennään minne käsketään. Tässäkin vastauksessa oli hajontaa, tyytyväisyyden keskiarvo oli 2,83.

Myös työyhteisön toimivuuden vastauksissa oli hajontaa. Työilmapiirin todettiin huonontuneen aiemmasta. Vastaaajien vastausten keskiarvo oli 2,5, mikä ei ole hirveän suuri. ”Kiire ja sählääminen sotkevat koko porukan kemiat” kommentoidaan yhdessä vastauksessa. Työyhteisön toimivuuden saamat kommentit ja arvostus vaativat jo pikaisia toimenpiteitä.

Ergonomiaa noin 80 % vastaajista tunsi tietävänsä, mutta heidän vastauksensa oli vähän epäileviä: ”Kyllähän sitä tuntee, mutta käytäntö on ehkä eri”. Näin olen myös kyllä vastauksen antaneet olivat lisäkoulutuksen puolella. Puolet vastaajista halusivat lisäkoulutusta.

Osiossa kysyttiin vielä työntekijöiltä mitä heidän mielestään kuuluu hyvään palveluun. Taulukossa 4. nähdään vastaukset kokonaisuudessaan.

Taulukko 4. Henkilökunnan vastaukset: Mikä kuuluu hyvään palveluun?

- ✚ Asiakaskohde hoidetaan heidän tarpeet huomioonottaen, kotisiivouksessa on tärkeää että mahdollisimman usein vakikodeissa käy sama työpäri, tai edes toinen, joka tietää kohteen asiat. Epätietoisuus kohteesta on epämiellyttävää sekä työntekijälle että palvelun ostajalle. Omaa työtä tulee arvostaa, vain oman työn arvostuksen kautta pystyy antamaan parasta mahdollista palvelua asiakkaalle.
- ✚ Siisti olemus, tervehtiminen, hyvät käytöstavat, työnjälki tulee olla hyvää. Hyvä kommunikaatio asiakkaan ja yrityksen välillä.
- ✚ Iloinen mieli ja asiakkaan toivomukset otetaan vastaan, ja yritetään toimia niiden mukaan.
- ✚ Esittäytyminen uudessa kohteessa, tervehdykset tutussa paikassa ja pientä small talkia kuten mitä kuuluu ja erityistoiveet siivouksen suhteen sillä kerralla. Asialliset vaatteet ja siisteys (ei esim. hihat-tomia paitoja kesäisin ja sooloilu pukeutumisessa - ei kukkapaitaa, jos muilla on pajan omat työvaatteet yms). Asiakkaiden toiveiden kuunteleminen ja niiden toteuttaminen. Itse työ tehdään hohumatta, rauhallisesti ja tehokkaasti toisen kotia kunnioittaen. Lähtiessä heiheit.
- ✚ Sanavalmius, jämäptiys, savuttomuus, siisti ulkoasu, rehellisyys,

## ammattinsa osaaminen eli työtekniset jutut

### Hyvä työn laatu ja ystävällisyys lyhyesti

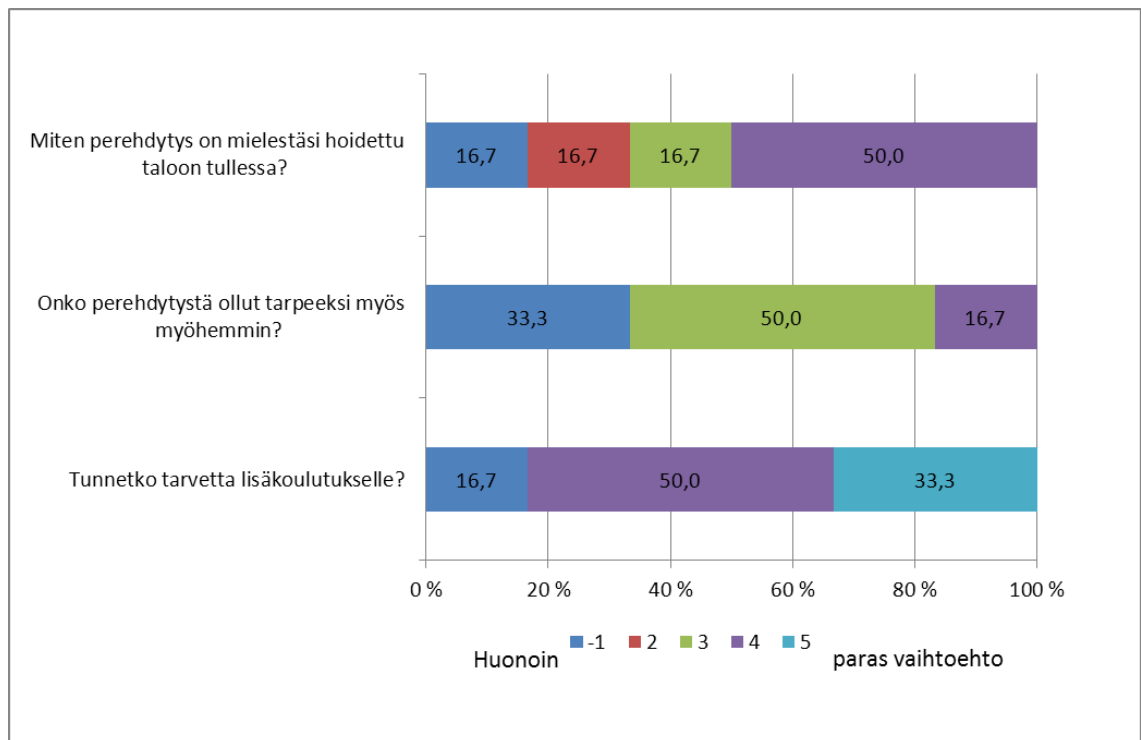
Henkilökunta oli miettinyt vastaukset asiakkaan näkökulmasta. Heillä on selkeästi mietittynä miten työtä tehdään niin, että palvelun laatu olisi hyvä. Kommentteista tuli ilmi, että hyvään palveluun kuuluu itse työn hyvä laatu, mutta myös hyvät vuorovaikutustaidot asiakkaan kanssa, siisti ulkomuoto ja oman työn arvostus.

### 6.2.2 Toimintatapojen selkeys

Toimintatapojen selkeys osiossa kysyttiin perehdytyksestä, miten se on hoidettu. Kysyttiin myös miten tieto kulkee yrityksessä, tuleeko tieto kaikille. Tämän lisäksi myös kysymyksen esimiehen toiminnasta oli liitetty tähän osioon.

Perehdytykseen oltiin kohtalaisen tyytyväisiä (3 keskiarvo). Todettiin, että esimiehen perehdytys on ollut hyvä. Kommenttina oli myös, että esimiehen opissa ei olla oltu ollenkaan, mutta myöhemmin on huomannut, että esimiehen ja perehdyttäjän tavat toimia ovat aivan erilaiset. Toinenkin kommentti oli samaan liittyen, kun toivottiin yhtenäisiä toimintatapoja.

Kuviosta 15. näkee miten perehdytys kysymyksiin on annettu vastaukset. As-teikko on tässäkin 1-5, jossa 1 on huonoin ja 5 parhaaksi koettu. Koettiin, että lisäperehdytystä ei ole saatu. Tämä näkyi lisäkoulutuksen tarpeena, jonka keskiarvo oli 3,8. Haluttiin ammatillista pätevyyttä, mutta myös päivityksiä perustaitoihin. Toivottiin opastusta silityksiin, koska silityksien määrät ovat kasvaneet ja asiakkaat ovat tarkkoja silitysjäljestä. Vastajilla on positiivinen asenne uuden oppimiseen, mikä antaa kuvan positiivisesta asenteesta työhön.

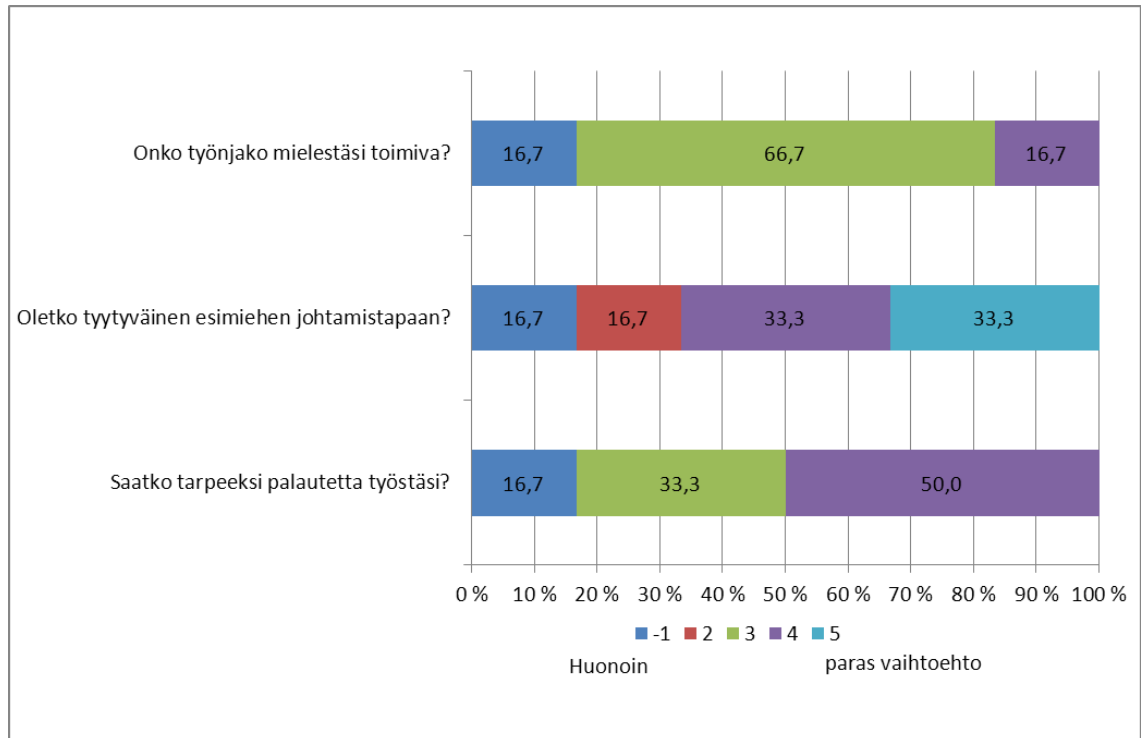


Kuvio 15. Vastausten jakautuminen perehdytys –kysymyksiin (n=6)

Yrityksen tiedonkulkuun oltiin pääsääntöisesti tyytyväisiä. Lisää avoimuutta kaivattiin. Kaikilta ei tullut tarkempaa tietoa, miksi oltiin tyytymättömiä. Huonoin vastaus oli 1, mutta siihen ei oltu kommentoitu tyytymättömyyttä tarkemmin.

Työnjaon toimivuuteen ei oltu täysin tyytyväisiä. Tästä asiasta oli työntekijöillä useammassakin osiossa sanottavaa. Toivottiin muutoksia sairaus- ja lomasijaisuuksiin. Kotisiivoojien murheena tuntui olevan heille tulevat sijaisuudet. Kun esimerkiksi porrassiivoja sairastuu, kotisiivoajat siivoavat myös hänen kohteensa.

Esimiehen toiminta osiosta tuli esiin, että keskimääräisesti esimiehen johtamistapaan oltiin tyytyväisiä, mutta hajonta oli laaja 1-5. Osion kysymysten vastausten jakaumat näkyvät kuviosta 16. Työnjaon toimivuudesta tuli keskiarvoksi noin 2,8. Toivottiin enemmän kommunikointia ja kiinnostusta työntekijöiden taustoihin esimerkiksi koulutus ja kiinnostuksen kohteet. Johtamistavan keskiarvo oli 3,5. Vastaajien toivomuksena oli saada johtamiseen vähän enemmän jämäkkyyttä. Osa tunsivat saavansa palautetta hyvin, mutta keskiarvo oli 3,17. Palautetta kerrottiin saatavan asiakkailta, mutta sitä toivottiin myös esimieheltä.



Kuvio 16. Vastausten jakautuminen esimiehen toiminta –kysymyksiin (n=6)

### 6.2.3 Yritys

Yritys osiossa oli kaksi avointa kysymystä. Ensimmäinen oli, että tietääkö henkilökunta mikä on yrityksen liikeidea. Toisena kysymyksenä oli kehittämisehdotuksien kertominen liittyen yrityksen toimintaan tai omaan työhön. Kumpaankin kysymykseen tuli kiitettävästi vastauksia.

Henkilökunnan ajatuksia yrityksen liikeideasta:

- ✚ Varmasti se että tehdään hyviä siivouksia, että asiakkaat ovat tyytyväisiä. Taloudellisesti voittoa tuova yritys tavoitteena
- ✚ Maan- ja ihmisläheinen ote koko hommaan on perusajatus. Työntekijöiden ja työnantajan joustavuus erottaa mielestäni siivouspajan muista yrityksistä.

Tämän lisäksi kerrottiin, että ei ole ollenkaan tietoa liikeideasta tai mitä omistaja on ajatellut. Yhdessä vastauksessa pelättiin, että henkilökunnan negatiivinen asenne vesittää koko toiminta-ajatuksen.

Kehittämisideoihin 50 % vastaajista oli kirjoittanut, että sijaisuuskäytäntöihin pitäisi saada muutoksia. Tästä oli jo aiemmin kyselystä tullut useainkin kohtaan kommentteja. Kotisiivoajat kokivat, että jonkun sairastuessa, oli sitten porrastai kotisiivoaja, niin kotisiivoajat tekevät sijaisuudet. Lisätiedoissa mietittiin voisiko porrassiivoajien keskinäistä sijaisuusjärjestelmää kehittää niin, että kotisiivoajat eivät hoitaisi kaikkia taloyhtiöitä.

Vastauksissa toivottiin yhteishengen ja yhteistyön parantumista. Yhtenä ehdotuksena oli yhteisten selkeiden sääntöjen luominen, joiden avulla saadaan rakennettua luottamusta ja varmistettua työtehtävien hoituminen. Kun työtehtävät lisääntyvät, on vastuuta jaettava henkilökunnan kesken. Näin vältetään samojen ihmisten kuormittamiselta, eikä työuupumisia niin helposti synny.

Kerrottiin myös kehitysehdotuksia käytännön töihin. Kotisiivousvälineitä ei saisi käyttää todella likaisissa kohteissa. Autoille pitäisi saada vastuuhenkilöt. Toivottiin myös raakaversiota koko viikon työvuorolistasta sunnuntaina. Tätä voisi sitten päivittää viikon kuluessa. Toiveena oli, että kohteisiin, jossa tiedetään olevan esimerkiksi raskaita mattoja, ei tarvitsisi mennä yksin.

### 6.3 Siivospajan omistajan Jyrki Luomajärven haastattelu

Jyrki Luomajärven haastattelu tapahtui Siivospajan toimistolla 11.4.2011. Haastattelu oli vapaamuotoinen, eikä sitä nauhoitettu. Aikaa kului kaksi tuntia. Kysymykset (Liite 2) oli valmiiksi mietitty, mutta muuten haastattelulla ei ollut tarkkaa runkoa.

Kyselyn tarkoituksen oli kartoittaa Siivospajan toiminta-ajatusta (miksi yritys on olemassa) ja liikeideaa (kenelle, mitä, miksi). Tarkoituksena oli myös selvittää eroa henkilökunnan käsitykset Siivospajan omistajan tarkoittamista ja jos eroa, niin miten.

### 6.3.1 Henkilökunta

Haastattelussa selvisi, että omistajan tarkoituksena on johtaa yritystä niin sanotusti henkilökuntalähtöisesti. Tilauksia otetaan vastaan vain, jos on työntekijöitä töitä tekemään. Päiviä ei varata liian täyteen, vaan henkilökunnan pitäisi olla mahdollista tehdä työ kunnolla. Heille maksetaan taulukkopalkkaa paremmin, jotta saataisiin alan arvostusta nostettua.

Työntekijät palkataan mieluummin kokopäiväisiksi, koska sillä tavalla työntekijöille osoitetaan arvostusta. Tulevaisuudessa voi olla, että kannattavuuden nimessä joudutaan käyttämään osa-aikaisia ja kiireapuja, mutta tällä hetkellä työntekijät ovat paria poikkeusta lukuun ottamatta kokoaikaisia.

Kokoaikaisuuden tavoite on saada sitoutettua työntekijä Siivouspajaan. Työntekijän ei tarvitse miettiä milloin on töitä ja mihin aikaan. Vakituinen työrytmi takaa sen, että muutakin elämää voi suunnitella. Suurin osa uusista työntekijöistä on tullut yritykseen kuultuaan siitä Siivouspajan työntekijältä. Tämä kertonee jotain työviihtyvyydestä.

Luomajärvi toivoo henkilökunnalta kohteliasta, inhimillistä käyttäytymistä ja sitä, että asiakkaan vaatimat työt tehdään hyvin. Palveluhenkisyys on hyvän työntekijän ominaisuus.

Henkilökunnan palkitseminen palkankorotuksilla ei ole ollut nyt mahdollista, koska toiminta on vielä tappiollista. Nyt on ollut ylimääräisiä kuluja, lainanmaksuja ja paljon pientä kehittämistä yrityksessä, joten tärkeintä on ollut palkkojen maksu. Kuluista noin puolet koostuu henkilöstökuluista. Viiden vuoden päästä toiminnan aloittamisesta on tarkoitus, että yritys tuottaisi voittoa. Kokonaisuudessa yrityksellä menee ihan hyvin tällä hetkellä.

Henkilökunnan poissaolot tuntuvat tämän kokoisessa yrityksessä nopeasti. Yli kolmen päivän sairauslomat kuukaudessa ovat yrityksen tuottavuudelle haaste taloudellisesti. Tämän lisäksi sijaisia ei ole, joten työt jaetaan muiden työntekijöiden tehtäväksi. Tämä voi tuntua kiireessä raskaalta.

### 6.3.2 Työ

Luomajärven mielestä hyvä työ on laadukasta. Siivoojien täytyy olla palveluaittita. Omasta mielestään hän on hyvin joustava suhteessaan työntekijöihin, mutta myös asiakkaiden suhteen, mikä saattaa verottaa kannattavuutta.

Siivoojien pitää kertoa kotisiivouksien jälkeen enemmän asioita kuin mitä tähän asti on tapahtunut. Joka päivä täytyy kertoa jokaisen asiakkaan luona vietetty aika. Ongelma on, että kaikki eivät lähetä tietoja joka päivä. Joskus voi mennä viikkokin, kun tiedot tulevat, ja sitten useamman päivän tiedot tulevat kerralla. Tämän lisäksi pitäisi kertoa asiat, jotka vaikuttavat siivoukseen, jos vaikka sama pari ei menisikään seuraavalla kerralla samaan paikkaan. Myöhemmin tulleissa tiedoissa on yleensä pelkät ajat, ei tarvittavia muistettavia asioita, koska niitä ei enää muisteta viikon päästä.

Suunnitelmissa on, että tulevat informaatiot lähetetään kaikille siivoojille saman tien. Näin pystytään tarkistamaan työhön käytetty aika ja kukin voisi merkitä ylös, jos asiakaskohteeseen on tullut uutta muistettavaa. Luomajärven mielestä ei ole liikaa vaadittu lähettää sähköpostitse raportti päivästä. Työpäivät usein ovat vähemmän kuin 7,5 tuntia, joka on virallinen työaika.

Kotisiivoojat tekevät siivoavat toimistoja. Kotisiivoojat kulkevat autolla paikasta toiseen pystyvät kuljettamaan välineistöä mukanaan. Näin ei tarvitse pieniin kohteisiin hankkia esimerkiksi imuria. Toimistojen aamusiivous käy kotisiivoojille siitäkin syystä, että he eivät voi mennä kovin moneen kotiin ennen kahdeksaa, mutta toimistoja voi siivota heti aamusta.



### 6.3.3 Asiakkaat

Asiakkaille tarkoitettua mainontaa ei ole kohdistettu millekään tietylle segmentille. Kohteina ovat kodit, toimistot ja taloyhtiöt. Asiakkaita ei ole tarkemmin rajattu. Rajaus tulee ehkä itsestään, sillä vaikka kotitalousvähennys on käytössä, niin sitä käyttävät siivoustöissä hyväksi kuitenkin vähän varakkaammat.

Luomajärven periaatteisiin kuuluu ottaa myös pienet, tunnin kohteet. Monessa siivousalan yrityksessä alle kahden tunnin kohteisiin ei mennä. Hän ei ota myöskään maksua perumisista ja edellisenä iltana voi vielä siirtää siivouksen. Joustoa on ehkä liikaakin, tuumasi lopuksi, koska tällainen toiminta syö kannattavuutta.

### 6.6.4 Haasteet

Suurin haaste Siivospajassa on siivouksen laadun tasaisena pitäminen. Ongelmia on ollut varsinkin WC:ssä ja pesuhuoneissa. Niistä on tullut Luomajärveltä ohjeistusta työntekijöille, mutta kysyttäessä siivoojat tunnustavat, että eivät aina tee niin kuin pitää. Yrityksessä pitäisikin muistaa jatkuvan perehdytyksen tärkeys. Asiat tahtovat unohtua, jos niitä ei kerrata. Ei muisteta enää mikä on tärkeää ja mikä vähemmän tärkeää. Lopulta unohtuu, miksi tätä työtä tehdään. Tarkoituksena on tehdä asiakkaille puhtaita koteja.

Omistaja huomioi, että siivouksen laadun taso riippuu ihmisestä ja päivästä. Palvelun laadussa ei saisi olla kuitenkaan liian suuria vaihteluja. Perehdytyksessä on muistettava kertoa eri tilojen kriittiset kohteet ja mistä työvaiheista ei voi poiketa. Esimerkiksi sohvat on imuroitava, jotta tynnyjen väliin ei jää murusia. Siivoojat kertovat, että on kiire ja ei ole saanut infoa asiakkaan toiveista. Toisaalta kaikkien asiakkaiden kohteet pitää siivota samalla laadulla. Kuitenkin hän ymmärtää, että kaikilla ei ole niin sanottu siivoussilmä kehittynyt, jolloin nähdään asiakkaan tiloissa yleissilmäyksellä, jos jossain paikassa on vielä työtä. Luomajärvi on itse toiminut alalla 20 vuotta, joten välillä voi olla vaikeaa ymmärtää, että kaikilla ei tätä taitoa vielä ole. Siivouskohteissa tehdään aina yleis-

katsaus asuntoon, jolloin nähdään ovatko tavarat paikallaan ja onko jossain vielä likaista.

Yläpölyjen pyyhkimisestä tai niiden pyyhkimättä jättämisestä ei ole tullut valituksia. Vessojen pesuun ja sohviin pitäisi kiinnittää enemmän huomiota. Myös lattioiden kosteapyyhintään voisi käyttää enemmän aikaa. On huomioitava, että lattiaan ei saa jäädä pyyhintäjälkiä, joten tarpeen vaatiessa se on myös kuivattava. Peilien pyyhintäjäljistäkin tulee asiakkailta palautetta. Vessan peilien on oltava tahrattomat. Pieni pölyhiukkanen peilissä tai kuivunut vesipisara kaakelissa näyttää isolta virheeltä siivouksessa.

Kotisiivousta on haastavaa saada kannattavaksi. Välimatkat ovat pitkiä, joten matkoihin menee aikaa. Parastahan olisi, jos siivous sujuisi tehokkaasti joka paikassa ja voisi itse määritellä ajan, jolloin asiakkaalle mennään. Mutta asiakkaat ovat tarkkoja ajasta, joten tämä ei useinkaan onnistu. Tarkoituksena olisi, että asiakkaille ei enää annettaisi tarkkoja aikoja milloin tullaan, vaan sanottaisiin aamupäivällä tai iltapäivällä ja tähän jotkin tietyt aikamääreet esimerkiksi 8-12 tai 12-16.

Työtä pitäisi saada kannattavammaksi. Työtahti ei ole Siivospajalla niin kova kuin se on monessa muussa yksityisessä siivousalan yrityksessä. Henkilökuntaa pitäisi saada sitoutumaan työhön ja hyvää asennetta enemmän, jotta työtä saataisiin tehostettua. Työntekijöille olisi hyvä saada jonkinlainen yrittäjämäinen ote työntekemiseen.

Toiminnan kulujen vähentämiseksi tutkitaan olisiko halvempaa siirtyä käyttämään liesing -autoja. Tällä hetkellä on menossa kilometriseuranta parin kuukauden ajalta. Henkilökunta kirjaa ylös autolla ajatut työkilometrit. Autojen kulut ovat nyt sitä luokkaa, että se voi olla vartenotettava vaihtoehto. Mutta tämä selviää myöhemmin, kun kulujen selvitys valmistuu.

Omistaja haluaisi, että hänellä jäisi enemmän aikaa laadunseurantaan, myös taloyhtiöiden kohdalla. Nykyään hän on itse mukana käytännön siivoustyössä noin 80 % työhön käyttämästään ajasta. Siivospajan toiminnan kehittäminen ja suunnittelu olisi helpompaa, jos ei tarvitsisi olla käytännön työssä niin paljon.

Palvelun laadun kehittämistä täyty viedä aktiivisesti eteenpäin. Tämän vuoksi täyty selvittää, minkälaisia siivousmenetelmiä ja –tapoja työntekijöillä on. Pitäisi olla kohde, jossa voisi näyttää käytännössä esimerkiksi ikkunanpesun vaihe vaiheelta. Näin ei tulisi epäselvyyksiä, miten asiat tässä yrityksessä tehdään. Yhtenä vaihtoehtona voisi olla siivousparien työtapojen seuraamienn asiakas-kohteessa. Tämä idea voi kyllä aiheuttaa henkilökunnassa vastalauseita.

Suunnitelmissa on, että henkilökunnalle jaettaisiin vastuuta varaston hoidossa. Kuukausittain vaihtuva vastaava pitäisi huolen, että varasto pysyy siistinä ja tarat paikoillaan. Tällä tavoin myös ne, joita varaston siistinä pysyminen ei kiinnosta, joutuisivat kiinnittämään huomiota sen siisteyteen. Toimiston siivoukseen pitäisi puuttua samalla tavalla.

Työntekijöiden kehittämisideat otetaan huomioon yrityksen toiminnassa. Niitä jalostetaan, jos ei voida suoraan toteuttaa. Työntekijöiden työn tekemisen mahdollistavat välineet ja tiedot on oltava kunnossa, jotta he pystyvät tekemään työnsä hyvin. Huonoilla välineillä ja puutteellisilla tiedoilla ei pystytä tuottamaan laadukasta palvelua asiakkaalle.

Omistaja on tiedostanut, että positiivisen palautteen antoa henkilökunnalle täytyisi olla enemmän. Hän ei anna palautetta mielestään tarpeeksi. Hän kokee ongelmaksi, että ei näe työntekijöitä tarpeeksi, ja haluaisi antaa palautteen kasvotusten. Suunnitelmissa on järjestää kunkin työntekijän kanssa kahvihetki, jossa asioista voi rauhassa jutella.

Yrityksen toiminnan kehittämisellä on tarkoitus saada palvelun laatu tasaiseksi, mutta myös toiminnan kannattavuuden nostaminen paremmalle tasolle. Asiakaiden tyytyväisyys takaa paremmin työpaikan nykyisille työntekijöille. Hyvän palautteen avulla myös työntekijöiden arvostus omaa työtä kohtaan kasvaa ja he viihtyvät paremmin työssään.

## 7 YHTEENVETO

Kahta eri kyselyä oli yllättävän helppo vertailla. Asiakastyytyväisyyskyselyssä oli ongelmia vastausten purkamisen kanssa. Kyseessä oli paperille tehtävä kysely, joten kaikkiin kohtiin ei ollut pakko vastata. Osalta vastaajia tulikin melkein tyhjiä papereita, joissa ei ollut vastattu edes peruskysymyksiin. E-lomakkeeseen pystyi merkitsemään haluamansa kohdat pakollisiksi, joten ilman vastausta kyselyä ei voinut palauttaa. Myös E-lomakkeeseen oli helpompi lisätä täyttämistä auttavia ohjeita niin, että kyselystä ei tullut sekavan näköistä.

Asiakaspalautteen perusteella voisi sanoa, että Siivouspajan toimintaan ollaan tyytyväisiä. Palvelujen laadun epätasaisuus on kuitenkin ongelma, johon on puututtava, ennen kuin se vaikuttaa asiakastyytyväisyyteen liikaa. Omistaja on kiinnittänyt asiaan huomiota jo aiemmin suorien palautteiden ansiosta. Kuitenkin kiireen keskellä toiminnan parantaminen on jäänyt vähemmälle.

Aikaisemmin saatujen suorien palautteiden vuoksi odotettavissa oli, että asiakastyytyväisyys olisi ollut paljon huonompi. Huonompia tyytyväisyystuloksia odotettiin siivouksen laadun osalta pesuhuoneesta, WC:stä ja keittiöstä. Näistä huoneista tulee yleisimmin valituksia. Kyselyjen tulokset kuitenkin osoittavat, että asiakkaat kertovat epäkohdista paljon todennäköisemmin kuin hyvin tehdystä työstä. Siitä ei tunneta tarvetta kertoa erikseen.

Palvelujen laadun epätasaisuuteen vaikuttavat henkilökunnan kyselyssä esiin tulleet asiat, jotka koettiin ongelmallisiksi. Näitä ovat esimerkiksi perehdytyksen ja toimintatapojen erilaisuus, kiire, työyhteisön huono henki ja vahvimpana miellettiin työnjako lomien ja sairauslomien aikana. Useassa vastauksessa ongelmana koettiin, että sairauslomien sijaisuudet tekevät aina kotisiivoojat. Tämä vaikuttaa siihen, että on kiire tai ainakin sen tuntu. Jatkuva kiireen tuntu vaikuttaa huonontavasti työviihtyvyyteen ja yleisesti asenteeseen. Tähän asiaan on puututtu palkkaamalla yksi siivooja tekemään sairauslomasijaisuutta.

Useissa asiakastyytyväisyys -kyselyn kommentteissa oli myös puututtu henkilökunnan kiireeseen. Tämä on heikentänyt siivouksen laatua. Asiakkaat tuntevat,

että heidän kotiaan kohdellaan kovakouraisesti ja heidän maksamaansa siivousaikaa ei käytetä kokonaan. Tähän tulee myös myöhemmin muutosta, kun yksi henkilö siirtyy toimiston siivouksesta kokonaan kotisiivouksiin. Tähän asti hän on ollut saatavilla myös kotisiivouksiin, mutta hän on ollut kiinni yhdessä kohteessa osittain. Tämän vuoksi myös uuden työntekijän palkkaamista kotisiivoojaksi ei ole voitu tehdä.

Siivouspajan työntekijöiden kokeman sijaisuusongelman ratkaiseminen ei ole kuitenkaan kovin helppoa. Lisää työvoimaa ei voi oikein palkata, koska sairauslomat syövät yrityksen kannattavuutta kuitenkin. Kotisiivoojien työpäivät eivät ole aina täysiä, joten heidän käyttäminen sijaisina on käytännöllistä. Kotisiivous ei ole kevyttä, ei fyysisesti eikä henkisesti, joten on ymmärrettävää, että muiden kohteiden lisääminen työpäivään voi tuntua välillä kohtuuttomalta. Varsinkin, jos näitä tilanteita on usein, kuten henkilökunnan kommenteissa annettiin ymmärtää.

Henkilökunnan työmotivaatiota ja työviihtyvyyttä on saatava nostettua. Parhaiten työoloja voidaan kehittää, kun tieto tulee sieltä, missä koetaan olevan ongelmia. Asioista on uskallettava kertoa esimiehelle. Asioiden kertomatta jättäminen ei auta työolojen parantamisessa.

Henkilökunnalle annettavan palautteen antamista on tosissaan kehitettävä. Henkilökunta tunsi, että palautetta antavat vain asiakkaat. Esimieheltä pitäisi sitä saada myös. Esimies tiedostaa tämän, joten asiaa on helpompi lähteä kehittämään, kun tämä on tiedostettu. Henkilökunnan kanssa otetaan käyttöön niin sanotut henkilökuntavartit. Tämä tarkoittaa, että esimies keskustelee kunkin työntekijän kanssa asioista, jotka tuntuvat työntekijästä tärkeiltä. Näin saadaan myös kaivattua palautetta esimieheltä suoraan.

Palvelun laadun parantaminen edellyttää henkilökunnan ottamista työn kehittämiseen mukaan. Henkilökunnan avulla asiat toteutuvat todennäköisemmin nopeammin ja varmemmin kuin pelkästään esimiehen sanelun seurauksena. Varsinkin itsenäisissä töissä kuten kotisiivouksissa toimintatapojen muutokset ovat pitkälti työntekijän vastuulla. Mäenniemen (2008) mukaan työn uudelleen organisoinnin on vastattava todellisiin tarpeisiin. Nämä tarpeet on selvitettävä. Muu-

tokset tehdään yhteistyössä koko organisaation kanssa käyttäen myös ulkopuolista apua, jos omat taidot tai resurssit eivät riitä. Johdon saneleminen voi vaikuttaa muutosten läpimenoon negatiivisesti. Henkilökunta ei sitoudu niihin. Tutkimuksessa kerrottiin myös, että laajat muutokset ovat usein tehokkaampia sekä tuottavuuden kasvun että työelämän laadun kannalta.

Sekä henkilökunnalta että yrityksen omistajalta tuli viestiä vastuunjakamisesta. Muut työt kuin itse siivoustyöt jäävät pian hoitamatta, jos asioilla ei ole vastavaa työntekijää. Jos tuntuu siltä, että on kiire koko ajan, jää niin sanotut toisarvoiset työt tekemättä. Näin ei voi kuitenkaan ajatella. Jos varaston huolto jää tekemättä, se hidastaa liikkeelle lähtöä ja haittaa muutenkin työpäivää. Ei voida olettaa, että aina on joku muu, joka hoitaa asiat valmiiksi. Vastuunjakamista voitaisiin miettiä esimerkiksi näillä alueilla:

- Varaston täydennys (siivousaineet ja -välineet)
- Perehdytyskansion tekeminen ja päivitys
- Uusien työntekijöiden perehdytys
- Autojen vastuuhenkilöt

Esimieheltä tuli vastuunjakamisen toimintaideoita, esimerkiksi varaston kunnosta huolehtiminen. Kuukausittain kaikilla on vuorollaan vastuu varaston siisteydestä ja pyykkihuollosta. Näin varasto pysyy siistinä, sieltä löytää helposti mitä tarvitsee ja jo tämä lisää viihtyvyyttä. Näin myös useampi ihminen pitäisi huolta siitä, eikä vastuuta ottaisi aina samat ihmiset. Vastuunjakamisella työn kuormitusta jaettaisiin ja samalla henkilökuntaa sitoutettaisiin työhön.

Viestintää on kehitettävä puolin jos toisin. Esimiehen palautteen antoa työntekijöille pitää lisätä. Henkilökunnan täytyy lähettää siivousajat ja muita asiakkaita koskevat viesti eteenpäin. Asiakaskohteista tuleva tieto on saatava eteenpäin, jotta kaikki tietoa tarvitsevat sen saavat. Varsinkin, kun aina ei ole samat siivoojat samoissa kohteissa. Kotisiivouksissa toimitaan kuitenkin itsenäisesti ja siivoojat yleensä tuntevat vakituiset kohteensa parhaiten. Koska kaikilla asiakkaila on omat siisteyskäsitelmänsä, niin nämä on oltava tiedossa muillakin kuin vakituisilla siivoojilla. Tiedon jakaminen näistä asioista parantaa palvelun laatua,

kun eri paikoissa harvemmin käyvät voisivat saada tiedon eri asiakkaiden tärkeistä kohteista.

Asiakkaiden toiveena oli vihko, johon voi laittaa viestiä siivoojille ja siivoojat asiakkaille. Asiakasvihko on ollut jo käytössä, mutta kaikille sitä ei ole vielä annettu. Vihkoihin haluttaisiin tietoja siitä kuka on käynyt, kuinka kauan on oltu ja mitä tehty. Käytännössä aikatietojen antaminen vain aiheuttaisi ongelmia, koska asiakkaalla ollaan toisinaan vähemmän ja toisinaan kauemman aikaa kuin on sovittu. Joinain kertoina voidaan siivota harvemmin siivottavia paikkoja, joihin menee enemmän aikaa.

Viestinnän parantamisella voidaan kehittää siivoustyötä, kun tieto saadaan siirrettyä tietoa tarvitsevalle. Tällä hetkellä käytännössä tieto kulkee edelleen suullisesti tai sähköpostilla. Asiakastietokannan kehitys olisi tärkeää, mutta myös sen päivitys. Tiedot täytyisi olla helposti saatavissa. Jos työvuorot annettaisiin esimerkiksi viikoksi kerrallaan, niin kuin henkilökunnan vastauksista kävi ilmi, niin kohteiden tiedot voisi katsoa etukäteen. Muutokset vuoroihin voisi sitten tehdä edellisenä päivänä.

Asiakkaat halusivat vakituisia siivoojia koteihinsa. Toivottiin, että edes toinen siivoojista on tuttu. Näin toimien siivouksen laatua voitaisiin saada tasaisemmaksi, koska sama pari tietää mitkä ovat kohteen kriittiset paikat ja mitä on edellisellä kerralla siivottu tarkemmin. Myös henkilökunnalta tuli palautetta samasta asiasta. Perusteluna oli myös se, että tilat opitaan tuntemaan ja näin työ tehostuu, kun tietää miten kussakin paikassa toimitaan. Samalla säästyy aikaa, kun aikaa ei mene paikkaan tutustumiseen. Henkilökunnan nimikortit, joita pyydettiin yhdessä asiakaspalautteessa, ovat nyt käytössä. Niiden käyttö aloitettiin toukokuun alussa.

Siivoojien täytyy huomioida itsenäisesti asiakkaan tiloissa tapahtuvat muutokset. Huomiot on hyvä kertoa myös esimiehelle, jotta mahdollisista aikataulumuutoksista voidaan keskustella asiakkaan kanssa. Asiakas ei välttämättä huomaa, jonkin tilan muutoksien vaikutuksista siivoojan työhön. Varsinkin kotisiivouksessa, pieneltä tuntuva remontti voi vaikuttaa siivoukseen paljon. Näin turhilta rek-

lamaatioilta vältytään ja asiat sujuvat paremmin myöhemminkin. Tämä onnistuu paremmin tutussa paikassa.

Työvuorojen tekijän eli omistajan kannalta vakituiset siivouspaikat ovat ongelmallisia. Jokainen viikko on erilainen. Asiakkailla voidaan käydä viikoittain, kahden viikon välein tai harvemmin, eikä aina tasaisin väliajoin. Lisäksi on asiakkaita, jotka tilaavat yksittäisiä siivouksia tai ikkunan pesuja. Näiden sovittaminen päivään ei aina onnistu. Asiakkaiden toivomat siivousajat ja asiakkaiden maantieteelliset sijainnit tekevät sen, että aina ei voi sama pari mennä samaan paikkaan. Ei ole järkevää ajella autolla ympäri kaupunkia, jos yksi pari voisi siivota saman alueen kohteet. Näin säästetään aikaa ja polttoainetta.

Laadun parantamiseksi on tehtävä töitä, mutta se ei onnistu, jos työntekijät tuntevat itsensä loppuun palaneiksi ja heistä tuntuu, että heitä ei kuunnella. Pahempaa on vielä, että ei uskalleta kertoa asioista. Työyhteisön kehittäminen on ensimmäinen askel kohti tasaisempaa laatua.

Siivouksen laatuun ja tapoihin on pystyttävä perehdyttämään paremmin. Perehdytykseen on suunniteltava kattava systeemi, minkä avulla uusille työntekijöille opetetaan samat asiat. Tällä hetkellä perhevapaalla oleva työntekijä on palattuun vastuussa perehdytyksestä, mutta siihen asti perehdytyksestä vastaa yrityksen esimies.

Liikeidean ja toiminta-ajatuksen tunteminen voisi auttaa työn suorittamista. Omistaja painotti työn laadun tärkeyttä ja työn lopputuloksen tarkistamista. Viimeinen silmäys asuntoon pitäisi tehdä aina. Näin saataisiin myös sitoutettua työntekijät työhön, kun yrityksen toiminta tuntuisi enemmän omalta.

Ongelmana on se, että asiakkaat eivät ole valmiita maksamaan kaikesta mitä tilaavat. Kaikkia paikkoja ei voi eikä kykene siivoamaan liian lyhyessä ajassa. Esimiehen on osattava myydä palvelut niin, että asiakas ymmärtää mikä siivouksen taso voi olla suurin piirtein milläkin ajalla. Liian kovat odotukset tuottavat vain reklamaatioita ja tyytymättömiä asiakkaita ja työntekijöitä.



Asiakkaille tulisi pystyä myymään siivoukset niin, että aika ei olisi liian kireä. Mitä lyhyemmät ajat asiakkailla on, esimerkiksi 1,5 h, niin sitä useampi asiakas täytyy mahduttaa päivään. Koska muuten kannattavuus ei ole kovin hyvä. Tämä lisää kiirettä. Hienoahan olisi, jos matkoihin ei menisi aikaa, mutta tosiasia on, että asiakkaat eivät yleensä asu ihan lähekkäin.

Laadun kehittämisen seuraaminen edellyttää asiakastyytyväisyysmittauksia. Näin pystytään seuraamaan ovatko toiminnan muutokset vaikuttaneet asiakkaiden tyytyväisyyteen.

Siivoustyön arvostuksen nostaminen ei onnistu yhdestä työpaikasta käsin, mutta se on alku. Tarkkonen, J. (2010) on tehnyt tutkimuksen, jossa selvitetään siivoojien kohtelua, asemaa, vaikutusmahdollisuuksia ja työoloja yksityisissä siivousyrityksissä ja julkisissa organisaatioissa. Tutkimusta varten on pyydetty yksityisten ja julkisten alojen siivoojia osallistumaan kyselyyn. Kyselyyn on voitu vastata Palvelualojen Ammattiliiton PAM:n sivustolla, Julkisten ja Hyvinvointialojen Ammattiliiton JHL:n sivuilla ja Oikeutta Siivoojille –yhdistyksen internetsivuston kautta syyskuusta 2009 toukokuuhun 2010 asti. (Tarkkonen 2010, 39.)

Tutkimuksen tekijä oli jo etukäteen olettanut, että siivoojien arvostus ja työolot eivät ole kovin hyviä. Tutkimus vahvisti tämän. Vaikka siivoojat pystyvät aika hyvin vaikuttamaan siihen missä järjestyksessä kohteet siivotaan, niin muuten heillä ei ole vaikutusmahdollisuuksia työyhteisössä. Siivousvälineiden ja –koneiden kehitys on ollut positiivisista vastaajien mielestä. Myös muuttuneet siivousmenetelmät ovat keventäneet työtä kuten veden käytön vähentäminen. Vaikka menetelmät ovat keventyneet, niin siivoustyön mitoituksen ansiosta työn kuormittavuus ei ole vähentynyt. Kiire on lisääntynyt tehostuksen myötä: työntekijöitä on vähemmän ja heidän pitäisi siivota isompia aloja samassa ajassa. Työn arvostuksesta oltiin kahta mieltä. Työn arvostus liittyy yleisesti yrityksen toimintaan arvostetaanko kaikkia työntekijöitä tasapuolisesti. (Tarkkonen 2010, 45-61.)

## 8 POHDINTA

Opinnäytetyön tekeminen oli mielenkiintoista ja haastavaa. Aihe on kiinnostanut opintojen alusta lähtien, kun ensimmäisenä opiskeluvuonna palvelusta ja palvelun laadusta oli paljon asiaa.

Työtä tehdessä heräsi paljon kysymyksiä Siivouspajan kehittämisestä. Miten saada toiminta kannattamaan niin, että kaikki ei ole irti työntekijöiden selkänahasta? Kuten Siivouspajan omistajan kanssa keskustelimmekin, niin yrityksen tavoite on olla kannustava ja hyvä työpaikka, jotta siivoustyön arvostusta edes jossain nostettaisiin ylöspäin. Siivousalalla huomaa, että ongelmia tulee olemaan kokoajan enemmän, kun töihin ei tahdo saada ammattitaitoista eikä edes alasta kiinnostunutta henkilökuntaa. Ei ymmärretä, että siivooja ei voi olla kuka tahansa, vaan hänellä täytyy olla tietotaitoa tai ainakin valmiuksia ottaa oppia vastaan.

Opinnäytetyötä tehdessä tuli ilmi, että Siivouspajan porrassiivoojat ovat kaikki yli 50 vuotiaita. Tästä voisi olla jatkoa työtyytyväisyystutkimukselle ja työn kehittämiselle. Tulevaisuudessa tyytyväisyyskysely pitäisi tehdä koko henkilöstölle. Pitäisi selvittää miten yli 50 -vuotiaiden työssä jaksamista saataisiin lisättyä ja näin työaika pidennettyä. Lisäksi täytyy kartoittaa tulevan työvoiman tarvetta etukäteen, jotta tämä ei tulisi niin sanotusti yllätyksenä. Kyselyä voi muokata tarpeen mukaan, mutta jotta voi vertailla aikaisempien vuosien kyselyjen tuloksiin, sen on oltava mahdollisimman samanlainen.

Henkilöstökyselyyn vastasi vain kuusi ihmistä kymmenestä. Yrityksessä ei ole aiemmin tehty työtyytyväisyys- tai ylipäänsä minkäänlaisia tutkimuksia. Olisi luullut, että kaikilla olisi ollut jotain sanottavaa. Etukäteen, kun asiaa mietin, niin oletin, että vastausten saantia voi haitata lähinnä se, että ei viitsitä vastata. Mutta sen ajattelin korjaantuvan yhteydenotoilla. Osalta henkilöstöä tuli kuitenkin viestiä, että ei uskalleta kertoa, koska voidaan niin huonosti eikä haluta, että vastausta voidaan heihin kohdistaa. Toimivassa yrityksessä pitäisi voida sanoa ääneen, jos ei ole tyytyväinen työympäristöön, esimieheen tai omaan työhönsä.

Huolestuttavaa on, jos ei uskalla edes nimettömänä tuoda esiin asioita, jotka tuntuvat raskailta.

Siivouspajan internet markkinointi ei ole kovin tehokasta. Google-hakukone ei löytänyt Siivouspajaa hakusanoilla kotisiivous Tampere. Kotisivut täytyisi optimoida hakukoneita varten.

Uusien työntekijöiden rekrytoinnissa Finnclean –messut voivat olla hyvä paikka huomion saamiseksi. Toivoisin, että messuilla huomioidaan siellä käyvät opiskelijat erikseen rekrytoinnissa. Opiskelijoilla on nykyään pitkät harjoittelujaksot koulusta. Näiden aikana heidät voi sitouttaa yritykseen ja saadaan valmiiksi koulutettuja osaajia töihin opiskelujen loppumisen jälkeen.

## LÄHTEET

Aarnikoivu, H.2010. Työelämätaidot - menesty ja voi hyvin. Juva: WS Bookwell Oy.

Eräsalo, U. 2008. Käytännön henkilöstöjohtaminen hotelli- ja ravintola-alalla. Hansaprint Direct oy: Vantaa

Grönroos, C. 2009 Palvelujen johtaminen ja markkinointi. 3. uudistettu painos. WsoyPro: Juva 2009

Haller, S. 1995. Measuring Service Quality: The Results of a Longitudinal Study in Further Education. Teoksessa Kunst, P. & Lemmink, J. (toim). Managing Service Quality. Lontoo UK: Paul Chapman Publishing, 13-27

Heikkilä, T. 2001. Työturvallisuus. Teoksessa Kujala, T. (toim.) Siivoustyönjohdon käsikirja. 2. korjattu painos. Suomen siivousteknisen liiton julkaisuja 2:5. Helsinki: Siivoussektori Oy, 211-232.

Hopsu, L. 2001. Terveyttä ja työkykyä siivoustyöhön. Teoksessa Kujala, T. (toim) Siivoustyönjohdon käsikirja. 2. korjattu painos. Suomen siivousteknisen liiton julkaisuja 2:5. Helsinki: Siivoussektori Oy, 117-136.

Hopsu, L. & Laine, K. 2010. Työkyky ja terveys. Teoksessa Kujala, T. (toim.) Siivoustyön käsikirja. 21. korjattu painos. Suomen siivousteknisen liiton julkaisuja 1:7. Helsinki: Siivoussektori Oy, 177-200

Huilaja, E. 2010. Asiakaspalvelu. Teoksessa Valkosalo, T. (toim.) Siivoustyönkäsikirja. 21. korjattu painos. Suomen siivousteknisen liiton julkaisuja 1:7. Helsinki: Siivoussektori Oy, 27-40.

JohnsonDiversey. Hygicult TPC.Hygieniatesti kokonaisbakteerimäärän mittaamiseen. [.pdf]. Luettu 09.04.2011. <http://www.johnsondiversey.com>.

Kangas, P. 2000. Perehdyttäminen palvelualoilla. Työturvallisuuskeskus. Oy Edita ab.

Kangas, P. & Hämäläinen, J., TTK. 2007. Perehdyttämisen suunnittelu ja toteutus. Työturvallisuuskeskus TTK, palveluryhmä

Kiinteistöpalvelualan työntekijöitä koskeva työehtosopimus. 1.2.2010-30.9.2012.

Kivikallio, J. 2010. Oman työn kehittäminen. Teoksessa Valkosalo, T. (toim.) Siivoustyönkäsikirja. 21. korjattu painos. Suomen siivousteknisen liiton julkaisuja 1:7. Helsinki: Siivoussektori Oy, 17-26.

Kääriäinen, P. 2010. Lika. Teoksessa Valkosalo, T. (toim.) Siivoustyönkäsikirja. 21. korjattu painos. Suomen siivousteknisen liiton julkaisuja 1:7. Helsinki: Siivoussektori Oy, 41-47.

Laaksonen, P. & M. 2001. Onko laadulla väliä? Kuluttajien laadulle antamien merkitysten tarkastelu. Teoksessa Grönroos, C. & Järvinen, R. (toim.) *Palvelut ja asiakassuhteet markkinoinnin polttopisteessä*. Helsinki: Kauppakaari, 82-95.

Laatuakatemia.2011.Muokattu 24.9.2010. Laatu-käsite ja tehtävät. Luettu 25.4.2011. <http://www.kotiposti.net/tuurala/Laatu.htm>

Lahtinen, J. & Isoviita, A. 2001. *Asiakaspalvelun ja markkinoinnin perusteet*. Gummerus: Jyväskylä.

Lepistö, I. 2001. *Perehdyttäminen ja opastus*. Teoksessa Kujala, T. (toim.) *Siivoustyön johdon käsikirja*. 2. korjattu painos. Suomen siivousteknisen liiton julkaisuja 2:5. Helsinki: Siivoussektori Oy, 57-72.

Lillrank, P. 1998. *Laatuajattelu. Laadun filosofia, tekniikka ja johtaminen tietoyhteiskunnassa*. Helsinki: Otava.

Luomajärvi, J. *Siivousteknikko*. 2011. Haastattelu 11.4.2011. Haastattelija Schroderus, P.

Mäenniemi, O. 2008. *Työelämän ja laadukkuuden suhteesta*. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja. Työ ja yrittäjyys 38/2008.[pdf]. Tulostettu 18.4.2011. [http://www.tem.fi/files/20908/TEMjul\\_38\\_2008\\_Tyo\\_ja\\_yrittajyys.pdf](http://www.tem.fi/files/20908/TEMjul_38_2008_Tyo_ja_yrittajyys.pdf)

Net-Foodlab Oy. 2011. ATP-testaus. Luettu 14.4.2011. <http://netfood.fi>.

Ojasalo, K. 2001. *Palveluyrityksen tuottavuuden tehostaminen-resurssien minimoinnista asiakasajatteluun*. Teoksessa Grönroos, C. & Järvinen, R. (toim.) *Palvelut ja asiakassuhteet markkinoinnin polttopisteessä*. Helsinki: Kauppakaari, 56-65.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2009. *Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan*. Helsinki: WsoyPro Oy.

Palvelualojen ammattiliitto PAM . 2011. Luettu 4.5.2011. <http://www.pam.fi/fi/tyo/kiinteistopalvelujaturva/Sivut/Default.aspx>.

Pääkkönen, R., Rantanen, S. & Uitti, J. 2005. *Työn terveysvaarojen tunnistaminen*. 2. painos. Helsinki: Työterveyslaitos. Sosiaali- ja terveysministeriö

Ritvanen, A. 2002 *Palvelun laatu*. Teoksessa Kujala, T. (toim.) *Palveluohjaajan käsikirja*. *Palvelun laatu* 3. Suomen siivousteknisen liiton julkaisuja 2:7. AO-paino

Siivospaja. 2008. *Siivospajan kotisivu*. Luettu 6.4.2011. <http://siivospaja.fi>.

Suomen Standardisoimisliitto SFS ry. 2010. *Puhtausalan sanasto*. 4. painos. Helsinki.

Suontamo, T. 2011. *Filosofian tohtori. Pintapuhtauden raja-arvot ja toimenpiderajat*. Luento. *Uima-allastilojen siivous* 13.4.2011. Tampereen ammattikorkeakoulu. Tampere.

Tarkkonen, J. 2010. Enemmän, nopeammin ja halvemmalla. Laadullinen tutkimus siivoojien kohtelusta, asemasta, vaikutusmahdollisuuksista ja työoloista siivousyrityksissä ja julkisissa organisaatioissa. Innosafe –tutkimukset 1/2010. Oulu

Työturvallisuuslaki 23.8.2002/738

Valkosalo, T. 2010. Työsuojelu. Teoksessa Valkosalo, T. (toim.) Siivoustyönkäsi-  
kirja. 21. korjattu painos. Suomen siivousteknisen liiton julkaisuja 1:7. Helsinki:  
Siivoussektori Oy, 167-176.

Valvisto, E. 2005. Oikeat ihmiset oikeille paikoille. Jyväskylä: Talentum.

Virtala-Kantola, M., Hotanen, T., Kärnä, H. & Ristimäki, K. 2005. Terveenä työs-  
sä ja työstä puhdistuspalvelualalla. Suomen siivousteknisen liiton julkaisuja  
1:19. Helsinki: Siivoussektori.

## LIITTEET

LIITE 1: 1(3)

## SIIVOUSPAJAN TYYTYVÄISYYSKYSELY KOTISIIVOUSASIAKKAILLE.

Selvitämme oletteko olleet tyytyväisiä saamaanne palveluun. Pyrimme mahdollisuuksien mukaan kehittämään palvelua.

Vastausaikaa on 15.4.2011. Kyselyn voi lähettää vastauskuoressa Siivouspajaan.

## PERUSTIEDOT

## 1 Asuntotyyppi

- |                |              |
|----------------|--------------|
| 1. Omakotitalo | 4. Luhtitalo |
| 2. Rivitalo    | 5. Muu       |
| 3. Kerrostalo  |              |

## 2 Asunnon koko

- |                           |                           |        |
|---------------------------|---------------------------|--------|
| 2. 10-50 m <sup>2</sup>   | 4. 151-200 m              | 27 Muu |
| 3. 51-100 m <sup>2</sup>  | 5. 201-250 m <sup>2</sup> |        |
| 4. 101-150 m <sup>2</sup> | 6. 251-300 m <sup>2</sup> |        |

## 3 Kuinka kauan (noin) olette olleet siivouspajan asiakas?

## 4 Mistä kuulitte yrityksestä?

- |                   |                |
|-------------------|----------------|
| 1 Lehti           | 4 ystävältä    |
| 2 Suoramainos     | 5 Internetistä |
| 3 Keltaiset sivut | 6 Muu          |

(jatkuu)

## LIITE 1: 2(3)

Seuraaviin kysymyksiin vastataan ympyröimällä asteikosta oikea numero:  
 1= en ole tyytyväinen-2=parantamisen varaa-3=en osaa sanoa-4= olen tyytyväinen – 5= olen hyvin tyytyväinen. Lisäksi voitte kirjoittaa kuhunkin kohtaan tarkempia tietoja.

**SIIVOOJIEN TOIMINTA**

5 Siivoojien käyttäytyminen

1      2      3      4      5

---

6 Palveluhalukkuus

1      2      3      4      5

---

7 Siivoojien ulkoasu

1      2      3      4      5

---

**SIIVOUKSEN LAATU**

Arvioikaa erikseen seuraavien tilojen puhtautta siivouksen jälkeen:

8 Keittiö

1      2      3      4      5

---

9 Olohuone

1      2      3      4      5

---

10 Makuuhuone

1      2      3      4      5

---

11 WC

1      2      3      4      5

---

12 Pesuhuone

1      2      3      4      5

(jatkuu)



**YRITYS**

LIITE 1: 3(3)

13 Miten koette yhteydenpidon yritykseen sujuvan?

1    2    3    4    5

14 Aikataulujen pitävyys

1    2    3    4    5

15 Oletteko olleet tyytyväisiä siivouksen kellonaikaan?

1    2    3    4    5

16 Reklamaatioiden hoito

1    2    3    4    5

17 Missä asioissa palvelun laatua voisi parantaa?

18 Muuta kommentoitavaa...

Kiitoksia vastauksistanne.

Kyselyyn vastanneilla on mahdollisuus voittaa pyykinpesu- ja huuhteluainetta täyttämällä alla oleva kuponki. Arvontalipukkeen voi palauttaa erikseen siivoojalle, jos ei halua nimeään yhdistettävän kyselyyn.

Nimi\_\_\_\_\_

puh.\_\_\_\_\_

Lisätietoja pesuaineista löytyy Siivouspajan nettisivuilta [www.siivouspaja.fi](http://www.siivouspaja.fi)

## LIITE 2

## KYSYMYSRUNKO SIIVOUSPAJAN OMISTAJAN HAASTATTELUUN

Moi!

Yritän nyt kartoittaa asiakaskyselyn tulosten taustatekijöitä. Voisitko vähän valottaa yrityksen palvelukulttuuria ja toimintaperiaatteita? Mitä kehittämisideoita sinulla on ja mihin suuntaan haluaisit yrityksen olevan menossa?

Henkilökunnalle tein kyselyn, jossa kyselin työtyytyväisyydestä, vaikutusmahdollisuuksista, perehdyttämisestä, työyhteisön toimivuudesta ja siitä onko yrityksen liikeidea tiedossa (kenelle, mitä, miten).

Yrityksen liikeidea: kenelle, mitä, miten? Voi tuntua selviöltä, mutta silti.

Mitä kuuluu mielestäsi hyvään palveluun?

Tuleeko työntekijöiltä tarpeeksi informaatiota kohteista?

Mistä asioista täytyisi informoida, siivouksen jälkeen?

Haluaisitko, että työntekijät olisivat aktiivisemmin mukana yrityksen kehittämisessä?

## Siivouspajan tyytyväisyyskysely henkilökunnalle LIITE 3: 1(3)

Hei!

Teen opinnäytetyönä Siivouspajalle kartoituksen henkilökunnan tyytyväisyydestä osana palvelujen laatu selvitystä. Asiakastyytyväisyyskysely on mennyt jo asiakkaille.

Vastaukset toivoisin palautettavan 20.4.2011 mennessä.

Toivoisin niihin kysymyksiin kirjallista palautetta, joissa se on mahdollista. Vastausten purku tapahtuu niin, että vastaajan henkilöllisyys ei selviä.

### Perustiedot

Valitse sopivin vaihtoehto vastauksista.

Aseta punaisen kysymysmerkin kohdalle kursori, niin saat vähän apuja täyttämiseen.

Ikä ?)(1. 17-25, 2. 26-35, 3. 36-45, 4. 46-)

Koulutus ? (Peruskoulu, ammattikoulu, opisto, lukio, ammattikorkea, muu)

Muu koulutus ?

Kuinka kauan olet ollut siivousalalla? (1. alle vuoden, 2. 1-5 v, 3. 6-10, 4. 11-15, 5. 16-20, 6. 21-)

### Tyytyväisyys

Vastaa kysymyksiin asteikolla 1-5 (1 = huonoin ja 5= paras).

Lisäksi toivoisin vielä kommentteja kysymyksiin.

Viihtyvyys ?

1    2    3    4    5                      Kertoisitko lisää...

Viihdytkö työssäsi?

1    2    3    4    5                      Kertoisitko lisää...

Oletko tyytyväinen työoloihin?

1    2    3    4    5                      Kertoisitko lisää...

(jatkuu)

## LIITE 3: 2(3)

Pystytkö vaikuttamaan mielestäsi riittävästi työhösi ja tehtäviisi?

1    2    3    4    5                      Kertoisitko lisää..

Miten työyhteisö mielestäsi toimii?

1    2    3    4    5                      Kertoisitko lisää...

Ergonomia

Tunnetko työergonomiaa?                      Kertoisitko lisää...

Kyllä    Ei

Tarvitsetko opastusta oikeanlaisiin työasentoihin?

Kyllä    Ei                                      Kertoisitko lisää...

Mitä kuuluu mielestäsi hyvään palveluun? ?

### **Toimintatapojen selkeys**

Perehdytys ?

Miten perehdytys on mielestäsi hoidettu taloon tullessa?

1    2    3    4    5                      Kertoisitko lisää.

Onko perehdytystä ollut tarpeeksi myös myöhemmin?

1    2    3    4    5                      Kertoisitko lisää.

Tunnetko tarvetta lisäkoulutukselle?

Kyllä    Ei                                      Kertoisitko lisää...

Tiedonkulku ?

Onko yrityksen tiedonkulku mielestäsi tehokasta

1    2    3    4    5                      Kertoisitko lisää...

Esimiehen toiminta

1    2    3    4    5                      Kertoisitko lisää...

(jatkuu)

## LIITE 3: 3(3)

Onko työnjako mielestäsi toimiva?

1 2 3 4 5 Kertoisitko lisää...

Oletko tyytyväinen esimiehen johtamistapaan?

1 2 3 4 5 Kertoisitko lisää...

Saatko tarpeeksi palautetta työstäsi?

Kyllä Ei

Kertoisitko lisää...

### **Yritys**

Vastaa kysymyksiin omin sanoin. Ilolla otetaan vastaan kaikki vastaukset.

Onko yrityksen tavoitteet /liikeidea (mitä, kenelle, miten) tiedossa? ?

Onko sinulla kehittämissuhteita liittyen yrityksen toimintaan tai omaan työhösi? ?

Hyvää kevään jatkoa ja kiitoksia vastauksista!!