



TEKNILLINEN TIEDEKUNTA

**PALVELUN LAATU
ULKOMAALAUSSPROSESSISSA**

Ilari Puroila

TUOTANTOTALOUS

Kandidaatintyö

Syyskuu 2020



TEKNILLINEN TIEDEKUNTA

**PALVELUN LAATU
ULKOMAALAUSSPROSESSISSA**

Ilari Puroila

Ohjaaja: Petteri Annunen

TUOTANTOTALOUS

Kandidaatintyö

Syyskuu 2020

TIIVISTELMÄ

OPINNÄYTETYÖSTÄ Oulun yliopisto Teknillinen tiedekunta

| | | | |
|--|-----------------------------|---|-----------------------------|
| Koulutusohjelma (kandidaatintyö, diplomityö) Tuotantotalouden tutkinto-ohjelma | | Pääaineopintojen ala (lisensiaatintyö) | |
| Tekijä Puroila, Ilari | | Työn ohjaaja yliopistolla Annunen P, tohtorikoulutettava | |
| Työn nimi Palvelun laatu ulkomaalausprosessissa | | | |
| Opintosuunta Tuotantotalous | Työn laji Kandidaatintyö | Aika Syyskuu 2020 | Sivumäärä 35 s., 1 liite |
| Tiivistelmä <p>Palvelusektori kattaa yhä suuremman osan työpaikoista nykyaikana. Alati koveneva kilpailu markkinoilla lisää yritysten tarvetta panostaa asiakkaiden palvelukokemuksiin myös perinteisesti tuotantosektoriin miellettyillä aloilla. Kotitalousasiakkaille tuotetussa ulkomaalauspalvelussa palvelukokemuksella on merkittävä vaikutus asiakkaan kokonaistyytyväisyyteen.</p> <p>Tutkielman tavoitteena on löytää keskeiset elementit, joista laadukas ulkomaalauspalvelu koostuu. Keskeisten elementtien tuella etsitään toimintatapoja, joilla laadukas ulkomaalauspalvelu saadaan toteutettua. Tutkimusmetodina on kirjallisuuskatsaus ja kotitalousasiakkaille tehtävä kyselytutkimus. Tärkeintä teoriaa, vankkaa empiriaa ja asiakkaiden palautetta yhdistelemällä ja vertailemalla pyritään saamaan esille, mitkä toimintatavat lisäävät yrityksen kilpailukykyä ulkomaalausalalla.</p> <p>Tutkielman tärkein tulos on palveluiden esittelyn vaikeus. Ulkomaalauspalveluissa asiakkaiden on vaikea luottaa tulevan työn laatuun ja siksi heillä kuluu paljon aikaa ulkomaalauksen järjestämiseen. Jatkotutkimusaihe voisi olla palveluiden esittelytapojen kehittäminen ja sen vaikutus asiakasmääriin. Tutkielmaa ja siitä saatavia tuloksia voidaan käyttää myös ulkomaalausalalan yrityksen perustamiseen tai kehittämiseen.</p> | | | |
| Muita tietoja | | | |

SISÄLLYSLUETTELO

| | |
|---|----|
| 1 JOHDANTO | 4 |
| 2 PALVELUN LAATU KUNNOSSAPIDOSSA..... | 6 |
| 2.1 Palvelun laatu | 6 |
| 2.2 Laadun kuusi näkökulmaa..... | 8 |
| 2.3 Palvelun laadun tunnusmerkkejä..... | 10 |
| 2.4 Heikon laadun aiheuttamat kustannukset..... | 11 |
| 2.5 Laadunvarmistus projektiluontoisessa kunnossapitotyössä | 12 |
| 2.6 Jatkuva parantaminen..... | 13 |
| 3 ULKOMAALAUSSPROSESSI KÄYTÄNNÖSSÄ..... | 15 |
| 3.1 Myyntiprosessi | 15 |
| 3.2 Urakoiden suunnittelu ja tarvikkeiden hankinta | 18 |
| 3.3 Maalausprosessi | 19 |
| 3.4 Asiakaspalvelu | 22 |
| 4 TUTKIMUS | 23 |
| 4.1 Tutkimustavan valinnan perusteet..... | 23 |
| 4.2 Tutkimuksen tulokset | 25 |
| 4.3 Tulosten analysointi | 27 |
| 5 YHTEENVETO JA POHDINTA | 29 |
| LÄHDELUETTELO..... | 34 |
| LIITE: | |
| Liite 1. Asiakaskyselyn kysymykset ja vastaukset. | |

1 JOHDANTO

Rakennusten huoltomaalausprosessi on kunnossapitoprosessi, joka voidaan tuottaa yrityksen asiakkaalle palveluna. Ulkomaalaukset tuotetaan asiakkaille yksilöllisinä projektituontoisina toteutuksina. Prosessin lopputuote on kunnossapidon ja palvelun lopputulos eli tässä tapauksessa asiakkaan asuinrakennuksen uusi maalipinta ja asiakkaan kokemus palvelusta. Tämä kandidaatintutkielma käsittelee ulkomaalauksien tyypeistä huoltomaalauksia ja keskittyy palvelun laatuun ulkomaalausprosessissa.

Aiheen valintaan vaikutti ulkomaalauslalla toimiva toiminimiyritykseni. Sen lisäksi, että palveluala ja laatu ovat kiinnostaneet minua, työn motiivina oli saada tietoa asiakkailtani oman yritykseni toiminnan laadusta. Palvelualojen tutkiminen on tärkeää, sillä jo vuonna 2010 palvelualojen osuus kaikista työpaikoista oli 72,9 % ja osuus on ollut kasvussa (Tilastokeskus, 2012). Ulkomaalauspalvelussa asiakaspalvelun osuus työstä on suuri, sillä suuri osa työstä tehdään usein asiakkaan pihamaalla. Tässä tutkielmassa käsitellään ulkomaalauspalveluun kuuluvaa palvelun osuutta ja jätetään ulkomaalauksen tekninen puoli tarkastelematta.

Tutkielma koostuu teoriasta, ulkomaalausyrityksen käytännön toimintatapojen kuvaamisesta ja suoritetusta tutkimuksesta. Työn toisessa luvussa käsiteltävä teoriaosuus on tehty kirjallisuuskatsauksena, joka käsittelee kunnossapidon palvelun laatua. Teoriaosuudessa nidotaan yhteen tärkeimmät teoreettiset lähtökohdat työlle. Kolmannessa luvussa kuvataan yritykseni aiheeseen liittyvät toimintatavat. Neljännessä luvussa kerrotaan, kuinka asiakaskyselytutkimus tehtiin, mitkä ovat sen rajoitteet ja mitä tuloksia siitä saatiin. Yhteenvedossa ja pohdinnassa näitä kolmea osuutta yhdistetään ja vertaillaan toisiinsa.

Kirjallisuuskatsauksessa on pyritty käyttämään alan tunnetuimpia lähteitä. Pohjana työlle ovat Christian Grönroosin (2009) ja Paul Lillrankin (1990) teokset, jotka käsittelevät palvelun laatua ja laatujohtamista eri näkökulmista. Näiden pohjalta on pyritty löytämään palveluille keskeiset korkean laadun tunnusmerkit. Jatkona on muun muassa Kaoru Ishikawan (1991) määrittämiä heikon laadun aiheuttamia kustannuksia. Lopuksi käydään vielä laadunhallinnan menetelmiä, jotka perustuvat Juha-Matti Junnoson ja Jouko Kanakaisen (2001) teokseen *Laatuajattelu ja rakennustyömaan laatutoiminnot*.

Työn empiriaosuuden pohjana on oma kokemukseni ulkomaalausosalalla neljältä vuodelta. Empiriaosuudessa kuvataan toiminimiyritykseni toimintatavat ulkomaalausyrityksen toiminnanjohtamisessa. Aluksi esitellään asiakashankinta ja myyntiprosessi, jonka jälkeen käsitellään urakoiden suunnittelua ja tarvikkeiden hankintaa. Näistä siirrytään itse maalausprosessin kuvaamiseen. Lopuksi käsitellään vielä asiakaspalvelua koko prosessin ajalta.

Työn tavoitteena on löytää tärkeimmät elementit, joista laadukas ulkomaalauspalvelu koostuu. Lisäksi tavoitteena on löytää toimintatavat, joilla voidaan rakentaa laadukas ulkomaalauspalveluprosessi käytäntöön. Työn teoriaosuus antaa teoreettiset viitekehykset laadukkaalle toiminnalle ja työn empiriaosuus kuvaa, kuinka esimerkkiyritys on toiminut ulkomaalauspalvelua tuottaessa. Työssä suoritettun asiakaskyselyn tuloksiin ja teoriaosuuteen pohjaten arvioidaan, kuinka hyvin esimerkkiyritys on onnistunut laadun tuottamisessa. Tutkimuskysymykset ovat seuraavat:

1. Mistä laadukas ulkomaalauspalvelu koostuu?
2. Kuinka hyvin yritykseni onnistui täyttämään laatuvaatimukset teoriaosuuden ja asiakaskyselyn tulosten perusteella?

2 PALVELUN LAATU KUNNOSSAPIDOSSA

Palvelu on aineeton tapahtuma, joka toimii ratkaisuna asiakkaan ongelmaan. Määritelmän mukaan palveluprosessiin kuuluu palvelutyöntekijöiden, -järjestelmän tai laitteen vuorovaikutus asiakkaan kanssa. Palveluille ominaista on, että niitä kulutetaan samanaikaisesti tuotannon kanssa. Osittain tästä ja palvelun ainutkertaisuuden syystä on hyvin vaikea määritellä etukäteen palvelun lopullista laatua. (Grönroos 2001, s. 79)

Grönroos (2001, s. 85–89) korostaa, että palvelun kuluttaminen on enemmänkin prosessin, kuin lopputuotteen kuluttamista. Palvelussa kuluttaja tai käyttäjä kokee tuotantoprosessin kulutuksen yhtenä osana. Palvelun kuluttaja ei siis kuluta pelkästään fyysisistä lopputuotosta, jonka prosessi tuottaa, vaan myös itse palveluprosessia. Kulutusprosessin päässä on asiakkaan tilaama lopputulos, joka muodostuu siis palveluprosessista. Tästä syystä kokemus palvelusta muodostuu etenkin palvelun kulutuksen perusteella.

Richard Normannin (1985, s. 19) kuvauksessa palvelun ominaisuuksista on paljon samaa. Palvelu on aineeton tapahtuma, jonka omistusoikeus ei siirry. Palvelua ei voida jälleenydyä, ja sen esittely ennen ostoa on vaikeaa, koska tuotetta ei ole olemassa ennen ostoa. Palvelu on joka kerta ainutlaatuinen. Palvelun varastointi on mahdotonta. Palvelu tuotetaan ja kulutetaan usein yhtä aikaa, ja tuotanto, kulutus ja myynti tehdään usein yhdessä paikassa. Tuotteen kuljetus ei onnistu, mutta tuottajien kuljetus voi onnistua. Tuotantotapahtuma on interaktiivinen tuottajan ja asiakkaan välillä. Palvelu vaatii välittömän kontaktin. Palvelun vienti on usein mahdotonta, mutta palvelujärjestelmä voidaan viedä.

Palveluun sisältyy ydinpalvelun lisäksi tuki- ja lisäpalveluita. Ydinpalvelu vastaa asiakkaan ensisijaiseen tarpeeseen ja lisäpalvelut ovat sopimukseen kuulumattomia, mutta asiakkaalle tärkeitä palveluita, jotka rakennetaan ydinpalvelun tueksi. Vaikka tukipalvelut eivät ole välttämättömiä, ne tekevät varsinaisen ydinpalvelun käytön miellyttävämmäksi asiakkaalle. Ydin-, tuki-, ja lisäpalvelut yhdessä muodostavat palvelupaketin, josta asiakas hyötyy rahallista korvausta vastaan. (Kinnunen 2004, s.10)

2.1 Palvelun laatu

Asiakkaat ymmärtävät ja kokevat palvelun laadun usein eri tavoin. Palvelun laadussa korostuu subjektiivinen kokemus mitattavien suureiden lisäksi. Laadun toteutumisen mittari

on palvelukokemusten ja ennakko-odotusten välinen suhde. (Kinnunen 2004, s. 17) Asiakas vertaa muodostuneita odotuksiaan toteutuneeseen palveluun, ja jos ne ovat samalla tasolla, palvelu on ollut laadukasta (Grönroos 2009, s. 105–106; Junnonen & Kankainen 2001, s. 9; Kinnunen 2004, s. 17).

Asiakkaiden tarpeet, ennakkoasenteet, yrityksen imago ja markkinoinnin luomat mielikuvat luovat asiakkaalle odotukset laadukkaasta palvelusta. Ennako-odotusten ollessa tasapainossa palvelun tason kanssa asiakas tuntee palvelun laadun hyväksi. (Grönroos 2009, s. 105–106) Ennako-odotuksiin vaikuttavat myös asiakkaan aikaisemmat kokemukset ja kilpailijoiden toiminta. Asiakkaan odotukset voivat kohdistua palvelun laatuun, henkilökunnan ammattitaitoon ja yhteistyöhalukkuuteen. (Junnonen & Kankainen 2001, s. 9)

Tärkeää on myös huomata palvelun laadussa merkitys asiakkaan kokemalla laadulla, joihin ennako-odotuksilla on suuri merkitys. Jos asiakkaalla on valmiiksi negatiivinen mielikuva yrityksestä, palvelussa tapahtuvat pienet virheet tuntuvat merkittävämmiltä. Jos taas asiakkaan mielikuvat yrityksestä on positiivisia, hän kokee tehdyt virheet merkitysettömimmiksi. Maine ansaitaan kuitenkin pääasiassa tehdyllä työllä ja onnistumisessa siinä. Yrityksen imago rakentuu toteutuneiden palvelutapahtumien perusteella. (Junnonen & Kankainen 2001, s. 9)

Palvelun laadun rakenne voidaan ajatella kolmiosaiseksi. Palvelun laatu rakentuu prosessin lopputuloksesta, teknisestä lopputuloksesta ja taloudellisesta lopputuloksesta. Tässä prosessin lopputulos tarkoittaa yhteistyön sujuvuutta asiakkaan ja palveluntarjoajan välillä. Asiakkaan kokema laatu palveluprosessissa perustuu yrityksen henkilökunnan kanssa käytyyn kohtaamiseen, joten palveluprosessin hyvä lopputulos on tärkeää. Teknisellä lopputuloksella tarkoitetaan, että ostettu palvelu on ollut asiakkaan toiveiden mukainen, ja että palvelu on toteutettu sovitulla tavalla. Asiakkaan tarpeet ja yrityksen strategia vaikuttavat tekniseen laatuun. Taloudellinen lopputulos tarkoittaa asiakkaan hyötyä taloudellisesti palvelun hankkiessaan. Jotta palvelu koetaan laadukkaaksi, täytyy jokaisen osa-alueen toteutua onnistuneesti. (Kinnunen 2004, s. 17)

2.2 Laadun kuusi näkökulmaa

Laatua voidaan tarkastella eri näkökulmista. Paul Lillrank (1990, s. 40) on kuvannut kuusi näkökulmaa laadulle, jotka ovat valmistuskeskeinen laatu, tuotokeskeinen laatu, asiakaskeskeinen laatu, arvokeskeinen laatu, kilpailukeskeinen laatu ja ympäristökeskeinen laatu. Eri yritykset painottavat toiminnassaan eri näkökulmia laadulle, riippuen yrityksen strategiasta markkinoilla.

Valmistuskeskeiseen laatuun panostava yritys valmistaa tuotteensa standardien ja ohjeiden mukaisesti. Laatumittarina toimii virheellisten tuotteiden lukumäärä. Valmistuskeskeinen laatu toteutuu, kun tuotteet läpäisevät tarvittavat vaatimukset ja virhemarginaalit. Laatu on korkea, kun valmistusprosessin virheet ovat vähäisiä. Tuotteiden laatua mitataan tilastollisen laadunhallinnan menetelmillä ja satunnaisilla tarkastuksilla. (Heikkilä ym. 1995, s. 6)

Tuotokeskeisessä laatustrategiassa tuote on laadukas, kun sen ominaisuuksia pidetään laadukkaina. Laatua voidaan mitata esimerkiksi älypuhelimien akunkestolla, kameran tarkkuudella ja helppokäyttöisyydellä. Asiakas hankkii tuotteen, sillä hän haluaa tuotteeseensa laadukkaita ominaisuuksia. Tuotteen laatu koetaan eri tavalla asiakkaiden määrittelyssä itse arvostettavat ominaisuudet tuotteessa. Tuotokeskeisessä laadussa ajatellaan, että kalliimmassa tuotteessa on laadukkaammat ominaisuudet. (Lillrank 1990, s. 42)

Lillrankin (1998, s. 34–37) mukaan asiakaskeskeinen laatu määräytyy sen mukaan, miten hyvin se soveltuu asiakkaan tarpeisiin. Laatu on hyvä, jos asiakas on laatuun tyytyväinen. Palveluntuottajan tehtävänä on selvittää, millainen ratkaisu soveltuu asiakkaan käyttötarkoituksiin täyttäen asiakkaan ennakko-odotukset. Ratkaisun onnistuessa laatu toteuttaa asiakkaan vaatimukset. Asiakkaan laatuodotukset pyritään toteuttamaan tuottamalla juuri asiakkaan haluamia palveluita. Asiakaskeskeisessä laadussa palveluprosessi on korostetussa asemassa, jolloin markkinoinnin ja myynnin merkitys kasvaa muihin laatu näkökulmiin verrattaessa. Asiakaskeskeisessä laadussa asiakkaan toiveilla ja olettamuksilla sekä markkinoinnin luomilla mielikuvilla on suuri merkitys.

Asiakkaan päätös ostaa palvelu tapahtuu subjektiivisten mielikuvien perusteella. Asiakaskeskeiseen laatuun panostava yritys pyrkii tekemään asiakkaat tyytyväisiksi, jotta asiakkaat palaavat ostamaan yrityksen palveluita myös tulevaisuudessa. Asiakaskeskeisen

laadun onnistuessa asiakkaalle voi syntyä vahva merkkiuskollisuus. Asiakkaan kuunteleminen, tyytyväisyystutkimukset ja hinnoittelu ovat avainasemassa asiakaskeskeisessä laadussa. Asiakaskeskeinen laatu saa kritiikkiä siitä, että se toteuttaa vain asiakkaan tämänhetkiset tarpeet. Asiakkaan tulevien valintojen ennustettavuus voi olla vaikeaa ainoastaan subjektiivisten kokemusten perusteella. Toinen heikkous on uusien innovaatioiden vähäisyys. (Lillrank 1998, s. 34–37)

Grönroos (2009 s. 122) on määritellyt seitsemän kriteeriä asiakaskeskeiselle laadulle. Asiakaskeskeiseen laatuun panostavalla yrityksellä on ammattimaiset työntekijät, joilla on tehtäviin soveltuvat taidot. Palveluntarjoajan asenteet ja käyttäytyminen asiakkaita kohtaan on laadukasta. Palveluntarjoaja on joustava asiakasta kohtaan. Asiakaskeskeiseen laatuun kuuluu, että asiakas pystyy luottamaan palveluntarjoajaan tilanteessa kuin tilanteessa. Viidentenä asiakaskeskeisen laadun kriteerinä määritellään palvelun normalisointi, eli palveluntarjoajan kyky palauttaa tilanne hallintaan epäonnistumisten ja odottamattomien vastoinkäymisten edessä. Palvelumaisema vaikuttaa myös laatuun. Asiakas arvioi työympäristöä ja palvelutapahtumaa, josta muodostuu asiakkaalle laatuvaikutelma eli palvelumaisema. Viimeisenä asiakaskeskeisen laadun kriteerinä on yrityksen imago ja uskottavuus. Hyvä imago ja uskottavuus luovat asiakkaalle mielikuvan, että hän saa rahollensa vastinetta uskottavalta yritykseltä.

Arvokeskeisessä laadussa korostuu tuotteesta saatavan arvon merkitys. Asiakas mieltää tuotteen laadun hyväksi, kun siitä saatava arvo ja hyöty on hyvä suhteessa hintaan. Arvokeskeisessä laadussa keskitytään siis hinta-laatusuhteeseen. Arvokeskeisen laadun tuotteita verrataan muihin tuotteisiin samassa hintaluokassa eli tuotokeskeisen laadun perusteella arvokeskeiseen laatuun tähyävä tuote voi olla huonolaatuinen, vaikka onkin arvokeskeisesti laadukas. (Lillrank 1990, s. 43–44)

Kilpailukeskeiseen laatuun keskittyviä tuotteita tai palveluja vertaillaan kilpailijoiden vastaavanlaisiin tuotteisiin. Tuote tai palvelu on laadukas, kun se on kilpailijoiden samassa hintakategoriassa olevia tuotteita parempi. Kilpailuun keskittyvän laatumäärittelyn mukaan tuote on myös silloin hyvä, kun se on ominaisuuksiltaan samalla tasolla kuin kilpailijoiden tuotteet, mutta se on näitä tuotteita halvempi. Kilpailu- ja arvokeskeisessä laatuajattelussa pyritään saamaan kustannukset mahdollisimman mataliksi. Tuotantokus-

tannuksia seurataan kilpailuttamalla kaikki raaka-aineet ja alihankkijat. Kilpailijakeskeisessä laatuajattelussa seurataan kilpailijoiden toimintaa ja verrataan niitä yrityksen omien palveluiden ja tuotteiden laatuun. (Lillrank 1990, s. 44)

Ympäristökeskeiseen laatuun panostava yritys huomioi valmistuksen ympäristö- ja luontovaikutukset. Laatuun vaikuttaa palvelun tai tuotteen käytöstä koituvat ympäristöhaitat. Mitattaessa laatua keskitytään siihen, kuinka uusiutumattomia luonnonvaroja käytetään ja miten kierrätys toteutetaan. Ympäristökeskeistä laatua ei yleensä määrittele asiakkaat, vaan ympäristöalan asiantuntijat, jotka eivät välttämättä itse hanki palvelua tai tuotetta. Ympäristökeskeisen laadun heikkous voi olla tuotteen tai palvelun korkeampi hinta, jolloin vähemmän ympäristötietoiset asiakkaat eivät osta tuotetta. (Lillrank 1990, s. 40)

2.3 Palvelun laadun tunnusmerkkejä

Palveluiden asiakaskeskeinen laatu jakaantuu Lillrankin (1990, s. 56) mukaan kahteen osaan, jotka ovat palveluprosessi ja asiakaspalvelu. Palveluprosessi sisältää kaikki palvelun mahdollistamiseksi tapahtuvat toiminnot, jotka tapahtuvat varsinaisen asiakaspalvelun takana. Asiakaspalvelu tarkoittaa asiakkaan ja työntekijöiden suoraa kohtaamista.

Palveluntarjoajan ammattitaito vaikuttaa palvelun laatuun. Asiakkaalle on tärkeää, että hän voi luottaa palveluntarjoajan taitoihin, ja että ne ovat riittävät työn toteutukseen. Palveluntarjoajalla tulee olla tarvittavat resurssit ja taidot, jotka hyvä lopputulos vaatii. (Grönroos 2009, s. 122; Järviö ym. 2007, s. 176)

Hyvän asiakaslaadun tunnuspiirteitä ovat luotettavuus ja joustavuus. Palvelussa luotettavuus tarkoittaa sitä, että asiakas voi luottaa palveluntarjoajan suorittavan työt sopimusten ja lupauksen mukaisesti. Luotettavuus on sovitussa laatuvaatimuksissa ja aikatauluissa pysymistä. (Grönroos 2009, s. 122; Järviö & Lehtiö 2012, s. 59) Georgen (2003, s. 7) mukaan aikataulussa pysymisen ohella palvelun kesto on yksi palvelun laadun tunnusmerkki. Joustavuus kuvaa palveluntarjoajan kykyä sopeutua muuttuviin olosuhteisiin. Palveluntarjoaja joustaa tarvittaessa huomioiden asiakkaiden vaatimukset. (Grönroos 2009, s. 122)

Myös Lillrankin (1990, s. 57) määritelmän mukaan palvelun joustavuus ja huollettavuus ovat asiakaslaadun osa-alueita. Palvelun huollettavuus tarkoittaa palveluntarjoajan kykyä

joustaa yllättävissä tilanteissa. Palveluntuottaja kykenee huomioimaan asiakkaan muuttuvat tarpeet ja vaatimukset ja pitää palveluita asiakkaan saatavilla. Lisäksi palveluntarjoaja huomaa tekemänsä virheet, ilmoittaa niistä asiakkaalle ja korjaa ne välittömästi.

Yhdenmukaisuus on yksi asiakaslaadun tunnuspiirteistä. Palvelun yhdenmukaisuus on kaikkien asiakkaiden kohtelemista tasavertaisesti. Kun palvelu on kaikille samanlainen, asiakas kokee sen yhdenmukaisena. (Lillrank 1990, s. 57) Palvelu pysyy yhdenmukaisena jokaisen asiakkaan kohdalla, eikä ole riippuvainen kalustosta tai työntekijöiden mielialasta. (Järviö & Lehtiö 2012, s. 59)

Palvelu saadaan toteutettua laadukkaasti, kun työtehtävät on suunniteltu huolellisesti ennakoon. Tulee myös varmistaa, että työskennellään suunnitellusti ja tarkastetaan lopputulos työn valmistuttua. Jos palvelu tai tuote ei täytä asiakkaan toivomuksia, korjataan työskentelytapoja. Toimintaa myös kehitetään jatkuvasti, eikä kehittämisen prosessi ole koskaan valmis. (Salomäki 2003, s. 45)

2.4 Heikon laadun aiheuttamat kustannukset

Heikko laatu aiheuttaa yritykselle taloudellisia kustannuksia. Kustannuksia syntyy asioiden väärin tekemisen lisäksi siitä, että tehdään vääriä asioita (Tervonen 2001, s. 108). Tekemällä korkealaatuista työtä virheiden määrä vähenee. Korkeatasoisen laadun ansiosta tuotteen tai palvelun laatu on tasaisempaa ja valituksia tulee vähemmän. Samaan aikaan yrityksen luotettavuus paranee ja asiakkaat luottavat tuotteisiin enemmän. Kun valituksia on vähemmän, ne voidaan selvittää nopeammin ja ehkäistä niiden toistuminen tehokkaammin. Korkean laadun ansiosta turhaa työtä tehdään vähemmän, uudelleentekeminen vähenee ja näin tehokkuus paranee. Tämä mahdollistaa tuotantomäärien kasvattamisen ja parempien tuotantosuunnitelmien tekemisen. (Ishikawa 1991, s. 5–6)

Korkealla laadulla on myös suoria taloudellisia vaikutuksia. Korkea laatu vähentää yleisiä kustannuksia ja mahdollistaa tuotteiden myynnin korkeampaan hintaan. Tämän myötä yksikkökustannukset laskee ja tuottavuus kasvaa. Kun tuotteiden ja palvelun laatuun voi luottaa, myös tarkastukseen ja testaukseen liittyvät kulut laskevat. (Ishikawa 1991, s. 5–6)

Myös Lecklin (2006, s. 155–160) kirjoittaa laatuvirheiden vaikutuksesta kustannuksiin. Kustannuksia syntyy virheistä ja vääriin asioihin keskittymisestä. Huonon laadun takia asioita joudutaan tekemään uudelleen ja asiakastyytyväisyys laskee. Myös hukkaan menevä aika, materiaalit ja työn vaatimat resurssit aiheuttavat kustannuksia. Kustannuksia pystytään vähentämään huomaamalla itse tehdyt virheet ja korjaamalla toimintatavat ennen kuin asiakas ostaa tuotteen tai palvelun.

Laatuvirhekustannukset voidaan jakaa kolmeen ryhmään. Näkyviä laatuvirhekustannuksia syntyy esimerkiksi, kun asioita joudutaan tekemään uudelleen ja maksamaan sanktioita. Näkyvät laatuvirhekustannukset vievät aikaa ja rahaa. Vaikeasti havaittavia kustannuksia syntyy laatuongelmien välttelystä esimerkiksi, kun huonon laadun takia tarvitaan ylimääräistä työvoimaa tai joudutaan lisäämään raaka-ainemääriä. Näkymätön laatuvirhekustannus on esimerkiksi menetetty myynti, kun asiakkaat huomaavat olemassa olevat laatuongelmat, jolloin he eivät tee tarjouspyyntöjä. Näkymättömien laatuvirhekustannusten kulut eivät näy selkeästi yrityksen muista kustannuksista, joten ne voi olla vaikeaa tunnistaa. (Salomäki 2003, s. 72–73)

2.5 Laadunvarmistus projektiluontoisessa kunnossapitotyössä

Infrarakenteiden kunnossapidosta tulee huolehtia säännöllisesti. Kunnossapito tarkoittaa kohteen nykyisen kunnon säilyttämistä sekä vikojen ja ongelmien ennaltaehkäisyä. Puhtuuttaessa korjaavasta kunnossapidosta, tarkoitetaan kohteen alkuperäiseen toimintakuntoon kunnostamista. Kunnossapidon tarkoitus ei kuitenkaan ole parantaa kohdetta alkuperäistä paremmaksi. (Mikkonen 2009, s. 26)

Projektiluontoisessa työssä toteutetaan ennalta määrätty tuote tai palvelu, jonka kesto voi olla muutamista tunneista tai päivistä jopa useisiin vuosiin. Projektin kustannukset, resurssit ja tehtävät rajataan etukäteen, eikä projektin budjettia saa ylittää. Projektille asetetaan liiketoiminnallisia tavoitteita ja odotuksia. Projektin onnistuminen edellyttää projektinhallintaa ja systemaattista laatutyötä. (Arto ym. 2008)

Projektien ainutlaatuisuuden vuoksi laadunvarmistus voi olla haastavaa. Jokaisen projektin ulkoiset olosuhteet ovat erilaiset esimerkiksi sääolojen suhteen, mikä voi vaikuttaa projektin laatuun kasvaneiden kustannusten tai aikataulujen muutosten vuoksi. Tämän vuoksi projektien laadunvarmistukseen on erityisen tärkeä kiinnittää huomiota. Saman

yrittäjien eri projektien työvaiheet ovat samanlaiset, mutta jokaisen projektin lopputulos on erilainen. Kunnossapitotyön menetelmät ovat yleensä vakiintuneita. (Junnonen & Kankainen 2001, s. 7–15)

Hyvää laatua tuottaessa täytyy virheiden ja puutteiden määrä olla minimissä. Virheiden ja puutteiden ehkäisemiseksi yrityksen täytyy mitata työn jälkeä, ja ohjata tarvittaessa työntekijää. Korkeaa laatua tavoitellessa työ täytyy suunnitella etukäteen. Yrityksen laatujärjestelmät ja laatusuunnitelmat helpottavat laadun varmistamista. Laatujärjestelmässä on tiedot yrityksen yhteisistä toimintatavoista ja ohjeet, kuinka ongelmatilanteissa toimitaan. Laatujärjestelmää varten pitää ennakoita mahdolliset ongelmatilanteet. (Junnonen & Kankainen 2001, s. 7–15)

Projektin laatusuunnitelma tehdään urakoitsijan toimesta. Laatusuunnitelmaan kirjataan yksittäisen projektin laadunhallintaan ja lopputulokseen vaikuttavat toimenpiteet. Laatusuunnitelman tavoitteena on varmistaa projektien erityispiirteet huolehtimalla, että asiakkaan vaatimukset laadulle toteutuvat. Laatusuunnitelmaan kirjataan menetelmät, joilla hyvä laatu toteutetaan, mitataan ja tarkastetaan. (Junnonen & Kankainen 2001, s. 45–47)

Projektin laatusuunnitelmassa otetaan huomioon asiakkaan vaatimusten lisäksi yrityksen laatujärjestelmän vaatimukset. Kustannuksien ja projektin epäonnistumisen välttämiseksi projektin laatuun vaikuttavat tekijät käydään läpi ja lisätään laatusuunnitelmaan ennen projektin alkua. Laatusuunnitelman tavoitteena on löytää ennalta ratkaisut riskitekijöihin, jotka vaikuttavat urakan laatuun, aikatauluun ja kustannuksiin. Lisäksi jokaiselle tehtävälle tehdään työ- ja laatusuunnitelma. Tehtäväkohtaisista laatusuunnitelmista käy ilmi mitä resursseja, kuten kalustoa, työntekijöitä ja materiaaleja yksittäisessä tehtävässä tarvitaan. (Junnonen & Lindholm 2012, s. 62–63)

2.6 Jatkuva parantaminen

Laadun kehityksessä täytyy asiakkaan kuuntelemisen lisäksi itsenäisesti parantaa toimintaa jatkuvasti ja etsiä uusia kehitysmahdollisuuksia. Jatkuva parantaminen pitää yrityksen kilpailukykyisenä ja parantaa asiakkaan kokemaa laatua. Jatkuva parantaminen keskittyy yrityksen sisäisten ongelmien löytämiseen ja toiminnan kehittämiseen, jolloin yrityksen toiminta tehostuu. Jatkuva parantaminen on päivittäisen toiminnan parantamista ilman erikseen kehitettyjä laatutyökaluja. Jatkuva parantaminen on yrityksen työntekijöiden

mielentila, joka keskittyy oman toiminnan kehittämiseen ja virheistä oppimiseen. Toimintaa parannetaan aina epäkohtien tai ongelmien sattuessa. (Salomäki 2003, s. 44–45)

Naidun (2006, s. 50) mukaan yrityksen toiminnan tulee pyrkiä saavuttamaan täydellisyys parantamalla jatkuvasti liiketoimintaa ja tuotantoprosessia. Toimintaa parannetaan tarkastelemalla yrityksen jokaista työvaihetta prosessina. Prosesseista pyritään tekemään tehokkaita, tuloksellisia ja mukautuvia eri tilanteisiin. Toimintaan ei saa olla liian tyytyväinen, ettei kehitys lakkaa. Jatkuva parantaminen poistaa hukkan ja töiden uudestaan tekemisen ja pyrkii poistamaan kaiken turhan, vaikka siitä saatava hyöty olisi pieni. Omaa toimintaa vertaillaan kilpailijoihin ja integroidaan parhaat käytännöt omaan toimintaan sekä innovoidaan uusia toimintatapoja. Jatkuvassa parantamisessa ylläpidetään saavutettu taso ja korjataan virheet pysyvästi. Jatkuva parantaminen tarkoittaa myös uusien teknologioiden käyttöä toiminnassa. Jatkuva parantaminen on yritysten resurssien käyttämistä laatuvoiteisesti.

3 ULKOMAALAUSPROSESSI KÄYTÄNNÖSSÄ

Työn empiriaosuus koostuu omasta kokemuksestani ulkomaalausalaalla neljältä vuodelta. Kolme ensimmäistä kesää olen kartuttanut kokemusta etenkin maalaustyöhön liittyen työskennellessäni eri maalausalan yrityksille Oulussa ja Helsingissä. Viimeisimpänä kesänä, vuonna 2019, tein ulkomaalauksia toiminimellä työparini kanssa Oulussa. Työn empiriaosuus käsittelee kesän 2019 suoritustapojamme ulkomaalauspalveluprosessissa. Teimme itse kaiken alusta loppuun hankkimalla asiakkaat, aikatauluttamalla maalaukset, hankkimalla tarvikkeet, suorittamalla maalaukset ja hoitamalla yrityksen asiat.

Yrityksessämme jokaisella laadun näkökulmalla on osansa toiminnassa. Painopiste on kuitenkin asiakaskeisessä, kilpailijakeskeisessä ja tuotekeskeisessä laadussa. Tärkein tavoitteemme on tehdä asiakas tyytyväiseksi tuottamalla laadukasta maalauspintaa reippaalla työotteella. Pyrimme myös pitämään hintatason hieman matalammalla kuin kilpailijamme, jotka tuottavat yhtä laadukasta maalausjälkeä.

Ulkomaalauspalvelun toteutukseen kuuluu useita osaprosesseja, jotka vaikuttavat asiakkaan kokemaan laatuun. Ensimmäinen osaprosessi on myyntiprosessi, joka jakautuu asiakashankintaan, asiakaskäyntiin, tarjouksen ja sopimuksen laatimiseen ja lähettämiseen asiakkaalle sekä sopimuksen allekirjoittamiseen urakan toteutuksesta. Toinen osaprosessi on urakoiden suunnittelu ja aikataulutus. Kolmantena osaprosessina on tarvikkeiden hankinta, jota seuraa itse maalausprosessi, joka jakautuu kolmeen osaan. Maalausprosessi suoritetaan poistamalla ensin irtomaali, pesemällä pinta ja maalaamalla uusi pinta puupinnan päälle. Jokaisen osaprosessin rinnalla kulkee asiakaspalvelu.

3.1 Myyntiprosessi

Asiakashankintaa teimme kolmella tavalla. Pääkanavamme oli markkinoida yritystämme paikallisessa sanomalehdessä, josta saimme yhdeksän neljästätoista asiakkaastamme. Toiseksi kannattavin tapa hankkia asiakkaita oli urakoitsijoita ja maalausta tarvitsevia asiakkaita yhdistävältä nettisivulta. Sieltä saimme kolme neljästätoista asiakkaasta. Lisäksi teimme hyvin vähän ovelta ovelle myyntiä, josta saimme yhden asiakkaan.

Ensimmäinen kontakti asiakkaaseen tapahtui useimmiten joko asiakkaan soittaessa urakoitsijalle tai urakoitsijan soittaessa asiakkaalle. Puheluun vastattiin esittelemällä itsensä

reippaalla ja selkeällä äänellä. Puhelun aikana asiakkaalta kysyttiin tarkentavia tietoja maalauksesta ja otettiin tarvittavat tiedot ylös, kuten osoite ja muutamia yksityiskohtia maalaukseen liittyen. Puhelun aikana pyrittiin sopimaan käynti asiakkaan luona arvioimassa urakkaa. Käynnin sopiminen pyrittiin tekemään joustavasti niin, että asiakas sai valita ajankohdan. Ennen asiakaskäyntiä rakennukseen tutustuttiin mahdollisuuksien mukaan myös kuvien ja googlen karttapalvelun avulla. Tallennettujen tietojen ja kohteen tutkimisen avulla pyrittiin valmistautumaan asiakaskäynnille ja siellä osoittamaan asiakkaalle, että ollaan kiinnostuneita urakasta.

Asiakaskäynnille mentiin puhtaissa farkuissa ja puhtaassa takissa. Asiakkaalle esittäydettiin reippaalla kättelyllä. Käynnillä kysyttiin tarkentavia kysymyksiä urakasta, maalityyppistä, edellisestä maalauskerasta ja muista yksilöllisistä huomioon otettavista asioista, kuten istutuksesta tai kattojen kantavuudesta. Asiakkaalle suositeltiin laadukasta maalia, ja kerrottiin sen vaikuttavan hintaan, mutta kestävästi pidempään kuin huonompilaatuinen maali. Urakan toteutusta käytiin asiakkaan kanssa joiltakin osin läpi suojauksen ja maalauksen osalta. Käynnillä kierrettiin maalattavat osat asiakkaan kanssa läpi ja kysyttiin tarvittaessa lisätietoja. Käynnillä vakuutettiin, että jokaiseen asiakkaan ongelmaan löytyy ratkaisu. Vaikka ratkaisua ei olisi heti mielessä, vakuutetaan asiakkaalle, että ratkaisu keksitään. Käynnillä keskityttiin asiakkaan kuunteluun, oltiin kiireettömiä ja annettiin asiakkaalle tilaa kertoa talostaan.

Tarjousta varten asiakkaalta otettiin ylös osoitteen ja puhelinnumeron lisäksi sähköpostiosoite tarjouksen lähettämistä varten. Asiakkaan kanssa sovittiin myös arvioitu maalauksen toimitusaika, jotta asiakas voi suunnitella kesäänsä. Kun tiedot olivat ylhäällä, sovittiin, milloin tarjous lähetetään. Asiakasta informoitiin kotitalousvähennyksestä ja kerrottiin, että osa työn osuudesta on vähennettävissä verotuksessa. Lisäksi sovittiin, että asiakas ottaa yhteyttä ennen tarjouksen umpeutumista, tai jos asiakas ei ole ottanut yhteyttä ennen tarjouksen umpeutumista, myyjä ottaa yhteyttä asiakkaaseen. Kun tarvittavat tiedot oli kirjattu ylös, asiakaskäynnin aikana tapahtuva asiakkaan ja myyjän vuorovaikutus päättyi ja asiakas poistui tilanteesta yleensä asuntoon.

Asiakkaan poistuttua laskettiin maalaukseen kuluva aika ja tarvittava maalimäärä. Maalaukseen kuluva aika laskettiin jakamalla seinät sopiviin osiin, joilta voitiin laskea arvioitu aika. Erityisesti vaikeasti maalattavat paikat laskettiin erikseen. Lisäksi tarkistettiin,

kuinka paljon suojausta urakka tarvitsee, ja lisääkö suojaus urakkaan kuluvaan aikaa. Tarvittava maalimäärä arvioitiin maalin ominaisuuksien, maalattavan pinnan pinta-alan ja pinnan kuluneisuuden mukaan. Kuluneempi pinta imee enemmän maalia kuin hyväkuntoinen pinta. Lisäksi tarkistetaan, tarvitaanko urakassa jotain erityisiä välineitä kuten henkilönostinta. Arvioidut tunnit, tarvittava maalimäärä ja erityishuomiot kirjattiin ylös tarjouksen tekoa varten. Työn ja tarvikkeiden osuus hinnasta arvioitiin erikseen, jolloin voitiin ennustaa yrityksen tekemä tulos ja suunnitella liiketoimintaa.

Tarjoukselle on laadittu valmis pohja, jossa on selvitetty asiakkaalle olennaiset asiat, jotka maalaukseen kuuluu. Tarjouksessa on asiakkaan ja myyjän tiedot, tarjouksen voimassaoloaika, sopimus- ja maksuehdot, arvioitu toimitusaika, tiedot pesusta, irtomaalin rappaamisesta ja maalauksesta, arvonlisäverollinen ja arvonlisäveroton hinta työlle ja tarvikkeille, laskutustiedot sekä takuutiedot. Tarjous lähetettiin asiakkaalle sähköpostilla vuorokauden kuluessa asiakaskäynnistä ja pyydettiin asiakasta kertomaan, jos hänellä jäi jotain kysyttävää. Asiakas soitti myyjälle tai myyjä soitti asiakkaalle ennen tarjouksen viimeistä voimassaolopäivää.

Jos asiakas hyväksyi tarjouksen, sovittiin asiakkaan kanssa erikseen sopimuksen allekirjoituksesta. Sopimus allekirjoitettiin joko asiakkaan kotona tai sähköisenä allekirjoituksena. Kesän loppua kohden sähköistä allekirjoitusta alettiin käyttämään enemmän, jotta asiakkaan ei tarvitse käyttää aikaa uuden käyntikerran järjestämiseen. Sopimus sisälsi kaikki samat tiedot kuin tarjous.

Koko myyntiprosessin ajan suhtauduttiin asiakkaaseen kunnioittavasti ja kuunneltiin hänen toiveitaan ja tarpeitaan. Asiakasta kohtaan oltiin hyväkäyttöksisiä ja ystävällisiä koko myyntiprosessin ajan. Myyntiprosessissa pyrittiin ottamaan selville asiakkaan odotukset, ja tavoite oli tehdä asiat niiden mukaan tai niitä paremmin. Yritettiin pitää asiakas tyytyväisenä läpi prosessin, jotta mahdolliset tehdyt virheet saadaan helpommin anteeksi. Myyntiprosessia tarkkailtiin käymällä mielessä läpi jokainen kontakti asiakkaan kanssa, etsimällä myyntiprosessin vaiheista virheitä ja pyrkimällä jatkuvasti parantamaan suoritusta.

3.2 Urakoiden suunnittelu ja tarvikkeiden hankinta

Urakoiden suunnittelua varten on laadittu päiväkohtainen kalenteri, johon urakat kirjataan. Kalenteriin on merkattu valmiiksi päivät, kuten juhlapyhät, jolloin ei voi olla töissä. Kalenteriin merkattiin vihreällä vapaana olevat päivät, keltaisella päivät, joille tarjous on vetämässä ja punaisella päivät, joille on sovittu urakka. Urakat aikataulutettiin kalenteriin käynnillä laskettujen arvioiden mukaan. Kalenteriin jätettiin myös jonkin verran tyhjää tilaa sadepäivien ja muiden olosuhdemuutosten varalta. Joustoa jätettiin kuitenkin maksimissaan yksi päivä viikossa, jolloin pystyttiin parhaiten varmistamaan, että jokaiselle asiakkaalle päästään mahdollisimman lähellä sitä aikaa, kun on sovittu. Töiden aikataulutukseen vaikuttivat sääolosuhteet, joiden ennusteita seurattiin päivittäin töitä tehdessä. Aikatauluun voitiin vaikuttaa esimerkiksi tekemällä urakka valmiiksi olemalla pidempään töissä yhtenä päivänä, jos seuraavalle päivälle oli luvattu sadetta. Näin seuraavana päivänä päästiin kuitenkin pesemään seuraava kohde.

Tarvikkeita hankittiin jo hyvissä ajoin ennen ensimmäistä urakkaa. Telineiden vuokraaja kilpailutettiin noin kuukausi ennen töiden aloitusta. Työauto ja telineiden kuljetukseen soveltuva kärry vuokrattiin. Muiden tarvikkeiden hankinta tehtiin keskitetysti sieltä, missä oli tarpeeksi laaja tuotevalikoima, ja mistä sai parhaimmat hinnat tuotteille. Ennen ensimmäistä urakkaa arvioitiin koko kesän aikana tarvittavat pensselit, suojavälineet ja muut tarvikkeet. Koko kesän arvioidut tarvikkeet maaleja ja pesuaineita lukuun ottamatta hankittiin yhdellä kertaa. Varastoa täydennettiin tarvittaessa maalien hankinnan yhteydessä. Näin pyrittiin minimoimaan tarvikkeiden hankintaan kuluva aika.

Maalit hankittiin jokaiselle urakalle pesupäivän jälkeen, jotta maalit eivät olleet viemässä tilaa työautosta ja kärrystä. Maalit hankittiin vasta pesupäivän jälkeen myös siksi, että voitiin varmistaa asiakkaalta oikea maali. Varmistus voitiin tehdä joko maalikoodilla tai asiakkaan talosta otetulla maalinäytteellä, jonka sävy voitiin tarkistaa maalikaupasta. Virheelliset hankinnat voivat aiheuttaa turhia kustannuksia rahallisesti ylimääräisten maalien takia ja ajallisesti toistuvien kauppareissujen muodossa. Lisäksi uudelleen hankinnan kertaalleen sattuessa, huomattiin sen lisäävän kiirettä ja stressiä työntekijöissä.

3.3 Maalausprosessi

Työmaalle mentäessä asiakasta informoitiin noin kahta päivää ennen, jotta asiakas pystyi valmistautumaan työntekijöiden tuloon esimerkiksi siirtämällä tavaroita seinien lähetyviltä. Näin työmaalle mentäessä pystyttiin aloittamaan työt heti. Jos urakan aloitus oli arvioidusta aikataulusta myöhässä, se informoitiin asiakkaalle mahdollisimman aikaisin myöhästymisen varmistuttua.

Asiakkaan kanssa käytiin jonkin verran työsuunnitelmaa läpi työmaata aloittaessa. Työsuunnitelman läpikäyntiin kuului aikataulun kertominen asiakkaalle. Aikataulua myös päivitettiin asiakkaalle jokaisen päivän jälkeen. Maalausprosessin jokainen vaihe tehtiin sillä ajatuksella, että tavoitteena on saada asiakas tyytyväiseksi. Maalauksen osaprosessit suoritettiin järjestyksessä irtomaalin poisto, puupintojen sekä rännien pesu ja maalaus. Jokaisen päivän jälkeen työmaa siistittiin. Työmaalla pyrittiin olemaan hyvällä mielellä ja jutusteltiin asiakkaan kanssa tauoilla ja työpäivien jälkeen.

Työsuunnitelman läpikäynnin jälkeen purettiin työmaalla tarvittavat työvälineet karrystä ja autosta. Jokaisella urakalla tarvittiin telineitä, joten ne purettiin erilaisten osien mukaan kasoiksi työmaalle. Telineet koottiin ennen ensimmäistä maalauksen työvaihetta. Telineiden korkeutta muutettiin tarpeen mukaan.

Muutamassa urakassa täytyi maalattavalta pinnalta poistaa vanha irtomaali ennen pesua ja maalausta. Irtomaali lohkeilee, kupruilee ja voi olla irtoamaisillaan seinästä. Erityisesti kupruilevat kohdat poistettiin, koska niiden alla on ilmaa, eikä maali pääse näin ollen tarttumaan puupintaan. Irtomaalia poistettaessa alue, jolle maali tippui suojattiin matolla, josta se oli helppo siirtää roska-astiaan. Näin voitiin varmistaa, ettei maalia päädy asiakkaan nurmikolle ja istutuksiin.

Irtomaalia poistettaessa valittiin työvälineet tarkasti. Kaapimissa on suuria eroja tehokkuuden kannalta. Paremmat kaapimet maksoivat enemmän kuin keskinkertaiset kaapimet, mutta työnteko nopeutui niiden ansiosta huomattavasti ja työn jälki parantui. Kaikki irtomaali kaavittiin vanhasta maalipinnasta, mutta varottiin, ettei puupinta vaurioidu.

Mahdollisen irtomaalin poistamisen jälkeen tehtiin maalattavan pinnan pesu. Ensin pestävät kohdat huuhdeltiin vedellä, jotta irtoroskat huuhtoutuivat pois. Tämän jälkeen maa-

lattavalle pinnalle suihkutettiin huoltopesuaine tai homepesuaine. Niille kohdille maali-pintaa, joissa oli homepisteitä, suihkutettiin homepesuaine, ja muille kohdille huoltope-suaine. Pesuaineen annettiin vaikuttaa hetki. Selvästi likaisimmat kohdat harjattiin seinä-harjalla. Harjauksen jälkeen seinä huuhdeltiin vedellä.

Pesussa ei käytetty painepesuria, jottei seinän puupinta vaurioituisi. Pesun aikana huomi-oiitiin myös asiakkaan kasvit ja ulkokalusteet, etteivät ne vaurioitu pesussa. Varottiin myös, ettei asiakkaan ikkunoihin mene roskia ja pesuainetta, ja tarvittaessa ne suojattiin. Pesun jälkeen pinnan kuivumiselle annettiin päivä aikaa, jolloin voitiin varmistua, että pinta on tarpeeksi kuiva maalausta varten. Jos pesussa ei kestänyt kauan aikaa, se suori-tettiin toisen urakan lopettamisen kanssa samana päivänä, jotta ei tarvinnut odottaa pit-kään maalauksen aloittamista seinän kuivuessa, vaan päästiin seuraavana päivänä heti maalaamaan. Näin saatiin pidettyä urakoiden aikataulutusta tiiviinä.

Maalipinnan kuivumisen jälkeen aloitettiin maalipinnan maalausprosessi. Maalauspro-sessi aloitettiin suunnittelemalla maalausjärjestys. Maalausjärjestystä suunnitellessa otet-tiin huomioon auringonpaisteen siirtyminen päivän aikana, telineiden tarve eri puolilla taloa ja asiakkaan tarve käyttää esimerkiksi tiettyä ovea. Lisäksi mietittiin suojauksen tarvetta eri puolille taloa ja sen toteutusta. Tarvittaessa asiakkaan tavaroita siirrettiin maa-lauksen tieltä.

Kiinnitettiin huomiota myös siihen, miten maalausjärjestys muuttuu, kun maalataan pystylautaa ja vaakalautaa. Pystylautaa maalatessa tulee maalata koko lauta alhaalta ylös tar-peeksi lyhyessä ajassa, jottei maali ehdi kuivua liian nopeasti, jolloin syntyy rumia rajoja seiniin. Vaakalautaa maalatessa tilanne on sama, mutta vaakasuuntainen, jolloin lauta tu-lee maalata toisesta päädyistä toiseen päätyyn tarpeeksi nopeasti. Maalausjärjestykseen vaikutti myös kulmalautojen, ikkunanpielien ja räystäslautojen rakennustyyli. Kohteen mukaan valittiin, maalataanko ensin pääväri, ja sitten muut pinnat vai toisinpäin. Päävärin ja muiden maalattavien pintojen maalausjärjestykseen vaikutti maalin peittävyys ja ra-jauksien tekeminen näiden pintojen värien välillä.

Suunnittelun jälkeen siirryttiin maalaamaan. Maalaaminen aloitettiin aukaisemalla ämpä-rit suojan päällä sellaisella paikalla, jossa ei ole vaaraa, että asiakkaan tavarat sotkeutui-sivat. Maali kaadettiin ämpäreistä erillisiin kymmenen litran astioihin, jotta maalin siir-tely ja nostaminen telaan ja pensseliin olisi helpompaa. Ennen maalin pintaan laittoa suo-jattiin tarvittavat alueet, kuten kynnykset teipillä, matolla tai muovilla.

Pensseliksi valittiin ulkopinnoille sopiva pensseli, jossa oli laadukkaat harjakset. Suurimaksi osaksi käytettiin suurta, leveydeltään 120 mm kokoista pensseliä. Pientä pensseliä käytettiin vain niissä paikoissa, jonne iso pensseli ei mahtunut. Isolla pensselillä huomattiin olevan nopeampi rajata ikkunapielet ja kulmalaudat pensselin harjaksien laadukkuuden vuoksi. Näin ollen suojauksia ei tarvinnut käyttää ikkunapielissä ja kulmalaudoissa, vaan harvoin syntyneet roiskeet väärälle väripinnalle korjattiin maalaamalla päälle maalin kuivuttua.

Maalatessa vedettiin pitkiä painavia vetoja, jolloin jälki on siistiä ja maali tarttuu pintaan. Maalipintaa tarkastettiin noin kahden neliömetrin maalaamisen välein. Valmis maalipinta on tasainen, jossa ei ole liian nopeasta kuivumisesta syntyneitä rajoja. Maalia on vain sille kuuluvissa paikoissa, ja rajaukset ovat niin tarkkoja, ettei muutaman metrin päästä näe virhettä.

Maalin vaatimat maalausolosuhteet vaihtelivat hieman urakoiden välillä. Maalin vaatimusten perusteella vältettiin maalaamasta liian kylmällä säällä, liian kosteaan pintaan, ja kun ilmankosteus oli liian korkea. Maalaaminen keskeytettiin myös kovalla tuulella ja sateella, eikä maalattu pintaan, johon aurinko pääsi paistamaan suoraan.

Maalauspäivän jälkeen maaliastioihin laitettiin noin kaksi litraa maalia, maaliastiat ja pensselit laitettiin ilmatiiviisti pusseihin, ja pussien suut teipattiin umpeen. Näin saatiin nopeasti pakattua maalaustarvikkeet ja voitiin käyttää niitä seuraavana päivänä. Maaliastiat tyhjennettiin urakan jälkeen maalista jättämällä pieni kerros maalia astian sisäpinoille. Maalin kuivuttua se oli helppo irrottaa maaliastiasta, ja maaliastioita voitiin käyttää seuraavilla urakoilla. Käytetyt pensselit laitettiin urakan valmistuttua polttokelpoiseen jätteeseen. Jätteet ja ylijääneet maalit varastoitiin kesän ajaksi ja kierrätettiin kesän loppussa yhdellä kertaa.

Urakan valmistuttua tarkistettiin työn laatu asiakkaan kanssa kiertämällä työmaa. Urakka oli valmis vasta, kun asiakas oli hyväksynyt sen. Asiakkaan annettua hyväksynnän valmiille urakalle, voitiin alkaa purkamaan telineitä, pakkaamaan maaleja sekä jätteitä ja tekemään loppusiivousta työmaalle. Urakan jälkeen asiakkaalle lähetettiin lasku jo samana päivänä.

3.4 Asiakaspalvelu

Asiakaspalveluprosessi alkoi ensimmäisestä kontaktista asiakkaaseen ja päättyi, kun lasku lähetettiin asiakkaalle. Asiakaspalveluun kuului myyntiprosessin aikainen asiakaspalvelu, asiakaspalvelu maalausprosessin aikana työmaalla ja helppo saavutettavuus koko prosessin ajan puhelimen tai sähköpostin välityksellä. Asiakasta pyydettiin ottamaan yhteyttä, jos hänelle tuli kysyttävää, ja yhteydenoton mahdollisuudesta muistutettiin prosessin aikana. Asiakkaan yhteydenottoihin vastattiin mahdollisimman nopeasti. Kysymyksiin pyrittiin vastaamaan selkeästi, ja jos ei ollut valmista vastausta, luvattiin ottaa selvää asiaan.

Asiakkaalle oltiin ystävällisiä koko prosessin ajan ja pyrittiin tekemään töitä hyvätuulisinä. Maalausprosessin aikana tarkkailtiin tilannetta, ja tilanteen mukaan jäätin juttelemaan asiakkaan kanssa työpäivän jälkeen ja tauoilla. Jos vaikutti siltä, että asiakasta kiinnostaa, kerrottiin hänelle yksityiskohtia maalauksesta. Asiakasta pidettiin koko prosessin keston ajan tasalla, miten projekti onnistuu aikataulullisesti. Jos asiakas halusi siirtää urakkaa, se järjesteltiin onnistumaan siirtämällä seuraavaa urakkaa aiemmaksi. Tämä yleensä onnistui, sillä asiakkaat halusivat maalauksen toteutettavaksi mahdollisimman nopeasti.

4 TUTKIMUS

Ulkomaalauspalvelun laadun mittaamisen tutkimus suoritettiin kyselytutkimuksena minun ja työparini kesän 2019 asiakkaille. Kysely lähetettiin yhteensä 13 asiakkaalle, joista 9 vastasi kyselyyn. Kysely koostui neljästä osiosta ja yhteensä 18 kysymyksestä, joihin oli valmiit vastausvaihtoehdot. Ensimmäinen osio käsitteli ulkomaalauksen järjestämistä yleisesti, toisen osion kysymykset liittyivät myyntiprosessiin, kolmas osio keskittyi kysymyksiin maalausprosessista ja neljäs osuus sisälsi kysymyksiä urakan jälkeen hoidettavista asioista. Lisäksi jokaisen osion jälkeen oli kenttä, johon asiakasta pyydettiin laittamaan lisätietoja, jos jokin vastaus sitä vaati. Kysely lähetettiin asiakkaille maaliskuussa 2020 viestillä ja sähköpostilla, ja he pystyivät vastaamaan siihen omatoimisesti. Vastauksia kerättiin huhtikuun ensimmäiseen päivään saakka. Kyselyn kysymykset ja vastaukset ovat kuvattu liitteessä 1.

4.1 Tutkimustavan valinnan perusteet

Palvelutuotantojen mittaaminen voi olla vaikeaa, koska palvelutuotanto on monimutkainen kokonaisuus. Laatumittareita on vaikea käyttää palveluiden aineettomuuden eli tuotoksen määrittelyn haastavuuden takia. Palvelut ovat myös mukautuvia tapahtumia, jonka jokainen asiakas kokee yksilöllisesti. Lisäksi työsuoritusten laajuudet ja sisällöt vaihtelevat palveluissa. Näistä syistä subjektiiviset haastattelut ja kyselyt sopivat hyvin asiakas-tyytyväisyyden ja työntekijöiden kyvykkyyden mittaamiseen palveluissa. Objektiiiset mittarit perustuvat dataan ja faktoihin, joten ne antavat yleensä luotettavampaa tietoa kuin subjektiiviset mittarit, joihin sisältyy aina vastaajan omia mielipiteitä ja arvioita. (Jääskeläinen ym. 2010, s. 126)

Asiakaskyselyn sisältö riippuu kyselyn kohteesta. Yleensä kyselyillä hankitaan tietoa asiakkaiden mielipiteistä tuotteesta, tuotteen ominaisuuksista ja toimivuudesta. Kyselyiden kohteena on asiakkaiden tyytyväisyyden mittaaminen muun muassa palveluun, toimitusaikoihin ja lupauksen pitämiseen. (Tervonen 2001, s. 98)

Kyselytutkimuksessa on myös heikkoutensa. Henkilön vastatessa lomaketutkimukseen, hän suorittaa kognitiivisia tehtäviä. Tehtävät etenemisjärjestys on seuraava: (1) henkilö ymmärtää kysymyksen, (2) henkilö palauttaa mieleen kysymyksessä esitetyn tilanteen, (3) henkilö arvioi tilanteen ja (4) henkilö vastaa kysymykseen. (Godenhjelm 2002, 44;

Tourangeau ym. 2005, 8) Tehtävien etenemisvaiheet eivät kuitenkaan ole suoraan peräkkäisiä, vaan voivat tapahtua limittäin (Tourangeau ym. 2005, 15–16). Vastausprosessin heikkous on se, että jokainen vastausvaihe saattaa häiriintyä vastatessa. Kysymys saateen tulkita väärin, oleellinen informaatio voi unohtua, vastaaja voi tehdä virheellisiä päätelmiä mieleen palautetuista asioista tai vastausluokka saatetaan valita epätarkoituksenmukaisesti. (Tourangeau ym. 2005, 8)

Kyselytutkimuksen heikkous on myös se, että vastauksia herkästi antavat asiakkaat ovat sellaisia, jotka ovat kokeneet tuotteen tai palvelun erittäin huonoksi tai hyväksi ja erittäin hyväksi. Asiakkaat, joille kokemus palvelusta tai tuotteesta on ollut tavanomainen, ei välttämättä vastaa kyselyyn ollenkaan. Kyselyistä saatavien tulosten validiteettiin ja reliabiliteettiin täytyykin suhtautua tietynlaisella varauksella. (Tervonen 2001, s. 98–99) Tässä tapauksessa tutkimuksen heikkous on myös se, että kyselyä ei tehty niille asiakkaille, jotka eivät valinneet toimijaksi tutkimuksen kohdeyritystä. Nämä asiakkaat olisivat voineet antaa arvokasta tietoa siitä, mikä myyntiprosessissa on mennyt pieleen ja vaikuttanut asiakkaan ostopäätökseen.

Lisäksi kyselyssä käytetyt kysymykset jollain lailla aina määrää vastauksista saadun informaation. Kyselytutkimusta parempi tapa palveluiden laadun kehittämisessä olisi asiakashaastattelut, sillä ne ovat vapaamuotoisempia ja antavat asiakkaalle paremmin tilaa ilmaista mielipiteensä. Vastausmahdollisuudet ja vastausten sisällöt ovat haastatteluissa laajempia kuin kyselytutkimuksessa. (Kinnunen 2004, s. 43)

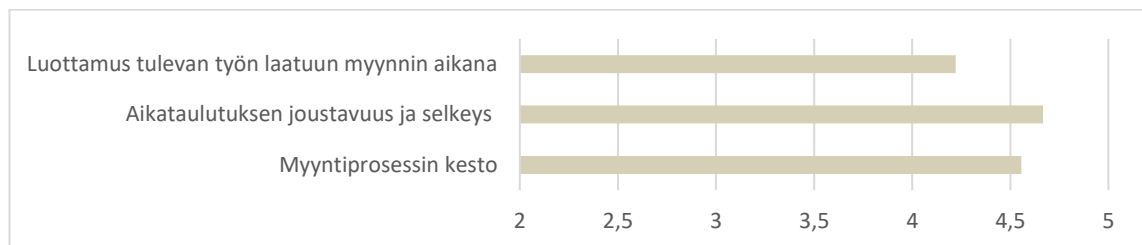
Valitsin kyselytutkimuksen haastattelututkimuksen sijaan, koska halusin mahdollisimman paljon vastauksia tutkimukseen, eikä haastattelu luultavasti olisi ollut yhtä helppo tapa kerätä suurta vastaajajoukkoa, koska haastattelut olisivat vaatineet enemmän aikaa vastaajilta ja aikatauluja ei välttämättä olisi saatu kaikkien kanssa sopimaan. Esimerkiksi kahden tai kolmen asiakkaan näkemys olisi ollut paljon suppeampi nyt saadun yhdeksän sijaan.

Rakensin kyselyn niin, että siihen olisi mahdollisimman helppo ja nopea vastata jopa puhelimen näytöltä. Muotoilin kysymykset niin, että vastaaja pystyi valitsemaan valmiin vastausvaihtoehdon jokaiseen kysymykseen, ja lisäämään tarvittaessa lisätietoja jokaisen osion lopussa. Osiot jaottelin prosessin osien perusteella yleisiin kysymyksiin ulkomaa-lauksesta, myyntiprosessin laatua mittaaviin kysymyksiin, maalausprosessin laatua mittaaviin kysymyksiin ja urakan jälkeisiä toimenpiteitä koskeviin kysymyksiin.

4.2 Tutkimuksen tulokset

Kyselyn ensimmäisessä osiossa oli kysymyksiä liittyen yleisesti ulkomaalauksen järjestämiseen. Kysymyksissä pyydettiin asiakasta kertomaan, kuinka kauan he käyttivät aikaa maalauksen järjestämiseen, ja aiheuttiko jokin asia stressiä maalauksen järjestämisen aikana, joiden jälkeen oli mahdollisuus antaa lisätietoja. Kysymyksillä pyrittiin saamaan selville, mitkä asiat aiheuttavat stressiä maalauksen järjestämisessä, ja korreloiko stressaavuus ja maalauksen järjestämisessä kulunut aika keskenään. Kaksi vastaajaa yhdeksästä kertoi maalauksen järjestämisen aiheuttaneen stressiä. Molemmilla asiakkailla stressin syynä oli toimijoiden lukumäärä ja hintojen vaihtelevuus. Toista asiakasta stressasi myös talosta maalattavien osien päätös. Yksi vastaaja kirjoitti yleisen kommentin, jossa kiitteli meidän mahdollittaneen heidän talonsa korkeiden sivujen maalaamisen kalenterimme, vaikka aikataulumme oli tiukka.

Kyselyn toisen osion kysymykset liittyivät myyntiprosessin ajan tilanteisiin. Osion kolmeen kysymykseen vastattiin numeroarviolla, jossa numeroarvo viisi kuvasi asiakkaan tyytyväisyyttä ja numeroarvo yksi asiakkaan tyytymättömyyttä. Tulokset myyntiprosessin numeroarvioista on kuvattu alla olevassa kuvassa 1. Kuviin on tehty kaaviot vastausten keskiarvoista. Tarkemmat tulokset kyselystä on esitetty liitteessä 1.



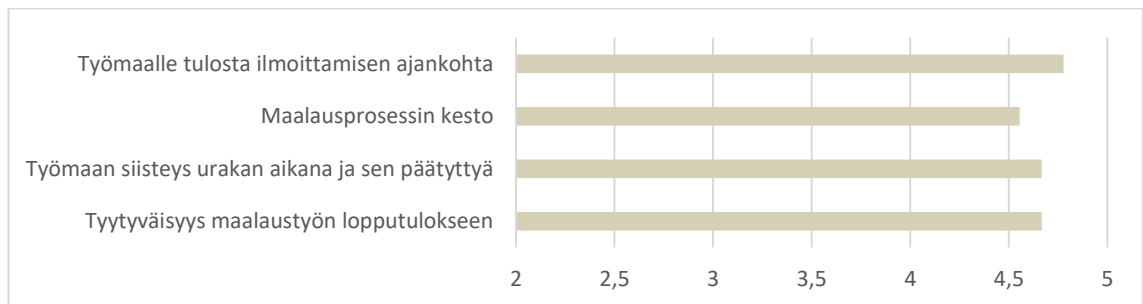
Kuva 1. Myyntiprosessiin liittyvien kysymysten vastaukset

Toisessa osiossa kysyttiin myös kysymyksiä, jos asiakkaalle jäi epäselvyyksiä myyjän kanssa käydyn ensimmäisen puhelun jälkeen, jos asiakkaalle jäi epäselvyyksiä myyntiprosessin jälkeen ja kysymys sopimuksen selkeydestä ja kattavuudesta. Kaikki asiakkaat vastasivat sopimuksen olleen selkeä ja kattava. Kahdeksalle yhdeksästä ei jäänyt epäselviä asioita ensimmäisen puhelun, eikä koko myyntiprosessin jälkeen. Yhdelle asiakkaalle jäi sekä ensimmäisen puhelun että myyntiprosessin jälkeen epäselviä asioita. Asiakas kirjoitti epäselvistä tilanteista seuraavasti:

Alussa hieman mietitytti, että onko toimija riittävän kokenut, mutta luottamus vahvistui työn alettua ja työn jälkeä nähtyä. Eli huolet osoittautuivat aiheettomiksi ja olin tyytyväinen toimijan valintaan. Muistaakseni tarjous annettiin käymättä paikan päällä. Suositte- len jatkossa käymään aina katselmoimassa kohteen paikan päällä, jotta heti alusta alkaen päästään yhteisymmärrykseen tehtävistä töistä.

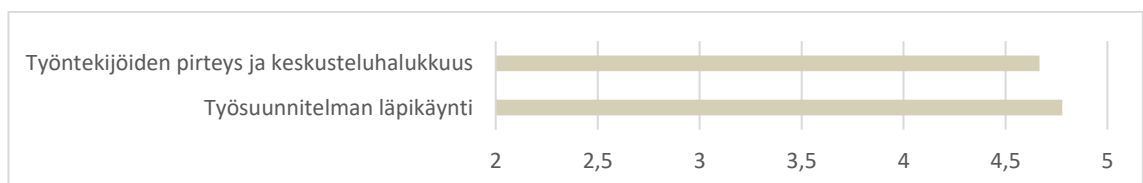
Kolme asiakasta kirjasi lisäksi lisäkommentteja liittyen myyntiprosessiin. Toinen asiakas lisäsi vastaukseen kommentin sopimuksen selkeydestä ja kattavuudesta, sillä sopimusta voitiin myös muokata kesken urakan. Toinen lisäkommentoijista kirjoitti tekijöiden löy- tyneen lehti-ilmoituksesta ja olleen täysin tuntemattomia. Hänen mukaansa ensitapaami- nen oli merkittävä luottamuksen herättämiseksi.

Kolmannen osion kysymykset koskivat maalausprosessia asiakkaan asuinrakennuksen pihalla. Osiossa oli seitsemän kysymystä, joista kuuteen vastattiin numeroarviolla. Maa- lausprosessin neljään numeroarvioituun kysymykseen tulleet vastaukset on koottu ku- vassa 2. Myös tässä numeroarvo viisi kuvasi asiakkaan tyytyväisyyttä ja numeroarvo yksi asiakkaan tyytymättömyyttä.



Kuva 2. Maalausprosessin laadun tekijöitä

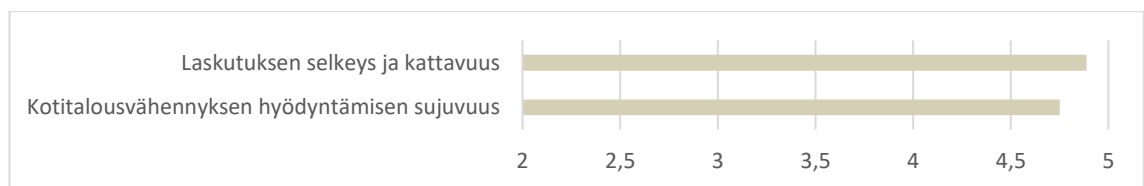
Lisäksi kaksi numeroarvioitavaa kysymystä koskivat sitä, kuinka tärkeiksi asiakkaat ko- kivat kuvan 3 maalausprosessiin liittyvät asiat. Numero viisi edustaa todella tärkeää ja numero yksi ei ollenkaan tärkeää.



Kuva 3. Maalausprosessin laatuun vaikuttavia tekijöitä

Kolmannen osuuden viimeinen kysymys koski ongelmien ilmaantumista maalauksen aikana. Yksi asiakas yhdeksästä ilmoitti maalauksen aikana ilmenneen ongelmia. Asiakas kirjoitti lisätietoihin, että ongelmia ilmeni maalauksen aikana, mutta työntekijät korjasivat oma-aloitteisesti tilanteen.

Viimeinen osio kyselystä koski laskutuksen selkeyttä ja kattavuutta, kotitalousvähennyksen hyödyntämisen sujuvuutta ja urakan hintaa. Seitsemän yhdeksästä vastaavasta koki hinnan olleen sopiva, yksi vastasi hinnan olleen vähän kalliimpi kuin odotuksissa ja yksi vastasi hinnan olleen vähän halvempi kuin odotuksissa. Laskutukseen ja kotitalousvähennykseen liittyvien kysymysten vastaukset ovat kuvassa 4.



Kuva 4. Laskutuksen ja kotitalousvähennyksen sujuvuus

4.3 Tulosten analysointi

Kyselyn vastaukset näyttävät keskiarvojen perusteella hyviltä. Parhaiten yritykseni onnistui laskutuksen selkeydessä ja kattavuudessa saaden siitä kahdeksalta asiakkaalta parhaan arvion ja yhdeltä asiakkaalta toiseksi parhaan arvion. Numeroarvioista huonoimmat tulokset tulivat asiakkaan kykyyn luottaa meidän tulevan työntekomme laatuun myyntiprosessin aikana.

Laskutuksen selkeyden lisäksi kaikki vastaajat antoivat joko parhaan tai toiseksi parhaan arvion myynnin aikana tapahtuvan aikataulutuksen joustavuuteen, työmaalle tulosta ilmoittamisen ajankohtaan, tyytyväisyyteen työn lopputulokseen ja kotitalousvähennyksen hyödyntämisen sujuvuuteen. Koska näissä ei tapahtunut kenenkään asiakkaan kohdalla poikkeusta, voidaan ajatella, että niiden laatu on ollut yhdenmukaisesti hyvää. Myös työmaan siisteys sai seitsemältä asiakkaalta parhaan arvosanan, yhdeltä asiakkaalta toiseksi parhaan arvosanan ja vain yhdeltä asiakkaalta keskimmäisen arvosanan. Suurimmilta osin kunnossapidon laatu siis onnistui myös tällä saralla yhdenmukaisuuden kuitenkin hieman notkahtaessa.

Sekä maalausprosessin, että myyntiprosessin kestoon saatiin kyselystä hyvät tulokset. Maalausprosessin kestoon liittyvään kysymykseen kahdeksan yhdeksästä vastaajasta valitsi vastausvaihtoehdon neljä tai viisi, kun vaihtoehto viisi tarkoitti, että maalaus oli kestänyt vähemmän aikaa kuin he odottivat. Yksi vastaaja oli valinnut keskimmäisen vaihtoehdon kolme. Myyntiprosessin kestoa koskevaan samanlaiseen kysymykseen seitsemän vastaajaa valitsi vaihtoehdon viisi ja kaksi valitsi vaihtoehdon kolme. Näiden tulosten perusteella voidaan sanoa, että yrityksemme on onnistunut pitämään palvelun keston tarpeeksi lyhyenä.

Asiakkaalle stressiä aiheuttavia tekijöitä löytyi kyselyn perusteella. Kyselyn heikoimmat tulokset tulivat asiakkaan kykyyn luottaa tulevan työn laatuun myyntiprosessin aikana. Yhdellä asiakkaalla jäi myös epäselvyyksiä myyntiprosessin jälkeen, mikä lisäsi epäluottamusta tulevaan työhön. Lisäksi useat asiakkaat käyttivät 1–2 viikkoa tai enemmän maalauksen järjestämiseen, mikä kuulostaa pitkältä ajalta. Asiakkaiden maalausprosessiin kulluttaman ajan lyhentämiseen voisi etsiä keinoja jo siihen vaiheeseen, kun asiakas etsii sopivaa toimijaa.

Kyselyn perusteella saimme myös selville, että asiakkaat pitävät tärkeänä, kun työntekijät käyvät työsuunnitelman läpi asiakkaan kanssa ja ovat pirteitä ja halukkaita keskustelemaan asiakkaiden kanssa. Tämä vahvistaa teoriaosuutta työntekijöiden hyväkäytösisyyden yhteydestä koettuun laatuun.

5 YHTEENVETO JA POHDINTA

Työn tarkoituksena oli löytää elementit, joista laadukas ulkomaalauspalvelu koostuu, ja kuinka hyvin kohdeyritys onnistui tuottamaan laadukasta ulkomaalauspalvelua teoriaosuuden ja kyselyn tulosten perusteella. Pääsääntöisesti kohdeyritys onnistui tässä hyvin. Lisäksi työn tavoitteena oli löytää epäkohtia kohdeyrityksen toiminnassa ja etsiä niihin ratkaisuja, jotka tekevät toiminnasta kannattavampaa ja laadukkaampaa.

Palvelu on määritelty aineettomaksi tapahtumaksi, jossa asiakas ja palvelun tuottaja ovat vuorovaikutuksessa keskenään. Palvelun kulutus ja tuotanto tapahtuvat yleensä yhtä aikaa, ja kuluttaja kuluttaa sekä palveluprosessia, että fyysistä lopputulosta. Palvelulle ominaista on, että sitä ei voi jälleenmyydä ja sen esittely ennen ostoa on vaikeaa. Palvelun ympärille voidaan rakentaa tukipalveluita, jotka antavat asiakkaalle lisäarvoa.

Ulkomaalauspalvelun esittely osoittautui vaikeaksi myös kohdeyrityksessä. Kyselyn tulosten perusteella tämä koitui myös pieneksi ongelmaksi, sillä asiakkaiden oli vaikea luottaa tulevan työn lopputulokseen myyntiprosessin aikana. Kohdeyritys voisi parantaa tuotteen esittelyä esimerkiksi lisäämällä tarjoukseen kuvia aiemmista kohteista ja aiempien asiakkaiden kokemuksia kyseisestä yrityksestä. Palvelun esittely voisi tapahtua myös verkkosivujen välityksellä, jossa olisi referenssejä ja tietoja yrityksestä. Asiakkaiden oli myös vaikea löytää tekijä urakalle, ja he käyttivät siihen paljon aikaa. Yrityksen laadukkaan työn tuominen esille verkkosivujen ja muun markkinoinnin välityksellä helpottaisi ja nopeuttaisi prosessia. Yrityksessä ei ollut käytössä lisäpalveluita, vaan esimerkiksi rännien pesu hoidettiin ilman mainintaa. Rännien pesun voisi myydä asiakkaille lisäpalveluna tai ainakin mainita se sopimuksessa, jolloin se tuntuisi asiakkaasta hyvältä bonukselta.

Toteutunut laatu on palvelukokemuksen ja asiakkaan ennako-odotusten välinen suhde. Jos asiakkaan odotukset palvelusta ovat linjassa toteutuneen palvelun kanssa, on asiakas kokenut palvelun laadukkaaksi. Asiakkaan ennako-odotuksiin vaikuttavat yrityksen imago, markkinoinnin luomat mielikuvat, aikaisemmat kokemukset palvelusta ja kilpailijoiden toiminta. Tärkeäksi asiaksi nousi myös asiakkaan kokema laatu, johon vaikuttavat asiakkaan mielikuvat yrityksestä. Jos mielikuvat ovat hyvät, asiakas antaa helpommin anteeksi tehtyjä virheitä ja kokee palvelun laadukkaana niistä huolimatta. Kohdeyrityk-

sessä asiakkaan mielikuviin pyrittiin vaikuttamaan olemalla asiantuntevia ja kiinnostuneita, tulemalla asiakaskäynnille siisteissä ja puhtaissa vaatteissa ja olemalla pirteitä asiakkaan läsnä ollessa.

Palvelun laatua tarkasteltiin kuudesta eri näkökulmasta. Valmistuskeskeinen laatu pyrkii minimoimaan virheet, tuotekeskeinen laatu pyrkii sisällyttämään palveluun laadukkaita ominaisuuksia ja asiakaskeskeinen laatu pyrkii toteuttamaan asiakkaan toiveet. Asiakaskeskeistä laatua mitataan asiakkaiden tyytyväisyydellä, jonka ansiosta he palaavat käyttämään palveluntuottajan palveluita myös jatkossa. Arvokeskeinen laatu keskittyy palvelun hinta-laatusuhteeseen, kilpailukeskeinen laatu pyrkii tuottamaan laadukkaampaa tai halvempaa palvelua kuin kilpailijat ja ympäristökeskeinen laatu ottaa huomioon ympäristön ja luonnon rasittumisen valmistuksessa. Ympäristökeskeisen laadun määrittää asiantuntijat.

Yritykseni onnistui asiakaskeskeisessä laadussa, sillä asiakkaiden tyytyväisyys ulkomaa-lausprosessin lopputulokseen oli korkealla. Kilpailukeskeisen laadun toteutumiseen vaikutti se, että toimimme toiminimiyrittäjinä, jolloin yrityksen yleiset kulut pysyivät matalampina kuin suuremmissa yrityksissä. Lisäksi tarvikkeet kilpailutettiin, joka vaikutti myös kilpailukeskeisen laadun toteutumiseen. Kyselyn tulokset hintaan liittyen eivät puolla, eivätkä ole vastaan kilpailukeskeisen laadun toteutumista. Myös arvokeskeisen laatuun vaikuttava hinta-laatusuhde toteutui asiakkaiden ollessa tyytyväisiä saatuun palveluun ja hintaan. Ympäristökeskeinen laatu toteutui yrityksessä, sillä yritys käytti samoja maaliastioita läpi kesän, kierrätti maalit ja maalitynnyrit ja toimitti polttokelpoisen jätteen kaatopaikalle. Ympäristötietoisien asiakkaiden vuoksi nämä voisi olla hyvä kirjoittaa sopimukseen.

Asiakaskeskeistä ja arvokeskeistä laatua voisi parantaa lisäämällä tarjoukseen laskennallinen hinta kotitalousvähennyksen jälkeen, jolloin asiakas näkee suoraan urakan todellisen kustannuksen, eikä hänen tarvitse tehdä laskutoimitusta itse. Tällöin mielikuva urakan hinnasta laskee. Asiakaskeskeiseen laatuun keskittyminen olisi mielestäni kannattavaa, sillä asiakkaiden oli vaikea löytää tekijää urakalleen. Kun asiakkaat ovat tyytyväisiä, he levittävät sanaa laadukkaasti toimivasta tekijästä, jolloin asiakkaiden hankinta helpottuu.

Korkean laadun tunnusmerkeistä työssä mainittiin henkilöstön ammattitaito, luotettavuus, palvelun kesto, joustavuus, huollettavuus ja yhdenmukaisuus. Henkilöstön ammat-

titaidon näkyminen lisää asiakkaiden luottamusta siihen, että työ suoritetaan hyvin, aikatauluissa pysytään ja laatuvaatimukset täytetään. Joustavuus ja huollettavuus kuvaa palveluntarjoajan kykyä sopeutua muuttuviin olosuhteisiin ja asiakkaan tarpeisiin sekä korjata mahdolliset virheet. Yhdenmukaisuus kuvaa palvelun pysymistä samanlaisena kaikille asiakkaille, eikä olosuhteet vaikuta palvelun laatuun.

Henkilöstön ammattitaidon esilletuomisessa myyntiprosessin aikana on jonkin verran kehitettävää. Työntekijöiden näkeminen ennen sopimuksen tekemistä oli tärkeää, sillä yhden asiakkaan oli vaikea luottaa tekijöiden ammattitaitoon, koska ei ollut nähnyt heitä ennen sopimuksen kirjoittamista. Kun työt aloitettiin, asiakkaan huolet osoittautuivat aiheettomiksi. Toinen asiakas sanoi, että ensivaikutelma tekijöistä oli ratkaiseva luottamuksen muodostumiseksi. Henkilökohtainen tapaaminen tarjouksen tekemisen yhteydessä on siis tärkeää ammattitaidon esilletuomisessa ja luottamuksen rakentamisessa.

Joustavuus ja huollettavuus toteutui kyselyn perusteella, sillä yksi asiakas kirjoitti, että sopimusta voitiin muokata kesken urakan. Toinen asiakas kirjoitti tehdyistä virheistä, jotka korjattiin oma-aloitteisesti. Yhdenkään asiakkaan kohdalla kyselytulokset eivät merkittävästi notkahtaneet, joten voidaan päätellä yhdenmukaisuuden toteutuneen hyvin. Yhdenmukaisuuteen kiinnitettiin myös huomiota ottamalla esimerkiksi sääolosuhteet huomioon maalausprosessin aikana. Palvelun kesto onnistuttiin pitämään sekä myyntiprosessin että maalausprosessin ajan sopivana, sillä asiakkaiden tyytyväisyys niihin oli korkealla tulosten perusteella.

Heikko laatu aiheuttaa yritykselle kustannuksia. Kustannuksia syntyy, kun asioita tehdään väärin tai tehdään vääriä asioita. Kun tuotannossa on korkea laatu, syntyy vähemmän virheitä ja niiden korjaaminen vie vähemmän kustannuksia. Asiakkaiden luottamuksen paranemisen lisäksi yritys voi luottaa tuotteiden korkeaan laatuun ja näin ollen tarkastukseen ja testaukseen menee vähemmän kuluja. Lisäksi uudelleen tekeminen vähenee, jolloin siihen käytettävä aika ja resurssit vähenee. Korkean laadun ansiosta yleiset kustannukset pienenevät ja tuotteista saatava kate on korkeampi. Asiakaskeskeiseen laatuun keskittyessä ja siinä onnistuessa kohdeyritys pystyi pitämään urakat aikataulussa, eikä tullut laatuvirhekustannuksia työvoiman lisäämisen tai urakoiden venymisten seurauksena.

Korkean laadun varmistamiseksi projektiluontoista työtä tekevän yrityksen laadunvarmistustyökalut, kuten laatujärjestelmät ja laatusuunnitelmat tulee olla kunnossa. Projektien laadunvarmistus voi olla hanakalaa, sillä projektit ovat ainutkertaisia, niiden kesto vaihtelee muutamista tunneista useisiin vuosiin, niillä on rajattu budjetti ja ennakkoon määrätyt liiketoiminnalliset odotukset. Laadunvarmistukseen käytettävät laatujärjestelmät sisältävät ohjeet ongelmatilanteisiin, jotka on ennakoitu laatujärjestelmää tehdessä. Laatusuunnitelmat ottavat huomioon projektien erityispiirteet ja siihen on kirjattu menetelmät, joilla hyvä laatu toteutetaan, mitataan ja tarkastetaan. Laatusuunnitelman tavoitteena on löytää ennakkoon urakan laatuun, aikatauluun ja kustannuksiin vaikuttavat tekijät. Laatusuunnitelmaan kuuluu jokaiselle työtehtävälle tehtävät työ- ja laatusuunnitelmat. Suunnitelmallisuuteen kuului myös työn tarkastaminen sen valmistuttua. Asiakkaat pitivät kyselyn perusteella tärkeänä, että työsuunnitelma käytiin asiakkaan kanssa läpi ennen töiden aloittamista.

Kohdeyrityksessä toimintaan kuului työn suunnittelu etukäteen ja työsuunnitelman läpikäynti asiakkaan kanssa. Työtä suunniteltaessa otettiin huomioon esimerkiksi sääolosuhteiden ja auringon liike päivän kuluessa. Työn jälki myös tarkastettiin asiakkaan kanssa työn valmistuttua. Kohdeyrityksessä laadun varmistukseen kuului urakoiden väliin jätetty aika, joka varmisti sitä, ettei urakoiden aloitus siirtynyt asiakkaan kanssa sovitusta. Laadun varmistukseen kuului myös sääennusteiden seuraaminen.

Dokumentaatio oli vähäistä valmiiden tarjous- ja sopimus pohjien lisäksi. Työ- ja laatusuunnitelmien ja laatujärjestelmien dokumentointia ei tehty ollenkaan. Näin pienessä toiminnassa dokumentoinnin puute on perusteltua, mutta joitakin dokumentteja toimintaan voisi lisätä. Yhdeksi laadunvarmistustyökaluksi voisi kehittää asiakastietojen kirjausjärjestelmän, johon kirjattaisiin tiedot jokaisesta urakasta, kuten tiedot maalista, maalimäärästä, arvioituista tunneista, asiakkaan erityisvaatimuksista ja urakan erityisominaisuuksista ja -vaatimuksista. Pitkän kesän aikana tarjouskäynnillä sovitut tiedot unohtuvat ja ne joudutaan hankkimaan uudelleen urakkaa aloittaessa. Laatusuunnitelman dokumentoinnin voisi tehdä jo tarjouskäynnillä, jonka jälkeen laatusuunnitelman voisi antaa myös asiakkaan nähtäväksi. Tällä tavoin asiakkaan luottamus tulevan työn laatuun kasvaisi.

Jatkuvan parantamisen ideologia kehittää laatua etsimällä toiminnasta kehitysmahdollisuuksia ja parantamalla toimintaa. Toiminnasta etsitään sisäisiä ongelmia ja etsitään puut-

teita ja virheitä päivittäisestä toiminnasta. Jatkuva parantaminen on yrityksen työntekijöiden mielentila. Jatkuva parantaminen toteutui kohdeyrityksessä, sillä toiminnasta pyrittiin löytämään virheitä ja kehittämään sitä jatkuvasti. Konkreettisenä esimerkkinä tästä on siirtyminen sähköiseen allekirjoitukseen, joka vähensi niin myyjän kuin asiakkaan prosessiin käytettävää aikaa.

Pääsääntöisesti kohdeyritys onnistui korkean laadun tuottamisessa hyvin sekä teoriaosuuden että kyselytulosten perusteella. Kyselyn tuloksissa jokaisen kysymyksen vastausten keskiarvo oli korkealla huonoimman keskiarvon ollessa 4,2. Suurimmat puutokset olivat dokumentaatiossa, jonka puute selittyy yrityksen pienellä toiminnalla.

Tutkielman tärkein tulos on yrityksen palveluiden esittelyn haastavuus. Palveluiden esittely ennen ostoa on vaikeaa sekä teorian että asiakaskyselyn perusteella. Ulkomaalausalalla kannattaa keskittyä asiakaskeskeiseen laatuun, jolloin yritys saa tyytyväisiä asiakkaita, jotka levittävät sanaa laadukkaasta tekijästä ja lisäävät yrityksen asiakasmääriä. Jatkotutkimusaiheena voisi olla isomman ulkomaalausalalan yrityksen palveluiden esittelyn kehittäminen ja sen vaikutus kilpailukykyyn.

Tutkielman rajoituksena oli kirjoittajan oman yrityksen toiminnan käsitteleminen työssä, mikä voi vaikuttaa työn tulosten objektiivisuuteen. Työn teoriaosuudessa ei käsitelty ollenkaan ulkomaalasta, joten empiriaosuutta ei voitu verrata ulkomaalausalaa käsittelevään kirjallisuuteen. Työn rajaamisen kannalta sen poisjättäminen oli kuitenkin perusteltua.

LÄHDELUETTELO

Artto, K., Martinsuo, M. & Kujala, J., 2008. Projektiliiketoiminta [verkkodokumentti]. Helsinki: WSOY. Saatavissa: http://pbgroup.aalto.fi/en/the_book_and_the_glossary/projektiliiketoiminta.pdf [viitattu 12.3.2020]

George, M. L., 2003. Lean Six Sigma for Service. Ensimmäinen painos. Europe: McGraw-Hill Education, 386 s. ISBN 978-0071418218

Godenhjelm, P., 2002. Kysymysjärjestys vaikuttaa vastauksiin. Hyvinvointikatsaus 2002/4. Helsinki: Tilastokeskus, 44–45.

Grönroos, C. 2001. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. Helsinki: WSOY, 565 s. ISBN 951-0-25648-X

Grönroos, C., 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. 4. painos. Helsinki: WSOYpro, 565 s. ISBN 978-951-0-34601-3

Ishikawa, K., 1990. Introduction to quality control. Tokio: 3A Corporation. 435 s. ISBN 0-412-43540-3

Junnonen, JM. & Kankainen, J., 2001. Laatuajattelu ja rakennustyömaan laatutoiminnot. Helsinki: Rakennustieto Oy, 76 s. ISBN 951-682-656-3

Junnonen, JM. & Lindholm, M., 2012. Infrahankkeen tuotannonhallinta. Helsinki: Suomen Rakennusmedia, 156 s. ISBN 978-952-269-065-4

Järviö, J., Piispa, T., Parantainen, T. & Åström, T., 2007. Kunnossapito. 4. painos. Helsinki: KP-Media, 283 s. ISBN 978-952-99458-3-2

Järviö, J. & Lehtiö, T., 2012. Kunnossapito: Tuotanto-omaisuuden hoitaminen. 5. painos. Helsinki: KP-Media, 287 s. ISBN 978-952-99458-8-7

Jääskeläinen, A., Kujansivu, P., Käpylä, J., Laihonen, H., Lönnqvist, A., Sillanpää, V. & Vuolle, M., 2010. Palvelutuotannon mittaaminen johtamisen välineenä. Helsinki: Tietosanoma, 232 s. ISBN 978-951-885-311-7

Kinnunen, R., 2004. Palvelujen suunnittelu. Helsinki: WSOY, 156 s. ISBN 951-0-28776-8

Heikkilä, R., Korhonen, T. & Riihelä, S., 1995. Laadun johtaminen suunnittelussa ja rakentamisessa. Oulu: Oulun yliopisto, 63 s. ISBN 951-42-4177-0

Lecklin, O., 2006. Laatu yrityksen menestystekijänä. 5. painos. Helsinki: Talentum, 408 s. ISBN 952-14-1082-5

- Lillrank, P., 1990. Laatumaa: Johdatus Japanin talouselämään laatujohtamisen näkökulmasta. Helsinki: Guadeamus, 277 s. ISBN 951-662-506-1
- Lillrank, P., 1998. Laatuajattelu: Laadun filosofia, tekniikka ja johtaminen tietoyhteiskunnassa. Helsinki: Otava, 203 s. ISBN 951-1-15812-0
- Mikkonen, H., 2009. Kuntoon perustuva kunnossapito. Helsinki: KP-Media, 606 s. ISBN 978-952-99458-4-9
- Naidu, N. V. R., Babu, K. M. & Rajendra, G., 2006. Total Quality Management. New Delhi: New Age International, 254 s. ISBN 812-2417-99-X
- Normann, R. 1985. Palveluyrityksen johtaminen. 2. painos. Ekonomia-sarja 93. Espoo: Weilin & Göös. ISBN 951-35-3491-X
- Salomäki, R., 2003. Suorituskykyiset prosessit – Hyödynnä SPC. 2.painos. Helsinki: Metalliteollisuuden Kustannus, 424 s. ISBN 951-817-802-X
- Tervonen, A., 2001. Laadun kehittäminen suomalaisissa yrityksissä. Väitöskirja, Lappeenrannan teknillinen korkeakoulu. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-214-848-3>
- Tilastokeskus, 2012. Suomen virallinen tilasto (SVT): Työssäkäynti [verkkodokumentti]. Toimiala, Työntajasektori Ja Työpaikat 2010. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 8.9.2020]. Saatavissa: http://www.stat.fi/til/tyokay/2010/03/tyokay_2010_03_2012-09-04_tie_001_fi.html
- Tourangeau, R., Rips, L. & Rasinski, K., 2005. The psychology of survey response. Cambridge: Cambridge University Press, 392 s. ISBN 0-521-5724

Liitteet

Liite 1. Asiakaskyselyn kysymykset ja vastaukset.

Kuinka kauan käytitte aikaa talonne maalauksen järjestämiseen?

1. 1 - 2 viikkoa
2. Enemmän kuin kuukauden
3. 2 - 3 viikkoa
4. 1 - 2 viikkoa
5. Noin viikon
6. Noin kuukauden
7. Noin viikon
8. 1 - 2 viikkoa
9. 1 - 2 viikkoa

Aiheuttiko jokin asia stressiä maalauksen järjestämisessä? Jos kyllä, lisää tarkennus lisätiedot - kysymyksen alle.

1. Ei
2. Kyllä
3. Ei
4. Ei
5. Ei
6. Ei
7. Ei
8. Kyllä
9. Ei

Lisätietoja johonkin kysymykseen tai ulkomaalauksen järjestämiseen liittyen.

1. Toimijoiden kirjo ja hintojen kirjo ja paketin sisällön räätälöinti sopivaksi
 5. Maalasimme itse puolet (matalat sivut) ja saimme teiltä apua päätyjen maalaamiseen (korkeat sivut). Mahduttitte meidät kalenteriin, vaikkei teillä olisi ollut aikaa. Kiitos!
 8. Kilpailutusvaihe ja tarjousten pyynnöt aiheutti hieman stressiä. Tarjousten skaala ja hajonta oli aika iso, mikä ihmetytti. Onneksi tuli valittua hyvä toimija, sillä lopputuloksesta tuli hyvä.
3. Jäikö myyjän kanssa käydyn ensimmäisen puhelun jälkeen epäselvyyksiä?

1. Ei
2. Ei
3. Ei
4. Ei
5. Ei
6. Ei
7. Ei
8. Kyllä
9. Ei

4. Kuinka hyvin pystyitte luottamaan tulevan työn laatuun myynnin aikana?

1. 5
2. 5
3. 4
4. 3
5. 5
6. 3
7. 5
8. 3
9. 5

5. Oliko aikataulutus mielestänne joustavaa ja selkeää myynnin aikana?

1. 5
2. 5
3. 4
4. 5
5. 5
6. 4
7. 5
8. 4
9. 5

6. Kuinka arvioisitte myyntiprosessin kestoa?

1. 5
2. 5
3. 3
4. 5
5. 3
6. 5
7. 5
8. 5
9. 5

7. Jäikö myyntiprosessin jälkeen epäselviä asioita? Jos kyllä, lisätäkää tarkennus lisätiedot -kysymyksen alle.

1. Ei
2. Ei
3. Ei
4. Ei
5. Ei
6. Ei
7. Ei
8. Kyllä
9. Ei

8. Oliko sopimus selkeä ja oliko siinä kaikki sovitut asiat? Jos puuttui jotain, lisätää tarkennus lisätiedot -kysymyksen alle.

1. Sopimus oli selkeä ja kattava
2. Sopimus oli selkeä ja kattava
3. Sopimus oli selkeä ja kattava
4. Sopimus oli selkeä ja kattava
5. Sopimus oli selkeä ja kattava
6. Sopimus oli selkeä ja kattava
7. Sopimus oli selkeä ja kattava
8. Sopimus oli selkeä ja kattava
9. Sopimus oli selkeä ja kattava

Lisätietoja johonkin kysymykseen tai myyntiprosessiin liittyen.

2. Ja voitiin helposti jatkoraätälöidä lennossa

6. 4. Huomasin lehti-ilmoituksen, tekijät tuntemattomia. Ei kenenkään suosittelmia. Ensitapaaminen oli merkittävä luottamuksen heräämisen kannalta.

8. Alussa hieman mietitytti, että onko toimija riittävän kokenut, mutta luottamus vahvistui työn alettua ja työn jälkeä nähtyä. Eli huolet osoittautuivat aiheettomiksi ja olin tyytyväinen toimijan valintaan.

Muistaakseni tarjous annettiin käymättä paikan päällä. Suosittelen jatkossa käymään aina katselmoimassa kohteen paikan päällä, jotta heti alusta alkaen päästään yhteisymmärrykseen tehtävistä töistä.

9. Ilmoitettiinko teille urakan aloituksesta tarpeeksi ajoissa ennen työmaalle saapumista?

1. 5
2. 5
3. 4
4. 5
5. 5
6. 5
7. 5
8. 4
9. 5

10. Miten tärkeäksi arvioitte työsuunnitelman läpikäynnin yhdessä asiakkaan kanssa ennen urakan aloitusta?

1. 5
2. 5
3. 4
4. 5
5. 5
6. 5
7. 5
8. 4
9. 5

11. Kuinka arvioisitte maalausprosessin kestoa?

1. 5
2. 5
3. 3
4. 4
5. 5
6. 5
7. 4
8. 5
9. 5

12. Kuinka tärkeänä pidätte sitä, että työntekijät ovat pirteitä ja juttelevat asiakkaan kanssa?

1. 5
2. 5
3. 4
4. 4
5. 4
6. 5
7. 5
8. 5
9. 5

13. Oliko työmaa siisti urakan aikana ja sen jälkeen?

1. 5
2. 5
3. 4
4. 5
5. 5
6. 5
7. 5
8. 5
9. 3

14. Kuinka tyytyväinen olitte työn lopputulokseen?

1. 5
2. 5
3. 4
4. 4
5. 5
6. 5
7. 5
8. 5
9. 4

15. Ilmaantuiko maalauksen aikana ongelmia? Jos kyllä, lisätkaa tarkennus lisätiedot -kysymyksen alle.

1. Kyllä

2. Ei
3. Ei
4. Ei
5. Ei
6. Ei
7. Ei
8. Ei
9. Ei

Lisätietoja johonkin kysymykseen tai maalaustyöhön liittyen.

1. Kyllä mutta työntekijät korjasivat oma aloitteesti asian

16. Oliko laskutus selkeä ja oliko laskussa tarvittavat tiedot?

1. 5
2. 5
3. 4
4. 5
5. 5
6. 5
7. 5
8. 5
9. 5

17. Onnistuiko kotitalousvähennyksen hyödyntäminen ongelmitta?

1. 5
2. 5
- 3.
4. 5
5. 5
6. 4
7. 5
8. 4
9. 5

18. Kuinka tyytyväinen olitte urakan hintaan?

1. Hinta oli sopiva
2. Hinta oli sopiva
3. Hinta oli vähän kalliimpi kuin odotin
4. Hinta oli sopiva
5. Hinta oli sopiva
6. Hinta oli sopiva
7. Hinta oli vähän halvempi kuin odotin
8. Hinta oli sopiva
9. Hinta oli sopiva

Lisätietoja johonkin kysymykseen tai liittyen urakan jälkeisiin asioihin.

2. Olen suositellut teitä muille ja se jatkuu, kun vieraita kotona liikkuu.