

Verkkokaupprosessin kehittäminen

Case: Lumo-kotikeskus Lahti

LAHDEN
AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalous
Tradenomi
Opinnäytetyö
Syksy 2018
Heikki Tuomisto

Lahden ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma

TUOMISTO, HEIKKI:

Verkkokauppaprosessin kehittäminen
Case: Lumo-kotikeskus Lahti

Liiketalouden opinnäytetyö, 33 sivua, 1 liitesivu

Syksy 2018

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyön aiheena oli verkkokauppaprosessin kehittäminen Lahden Lumo-kotikeskuksessa. Työn tavoitteena oli löytää keinoja, joiden avulla verkkokauppaprosessi saadaan toimimaan mahdollisimman hyvin. Opinnäytetyö koostuu teoriaosuudesta ja tutkimusosuudesta.

Teoriaosuudessa käsitellään verkkokauppaa yleisesti sekä sen etuja kuluttajan ja yrityksen kannalta. Lisäksi käydään läpi, miten vuokra-asuntoja on saatavilla verkossa.

Empiirinen osa toteutettiin kvalitatiivisena tutkimuksena ja tutkimusmenetelmänä käytettiin teemahaastattelua. Haastatteluihin osallistui neljä Lahden Lumo-kotikeskuksen työntekijää ja toimiston esimies.

Tutkimuksesta selvisi, että verkkokauppaprosessin sujuvuuteen vaikuttavat monet eri asiat. Tutkimuksen mukaan suurimpia prosessin sujuvuuteen vaikuttavia tekijöitä olivat resurssien määrä, järjestelmistä johtuva asuntojen verkkokauppaan nostamisen hitaus sekä se, että verkkokauppaprosessi on liikaa tiettyjen henkilöiden varassa.

Avainsanat: verkkokauppaprosessi, verkkokauppaprosessin kehittäminen, vuokra-asunto

Lahti University of Applied Sciences
Degree Programme in Business

TUOMISTO, HEIKKI:

Development of an e-commerce
process
Case: Lumo-kotikeskus Lahti

Bachelor's Thesis in Business, 33 pages, 1 appendix page

Autumn 2018

ABSTRACT

The subject of this thesis is the development of an e-commerce process at Lumo-kotikeskus Lahti. The aim of the thesis was to find out how the e-commerce process works as well as possible. The thesis includes a theoretical part and a research part.

The theoretical part discusses e-commerce at a general level and its benefits for the consumer and for the company. The theoretical part also discusses how rental apartments are available online.

The research was conducted by a qualitative study and an interview was used as a study method. There were overall five participants in the interviews, four employees and one of them was the manager of Lumo-kotikeskus Lahti.

The study results show that there are many factors which influence an e-commerce process. According to the study, the biggest problems which influence the e-commerce process at Lumo-kotikeskus are low resources, slowness of systems and that the process is too dependent on certain employees.

Key words: e-commerce process, development of e-commerce process, rental apartment

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
1.1	Opinnäytetyön tausta	1
1.2	Opinnäytetyön rakenne ja tavoitteet	1
2	VERKKOKAUPPA	3
2.1	Verkkokauppa yleisesti	3
2.2	Vuokra-asunnot verkossa	4
2.3	Verkkokaupan edut kuluttajalle	6
2.4	Verkkokaupan edut yritykselle	7
3	TUTKIMUKSEN TAUSTA	9
3.1	Kojamo yrityksenä	9
3.2	Lumo-verkkokauppa	10
3.3	Lumo-verkkokauppa asiakkaan näkökulmasta	12
3.4	Lumo-verkkokauppaprosessi	14
3.5	Tutkimuksen toteutus	16
4	TUTKIMUSTULOKSET JA KEHITYSEHDOTUKSET	18
4.1	Haastatteluiden tulokset	18
4.2	Tulosten yhteenveto	22
4.3	Tutkimustulosten luotettavuus	23
4.4	Johtopäätökset ja pohdinta	25
4.5	Kehitysehdotukset	26
5	YHTEENVETO	29
	LÄHTEET	31
	LIITTEET	34

1 JOHDANTO

Verkkokauppa on tänä päivänä merkittävä osa ihmisten elämää. Yhä useammin kuluttaja tekee ostoksensa verkossa. Hiljalleen myös vuokra-asunnot ovat siirtyneet verkkoon, jolloin kuluttajalla on mahdollisuus valita asunto itselleen verkkokaupasta.

Tässä opinnäytetyössä tarkastellaan keinoja, jotka sujuvoittaisivat verkkokaupprosessia Lahden Lumo-kotikeskuksessa. Aihe on rajattu käsittelemään prosessia yrityksen näkökulmasta. Verkkokaupprosessin toimivuus on hyvin tärkeää, sillä toimiessaan se säästää henkilöresursseja. Toimivan verkkokaupan taloudellista merkitystä ei voida myöskään vähätellä.

1.1 Opinnäytetyön tausta

Tämä opinnäytetyö perustuu siihen, että toimeksiantajayrityksellä Lahden Lumo-kotikeskuksella on tarve saada verkkokaupprosessia sujuvoitettua, jotta siitä saataisiin maksimaalinen hyöty. Etenkin verkkokaupassa olevien asuntojen määrän tulisi olla huomattavasti nykyistä suurempi. Lumo-verkkokauppa on kehitetty vasta muutama vuosi sitten ja siksi siihen liittyvät prosessit vaativat vielä kehitystä.

Opinnäytetyöaiheen valintaan vaikutti se, että opinnäytetyön tekijä on työskennellyt useampana vuonna toimeksiantajayrityksessä. Oikein toimiessaan verkkokauppa säästää toimiston henkilöresursseja sekä tuottaa myös merkittävää taloudellista hyötyä yritykselle. Opinnäytetyön avulla on tarkoitus selvittää, millä keinoilla verkkokaupprosessi saadaan toimimaan mahdollisimman tehokkaasti Lahden Lumo-kotikeskuksessa.

1.2 Opinnäytetyön rakenne ja tavoitteet

Tämä opinnäytetyö koostuu kolmesta osiosta. Ensimmäisenä teoriaosuudessa käydään läpi verkkokauppaa yleisesti sekä sen etuja kuluttajan ja yrityksen kannalta. Teoriaosuudessa käsitellään myös sitä,

miten vuokra-asuntoja on tarjolla internetissä ja mitä toimenpiteitä vaaditaan, jotta asiakas voi saada haluamansa asunnon.

Opinnäytetyön tutkimusosuuden alussa esitellään toimeksiantajayritys sekä Lumo-verkkokauppa. Tutkimusosuudessa kerrotaan myös, miten Lumo-verkkokaupprosessi toimii tällä hetkellä Lahden Lumo-kotikeskuksessa. Verkkokaupprosessista esitetään myös kaksiosainen prosessikaavio. Lisäksi tutkimusosuus sisältää haastatteluja ja tutkimuksen avulla kerätyn aineiston käsittelyä. Tutkimus toteutetaan kvalitatiivisena tutkimuksena ja haastattelumuotona käytetään teemahaastattelua. Haastattelut toteutetaan Lahden Lumo-kotikeskuksessa, ja haastateltavat henkilöt ovat Lumo-kotikeskuksen työntekijöitä.

Lopussa tuodaan esille tutkimuksen avulla saadut tulokset ja esitetään kehitysehdotukset.

Tavoitteena tässä opinnäytetyössä on löytää keinoja, jotka sujuvoittaisivat verkkokaupprosessia Lahden Lumo-kotikeskuksessa. Opinnäytetyön kannalta keskeisimpiä tutkimuskysymyksiä ovat:

- Mitkä tekijät vaikuttavat verkkokaupprosessin sujuvuuteen?
- Millä keinoilla verkkokaupprosessia voidaan tehostaa?

Näiden tutkimuskysymysten avulla on tarkoitus löytää ratkaisuja verkkokaupprosessin kehittämiseksi.

2 VERKKOKAUPPA

Tässä osiossa käsitellään verkkokauppaa yleisellä tasolla sekä hieman verkkokaupan hyötyjä kuluttajan ja yrityksen kannalta. Teoriaosuudessa käsitellään myös sitä, miten vuokra-asuntoja on saatavilla verkossa. Lisäksi tuodaan esille, mitä toimenpiteitä vaaditaan, jotta asiakas voi saada itselleen verkosta löytämänsä asunnon.

2.1 Verkkokauppa yleisesti

Verkkokauppa tarkoittaa sähköistä kaupankäyntiä, jossa on mahdollista ostaa tuotteita tai erilaisia palveluita verkossa. Verkko on muuttanut ihmisten tapaa toimia ja nykyisin Euroopan sisällä verkkokaupoista ostetaan tuotteita ja palveluita sadoilla miljardeilla euroilla. (TIEKE 2018a.) Verkkokaupasta ostetuimpia tuoteryhmiä ovat majoituspalvelut, matkaliput ja muut matkailupalvelut, vaatteet ja kengät, pääsyliput viihde ja kulttuuritilaisuuksiin sekä rahapelit. (Tilastokeskus 2014.)

2010-luvulla kaupankäynti on siirtynyt yhä selvemmin verkkoon. Verkossa maantieteellisten rajojen merkitys vähenee ja kaupankäynti on nopeaa sekä tehokasta. 2010-lukuun mennessä lähes kaikki suurimmat vähittäismyyntiä tekevät yritykset ylläpitivät verkkokauppaa muun kaupankäynnin ohella. (TIEKE 2018a.)

Verkkokauppa voi olla yritysten välistä B2B-, kuluttajille suunnattua B2C- tai kuluttajien keskinäistä C2C-kauppaa. Tässä opinnäytetyössä käsiteltävä Lumo-verkkokauppa kohdistuu pääasiassa kuluttajille, eli puhutaan B2C-kaupasta. Kuluttajille suunnatussa B2C-kaupassa yrityksen on pyrittävä tuntemaan asiakkaansa ja tarjottava juuri heidän tarpeisiinsa sopivia tuotteita ja palveluita. Yrityksen on myös oltava läsnä kaikissa kanavissa, joissa asiakas tekee ostamiseen vaikuttavaa tiedonhankintaa ja päätöksiä. (Hallavuo 2013, 35.)

2.2 Vuokra-asunnot verkossa

Nykyisin on olemassa useita eri foorumeita, joista voi etsiä vuokra-asuntoja tai tehdä ilmoituksen vuokrattavasta asunnosta. Internetistä löytyy useita asuntojen vuokraussivustoja, jotka voivat olla maksuttomia tai maksullisia. (Suomen vuokranantajat 2018.) Suosittuja sivustoja ovat esimerkiksi Vuokraovi (kuva 1) ja Oikotie (kuva 2), joiden kautta vuokra-asuntoa etsivä voi löytää itselleen sopivia asuntoja. Lisäksi vuokranantajat lisäävät ilmoituksia vapaista tai vapautuvista asunnoista omille verkkosivuilleen. Sivustot sisältävät kuitenkin vain asuntoilmoituksia, eivätkä siten ole varsinaisia verkkokauppoja. Lumo-verkkokauppa on tällä hetkellä ainoa verkkokauppa, josta voi välittömästi vuokrata asunnon. Sivustot, joista voi heti vuokrata itselleen asunnon tai huoneen, rajoittuvat hotelleihin tai lyhyeksi ajaksi vuokrattaviin asuntoihin.

Vuokra-asunnot

Sijainti, esim. katu, kaupunki, postinro tai kohdenumero

Huoneiden lukumäärä:

1 2 3 4 5+ Talotyyppi ▾

Vuokra €/kk: Min ▾ - Max ▾ Pinta-ala m²: Min ▾ - Max ▾

HAE 10375 vuokra-asuntoa ➔ **LISÄÄ hakuheitoja** ➔

📍 **KARTTAHAKU** ➔

Kuva 1. Näkymä Vuokraoven vuokrattavien asuntojen etusivulta (Vuokraovi 2018)

Q Vuokrattavat asunnot

Edelliset haut



<p>Lisää sijainti tai postinumero</p> <input type="text" value="Esim. Kouvola tai 02100"/>	<p>Talotyyppi </p> <input type="checkbox"/> Kerrostalot <input type="checkbox"/> Rivitalo <input type="checkbox"/> Paritalo <input type="checkbox"/> Omakotitalot <input type="checkbox"/> Puutalo	<p>Huoneita</p> <input type="checkbox"/> 1h <input type="checkbox"/> 5h <input type="checkbox"/> 2h <input type="checkbox"/> 6h <input type="checkbox"/> 3h <input type="checkbox"/> 7h+ <input type="checkbox"/> 4h	<p>Vuokra/kk</p> <input type="text" value="min"/> €/kk - <input type="text" value="max"/> €/kk
<p>Vapaasanahaku </p> <input type="text" value=""/>			<p>Asuinpinta-ala</p> <input type="text" value="min"/> m ² - <input type="text" value="max"/> m ²

[Tarkennettu haku](#) | [Hae kohdenumerolla](#) | [Tallenna vahdiksi](#)

Tyhjennä valinnat

Näytä kohteet (10014)

Kuva 2. Näkymä Oikotien vuokrattavien asunojen etusivulta (Oikotie 2018)

Vuokra-asuntoja tarjoavilla sivustoilla tulee jättää hakemus (kuva 3) tai olla muuten yhteydessä asuntoa vuokraavaan tahoon, mikäli on asunnosta kiinnostunut. Vuokrausprosessiin liittyy usein myös asuntoesittely, jossa voi olla useita asunnosta kiinnostuneita henkilöitä. Samasta asunnosta kiinnostuneiden määrä voi hankaloittaa asunnon saantia. (Kaarenoja 2010.)

Internetissä toimivat asuntosivustot ovat kehittyneet digitalisaation myötä huomattavasti. Sivustot auttavat ihmisiä löytämään tarpeisiinsa sopivia asumisratkaisuja. Sivustot pystyvät tarjoamaan tietoja esimerkiksi asuinalueisiin liittyen vastaamaan yksilön tarpeita, mikä helpottaa asunnonvalinnassa. (Leinonen 2017.)

Ota yhteyttä ilmoittajaan

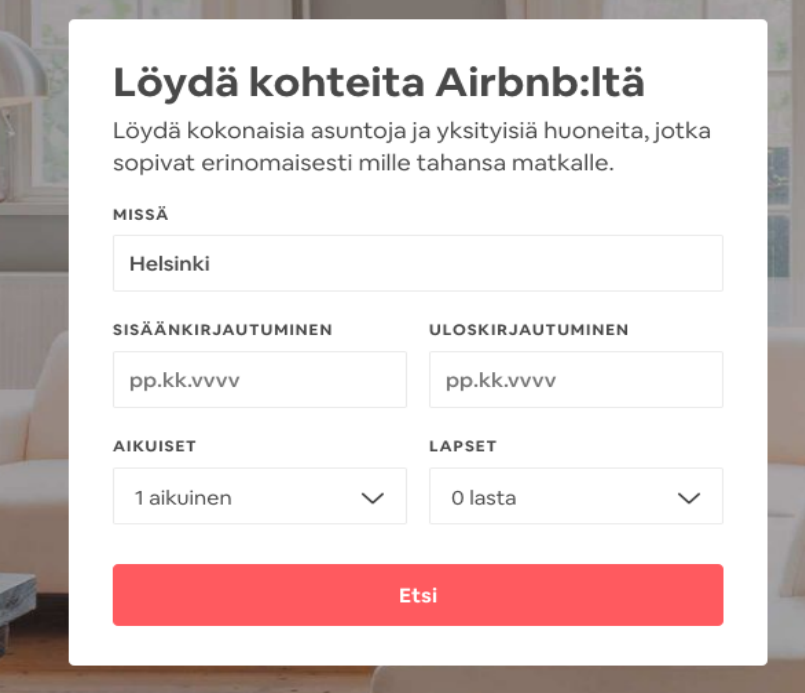
Jätä hakemus! →

Kohdetta välittää:

Lumo-kotikeskus Lahti

Kuva 3. Hakija ohjataan täyttämään hakemus (Oikotie 2018)

Lähimpänä varsinaista vuokra-asuntojen verkkokauppaa on vuonna 2008 perustettu jakamistalouteen perustuva verkossa toimiva palvelu Airbnb. Palvelussa ihmiset voivat laittaa asunnostaan ylimääräisen huoneen tai koko asunnon vuokrattavaksi palveluun, josta se on mahdollista vuokrata suoraan verkosta kuvien ja arvostelujen perusteella (kuva 4). Airbnb on kuitenkin usein vaihtoehtoinen majoittuminen hotellin sijaan esimerkiksi lomamatkan ajaksi, jolloin vuokrasopimukset ovat lyhytaikaisia. Maailmalla joissakin kohteissa koko asunnon vuokraaminen on kokonaan kielletty, sillä sen katsotaan huonontavan alueen yleistä asuntotarjontaa. (Airbnb 2018a.)



Löydä kohteita Airbnb:ltä

Löydä kokonaisia asuntoja ja yksityisiä huoneita, jotka sopivat erinomaisesti mille tahansa matkalle.

MISSÄ

Helsinki

SISÄÄNKIRJAUTUMINEN

pp.kk.vvvv

ULOSKIRJAUTUMINEN

pp.kk.vvvv

AIKUISET

1 aikuinen

LAPSET

0 lasta

Etsi

Kuva 4. Airbnb etusivu (Airbnb 2018b)

2.3 Verkkokaupan edut kuluttajalle

Verkkokauppa tarjoaa monia etuja, jotka vaikuttavat kuluttajien ostopäätöksiin. Tutkimuksien mukaan kuluttajien kokemat suurimmat hyödyt ovat jatkuva saatavuus, laaja valikoima, helppo vertailu ja

ostaminen, monipuoliset maksu- ja toimitustavat sekä mahdollisuus tuotteiden palautuksiin (Hallavuo 2013, 52).

Sosiaalinen media on iso osa ihmisten elämää. Yrityksien onkin mahdollista laajentaa kaupankäyntiään varsinaisen verkkokauppa-alustan ulkopuolelle. Jo nyt kauppaa käydään sosiaalisessa mediassa ja eri pikaviestimissä, mutta jatkossa kaupankäynti tulee vielä kasvamaan. Kuluttajaa tämä helpottaa siinä, että yritykset tuovat kaupankäynnin lähemmäksi kuluttajaa ja helpottavat ostamista. (OP 2018.)

Kuluttajan ostamista ja ostopäätöstä huomattavasti helpottaa myös lisätyn todellisuuden ja virtuaalitodellisuuden tuomat mahdollisuudet. Näiden avulla kuluttajan on mahdollista kokeilla tuotetta kotona, ennen ostopäätöksen tekemistä. Esimerkiksi sisustustuotteiden kohdalla tämä mahdollistaa tuotteiden sovittamisen omaan kotiin ennen tuotteen ostamista. Tuotteiden kokeileminen ennen ostopäätöstä vähentää palautuksia, jolloin kuluttaja säästyy aikaa vievältä palautusprosessilta ja yritys säästää kustannuksia. (OP 2018.)

Lisäksi maailmanlaajuisesti verkkokauppojen samankaltaisuus tuo ostamisen helppoutta kuluttajalle. Verkkokaupoissa on tietenkin kulttuurisia eroja, mutta kaiken kaikkiaan verkkokaupasta ostaminen on melko yhtenäistä paikasta riippumatta. Verkkokaupassa kuluttajalla on myös mahdollisuus vuorovaikutukseen erilaisten chat-palveluiden kautta. Verkkokauppaan voidaan jalkauttaa asiakaspalvelijoita, jotka auttavat kuluttajaa samaan tapaan kuin myymälässä. (TIEKE 2018b.)

2.4 Verkkokaupan edut yritykselle

Yrityksen kannalta verkkokaupassa pyritään myymään mahdollisimman paljon mahdollisimman pienin kustannuksin. Verkkokaupassa siirretään osa aikaisemmin kauppiaan tekemästä työstä asiakkaalle, jolloin yritys säästää kustannuksia ja resursseja. Verkkokauppa mahdollistaa myös tehokkaan ja nopean palvelun, joka parantaa asiakastytyväisyyttä. Yrityksen näkökulmasta suuri etu on tuotteiden jatkuva saatavuus, jolloin

kuluttaja voi tehdä ostokset ympäri vuorokauden. (Hallavuo 2013, 19, 52-55.)

Verkkokauppa vähentää yrityksen kustannuksia myös siinä, että ei tarvita hyvällä sijainnilla olevaa liiketilaa, joka maksaa moninkerroin enemmän kuin verkkokauppa. Verkkokauppa tarjoaa yritykselle myös mahdollisuuden parempaan sähköiseen markkinointiin. Markkinointi on mahdollista kohdistaa asiakkaan ostokäyttäytymisen perusteella, jolloin se on mahdollisimman tehokasta. (TIEKE 2018b.)

Jo tällä hetkellä, mutta tulevaisuudessa vielä suuremmissa määrin tulee tekoäly auttamaan yrityksiä verkkokaupan toiminnassa. Tekoäly mahdollistaa suurten asiakas- ja käyttäytymisdatamäärien tehokkaan käsittelyn. Automatisointi vapauttaa samalla yrityksen resursseja ja ihmisten ei tarvitse tehdä töitä manuaalisesti. Oppivan tekoälyn avulla verkkokauppaan on mahdollista luoda henkilökohtaisen tuntuinen palvelu, joka auttaa yritystä sekä tietysti myös kuluttajaa. (OP 2018.)

3 TUTKIMUKSEN TAUSTA

3.1 Kojamo yrityksenä

Kojamo on tarjonnut asukkaille vuokra-asumista ja asumisen palveluita vuodesta 1969 alkaen. Tuolloin Kojamo tunnettiin vielä nimellä VVO. Vuodesta 2014 lähtien Kojamon valikoimaan on kuulunut kaupallisia Lumo-koteja sekä ei-kaupallisia VVO-koteja. Kokonaistarjonnasta noin 90 % on kaupallisia Lumo-koteja. Vuonna 2017 Kojamo alkoi keskittyä markkinahintaisiin Lumo-koteihin ja pikkuhiljaa luopua ei-kaupallisista VVO-kodeista. Vuonna 2017 tuotebrändit haluttiin selkeästi erotella yrityksen nimestä ja yrityksen nimeksi muutettiin Kojamo Oyj. (Kojamo 2018f.)

Tänä päivänä Kojamo on Suomessa toimiva asuntosijoitusyhtiö, jonka tarkoituksena on uudistaa vuokra-asumista ja tehdä siitä entistä haluttavampaa. Kojamon visiona on olla asumisen edelläkävijä ja asiakkaan ykkösvalinta. Kojamon kuluttajabrändit Lumo ja VVO ovat asumisen palveluratkaisuja, jotka tarjoavat hyvää vuokra-asumista kasvukeskuksissa eri puolella Suomea. (Kojamo 2018b.)

Kojamo rakennuttaa, isännöi ja vuokraa omat asuntonsa. Yrityksen henkilöstöön kuuluu yhteensä noin 300 työntekijää, monilla eri työnimikkeillä. Kojamolla on noin 35 000 vuokra-asuntoa eri puolella Suomea. (Kojamo 2018d.) Yrityksen liikevaihto vuonna 2017 oli 337 miljoonaa euroa. Kojamo listautui pörssiin Nasdaq Helsinki Oy:n päälistalle keväällä 2018. Yrityksen viisi suurinta osakkeen omistajaa tällä hetkellä ovat eläkevakuutusyhtiö Ilmarinen, työeläkevakuutusyhtiö Varma, Teollisuusliitto ry, Julkisten ja hyvinvointialojen liitto JHL ry sekä Rakennusliitto ry. (Kojamo 2018e.)

Kuva 5 esittää Kojamo Oyj:n strategian. Kuvan perusteella voidaan todeta, että yhteiskunnalliset megatrendit, Kojamon missio, visio sekä strategiset painopisteet yhdessä yrityksen arvojen kanssa ovat asioita, jotka ovat

osaltaan johtaneet myös Lumo-verkkokaupan syntymiseen. (Vuorinen 2018.)

Kojamo Oyj:n strategia



Kuva 5. Kojamo Oyj:n strategia (Kojamo 2018g)

3.2 Lumo-verkkokauppa

Lumo-verkkokauppa on vuonna 2015 kehitetty verkossa toimiva palvelu, jonka kautta on mahdollista vuokrata asuntoja. Tähän mennessä Lumo-verkkokaupan kautta tehtyjä vuokrasopimuksia on noin 7000 kappaletta. Verkkokaupan myötä valta asunnon valitsemisesta on siirtynyt vuokra-asukkaalle.

Verkkokaupassa asiakas voi vuokrata itselleen asunnon ilman ylimääräistä odottamista tai asuntihakemusta. Asiakas valitsee itselleen sopivan asunnon ja maksaa ensimmäisen kuukauden vuokran. Muuttopäivä uuteen kotiin voi olla nopeimmillaan jo seuraavana päivänä. Verkkokaupan kautta tehdyt vuokrasopimukset eivät sisällä vuokravakuutta, mutta sisältävät tyytyväisyystakuun.

Lumo-verkkokaupan tarkoituksena on vastata suomalaisten arvostamiin asioihin, nopeaan ja helppoon vuokra-asumiseen. Lisäksi verkkokaupan on tarkoitus sujuvoittaa asiakkaiden arkea. (Kojamo 2018a.)

Kuvat 6 ja 7 ovat näkymiä Lumo-verkkokaupasta. Kuva 6 on verkkokaupan etusivu, jossa asiakas voi hakea asuntoa eri paikkakunnilta sekä määrittellä mistä alkaen asuntoa tarvitsee. Kuva 7 esittää verkkokauppanäkymän hakuvaiheen jälkeen. Tässä esitetään asunnot, jotka ovat vuokrattavissa asiakkaan asettamilla hakuehdoilla. Osa asunnoista on heti vapaita ja toiset vapautuvat lähitulevaisuudessa.

Vuokraa vartissa!

Kirjoita sijainti

Kunta, kaupunginosa, postinumero tai katuosoite


Haluan asunnon alkaen

17.8.2018
✎


NÄYTÄ ENEMMÄN HAKUEHTOJA ▾

Näytä asunnot (436)


Lumo-verkkokaupasta löydät ja vuokraat haluamasi vuokra-asunnon suoraan verkosta, ilman jonottelua, asukasvalintaa tai vuokravakuutta.


1. Valitse

>


2. Vuokraa

>

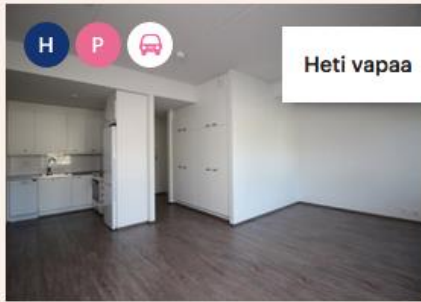

3. Muuta

TUTUSTU TARKEMMIN >

Kuva 6. Lumo-verkkokaupan etusivu (Kojamo 2018c)

Löytyi 14 asuntoa

Näytä ensin: Seuraavaksi vapautuvat ▾




Heti vapaa

Vanhanladonkatu 2
KEIJUPEISTO, LAHTI
KERROSTALO

674 €/kk
1H+KT, 38,5 m², 1. krs

[Lue lisää ja vuokraa heti!](#)



Heti vapaa

Saarnikatu 1
SAKSALA, LAHTI
KERROSTALO

690 €/kk
2H+K+S, 57 m², 4. krs

[Lue lisää ja vuokraa heti!](#)

Kuva 7. Näkymä hakuvaiheen jälkeen (Kojamo 2018c)

3.3 Lumo-verkkokauppa asiakkaan näkökulmasta

Lumo-verkkokauppa sisältää asiakkaan kannalta runsaasti hyviä puolia, mutta myös asioita, jotka voivat mietityttää asiakasta. Asunnon vuokraamisen nopeus ja helppous, on varmasti asiakkaalle suurin etu. Erilaisissa kiireellisissä tilanteissa tai elämän yllättävissä muutoksissa ihmisillä voi olla tarve saada asunto hyvinkin nopeasti, näissä tilanteissa verkkokauppa luo huomattavan edun verrattuna esimerkiksi perinteiseen vuokraustapaan. Verkkokaupassa asiakkaalla on myös mahdollisuus valita itselleen juuri haluamansa asunto, ja saada asunto ilman kilpailevia vuokralaisia. (Vuorinen 2018.)

Asunnon vuokraaminen verkkokaupasta vaatii myös hieman rohkeutta, sillä asuntoon ei pääse tutustumaan ennen vuokraamista. Asiakasta voi arveluttaa esimerkiksi asunnon koko, joka on hankala hahmottaa kuvien perusteella tai se, onko asunto kuvien luoman mielikuvan mukainen. Näiden asioiden turvaamiseksi Lumo-verkkokauppa sisältää peruutusoikeuden. Asiakkaalla on siis mahdollisuus peruuttaa vuokrasopimus ja saada takaisin vuokrauksen yhteydessä maksetut maksut. (Vuorinen 2018.)

Kuvat 8 ja 9 näyttävät, miltä Lumo-verkkokauppa näyttää juuri ennen asunnon vuokrausta. Kuva 8 on näkymä, josta asunnon vuokrauksen pääsee aloittamaan.

Vihdinkatu 6 D 46, Anttilanmäki, Lahti Vuokraa heti tästä

Lumo-verkkokaupan asunnot ovat heti vuokrattavissa suoraan verkosta. Vuokrasopimus solmitaan maksamalla ensimmäisen kuukauden vuokra. Muuttamaan pääset heti ilmoitetun vapautumis- tai valmistumisajankohdan jälkeen.

Havainnekuva on sisustetusta malliasunnosta, joka on pohjaratkaisultaan identtinen. Asunnon laminaattilattian sävy poikkeaa kuvasta, joka vuokrattavassa asunnossa on tammi. Asunto vuokrataan kalustamattomana.

Asunto on muuttovalmis 1.10.2018

1024 €/kk Kerrostalo
 m² 70,5 m² 3. kerros
 3H+K

- H Hissi
- P Lasitettu parveke
- Wi-Fi Vuokraan sisältyy laajakaista i
- V Vesimaksu 18 €/hlö/kk i

Kylpyhuone, lämmin irtainvarasto, astianpesukone, tupakointi kielletty sisätiloissa i

i Katso pohjapiirros

i Vapaita auto i Asiakaspalvelu

Katso vapaat autot i Apuasi ma-ti, pe 8-16, to 9-18

Kuva 8. Verkkokauppanäkymä ennen vuokrauksen aloittamista (Kojamo 2018c)

Kuva 9 on kuusivaiheisen ohjatun vuokraustoiminnon ensimmäinen vaihe. Ohjatun toiminnon viimeisen vaiheen suoritettua vuokrausprosessi on valmis.



Olet vuokraamassa asuntoa osoitteesta Vihdinkatu 6 D 46, Anttilanmäki, Lahti.

Asunto on 70,5 m², 3H+K. Se sijaitsee 3. kerroksessa. Asunnon vuokra on 1024 €/kk. Maksat ensimmäisen kuukauden vuokran heti ja voit muuttaa heti asunnon tiedoissa ilmoitettuna päivänä. Valmistuviin asuntoihin pääset muuttamaan heti ilmoitetun valmistumisajankohdan jälkeen.

1/6

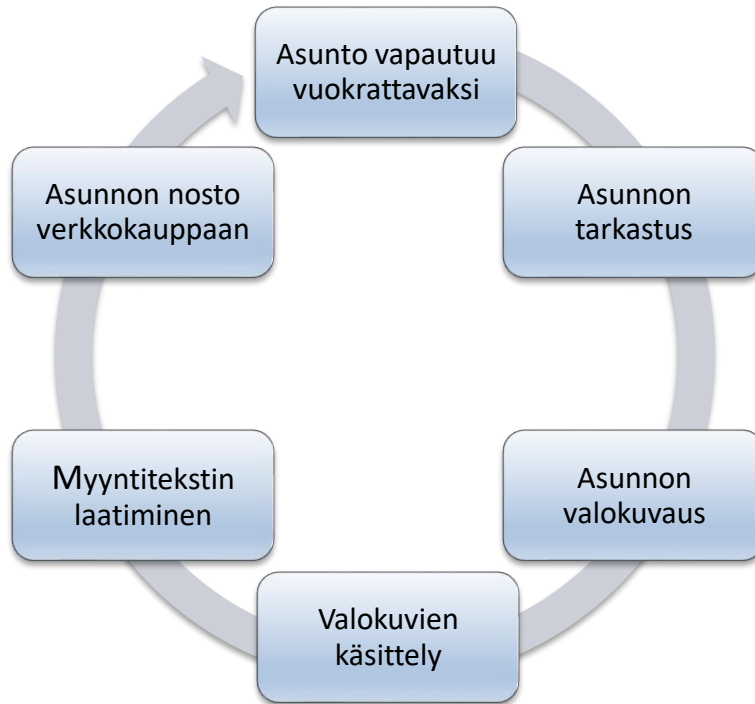
Tervetuloa vuokraamaan asunto!

Kuva 9. Ohjatun vuokraustoiminnan ensimmäinen vaihe (Kojamo 2018c)

3.4 Lumo-verkkokauppaprosessi

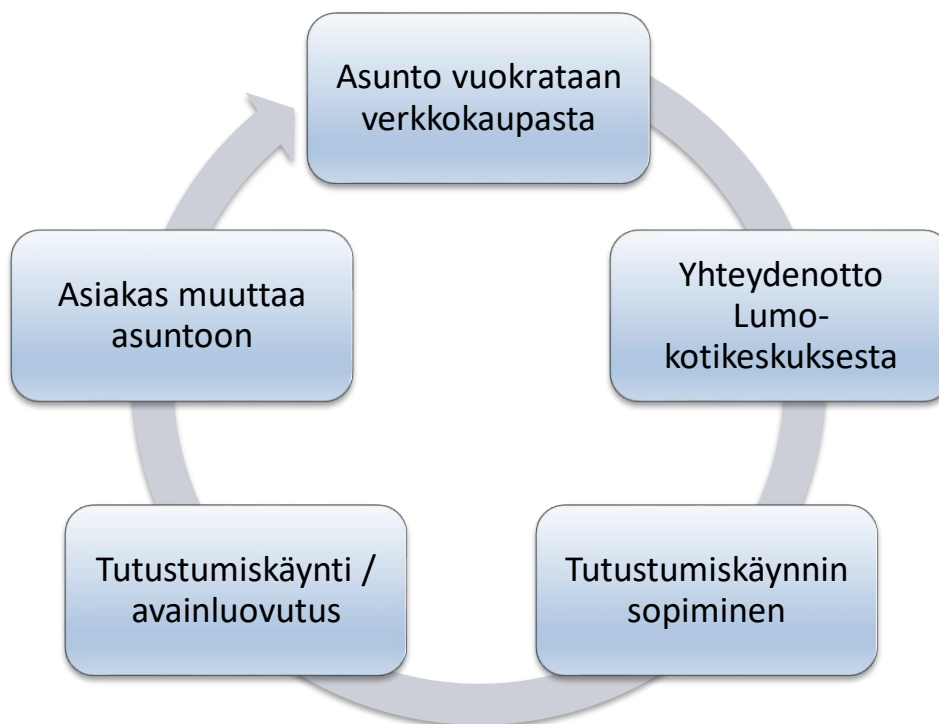
Verkkokauppaprosessi voidaan jakaa kahteen eri osioon. Prosessin ensimmäinen osio koostuu kuvion 1 mukaisista toimenpiteistä ennen asunnon vuokrausta ja kuvio 2 kuvaa prosessin jälkimmäistä osaa, joka alkaa siitä, kun asiakas on vuokrannut asunnon verkkokaupasta. Prosessin vaiheet sisältävät erilaisia toimenpiteitä riippuen siitä, onko asunto heti vapaa vai vasta vapautumassa.

Ensimmäinen osio käynnistyy siitä, kun asunto vapautuu vuokrattavaksi tai jo tyhjillään oleva asunto päätetään nostaa verkkokauppaan. Vapautuva asunto tarkastetaan, jonka jälkeen siitä otetaan valokuvat. Ennen kuin asunto voidaan nostaa verkkokauppaan vuokrattavaksi, on valokuvat käsiteltävä ja asunnosta laadittava myyntiteksti. Näiden toimenpiteiden jälkeen asunto on valmis verkkokauppaan.



Kuvio 1. Nykyisen verkkokauppaprosessin osa 1.

Verkkokauppaprosessin toinen osio käynnistyy, kun asunto vuokrataan verkkokaupasta. Vuokrauksen jälkeen asiakkaaseen ollaan yhteydessä Lumo-kotikeskuksesta ja sovitaan asuntoon tutustumiskäynti. Mikäli verkkokaupasta vuokratussa asunnossa on vielä asukas, on tutustumiskäynnistä sovittava myös asuvan asukkaan kanssa. Tutustumiskäynnillä asiakkaalla on mahdollisuus peruuttaa vuokrasopimus, mikäli asunto ei jollakin tapaa vastaa siitä saatua kuvaa. Mikäli peruutusta ei tule, niin prosessi päättyy, kun asiakas pääsee muuttamaan asuntoon.



Kuvio 2. Nykyisen verkkokauppaprosessin osa 2.

3.5 Tutkimuksen toteutus

Tutkimusosion haastattelut toteutetaan teemahaastatteluina.

Teemahaastattelu etenee ennakkoon suunniteltujen teemojen mukaisesti, mutta keskustelu ei välttämättä noudata samaa järjestystä kaikkien haastateltavien kanssa, eikä kaikkia teemoja käsitellä aina samalla laajuudella. Haastattelussa ei ole tarkoitus tehdä yksityiskohtaisia muistiinpanoja, vaan muistiinpanot pyritään pitämään mahdollisimman lyhyinä ja samalla pyritään tulkitsemaan myös haastateltavan eleitä. Tarkkojen muistiinpanojen sijaan tarkoituksena on antaa tilaa vapaalle keskustelulle. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Haastatteluun osallistuu Lahden Lumo-kotikeskuksen työntekijöitä, jotka ovat jollakin tavalla mukana verkkokauppaprosessin eri vaiheissa. Haastateltavina on kaksi myyntineuvottelijaa, isännöitsijä sekä kotikeskuksen verkkokauppavastaava ja esimies. Haastateltavia henkilöitä on yhteensä viisi ja he kaikki ovat haastattelijalle ennestään tuttuja.

Haastatteluja varten valitaan rauhallinen tila, jolloin ulkopuoliset häiriötekijät eivät häiritse haastattelun kulkua. Yksittäisen haastattelun kesto on noin 15-25 minuuttia riippuen haastattelun aikana syntyvän keskustelun määrästä. Haastattelurunko on testattu etukäteen ja pienten muutosten jälkeen todettu toimivaksi. Haastattelut toteutetaan syksyn 2018 aikana Lahden Lumo-kotikeskuksessa.

Haastatteluiden aineisto talletetaan haastattelujen aikana lyhyillä muistiinpanoilla ja lisäksi apuna käytetään äänittämistä. Tarkoituksena on pitää haastattelun aikana tehtävät muistiinpanot melko lyhyinä ja kirjata ylös vain oleelliset asiat lyhyesti.

Haastatteluiden jälkeen kerätty aineisto litteroidaan. Litteraatiotasona käytetään peruslitterointia, jonka tarkoituksena on litteroida puhe sanatarkasti, pois lukien puheessa esiintyvät täytesanat, toistot, keskenjäävät tavut ja yksittäiset äännähdykset. Lisäksi selkeästi aiheeseen liittymätön keskustelu voidaan jättää litteroimatta. (Tietokirjasto 2017.) Lopuksi haastatteluista saatuja tuloksia vertaillaan keskenään ja pyritään löytämään eroja sekä yhtäläisyyksiä, jotta saadaan vastauksia tutkimuskysymyksiin.

4 TUTKIMUSTULOKSET JA KEHITYSEHDOTUKSET

Tässä osiossa käsitellään teemahaastatteluista saatuja tutkimustuloksia. Tutkimustulokset käsitellään haastatteluissa käytettyjen teemojen mukaisesti ja niistä pyritään löytämään eroja ja yhtäläisyyksiä. Tuloksia läpikäytäessä tuodaan myös esille suoria lainauksia haastateltavien vastauksista.

Tästä osiosta löytyy myös teemahaastatteluiden tulosten yhteenveto ja lisäksi osiossa käsitellään tutkimustulosten luotettavuutta. Osion lopussa esitetään johtopäätökset ja pohditaan tutkimustuloksia sekä tuodaan esille tutkimuksen pohjalta syntyneet kehitysehdotukset.

4.1 Haastatteluiden tulokset

Haastattelun ensimmäinen teema käsitteli verkkokauppaan osallistumista. Haastateltavilta kysyttiin heidän työnimikkeensä sekä sitä, miten he osallistuvat verkkokaupprosessiin. Haastatteluista kävi ilmi, että verkkokaupprosessi sisältää useita erilaisia tehtäviä. Eri työnimikkeiden välillä eroja on paljonkin, mutta samalla työnimikkeellä työskentelevät tekevät pitkälti samoja töitä myös verkkokauppaan liittyen. Esimerkiksi myyntineuvottelijoiden vastaukset olivat hyvin samankaltaisia keskenään.

Tehtäviin kuuluu seurata uusia verkkokauppasopimuksia. Sitten hoidan sitä prosessia eteenpäin, eli sovin tutustumiskäynnin ja mahdollisesti avainluovutuksesta. Ja tietysti asunnon esittely tutustumiskäynnillä. (Vastaja B)

Asuntojen valinta verkkokauppaan, esimerkiksi asunonäytöllä nähtyä asuntoa voi vinkata, että laitetaan verkkokauppaan, jos se ei heti näytöllä mene kaupaksi. (Vastaja C)

Toimiston verkkokaupavastaava koki haastattelussa tärkeimmäksi verkkokauppaan liittyväksi tehtäväkseen asuntojen nostot verkkokauppaan, sekä muut siihen liittyvät toimenpiteet.

Jos asunnosta ei ole valmiina vanhoja tai riittävän hyviä kuvia, niin käyn kuvaamassa asunnot. Sen jälkeen vielä täytyy siirtää kuvat tietokoneelle ja tehdä asunnosta

esittelyteksti. (Vastaja A)

Toimiston esimiehen haastattelun vastausten sisältö erosi hyvin paljon muista vastauksista. Esimiehen tehtäviin kuuluu enemmänkin seurata verkkokaupan toimintaa sekä organisoida työtehtävät niin, että verkkokaupprosessi toimisi mahdollisimman hyvin.

Osallistun prosessiin seuraamalla verkkokaupan asuntotarjontaa, jos on vähän tarjontaa, niin reagoin siihen ja ohjaan ihmisiä keskittymään enemmän verkkokauppaan. (Vastaja D)

Tietysti omiin tehtäviin kuuluu myös organisoida toimintaa ja jakaa vastuut verkkokauppatöiden osalta, jotta se toimisi mahdollisimman tehokkaasti. (Vastaja D)

Isännöinnin puolella verkkokaupprosessiin osallistuminen painottui haastattelusta saatujen tulosten perusteella hyvin pitkälti asuntojen tarkastamiseen sekä mahdollisesti jälkeinpäin tehtäviin huoneistokorjauksiin.

Tarkastan asunnot ja katson, että kaikki on kunnossa. (Vastaja E)

Jos tutustumiskäynnillä on selvinnyt jotakin puutteita asunnossa, niin selvittelen niitä ja tilaan mahdollisia huoneistokorjauksia. (Vastaja E)

Toinen haastattelun teema käsitteli verkkokaupasta saatavia hyötyjä. Vastauksissa tuli ilmi hyötyjä sekä oman työn, että koko yrityksen kannalta. Kaikilta vastaajilta tuli esille verkkokaupan myyntiä edistävä vaikutus.

Isoimpana hyötynä on varmaan myynnin lisääminen. (Vastaja A)

Tietysti helpottaa myynnin tavoitteita, kun osa sopimuksista tehdään suoraan verkkokaupasta. (Vastaja B)

Omaan työhön vaikuttavana asiana verkkokauppa nähtiin hyödyllisenä, koska se säästää aikaa ja vähentää esimerkiksi turhia asunnoissa käyntejä.

Säästäähän se aikaa, kun sopimus on jo tehty, eikä tarvitse sen kanssa enää tehdä mitään. (Vastaja B)

Asunnon tarjoamisprosessi jää kokonaan pois ja turhat asunnoissa käynnit myös. Ei tarvitse ravata asunnoissa ja käyttää siihen turhaan aikaa. (Vastaja C)

Verkkokaupan hyötynä nähtiin myös yrityksen imagon ja näkyvyyden kannalta positiivinen vaikutus. Lisäksi nousi esiin työn monipuolisuuteen vaikuttava positiivinen asia.

Imagon kannalta suuri juttu, sillä muilla toimijoilla ei ole verkkokauppaa. (Vastaja D)

Tietysti yrityksen näkyvyys lisääntyy verkkokaupan ansiosta. (Vastaja A)

Verkkokauppa muuttaa henkilökunnan työnkuvia, jonka seurauksena työ on monipuolisempaa. Se sitten taas lisää tyytyväisyyttä omaa työtä kohtaan. (Vastaja D)

Verkkokauppa tuo hyötyjä myös asiakkaalle. Kaikki haastatteluun vastanneet nostivat esille verkkokaupan kautta tapahtuvan nopean ja helpon vuokraamisen.

Nopea vuokraus kiireellisissä tilanteissa on asiakkaan kannalta hyvä asia. (Vastaja D)

Asiakkaalle iso etu, koska se on nopea ja helppo tapa löytää asunto. (Vastaja B)

Teemahaastattelun kolmannessa teemassa käsiteltiin verkkokauppaprosessin haasteita, sekä sen vaikutusta muihin töihin. Yksi haaste, josta kaikki haastateltavat olivat samaa mieltä, on se, että verkkokauppaan pitäisi saada enemmän asuntoja tarjolle.

Onhan se selkeä haaste, että saadaan sinne verkkokauppaan tarpeeksi asuntoja. (Vastaja C)

Asuntojen nostaminen verkkokauppaan on melko hidasta ja vaatii paljon erilaisia vaiheita, siksi välillä ei ehdi laittamaan niin paljon asuntoja verkkoon kuin pitäisi. se on kyllä yks iso haaste. (Vastaja A)

Useimmat vastaajat näkivät suurena haasteena erilaisista syistä johtuvat resurssien vähenemiset, esimerkiksi loma-ajat tai sairastumiset.

Verkkokauppa on liikaa tietyn henkilön varassa ja siten esimerkiksi poissaolot vaikuttavat verkkokauppaan negatiivisesti. (Vastaja B)

Kun ei ole riittävästi henkilöitä tekemään verkkokauppatöitä, niin on vaikea pärjätä edes organisoimalla. Silloin on pakko miettiä mitkä työt ovat tärkeimpiä. (Vastaja D)

Verkkokaupan vaikutus omiin muihin työtehtäviin nähtiin vastaajien kesken samalla tavalla.

Kyllä verkkokaupan teettämät työt vaikuttavat muihin töihin, kun se vie aikaa jonkun verran. Siitä saatava hyöty on kuitenkin niin suuri, että menee muiden ei niin kiireellisten töiden edelle. (Vastaja A)

Viimeisessä teemassa kysyttiin ratkaisuehdotuksia haasteisiin. Tämän tarkoituksena oli selvittää minkälaisia keinoja työntekijät itse löytävät ilmenneiden ongelmien ratkaisemiseksi. Haastattelussa selkeästi esille nouseva asia oli töiden ja ajankäytön huolellinen organisointi, sekä prosessin vastuiden jakamisen lisääminen.

Hyvällä organisoinnilla voitaisiin helpottaa haasteita, auttaisi siinä ajankäytössä, kun olisi etukäteen hyvin mietitty, miten toimitaan. Ja sitten se, että prosessi ei ole liikaa yhden henkilön varassa. (Vastaja B)

Prosessin vastuita pitäisi jakaa enemmän, jolloin poissaolot eivät heti vaikuttaisi. Lisäksi voitaisiin laajentaa verkkokauppaosaajien määrää toimiston sisällä, nyt melko paljon tiettyjen vastuulla. (Vastaja D)

Resurssien lisääminen ja mahdollisuus tarvittaessa töihin kutsuttaviin henkilöihin nousi muutamaa otteeseen myös esille.

Mahdollisuus tarvittaessa töihin kutsuttaviin henkilöihin olisi tärkeää, mikäli resurssit yllättäen vähenevät. (Vastaja D)

Resurssien lisääminen, että olisi useampi henkilö tekemässä verkkokaupprosessia, se vois ainakin auttaa. (Vastaja C)

Asuntojen nostaminen verkkokauppaan koettiin osittain hitaana ja siihen kaivattiinkin kehitystä.

*Ehdottomasti ohjelmia pitäisi kehittää niin, että asuntojen vieminen verkkokauppaan helpottuu ja etenkin nopeutuu.
(Vastaja A)*

4.2 Tulosten yhteenveto

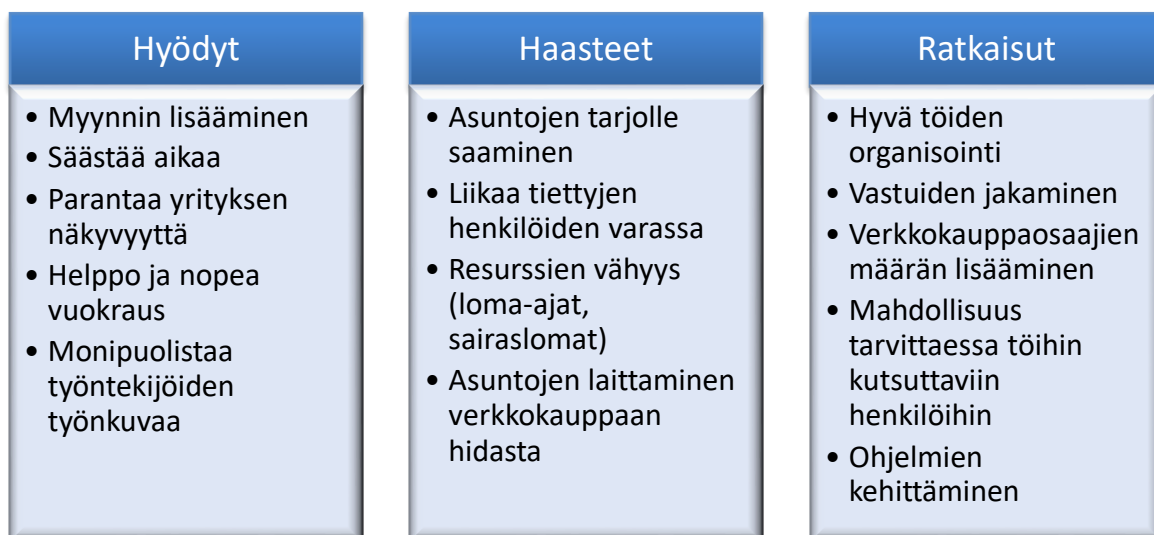
Tässä osiossa tiivistetään tutkimusosuuden haastatteluiden tulokset ja esitetään tuloksista kuvio, johon on kerätty tärkeimpiä teemahaastattelussa esille nousseita asioita.

Verkkokaupan hyötyjä käsittelevässä teemassa selkeiten nousi esille myynnin lisääntyminen ja ajan säästyminen. Lisäksi helppo ja nopea vuokraus nähtiin helpottavan sekä asiakasta, että työntekijöitä. Yksittäisenä asiana työtä monipuolistava vaikutus tuli myös esille.

Verkkokauppaprosessin haasteista keskusteltaessa esille nousi vahvimmin verkkokauppaan saatavien asuntojen vähäinen määrä sekä resurssien vähyys ja se, että prosessi on liikaa tiettyjen henkilöiden varassa. Yksittäisenä asiana tässä teemassa esille nousi asuntojen verkkokauppaan laittamisen hitaus.

Haastattelun viimeisessä teemassa haettiin ratkaisuehdotuksia haasteisiin. Suurimpana asiana tässä teemassa esille nousi hyvä töiden organisointi, jonka seurauksena kaikille työtehtäville jää riittävästi aikaa. Lisäksi vastuiden jakaminen ja mahdollisuus tarvittaessa töihin kutsuttaviin henkilöihin nähtiin yleisesti mahdollisena ratkaisuna. Haastatteluissa muutamaan otteeseen nousi esille myös se, että toimiston sisällä lisättäisiin niin sanottujen verkkokauppaosaajien määrää eli henkilöitä, jotka hallitsevat verkkokauppaprosessin alusta loppuun asti. Yksittäisenä, mutta hyvin tärkeänä asiana nähtiin ohjelmien kehittäminen, jotta prosessi nopeutuisi.

Alla nähtävä kuvio 3 tiivistää haastatteluissa esille nousseet asiat. Kuvio on tehty haastattelun teemojen mukaisesti ja esiin on nostettu teemoittain selkeästi ilmenneet asiat.



Kuvio 3. Verkkokaupan hyödyt, haasteet ja ratkaisut.

4.3 Tutkimustulosten luotettavuus

Tutkimuksissa pyritään aina välttämään virheitä, mutta silti kaikissa tutkimuksissa on hyvä arvioida tehdyn tutkimuksen luotettavuutta.

Tutkimuksen luotettavuutta voidaan arvioida useilla erilaisilla mittaus- ja tutkimustavoilla. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 226.) Tämän tutkimuksen luotettavuutta mitataan validiteetin ja reliabiliteetin avulla.

Validiteetti voidaan määritellä niin, että se tarkoittaa tutkimusmenetelmän kykyä mitata juuri sitä ilmiötä, jota on tarkoituskin tutkia. Validius voidaan ajatella siis tutkimuksen pätevyyttä mittaavana mittarina. Tutkimuksen validius voi kärsiä, jos haastateltava ajattelee kysymykset jollakin toisella tapaa, kuin miten haastattelija on tarkoittanut. Jos tutkija käsittelee saatuja tuloksia oman ajatusmallinsa mukaisesti, eivät tutkimustulokset ole päteviä. (Hirsjärvi ym. 2007, 226-227.)

Tämän tutkimuksen haastattelun kysymykset käytiin haastateltavien kanssa yhdessä läpi, joten voidaan ajatella, että kysymysten väärinymmärryksen mahdollisuus on hyvin pieni. Tutkimus antoi myös paljon vastauksia tutkimusongelmaan, näin ollen tutkimusmenetelmä vastasi juuri siihen mihin haluttiinkin. Tutkimuksen validius voi hieman kärsiä siitä, että haastattelija ja haastateltavat tunsivat hyvin entuudestaan. Toisaalta tämän seurauksena heidän välillään oli hyvä luottamus, joka nostaa haastattelun luotettavuutta. Kaiken kaikkiaan voidaan todeta, että tutkimuksen validiteetti on melko hyvä.

Toinen tämän tutkimuksen luotettavuutta arvioiva mittari on reliabiliteetti. Reliabiliteetti tarkoittaa tutkimuksen toistettavuutta, eli tutkimuksen kykyä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. Reliaabelius voidaan todeta useilla erilaisilla tavoilla. Esimerkiksi jos kaksi tutkijaa pääsee samaan lopputulokseen, tai samaa henkilöä tutkitaan eri tutkimuskerroilla ja saadaan aina sama lopputulos, voidaan tuloksia pitää reliaabeleina. (Hirsjärvi ym. 2007, 226-227.) Saaranen-Kauppinen ja Puusniekan (2006) mukaan reliabiliteetti mittaa myös tutkimuksen luotettavuutta. Heidän mukaansa haastattelun esitestaus ja harjoittelu lisäävät yleensä luotettavuutta.

Tämä tutkimus on toteutettu vain kertaalleen, joten sen toistettavuutta on vaikea arvioida. Tutkimus olisi kuitenkin mahdollista toteuttaa uudestaan ja todennäköisesti tutkimustulokset olisivat samankaltaisia. Toteutetun teemahaastattelun runko esitestattiin ennen haastatteluja. Testaus tapahtui niin, että haastattelu käytiin läpi haastatteluun osallistumattoman henkilön kanssa. Esitestauksen jälkeen haastattelurunkoa muokattiin niiltä osin, kun se nähtiin tarpeelliseksi, jotta haastattelu olisi mahdollisimman toimiva. Näiden toimenpiteiden voidaan todeta nostavan tutkimuksen luotettavuutta.

4.4 Johtopäätökset ja pohdinta

Tässä osioissa esitetään johtopäätöksiä tutkimukseen liittyen sekä verrataan niitä teoriaosuudessa esille nousseisiin asioihin. Osiossa esitetään myös omia pohdintoja tuloksiin liittyen.

Teoriaosuudessa verkkokaupan suurena etuna tuotiin esille sen nopeus ja helppous. (Hallavuo 2013.) Tutkimuksessa verkkokaupan yhtenä suurimmista eduista oli nopea ja helppo asuntojen vuokraus. Nopeus ja helppous ovat asiakkaan etuja, mutta ne myös nopeuttavat verkkokaupprosessia. Hallavuo (2013) mainitsee myös verkkokaupassa tuotteiden jatkuvan saatavuuden ja mahdollisuuden tehdä ostoksia ympäri vuorokauden. Tutkimusosuuden haastatteluissa ehkä vahvimmin esille tuli juuri tähän liittyvä asia, eli myynnin lisääntyminen. Kun asiakkaalla on mahdollisuus vuokrata itselleen asunto mihin vuorokauden aikaan tahansa, niin on selvää, että asuntojen vuokraus tehostuu. Haastatteluissa esille tuli myös, kun verkkokaupasta tehdyt sopimukset ovat jo valmiita eikä niille tarvitse tehdä mitään, tämä säästää huomattavasti aikaa. Teoriaosuudessakin mainitaan automaation vapauttavan yrityksen resursseja ja vähentävän ihmisten manuaalisesti tekemää työtä. (OP 2018)

Haastatteluiden tuloksista voidaan todeta, että verkkokaupan hyötynä nähtiin ajan säästäminen, mutta toisaalta haasteena on resurssien vähyys. Nämä asiat ovat hieman ristiriidassa keskenään. Teoriaosuudessa mainitaan, että verkkokaupassa siirretään osa aikaisemmin kauppiaan tekemästä työstä asiakkaalle, jolloin säästetään resursseja ja kustannuksia. (Hallavuo 2013.) Haastatteluista nousee esille, että esimerkiksi asunnon tarjoamisprosessi jää kokonaan pois, kun asiakas valitsee itse asunnon verkkokaupasta. Tässä siis siirretään vastuuta asiakkaalle. Kuitenkin verkkokauppaan liittyy paljon muita töitä, jotka vievät aikaa, joten kuitenkin verkkokaupan aikaa säästävän osuuden joutuu maksamaan takaisin jossakin prosessin vaiheessa.

Hyvä töiden organisointi nähtiin haastatteluissa yhtenä ratkaisevista asioista haasteiden ratkaisemiseksi. Organisointi mahdollisesti auttaisi myös aikaisemmin esiintuodussa ajan säästämisen ja resurssien vähyyden ristiriidassa.

Yhtenä verkkokauppaprosessia hidastavana tekijänä tutkimuksessa tuli esille järjestelmien hitaus ja tämän seurauksena asuntojen verkkokauppaan viemisen hitaus. Teoriaosuudessa sivutaan tekoälyn vaikutusta verkkokauppaan ja sen tuomia erilaisia mahdollisuuksia. Tekoälyn tuominen mukaan prosessiin ja osin prosessin automatisointi voisi nopeuttaa koko verkkokauppaprosessia huomattavasti.

4.5 Kehitysehdotukset

Tähän osioon kerätään kehitysehdotuksia, joiden avulla Lahden Lumokotikeskuksen verkkokauppaprosessia voitaisiin kehittää. Tutkimuksessa esille nousseiden asioiden perusteella prosessin suurimpia haasteita ovat verkkokauppaan riittävän suuren asuntotarjonnan saaminen, resurssien vähyys, asuntojen verkkokauppaan laittamisen hitaus ja se, että prosessi on liikaa tiettyjen henkilöiden varassa.

Tutkimuskysymyksiin, mitkä tekijät vaikuttavat verkkokauppaprosessin sujuvuuteen ja millä keinoilla verkkokauppaprosessia voidaan kehittää, saatiin useita vastauksia. Verkkokauppaprosessin sujuvuuteen vaikuttavia asioita ovat selkeästi resurssien vähyys ja prosessin oleminen liikaa tiettyjen henkilöiden vastuulla. Lisäksi ohjelmien hitaus aiheuttaa suurta haastetta koko prosessin sujuvuuteen.

Resurssien vähyyteen voidaan varmasti vaikuttaa jo aikaisemmin tutkimusosuudessa esille tulleella hyvällä organisoinnilla, jolloin aikaa riittää kaikkiin työtehtäviin. Hyvällä organisoinnilla työtehtävät ja vastuut saadaan jaettua niin, että prosessi toimii sen osalta maksimaalisen hyvin. Selkeä vastuiden jakaminen vaikuttaa myös siihen, että kaikki toimiston työntekijät ovat tietoisia siitä, mitkä tehtävät ovat heidän vastuullaan. Tämä

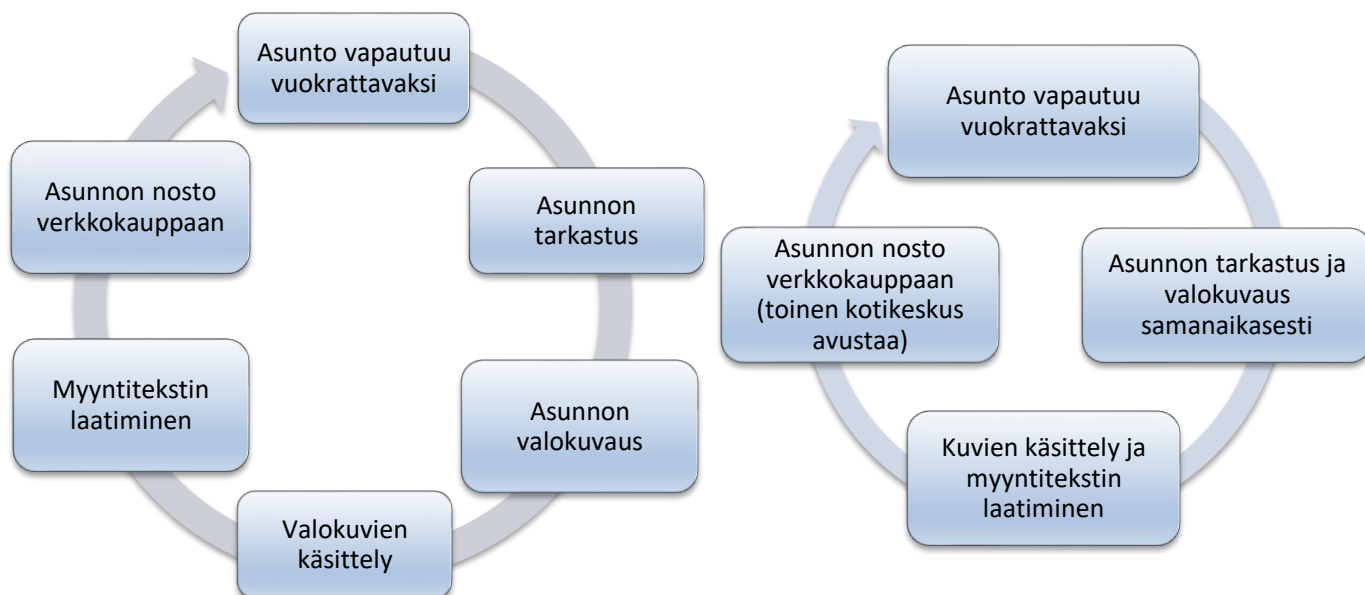
helpottaisi myös loma-ajoista ja sairaustapauksista johtuvia poissaoloja, kun toimistolla ollaan tietoisia kuka hoitaa mitäkin asiaa.

Mikäli hyvälläkään organisoinnilla resurssien vähyyttä ei saada paikattua, voisi olla mahdollista saada apuja toisen paikkakunnan kotikeskukselta. Yrityksellä on useita eri toimipisteitä ympäri Suomea, joten esimerkiksi lähimpänä oleva kotikeskus voisi auttaa joissakin verkkokauppaan liittyvissä töissä etänä. Toisesta kotikeskuksesta voitaisiin tehdä muun muassa asuntojen nostoja verkkokauppaan. Tämä tietysti edellyttää, että apua antavan kotikeskuksen resurssit ovat kunnossa.

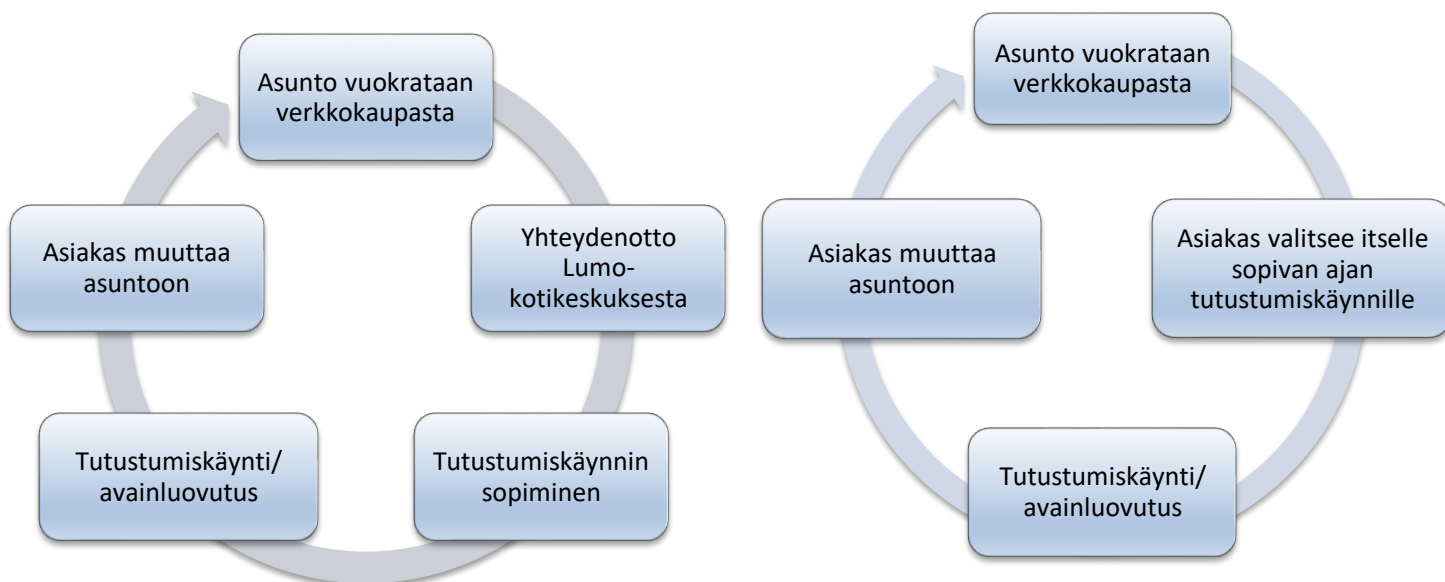
Prosessista olisi mahdollista saada yksi työvaihe pois, mikäli jo huoneistotarkastuksen yhteydessä kuvattaisiin asunnot. Nykyisessä prosessissa isännöitsijä tarkastaa asunnon ja vasta sen jälkeen asunto käydään kuvaamassa. Näiden vaiheiden yhdistäminen säästäisi melko paljon aikaa.

Kehitysehdotuksena kannattaa huomioida myös ohjelmien kehittäminen niin, että mahdollisimman moni vaihe menisi automaattisesti. On selvää, että mahdollisimman vähäinen määrä ihmisen manuaalisesti tehtävää työtä nopeuttaisi prosessia. Esimerkiksi kun asiakas vuokraa asunnon verkkokaupasta, voisi hän itse valita ajan tutustumiskäynnille, mikäli hän haluaa päästä tutustumaan asuntoon ennen muuttoa. Tämän seurauksena ei asiakkaaseen tarvitsisi olla yhteydessä heti vuokrauksen jälkeen. Lisäksi kuvien käsittely ja myyntitekstien laatiminen voisi toimia automaation kautta.

Edellä mainituilla kehitysehdotuksilla varmasti päästäisiin tilanteeseen, jossa verkkokaupprosessi olisi sujuvaa ja siitä saatava hyöty olisi mahdollisimman suuri. Kuviot 4 ja 5 vertailevat alkuperäisiä prosessikaavioita tutkimustuloksien avulla kehitettyihin prosessikaavioihin. Kuvioissa alkuperäinen prosessikaavio on vasemmalla ja oikealla puolella kehitetty prosessikaavio. Kuvio 4 vertailee prosessin ensimmäistä vaihetta ja kuvio 5 toista vaihetta.



Kuvio 4. Alkuperäisen ja kehitetyn verkkokauppaprosessin osa 1.



Kuvio 5. Alkuperäisen ja kehitetyn verkkokauppaprosessin osa 2.

5 YHTEENVETO

Opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää Lahden Lumo-kotikeskuksen verkkokauppaprosessia. Ongelmana prosessissa oli se, että asuntoja ei saatu verkkokauppaan riittävän paljon ja muutenkin prosessin sujuvuuteen kaivattiin kehitystä. Opinnäytetyön osana tehtävän tutkimuksen tarkoituksena olikin selvittää keinoja, joilla verkkokauppaprosessia voitaisiin kehittää ja siten saada siitä maksimaalinen hyöty yritykselle.

Teoriaosuudessa perehdyttiin verkkokauppaan yleisellä tasolla ja selvitettiin, mitä hyötyjä siitä on kuluttajan ja yrityksen kannalta. Lisäksi teoriaosuudessa perehdyttiin internetin vuokra-asuntotarjontaan. Osuudessa esiteltiin verkossa olevia vuokra-asuntosivustoja ja vaihteita, joita vuokra-asunnon hankinta pitää sisällään.

Tutkimusosuuden alussa esiteltiin toimeksiantajayritys ja Lumo-verkkokauppa. Lisäksi tarkasteltiin Lumo-verkkokauppaa asiakkaan näkökulmasta ja esitettiin verkkokauppaprosessista kaksiosainen prosessikaavio.

Opinnäytetyön empiirisessä osuudessa toteutettiin teemahaastattelu, jonka tarkoituksena oli löytää vastauksia tutkimusongelmaan. Teemahaastattelut toteutettiin Lahden Lumo-kotikeskuksessa ja yksittäisen haastattelun kesto oli noin 15-25 minuuttia. Haastateltaviksi valittiin viisi Lumo-kotikeskuksen työntekijää, joihin kuului toimiston verkkokauppavastaava, isännöitsijä, kaksi myyntineuvottelijaa sekä toimiston esimies. Haastattelut sujuivat hyvin ja niiden avulla saatiin tutkimusongelman kannalta paljon oleellista tietoa.

Tutkimuksen aikana esille nousi selkeästi asioita, jotka vaikuttavat verkkokauppaprosessin sujuvuuteen ja vastaavat hyvin tutkimuskysymyksiin.

Suurimpina verkkokauppaprosessin sujuvuuteen vaikuttavina asioina esille nousi resurssien puute, asuntojen verkkokauppaan laittamisen hitaus sekä

se, että prosessi on liikaa tiettyjen henkilöiden vastuulla. Näihin ongelmiin esitettiin ratkaisuja tutkimusosuuden lopussa.

Jatkossa voisi olla mielenkiintoista ja hyödyllistä tutkia mahdollisuutta lisätyn- ja virtuaalitodellisuuden hyödyntämisestä asunnon vuokrausprosessissa. Virtuaalitodellisuuden avulla voisi olla mahdollista korvata esimerkiksi perinteinen asuntoesittely virtuaalisella esittelyllä. Lumo-verkkokaupan kohdalla tämä tarkoittaisi vuokrauksen jälkeen järjestettävän tutustumiskäynnin korvaamista. Mikäli virtuaalinen esittely voisi korvata tutustumiskäynnin, niin se vapauttaisi yhden työvaiheen pois verkkokauppaprosessista.

LÄHTEET

Airbnb 2018a. Dream or nightmare. Dokumentti [viitattu 5.9.2018]

Saatavissa: <https://www.ruutu.fi/video/3266545>

Airbnb 2018b. Verkkosivu [viitattu 5.9.2018] Saatavissa:

https://www.airbnb.fi/a?af=43720035&c=.pi0.pk7568729411_259728860343_c_12026464216&gclid=EAlaIQobChMI64fd4NWj3QIVkRsYCh3KfQbCEAAYASAAEgK0EPD_BwE

Hallavuo, J. 2013. Verkkokaupan rautaisannos. Alma Talent. [viitattu 10.8.2018]

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. Tammi. [viitattu 12.9.2018]

Kaarenoja, V. 2010. Tällainen tyyppi saa asunnon. [viitattu 4.9.2018].

Saatavissa: <https://www.is.fi/taloussanomat/art-2000001663486.html>

Kojamo 2018a. Lumo-verkkokauppa. [viitattu 10.8.2018] Saatavissa:

(<https://kojamo.fi/kotinyt-fi/>)

Kojamo 2018b. Kojamo-konserni lyhyesti. [viitattu 10.8.2018] Saatavissa:

(http://vuosikertomus2017.kojamo.fi/?_ga=2.30408319.1772060168.1532588761-750861282.1532588761)

Kojamo 2018c. Lumo-verkkokauppa. [viitattu 10.8.2018] Saatavissa:

https://verkkokauppa.lumo.fi/?gclid=EAlaIQobChMIzY_YzKOh3QIV1MqyCh19uwZ8EAAYASAAEgIhgFD_BwE

Kojamo 2018d. Organisaatio. [viitattu 18.9.2018] Saatavissa:

<https://kojamo.fi/yhtio/organisaatio/>

Kojamo 2018e. Osakkeet ja osakkeenomistajat. [viitattu 18.9.2018]

Saatavissa: <https://kojamo.fi/sijoittajat/omistajat/>

Kojamo 2018f. VVO-konsernista Kojamoksi. [viitattu 18.9.2018]

Saatavissa: <https://kojamo.fi/yhtio/historia/>

Kojamo 2018g. Strategia. [viitattu 10.8.2018] Saatavissa:

<https://kojamo.fi/yhtio/strategia/>

Leinonen, A. 2017. Digitalisaatio muuttaa meille. [viitattu 5.9.2018].

Saatavissa: <https://asunnot.oikotie.fi/asuntomarkkinat/digitalisaatio-muuttaa-meille/>

Oikotie 2018. Vuokrattavat asunnot. [viitattu 6.9.2018] Saatavissa:

https://asunnot.oikotie.fi/vuokrattavat-asunnot?ref=ot_header

OP 2018. Verkkokaupan 5 trendiä vuodelle 2018. [viitattu 19.9.2018]

Saatavissa: <https://www.op-verkkokauppakokemus.fi/tietopankki/verkkokaupan-5-trendia-vuodelle-2018>

Saaranen-Kauppinen A. & Puusniekka A. 2006. KvaliMOTV -

menetelmäopetuksen tietovaranto. [viitattu 30.8.2018] Saatavissa:

http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_2.html

Suomen vuokranantajat 2018. Vuokrailmoitus. [viitattu 4.9.2018].

Saatavissa: <https://vuokranantajat.fi/vuokraus/vuokrasuhteen-alku/vuokrailoituksen-tekeminen/>

TIEKE 2018a. Mitä on verkkokauppa? [viitattu 8.9.2018] Saatavissa:

<https://www.tieke.fi/pages/viewpage.action?pageId=37519405>

TIEKE 2018b. Verkkokaupan etuja. [viitattu 8.9.2018] Saatavissa:

<https://www.tieke.fi/display/julkaisut/Verkkokaupan+etuja>

Tietokirjasto 2017. Kvalitatiivisen datatiedoston käsittely. [viitattu 8.9.2018]

Saatavissa: <http://www.fsd.uta.fi/aineistonhallinta/fi/kvalitatiivisen-datan-kasittely.html>

Tilastokeskus 2014. Verkkokauppa. [viitattu 10.8.2018] Saatavissa:

https://www.stat.fi/til/sutivi/2014/sutivi_2014_2014-11-06_kat_005_fi.html

Vuokraovi 2018. Vuokra-asunnot. [viitattu 6.9.2018] Saatavissa:

<https://www.vuokraovi.com/>

Vuorinen P. 2018. Lumo-kotikeskus, Lahti. Aluepäällikkö. Haastattelu
08.09.2018.

LIITTEET

Liite 1.

Teemahaastattelun kyselylomake:

- Verkkokauppaprosessiin osallistuminen
 - Työnimikkeesi Lumo-kotikeskuksessa?
 - Miten osallistut verkkokauppaprosessiin?

- Verkkokaupasta saatavat hyödyt
 - Mitkä ovat mielestäsi suurimmat verkkokaupasta saatavat hyödyt?
 - Oman työn kannalta
 - Yleisesti

- Prosessin haasteet
 - Mitkä ovat mielestäsi verkkokauppaprosessin suurimmat haasteet?
 - Verkkokaupan vaikutus muihin töihin?

- Ratkaisuehdotukset ongelmiin
 - Miten verkkokauppaprosessin haasteita voitaisiin helpottaa?
 - Oman työsi kannalta
 - Yleisesti