



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Tämä on alkuperäisen artikkelin rinnakkaistallenne (kustantajan pdf).

Viite:

Mäntysaari, P.-P. (23.6.2021). Yrityskulttuurissa itää palveluliiketoiminnan kasvun siemen. *Ilkka-Pohjalainen*, 22.



Yrityskulttuurissa itää palveluliiketoiminnan kasvun siemen

Kaksi ja puoli vuotta sitten kirjoitin Ilkka-lehden Mielipiteet-osastolle kirjoituksen otsikolla Parempaa palvelua palveluilla (Ilkka 29.12.2018). Kirjoituksessani mainitsin muun muassa, että Elinkeinoelämän Keskusliiton mukaan palveluiden osuus Suomen BKT:sta on jo yli 2/3 ja että eteläpohjalaisten yritysten olisi hyvä lähteä mukaan palvelukehitykseen, sekä annoin vinkkejä, millaisin askelin yrittäjä voisi lähestyä uutta (palvelu)liiketoimintaa.

Tässä välissä pandemia on muuttanut olosuhteita monella tapaa. Tämän seurauksena ensinnäkin, moni palvelu on tullut turhaksi, ja toiseksi, täysin uusia palveluja on syntynyt. Kun tilanne normalisoituu, osa muutoksista jää pysyviksi, osa asioista palautuu ennalleen.

Uskallan kuitenkin väittää, että nimenomaan uusien palvelujen kehittämisessä ansioituneet yritykset ovat niitä, jotka ovat selvinneet pahimman yli muita paremmin; luonnollisesti myös yrityksen hyvät digivalmiudet ovat osoittautuneet kullan arvoisiksi.

Teollisuusyritysten kasvavasta palvelukehityksestä on puhuttu pitkään. Suuret toimijat, kuten Kone ja Cargotec ovat olleet tässä suunnannäyttäjiä älykkäine ”ihmisten liikuttamis- ja tavaraliikennepalveluineen”.

Pk-yrityksen käytössä olevat resurssit ovat toki näitä jättejä vähäisemmät, mutta toisaalta kevyemmällä toimilla voidaan päästä tuloksiin nopeastikin.

Ketteryys ja nopeus vaatii kuitenkin seuralaisekseen yrityskulttuurin, joka tukee palveluajatusta ja -kehitystä.

Seinäjoen ammattikorkeakoulun toteuttamassa ”palvelukulttuuri ja alustatalous liiketoiminnan uudistajina teollisissa yrityksissä” -hankkeessa on tuotettu työkaluja palveluliiketoiminnan kehittämisen tueksi. Mukana testaamassa ja hyödyntämässä työkaluja on ollut neljä teollisen alan yritystä Etelä-Pohjanmaalta.

Jokaisessa yrityksessä järjestettiin työpaja, jossa yrityksen avainhenkilöt arvioivat yrityksen palvelukulttuuria viiden eri osa-alueen näkökulmasta: kulttuuri, palveluliiketoiminnan ymmärrys, johtamiskäytännöt, kehityskäytännöt ja asiakassuhde.

Päämääränä oli selvittää yrityksen avainhenkilöiden käsitys palveluliiketoiminnan tilasta ja tavoitteista, ja sitä kautta tunnistaa kehitystarpeet.

Työpajan tuloksena syntyi yrityksen yhteinen näkemys palveluliiketoiminnan ja palvelukulttuurin tilasta, tavoitteista ja muutoksen reunaehdoista, mikä puolestaan toimii hyvänä lähtökohtana jatkokehittämiseksi.

Joissakin yrityksissä palvelu on luontevaa ja orgaanista; se on ikään kuin yrityksen kulttuurin dna:ssa. Tällaisen palvelusuuntautuneen yrityksen on helpompi kehittää palveluliiketoimintaa, kuin yrityksen, jossa asiakkaan sijaan keskiössä on tuote tai tuotantoprosessi. Asiakasnäkökulma kannattaa kuitenkin ottaa tarkasteluun, sillä juuri palvelupuolella on tilaa uudistumiselle ja uusien tuotteiden keksiminen on paljon haastavampaa ja kalliimpaa.

Yrityskulttuuri on se ilmapiiri ja asenne, joka yrityksessä vallitsee. Yrityskulttuurin muuttaminen voi vaatia jopa vuosien työn – pienissä yrityksissä ei välttämättä! Liikkeelle voi lähteä yrityksen palvelukulttuurin arvioinnista. Tähän tarkoitettuja työkaluja esittelemme kesän jälkeen avoimissa tilaisuuksissa maakuntakorkeakoulupaikkakunnilla.

Piia-Pauliina Mäntysaari

digitaalisen liiketoiminnan asiantuntija SeAMKin TKI-toiminnassa
