



LAATUTONNI-KONSEPTIN TOIMIVUUS KÄYTÄNNÖSSÄ

Laatutonni työvälineenä Pirkanmaan
ohjelmapalveluyrityksissä

Kristiina Unkuri

Opinnäytetyö
Joulukuu 2011
Hotelli- ja ravintola-alan
koulutusohjelma
Tampereen ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

UNKURI, KRISTIINA:

Laatutonni-konseptin toimivuus käytännössä, Laatutonni työvälineenä
Pirkanmaan ohjelmapalveluyrityksissä

Opinnäytetyö 27 sivua, liitteet 4 sivua
Joulukuu 2011

Opinnäytetyö käsittelee Matkailun edistämiskeskuksen laatimaa Laatutonni-konseptia. Työssä keskitytään siihen, millaisena Laatutonni-ohjelma koetaan yrityksissä käytännön tasolla. Teoriaosuus sisältää määritelmän laadusta, laatukriteereistä sekä Matkailun edistämiskeskuksen ja Laatutonnin esittelyn. Tutkimustuloksissa on yhteenveto haastatteluun osallistuneiden yritysten vastauksista. Johtopäätöksissä pohditaan kehittämismahdollisuuksia ja yrityksiltä tulleita parannusehdotuksia Laatutonniin liittyen.

Tuotteen ja palvelun laatu on lähtökohta hyvälle liiketoiminnalle. Korkeatasoisella laadulla voidaan taata asiakastyytyväisyys ja sitä kautta liiketoiminnan jatkuvuus. Kansainväliset laatukriteerit, kuten ISO9000, tekevät laadun seuraamisen yksinkertaiseksi ja niiden noudattaminen tuo yritykselle uskottavuutta.

Työ tehtiin yhteistyössä Pirkanmaan alueella toimivien ohjelmapalveluyritysten kanssa, joista kaikki olivat käyneet Laatutonnivalmennuksen. Tutkimus on kvalitatiivinen ja haastattelun tarkoituksena oli kerätä yritysten mielipiteitä Laatutonni-konseptin toimivuudesta ja sen tarjoamista hyödyistä.

Johtopäätöksissä ilmenee, että Laatutonni on hyvä väline laadun takaamiselle. Yrityksiltä tuli myös kehittämisehdotuksia erityisesti konseptin toteutukseen ja seurantaan liittyen. Laatutonnivalmennus antaa hyvän pohjan laatutyökalujen käyttöön, mutta joissain tapauksissa sertifikaatti on liian helppo saada. Yritysten edustajat olivat hyvin yksimielisiä Laatutonnin hyödyllisyydestä ja asioista, joilla sen saisi toimivammaksi.

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Hotel and Restaurant Management

UNKURI, KRISTIINA:

The Functionality of Quality1000 in Practice, Quality1000 as a tool to guarantee quality in tourism companies in Pirkanmaa

Bachelor's thesis 27 pages, appendices 4 pages
December 2011

This thesis examined the Quality1000 concept developed by The Finnish Tourist Board. The thesis focused on how companies see Quality1000 on a practical level. The theory part includes the definitions of quality and quality criteria. It also contains an introduction to the Finnish Tourist Board and Quality1000 concept. The responses received from the companies who participated in the study are summarized in the result section. The conclusion can be found at the end of the thesis, as well as development possibilities and improvement suggestions regarding Quality1000.

The quality of a product and service is the basis for good business. Customer satisfaction and continuation of business can be guaranteed with high-class quality. International quality criteria, such as ISO9000, make monitoring quality easier and following the standards gives a company certain reliability.

The thesis was made in cooperation with companies organising leisure activities in Pirkanmaa region. All of the participating companies had carried out the Quality1000 coaching. The study was qualitative, and the aim of the interviews was to gather companies' opinions on the benefits Quality1000 can offer.

Based on the results, Quality1000 appeared as a good tool to ensure quality. The representatives of the five interviewed companies also had improvement ideas regarding implementation and auditing. The Quality1000 coaching gave a good basis for using the quality tools. However, in some cases the certificate appeared to be too easy to obtain. The representatives were unanimous about the advantages Quality1000 provides as well as about the factors that would make it a better quality programme.

Key words: Quality, Quality1000, ISO9000, Finnish Tourist Board

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	6
2 MATKAILUN EDISTÄMISKESKUS.....	8
3 LAATUTONNI	9
4 LAATU	11
4.1 Tekninen laatu.....	11
4.2 Toiminnallinen laatu	11
4.3 Asiakaslaatu	13
4.4 Palvelun laatu.....	13
4.5 ISO9000	14
5 OHJELMAPALVELU.....	15
6 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN.....	16
7 TUTKIMUSTULOKSET	17
8 JOHTOPÄÄTÖKSET	21
9 PÄÄTÄNTÄ.....	23

LÄHTEET

LIITTEET

1 JOHDANTO

Sain toimeksiannon Matkailun edistämiskeskukselta tutkia Pirkanmaan alueella toimivia ohjelmapalveluyrityksiä ja sitä, kuinka ne toiminnassaan toteuttavat Matkailun edistämiskeskuksen laatimaa Laatutonni-konseptia. Tavoitteena on tuottaa tärkeää tietoa siitä, kuinka Laatutonni-ohjelma käytännössä toteutuu ja kuinka sitä voitaisiin tulevaisuudessa kehittää.

Matkailun edistämiskeskus on työ- ja elinkeinoministeriön alainen virasto. Sen tehtävä on edistää Suomen matkailua sekä kansallisella että kansainvälisellä tasolla. Laatutonni on järjestelmä, jonka Matkailun edistämiskeskus kehitti vuonna 2001 parantamaan matkailuyritysten kilpailukykyä sekä kansallisilla että kansainvälisillä markkinoilla. Vuosi 2011 on kymmenes vuosi jolloin Laatutonni-järjestelmä on käytössä. Aiheen tutkiminen antaa tärkeää tietoa Matkailun edistämiskeskukselle siitä, kuinka yritykset toteuttavat sen laatimia laatukriteerejä. (Matkailun edistämiskeskus 2011.)

Työ vastaa kysymykseen: Kokevatko Pirkanmaan alueella toimivat ohjelmapalveluyritykset Laatutonni-konseptin toimivaksi? Haastattelu oli paras tapa tutkia asiaa. Haastattelun avulla sain tietoa siitä, mitkä nimenomaiset osa-alueet Laatutonnissa ovat onnistuneita ja mitkä vaativat kehittämistä.

Työ sisältää teoriaosuuden, tutkimustulokset ja niiden pohdinnan. Lopussa on johtopäätökset ja päätäntä. Teoriaosuus painottuu laadusta ja laatukriteereistä kerättyyn aineistoon. Laadun ulottuvuuksista käsittelen teknistä laatua, toiminnallista laatua sekä asiakaslaatua. Teoriaosuus sisältää myös kappaleen ohjelmapalvelun ja ohjelmapalveluyrityksen määrittelystä, koska kaikki haastatteleman yritykset ovat ohjelmapalveluyrityksiä ja Laatutonni on nimenomaan matkailualalla toimiville yrittäjille suunnattu. Tukena on Matkailun edistämiskeskuksen tuottama tieto kehittelemästään laatuohjelma Laatutonnista. Yritysten haastatteluosuuteen valittiin Laatutonni-ohjelman käyneitä yrityksiä.

Olen koko opiskelun ajan ollut kiinnostunut matkailusta ja matkailun edistämisestä. Halusin opinnäytetyöni käsittelevän kotimaan matkailumarkkinoita ja Suomen matkailun edistämistä. Idea alkoi kehittyä ollessani vaihto-opiskelijana ulkomailla ja tehdessäni esitelmää matkailutuotteen tuotekehityksestä kotimaassa.

Otin yhteyttä Matkailun edistämiskeskukseen ja he ehdottivat toivomusteni perusteella aihetta jota nyt tutkin. Aihe, joka käsittelee ohjelmapalveluita ja Suomen matkailun edistämistä oli hyvin mieleinen. Olen itse aktiivinen liikunnanharrastaja ja luonnossa liikkuminen on mieleinen tapa viettää aikaa. Myös kiipeily kuuluu viikoittaisiin harrastuksiini. Liikuntapalvelut ovat vain yksi ohjelmapalveluiden osa-alue, mutta aiheen saatua olin kiinnostunut syventämään tietojani. Pidän myös mahdollisena sitä, että tulevaisuudessa työllistyn ohjelmapalveluita tarjoavaan yritykseen.

2 MATKAILUN EDISTÄMISKESKUS

Matkailun edistämiskeskus on mukana suomalaisen matkailun edistämisessä. Sen tärkeimpiin tehtäviin kuuluu laadun ja kansainvälisen kilpailukyvyyn ylläpitäminen. Seuraavat kappaleet käsittelevät Matkailun edistämiskeskusta organisaationa sekä sen laatiman hankeen Laatutonnin keskeisimpiä sisältöjä ja tavoitteita.

Suomen valtakunnallisena matkailun asiantuntijana Matkailun edistämiskeskuksen tärkein tehtävä on tukea ja kouluttaa alan yrityksiä. Sen ydintehtäviin lukeutuu Suomen matkailun markkinointiviestintä, markkinatiedon hankinta sekä laadukas tuotekehitys. Organisaatiossa toimii noin 30 työntekijää ja sitä rahoitetaan pääosin valtion budjetista. (Matkailun edistämiskeskus 2011.)

Suomen matkailunmarkkinointiviestinnän päätavoite on Suomi-kuvan vieminen ulkomaille ja Suomen tunnetuksi tekeminen. Keskeinen tavoite on Suomen matkailun kotimaisten markkinoiden edistäminen ja sitä kautta mielikuvien luominen ulkomaisille matkailijoille. Suomi-kuvan tueksi Matkailun edistämiskeskus toteuttaa myös tuotemarkkinointia. (Matkailun edistämiskeskus 2011.)

Markkinatiedon hankinta itsessään on merkittävä asia, mutta ennen kaikkea sen välittäminen alan yrityksille ja heidän käyttöönsä on vitaalia. Tavoitteena on uusien markkinoiden löytäminen sekä sitä kautta uusien asiakassegmenttien kartoitus. Tämä on tärkeä osa-alue matkailun laajentamisessa ja kilpailukyvyyn säilyttämisessä. Tietojen analysoinnin jälkeen se voidaan antaa eteenpäin yritysten käyttöön. (Matkailun edistämiskeskus 2011.)

Laadukas tuotekehitys ja tuotteistamisen edistäminen on erilaisten hankkeiden toteuttamista. Nämä hankkeet ovat usein teemoiltaan hyvin erilaisia ja pohjautuvat valtakunnalliseen matkailustrategiaan. Matkailun edistämiskeskus osallistuu alan kehittämishankkeisiin, esimerkkinä Laatutonni, ja välittää myös näkemyksiään alaa rahoittaville järjestöille. (Matkailun edistämiskeskus 2011.)

3 LAATUTONNI

Laatutonnin perimmäisenä ajatuksena on ollut Matkailun edistämiskeskuksen tarve saada matkailupalveluiden laatu samalle tasolle niiden hinnan kanssa. Alalle haluttiin luoda yhtenäiset kriteerit jotka nostaisivat matkailupalvelut uudelle tasolle. Koulutuksen jälkeen yritykset pystyisivät itsenäisesti jatkamaan laadun ylläpitämistä. Laatutonni koulutus koostuu kolmesta päätekijästä, jotka ovat itsearviointi, laatutonnityökirja ja laatuverkko. Itsearviointin avulla pystytään havaitsemaan kehittämistä tarvitsevat osa-alueet. Laatutonnityökirja antaa kaikki tarvittavat kehittämiselle ja laatuverkossa työntuloksia on helppo seurata. (Laatutonni b 2011.)

Laatutonni sai alkunsa jo 1990-luvulla, kun Rovaniemellä toiminut Matkailun Kehitys Lappi Oy halusi tuoda kansainväliset laatutyökalut matkailualalle. Silloinen laatuohjelma, joka Suomessakin otettiin käyttöön, oli alun perin tarkoitettu teollisuuden alalle. Tätä laatuohjelmaa alettiin muokata matkailualalle sopivaksi. Ensimmäinen laatutyökirja Matkalla menestykseen julkaistiin vuonna 1997. Tämän pohjalta aloitettiin laatuvalmennukset sekä Lapissa että Uudellamaalla. Visiona oli jo tällöin nostaa matkailuelinkeinon tasoa. (Laatutonni a 2011.)

Vuonna 2000 Matkailun edistämiskeskus tuli mukaan suunnitteluprojektiin, joka pyrki yhtenäistämään laatulinjauksia. Suunnittelutyö tuotti tulosta ja vuotta myöhemmin perustettiin Laatutonni. Nimi tulee siitä, että tavoitteena oli saada mukaan 1000 yritystä. Tällä hetkellä Laatutonnia toteuttaa noin 800 yritystä. Laatutonnin tärkeimpiä arvoja ovat asiakaslähtöisyys, ammattitaitoisuus, tuloksellisuus ja eettisyys. (Laatutonni a 2011.)

Laatutonnin tavoite on taata suomalaisen matkailutuotteen laatu kansainvälisin kriteerein. Tarvitaan työkalu, jolla osoittaa laadun taso. Kansainvälisin kriteerein sertifioitu laatujärjestelmä tuo uskottavuutta. Laatutonni ei varsinaisesti pohjaudu laatujärjestelmä ISO9000:n standardeihin, mutta Laatutonnin kautta

voi saada myös kyseisen järjestelmän sertifikaatin. Suomalaisen hyvän laadun ei tulisikaan olla itsestäänselvyys vaan sen korkea taso pitää myös pystyä todistamaan. Tavoitteista tärkein on matkailuyritysten kilpailukyvyn nostaminen sekä asiakasystävällisyyden takaaminen. (Laatutonna b 2011.)

4 LAATU

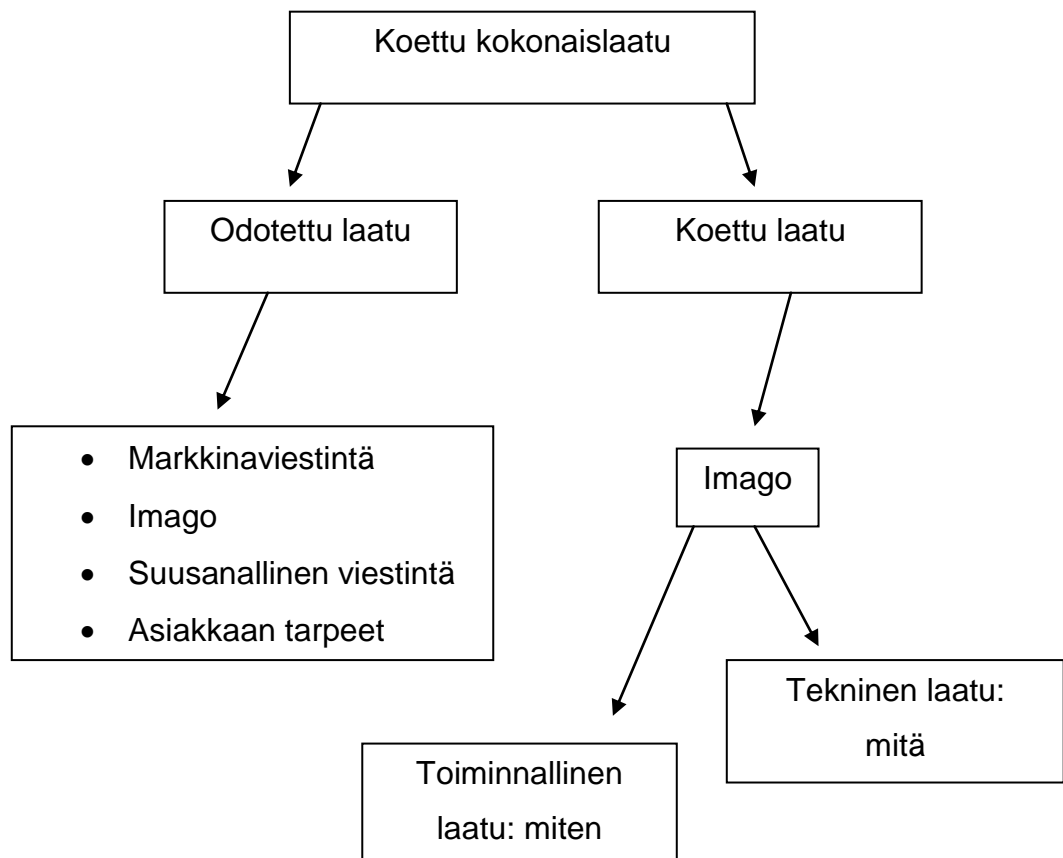
Laatu-termiä käytetään silloin, kun halutaan kuvata jonkin asian, esineen tai prosessin haluttavuutta ja ominaisuuksia. Laatu on yksi tärkeimmistä keinoista kilpailtaessa asiakkaista. Siksi sen tulisi olla jokaisen tuottajan intressi. Tuotteeseen pitää luoda sellaiset ominaisuudet ja laatu, että se tuo hyötyä ja lisäarvoa käyttäjälleen. Laadulla on sekä subjektiivinen että objektiivinen näkökulma. Konkreettisen asian laatu on melko objektiivinen. Subjektiivisen siitä tekee vasta se, kun erilaiset ja erilaisia asioita arvostavat käyttäjät arvioivat sitä omien tarpeidensa pohjalta. (Lehmus & Korkala 1997, 11-14.)

4.1 Tekninen laatu

Laatu jaetaan tekniseen ja toiminnalliseen laatuun. Tekninen laatu on muun muassa yrityksen työvälineet, laitteet, tieto ja asiantuntemus. Tekninen laatu on myös se laadun osa-alue johon kiinnitetään paljon huomiota. Syy on yksinkertainen. Esimerkiksi työvälineiden ja laitteiden laadun takaaminen on melko helppoa. (Lehmus & Korkala 1997, 17-19.)

4.2 Toiminnallinen laatu

Toiminnallinen laatu sen sijaan on osoittautunut vaikeammaksi kontrolloida. Toiminnallinen laatu pitää sisällään muun muassa yrityksen arvot, asenteet, vuorovaikutuksen ja sisäisen ilmapiirin. Koska toiminnallinen laatu ei ole konkreettista, käsin kosketeltavaa, sitä on vaikeampi valvoa. Monesti myös toiminnalliseen laatuun panostaminen yrityksissä jää vähemmälle. Toiminnallisen laadun kehittäminen on sinänsä helppoa. Jokaisen yrityksen työntekijän täytyy muistaa että yrityksen imago lähtee heidän käytöksestään ja asenteistaan. (Lehmus & Korkala 1997, 17-19.)



KUVIO1 Palvelun koettu kokonaislaatu (Pesonen, Lehtonen & Toskala 2002, 45).

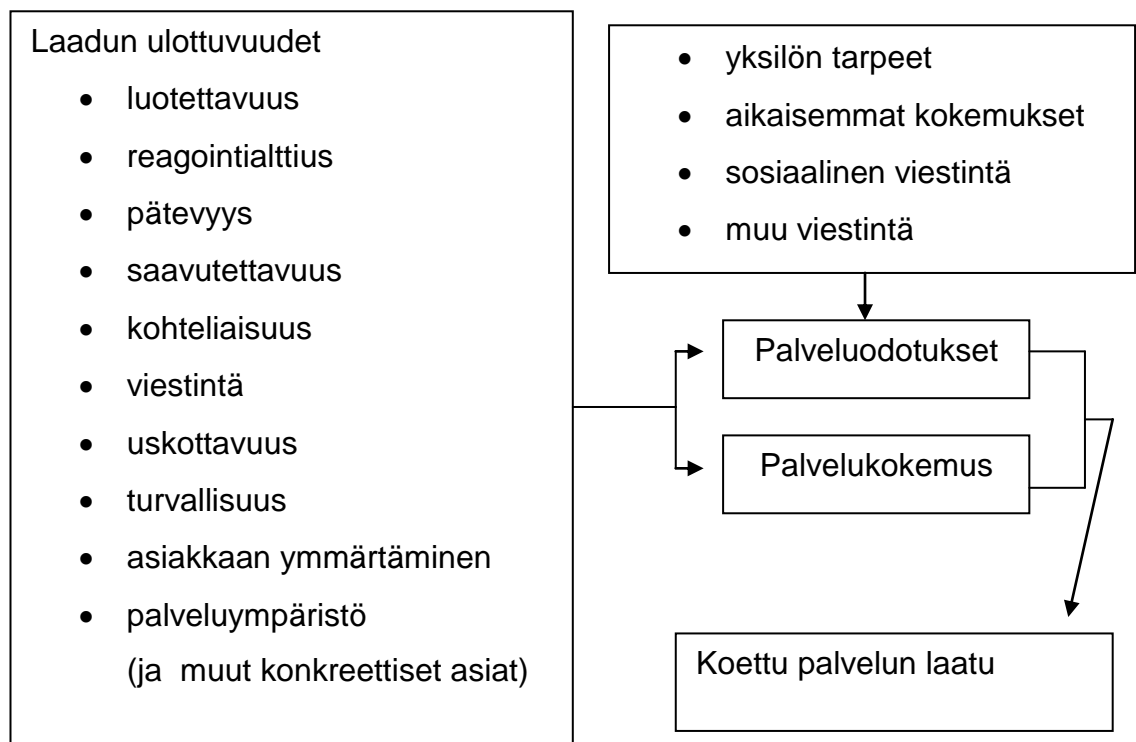
Kuviossa 1 on esitetty malli siitä, kuinka asiakas kokee palvelun kokonaisuudessaan. Tällä palvelulla on kaksi tasoa niin kuin kuviossa osoitetaan, teknisen laadun taso ja toiminnallisen laadun taso. Myös imago vaikuttaa siihen, miten asiakas palvelun kokee. Huono imago saattaa vaikuttaa koettuun palveluun heikentävästi, vaikka se teknisesti olisi täydellinen. Odotettu laatu on sitä mitä asiakas olettaa saavansa palvelulta. Asiakkaan odotuksia muokkaa imagon lisäksi markkinaviestintä, suusanallinen viestintä sekä asiakkaan henkilökohtaiset tarpeet. (Pesonen ym., 45-46.)

4.3 Asiakaslaatu

Asiakaskeskeinen laatu perustuu lähtökohtaisesti tuotteen ostajan ja käyttäjän tarpeisiin. Asiakaskeskeisen laadun ongelma on kuitenkin se, että asiakkaan ostopäätökseen voi vaikuttaa moni muukin asia, kuin tuotteen todellinen laatu, kuten esimerkiksi mielikuvat, tuttavien kokemukset tai sattuma. Nämä mielikuvat ovat subjektiivisia eikä niillä välttämättä ole minkäänlaista totuus pohjaa. (Oulun yliopisto 2002.)

Keskeinen seikka asiakaslaadussa on tuotteen tai palvelun hinnoittelu. Hinta ei ole itsessään laatuominaisuus, mutta vaikuttaa suuresti asiakkaan mielikuviin laadun tasosta. Asiakaslaatua ei myöskään synny, jollei hinnoittelu ole asiakasystävällinen. Myös korkealaatuinen tuote tai palvelu pitää hinnoitella niin, että siitä ollaan valmiita maksamaan. (Oulun yliopisto 2002.)

4.4 Palvelun laatu



KUVIO2 Palvelun laatukokemuksen syntyminen (Ylikoski 1997, 95.)

Se, miten kuluttaja kokee palvelun laadun, muodostuu odotusten ja kokemusten perusteella. Laadun ulottuvuuksia on kymmenen. Nämä ulottuvuuden on esitetty kaaviossa 2. Palvelun laatu syntyy, kun palvelun ostaja vertaa laadun ulottuvuuksia odotuksiin vastaaviin kokemuksiin. Ulottuvuuksia ovat luotettavuus, reagointialttius, pätevyys, saavutettavuus, kohteliaisuus, viestintä, uskottavuus, turvallisuus, asiakkaan ymmärtäminen ja palveluympäristö. (Ylikoski 1997, 90-94.)

4.5 ISO9000

ISO9000 –standardiperhe on työkalu laadun parantamiselle. Siinä käsitellään laatujohtamista sekä laadunvarmistusta. Toteutuksen tueksi on luotu standardeja muun muassa laatusanastosta ja laatu tekniikoista. Ohjelman tarkoitus on parantaa organisaatioiden ja yritysten kilpailukykyä muun muassa johtamisen, asiakas keskeisyyden ja jatkuvan parantamisen kautta. (Valtiovarainministeriö 1998. 4-6.)

ISO9000 määrittelee laadun seuraavasti: ”Laatu on tuotteen tai palvelun kaikki piirteet tai ominaisuudet, joilla tuote tai palvelu täyttää asetetut tai oletettavat tarpeet.” Oleellista määritelmässä on se, että huomiota kiinnitetään kaikkiin tuotteen tai palvelun ominaisuuksiin. Kyse on kuluttajan tarpeista eikä niinkään odotuksista. Palvelun tuottajan on täytettävä nämä tiedossa olevat tarpeet. (Oulasvirta 2007, 87-89.)

ISO9000 –standardiston etuja on paljon, mutta niistä erityisen mainitsemisen arvoinen on sen käyttökelpoisuus kansainvälisellä tasolla. Se on laajasti tunnettu, hyväksytty ja arvostettu. Jotta laadunvarmistus voidaan taata, täytyy toiminnan perustana olla toimintojen näkeminen prosesseina. Prosesseja kuvataan, analysoidaan ja mitataan. Tämä takaa laadun kehittymisen ja parantamisen. Tällöin toteutuu myös ISO9000 –standardiston periaatteet. (Valtiovarainministeriö 1998, 5.)

5 OHJELMAPALVELU

Matkailun ohjelmapalveluita voidaan määritellä monella tapaa. Yhdistyneiden kansakuntien alajärjestö World Tourism Organization jaottelee ohjelmapalvelut seuraavasti: vesi- ja ranta-aktiviteetit, talviaktiviteetit, luontomatkailu, sosiaalinen elämä yleisesti ja kilpailu. Suomen markkinoilla nämä voidaan selkeästi jakaa kahteen eri pääryhmään. Ensimmäiseen kuuluvat harrastus- ja virkistyspalvelut, joita ovat muun muassa luontoaktiviteetit sekä kilpailutapahtumat. Toinen ryhmä muodostuu kulttuuri- ja taidepalveluista. (Verhelä 2007, 7-9.)

Suomen kauppa- ja teollisuusministeriön laatiman toimialakatsauksen sanoin: ”Suomalaisessa matkailukäsitteistössä ohjelmapalvelut ovat lähinnä luontoon liittyviä ohjattuja aktiviteetteja, kuten moottorikelkkasafareita, kanoottiretkiä tai esim. kalastustapahtumia eli ns. luontoyrittäjyyttä.” (Ryymän 2005, 9.)

Laajemmin voidaan sanoa, että ohjelmapalveluita ovat kaikki ne aktiviteetit, jotka tuottavat asiakkaalle elämystä eivätkä lukeudu majoitus-, ravitsemis- ja kuljetusjärjestelyihin. Ohjelmapalvelut ovat ne ohjelmalliset osuudet matkajärjestelyistä, joihin asiakas itse osallistuu joko seuraajana tai suorittajana. (Verhelä 2007, 16-17.)

Ohjelmapalveluyritys on yritys, joka järjestää edellä mainittuja ohjelmapalveluita. Yritys voi olla erikoistunut vain johonkin tiettyyn aktiviteettiin tai lajiin, kuten kiipeilyyn tai vesiaktiviteetteihin tai tarjota laajan skaalan esimerkiksi luontoaktiviteetteja yleisesti. Yritys tarjoaa varusteet sekä opetuksen asiakkaalle, jotka on otettu mukaan tuotteen hinnoittelussa. (Verhelä & Lackman 2003, 21.)

6 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

Tutkimus on laadullinen eli kvalitatiivinen. Sillä pyritään saamaan kokonaisvaltainen käsitys tutkimukseen valittujen yritysten toiminnasta ja syvempi käsitys siitä, miksi yritykset toimivat tavallaan. Yritän parhaani mukaan toteuttaa laadulliselle tutkimukselle ominaista hypoteesittomuutta, eli sitä että ennako-oletukset pyritään lähes täysin jättämään pois. Laadulliselle tutkimukselle ominaista on myös se, että tutkittavia yksiköitä, tässä tapauksessa ohjelmapalveluyrityksiä, on vain vähän ja niitä tutkitaan perusteellisesti. Tällöin aineiston laadulla on suuri merkitys.

Tutkimus toteutettiin haastattelemalla (liite 1) viiden Pirkanmaalla toimivan ohjelmapalveluyrityksen edustajia. Haastattelulomakkeessa on kuusi kysymystä, joiden perusteella on kartoitettu Laatutonnin toimivuutta yrityksen näkökulmasta. Kysymyksillä kartoitetaan muun muassa sitä mikä oli yrityksen motiivi lähteä Laatutonnivalmennukseen ja onko se tuottanut toivottua hyötyä. Haastattelut toteutettiin syksyn 2011 aikana. Otin yhteyttä yritysten edustajiin puhelimitse ja kysyin ovatko he kiinnostuneita osallistumaan tutkimukseen. Valitsemani viisi yritystä osoitti mielenkiintonsa tutkimusta kohtaan ja suostui haastatteluun. Kartoitimme yhdessä jokaisen edustajan kanssa erikseen mikä on mieleisin ja sopivin tapa toteuttaa haastattelu. Kolmen kanssa toteutin haastattelun puhelimesta, yksi edustajista pyysi haastattelulomaketta sähköpostiin ja vastasi sitä kautta. Yhden edustajan kanssa sovin tapaamisen, jolloin meillä oli mahdollisuus tavata kasvotusten ja puhua asiasta laajemmin ja hieman yksityiskohtaisemmin.

Otin alun perin yhteyttä kahteentoista Pirkanmaan alueella toimivaan ohjelmapalveluyritykseen. Heistä kahdeksan osoitti mielenkiintoa ja vastaukset sain viideltä. Seuraavassa kappaleessa on yhteenveto saaduista vastauksista esittelen jokaisen yrityksen edustajan vastaukset ja kommentit kysymyksiin. Lopuksi teen niistä yhteenvetön ja kokoan mielipiteet.

7 TUTKIMUSTULOKSET

Vuodesta 2001 toiminut Laatutonna-ohjelma on haastattelemieni yritysten mielestä onnistunut, mutta myös kehitettävää on. Se koetaan yrityksissä hyödyllisenä ja koulutus on antanut vakaan pohjan laatutyön jatkamiselle tulevaisuudessa. Yritykset ovat käyneet laatutonnivalmennuksen eri aikoihin, mutta jokaisella koulutus kesti noin vuoden. Koulutukseen lähdön syyt olivat kaikilla pääpiirteittäin samat.

”Yrityksemme on toteuttanut Laatutonnaa noin kolme vuotta. Koulutukseen lähteminen oli puhtaasti ammatillinen syy. Halusimme yrityksemme toimintaan selkeyttä ja parempaa organisointia. Laatukäsikirjan ylläpito kiinnosti. Halusimme kaikki työvaiheet kirjallisiksi lisäämään järjestelmällisyyttä. Toivoimme, että kaikki prosessin vaiheet ja työtehtävät tehtäisiin samalla tavalla ja johdonmukaisesti työpäivästä tai työntekijästä riippumatta.”

Laatutonnin uskotaan luovan uskottavuutta ja luotettavuutta asiakkaan sekä yhteistyökumppaneiden silmissä. Palvelun tai tuotteen laatuun luotetaan kun se on määritelty asianmukaisten laatukriteerien mukaan.

”Koulutus oli mielenkiintoinen ja kouluttaja hyvin ammattitaitoinen. Koulutus toi parannusta palautejärjestelmäämme. Matkailupalveluiden edustajana olen paljon tekemisissä nimenomaan yritysten kanssa ja kyllä tämä laatusertifiointi luo yritysten keskuudessa uskottavuutta.”

Kaikki yritysten edustajista mainitsivat, että nimenomaan työtehtävien ja prosessien selkeyttäminen oli syynä Laatutonnivalmennukseen lähtemiseen. Monet sanoivat, että käytännössä siitä on suuri hyöty esimerkiksi silloin kun yritykseen tulee kesätyöntekijä, joka ei vielä tunne toimintatapoja. Kun työtehtävät ja niiden eri vaiheet ovat kirjallisena, ne on helpompi sisäistää. Tämä toimii myös osa-aikatyöntekijöiden kohdalla. Kysyttäessä koulutuksen

toimivuutta ja hyötyjen saavuttamista suurin osa oli hyvin tyytyväisiä saavutettuihin tuloksiin.

”Mielestäni Laatutonni tarjoaa hyvät työkalut yrityksen toimintatapojen kehittämiseen. Kun koulutuksen on kerran käynyt ja rekisteröitynyt laatuverkkoon on helppo seurata yrityksen kehitystä. Koulutus oli kuin alkusysäys toimivammalle ja organisoidummalle työlle.”

Yksi yritys koki, että Laatutonnivalmennukseen osallistuminen oli lähestulkoon pakonomaista. Koulutus oli käytävä, mikäli halusi olla mukana Matkailun edistämiskeskuksen järjestämässä markkinoinnissa.

”Matkailun edistämiskeskus ilmoitti, että vain Laatutonnissa mukana olevat yritykset pääsevät mukaan Mekin markkinointiin. Pidimme sitä tärkeänä, että olemme näkyvillä mainonnassa valtakunnallisella tasolla, joten päätös lähteä mukaan oli tehtävä.

Koulutuksen taso vastasi kaikkien odotuksia. Jokainen yritys oli kuitenkin myös sitä mieltä, että se on hyvin hintava. Pienyrittäjät kertoivat, että mukaan lähteminen ei ollut itsestään selvää, sillä myös taloudellista puolta on ajateltava. Yksi yrityksistä osallistui Laatutonnivalmennukseen projektiluontoisesti, jolloin taloudellista tukea oli saatavilla ulkopuoliselta taholta. Muussa tapauksessa resurssit eivät olisi riittäneet koulutuksen käymiseen. Yksi yrityksistä osallistui koulutukseen monen muun yrittäjän kanssa, jolloin hinta oli alhaisempi.

Laatutonnikoulutuksesta saavutetut tulokset ovat miellyttäneet suurinta osaa. Työn organisointi on helpottunut aivan ruohonjuuri tasolla. Asioiksi mainittiin muun muassa asiakaspalvelu, yhtenäiset annoskortit ja johdonmukainen luontoaktiviteettien järjestäminen. Myös sellaiset asiat, jotka ovat niin sanottuja itsestäänselvyksiä pääsevät usein unohtumaan. On hyvä, että Laatutonni muistuttaa niistä. Esimerkkinä käytettiin työnjakoa kausittain. Ruohonleikkuri kannattaa huoltaa maaliskuussa jolloin on hiljaisempaa liiketoiminnallisesti, jotta se on kiireisintä sesonkia varten käyttökunnossa. Tämä minimoi virheet kun

niiden korjaamiseen on vähiten aikaa. Laatutonni on myös pakottanut ajattelemaan asioita, joita on pidetty vähäpätöisempinä vaikka ne eivät sitä todellisuudessa ole. Johdonmukaisuus, selkeys ja organisointi ovat siis helpottuneet laatukriteerien kautta.

Parannusehdotuksia yritykset antoivat liittyen konseptin seurantaan liittyen. Huonoa palautetta koulutus sai korkeasta hinnastaan ja itse laatujärjestelmän ylläpito raskaasta ylläpidosta. Kaikki yritykset ehdottivat jonkunlaista jakoa yrityksen koon mukaan. Laatutonni voisi olla hieman kevyempi toteuttaa pienyrittäjälle, jolla on vähemmän aikaa ja työntekijöitä ylläpitää laatujärjestelmää. Laadun parannus halutaan nähdä käytännön tasolla, mutta taustalla on suuri määrä paperityötä, joka koetaan liian aikaa vieväksi.

”Laatutonnin tarjoamat työkalut toimivat varmasti kattavasti monenlaisissa ja monen kokoisissa yrityksissä, mutta toivoisin jonkin tyyppistä jakoa yritysten välille. Jako voisi mennä esimerkiksi yrityksen koon mukaan; pienyritys, keskisuuri yritys ja suuri yritys. Tällainen kategoriointi voisi auttaa yrityksiä yksilöllisesti saavuttamaan parhaat mahdolliset tulokset. Tavoitteita voisi kohdistaa tämän mukaan. Haastavaa oli toimintatapojen räätälöinti omaan toimintaan sillä ohjelma on niin laaja ja työkalut kattavat.”

Itse järjestelmä ja siihen kuuluvat osa-alueet koetaan toimiviksi, mutta ajanpuute vaivaa itse toteutusta. Järjestelmä on toimiva, mutta se vaatii valtavaa panostusta ja sitoutuneisuutta. Moni yrittäjä sanoi, että heillä ei yksinkertaisesti ole aikaa kaikkien osa-alueiden toteuttamiseen.

Yksi yrityksistä on sittemmin eronnut Laatutonnista. Syy on nimenomaan kallis hinta pienyrittäjän näkökulmasta.

”Laatutonni on melko kallis ohjelma ja pienyrityksenä koimme, että saimme suurimman hyödyn koulutukseen lähtemisestä ja alkusysäyksestä. Eroamiseen ei liity mitään negatiivista ja jos sen

jatkamiseen olisi taloudelliset edellytykset jatkaisimme sitä mielellämme.”

Parannusehdotuksista puhuttaessa myös konseptin seuranta nähdään vajavaisena. Sen ei pitäisi riittää, että käy valmennuksen ja saa sertifikaatin. Laadun ylläpitäminen pitäisi pystyä todistamaan ja tätä varten tarvitaan, joku joka sitä valvoo.

”Mikä ennen kaikkea olisi hyvin tärkeää, olisi seuranta. Olisi hyvä, että joku Laatutonnista vastaava henkilö tulisi konkreettisesti vierailemaan yrityksessä esimerkiksi kahden vuoden välein ja tarkistaisi kuinka asiat toteutuvat ja ovatko vaadittavat asiakirjat kunnossa.”

Yrityksen edustajat suosittelevat Laatutonnivalmennuksen käymistä. Se on hyödyllinen myös pienyrittäjälle, jos vain resurssit riittävät laatujärjestelmän ylläpitämiseen.

8 JOHTOPÄÄTÖKSET

Lähtökohdat laatujärjestelmän käyttöönotolle ovat laadun parantaminen, palvelutason kohottaminen sekä asiakastyytyväisyyden lisääminen. Kansainvälisestikin arvostetun laatujärjestelmän uskotaan tuovan yritykselle uskottavuutta niin asiakkaiden kuin yhteistyökumppaneiden silmissä. Syynä on myös jatkuva tarve kouluttautua ja ylläpitää ammattitaitoa.

Matkailun edistämiskeskuksen laatima Laatutonni-konsepti on toimiva ja yritykset kokevat saavansa siitä hyötyä toiminnalleen. Se on tuonut selkeyttä ja helpottanut organisointia. Työtehtävät ovat kirjattuna ylös ja tekevät uuden työntekijän perehdyttämisen helpoksi. Kun jokainen tietää toimintaohjeet ja -mallit, voidaan heiltä odottaa niitä vastaavia suorituksia. Laatutonnin myötä yrityksen toimintaohjeet on saatu yksinkertaistettua ja jokaisen ulottuville.

Suurinta kiitosta saa Laatutonnivalmennus. Valmennusta toteutetaan ammattitaidolla ja se antaa erinomaiset lähtökohdat laadun kehittämiseksi. Ainoa varjopuoli koulutuksessa on sen kallis hinta. Siihen osallistuminen vaatii taloudellisia resursseja ja erityisesti pienyrittäjän täytyy laskea tarkkaan, onko Laatutonniin panostaminen mahdollista.

Itse ohjelman toteuttaminen koetaan pienyrittäjän näkökulmasta raskaaksi ja aikaa vieväksi. Se vaatii paljon sitoutuneisuutta sekä yrittäjältä itseltään että kaikilta yrityksen työntekijöiltä. Ilman aikaa ja sitoutuneisuutta hyödyt eivät ole mainitsemisen arvoiset.

Toiveena on, että sertifikaatin saanutta yritystä seurattaisiin jollakin tavalla. Laatujärjestelmän käyttöön oton myötä saatu sertifikaatti ja sen tuomat hyödyt pitää pystyä todentamaan jatkossakin. Pelätään, että sertifikaatin saanut yritys lakkaa jossakin vaiheessa toteuttamasta laatukriteereitä eikä siinä tapauksessa ole enää tunnustuksen arvoinen. Tämä vie uskottavuutta yrityksiltä, jotka toiminnassaan noudattavat tarkasti annettuja ohjeita.

Huomattavin kehitysehdotus on Laatutonniohjelman jakaminen yrityksen koon tai omien tavoitteiden mukaan. Pienyrittäjä ei pysty toteuttamaan Laatutonnin suuryrityksen tavoin. Siihen ei ole riittävää määrää aikaa eikä työntekijöitä. Laadusta ei silti haluta tinkiä pienimmässäkään yrityksessä. Laatutonnin voisi muokata yrityksen koon mukaan. Laatutonnista voisi tehdä helpotetun version sellaisille yrittäjille, jotka eivät resurssipulan takia voi tavoitella Laatutonnin täyspäiväistä toteutusta.

9 PÄÄTÄNTÄ

Tutkimuksen tekeminen oli kaiken kaikkiaan hyvin mielenkiintoista. Valitsemani aihe on alusta asti tuntunut omalta ja nimenomaan omia kiinnostuksen kohteita vastaavalta. Yritysten edustajat, joiden kanssa olen tutkimusta toteuttanut, ovat osoittaneet suurenmoista yhteystyöhalukkuutta ja kiinnostusta aihetta kohtaan. He ovat selkeästi valveutuneita omasta yrityskuvastaan sekä halukkaita parantamaan toimintaansa. Tahdon kiittää kaikkia kanssani yhteistyötä tehneitä. Olen kiitollinen menestyksekkäästä yhteistyöstä ja toivon Laatutonnin tuottavan yrityksille menestystä ja tuloksellisuutta jatkossakin.

Toivon, että Matkailun edistämiskeskus saa hyötyä työstä ja pystyy jatkossa luomaan Laatutonnista entistäkin toimivamman kokonaisuuden. Laatutyökalut ovat tärkeitä välineitä laadun takaamiselle. Laatuun satsaaminen on jokaisen yrityksen velvollisuus ja Laatutonni antaa siihen erinomaiset edellytykset. Korkea laatu on myös jokaisen asiakkaan etuoikeus ja uskon, että se on yksi merkittävimmistä kilpailutekijöistä.

LÄHTEET

Laatutonna a. 2011. Laatutonna tekee historiaa. Luettu 14.11.2011
<http://www.laatutonna.fi>

Laatutonna b. 2011. Laatutonna-valmennukset. Luettu 2.10.2011
<http://www.laatutonna.fi>

Laatuverkko. 2011. Laatuverkko järjestelmä. Luettu 4.10.2011
<http://www.laatuverkko.fi>

Lehmus, P. & Korkala, T. 1997. Asiakaspalvelu ja laaduntekijät. Helsinki: Kiinteistöalan Kustannus Oy-rep Ltd.

Matkailun edistämiskeskus. 2011. Laatutonna. Luettu 23.9.2011
<http://www.mek.fi>.

MEKin ydintehtävät. 2011. Matkailun edistämiskeskus. Luettu 22.9.2011.
<http://www.mek.fi>.

Oulasvirta, L. 2007. Palvelun laadun arviointi moniportaisessa julkisessa organisaatiossa. Tampere: Tampere University Press.

Oulun yliopisto. 2002. Laadun näkökulmat. Luettu 30.10.2011
<http://www.herkules.oulu.fi>.

Pesonen, H-L., Lehtonen, J. & Toskala, A. 2002. Asiakaspalvelu vuorovaikutuksena. Markkinointia, viestintää, psykologiaa. Jyväskylä: PS.kustannus.

Ryymin, J. 2008. Matkailun ohjelmapalvelut. Toimialaraportti. TEM:n ja TE-keskusten julkaisu. Luettu 2.11.2011.

Valtiovarainministeriö. 1998. Laatutyökalut. Julkisten palvelujen laatustrategia. Helsinki: Suomen kuntaliitto.

Verhelä, P. 2007. Matkailun ohjelmapalveluiden turvallisuus. Helsinki: Edita.

Verhelä, P. & Lackman, P. 2003. Matkailun ohjelmapalvelut. Porvoo: WSOY.

Ylikoski, T. 1997. Unohtuiko asiakas? Perustietoja palvelujen markkinoinnista. Keuruu: Otava.

LIITTEET

Liite1 Haastattelulomake

Haastattelulomake

Opinnäytetyö: Laatutonni-konseptin toimivuus käytännössä

Haastattelu koskee Laatutonni-konseptia ja sitä, millainen väline se on laadun takaamiselle. Kysymykset ovat avoimia kysymyksiä ja lopussa on niin sanottu ”Vapaa sana”, johon on mahdollisuus kirjoittaa sellaisia mielipiteitä tai näkökulmia jotka eivät tule esille aikaisemmin esitetyissä kysymyksissä.

1. Kuinka kauan yrityksenne on kuulunut Laatutonni-ohjelmaan?

2. Mikä oli syy Laatutonni koulutukseen lähtemiseen? Vastasiko valmennus odotuksianne?

3. Onko Laatutonni tuottanut toivomianne tuloksia?

4. Mitä osa-alueita yrityksenne toiminnassa se on parantanut?

5. Liittykö Laatutonni-kriteerien toteutukseen ongelmia? Jos, millaisia?

6. Millaista palautetta olette saaneet Laatuonnista työntekijöiltä? Entä asiakkailta?

Vapaa sana

Kiitos vastauksistanne.