



Osaamista
ja oivallusta
tulevaisuuden
tekemiseen

Janne Peltola

Korjaamokohtaisen myynnin kartoittaminen

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Insinööri (AMK)

Ajoneuvo- ja kuljetustekniikan koulutusohjelma

Insinöörityö

11.11.2018

Tekijä Otsikko	Janne Peltola Korjaamokohtaisen myynnin kartoittaminen
Sivumäärä Aika	18 sivua + 2 liitettä 11.11.2018
Tutkinto	Insinööri (AMK)
Tutkinto-ohjelma	Ajoneuvo- ja kuljetustekniikan koulutusohjelma
Ammatillinen pääaine	Ajoneuvosuunnittelu
Ohjaajat	Lehtori Pertti Ylhäinen Jari Salmi, myymäläpäällikkö
<p>Tämän opinnäytetyön tavoite on tutkia erään pääkaupunkiseudulla toimivan autovaraosa- tukku- ja vähittäismyyntiliikkeen myyntitilastoja ja selvittää syitä yksittäisten tuoteryhmien välisille menekkieroille. Opinnäytetyössä kartoitetaan erityisesti eri tuoteryhmien myyntiä asiakaskorjaamoille, joille lisämyyntiin arvioidaan olevan potentiaalia tulevaisuudessa.</p> <p>On arvioitu, että korjaamon tulisi ostaa tuotteita varaosatoimittajalta 5000 €:lla kuukaudessa jokaista automekaanikon työpistettä kohden (nosturipaikka), jotta korjaamon toiminta olisi kannattavaa. Kohderyhmäksi valituilta asiakaskorjaamoilta selvitetään prosentuaalinen osuus tuoteostoista, jolla ne ostavat tuotteita toimeksiantajalta, ja suhteutetaan se oletettuihin 5000 €:n ostoihin kuukaudessa. Täten pystytään selvittämään, miten paljon kohderyhmän asiakaskorjaamot ostavat toimeksiantajalta suhteessa muihin varaosatoimittajiin.</p> <p>Kohderyhmän asiakaskorjaamoiden ostoprosentteja analysoidaan tutkimalla asiakkaan ostokäyttäytymistä ja motiivia asioida kyseisessä varaosaliikkeessä. Opinnäytetyössä on selvitetty haastatteluin kohderyhmän asiakaskorjaamojen näkemyksiä toimeksiantajan edustamien tuotemerkkien valikoiman laajuudesta sekä laadusta ja hinnoittelusta. Lopuksi on suhteutettu näiden tekijöiden merkitys toimeksiantajan varaosamyynnille .</p> <p>Opinnäytetyötä on tarkoitus käyttää apuvälineenä ja taustatietona markkinoinnin sekä uusien toimintatapojen ja myyntistrategioiden kehittämisessä.</p>	
Avainsanat	Autovaraosamyyni, Tuoteryhmä, Ostokäyttäytyminen

Author Title	Janne Peltola Surveying Sales for individual car repair shops
Number of Pages Date	18 pages + 2 appendices 11 November 2018
Degree	Bachelor of Engineering
Degree Programme	Automotive Engineer
Professional Major	Automotive Design Engineering
Instructors	Pertti Ylhäinen, Senior Lecturer Jari Salmi, Store Manager
<p>The objective of this thesis was to survey the sales of a car spare parts supplier which operates in the Helsinki Metropolitan area. The goal was to survey differences in the sales of product categories between predetermined repair shops. The survey was carried out for car repair shops, for which a potential rise in sales was estimated in the future.</p> <p>It is estimated that a car repair shop should buy spare parts worth of 5000 € on a monthly basis for each working mechanic, for their business to be financially profitable. For each customer repair shop which were chosen as part of the target group, the percentage of their purchases from the client is counted by making the estimated 5000 € per month proportional. With this information one can determine how much each repair shop in the target group purchases from the client in perspective to other suppliers.</p> <p>The percentages of purchases of the target group's repair shops are analyzed by studying the customer's buying behavior and motives for him to buy from the client. The customer's opinions about the variety of different spare part trademarks, their quality and the price, which the client sells, are sorted out by interviewing employees of the repair shops of the target group. Finally, these aspects are made in proportion to the client's sales.</p> <p>The thesis is intended to be of use in planning of future sales strategies, future procedures and in future marketing.</p>	
Keywords	spare parts sales, product category, buying behavior

Sisällys

Lyhenteet

1	Johdanto	1
2	Opinnäytetyön toteutus	3
3	Asiakaskorjaamot	4
3.1	Kohderyhmä	4
3.2	Ostokäyttäytyminen	5
3.3	Korjaamohaastattelut	5
3.4	Haastatteluiden tulokset	6
4	Myyntitilastot tuoteryhmittäin	6
4.1	Tuoteryhmät	6
4.2	Myyntiraportit	7
4.3	Tuoteryhmäkohtaiset menekit	8
4.3.1	Jarrut ja alustan osat	9
4.3.2	Sähköosat	10
4.3.3	Kemikaalit	10
4.3.4	Suodattimet	11
4.4	Päätelmä menekeistä	12
5	Myyntitilastot kohderyhmän asiakaskorjaamoilta	12
5.1	Kilpailevan varaosatoimittajan korjaamo	12
5.2	Keskikokoinen korjaamo	14
5.3	Merkkikorjaamo	16
6	Loppupäätelmä	17

Liitteet

Liite 1. Myyntitilastoja

Liite 2. Korjaamohaastatteluiden tuloksia

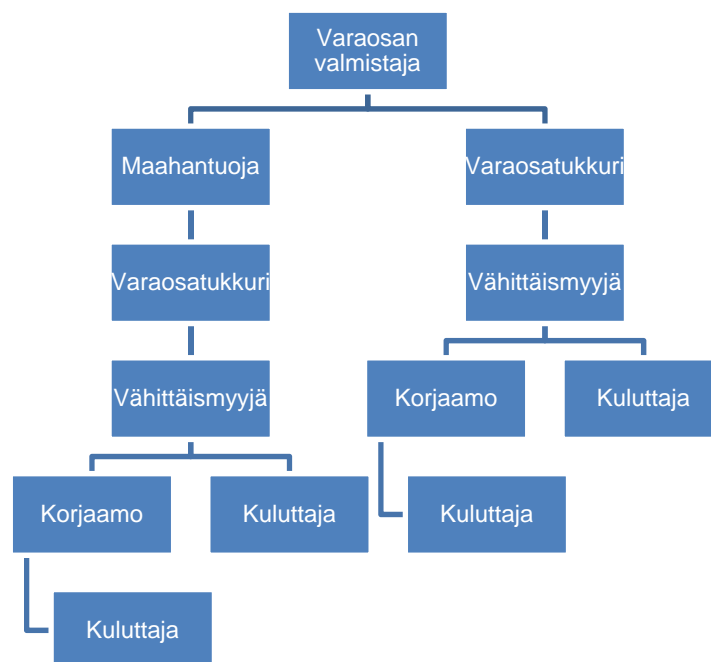
Käsitteet

Peltityö, korityö	Ajoneuvon koriin kohdistuvia töitä. Yleensä ruostevauriokorjauksia tai kolarikorjauksia.
Nosturipaikka	Autoasentajan työpiste. Nosturipaikka-käsitettä käytetään mm . yhden asentajan kulujen arvioinnissa. Se kattaa kaiken palkasta työkaluihin ja laitteisiin.
Tarvikevaraosa	Lisenssillä valmistettu varaosa, joka ei ole ajoneuvon valmistajan valmistama. Laadullisesti tarvikevaraosat voivat erota suuresti valmistajittain, ja tuotannossa saatetaan käyttää eri toleransseja. Yleisesti ottaen toimeksiantajan valikoimassa olevat tarvikevaraosat ovat kuitenkin alkuperäistä vastaavia.

1 Johdanto

Kilpailu auton tarvikevaraosamarkkinoilla varaosatukkurien kesken Suomessa on kova. Suuria toimittajia on vain kourallinen. Kilpailu asiakkaista korostuu etenkin monimerkkikorjaamoiden suuntaan. Haasteena on pysyä kilpailukykyisenä varaosien hinnoissa ja samalla pystyä tarjoamaan laadukkaita tuotteita ja palveluita.

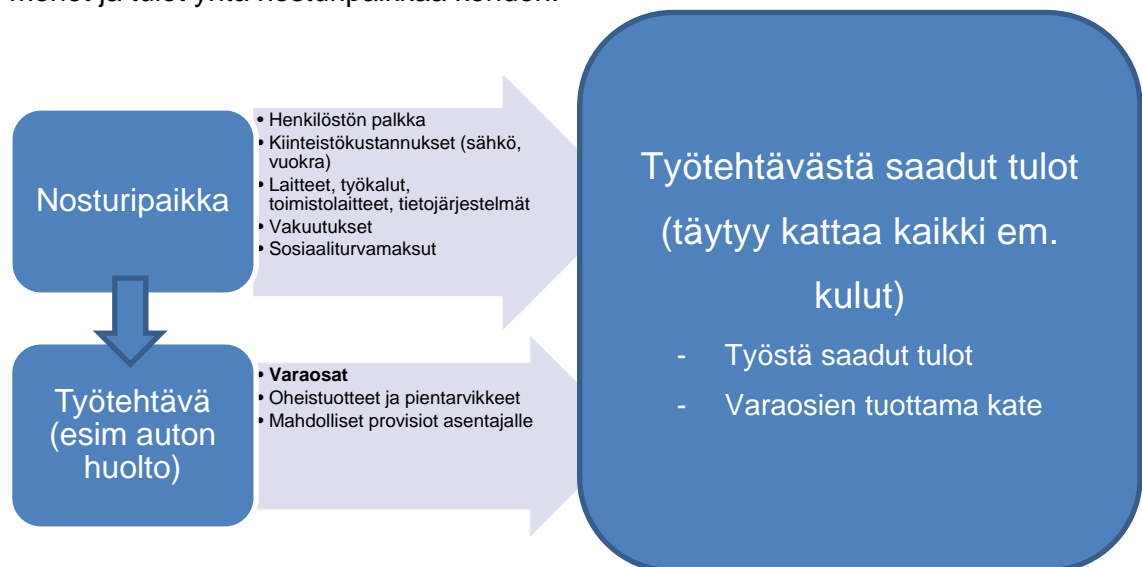
Tarvikevaraosan tie tehtaalta kuluttajalle on pitkä, ja se kulkee monen välikäden kautta (kuva 1). Viime kädessä varaosan maahantuojan intressinä on kuitenkin palvella itse kuluttajaa eli auton omistajaa. Jotta tämä onnistuisi, täytyy koko toimitusketjun toimia. Maahantuojaa myy tuotteen varaosatukkurille, joka myy sen eteenpäin joko suoraan korjaamolle tai varaosaliikkeelle. Varaosaliike myy tuotteen korjaamolle tai suoraan kuluttajalle. Korjaamo taas myy tuotteen kuluttajalle korjaamalla tämän ajoneuvon sillä.



Kuva 1. Toimitusketju

Korjaamoiden tyytyväisyyden kartoittaminen tarjottuihin palveluihin sekä toimittajan omien vahvuuksien ja heikkouksien tunnistaminen ovat täten merkittävässä roolissa varaosaliikkeen menestyksessä.

Eräs pääkaupunkiseudulla toimiva auton varaosia myyvä yritys haluaa saada tietoa asiakaskorjaamoidensa ostokäyttäytymisestä eri tuoteryhmiensä tuotteita kohtaan. On arvioitu, että yhtä nosturipaikkaa kohden autokorjaamon täytyisi ostaa n. 5000 eurolla varaosia kuukaudessa, jotta nosturipaikan ylläpitäminen olisi korjaamolle kannattavaa. Väitteen voisi selittää siten, että yhdellä nosturipaikalla ja asentajalla täytyy olla vähintään kolme työtehtävää jokaista päivää kohden. Näin ollen työtehtäviä kertyy kuukaudessa n. 60. Jokaista työtehtävää kohden korjaamo ostaa osia ja tarvikkeita noin sadan euron edestä. Summaa tästä kertyy n. 6000 €, joka on ylimitoitettu. Jos tästä vähennetään hieman, olemme lähellä totuudenmukaisia arvoja. Mikäli korjaamo ostaa vähemmällä kuin 5000 €lla varaosia, menee tällä tämän periaatteen mukaan taloudellisesti huonosti. Alla oleva grafiikka (kuva 2) haviannollistaa autokorjaamon menot ja tulot yhtä nosturipaikkaa kohden.



Kuva 2. Nosturipaikan aiheuttamat menot ja siitä saadut tulot

Korjaamon työtehtävistä saadun rahamäärän täytyy kattaa kaikki korjaamon kulut. Tämän lisäksi korjaamo pyrkii vielä tekemään voittoa eli saamaan katetta työstä ja varaosien hinnasta.

Kyseinen varaosia myyvä yritys (jatkossa toimeksiantaja) haluaa tietää, miten suurella ostoprosentilla tästä 5000 €:sta asiakaskorjaamot ostavat varaosia ja muita tuotteita siltä. Toimeksiantaja haluaa myös tietää, minkä tuoteryhmän tuotteita nämä ovat.

Ostoprosentin suuruudesta voidaan osittain selvittää asiakaskorjaamon ostokäyttäytymistä toimeksiantajalla. Ostokäyttäytymistä halutaan selvittää tietyiltä asiakaskorjaamoilta, joille lisämyyntiin arvioidaan olevan potentiaalia tulevaisuudessa. Opinnäytetyössä tutkitaan näiden asiakaskorjaamoiden ostoja vuonna 2017, ja muodostetaan näistä ostoprosentti suhteuttamalla ostot asiakaskorjaamoiden nosturipaikkojen määrällä ja yritysten liikevaihtoon. Vuosi 2017 valittiin, koska uudempiä tietoja asiakaskorjaamoiden liikevaihdosta ei ole vielä saatavana. Tuoteryhmäkohtaista menekkiä tutkittiin kuitenkin vuodelta 2018, jotta saadaan mahdollisimman ajantasaiset tiedot asiakkaan ostoista. Asiakaskorjaamoilta tiedusteltiin myös asiakastytyvyyttä valikoimassa olevista tuotteista ja palveluista, koska se liittyy oleellisesti aiheeseen. Näillä tiedoilla hahmotetaan asiakaskorjaamon ostokäyttäytymistä.

Toimeksiantaja on pääkaupunkiseudulla toimiva autovaraosaliike. Yritys toimii tarvikevaraosien tukku- ja vähittäismyyntiä harjoittavalla alalla, joten asiakaskunta on hyvin laaja kattaen korjaamot ja tavalliset kuluttajat. Yrityksellä on muutamia toimipisteitä eri puolin pääkaupunkiseutua, ja opinnäytetyö on toteutettu yhdelle näistä toimipisteistä. Toimipisteen asiakaskuntaan kuuluu n. 140 erikokoista korjaamo. Asiakaskuntaan sisältyy yksityisiä yrittäjäjohtoisia korjaamoita, oman ketjun sopimuskorjaamoita, ns. partnerkorjaamoita, kilpailevien yrityksen alaisia korjaamoita sekä merkkikorjaamo. Tuotevalikoimassa on n. 130 000 nimikettä, jotka kattavat autovaraosat, lisävarusteet, kemikaalit, renkaat ja työkalut. Autovaraosat ovat alkuperäisosa vastaavia tarvikeosia, ja tuotemerkkeihin kuuluu tunnettuja valmistajia.

2 Opinnäytetyön toteutus

Myyntitilastojen tarkkailuajaväliksi päätettiin vuoden 2017 ensimmäinen kvartaali. Opinnäytetyön kohderyhmän asiakaskorjaamot valittiin toimeksiantajan kanssa. Toimeksiantajan tuntemuksella asiakaskorjaamoistaan valittiin kohderyhmä, jolle oletetaan olevan potentiaalia lisämyynnille tulevaisuudessa. Oletus perustuu toimeksiantajan arvioon.

Alkuvalmistelujen päätteeksi suoritettiin haastattelukäyntejä kohderyhmän asiakaskorjaamoilla, joissa pyrittiin selvittämään näiden ostokäyttäytymistä kyseisessä varaosaliikkeessä. Myyntitietoihin pohjautuen pystyttiin kohdentamaan haastattelun

kysymykset siten, että varsinaisia syitä tuoteryhmien myyntimäärille pystyttiin selvittämään.

Myyntitilastoista selvitettiin jokaisen kohderyhmän asiakaskorjaamon ostot vuodelta 2017 ja 2018. Vuoden 2017 ostot suhteutettiin korjaamon saman vuoden liikevaihtoon ja nosturipaikkoihin. Tästä selvisi korjaamoiden ostoprosentti kohdetuoteryhmille niiden kokonaisvaraosaostoista. Väärinlukemista lukemiin tuo kuitenkin se, että liikevaihtoon sisältyvät myös muut mahdollisesti suuret hankinnat, joita ei huomioida tutkituissa tuoteryhmissä. Ostomääriä pystytään näin perustelemaan ja analysoimaan korjaamohaastatteluista saaduilla tiedoilla.

3 Asiakaskorjaamot

3.1 Kohderyhmä

Kohderyhmäksi valittiin seitsemän korjaamo, joiden ostopotentiaalin on tulevaisuudessa arvioitu kehittyvän positiiviseen suuntaan. Ryhmään valittiin seuraavat asiakaskorjaamot:

- oman ketjun korjaamo
- kilpailevan varaosatukkurin alla oleva korjaamo
- merkkikorjaamo
- keskikokoinen yksityinen korjaamo
- pieni yksityinen korjaamo
- suurempi hyötyajoneuvoihin keskittynyt korjaamo
- oman ketjun partneri.

Kohderyhmän osuus liikkeen tutkittavien tuoteryhmien kokonaismyynnistä vuonna 2018 on n. 6 % (liite 1).

3.2 Ostokäyttäytyminen

Ostokäyttäytymisellä tarkoitetaan asiakkaan motiivia asioida tietyssä paikassa sekä sitä, mitä tuotteita hän sieltä ostaa. Siihen yhdistyy mm. asiakkaan hintatietoisuus, laatutietoisuus, palvelun arvostaminen jne. Kun asiakkaan kriteerit täyttyvät, hän tulee yleensä asioimaan mieleisessään paikassa. Nämä seikat vaikuttavat sen lisäksi siihen, että valitseeko asiakas tätä tiettyä paikkaa, ja jos valitsee, minkälaisia määriä tuotteita hän ostaa. Tähän liittyvät myös tuoteryhmät: mitä tuotteita kyseinen asiakas aikoo ostaa? Opinnäytetyön aihepiirissä esimerkiksi asiakaskorjaamo x suosii vaikkapa firman xy jarrutuotteita, mutta ostaa alustan osat muualta. Nämä asiakkaan valinnat ovat osa hänen ostokäyttäytymistään.

3.3 Korjaamohaastattelut

Korjaamohaastatteluissa pyrittiin selvittämään asiakkaan ostokäyttäytymistä eri tuoteryhmien tuotteissa. Samalla keskusteltiin myös asiakastyytyvyydestä. Haastattelut suoritettiin korjaamolla tämän korjaamopäällikön, varaosavastaavan tai muun vastuuhenkilön kanssa. Haastatteluiden yksityiskohtaiset tulokset ovat nähtävissä liitteessä 2.

Haastatteluissa selvitettiin mahdollisimman paljon tietoa asiakkaan motiiveista asioida kyseisessä varaosaliikkeessä ja kartoitettiin syitä, miksi he ostavat tiettyjä tuotteita enemmän kuin toisia ja mistä he ostavat nämä toiset tuotteet. Haastatteluissa käytettiin jokaiselle asiakaskorjaamolle kohdennettuja kysymyksiä. Valittu kohderyhmä koostuu hyvin erilaisista korjaamoista, joista osalla on omat sopimustukkurinsa varaosille. Täten haastattelut olivat hyvin yksilöllisiä jokaisella korjaamolla.

Haastatteluiden rakenne ja peruskysymykset olivat jokseenkin samat. Haastateltavalta asiakaskorjaamolta tiedusteltiin perusteluja, miksi he asioivat juuri toimeksiantajalla. Tämän lisäksi selvitettiin, millä ehdoin toimeksiantaja tulisi vaihtoehdoksi varaosan tilaukselle, mikäli osaa ei löydy omalta tavarantoimittajalta. Oman ketjun korjaamoja tämä ei tietenkään koske. Tämän jälkeen paneuduttiin varaosien tuoteryhmiin: haastateltavalta pyydettiin arviota eri tuoteryhmien valmistajavalikoimasta, näiden laadusta ja luotettavuudesta sekä hintatasosta yleisesti. Tässä samalla sivuttiin myös

asiakastyytyväisyyttä. Vaikka opinnäytetyö ei varsinaisesti keskity kehitysehdotuksiin, otettiin näitä lopuksi kuitenkin haastateltavalta vastaan, mikäli niitä oli.

3.4 Haastatteluiden tulokset

Haastattelussa selvitettiin mm. asiakaskorjaamon tyytyväisyyttä eri tuoteryhmien tuotteiden laatuun, hintaan ja tuotevalmistajien valikoimaan sekä muihin palveluihin.

Suurimmalla osalla kohderyhmän asiakaskorjaamoista on oma päävaraosatoimittaja, jonka kanssa on sopimus ostovelvoitteineen. Tällä tarkoitetaan sitä, että korjaamo on velvoitettu ostamaan suurimman osan käyttämistään tuotteista tältä toimittajalta, mikäli tuote löytyy sen valikoimasta. Tottakai korjaamot kuitenkin muokkaavat omaa toimittajavalikoimaansa siten, että hyvä hinta-laatusapaino syntyy tarjolla olevien tuotteiden kesken.

Haastatteluista selvisi, että tuotevalikoiman laajuus on pääsääntöisesti hyvä, mutta tiettyihin tuoteryhmiin kaivattiin lisää valmistajavaihtoehtoja. Jarrulevyjen valmistajavalikoimaan mm. toivottiin kolmatta vaihtoehtoa. Akkujen ja muiden isompien sähkövaraosien hinnat olivat myös osan mielestä turhan korkeat. Työkaluvuokrausta toivoi yksi korjaamo.

Lähes kaikille paitsi oman ketjun korjaamolle on toimeksiantajan varaosaliike heti toisena vaihtoehtona, kun on kyse varaosan hankinnasta. Ensimmäisenä vaihtoehtona suurimmalle osalle on oma varaosatoimittaja, mutta joillekin erikoisemmille osille käytetään alkuperäistuotteita merkkipuolelta. Huoltokemikaaleille joillakin on sopimus erään suuremman näihin keskittyneen toimittajan kanssa.

4 Myyntitilastot tuoteryhmittäin

4.1 Tuoteryhmät

Tuoteryhmällä tarkoitetaan samantyyppisten tuotteiden tai samaan asiakokonaisuuteen liittyvien varaosien joukkoa. Tällä tarkoitetaan, että esimerkiksi auton alatukivarret kuuluvat samaan tuoteryhmään kuin pyöränlaakerit. Molemmat osat ovat osa ajoneuvon

alustaa ja kuuluvat alustaosien tuoteryhmään. Tuoteryhmiä on tuotevalikoimassa monia, mutta tässä opinnäytetyössä keskitytään merkittävimpiin ja menekiltään suurimpiin:

- suodattimet (erinäiset öljynsuodattimet, ilma- ja raitisilmasuodattimet, polttoainesuodattimet)
- jarrut (jarrupalasarjat, jarrulevyt, jarrusatulat, asennussarjat, jarrukengät)
- alustan osat (tukivarret, nivelet, jouset, iskunvaimentimet, helat, pyöränlaakerit)
- sähköosat (tunnistimet, releet, laturit, startit, kaapelit, akut)
- kemikaalit (huoltokemikaalit, öljyt, pesuaineet, maalit, kitit/massat, liimat).

Yllä mainittujen lisäksi muita tuoteryhmiä ovat käsityökalut ja auton erikoistyökalut, korjaamolaitteet, oheistarvikkeet sekä renkaat ja vanteet.

4.2 Myyntiraportit

Myyntiraporteista tutkittiin toimeksiantajan kokonaismyyntiä vuodelta 2017 ja 2018 valitulta ajanjaksolta. Myyntiraporteista selviää, että toimeksiantajan myynti on toivotun lailla nousussa. Kohderyhmän asiakaskorjaamoiden osuus kokonaismyynnistä on vuonna 2018 n. 6 % (liite 1). Tässä on huomioitava, että kokonaismyyntiin sisältyvät myös korjaamolaitteet, kuten nosturit ja ohjauksulmalaitteet jne. Niitä ei tässä tutkielmassa oteta huomioon. Tämänkaltaiset tuotteet maksavat luonnollisesti hyvin paljon ja jättävät euromäärissä muut tuoteryhmät kauas taakseen.

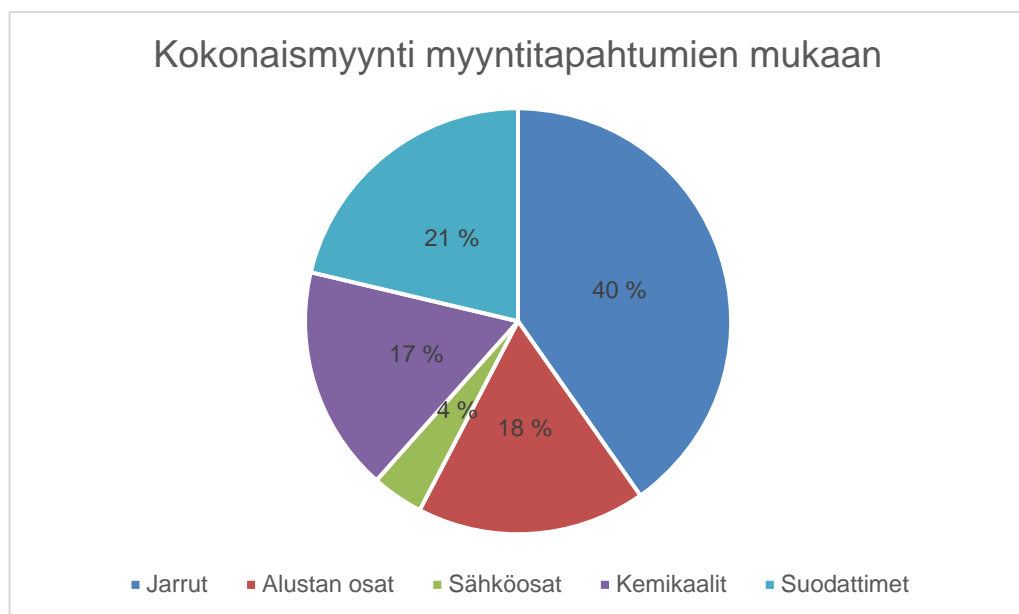
Jotta vaadittu 5000 €n varaosien kuukausiostoissa per nosturipaikka voitiin korjaamoilta saada selville, selvitettiin kohderyhmän korjaamoiden liikevaihdot vuodelta 2017. Kaikista ei valitettavasti löytynyt tarpeen kattavia yritystietoja, joten muutama korjaamo jouduttiin jättämään tämän selvityksen ulkopuolelle. Merkkikorjaamon tapauksessa liikevaihto on ilmoitettu koko konsernista. Tämän johdosta toimipaikkakohtaiselle

liikevaihdolle ei ole mahdollista päätellä todenmukaisia arvoja, jotta ostosuhte voitaisiin arvioida.

Kohderyhmän korjaamoista, joille on ilmoitettu vuoden 2017 liikevaihto (Kauppalehti, kauppalehti.fi, www.finder.fi), suurin euromääräinen ostoprosentti toimeksiantajalta oli keskikokoisella korjaamolla. Tämä on n. 14 % korjaamon kokonaisostoista, mikäli huomioidaan se, että korjaamolla on kolme nosturipaikkaa, joiden täytyisi näkyä varaosaliikkeellä n. 15 000 €:n suuruisena ostomääränä kuukaudessa.

4.3 Tuoteryhmäkohtaiset menekit

Suurimpia menekkituotteita ovat jarrut ja alustan osat. Ne ovat kuluvia osia, jotka ovat katsastuksenalaisia auton komponentteja, joiden kuntoa ja toimivuutta valvotaan. Myös muut yleiset ajoneuvon huollossa käytettävät osat kuten suodattimet myyvät hyvin. Hyvä menekki on myös kemikaaleilla, joita varaosaliikkeellä on tarjolla melko kattava valikoima (Kuva 3.).



Kuva 3. Aikajakson 1.1.2018–31.3.2018 myynti tuoteryhmäkohtaisesti myyntitapahtumissa

Sähköosat, jotka kattavat mm. tunnistimet, laturit, akut, käynnistimet jne., ovat pienessä osassa myyntitapahtumissa.

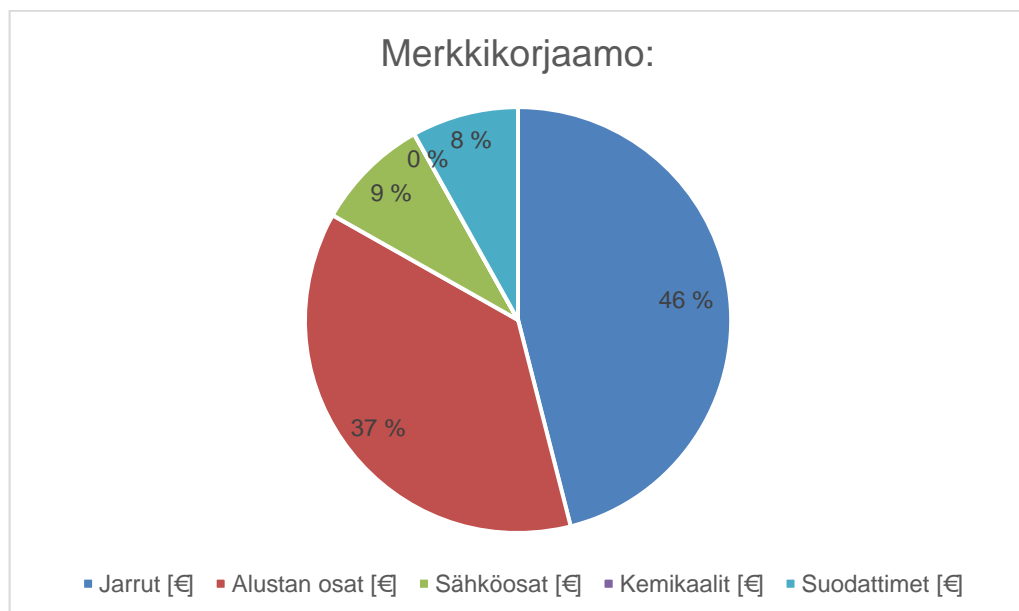
4.3.1 Jarrut ja alustan osat

Selkeästi parhaiten myyntiä euromääräisesti tarkasteltavista tuoteryhmistä tuottavat alustan osat ja jarruosat. Niiden suuri menekki selittyy sillä, että nämä ovat suurimmaksi osaksi vaihdettavia osia, jotka kuluvat. Jarruosia löytyy tietyiltä tuotemerkeiltä hyvin halvalla, mutta myös hintavampia laadukkaampia tuotteita on saatavana. Toimeksiantajan tapauksessa suuri myynti jarruosissa selittyy kuitenkin tarkastelemalla tämän tuoteryhmän myyntitapahtumien suurta määrää. Esimerkkinä kuvassa 4 ovat nähtävissä kohderyhmän merkkikorjaamon jarruosien ostot tutkitulta aikaväliltä.

Merkkikorjaamo:	Ostot [€]	Kate [€]:	Tapahtumia:
Jarrut [€]	3850,97	1453,55	89

Kuva 4. Merkkikorjaamon jarruosaostot aikavälillä 1.1.2018– 31.3.2018

Tutkittavan merkkikorjaamon myyntitapahtuman keskimääräinen suuruus jarruosissa on n. 43,27 €, mikä vastaa noin yhtä hieman laadukkaampaa jarrupalasarjaa. Voidaan siis päätellä, että suurin osa myydyistä jarruosista on halvemman valmistajan tuotteita. Toimeksiantajan korjaamoasiakaskunta on suurimmaksi osin pieniä korjaamoja, joiden asiakkaat toivovat enimmäkseen auton korjauksen olevan mahdollisimman halpaa. Näin ollen korjaamotkaan eivät pysty ostamaan laadukkaampia osia.



Kuva 5. Esimerkki merkkikorjaamon tuoteryhmäkohtaisista ostoista aikaväliltä 1.1.2018– 31.3.2018

4.3.2 Sähköosat

Ottamatta huomioon huoltokemikaalien myyntiä ja tarkastamalla ainoastaan itse varaosia selviää raporteista, että sähköosia ostetaan myyntitapahtumien perusteella vähemmän kuin muiden tuoteryhmien osia. Myyntitapahtumia tutkittavista tuoteryhmistä sähköosat tuottivat ainoastaan n. 4 % 2018 vuoden ensimmäisellä kvartaalilla. Tämä osittain selittyy sillä, että ne eivät ole kuluvia, huollon yhteydessä vaihdettavia varaosia. Sähköosa vaihdetaan sen rikkoutuessa. Toinen syy on niiden hinta. Suuremmat sähköosat, kuten laturit ja startit, ovat yleensä kalliita. Kuluttaja ei myöskään yleensä halua halvinta sähköosaa, koska tämän toiminnan täytyy olla taattu. Monet korjaamot suosivat tästä syystä sähköosia alkuperäistuotteina, jotka ostetaan suoraan maahantuojalta. Tietyt tarvikesähköosat, kuten lambda-anturit ja EGR-venttiilit, jotka ovat olennainen osa moottorinohjausjärjestelmän anturointia ja säätimiä, ovat menekiltään vähäisiä. Teknisesti yksinkertaisempien sähköosien, kuten ABS-anturit ja moottorielektronikassa asento- ja lämpötilatunnistimet, menekki taas on suurempi, mikä näkyy myyntitapahtumien määränä tilastoissa. Latureita ja startteja pidetään myös toimivina varaosina. Nämä taas näkyvät myyntitapahtumien kokonaishintana.

Kuvasta 6 näkyy suhteellisen korkea ostojen euromääräinen summa, kun taas myyntitapahtumia on vain kuusi. Merkkikorjaamo on kyseisenä aikavälinä ostanut myyntitietojen perusteella neljä laturia tai starttia ja kaksi tunnistinta tai katkaisinta. Sähköosista saatu kateprosentti on myös huomattavan suuri, kun vertaa sitä myyntitapahtumiin. Näin ollen voisi päätellä, että sähköosissa on oiva markkinarako, ja niiden myynti olisi vähemmälläkin myyntitapahtumilla hyvin kannattavaa. Mikäli myyntitapahtumia onnistuttaisiin lisäämään, nousisi tuotettu kate myös euromääräisesti korkeaksi.

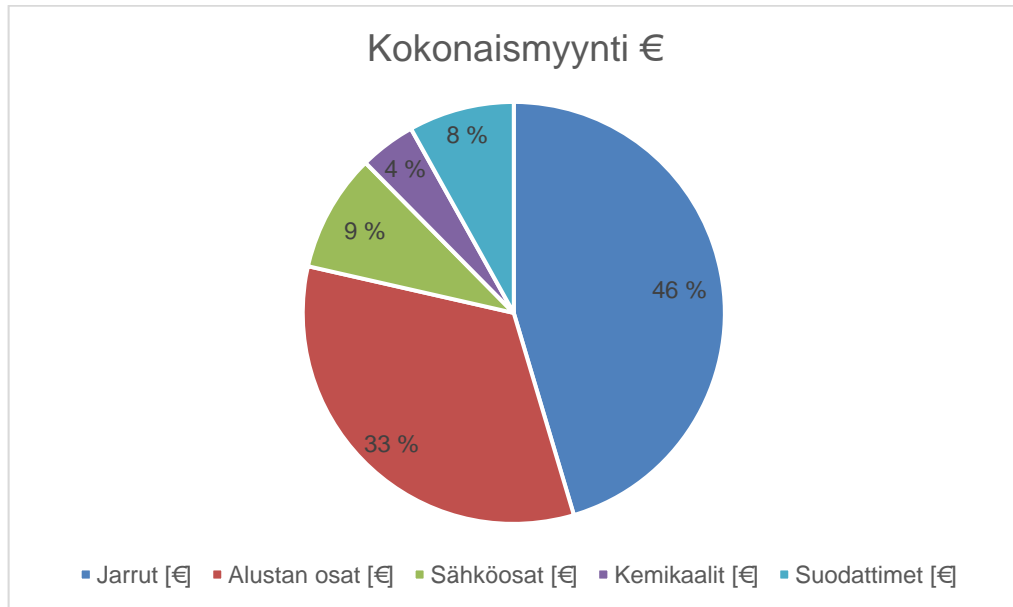
Merkkikorjaamo:	Ostot [€]	Kate [€]:	Tapahtumia:
Sähköosat [€]	728,18	254,09	6

Kuva 6. Merkkikorjaamon sähköosaostot aikaväliltä 1.1.2018–31.3.2018

4.3.3 Kemikaalit

Opinnäytetyön tilanneella varaosaliikkeellä on melko kattava valikoima kemikaaleja ja öljyjä. Näihin sisältyvät vaihteisto- ja moottoriöljyt, massat, kitit, liimat, maalit, glykolit, jarrunesteet sekä erilaiset huoltokemikaalit. Kokonaismyynnistä tutkittavalta aikaväliltä

nämä tuottivat kuitenkin vain marginaalisen osan verran myyntiä, kun tarkastellaan euromääräistä tuottoa. Kuvassa 7 on esitetty toimeksiantajan tuoteryhmäkohtainen kokonaismyynti tutkitulta aikajaksolta.



Kuva 7. Aikajakson 1.1.2018–31.3.2018 työtetyhmäkohtainen kokonaismyynti kohdekorjaamoissa

Syy vähäiseen kertyneeseen euromäärään näistä on kemikaalituotteen hinta, joka on yleisesti ottaen pienempi kuin autoon menevän varaosan. Myyntitapahtumista kemikaalit kattavat n. 17 % tutkittujen tuoteryhmien myynneistä aikavälillä 1.1.2018–31.3.2018. Kuten edellä mainittiin, on monilla korjaamoista oma erikoistunut kemikaalitoimittaja. Varsinkin suuremmat korjaamot suosivat tätä, sillä kemikaaleja tarvitaan jatkuvasti eikä niitä osteta työtehtäväkohtaisesti.

4.3.4 Suodattimet

Suodattimet ovat jatkuvia menekkituotteita, koska ne ovat yleisimpiä huolto-osia. Henkilöautojen määräaikaishuollot tehdään yleisesti ottaen vuoden tai parin välein, jolloin erinäisten suodattimien vaihto on ajankohtaista. Suodattimet ovat hyvin edullisia, vaikka ne edustaisivatkin laadukkaampaa vaihtoehtoa. Myynnin osalta suodattimet kattavat tutkittavalla aikavälillä n. 6 % kokonaistuotoista euroissa. Myyntitapahtumissa n. 21 % kaikista tapahtumista sisälsi jonkin suodattimen oston.

4.4 Päätelmä menekeistä

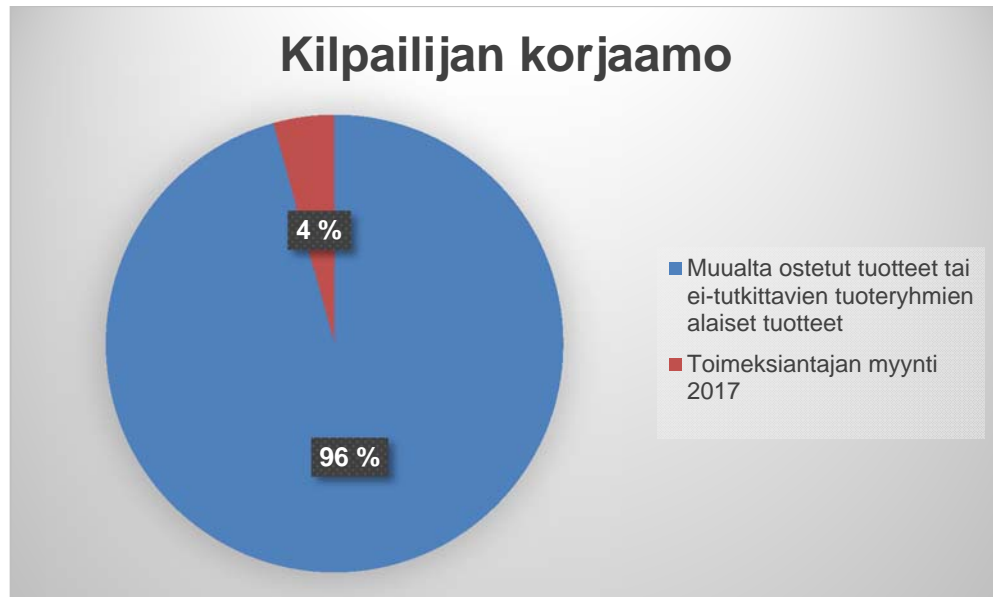
Vertailtaessa myyntitapahtumien määrää myynnistä saadulla euromääräisellä summalla aikaväliltä 1.1.2018–31.3.2018, huomaa tilastoista, että jarruosat ovat eniten tuloja tuottava tuoteryhmä. Jarruosat ovat sekä myyntitapahtumiltaan että hinnaltaan myyntitilastojen kärjessä. Selkeästi vähiten myyntiä myyntitapahtumien määrällä mitattuna tuottavat sähköosat. Nämä ovat kuitenkin tuottaneet enemmän myyntiä euroissa kuin kemikaalit ja suodattimet.

5 Myyntitilastot kohderyhmän asiakaskorjaamoilta

Valitettavasti ainoastaan neljän korjaamon liikevaihdot ovat selvitettävissä, joten loppujen korjaamoiden nosturipaikkakohtaista ostosuhdetta ei voida arvioida. Näistäkin kohderyhmään kuuluvan merkkikorjaamon liikevaihto on ilmoitettu koko konsernille, joten arviota asiakaskorjaamon toimipisteen liikevaihdolle ei voida antaa. Lähes kaikki kohderyhmän korjaamot käyttävät opinnäytetyön tilannutta varaosaliikettä toisena vaihtoehtona tulevana varaosatoimittajana. Tämä todentuu osittain korjaamoiden lasketusta ostosuhteesta. Kohderyhmän asiakaskorjaamoiden prosentuaaliset ostomäärät toimeksiantajalta ovat n. 4–14 % oletetuista kokonaisostoista.

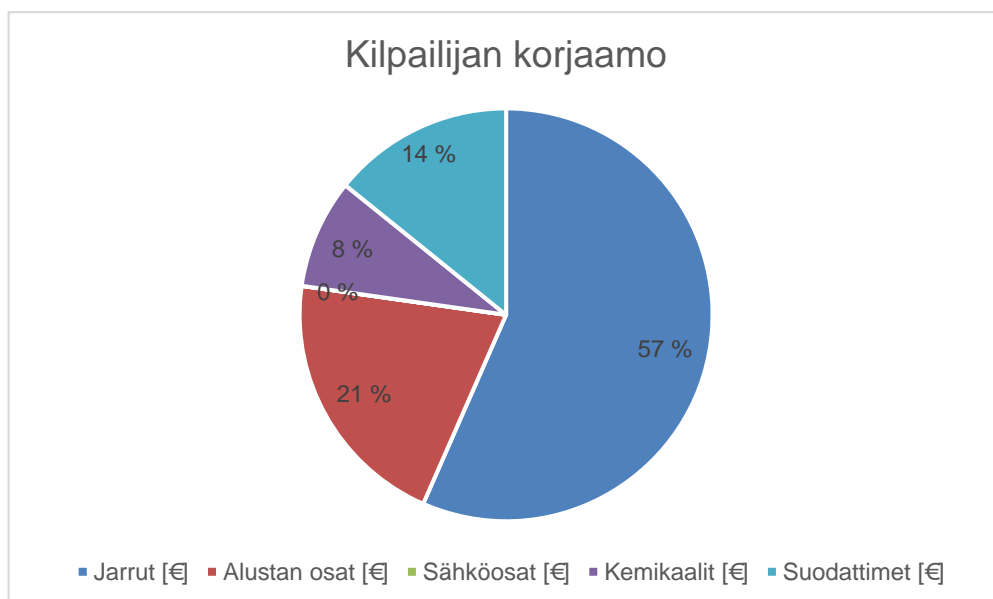
5.1 Kilpailevan varaosatoimittajan korjaamo

Kilpailevan varaosatoimittajan alla toimivan korjaamon ostoprosentti eroaa muista kohderyhmän korjaamoista (kuva 8). Ostoprosentti on vain n. 4 %, mistä huomaa, miten paljon sopimus toisen varaosatoimittajan kanssa vaikuttaa varaosamyyntiin kilpailijalla.



Kuva 8. Kilpailevan varaosatoimittajan korjaamon ostoprosentti oletetuista kokonaisostoista

Kuvassa 9 havainnollistetaan kilpailijan korjaamon tuoteryhmäkohtaiset ostot aikaväliltä 1.1.2018–31.3.2018.



Kuva 9. Kilpailijan korjaamon tuoteryhmäkohtaiset ostot toimeksiantajalta tutkitulta aikaväliltä

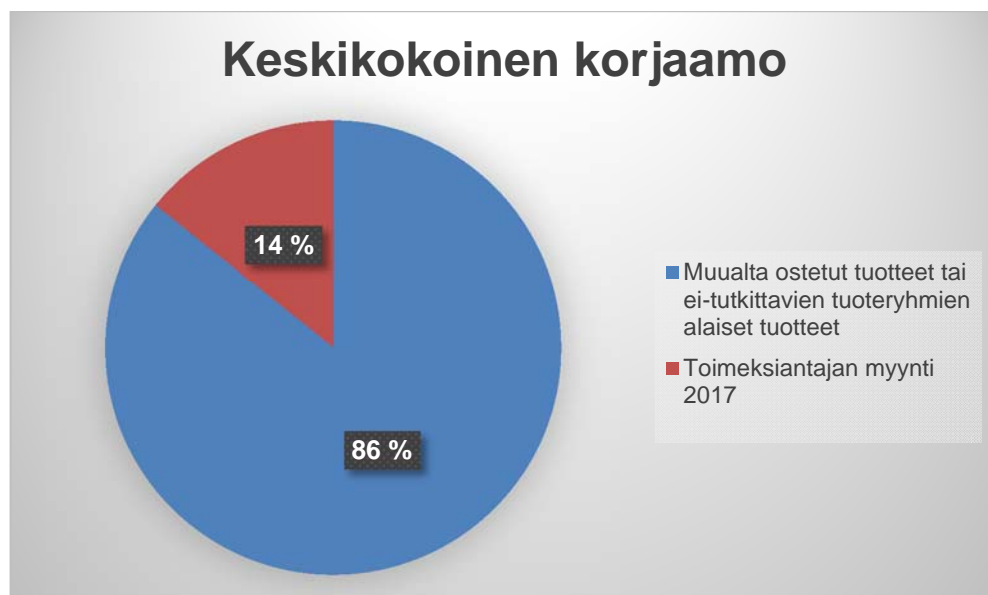
Korjaamon ostoprosenttiin vaikuttaa moni muukin asia. Kilpailijan korjaamo tarjoaa suuren määrän sellaisia palveluita, joihin tarvitaan vähemmän varaosia tai ei ollenkaan. Niitä ovat mm. kolarikorjaukset, automaalaus ja tuulilasinvaihdot. Nämä työt tuottavat

korjaamolle paljon tuloja, sillä ne vievät paljon työaikaa (pl. tuulilasityöt). Maalaukseen taas käytetään erikoismaaleja, joita toimeksiantajan varaosaliikkeellä ei ole valikoimassaan.

Jälleen tilastoista selviää jarrutuotteiden suuri kysyntä sekä sähköosien vähäinen menekki. Euromääräisesti jarrut kattavat yli puolet kilpailijan korjaamon ostoista. Tilastojen perusteella kilpailijan korjaamo hyödyntää toimeksiantajan osia oletettavasti kiireellisissä tapauksissa tai kun varaosaa ei ole omalta toimittajalta saatavana.

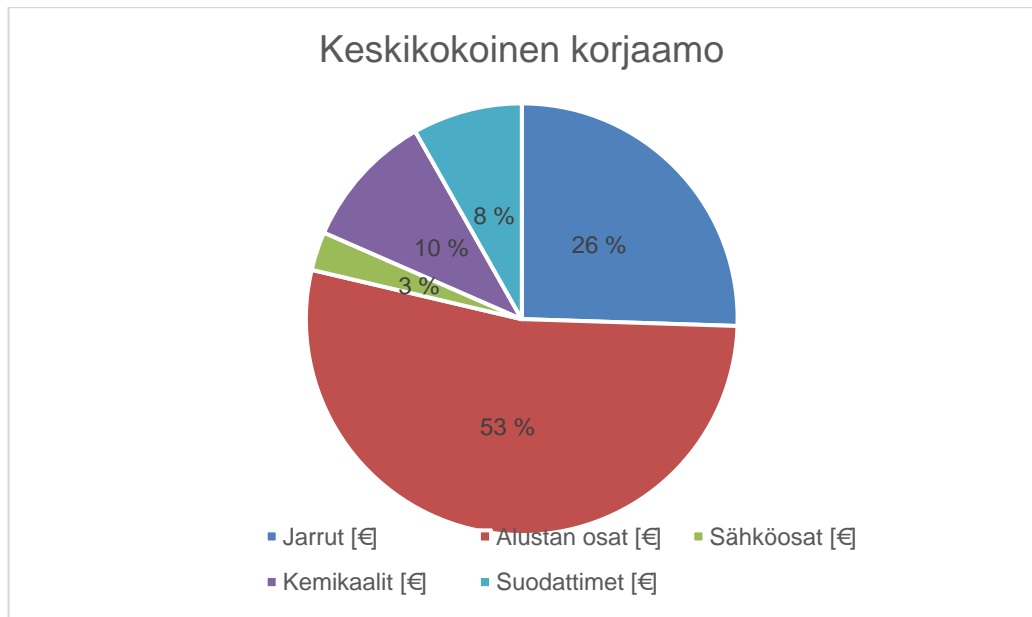
5.2 Keskikokoinen korjaamo

Keskikokoinen korjaamo käyttää haastattelun perusteella opinnäytetyön tilannutta varaosaliikettä pääasiallisena paikkana hankkia varaosansa parin muun toimittajan ohella. Korjaamon ostot tutkitulta aikaväliltä on esitetty kuvassa 10. Kyseinen korjaamo tekee huoltoja, vianetsintöjä ja korjauksia ja myös jonkin verran peltitöitä. Keskikokoisen korjaamon ostoprosentti on n. 14 %, joka on melko pieni ottaen huomioon, että yritys näkee opinnäytetyön tilanneen varaosaliikkeen ensisijaisena varaosatoimittajana. Tätä saattaa selittää alue, jolla korjaamo sijaitsee.



Kuva 10. Keskikokoisen korjaamon ostojen osuus toimeksiantajalta tutkitulta aikaväliltä

Haastatteluissa selvisi, että korjaamon alueen asiakaskunnan hinta- ja aikataulutoiveet pakottavat yrityksen valitsemaan halvimman luokan varaosia ja nopea saatavuus on olennaista. Asiakkaat myös tuovat itse muualta ostettuja varaosia, joita korjaamo käyttää. Oletettavasti tämä koskee myös monia muita alueen korjaamoita, joista osa kuuluu toimeksiantajan asiakaskuntaan. Kyseisen alueen asiakaskunta joutuu täten turvautumaan välillä kilpailevan varaosaliikkeen tuotteisiin näiden nopean saatavuuden ansiosta.

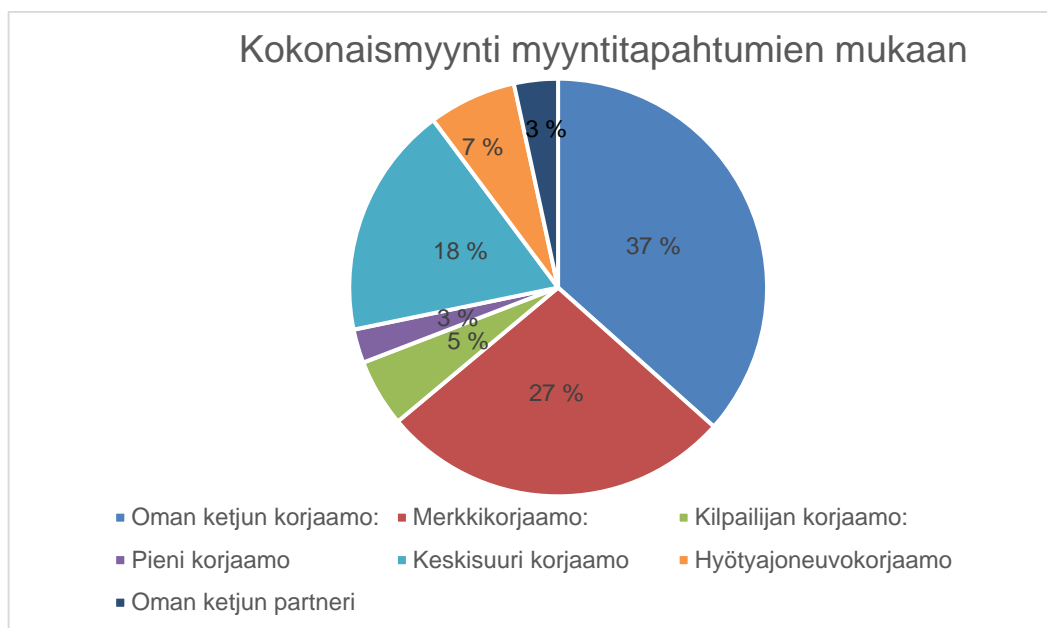


Kuva 11. Keskikokoisen korjaamon tuoteryhmäkohtaiset ostot aikajaksolta 1.1.2018–31.3.2018

Keskikokoisen korjaamon tekemät huollot ja rautaosien, kuten alustan osien vaihdot näkyvät korjaamon myyntitilastoissa. Alustan osat kattavat yli puolet tehdyistä ostoista. Huomiota herättää kuitenkin suhteellisen vähäinen menekki jarruosille suhteutettuna alustan osiin. Oletettavasti korjaamo, joka tekee huoltoja ja korjauksia, tekee suurin piirtein yhtä paljon jarruremontteja kuin alustan kuluvien osien vaihtoja. Jarruosia tämä korjaamo on ostanut yli puolet vähemmän kuin alustan osia. Menekkiero voi selittyä sattumalla, sillä tutkittu aikaväli on melko lyhyt. Mahdollista on kuitenkin, että korjaamo suosii kilpailevan varaosaliikkeen jarruosia. Saatavuus näille ei kuitenkaan pitäisi olla ongelmana, sillä toimeksiantajalla on erittäin kattava oma varasto jarruille. Mahdollinen syy tälle voi olla jarruosien hinta. Sähköosissa korjaamo käyttää yleisesti ottaen joko opinnäytetyön varaosaliikettä tai toista, sähköosiin erikoistunutta varaosaliikettä.

5.3 Merkkikorjaamo

Merkkikorjaamon ostosuhdetta ei voida laskea, koska sen liikevaihto on ilmoitettu koko konsernista eikä realistisen arvion tekeminen ole mahdollista. Sen ostomäärät ovat kuitenkin melko suuret, kun vertaa muihin kohderyhmän asiakaskorjaamoihin. Siksi ne halutaan tuoda opinnäytetyössä esille. Toimeksiantajalla on sopimus ko. merkkikorjaamon kanssa vaihtoautojen huoltoihin käytettävien suodattimien toimituksesta. Jatkuva varaosamyynti kyseisen merkkikorjaamon kanssa on täten turvattu. Kuvassa 12 on nähtävissä merkkikorjaamon osuus kohderyhmän asiakaskorjaamoiden myyntitapahtumiin tutkitulta aikajaksolta.



Kuva 12. Kokonaismyynti myyntitapahtumien mukaan ajalta 1.1.2018–31.3.2018

Kohderyhmän merkkikorjaamon ostot myyntitapahtumien mukaan kattavat n. 27 % koko kohderyhmän asiakaskorjaamoiden ostoista. Grafiikasta selviää, miten suuri asiakas merkkikorjaamo voi varaosaliikkeelle olla, vaikka oletettavaa on, että merkkikorjaamo ostaa edelleen suurimman osan tuotteistaan suoraan maahantuojalta.

6 Loppupäätelmä

Toimeksiantajalla on vahva asema alueensa varaosamyynissä. Hintakilpailu varaosabisneksessä on keskeisessä roolissa. Kyseinen varaosaliike ei ole myöskään halvin, mutta pyrkii olemaan täsmällinen ja laadukas. Vahva luotto korjaamoilta ilmenee myös korjaamohaastatteluista.

Se, missä tämä varaosaliike jää osittain muiden kilpailevien varaosatoimittajien jälkeen, on varaosan toimitusaika tukkurilta myymälään. Vaikka se on enimmillään kaksi tuntia tilauksesta, joka on varaosaliikkeelle erittäin nopea toimitus, jää se jälkeen alueen kilpailijoille. Oman varaston pieni kapasiteetti korostuu tässä. Mikäli toimitusaika tukkurilta myymälään on liian pitkä, voisi sitä kompensoida suurentamalla omaa varastoa, jotta asiakkaalle olisi suuremmalla todennäköisyydellä tarjota varaosia heti. Tässä varastoarvon täytyisi kuitenkin pysyä järkevissä euromäärissä, jotta se olisi järkevää.

Alueellisesti katsottuna toimeksiantajan varaosaliike sijaitsee suuremman korjaamokeskittymän lähellä, joka eroaa toimintatavaltaan muista vastaavanlaisista keskittymistä. Alueella on suuri määrä autokorjaamoita, joissa on ulkomaalaistaustainen yrittäjä. Eri kulttuurit tuovat eroja toimintatapoihin, ja ne tulisi huomioida varaosaliikkeen toiminnassa. Tarve saada varaosa mahdollisimman nopeasti on suurelle osalle alueen autokorjaamoista yhtenäinen piirre, johon myös varaosatoimittajan olisi tärkeä varautua.

Tarvikesähköosien huono menekki on useamman tekijän summa. Tiettyjen sähköosien kohdalla huono luotto niiden toimivuuteen saattaa jopa olla oikeutettu. Jotkut tarvikesähkötuotteet, jotka eivät ole täysin alkuperäisvaraosaa vastaavia, voivat olla todennäköisempiä vioittumaan nopeammin tai eivät poista auton vikaa ollenkaan. Suurimmaksi osaksi valikoimassa olevat kyseisen tuoteryhmän tuotteet ovat kuitenkin alkuperäistä vastaavia. Sähkövaraosien vähäiselle menekille voi löytyä selitys niiden pääsääntöisesti korkeasta hinnasta. Kun kyseessä on kalliimpi sijoitus, pyrkii kuluttaja yleensä kartoittamaan, mistä saa halvimman mutta kuitenkin suhteessa laadukkaan osan, jotta se toimii. Toisaalta vähäinen menekki voi myös selittyä sillä, että sähköosat eivät ole pääsääntöisesti kuluvia osia vaan ne vaihdetaan rikkouduttua.

Selvitys olisi voinut olla kattavampi, mikäli kaikista valituista korjaamoista olisi ollut saatavana näiden liikevaihtojen tiedot. Opinnäytetyössä onnistuttiin kuitenkin

selvittämään tuoteryhmien välisille menekkierolle muutamia varteenotettavia syitä. Lisäksi hahmotettiin asiakaskorjaamoiden ostokäyttäytymistä ja pohdittiin, minkälaisia vaikutuksia sillä on näiden ostoprosenttiin. Osa toimeksiantajan asiakaskorjaamoista sijaitsee alueella, jossa on kulttuurieroja korjaamoiden toimintatavoissa ja arvoissa näiden yrittäjien ulkomaalaistaustan vuoksi.

Yleistetysti alueen korjaamoiden asiakkaita yhdistää tarve saada autonsa korjaus halvalla ja nopeasti. Toimeksiantajan hintataso ja aika, jossa varaosa saadaan tukkurilta asiakkaalle, eivät välillä kohtaa tämän alueen asiakaskunnan tarpeita. Tästä syystä moni korjaamo valitsee sen varaosaliikkeen, josta osa saadaan nopeiten ja halvalla. Jarruosien suuri menekki voi osittain selittyä tällä, sillä toimeksiantajalla on suuri oma varasto kyseisille tuotteille. Varaosa on täten heti saatavana asiakkaalle. Melko laadukkaita jarruosia saa myös edullisimmalta tuotevalmistajalta, joten hinta-laatusuhde on myös hyvä. Pääsääntöisesti tarvikesähköosia toimeksiantajalta ostetaan vähän niiden korkean hinnan vuoksi.

Opinnäytetyöstä saatujen tietojen perusteella voisi toimeksiantaja kasvattaa myyntiään, mikäli varaosien saatavuutta nopeutettaisiin. Saatavuutta voitaisiin parantaa suuremmalla omalla varastolla, koska tässä tapauksessa olisi suurempi todennäköisyys, että varaosa löytyy heti hyllystä. Mikäli suurempi oma varasto ei ole mahdollinen, tulisi varaosan toimitusaikaa tukkurilta myymälään nopeuttaa.

Oivallinen markkinarako lisämyynnille voisi löytyä merkkikorjaamoista, jotka ostavat suuria määriä tuotteita vaihtoautojen huoltoihin ja korjauksiin. Toimeksiantajalla on periaate oman ketjun alaisille korjaamoille, että jokaista maantieteellistä aluetta kohden voi olla yksi kyseisen ketjun alainen korjaamo. Se poistaa oman ketjun korjaamoiden välisen kilpailun, mutta rajoittaa sopimuskorjaamoiden määrää, joilla olisi velvoite hankkia varaosansa pääsääntöisesti toimeksiantajalta. Korjaamot ovat täten pakotettuja tekemään menekkituotetoimittajavalintansa muualta. Vaihtoehto sopimuskorjaamoille voisi näin löytyä merkkikorjaamopuolelta. Sopimus suodattimien toimituksesta vaihtoautojen huoltoihin toimii tässä esimerkkinä siitä, että tarvikeosien myynti merkkiliikkeelle on myös mahdollista. Mikäli toimeksiantaja onnistuisi tekemään samanlaisia tietyn tuoteryhmän toimitussopimuksia muiden merkkikorjaamoiden kanssa kuten kohderyhmän merkkikorjaamon tapauksessa, tulisivat euromääräiset myynnit kasvamaan suuresti.

Myyntitilastoja

Kohderyhmän asiakaskorjaamoiden ostojen prosentuaalinen osuus kokonaismyynnistä vuosina 2017 ja 2018:

	Oman ketjun korjaamo	Merkkikorjaamo	Kilpailijan korjaamo	Pieni korjaamo	Keskisuuri korjaamo	Hyötyajoneuvokorjaamo	Oman ketjun partneri	
Myyntin osuus kokonaismyynnistä (%), aikajakso 2017	-	2,28	0,22	0,17	1,08	-	2,19	5,94
Myyntin osuus kokonaismyynnistä (%), aikajakso 2018	1,52	2,11	0,30	0,14	0,86	0,90	0,24	6,08

Tuoteryhmäkohtainen myynti tutkitulta aikajaksolta vuonna 2017:

Tuoteryhmäkohtainen myynti aikajaksolta (1.1.2017-31.3.2017):	
Oman ketjun korjaamo:	
Jarrut [€]	0
Alustan osat [€]	0
Sähköosat [€]	0
Kemikaalit [€]	0
Suodattimet [€]	0
	0
Merkkikorjaamo:	
Jarrut [€]	1990,65
Alustan osat [€]	3122,67
Sähköosat [€]	610,69
Kemikaalit [€]	164,08
Suodattimet [€]	1186,48
	7074,57
Kilpailijan korjaamo:	
Jarrut [€]	488,7
Alustan osat [€]	161,11
Sähköosat [€]	0
Kemikaalit [€]	0
Suodattimet [€]	39,9
	689,71
Pieni korjaamo	
Jarrut [€]	158,4
Alustan osat [€]	253
Sähköosat [€]	0
Kemikaalit [€]	79,5
Suodattimet [€]	46,68
	537,58
Keskisuuri korjaamo	
Jarrut [€]	898,4
Alustan osat [€]	1581,08
Sähköosat [€]	159,95
Kemikaalit [€]	296,44
Suodattimet [€]	397,84
	3333,71

Hyötyajoneuvokorjaamo	
Jarrut [€]	0
Alustan osat [€]	0
Sähköosat [€]	0
Kemikaalit [€]	0
Suodattimet [€]	0
	0
Oman ketjun partneri	
Jarrut [€]	3634,3
Alustan osat [€]	2254,38
Sähköosat [€]	8,25
Kemikaalit [€]	6,9
Suodattimet [€]	886,53
	6790,36
Kaikki yhteensä:	
Jarrut [€]	7170,45
Alustan osat [€]	7372,24
Sähköosat [€]	778,89
Kemikaalit [€]	546,92
Suodattimet [€]	2557,43
Prosenttina kokonaismyynnistä aikajaksolta	
Jarrut [€]	2 %
Alustan osat [€]	2 %
Sähköosat [€]	0 %
Kemikaalit [€]	0 %
Suodattimet [€]	1 %

Tuoteryhmäkohtainen myynti tutkitulta aikajaksolta vuonna 2018:

Tuoteryhmäkohtainen myynti aikajaksolta (1.1.2018-31.3.2018):		
	Ostot [€]	Tapahtumia:
Oman ketjun korjaamo:		
Jarrut [€]	2779,3	96
Alustan osat [€]	1247,87	22
Sähköosat [€]	724,1	10
Kemikaalit [€]	517,44	94
Suodattimet [€]	749,11	58
	6017,82	280
Merkkikorjaamo:	Ostot [€]	Tapahtumia:
Jarrut [€]	3850,97	89
Alustan osat [€]	3109,84	52
Sähköosat [€]	728,18	6
Kemikaalit [€]	0	0
Suodattimet [€]	678,08	62
	8367,07	209
Kilpailijan korjaamo:		
Jarrut [€]	679,37	26
Alustan osat [€]	248,1	3
Sähköosat [€]	0	0
Kemikaalit [€]	102,75	2
Suodattimet [€]	170,52	9
	1200,74	40
Pieni korjaamo		
Jarrut [€]	209,13	9
Alustan osat [€]	179,18	3
Sähköosat [€]	113,23	2
Kemikaalit [€]	35,9	4
Suodattimet [€]	16,41	2
	553,85	20
Keskisuuri korjaamo		
Jarrut [€]	869,94	39
Alustan osat [€]	1814,16	41
Sähköosat [€]	98,5	3
Kemikaalit [€]	349,18	28
Suodattimet [€]	280,03	27
	3411,81	138
Hyötyajoneuvokorjaamo		
Jarrut [€]	1853,23	35
Alustan osat [€]	1312,96	8
Sähköosat [€]	387,05	7
Kemikaalit [€]	0	0
Suodattimet [€]	30,8	2
	3584,04	52

Oman ketjun partneri		
Jarrut [€]	698,13	14
Alustan osat [€]	76,2	4
Sähköosat [€]	127,88	2
Kemikaalit [€]	33,08	3
Suodattimet [€]	24,96	3
	960,25	26
Kaikki yhteensä:		
Jarrut	10940,07	308
Alustan osat	7988,31	133
Sähköosat	2178,94	30
Kemikaalit	1038,35	131
Suodattimet	1949,91	163
	24095,58	765

Korjaamohaastatteluiden tuloksia

Kaikkissa kohderyhmän asiakaskorjaamoiden haastatteluissa noudatettiin kysymyksissä samaa peruskaavaa. Haastatteluiden kysymyksiä kohdennettiin kuitenkin korjaamokohtaisesti, sillä osa kysymyksistä on irrelevantteja tietyille korjaamoille:

- **Millä perustein** korjaamo tilaa osia juuri toimeksiantajalta
 - o Onko korjaamo **sopimuskorjaamo? Yksityinen? Muu?**
 - o Motiivi asiointille:
 - Lähellä?
 - Halpa?
 - Laadukkaat tuotteet?
 - Nopea varaosien saatavuus?
 - Mukava asioida (hyvä asiakaspalvelu)?
- **Minkälaisia työtehtäviä** korjaamo tekee haastateltavan mukaan eniten?
 - o Alustanosien vaihtoja
 - o Vianetsintöjä ja korjauksia sähkökomponentteihin liittyen
 - o Huoltoja
 - o Korikorjauksia
 - **Tukeeko korjaamon työryhmäkohtainen ostohistoria tätä arviota?**

- **Jos ei**, niin mistä tämä korjaamo ostaa nämä tuotteet?

- **Millä kriteerillä** korjaamo valitsee menekkituotetoimittajansa (suodattimet, polttimot, yleisosat, kemikaalit)

- **Missä tilanteissa** korjaamo ostaa haastateltavan mielestä toimeksiantajan tuotteita, mikäli toimeksiantaja ei ole tämän pääsääntöinen varaosatoimittaja?
 - Kiireellisiä tuotteita, joita korjaamon oma varaosatoimittaja ei kykene toimittamaan nopeammin?

 - Tuotteita, jotka unohtui tilata omalta varaosatoimittajalta?

- **Minkälaisia tuotteita** korjaamo ostaa haastateltavan näkökulmasta (halvinta, alkuperäistuotteen vastaavaa laatua (hintakysymys takalalla)

- Ovatko korjaamon mielestä **kaikki hintakategoriat edustettuina** jokaisessa tuoteryhmässä (halvin vaihtoehto, keskitaso, kallis)

Oman ketjun korjaamo

Oman ketjun korjaamon ostomäärät toimeksiantajalta ovat pääsääntöisesti melko suuret. Koska se on oman ketjun alainen korjaamo, on se veloitettu ostamaan omalta varaosatoimittajaltaan mahdollisimman paljon. Ketjun alle korjaamo päätyi haastateltavan mukaan, koska toimeksiantaja on luotettava, laadukas ja varaosien toimitus sujuu erinomaisesti. Haastateltavan mukaan on vaikea arvioida, minkälaisia töitä he tekevät eniten. Huoltoja ja vianetsintöjä sekä vikojen korjauksia pääsääntöisesti kuitenkin. Ostohistoria tukee väitettä jokseenkin, sillä tuoteryhmäkohtaiset ostomäärät myyntitapahtumien määrällisesti ovat hyvin tasaisesti edustettuina. Korjaamo ostaa haastateltavan mukaan pääsääntöisesti laadukkaampia tuotteita, mutta toivoi mm. lisää

hintavaihtoehtoja sähköosien valmistajiin. Tällä hetkellä valikoimassa on halpa (epäluotettava komponentti) ja laadukas (vastaa hinnaltaan lähes alkuperäistuotetta). Toimeksiantajan öljyvalikoimaa haastateltava arvosteli siten, että valikoima on hyvä, mutta tuotteiden valmistajat ovat tavalliselle kuluttajalle hieman tuntemattomia. Jarrulevyihin toivottiin kolmatta valmistajavaihtoehtoa halvan ja laadukkaan väliin.

Keskikokoinen korjaamo

Keskikokoinen korjaamo on yksityinen, eikä sillä ole ostovelvollisuuksia tiettyä varaosatoimittajaa kohtaan. Haastateltavan mukaan on vaikea arvioida, minkälaisia töitä he tekevät eniten. Keskikokoinen korjaamo asioi pääsääntöisesti toimeksiantajalla, sillä se on lähellä. Alueella, jolla korjaamo sijaitsee, korjaamon asiakaskunta pakottaa korjaamon ostamaan halvemman segmentin tuotteita, sillä työt halutaan teetättää mahdollisimman halvalla asiakkaiden toiveesta. Samalla työt toivotaan toteutettavan nopeasti. Korjaamo näkee toimeksiantajan ensisijaiseksi varaosatoimittajakseen muutaman muun toimittajan ohella. Menekkituotteet, kuten kemikaalit ja suodattimet korjaamo ostaa pääsääntöisesti toimeksiantajalta. Varaosan saanti, mikäli sitä ei suoraan löydy hyllystä, kestää haastateltavan mukaan kuitenkin liian kauan toimeksiantajalla, jonka vuoksi he ostavat kiirelliset tuotteet muualta. Öljyvalikoimaan haastateltava toivoi tunnetumpia valmistajia.

Merkkikorjaamo

Merkkikorjaamo hyödyntää toimeksiantajan tuotteita vaihtoautojen korjauksiin ja huoltoihin. Lisäksi sillä on sopimus toimeksiantajan kanssa vaihtoautojen huoltoihin menevistä suodattimista, jotka se ostaa toimeksiantajalta. Toimeksiantajan tuotteita ja palveluita merkkikorjaamo käyttää haastateltavan mukaan siksi, koska toimitusketju toimii moitteettomasti ja nopeasti. Varaosat ovat helposti tilattavissa, ja ne toimitetaan paikan päälle kolmesti päivässä. Kysymykseen, ostaako merkkikorjaamo pääsääntöisesti halvempaa, vai laadukkaampaa tuotetta, haastateltavan mukaan sillä ei ole niinkään merkitystä, vaan tuotteen saatavuus on tässä etusijalla. Tuoteryhmissä hintakategoriat ovat haastateltavan mukaan hyvin edustettuja.

Hyötyajoneuvokorjaamo

Hyötyajoneuvokorjaamolla on oma sopimusvaraosatoimittajansa, mutta se käyttää myös muita toimittajia. Toimeksiantajan tuotteita se käyttää siksi, että ne on helppo tilata ja varaosien toimitus on nopea. Ostohistorian mukaan, korjaamo ostaa eniten ajoneuvon huoltoon liittyviä varaosia (jarrut, suodattimet, alustan osat). Tämä selittyy haastateltavan mukaan sillä, että varaosat joita he tilaavat toimeksiantajalta, ovat yleensä autoihin, jotka ovat valmiiksi työn alla. Nämä ovat siis kiirellisesti tarvittavia tuotteita. Kysymykseen, ovatko korjaamon tilaamat tuotteet yleisesti ottaen halvemmasta vai kalliimmasta päästä, haastateltavan mukaan tällä ei ole niinkään merkitystä, jos vain tuote on saatavana nopeasti. Hintakategoriat eri tuoteryhmissä ovat hyvin edustettuina. Kehitysehdotukseksi toimeksiantajalle haastateltava esitti työkaluvuokrausta autoerikoistyökaluille.

Kilpailevan ketjun korjaamo

Sopimuksen vuoksi kilpailevan varaosatoimittajan korjaamo on veloitettu ostamaan suurimman osan tarvittavista tuotteista omalta varaosatoimittajalta. Toimeksiantajan tuotteita se käyttää siksi, koska varaosavalikoima on hyvä, ja toimeksiantajan sijainti on lähellä korjaamo. Koska korjaamolla on suuri valikoima palveluita (huollot, sähkötyöt, peltityöt, tuulilasinvaihdot jne.), on haastateltavan mukaan vaikea arvioida, minkälaisia töitä he tekevät eniten. Korjaamo ostaa kuitenkin toimeksiantajalta eniten jarru- ja alustan osia, jotka ovat kiirellisiin autojen korjauksiin.

Pienen korjaamon ja oman ketjun partnerin kanssa ei käyty haastattelua opinnäytetyön tiukan aikataulun vuoksi.