

Juha Latvala

**LVI-TUKKULIIKKEEN TUOTEVALIKOIMAN JA PALVELUIDEN KEHITTÄMIS-
TUTKIMUS**

LVI-TUKKULIIKKEEN TUOTEVALIKOIMAN JA PALVELUIDEN KEHITTÄMIS- TUTKIMUS

Juha Latvala
Opinnäytetyö
Kevät 2021
Talotekniikan tutkinto-ohjelma
Oulun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu
Talotekniikan tutkinto-ohjelma, LVI-insinööri

Tekijä: Juha Latvala

Opinnäytetyön nimi: LVI-tukkuliikkeen tuotevalikoiman ja palveluiden kehittämistutkimus

Työn ohjaaja: Tomi Jäävirta

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Kevät 2021

Sivumäärä: 26 + 1liite

Tukkuliikkeiden ja asiakkaiden välinen yhteistyö on tärkeä osa työmaiden toimivuutta ja tukkuliikkeiden kannattavuutta. Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää ja tutkia mitkä ovat tärkeimmät ominaisuudet ja palvelut urakoitsijoiden mielestä tukkuliikkeiden toiminnassa. Työssä yhteistyökumppanina toimii valtakunnallinen putki- ja kaivovalmistaja, LVI-tukkuliike Meltex Oy Plastics.

Työssä perehdytään tukkuliikkeen kehitykseen ja rooliin LVI-alalla. Tuotevalikoiman ja palveluiden kehittämisen tarvetta pohditaan jatkuvasti, koska ala muuttuu ja uusia tuotteita lanseerataan ja tukkuliikkeiden pitää vastata näihin muutoksiin. Tässä tutkimuksessa pääkohdat olivat tuotteiden saatavuudessa ja palveluissa. Tässä opinnäytetyössä ei haeta suoria kehittämideoita vaan kartoitetaan mahdollisia kehittämissuuntia.

Tutkimusmenetelmät voidaan karkeasti jakaa kvalitatiiviseen ja kvantitatiiviseen tutkimukseen. Molemmissa tutkimusmenetelmissä on hyvät ja huonot puolensa, mutta yhdistämällä näitä tyylejä saatiin tähän tutkimukseen sopiva menetelmä. Tutkimusmenetelmäksi valittiin kysely ja haastattelu. Haastatteluiden kysymykset olivat samat kuin lähetetyssä kyselyssä. Haastattelut suoritettiin puolistrukturoituna eli teemahaastatteluna. Tällä tyylillä pystyttiin tarkentamaan mielipiteitä herättäneitä osa-alueita. Osallistujille lähetettiin aluksi kysely, jonka jälkeen jokainen osallistuja haastateltiin. Haastattelut suoritettiin puhelimitse pari viikkoa kyselyn lähettämisen jälkeen. Kyselyyn osallistui viisi urakoitsijaa, jotka toimivat LVI-alalla. Osallistujien pääsääntöinen toimipaikka on Pohjois-Pohjanmaa.

Kyselyn ja haastattelun perusteella saatiin kartoitettua kokonaiskuvaa siitä, mitkä ominaisuudet ovat tärkeitä asiakkaiden mielestä tukkuliikkeen toiminnassa. Tuloksista voidaan päätellä, että tänä päivänä tilausten toimitus suoraan työmaalle on merkittävä tekijä samoin kuin verkkokaupan toimivuus. Tutkimusta voidaan käyttää jatkossa mallina, miten voidaan kartoittaa esimerkiksi tietyn osa-alueen kehittämismahdollisuuksia.

Asiasanat: tukkumyynti, haastattelu, asiakaspalvelu, tutkimus, talotekniikka,

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	5
2	TUKKULIIKEEN ROOLI LVI-ALALLA	6
	2.1 Tuotevalikoima	6
	2.2 Palvelut	8
3	TUTKIMUSMENETELMÄT	9
	3.1 Kvalitatiivinen tutkimus	9
	3.2 Kvantitatiivinen tutkimus	10
4	HAASTATTELUTUTKIMUS.....	11
	4.1 Kysymysten laatiminen.....	12
	4.2 Kyselylomakkeen laatiminen	13
	4.3 Haastatteluiden suoritus	13
5	KYSELYN JA HAASTATTELUN TULOKSET	15
6	POHDINTA	23
	LÄHTEET	25
	LIITTEET	

1 JOHDANTO

Tukkuliikkeen rooli LVI-alalla on merkittävä. Liikkeiden kautta myydään valtaosa tuotteista ja tarvikkeista LVI-alalle. Tukkuliikkeen pitää olla ajan tasalla siitä, mitä asiakkaat tarvitsevat ja mitä palveluita he haluavat. Palveluiden ja tuotevalikoiman kehittäminen on tärkeä osa yrityksen toimintaa. Tuotevalikoiman ja palveluiden kehittämistä seurataan jatkuvasti, koska tänä päivänä markkinoille tulee jatkuvasti uusia tuotteita ja vanhoja tuotteita kehitetään. Tukkuliikkeen hankinnat ja ostot määräytyvät asiakkaiden tarpeen mukaan ja tuotteiden varastoitavat määrät määritetään menekin mukaan. Hankinnat pitää pystyä kohdistamaan oikeisiin tuotteisiin. Uudet asetukset ja vaatimukset rakentamisessa asettavat LVI-tuotteille omat vaatimuksensa.

Tässä opinnäytetyössä tavoitteena on tutkia, mitkä ovat tänä päivänä tukkuliikkeiden tärkeimmät ominaisuudet asiakkaiden näkökulmasta. Työssä tarkastellaan aluksi, mikä on tukkuliikkeen rooli LVI-alalla ja miksi tuotevalikoimaa sekä palveluita kannattaa kehittää. Työssä tutkitaan tuotevalikoimien ja palveluiden kehittämismahdollisuuksia. Tutkimusmenetelmänä käytetään kyselyä ja sen rinnalla haastattelua. Haastatteluun valittiin yritykset kokoluokan ja päätoimialan mukaan ja yritysten päätoimiala on lämpö-, vesijohto- ja ilmastointiasennus. Haastatteluiden vastausten perusteella pystytään kartoittamaan urakoitsijoiden näkemyksiä tukkuliikkeen toiminnasta. Haastattelut tehdään lähettämällä ensin alustava kyselylomake, minkä jälkeen haastattelut tehdään puhelimitse.

Tässä työssä yhteistyökumppanina on Meltex Oy Plastics, joka on valtakunnallinen putkivalmistaja ja tukkuliike. Meltex Oy Plastics toimittaa putkia sekä kaivoja suoraan valmistajalta ja maahan tuojalta ilman välikäsiä, millaista ei Suomessa ole toista samanlaista yritystä LVI- ja infra-alalla. Meltexillä on Suomessa yhdeksän myymälää ja kuusi tehdasta. Meltex Oy Plastics on perustettu vuonna 1993, jolloin se aloitti muovisten peltosalaojaputkien valmistuksen. Vuonna 2019 liikevaihto oli 87 500 000 € ja työllisti 265 työntekijää (1). Tänä päivänä Meltex valmistaa ja maahantuo tarvikkeita ja järjestelmiä infra- sekä LVI-alalle. Vuonna 2017 PA-VE tuli mukaan osana Meltexiä. PA-VE tarjoaa tuotteet ja ratkaisut palo- ja vesitekniikkaan. Meltex fuusioitui myös Nestekniikan kanssa, jolloin erottimien ja pumppaamoiden skaala laajentui entisestään.

2 TUKKULIIKEEN ROOLI LVI-ALALLA

Tavarantoimitus ja hankinta on merkittävässä osassa LVI-alalla. Arvioidaan, että noin 70 % LVI-alan tuotteista myydään Suomessa isoimpien LVI-tukkuliikkeiden kautta (2). Tukkuliikkeet hankkivat tuotteet urakoitsijoille ja toimivat monesti tehtaiden ja urakoitsijoiden välissä. Tavaroiden hankinta keskittyy nykyään entistä enemmän oikea-aikaisuuteen, eli tarvittavat tuotteet tilataan työmaalle siten, että niitä ei tarvitsisi varastoida työmaalla turhaan. Tukkuliikkeiden siis pitää pystyä nopeisiin ja täsmällisiin toimituksiin asiakkaan toivomusten mukaan. Logistiikkaa pyritään jatkuvasti tehostamaan siten, että asiakkaat saavat tavarat työmaalle sovittuina aikoina ja oikein toimitettuina.

Tuotevalikoimaa pyritään pitämään kattavana ja täsmällisenä, jotta asiakkailta olisi aina tilattavissa ja noudettavissa käyttämiään tuotteita. Tuotevalikoimassa pyritään pitämään tuotteita, jotka ovat kilpailukykyisiä, laadukkaita ja vastaavat asiakkaan käyttötarkoituksiin. Valikoiman laajuudella ja varastoitavalla määrällä pystytään erottautumaan muista toimijoista ja tavarat voidaan toimittaa työmaalle suoraan toimipisteestä. Tämä monesti helpottaa työmaiden varastointikapasiteettia, koska työmaalla ei tarvitse pitää suuria työmaavarastoja. Aina kaikkea ei ole pakko olla hyllyssä suoraan vaan on myös tärkeää, että tehtaalta saadaan nopeasti tilattua erikoisempia tuotteita noudettavaksi myymälästä.

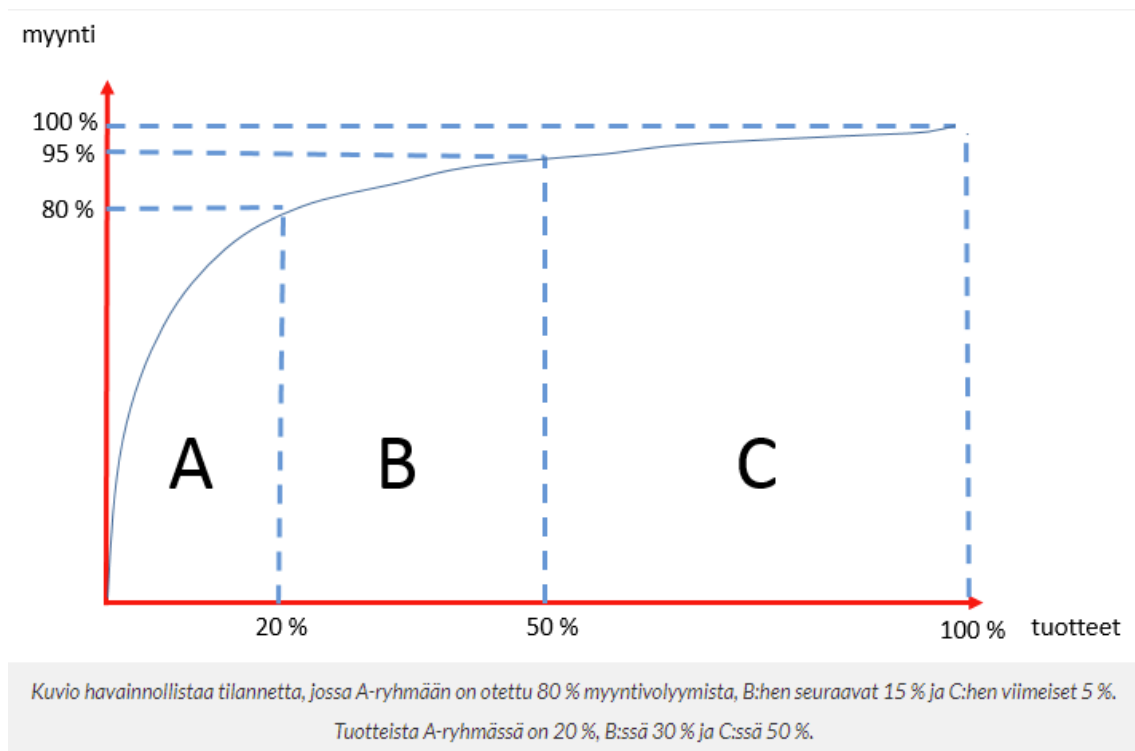
2.1 Tuotevalikoima

Rakentaminen kehittyy energiatehokkaampaan ja ympäristöystävällisempään suuntaan. Energiatehokkaamman ja ympäristöystävällisemmän rakentamisen tueksi tuotteiden pitää vastata vaatimuksia ja määräyksiä. Tukkuliikkeiden on pystyttävä tarjoamaan asiakkailleen tuotteita, jotka täyttävät vaatimukset.

Otetaan esimerkiksi vesimittari. Uusin energiatehokkuusdirektiivi, joka astui voimaan 23.11.2020 edellyttää, että lämpimän käyttöveden vesimittarit tulee olla etäluettavia ja laskutus perustuu mitattuun kulutukseen uusissa sekä putkiremontoitavissa moniasuntoisissa rakennuksissa (3; 4). Tämän uudistuksen joutuvat myös tukkuliikkeet ja tavarantoimittajat ottamaan huomioon tuotevalikoimassaan, koska urakoitsijoille pitää saada vaatimusten täyttämät vesimittarit.

Valikoimassa olevien yksittäisten tuotteiden määrät vaihtelevat tuotekohtaisesti. Varastotilat ovat monesti rajalliset, joten varastoitavien tuotteiden määrät täytyisi määrittellä. Yksi käytetyimmistä mittaavista menetelmistä on kierto. Kierto yksinkertaistettuna tarkoittaa sitä, kuinka useasti varasto uudistuu. Kierron määrittämiseen ei ole yhtä ainutta oikeaa tapaa. Yksi kierron suunnittelumahdollisuus on ABC-analyysi (5).

ABC-analyysissa luokittelu tehdään tuotteiden tarpeen mukaan. Esimerkkinä voidaan ajatella, että A-luokkaan kuuluvat tuotteet ovat tärkeimpiä. A-luokan tuotteet voidaan ajatella 80/20-säännön mukaan, eli tuotteet ovat ensimmäiset 80 % myyntivolyymista ja 20 % koko tuotevalikoimasta. Kuvassa 1 on havainnollistettu ryhmien jaottelua ABC-analyysissa.



KUVA 1: ABC-analyysi 80/20 -säännön mukaan (6)

ABC-analyysin luokittelu voidaan tehdä myös toisella tavalla. Yleisesti luokittelun lähtökohtana pidetään jaottelua, jossa

- A-ryhmä muodostaa ensimmäiset 50 % kokonaismyynnistä
- B-ryhmä muodostaa seuraavat 30 % kokonaismyynnistä
- C-ryhmä muodostaa seuraavat 18 % kokonaismyynnistä
- D-ryhmä muodostaa viimeiset 2 % kokonaismyynnistä.

Luokittelujen avulla pystytään määrittelemään tuotteet ryhmiin ja tuotteiden kiertoa voidaan tarkastella yksityiskohtaisemmin (6).

Varaston riittävyys voidaan määritellä kierron perusteella. Varaston riittävyys voidaan laskea esimerkiksi kaavoilla 1 ja 2 (5).

$$riitto = \frac{365 d}{kierto} \quad \text{KAAVA 1}$$

$$riitto = \frac{keskivarasto}{vuoden kokonaiskysyntä} * 365 d \quad \text{KAAVA 2}$$

Varaston riittävyys on tärkeä tietää, jotta pystytään ajoittamaan täydennykset ennen kuin tuote loppuu varastosta. Yleensä määritykset tehdään normaalin kysynnän mukaan.

2.2 Palvelut

Tukkuliike ei enää tänä päivänä ole pelkkä kauppa, vaan tukkuliikkeen kautta saadaan myös apua ja palveluita. Palveluita pyritään jatkuvasti kehittämään ja tuottamaan niin, että asiakkaalle tavaroiden hankinta ja toimitus olisi mahdollisimman helppoa. Lanseerataan uusia palveluita, joilla voidaan erottautua massasta. Palveluita ovat esimerkiksi

- myymälät, joista urakoitsijat voivat hakea tarvikkeita ympäri vuorokauden
- työmaalla aina auki olevat konttimyymälät, jolloin työmaalla pystytään ostamaan suoraan tavarat.
- erilaiset suunnittelupalvelut suoraan tukkuliikkeen kautta
- verkkokauppa ja mobiililaitteeseen saatavat sovellukset, joiden avulla voidaan esimerkiksi tehdä tilaukset suoraan työmaalta.
- työkalujen vuokraus asiakkaille

3 TUTKIMUSMENETELMÄT

Tässä tutkimuksessa kartoitettiin LVI-urakoitsijoiden mielipiteitä tukkuliikkeen toiminnasta ja suunnasta, johon sitä haluttaisiin kehittää. Samalla haluttiin myös vastauksia, onko kehityssuunta oikeanlainen ja mitä he ovat mieltä uudistuksista, joita tukkuliikkeet kehittävät.

Tutkimusmenetelmiä on monia ja ne soveltuvat eri tilanteisiin. Tutkimusmenetelmät voidaan yleisesti jaotella kahteen luokkaan, kvalitatiiviseen eli laadulliseen tutkimukseen ja kvantitatiiviseen eli määrälliseen tutkimukseen. On myös mahdollista, että näitä molempia käytetään rinnakkain samassa tutkimuksessa, jos tutkittava asia tarvitsee molempia saavuttaakseen riittävän tarkkuuden ja luotettavuuden. Useiden eri näkökantojen saaminen parantaa monesti tutkimustulosta ja näin ollen luotettavuutta (7).

3.1 Kvalitatiivinen tutkimus

Kvalitatiivisella eli laadullisella tutkimuksella pyritään löytämään vastauksia kysymyksiin miksi, miten ja millainen. Toisin kuin kvantitatiivinen tutkimus kvalitatiivinen tutkimus rajoittuu monesti pienenpään otantaan. Kvalitatiivista tutkimusmenetelmää käytetään, jos halutaan selvittää laajemmin asioita ja ymmärtää mitkä asiat johtavat tiettyyn ajattelu- tai toimintatapamalliin. Kvalitatiivisessa tutkimusmenetelmässä on monia eri tapoja kerätä aineistoa ja tehdä saaduista aineistoista analysoijä. Kvalitatiivisen tutkimuksen yleinen piirre on se, että tutkimustyyli on paljon avoimempi kuin kvantitatiivinen tutkimus. Kvalitatiivinen tutkimus mukautuu tutkimuksen aikana, kun saadaan enemmän tietoa ja pystytään syventymään enemmän tutkittavaan aiheeseen.

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa aineistoja käsitellään yleensä kokonaisuuksina, eikä aineistosta yritetä saada numeerista dataa. Laadullisessa tutkimuksessa täytyy huomioida, että tiedonlähteet ovat luotettavia.

Aineistoa kerätään monesti esimerkiksi haastatteluilla ja keskusteluilla. Aineistoa voidaan kerätä monella tavalla, koska tavoitteena on ymmärtää kokonaiskuvaa (7; 8).

Kvalitatiivista tutkimusta tehtäessä on hyvä ensin tutustua tutkittavaan aiheeseen ja löytää pääkohdat ongelmista. Tutkimusta suunniteltaessa on hyvä tietää mihin ollaan hakemassa vastausta, jotta voidaan löytää parhaat menetelmät tutkittavaan aiheeseen.

3.2 Kvantitatiivinen tutkimus

Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus pyrkii vastaamaan:

- Mitä?
- Missä?
- Paljonko?
- Kuinka usein?

Kvantitatiivinen tutkimus tehdään monesti määrällisesti suurelle joukolle, jotta saadaan suuri otos. Tyypillinen tiedonkeruuväline on kyselylomake valmiilla vastausvaihtoehdoilla. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa ei yleensä käytetä avoimia kysymyksiä.

Kvantitatiivisessa tutkimusprosessissa pyritään löytämään yhdenmukaisuutta määrien avulla. Tulokset pyritään keräämään niin, että ne voidaan ilmoittaa numeerisessa muodossa. Määrien avulla yritetään saavuttaa luotettavuutta tutkimukseen. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa tiedonkeruun menetelmiä ovat esimerkiksi lomakekyselyt, internetkyselyt ja erilaiset haastattelut. Kysymykset voivat olla avoimia tai strukturoituja, eli vastausvaihtoehdot on annettu valmiiksi. Kysymyksiä suunniteltaessa kannattaa ottaa huomioon ainakin seuraavat asiat:

- Kysymykset ovat selkeitä ja helposti ymmärrettävissä.
- Vastaajalla on riittävä osaaminen ja tieto vastata kysymykseen.
- Vastaajalla on halukkuus antaa tieto tutkimuksen käyttöön.

Nämä asiat määrittävät karkeasti kyselyn onnistumisen ja luotettavuuden. Mitä yksinkertaisempia kysymykset ovat, sitä todennäköisemmin kysymyksiin saa tietoa, joita tutkimuksessa kerätään. Kysymysten laatimisessa on tärkeää myös ottaa huomioon tulosten analysointi. Avoimien kysymysten käyttö voi jättää tulkinnan varaa, jolloin ei välttämättä saavuteta haluttua tietoa tai kyselyyn osallistujia voi jättää vastaamatta. Kysely tulisi myös rakentaa niin, ettei kyselystä tulisi liian pitkää ja puuduttavaa vastaajalle. Liian pitkät tai epäselvästi asetetut kysymykset saattavat vaikuttaa vastaajan motivaatioon vastata kyselyyn. Kysymykset eivät myöskään saisi johdatella vastaajaa vaan vastaajan pitäisi pystyä kertomaan todellinen oma mielipiteensä. (7.)

4 HAASTATTELUTUTKIMUS

Työn tarkoituksena oli selvittää urakoitsijoiden näkemys tukkuliikkeiden palveluista ja tuotevalikoimista. Tutkimusta suunniteltaessa mietittiin aluksi, mitkä ovat tärkeimmät asiat mitä halutaan tässä vaiheessa saada selville. Pääkohdiksi nousivat verkkokauppa, toimitukset ja palvelun laatu. Työhön valittiin kuusi urakoitsijaa LVI-alalta. Urakoitsijoiden pääsääntöinen toimipaikka on Pohjois-Pohjanmaalla.

Tutkimuksen tiedonkeruumenetelmäksi valittiin kysely ja haastattelu. Kyselyn avulla saadaan kerättyä helposti tietoa yleisiin kysymyksiin ja se on menetelmänä tehokkain tähän tutkimukseen. Kyselyjen huonona puolena kuitenkin on se, että kysymykset pitää olla yksinkertaisia ja helppoja, eikä näin ollen välttämättä saada kysymysten avulla esimerkiksi kehittämisideoita. Kysymyksistä huomattiin, että vastauksista saa hyvinkin pinnallista tietoa eikä välttämättä löydetä mahdollisia ongelmakohtia tai kehittämisen alueita. Tämän vuoksi kyselyyn otettiin rinnalle myös haastattelu.

Haastatteluiden avulla kysymyksiä voitiin laajentaa ja hakea enemmän haastateltavien omia mielipiteitä ja ideoita. Tähän tutkimukseen käytettiin puolistrukturoitua haastattelua, eli haastattelun kysymykset laadittiin kyselyn kanssa samaan lomakkeeseen. Kyselylomakkeeseen tehtiin avoimia kysymyksiä, joihin haastateltavat voivat miettiä ennen haastatteluja vastauksia, mutta kysymysten ajatuksena oli käydä haastattelun yhteydessä vielä tarkemmin läpi haastateltavan mielipiteitä kyseistä aiheista. Avoimina kysymyksinä olivat esimerkiksi:

- Kuinka tärkeää myyjän aktiivisuus on teille?
- Mitä mieltä olette yhteistyöstä suunnittelutoimistojen kanssa?
- Kilpailutatteko kuinka usein tukkuliikkeitä keskenään ja mitkä ovat ratkaisevat asiat millä erotatte tukkuliikkeet toisistaan?
- Mitä palveluita ja tuotteita toivoisitte lisättävän tai uudistettavan tukkuliikkeiden toiminnassa?

Tämän tyyppisillä kysymyksillä pystyttiin hakemaan laajempia ja tarkempia vastauksia sekä tarpeen mukaan tarkentamaan kysymyksiä. Avoimien ja haastateltavien kysymysten haasteena oli saada kysymykset aseteltua niin, että jokainen haastateltava ymmärtää kysymykset samalla tavalla.

4.1 Kysymysten laatiminen

Kysymysten laatiminen on haastavaa. Kysymysten tulee olla selkeitä, yksinkertaisia ja helposti ymmärrettävissä. Kysymykset tulisi asetella niin, että ne eivät johdattele vastaajaa. Jos vastaajat ymmärtävät kysymykset eri tavalla, niin tulosten analysointi vaikeutuu ja kyselyn luotettavuus kärsii eivätkä tulokset välttämättä pidä paikkaansa. (10.)

Kysymyksiä suunniteltaessa mietittiin tärkeimmät asiat mitkä halutaan saada selville. Aiemmin esitellyistä pääkohdista rakennettiin kysymykset, joiden avulla saataisiin kartoitettua, mitä tänä päivänä urakoitsijat tarvitsevat tukkureilta ja mihin suuntaan sitä voisi lähteä kehittämään. Kyselyyn valittiin seuraavat aiheet:

- urakoitsijoiden käyttämien tukkuliikkeiden määrä
- tuotteiden saatavuus
- tilausten seuranta
- reklamaatioiden käsittely
- verkkokauppa
- tuotevalikoima ja tuotevalikoiman laajuus
- ekologisuus
- tukkuliikkeiden yhteistyö suunnittelutoimistojen kanssa
- tarjousten laskenta
- myyjän aktiivisuus
- hinnoittelumallit
- kilpailutus tukkuliikkeiden välillä

Ekologisuus tuotteiden valmistuksessa on noussut ainakin otsikoihin ja vähäpäästöisillä valmistus- ja tuotantotavoilla markkinoidaan uusia tuotteita. Tutkimuksessa selvitettiin, onko alkuperällä ja ekologisuudella selvitettiin, kuinka suuri rooli alkuperällä ja ekologisuudella on tuotteen valintaan.

Tutkimuksessa haluttiin myös selvittää palvelun laatua ja sen mahdollisia kehittämiskohtia.

4.2 Kyselylomakkeen laatiminen

Kyselyn onnistumiseksi lomakkeen täytyisi olla selkeä ja tarpeeksi helppo täytettävä. Toki tässä tutkimuksessa kyselylomake ja haastattelut tehtiin saman lomakkeen pohjalta, eli haastatteluiden yhteydessä pystyttiin vielä käymään kaikki kysymykset läpi ja mahdollisesti tarkentamaan kysymyksiä. Kysymysten asetelulla ja pituudella voidaan vaikuttaa vastaajien mielenkiintoon vastata kyselyyn. Kysymykset eivät saa olla liian pitkiä tai epäselviä ja yhdellä kysymyksellä pyritään vastaamaan yhteen asiaan.

Kysymykset aseteltiin niin, että ns. "helpot" kysymykset olivat heti alussa, jotta niihin ei kuluisi liikaa aikaa, eikä vastaajien mielenkiinto heti ensimmäinen kysymyksen kohdalla loppuisi. Lomakkeen loppuun jätettiin haastateltavat kysymykset. Kyselylomake testattiin ensiksi ennen vastaajille lähettämistä, jotta saatiin ymmärrys ja varmuus toimivuudesta.

Kyselylomake tehtiin Word-muodossa ja lähetettiin vastaajille sähköpostissa. Tämä todettiin toimivimmaksi keinoksi toteuttaa tutkimus, koska lomakkeessa olevat kysymykset haastateltiin lisäksi. Saateviestissä kerrottiin, miten tutkimus toteutetaan ja annettiin ohjeet lomakkeen täyttämiseksi.

4.3 Haastatteluiden suoritus

Haastattelumenetelmänä käytettiin puolistrukturoitua haastattelua eli ns. teemahaastattelua. Puolistrukturoidussa haastattelussa haastateltavilta kysytään yleensä samat kysymykset kuin kyselylomakkeessa, mutta jätetään mahdollisuus myös tarkentaville kysymyksille. Tämä haastattelutyylisopii tähän tilanteeseen parhaiten, koska tarkoituksena on keskittyä kehittämismahdollisuuksiin tuotevalikoimassa ja palveluissa. Puolistrukturoidulla haastattelumenetelmällä voidaan rajata teemat, mutta samalla jätetään mahdollisuus tarkentaville kysymyksille. (11.)

Kuten aikaisemmin mainittiin, haastattelun kysymykset oli lähetetty ennakkoon haastateltaville. Haastatteluissa tarkoituksena oli syventää vastauksia ja tutkia mahdollisia kehittämismahdollisuuksia. Haastattelut suoritettiin puhelimitse noin kahden viikon päästä kyselyjen lähettämisestä. Kyselyn lähettämisen ja haastattelun väliin ei haluttu jättää liikaa aikaa. Tämä siksi, että vastaajilla olisi muistissa pohdinnat ja vastaukset kysymyksistä.

Haastatteluissa kyseltiin tarkentavia kysymyksiä niihin kohtiin, joissa vastaajien mielestä oli kehitettävää tai heillä oli kehitysideoita.

5 KYSELYN JA HAASTATTELUN TULOKSET

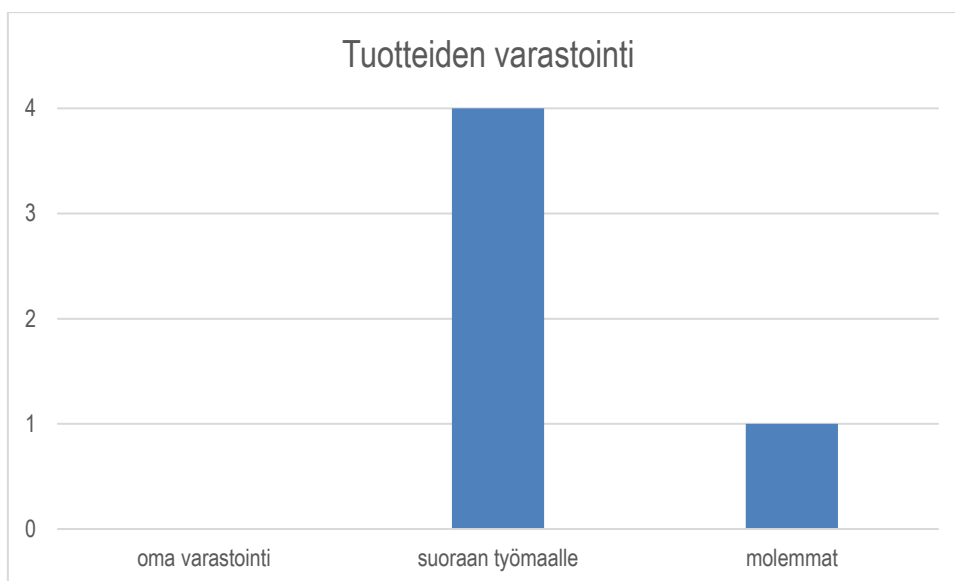
Haastatteluja käytiin viiden eri haastateltavan kanssa puhelimitse. Haastattelut sujuivat suunnitelun mukaisesti ja kysymyksiin saatiin täydennyksiä ja mielipiteitä. Haastattelut kestivät 20 minuuttia noin 45 minuuttiin riippuen siitä, miten kyselylomakkeeseen oli vastattu ja miten kysymykset oli ymmärretty. Haastatteluissa kaikkiin kysymyksiin saatiin vastaukset.

Ensimmäisessä kysymyksessä kysyttiin ”Keskitättekö ostoksenne tukkuliikkeeseen vai hankitteko esimerkiksi ilmanvaihto-osat toisesta tukkuliikkeestä ja LV-osat toisesta?”. Vastaus yleisesti oli, että ostokset pyritään keskittämään yhteen tukkuliikkeeseen, mutta tuotevalikoimista, saatavuudesta ja hinnasta riippuen joskus hankinnat tehdään toisesta tukkuliikkeestä.

Toisessa kysymyksessä kysyttiin ”Varastoitteko urakoiden materiaaleja omissa varastoissa vai tilaatteko tarvittavat määrät suoraan työmaalle?”. Vastausvaihtoehtoina olivat

- a) oma varastointi
- b) suoraan työmaalle
- c) molemmat

Haastatteluissa kävi ilmi, että yleensä tuotteet ja materiaalit tilataan suoraan työmaalle ja tilaukset pyritään tekemään niin, että tilattavat tuotteet päästään asentamaan suoraan, kun tuotteet ovat työmaalla. Joskus myös varastoidaan työmaalla tarvittavia tuotteita esimerkiksi työmaakontteihin. Kaaviossa 1 näkyy vastausten jakautuminen.

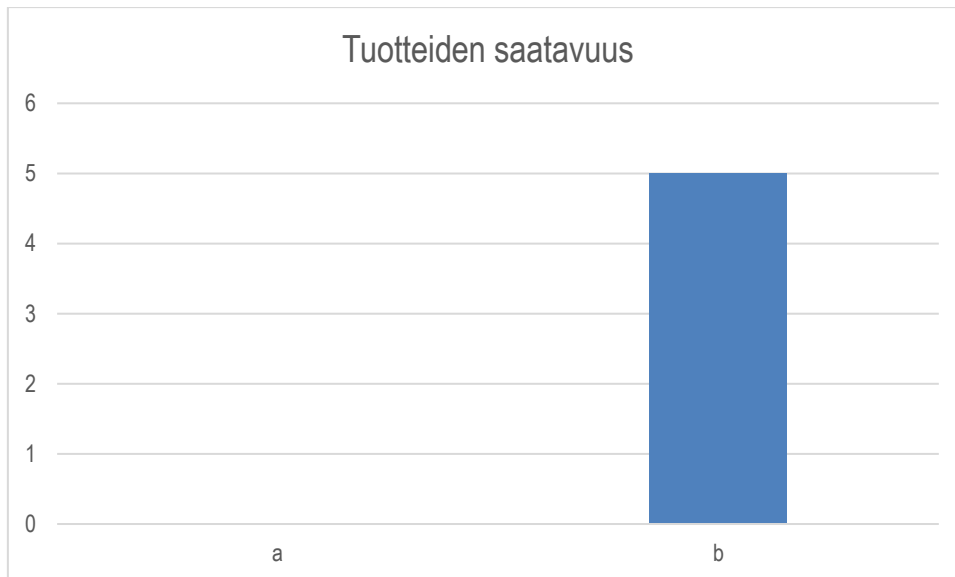


KAAVIO 1: Toisen kysymyksen vastausten jakautuminen

Kolmannessa kysymyksessä kysyttiin ”Kumpi on mielestänne tärkeämpää?”.

- a) Tuotteita on hyllyssä aina laajasti.
- b) Tarvitsemanne tuotteet saadaan nopeasti tilattua noutoon tai työmaalle.

Haastatteluissa kävi ilmi, että vastausvaihtoehto a oli ehkä hieman epäselvä. Haastattelussa kuitenkin tarkennettiin, että kysymyksellä haetaan sitä, että varastossa on tuotevalikoimaa riittävästi ja tuotteet pystytään noutamaan suoraan kivijalkamyymälästä. Jokainen vastaajista totesi, että tärkeämpää on tuotteiden tilaaminen nopeasti noutoon tai suoraan työmaalle. Vastaajista osa sanoi, että ns. ”normaalit” tuotteet tulisi saada yhden päivän varoitusajalla tilauksesta noutoon tai suoraan työmaalle. Kaaviossa 2 näkyy vastausten jakautuminen tässä kysymyksessä.



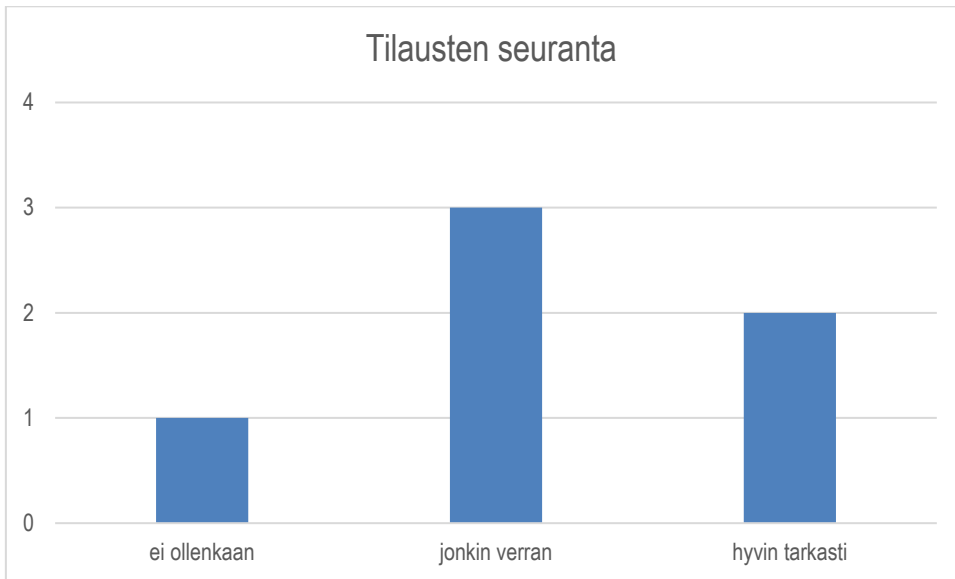
KAAVIO 2: Kolmannen kysymyksen vastausten jakautuminen.

Neljännessä kysymyksessä kysyttiin ”Kuinka tarkasti haluaisitte, että teillä on mahdollisuus seurata tilaamianne tuotteita?”. Vastausvaihtoehdot olivat:

- a) ei ollenkaan
- b) jonkin verran
- c) hyvin tarkasti

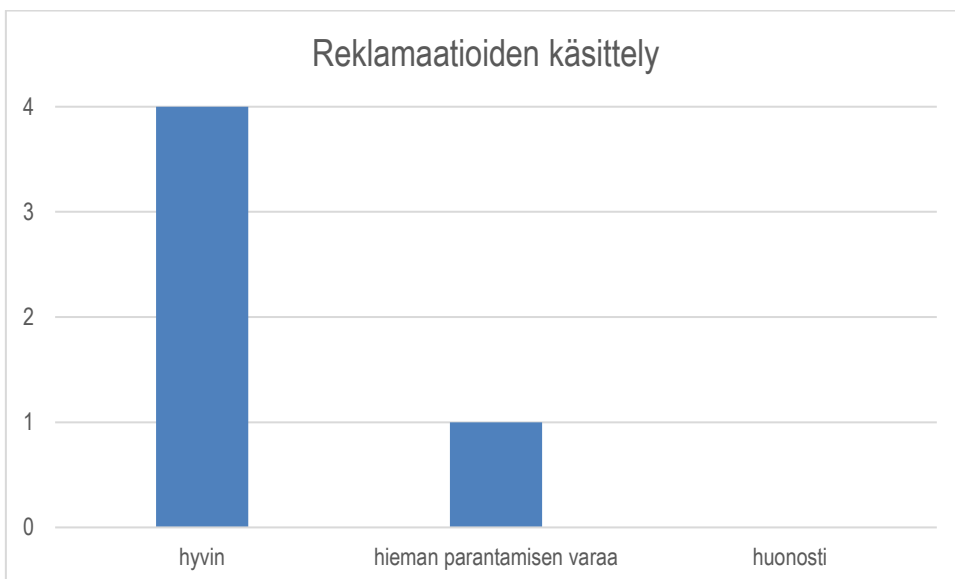
Vastauksista kävi ilmi, tilauksien toimituksista on vähintään tiedettävä päivä ja kellonaika, milloin tuotteet ovat työmaalla. Kellonaika on hyvä tietää siksi, että tilaaja voi suunnitella päivän työt tavaroiden saapumisajan mukaan. ”Ei ollenkaan” vastannut halusi toimitusten seurannan tapahtuvan edellä mainitun mukaisesti. ”Jonkin verran” vastanneet halusivat, että toimituksista tiedetään kellonaika ja toimitukset ovat luvattuina aikoina työmaalla. ”Hyvin tarkasti” vastanneet halusivat, että

esimerkiksi verkkokaupasta voisi seurata toimituksen etenemistä: milloin tuote on lähtenyt, onko se kuljetuksessa ja onko se jo saapunut työmaalle. Kaaviossa 3 näkyy vastausten jakautuminen.



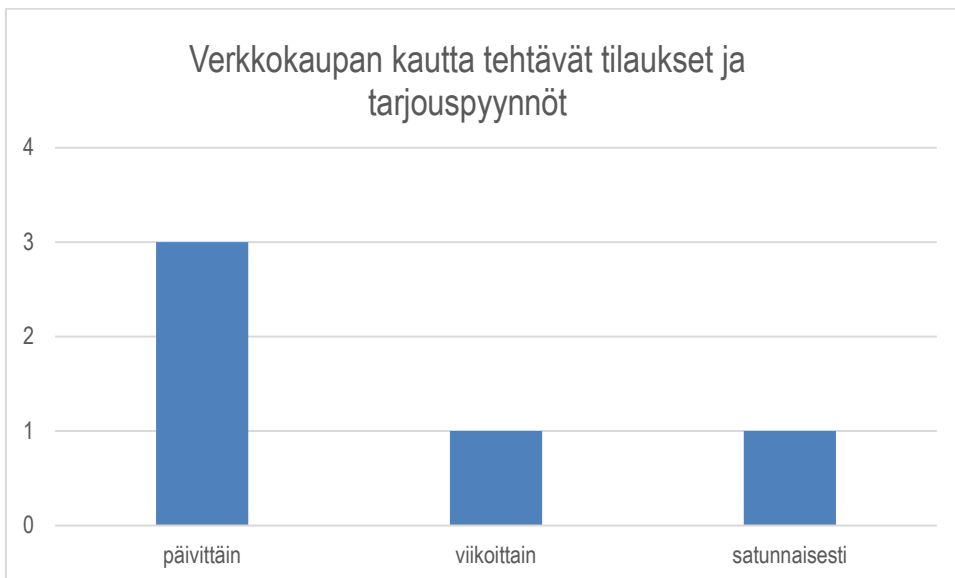
KAAVIO 3. Tilausten seurannan vastaukset.

Viidennessä kysymyksessä käsiteltiin reklamaatioiden käsittelyitä. Vastaajista yksi oli sitä mieltä, että reklamaatioiden käsittelyssä olisi parantamisen varaa, koska tukkuliikkeiden pitäisi ottaa enemmän tuotteista vastuuta eikä ohjata kaikkia reklamaatioita suoraan edustajille. Kaaviosta 4 näkyy vastausten jakautuminen. Loput vastaajista kertoivat, että tukkuliikkeet käsittelevät reklamaatiot hyvin.



KAAVIO 4. Viidennen kysymyksen vastausten jakautuminen.

Kuudennessa kysymyksessä kysyttiin ”Kuinka suuressa roolissa verkkokaupan kautta tehtävien tilausten ja tarjouspyyntöjen lähettäminen on päivittäisessä työssänne?”. Vastauksista päätellen verkkokaupan käyttö on tänä päivänä suuressa roolissa päivittäisessä työssä. Yksi vastanneista kertoi, että käyttäisi verkkokauppaa enemmän, jos ne olisivat helpommin saatavilla. Kaaviosta 5 näkyy vastausten jakautuminen.



KAAVIO 5. Kuudennen kysymyksen vastausten jakautuminen.

Verkkokaupan tärkeimmät ominaisuudet olivat haastattelujen perusteella

- selkeät tuoteryhmät ja tuotejaottelut sekä LVI-numerot tuotteissa esillä
- henkilökohtaiset sopimushinnat näkyvillä
- tilaushistoria
- tilausten tekeminen yksinkertaista ja helppoa
- ja verkkokaupan helppokäyttöisyys sekä toimivuus.

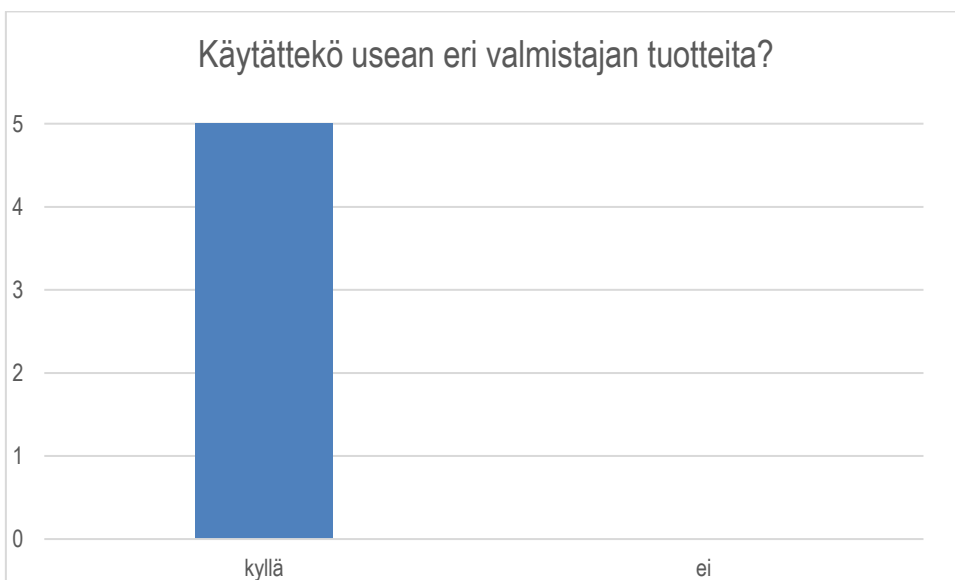
Verkkokaupan kautta voitaisiin tehdä puutelistat suoraan työmaalta ja tilata ne toimitukseen työmaalle.

Kahdeksannessa kysymyksessä selvitettiin olisiko mobiilisovellus verkkokaupasta hyödyllinen ja helpottaisiko tämä tilausten tekoa työmaalta. Haastatteluissa kävi ilmi, että helppo ja toimiva sovellus puhelimeen tai tablettiin voisi helpottaa työmaalta tehtäviä tilauksia. Kaaviosta 6 näkyy vastausten jakautuminen.



KAAVIO 6. Kahdeksannen kysymyksen vastausten jakautuminen.

Tuotevalikoimaa käsittelevissä kysymyksissä kysyttiin ”Käytättekö usean eri valmistajan tuotteita esimerkiksi ilmanvaihtotuotteissa?” ja ”Kuinka usein tuotteiden alkuperä ja ekologisuus vaikuttaa tuotteen valintaan”. Vastauksista kävi ilmi yksiselitteisesti, että tuotteen valmistajalla ei ole suurta merkitystä, kunhan tuote täyttää vaaditut vaatimukset ja hinta on kohdillaan. Tuotteiden alkuperä ja ekologisuus vaikuttaa vain harvoin tuotteen valintaan. Kaavoista 7 ja 8 näkyy vastausten jakautuminen.



KAAVIO 7. Yhdeksännen kysymyksen vastausten jakautuminen.



KAAVIO 8. Tuotteiden alkuperän ja ekologisuuden vaikutus tuotteen valintaan.

Yhdestoista kysymys oli ”Mitä teknisiä dokumentteja tarvitsette ostamistanne tuotteista ja onko dokumentteja saatavilla tukkuliikkeen sivuilta/myymälästä tarpeeksi?”. Haastattelujen perusteella tärkeimmiksi dokumenteiksi kerrottiin seuraavat:

- asennusohjeet
- vaatimuksenmukaisuudet
- tuotteiden sisältö
- tyyppihyväksynät
- käytetyn materiaalin tiedot ja kestävyudet
- paineluokat
- CE-todistukset
- suoritustasoilmoitukset
- paloeristeiden dokumentit

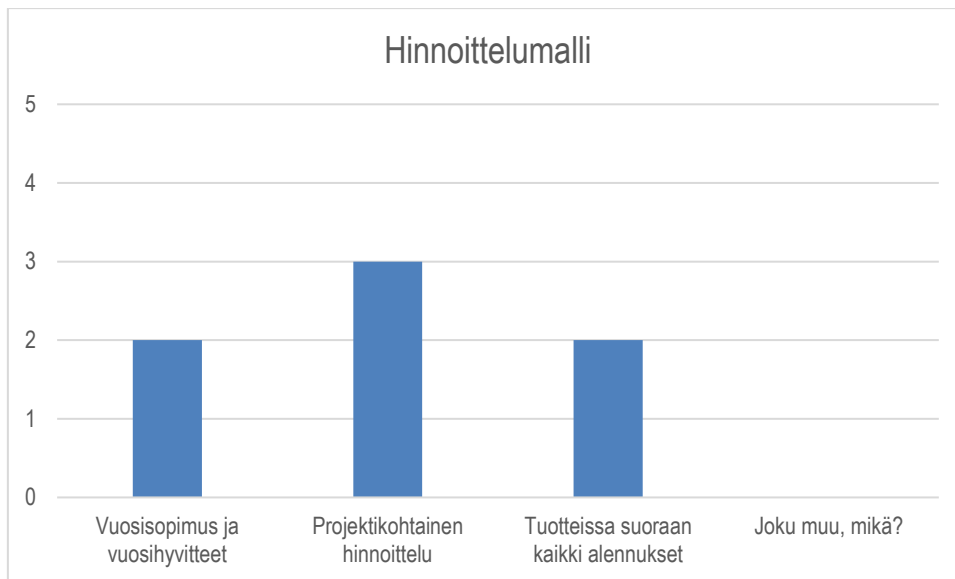
Haastatteluista kävi ilmi, että nämä yllä mainitut dokumentit ovat hyvin saatavilla verkkosivuilta tai suoraan myyjältä. Yksi vastaajista kertoi, että näiden dokumenttien saatavuudessa voisi olla hieman parantamisen varaa.

Kysymykseen ”Mitä mieltä olet tukkuliikkeiden yhteistyöstä suunnittelutoimistojen kanssa? Näetkö tarpeelliseksi, että tukkuliikkeen kautta saa myös tarvittavia suunnitelmia ja miten tätä lähtisit kehittämään?” haastatteluun vastanneet sanoivat, että eivät näe tätä hyödylliseksi ja isoimmassa kohteissa tämän tyylisestä yhteistyöstä voisi tulla ongelmia reklamaatioiden käsittelyissä. Osalla vastaajista ei ollut mielipidettä eikä kokemusta kyseisestä yhteistyöstä.

Kolmantenatoista kysymyksenä oli ”Pyydättekö yleensä tukkuliikkeen myyjää massoittamaan työmaan vai lähetättekö itse laskemanne massalistan myyjälle, josta lasketaan esimerkiksi tarjous työmaan tarvikkeista? Onko tämä tärkeä osa tukkureiden toimintaa?” Vastaukset jakautuivat joko siihen, että lähetetään itse laskettu massalista myyjälle tai käytetään molempia vaihtoehtoja tilanteen mukaan. Vastajista osa sanoi, että tekee yleensä itse massalistan, mutta myyjällä olisi tarvittaessa hyvä olla ammattitaito massoittaa työmaan tarvikkeet suoraan piirustuksista.

Kysymys ”Kuinka tärkeää myyjän aktiivisuus on teille?” osoitti sen, että myyjältä odotetaan tietynlaista aktiivisuutta asiakkaita kohtaan. Hyviksi aktiivisuuden muodoiksi todettiin tilauksissa ja tarjouspyynnöissä tapahtuvat kommunikaatiot, eli pidetään asiakas tilaajana tietoisena siitä, missä vaiheessa tarjouslaskenta on, tuleeko tarjoukseen muutoksia tai vaihtoehtoisia tuotteita ja miten tilauksen toimitus ja käsittely etenee. Hyvän ja sosiaalisen myyjän kanssa toimiminen myös helpottaa työntekoa ja hyvän myyjän kanssa hinta ei aina ratkaise, koska asiakkaalla on luotto myyjän ammattitaitoon ja tuotteet tulevat oikein yhdellä kertaa. Tärkeiden asioiden informoiminen on hyödyllistä ja se herättää luottamusta myyjää kohtaan. Negatiivisiksi asioiksi koettiin liiallinen markkinointi ja mainostaminen, joka koetaan jopa häiritsevänä.

Viidestoista kysymys oli ”Millaista hinnoittelumallia suositte ja toivoisitte tukkuliikkeeltä?”. Vastaukset jakautuivat aika tasan, mikä kertoo siitä, että urakoitsijat haluavat heille sopivimman hinnoittelumallin. Hinnoittelumallin tulisi tukea toimintaan ja helpottaa urakoitsijan arkea. Pelkästään projekti-kohtaista hinnoittelua ei kukaan vastanneista käytä, vaan se on toisen hinnoittelumallin rinnalla käytössä yhtä aikaa. Kaaviosta 9 näkyy vastausten jakautuminen.



KAAVIO 9. Hinnoittelumallien vastaukset.

Toiseksi viimeisenä kysymyksenä oli ”Kilpailutatteko kuinka usein tukkuliikkeitä keskenään ja mitkä ovat ratkaisevat asiat, millä erotatte tukkuliikkeet toisistaan?”. Osa vastaajista kilpailuttaa tukkuliikkeitä vuosittain tai kahden-kolmen vuoden välein. Ratkaisevimmat asiat ovat hinta, toimitusvarmuus, sopimusrahdit, varastointikapasiteetti ja tuotevalikoima.

Viimeisenä kysymyksenä oli ”Mitä palveluita ja tuotteita toivoisitte lisättävän tai uudistettavan tukkuliikkeiden toiminnassa?”. Haastatteluissa tähän kysymykseen ei löytynyt oikein yhtään suoraan vastausta. Tukkuliikkeet kehittävät jatkuvasti toimintaansa, joten ehkä tärkeintä on pitää asiakkaat ajan tasalla uudistuksista.

6 POHDINTA

Tavoitteena tässä tutkimuksessa oli selvittää, mitä urakoitsijat tänä päivänä haluavat tukkuliikkeiltä ja tutkia mahdollisia kehittämissuuntia. Tutkimuksen alkuperäinen lähtökohta oli syventyä jopa tiettyihin tuoteryhmiin tai tiettyyn palveluun, mutta jo tutkimuksen alkuvaiheessa huomattiin, että täytyy ensiksi hahmottaa kokonaiskuva. Osittain kokonaiskuva oli jo tiedossa, mutta aikaisempia tämän tyyliä tutkimuksia oli vähän saatavilla. Tämän vuoksi päätettiin aluksi kartoittaa kokonaiskuvaa ja sen perusteella voidaan lähteä tekemään mahdollisia jatkotutkimuksia.

Tuloksina saatiin hahmotettua mielestäni hyvin kokonaiskuva siitä, mitä tänä päivänä urakoitsijat haluavat ja arvostavat tukkuliikkeiltä. Toimitusvarmuus ja toimitusten seuranta on tärkeä osa tukkuliikkeiden toimintaa. Myyjien ammattitaito ja aktiivisuus koettiin positiivisena asiana ja sitä arvostetaan. Hyvän ja ammattitaitoisen myyjän kanssa hinta ei välttämättä ole kaikki kaikessa. Verkkokauppa ja verkkosivujen toimivuus helpottaa asiakkaiden arkea ja näihin kannattaa kiinnittää huomioita. Verkkosivujen tuotehaku on yksi iso tekijä toimivuudessa. LVI-alalla tuotteille on ammattisanoja ja myyntinimikkeitä, jotka eivät aina välttämättä täysin kohtaa toisiaan. Yksi haastatteluissa ilmi käynyt asia oli se, että jokaisella tuotteella olisi tärkeä olla LVI-numero tuotteen yhteydessä. Tämä helpottaa ja nopeuttaa tuotteen löytämistä.

Kysymysten asetellut ja muodot onnistuivat pääsääntöisesti hyvin tutkimuksessa. Osassa kysymyksissä olisi voinut näin jälkeenpäin ajateltuna tarkentaa ajatusta siitä, mitä halutaan kysyä. Esimerkiksi kysymys ”Kuinka tärkeää myyjän aktiivisuus on teille?” oli hieman epäselvästi aseteltu. Toisessa kysymyksessä kysyttiin ”Kumpi on mielestänne tärkeämpää” vastausvaihtoehto ja jätti liikaa tulkinnan varaa, koska sanan laajasti voi tulkita monella eri tavalla. Tässä tutkimuksessa haastatteluilla kuitenkin pystyttiin tarkentamaan näitä kysymyksiä ja vastausvaihtoehtoja, jotka jäivät vastaajille epäselviksi. Haastatteluissa kerrottiin, mitä halutaan kysyä ja näin saatiin vastaukset kohdistettua kysymyksen todelliseen ajatukseen.

Tämän tutkimuksen analyysit on tehty puolueettomasti lisäämättä tai poistamatta vastauksia vastausvaihtoehtoista. Avointen kysymysten analyysit on pyritty tekemään neutraalisti ja puolueettomasti eikä vastauksia ole tulkittu rivien välistä. Tässä tutkimuksessa haastateltiin viittä osallistujaa,

joiden pääsääntöinen toimipaikka on Pohjois-Pohjanmaa. Uskoisin, että tämän tutkimuksen tulokset kuvastavat mitä maantieteellisesti tällä alueella tarvitaan tukkuliikkeiltä. Tutkimuksen tulokset voisivat poiketa, jos tutkimukseen tehtäisiin esimerkiksi koko Suomen alueelle.

Jatkotutkimuksia olisi mielenkiintoista tehdä ja syventyä vielä tarkemmin aihealueisiin. Tämän tutkimuksen tulosten pohjalta voisi esimerkiksi tehdä laajemman kyselyn verkkosivujen ja verkkokaupan kehittämisestä ja siihen liittyvästä mobiilisovelluksesta. Tämä tutkimus mielestäni toimii tässä tarkoituksessa hyvin ja yhdistämällä kyselyn ja haastattelun voidaan löytää enemmän potentiaalisia kehittämiskohteita. Jos kysely tehtäisiin laajempaan, olisi syytä miettiä käytettäväksi esim. Webropolia, koska Word-muodossa lähetetty kysely olisi laajemmassa muodossa melko työlästä toteuttaa, koska tulosten analysointi vaikeutuisi huomattavasti.

LÄHTEET

1. Meltex Oy Plastics 2021. Hakupäivä 15.1.2021. <https://www.meltex.fi/fi/tietoa-meista>.
2. Salo, Ilkka 2020. Talteka Oy. LVI-tekniisiä tuotteita myytiin alkuvuonna reippaasti. Hakupäivä 16.1.2021. <https://www.talteka.fi/uutiset/lvi-tekniisia-tuotteita-myytiin-alkuvuonna-reippaasti>.
3. Motiva Oy. Käyttöveden mittausta koskeva lainssädäntö uudistui. Hakupäivä 16.1.2021. https://www.motiva.fi/koti_ja_asuminen/taloyhtiot/vedenkulutusmittauksen_lakiuudistus
4. Aatsalo, Johanna 2020. Veden kulutuksen mittaaminen muuttuu pakolliseksi. Rakennuslehti verkkolehti. Hakupäivä 7.2.2021. <https://www.rakennuslehti.fi/2020/11/veden-kulutuksen-mittaaminen-muuttuu-pakolliseksi/>
5. Logistiikan maailma. Reijo Rautauoman säätiö 2021. Varaston toiminnan mittaaminen. Hakupäivä 24.2.2021. <https://www.logistiikanmaailma.fi/logistiikan-toimijat/varastointi/varastonohjaus/varaston-toiminnan-mittaaminen/>.
6. Logistiikan maailma. Reijo Rautauoman säätiö 2021. Varastonohjaus. Hakupäivä 24.2.2021. <https://www.logistiikanmaailma.fi/logistiikan-toimijat/varastointi/varastonohjaus/#ABC-analyysi>.
7. Heikkilä, Tarja 2014. Kvantitatiivinen tutkimus. Hakupäivä 2.2.2021. <http://tilastollinentutkimus.fi/1.TUTKIMUSTUKI/KvantitatiivinenTutkimus>.
8. Auvinen, Atte & Tarkkinen, Elisa, Proakatemia 2018. Soluessee: Kvalitatiivinen tutkimus. Hakupäivä 3.2.2021. <https://esseepankki.proakatemia.fi/soluessee-kvalitatiivinen-tutkimus-2/>.

9. Immonen, Heidi 2010. Kyselytutkimus tietojenkäsittelyn alumneille. Proakatemia Tampereen ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö. Hakupäivä 3.2.2021. <https://core.ac.uk/download/pdf/38016703.pdf>.
10. Oppariapu. Kysely. Hakupäivä 24.2.2021. <https://oppiapu.wordpress.com/kysely/>.
11. Oppariapu. Haastattelut. Hakupäivä 24.2.2021. <https://oppiapu.wordpress.com/metellmat/haastattelut/>.

KYSELYLOMAKE

Keskittätekö ostoksenne yhteen tukkuliikkeeseen vai hankitteko esimerkiksi ilmanvaihto-osat toisesta tukkuliikkeestä ja LV-osat toisesta?

Vastaus: _____

Varastoitteko urakoiden materiaaleja omissa varastoissa vai tilaatteko tarvittavat määrät suoraan työmaalle?

- a) oma varastointi
- b) suoraan työmaalle
- c) molemmat

Kumpi on mielestänne tärkeämpää?

- a) Tuotteita on hyllyssä aina laajasti
- b) Tarvitsemanne tuotteet saadaan nopeasti tilattua noutoon tai työmaalle

Kuinka tarkasti haluaisitte, että teillä on mahdollisuus seurata tilaamianne tuotteita?

- a) ei ollenkaan
- b) jonkin verran
- c) hyvin tarkasti

Kuinka hyvin mielestänne tukkuliikkeet käsittelevät reklamaatioit?

- a) hyvin
- b) hieman parantamisen varaa
- c) huonosti

Verkkokaupasta tehtävät tilaukset ja tarjoukset:

Kuinka suuressa roolissa verkkokaupan kautta tehtävien tilausten ja tarjouspyyntöjen lähettäminen on päivittäisessä työssänne?

- a) käytän verkkokauppaa päivittäin
- b) käytän verkkokauppaa viikoittain
- c) teen tilauksia ja tarjouspyyntöjä satunnaisesti verkkokaupasta

Mitkä ovat mielestäsi tärkeimmät ominaisuudet mitä verkkokaupassa tulisi olla?

Vastaus: _____

Olisiko teille käytännöllistä, jos verkkokauppa olisi saatavilla sovelluksena puhelimeen/tablettiin? Helpottaisiko tämä työmaalta tehtäviä tilauksia?

- a) kyllä
- b) ei

Tuotevalikoima ja sen laajuus:

Käytättekö usean eri valmistajan tuotteita esimerkiksi ilmanvaihtotuotteissa?

- a) kyllä
- b) ei

Kuinka usen tuotteiden alkuperä ja ekologisuus vaikuttaa tuotteen valintaan?

- a) aina
- b) usein
- c) harvoin

Mitä teknisiä dokumentteja tarvitsette ostamistanne tuotteista ja onko dokumenttejä saatavilla tukkuliikkeen sivuilta/myymälästä tarpeeksi?

Vastaus: _____

Mitä mieltä olet tukkuliikkeiden yhteistyöstä suunnittelutoimistojen kanssa? Näetkö tarpeelliseksi, että tukkuliikkeen kautta saa myös tarvittavia suunnitelmia ja miten tätä lähtisit kehittämään?

Vastaus: _____

Pyydättekö yleensä tukkuliikkeen myyjää massoittamaan työmaan vai lähetättekö itse laskemanne massalistan myyjälle, josta lasketaan esimerkiksi tarjous työmaan tarvikkeista? Onko tämä mielestänne tärkeä osa tukkureiden toimintaa?

- a) On tärkeää. Lähetän piirustukset suoraan myyjälle.
- b) Massoitin itse ja lähetän tarvikeluettelon myyjälle.

Kuinka tärkeää myyjän aktiivisuus on teille?

Vastaus: _____

Millaista hinnoittelumallia suositte ja toivoisitte tukkuliikkeeltä?

- a) Vuosisopimus ja vuosihyvitteet
- b) Projektikohtainen hinnoittelu
- c) Tuotteissa on suoraan kaikki alennukset
- d) Joku muu: _____

Kilpailutatteko kuinka usein tukkuliikkeitä keskenään ja mitkä ovat ratkaisevat asiat millä erotatte tukkuliikkeet toisistaan?

Vastaus: _____

Mitä palveluita ja tuotteita toivoisitte lisäävän tai uudistettavan tukkuliikkeiden toiminnassa?

Vastaus: _____

