



FINNAS PALVELUT OY:N PALVELUTARJOOMAN KEHITTÄMINEN

Sami Lehto

Opinnäytetyö
Marraskuu 2013
Yrittäjyyden ja liiketoimintaosaamisen koulutusohjelma
Ylempi AMK-tutkinto

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Yrittäjyyden ja liiketoimintaosaamisen koulutusohjelma
Yrittäjyyden suuntautuminen
Ylempi AMK-tutkinto

LEHTO, SAMI: Finnas Palvelut Oy:n palvelutarjooman kehittäminen

Opinnäytetyö 59 sivua
Marraskuu 2013

Tämän työn tavoite on kehittää Finnas Palvelut Oy:n palvelutarjoomaa siten, että olemassa olevien asiakkaiden arvoa on mahdollista kasvattaa. Tämän työn tarkoituksena on löytää uusia ideoita lisäpalveluista, joiden avulla Finnas Palvelut Oy pystyy kehittämään palvelutarjoomaansa. Näiden tavoitteiden onnistumisen tarkasteluun Finnas Palvelut Oy on valinnut kaksi mittaria, jotka ovat sopimussiivousasiakkaiden sopimusten jatkuvuuden kesto ja asiakkaiden euromääräinen kasvu. Työn teoreettinen viitekehys muodostui palvelusta, palvelun laadusta ja palvelutarjoomasta.

Aineistonkeruumenetelmäksi valitsin henkilöhaastattelun. Teemahaastattelu tarkoittaa puolistrukturoitua haastattelua, jossa haastattelun aihepiiri on tiedossa, mutta kysymyksillä ei ole tarkkaa järjestystä eikä systemaattista muotoa. (Hirsjärvi, Hurme 2001, 203.) Yksilöhaastattelut toteutin jakamalla aiheet teemasanoihin, joiden avulla haastattelua ohjattiin oikeisiin aihepiireihin. Haastattelussa ei noudatettu ennalta määrättyä järjestystä, vaan se eteni keskustelunomaisesti haastateltavan ja haastattelijan vuorovaikutuksessa ja näin ollen se jätti myös tilaa lisäkysymyksille. Myös haastateltavalla oli mahdollisuus laajentaa vastauksia halutessaan.

Haastatteluiden tuloksien tarkastelussa kävi ilmi, että palveluista ruuanlaitto toistui useaan otteeseen sekä asiakkaiden että työntekijöiden keskuudessa. Asiakashaastateltavista osa lupasi jo haastattelutilanteessa, että tilaa kyseisen palvelun, mikäli se tulee tuotantoon. Työntekijät myös mainitsivat, että heillä olisi halua ja osaamista toteuttaa näitä palveluita. Tämän tiedon pohjalta yrityksen johto teki päätöksen, että kyseisiä palveluita lähdetään tuotteistamaan. Tuotteistus on edennyt siten, että valikoiduille asiakkaille on tarjottu näitä uusia palveluita kokeiluluonteisesti. Yritys käy heidän kanssaan kerran kuukaudessa palautekeskustelua palvelun toimivuudesta ja siitä, onko asiakkailta jotain toivomuksia tai kehittämisajatuksia. Tavoite on, että Finnas Palvelut Oy saa näiden uusien palveluiden tuotteistuksen valmiiksi siten, että kun vuoden 2014 hinnastot julkaisetaan niin myös niiden hinnat ja palvelukuvaus löytyvät sieltä.

Asiasanat: palvelu, palvelutarjooma, laatu, kotisiivous.

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Master's Degree Programme in Entrepreneurship and Business Competence
Option of Entrepreneurship

LEHTO, SAMI: Developing the Service Selection of Finnas Palvelut Ltd

Master's thesis 59 pages
November 2013

The objective of the thesis is to develop the service supply of Finnas Palvelut Ltd in such a way that the value of the existing customers can be increased. The purpose of this work is to find new ideas of additional services, which will help Finnas Palvelut Ltd to develop their service supply. Two measures have been selected for the examination to succeed in these goals; they are the continuity of the contract clients and the customer growth in euros. The theoretical framework was composed of service, service quality and service supply.

The data were collected using individual interviews. Theme interview refers to a semi-structured interview, where the interview subject is known, but the questions have no exact order or form (Hirsjärvi etc. 2001, 2003). The individual interviews were conducted by dividing the topic into themes and writing support questions to help the interview move forward. The interviews did not follow any pre-organized order, but proceeded conversationally with the interaction between the interviewer and interviewee; therefore, there was room for further questions. Additionally, the interviewee had the opportunity to expand the answers if necessary.

The interview results showed-, that cooking was a service repeated several times by both the customers and employees. In the customer interview, some of the customers promised to order the service in question, if it stays in production. The staff also mentioned that they had will and the know-how to implement these services. On the basis of this information, the company management made the decision to implement the particular services into production. Commercialization has progressed in such a way that the selected customers have been offered these new services on an experimental basis. The firm undergoes a feedback conversation with the selected customers once a month about the functionality of the services and whether the customers have some wishes or development ideas. The aim is that Finnas Palvelut Ltd will have completed productizing so that on the year 2014, when the pricelist are published, also the prices and the service descriptions for the new services are found there.

Key words: service, service offering, quality, home cleaning.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
	1.1 Työn tausta	5
	1.2 Tavoite ja tarkoitus	7
	1.3 Työn toteuttaminen ja raportin rakenne	8
2	PALVELU.....	9
	2.1 Palvelu ja sen määrittäminen	9
	2.2 Palvelun laatu	12
	2.3 Palvelun tuotteistaminen	18
	2.4 Palvelutarjooma.....	21
3	FINNAS PALVELUT OY	25
	3.1 Tietoa yrityksestä	25
	3.2 Yrityksen arvot, visio ja missio.....	25
	3.3 Yrityksen palvelun laatu.....	26
	3.4 Yrityksen asiakasryhmäkohtaiset palvelut	27
4	TUTKIMUSMENETELMÄT JA TOTEUTUS.....	29
	4.1 Tapaustutkimus.....	29
	4.2 Asiakashaastattelut	31
	4.3 Henkilöstön haastattelut	33
5	TULOKSET	35
	5.1 Asiakashaastattelut	35
	5.2 Finnas Palvelut Oy:n henkilöstön haastattelut	44
	5.3 Tulosten yhteenveto	50
6	POHDINTA.....	53
	6.1 Kehitettävät uudet palvelut.....	53
	6.2 Jatkotoimenpidesuosituksien.....	55
	LÄHTEET.....	57

1 JOHDANTO

1.1 Työn tausta

Siivousala on osa kiinteistöpalvelualaa ja se luokitellaan palveluliiketoiminnaksi. Tänä päivänä kasvavana ilmiönä onkin ollut, että kiinteistöpalvelut ja siivouspalvelut tilataan samalta palveluntarjoajalta. Täten palveluiden tilaaminen helpottuu ja toiminnoissa ei esiinny päällekkäisyyksiä. Tämä koskee varsinkin suuryrityksiä ja niiden tarvitsemia vaativia palvelukokonaisuuksia, jotka vaativat palveluntarjoajalta isoja resursseja. Kotisiivouspalveluissa on tullut enemmän kilpailua kotitalousvähennyksiä koskevien lainsäädäntöjen muututtua. Tämän seurauksena kotisiivousliikkeiden määrät ovat kasvaneet. Siivousalalla yrityskanta on nopeasti vaihtuvaa, koska alalle tulon kynnyks on matala. Tämä johtuu siitä, että alkuinvestointiin ei tarvita isoja pääomia ja siksi myös lopettaminen on helppoa. (Palvelualojen toimialakatsaus II/2007.)

Kotitalousvähennys on mahdollista saada silloin, kun kuluttaja ostaa palveluja kotiin tai vapaa-ajanasunnolle. Tällöin hän voi vähentää osan kuluista verotuksessaan kotitalousvähennyksenä. Vähennystä saa tavanomaisesta kotitalous-, hoiva- ja hoitotyöstä, kunnossapito- ja perusparannustyöstä sekä tietotekniikan asennus- ja neuvontapalveluista. Teetetyt työt ja maksetut työkorvaukset tai palkat ja palkan sivukulut tulee ilmoittaa esitäytetyssä veroilmoituksessa. Verottaja tekee nämä vähennyksen suoraan verosta, ja työn teettävä saa hyödyn tulevassa veronpalautuksessaan. Työn teettävä voi myös hakea verottajalta etukäteen muutosta ennakonpidätysprosenttiinsa. Tässäkin tapauksessa teetetyt työt ja maksetut työkorvaukset tai palkat ja palkan sivukulut tulee ilmoittaa veroilmoituksessa. Vähennys myönnetään vain sille vuodelle, jona työkorvaus tai palkka ja palkan sivukulut on maksettu.

Kotitalousvähennystä saa myös kotitalous-, remonti- ja tietotekniikkatöistä, jotka tehdään henkilön tai hänen puolisonsa vanhempien tai isovanhempien kotona tai vapaa-ajanasunnolla. Kotitalousvähennystä hakevan henkilön on kuitenkin maksettava itse kustannukset, jos hän haluaa vähennyksen omaan verotukseensa. Vanhemmat tai isovanhemmat eivät voi niitä tällöin kustantaa. Kotitalousvähennystä pitää hakea itse.

Hallitus sopi elokuussa 2013 pitämässään budjettiriihessä, että kotitalousvähennyksen enimmäismäärää nostetaan 400 eurolla eli 2 000 eurosta 2 400 euroon vuoden 2014 alussa.

Kotitalousvähennyksenä saa vähentää vuonna 2013 15 prosenttia kuluttajan itse maksumasta palkasta sekä palkan sivukuluista tai 45 prosenttia ennakkoperintärekisteriin kuuluvalla yrittäjällä tai yritykselle maksamastasi työkorvauksesta (vuonna 2012 samat luvut, vuonna 2011 pystyi vähentämään 30 prosenttia maksetusta palkasta tai 60 prosenttia työkorvauksesta).

Vähennys lasketaan arvonlisäverollisesta hinnasta. Vähennystä saa vain työn osuudesta, ei esimerkiksi materiaaleista. Ennakkopäätös: Konekustannukset oikeuttavat kotitalousvähennykseen

Kotitalousvähennyksen enimmäismäärä vuonna 2013 on 2 000 euroa vuodessa (vuonna 2012 sama määrä, vuonna 2011 määrä oli 3 000 euroa). Summa voi koostua pelkästään kotitalous-, remontti- tai tietotekniikkatöistä tai näistä kaikista. Vähennykseen liittyy vuotuinen 100 euron omavastuuosuus.

Maksimivähennyksen eli 2 000 euron vähennyksen saat, jos vuonna 2013 yritykseltä ostamissasi palveluissa työn osuus on yhteensä noin 4 665 euroa $[(4\,665 \times 45\%) - 100] = 1\,999,25$.

Vähennys on henkilökohtainen, joten pariskunta voi vuonna 2013 saada yhteensä 4 000 euron vähennykset. Puolisoille vähennys myönnetään siten, kun he ovat sitä pyytäneet. Jos 2 000 euron raja ei ylity, vähennys kannattaa pyytää vain toiselle puolisolle. Näin omavastuuta ei mene kahta kertaa. (Valtiotieteen tutkimuslaitos 2011.)

Palvelut 2020–hankkeen raportissa pohditaan sitä, miten siivousala tulee muuttumaan seuraavien vuosien aikana. Siivousalan puhtaus- ja hygieniäkäsitteet tulevat muuttumaan ja siivouskäytännöt tulevat kansainvälistymään niin, että suomalaisia toimintatapoja voidaan viedä myös muihin kulttuureihin. Työyhteisöt ovat jo nyt monikulttuurisia, sillä asiakkaat ja varsinkin työntekijät edustavat useiden maiden kansalaisia. Teknologian kehittämät uudet tuotteet muuttavat siivousalaa, kun siivousvälineet ja koneet automatisoituvat ja siivoustyön suorittaminen muuttuu teknisemmäksi. Myös laadun mittaamisen välineet ja laitteet kehittyvät, mikä on mahdollistanut jatkuvan seurannan ja

täsmäsiivouksen. Työn jälkeä voidaan nykyisin arvioida muutenkin, kuin silmämääräisesti, mikä tehostaa työtä. Siivouksen muuttuessa yhä teknisemmäksi ammatiksi, osavien ammattilaisten merkitys ja asiantuntemus uusiin teknisiin tuotteisiin korostuvat. (Palvelut 2020, 29-30.)

1.2 Työn tavoite ja tarkoitus

Kaplan ja Norton (2004) toteavat, että kaikkien asiakkuuksien kehittämisprosessien pää-tavoite on oltava asiakkaiden arvon lisääminen. Uusien asiakassuhteiden luonti on vaikeaa ja kallista, ja se on ylipäänsä järkevää vain siinä tapauksessa, että uuden asiakassuhteen edut ylittävät hankintakustannukset. Kun uusia asiakkaita hankitaan tarjoamalla edullisia peruspaketteja, yrityksen tulee voida jatkossa laajentaa osuuttaan asiakkaiden hankinnoissa tarjoamalla asiakkaille muitakin tuotteita ja palveluita suuremmalla tuotolla. (Kaplan&Norton)

Tämän työn tavoite on kehittää Finnas Palvelut Oy:n palvelutarjooma siten, että olemassa olevien asiakkuuksien arvoa on mahdollista kasvattaa. Tämä perheyritys on perustettu vuonna 2010 pienellä alkupääomalla, ilman lainarahaa. Yrityksen asiakkuudet ovat lisääntyneet hitaasti, mutta tasaisesti vuosien varrella. Tällä hetkellä Finnas Palvelut Oy työllistää 11 henkilöä, joista 6 henkilöä työskentelee oman yrityksensä kautta alihankintasopimuksella Finnas Palvelut Oy:n lukuun. Yrityksellä on vuositasolla noin 250 asiakasta, joista noin 100 on sopimusasiakkaita. Sopimusasiakas tarkoittaa Finnas Palvelut Oy:ssä sitä, että yritys on tehnyt asiakkaan kanssa kotisiivoussopimuksen, jossa on tarkkaan määritelty se, mitä siivotaan, milloin siivotaan ja kuinka kauan siivous kestää. Kotisiivousasiakas saa oman nimetyn siivoajan, joten sopimussiivousasiakas tietää aina milloin ja kuka on käynyt siivoamassa. Mikäli kohteen nimetty siivoaja on estynyt, niin sopimussiivousasiakasta informoidaan asiasta etukäteen. Finnas Palvelut Oy laskuttaa sopimusasiakasta kerran kuukaudessa sovitun tuntimäärän.

Tämän työn tarkoituksena on löytää uusia ideoita lisäpalveluista, joiden avulla Finnas Palvelut Oy pystyy kehittämään palvelutarjoomaansa. Näin on mahdollista löytää uusia tulolähteitä, kasvattaa asiakaskohtaisia tuloja sekä lisätä asiakaskohtaista kannattavuutta ja myynnin tuottavuutta. Näiden tavoitteiden onnistumisen tarkasteluun yritys on valinnut kaksi mittaria, jotka ovat sopimussiivousasiakkaiden sopimusten jatkuvuuden kesto ja asiakkuuksien euromääräinen kasvu.

1.3 Työn toteuttaminen ja raportin rakenne

Finnas Palvelut Oy:n palvelutarjooman kasvattamiseen tarvittavia ideoita kartoitettiin kvalitatiivisilla haastatteluilla. Asiakkaista valittiin kahdeksan sopimussiivousasiakasta, jotka kaikki ovat olleet yrityksen asiakkaita vähintään vuoden ajan. Haastatteluissa heitä pyydettiin ideoimaan erilaisia palveluita, joita he voisivat kuvitella ostavansa kotisiivouspalvelualan yritykseltä. Tässä haastattelija pyrki tietoisesti kannustamaan rohkeaan heittäytymiseen ja poistamaan tarvittaessa mielikuvituksen esteitä, kuten liikarealismia, joita asiakkailta voi mahdollisesti esiintyä. Haastattelut toteutettiin heinä- ja elokuun 2013 aikana asiakkaiden kotona.

Asiakashaastatteluiden lisäksi haastateltiin samalla metodilla yrityksen työntekijät. Näiden haastatteluiden ansiosta yritys sai kaksi ydinjoukkoa miettimään samoja asioita erinäkökulmista. Haastattelut toteutettiin elo- ja syyskuun 2013 aikana Finnas Palvelut Oy:n toimitiloissa. Tämän jälkeen vertailtiin molemmista ryhmistä esiinnousseita ideoita ja etsittiin samankaltaisuuksia. Sitten ideat lajiteltiin alustavasti toteutuskelpoisiin ja -kelvottomiin luokkiin. Luokittelussa hyödynnettiin Finnas Palvelut Oy:n henkilöstötietokantaa, josta selvisi henkilöstön nykyinen osaaminen. Tämä tehtiin syyskuussa 2013. Näiden haastattelututkimusten pohjalta jalostetut ideat tullaan käsittelemään tämän opinnäytetyön valmistumisen jälkeen, Finnas Palvelut Oy:n johtoryhmässä, jossa on tarkoitus päättää ja tehdä valinta siitä, onko jokin ehdotuksista johtoryhmän mielestä toteuttamiskelpoinen. Jos näin on, niin sitä ruvetaan tuotteistamaan eteenpäin myytäväksi ja monistettavaksi Finnas Palvelut Oy:n uudeksi palveluksi nykyisten palveluiden yhteyteen.

2 PALVELU

2.1 Palvelu ja sen määrittäminen

Kun määritellään palvelua, niin on hyvä määrittellä ensin sen sisältämät ominaisuudet, kuten, miten palvelu toteutetaan, mikä on sen sisältö ja mihin käyttöön se on tarkoitettu? Rissasen (2006, 18) mukaan palvelu on vuorovaikutus, teko tapahtuma, toiminta, suoritus tai valmius, jossa asiakkaalle tuotetaan tai annetaan mahdollisuus lisäarvon saamiseen ongelman ratkaisuna, helppoutena, elämyksenä, vaivattomuutena, nautintona, kokemuksena, mielihyväksi, ajan sekä materiaalin säästönä jne.

Palvelu merkitys vaihtelee henkilökohtaisesta palvelusta palveluun tuotteena, koska se on monitahoinen ilmiö. Palvelun käsitteen määrittämistä vaikeuttaa sen liittyminen moniin eri tekijöihin, mitkä liittyvät pääasiassa hintaan ja kuluttajien odotuksiin. Palvelu voidaan koeta eri tavoin riippuen yksilön kulttuurisesta taustasta, iästä, elämäntavoista ja tiedoista. Nämä tekijät yhdessä tuotteen tai palvelun hinnan sekä yrityksen maineen kanssa vaikuttavat yksilön käsitykseen palvelun tasosta. (Bennett 1996, 445.)

Ylikoski (1999, 20) määrittelee palvelun olevan toiminta, teko tai suoritus, jossa asiakkaalle tarjotaan jotain aineetonta, mikä kulutetaan ja tuotetaan samaan aikaan. Palvelun pyrkimyksenä on tuottaa asiakkaalle lisäarvoa, kuten ajansäästöä, helppoutta, mukavuutta, viihdettä tai terveyttä. Palvelun tuottaminen voi olla sidoksissa myös materiaaliin, mutta itse palvelutapahtuma on aineeton, eikä johda minkään omistamiseen.

Bennett (1996, 446) on jakanut palvelun käsitteenä kahteen eri muotoon, joista ensimmäistä edustaa tekninen palvelu. Tekninen palvelu voidaan käsittää myös materiaalisena palveluna, mikä liittyy näkyviin näkökohtiin, kuten varusteisiin, henkilöstöön ja tiedonkulkuun. Näillä tekijöillä määritellään yleensä palvelun hinta, määrä ja ajoitus. Toista muotoa edustaa henkilökohtainen palvelu, eli toiminnallinen palvelu, mikä puolestaan liittyy asiakaspalveluun. Olemukseltaan tämä tarkoittaa yksilön tarpeet huomioivaa kuluttajan ja palveluntuottajan kohtaamista. Tässä oleellista on lupauksen täsmällisyys, informaatio, kohteliaisuus ja kuluttajan henkilökohtainen huomiointi.

Palveluilla on tiettyjä erityispiirteitä, jotka erottavat ne tavaratuotteista selkeästi. Palvelu on aina aineetonta vaikka siihen liittyy jotain fyysisiä osia. Tämän aineettomuutensa

takia palvelua on vaikea verrata muihin vastaavanlaisiin palveluihin. Palvelu on siis toimintaprosessi, joka on olemassa ainoastaan palvelutapahtuman ajan. Kun palveluprosessi on lakannut, niin myös palvelu on päättynyt. Tästä johtuen palvelua onkin vaikea toistaa täysin samanlaisena. Palveluita ei pysty varastoimaan eikä niitä pysty valmistamaan etukäteen. Ne muodostuvat aina palveluhetkellä joko palveluyrityksessä tai sitten asiakkaan luona. Tästä johtuen palvelun laadun seuraaminen voi olla haastavaa. (Kansanen & Väistö 1994, 16 – 17.)

Palvelutuotteen rakenne voidaan määritellä yleisen tuoterakenteen mukaan ydinpalveluun, muodolliseen palveluun sekä laajennettuun palveluun (kuvio 1). Ydinpalvelu on se perimmäinen tarkoitus tuotettavalle palvelulle. Esimerkiksi siivousliikkeessä ydinpalvelua on sovitun kohteen siivoaminen, vakuutuspalveluissa vakuutusturvan järjestäminen. Ydinpalvelusta saatava hyöty on juuri se, jonka takia asiakas on lähtenyt hakemaan palvelua jonkin ongelmansa selvittämiseen. (Mukaellen: Rissanen 2005, 21 – 22.)



KUVIO 1. Palvelutuotteen rakenne (Mukaellen: Rissanen 2006, 21.)

Palvelun näkyvää, käytettävää osiota kutsutaan usein muodolliseksi tai avustavaksi palveluksi. Muodolliseen palveluun kuuluvat palveluiden kannalta mm. tavaramerkki, brandi, laatu, hinta, muotoilu, lisäpalvelut, palveluympäristö ja miten palvelu tarjotaan asiakkaalle. Muodollisen palvelun ominaisuuksia käytetään nykyään eniten hyödyksi palvelun markkinoinnissa. Näin kuluttajaan pyritään vaikuttamaan luomalla ja vahvistamalla mielikuvia. Muodollisen palvelun ominaisuuksilla saadaan vaikutettua kuluttajan päätökseen siitä, kenen palveluntarjoajan luokse mennään. (Rissanen 2006, 21 – 22.)

Yleisesti ottaen palveluista voidaan löytää viisi ominaispiirrettä, jotka erottavat ne fyysisistä tuotteista ja jotka vaikuttavat niiden markkinointiin: aineettomuus, heterogeenisuus, tuotannon ja kulutuksen samanaikaisuus, ainutkertaisuus, sekä, ettei niitä voida omistaa käytön jälkeen. (Grönroos 2000, 53; Kotler, Armstrong 1999, 647; Zeithaml & Bitner 1996, 19 – 21.)

Merkittävin ero tavarän ja palvelun välillä on *aineettomuus*. Koska palvelut ovat aineettomia, ei niitä voida nähdä, kuulla tai koskea kuten fyysisiä tuotteita (Kotler, Bowen 1999, 647). Tämän aineettomuuden takia asiakkaan onkin usein hyvin vaikeaa arvioida palvelua, tai kuvailla sitä muuten kuin abstraktilla tavalla (Grönroos 2000, 54). Tämä aiheuttaa myös sen, että asiakkaat usein etsivät konkreettisia todisteita, jotka antavat tietoa palvelusta ja sen luotettavuudesta. (Kotler, Bowen 1999, 42.)

Palveluiden *heterogeenisuus* eli vaihtelevuus johtuu siitä, että palvelu on tapahtuma, jonka tuottamiseen osallistuu useita ihmisiä, josta johtuen jokainen palvelu on omanlaisensa. (Lämsä & Uusitalo 2002, 18.) Heterogeenisuuden vuoksi palvelunlaadussa on vaihtelua. Yhden asiakkaan saama palvelu ei ole samanlaista, kuin seuraavan asiakkaan saama palvelu. Laatu riippuu hyvin paljon siitä, missä, miten ja kuka on tuottanut palvelun. (Kotler, Bowen 1999, 649.) Tämän vuoksi palveluyrityksen tulee tehdä laadun valvontaa ja pyrkiä pitämään se mahdollisimman tasaisena.

Palvelut *tuotetaan* ja *kulutetaan* yleensä *samanaikaisesti*, joten palveluja ei voida erottaa niiden toimittajasta, oli kyseessä sitten ihminen tai kone. (Kotler, Bowen 1999, 649.) Asiakas on osa palvelutapahtumaa ja hän voi vaikuttaa palvelutapahtuman muodostumiseen. Palvelun tuotannon ja kulutuksen samanaikaisuuden vuoksi palvelut tuotetaan yksilöllisesti. Tästä syystä palvelun massatuotanto on usein vaikeaa. (Lämsä & Uusitalo 2002, 19.)

Palvelut ovat *ainutkertaisia*, sillä ne katoavat kuluttamisen jälkeen. Palveluita ei voida varastoida, säilyttää tai käytön jälkeen palauttaa. (Zeithaml & Bitner 1996, 21.) Palvelujen ainutkertaisuus edellyttää kysynnän ennakointikykyä ja keinoja vaikuttaa kysynnän jakaantumiseen tasaisesti eri ajankohtina. (Lämsä & Uusitalo 2002, 19.)

Palveluiden viides ominaispiirre koskee *omistusoikeutta*. Toisin kuin tavarat, palvelut ovat tuotteita, joiden kaupassa ei siirry omistusoikeutta asiakkaalle (Pesonen 1999, 10). Palvelutapahtuman ollessa ohi ei asiakkaalle siten jää siitä mitään konkreettista omistettavaa.

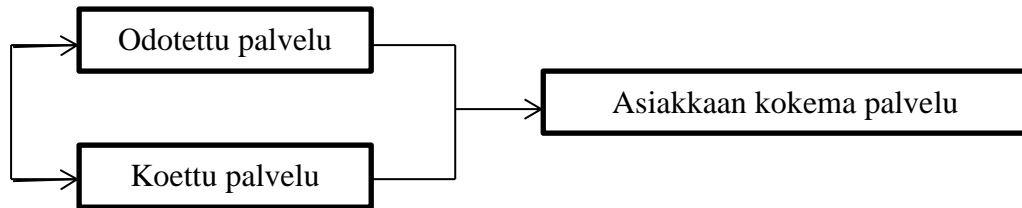
2.2 Palvelun laatu

Nykyisessä kielenkäytössä laadulla tarkoitetaan kahta asiaa. Ensinnäkin sana laatu viittaa tavaran tai palvelun toteutuksen virheettömyyteen. Laadun toisen ja laajemman merkityksen mukaan se liittyy siihen, mitä asiakas kokee saamastaan tavarasta, palvelusta, tiedosta tai niiden yhdistelmästä. (Tuominen & Lillrank 2000, 11.)

Lehtinen ja Lehtinen (1991) ovat pohtineet palvelun laatua palvelun tuotantoprosessin yhteydessä. Fyysisellä laadulla tarkoitetaan palvelun fyysisistä elementeistä johdettua laatua. Tähän kuuluu itse fyysinen tuote sekä siihen liittyvät lisäpalvelut, jotka tukevat osaltaan palvelun tuotantoa. Fyysiset elementit luovat pohjan vuorovaikutuslaadulle, joka liittyy itse palvelutapahtumaan. Vuorovaikutuslaatu edustaa ennen kaikkea asiakkaiden ja palvelun tuottajien välistä vuorovaikutusta. Kolmas laadun muoto on korporatiivinen laatu, joka on laatukäsityksen taustalla oleva tekijä, ja jonka kautta arvio tietyn palvelun laadusta suodattuu. Palvelutapahtuman aikana korporatiivinen laatu voi joko vahvistua tai heikentyä. (Thwaites 1999, 508.)

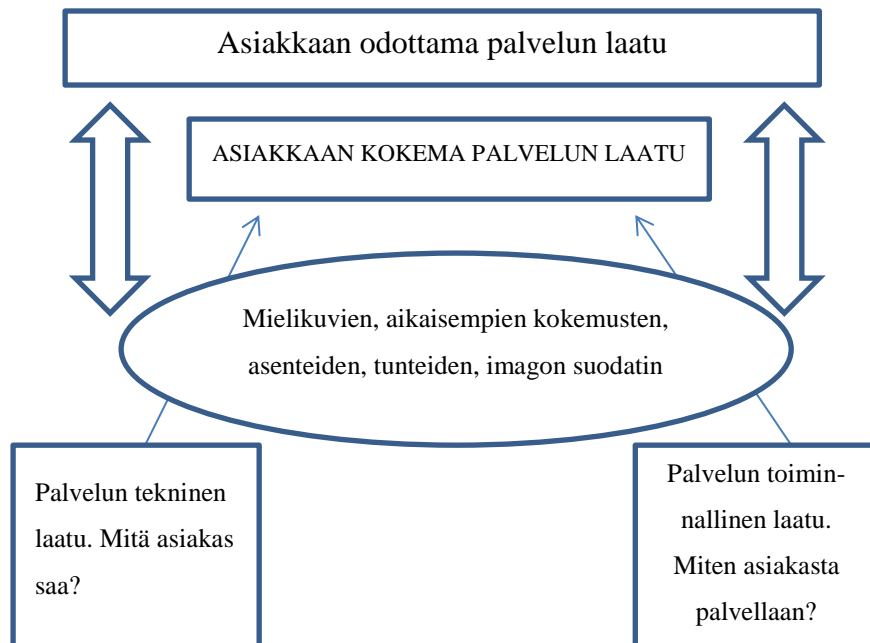
Nykyaikaisen laatuajattelun mukaan laatua tarkastellaan ennen kaikkea asiakkaan näkökulmasta. Laatu on asiakkaan tarpeiden ja toiveiden tyydyttämistä yrityksen kannalta mahdollisimman järkevästi tehokkaalla ja kannattavalla tavalla. Laatua verrataan ja mitataan yleensä asiakkaiden tarpeisiin, vaatimuksiin ja odotuksiin. (Lecklin 2002, 18.) Laatu on siis asiakkaan muodostama yleinen näkemys tuotteen tai palvelun onnistuneisuudesta. Se on tietyllä tavalla asiakkaan asenne organisaatiota ja sen tarjoamia tuotteita kohtaan. (Ylikoski 1999, 118.)

Asiakkaalla on yleensä aina jonkinlaisia odotuksia saamansa palvelun suhteen. Odotukset, jotka perustuvat muun muassa asiakkaan omiin tai muiden kokemuksiin, ovat hyvin erilaisia, ja voivat olla joko positiivisia tai negatiivisia. Näillä odotuksilla on tärkeä rooli asiakkaan kokeman palvelun laadun muodostumisessa (kuvio 2).



KUVIO 2. Odotusten rooli koetun palvelun laadun muodostumisessa. (Zeithaml & Bitner 1996, 77.)

Palvelun laadun arviointi on haastavaa vaikka palvelusuoritusten määrittelyyn on kehitetty erilaisia mittareita. Tämä johtuu siitä, että jokaisessa palvelutilanteessa asiakkaan kokema palvelun laatu on lopultakin hänen itsensä kokema tunne, jossa yhdistyy oletukset, sen hetkinen tunnetila ja muut mahdolliset tilannetekijät. Rissanen (2006, 215.) mukaan asiakkaiden palveluun kohdistamat laatuodotukset vaihtelevat paljon (kuvio3).



KUVIO 3. Asiakkaan palvelutilanteessa kokema laatu (Rissanen 2006, 214.)

Asiakas on palvelun laadun anturi ja mittarikin liiketoiminnan arjessa. Klassiseksi muodostuneen palvelun laadun tarkastelun pohjalta asiakas muodostaa käsityksensä palvelun laadusta mukaan seuraavien 10 tekijän pohjalta (Rissanen 2006, 215.):

1. Pätevyys ja ammattitaito

Tarkoittaa palvelun toteuttajan ammattitaitoa palvelun ydinalueella. Esimerkiksi siivoustyöntekijän ammattitaitoa huomioida kotisiivouskohteessa kohdat, jotka tällä kerralla tarvitsevat normaalia enemmän huomiota ja aikaa.

2. Luotettavuus

Palvelu toteutetaan tarkasti ja virheettömällä tavalla, jolla synnytetään asiakkaassa luottamuksen palvelun tuottajan asiahallintaan. Myös laskun on oltava selkeä, yksilöity ja sovitun mukainen.

3. Uskottavuus

Asiakas kokee voivansa luottaa siihen, että palvelun tarjoaja toimii asiakkaan edun vaatimalla tavalla.

4. Saavutettavuus

Asiakas voi saavuttaa palvelun kohtuullisella vaivalla. Tämän vastakohtana on esimerkiksi pitkä odotusaika tai joustamattomuus siivouspäivän siirrossa asiakkaan tärkeän juhlan vuoksi.

5. Turvallisuus

Asiakas kokee turvallisuutta erityisesti edellisten arvojen toteuduttua palvelussa. Vastakohtana esimerkiksi siivouksen jälkeen asiakas huomaa tullessaan kotiin, että ulko-ovi on jätetty auki tai jokin koriste-esine on rikottu.

6. Kohteliaisuus

Palvelun tuottajan pukeutuminen, käytös ja koko persoonallisuus viestii asiakkaalle huomaavaisuutta, arvostusta ja kunnioitusta.

7. Palvelualltius, palveluvaste

Palvelutilanteessa, sitä ennen ja sen jälkeen asiakkaalle puhutut tai lähetetyt viestit ovat ymmärrettäviä, avoimia eivätkä kuitenkaan liian pitkiä.

8. Viestintä

Laadukas viestintä on selkeää ja helppo hahmottaa sekä asiakkaan ymmärtää.

9. Asiakkaan tarpeiden tunnistaminen ja ymmärtäminen

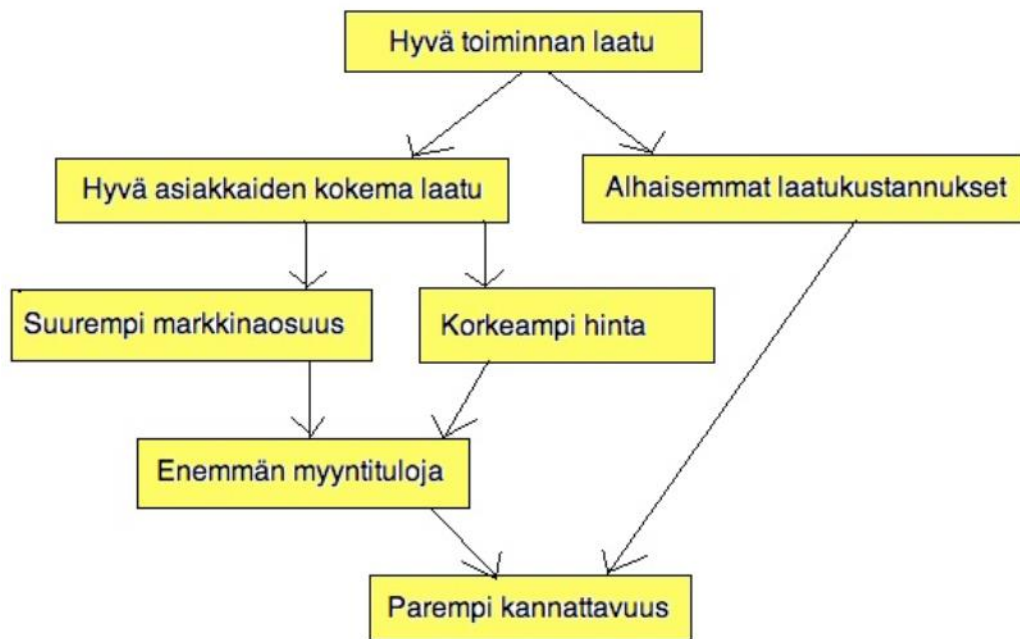
Palvelun tuottajalla on ammattitaito syventää ja varmistaa asiakkaan palveluntarvetta. Esimerkiksi hyvä siivouspalvelun ammattilainen auttaa kartoituskäynnillä kysymysten ja havaintojen kautta asiakasta ymmärtämään, minkälainen siivouspalvelu sopii hänen odotuksiinsa parhaiten.

10. Palveluympäristö

Tällä tarkoitetaan viihtyvyyteen, ilmapiiriin, visuaalisuuteen, siivouspalveluissa asiakkaan luokse tulevan henkilön sekä välineiden ulkonäköä ja siisteyttä.

Yksi kannattavuuteen merkittävästi vaikuttava tekijä on tuotteiden suhteellinen laatu. Sillä tarkoitetaan yrityksen tuotteiden tai sen palveluiden kykyä vastata asiakkaiden tarpeisiin verrattuna sen kilpailijoiden tuotteisiin ja palveluihin. (Järvelin, Kvist 1992, 9.)

Myös hyvällä toiminnan laadulla voidaan nostaa yrityksen kannattavuutta. Toiminnan laatua voidaan sanoa hyväksi, kun asiat tehdään kerralla oikein, joka taas säästää kustannuksia. Asiakkaiden kokeman laadun kehittämällä saadaan myös parempi asiakas-tyytyväisyys. Mikäli laatu paranee, niin asiakkaat ovat silloin valmiita maksamaan suurempaa hintaa, mikä kasvattaa myyntituloja. Laatukustannukset saadaan pienemmiksi, kun tuotanto tehostuu ja virheiden määrä laskee. Laatukustannukset koostuvat muun muassa tuotteiden tarkastuksesta, virheiden korjaamisesta ja asiakkaiden reklamaatioista aiheutuvista kustannuksista. Kustannusten pienentyessä myös kannattavuus paranee (kuvio4). (Järvelin, Kvist 1992, 10 – 11.)



KUVIO 4. Toiminnan laadun vaikutus kannattavuuteen. (Järvelin ym. 1992, 11.)

Kuusela (2000, 120.) on nostanut esiin neljä erilaista näkökulmaa, joiden avulla palvelun laatua voidaan tarkastella. Sitä voidaan tarkastella katsomalla näkökulmaa henkilöistä itsestään ja tuotteista, asiakkaiden arvoista, tuottamisprosesseista, sekä käyttäjistä käsin.

Tuotokeskeinen näkökulma tarkastelee laatua tuotteiden tai palvelun ominaisuuksista, kiinnittäen huomiota toimintaprosessien kustannusvaikutuksiin ja tehokkuuteen. (Kuusela 2000, 120.) Näkökulma korostaa ennen kaikkea laadun teknisyyttä ja vakiointia. (Lämsä & Uusitalo 2002, 25.)

Tuotantokeskeinen näkökulma puolestaan korostaa tavaran ja palvelun tuotantoprosessia. Tämän laadunäkemyksen mukaan pyritään vähentämään palveluprosessien kustannuksia ja virheitä, sekä sitä kautta tyytymättömien asiakkaiden määrää. (Kuusela 2000, 120 – 121.)

Arvoperusteinen näkökulma on suhteellinen eli relativistinen tapa tarkastella laatua. Laatua on tarkasteltava suhteessa toisiin vastaaviin palveluihin tai saman hintaluokan muihin palveluihin. (Kuusela 2000, 120.)

Asiakaskeskeisen laatu­näkökulman mukaan laatu muodostuu asiakkaan palveluun liittyvien odotusten sekä toteutuneen palvelun välisenä vertailuna. (Kuusela 2000, 121.)

Asiakaskeskeinen laatu­näkökulma korostaa asiakkaiden omaavien mieltymysten sekä heidän tarpeiden tyydyttämistä yritysten keskeisenä tavoitteena. (Lämsä 2003, 98.) Tämän näkökulman mukaan hyvän laadun kriteerinä on korkea asiakastyytyväisyys. Tässä tutkimuksessa laatua keskitytään tarkastelemaan ennen kaikkea asiakaskeskeisestä laatu­näkökulmasta.

Asiakaskeskeisen laatu­näkökulman mukaan palvelun laatua tulee tarkastella ennen kaikkea asiakkaan kokeman laadun näkökulmasta. Laadukas palvelu tarkoittaa sitä, että asiakkaan kokemus palvelusta kohtaa hänen odotuksensa tai ylittää ne. (Lämsä & Uusitalo 2002, 49.) Palvelun laatu syntyy kuitenkin aina useamman eri osatekijän tuloksena.

Horowitz:n (1990) tekemän laatu­määritelmän mukaan laatu kuvaa sitä palvelun minimitasoa, jonka yritys tarjoaa tyydyttääkseen asiakkaansa. Samaan aikaan se kuvaa myös sitä ylläpitävyyden laatuastetta, jota yritys voi ylläpitää tarjotessaan tätä määrättyä palvelun tasoa. Toisin sanoen palvelun luvattu taso riippuu siitä, ketä ovat ne asiakkaat, jotka palvelua tai tuotetta käyttävät. (Bennett 1996, 444 – 445.)

2.3 Palvelun tuotteistaminen

Tuotteistamiselle käsitteenä voidaan antaa useita erilaisia määritelmiä. Tavara- ja palveluhyödykkeitä voidaan pitää tuotteistettuna sitten, kun ne ovat tarkasti lajiteltu omiin kategorioihinsa tai merkitty tietyllä koodijärjestelmällä. Esimerkiksi laulaja voi tuotteistaa itsensä pyrkimällä jatkuvasti antamaan itsestään tietynlaisen kuvan julkisuudessa. Keksinä voidaan tuotteistaa tekemällä sille kaupallinen sovellus. Autokauppa on tuotteistettu tarjoamalla asiakkaalle eri tuoteryhmiä koottuja kokonaisuuksia. Myös palvelu voidaan tuotteistaa valikoimalla toimintatavat, joiden avulla palvelusta rakentuu tuote. (Parantainen 2007, 13.)

Palveluiden erityispiirteet, kuten aineettomuus ja asiakkaan osallistuminen tuotantoon tekevät palveluliiketoiminnasta toisinaan haastavaa. Ongelmat liittyvät usein suhdanteiden vaihteluun, laadunhallintaan, kasvuun ja kannattamattomuuteen. Tuotteistamisen avulla niitä ongelmia voidaan vähentää sekä samalla nostaa yrityksen kilpailukykyä. Tuotteistamisen tavoitteena on kehittää palveluliiketoimintaa siten, että asiakkaan saama hyöty kasvaa laadun ja tuottavuuden parantumisen kautta. Samalla myös yrityksen kannattavuus paranee. (Jaakkola, Orava & Varjonen 2009, 1.)

Parantainen (2007, 13 – 15.) jakaa tuotteistamisen kuuteen erilaiseen vaiheeseen.

1. Osa toimintamalleista erottuu joukosta

Tuotteistus alkaa muodostumaan, kun asiantuntija alkaa toistaa hyväksi havaitsemiaan toimintamalleja ja käytäntöjä suunnilleen vastaavanlaisena hankkeesta toiseen.

2. Palvelu alkaa hahmottua

Palvelulle muodostuu nimi ja hinta. Mitään ei ole kuitenkaan lyöty lukkoon sillä palvelun sisältöä räätälöidään usein asiakkaan toiveiden mukaisesti.

3. Toimitussisältö vakiintuu

Palvelun toimitussisältö sekä hinta alkavat vakiintua. Myyjä saattaa tässä vaiheessa jopa kieltäytyä toimintamallista poikkeaviin pyynnöistä.

4. Palvelu alkaa monistua perimätietona

Palvelun sisällön vakiinnuttua voi asiantuntija opettaa kollegojaan toimittamaan palvelun lähes samoin, kuin miten hän itse sen tekisi. Vaihe on ratkaiseva, sillä jos osaaminen pystytään tuottamaan ilman alkuperäistä asiantuntijaa, alkaa palvelu vähitellen monistua.

5. Palvelu alkaa monistua yrityksen ulkopuolella

Viidenteen vaiheeseen siirtyminen tapahtuu tietoisena päätöksenä. Palvelun kaikki vaiheet on dokumentoitava, kuten esimerkiksi työohjeet, tarkistuslistat, dokumenttimallit ja koulutusmateriaalit. Tarkan dokumentaation avulla palvelu voidaan toistaa oman yrityksen ulkopuolella riippumatta palvelun alkuperäistä kehittäjistä ja niiden käytettävyydestä. Palvelu on kannattavaa jakaa erillisiin moduuleihin, joiden avulla eri asiakasryhmille voidaan muodostaa erilaisia palveluversioita.

6. Palvelu muuttuu jälleen myytäväksi

Palvelukonsepti on valmis lisensoitavaksi ja toimitettavaksi kumppaniverkon tai jälleenmyyjien avulla. Eri kieliversioiden avulla saadaan myös vientikauppa aukeamaan. Palvelun kehittäjä parantaa palvelukonseptia systemaattisen tuotekehityksen avulla. Siinä hän keskittyy tuotteistamiseen, lisensointiin ja markkinointiin.

Huonosti tuotteistetuilla palveluilla on samankaltaisia ominaispiirteitä, joiden perusteella ne on helppo havaita. Yksi piirteistä on se, ettei palvelulla ei ole hintaa. Myyjän tulisi aina voida jollain perusteella kertoa asiakkaalleen, mikä on palvelun hinta. Huonossa tapauksessa kate heikkenee ja palveluita tulee myytyä asiakkaalle liian alhaiseen hintaan. Huonosti tuotteistettua palvelua ei voi myöskään painaa esitteeseen tai listata yrityksen kotisivuille. Palvelun sisällön tulisi olla selkeästi määritelty, jotta jo myyntitilanteessa asiakas tietää tarkasti, mitä hän ostaa. Kolmantena yhteisenä piirteenä voidaan pitää sitä, ettei tiedetä ketä palvelusta vastaa. Yrityksen työntekijöiden tulisi aina olla tietoinen siitä, ketä on vastuussa esimerkiksi palvelun kehittämisestä tai hinnoittelusta. (Parantainen 2007, 25.)

Asiantuntijapalveluita tuotteistettaessa on määriteltävänä oleva palvelu suunniteltava ja kehitettävä siten, että palvelu on asiakkaan kannalta järkevin. Samalla on varmistettava, että myös yrityksen tulostavoitteet saavutetaan. Palveluista on kehitettävä selkeitä palveluista muodostettuja kokonaisuuksia, mitä pystytään tarjoamaan asiakkaalle sellaise-

naan tai muokata tietyin vaihtoehtoin asiakkaan tarpeiden mukaisiksi. Palvelu on hyvin tuotteistettu, kun se voitaisiin myydä sellaisenaan eteenpäin. (Sipilä 1996, 12 – 13.)

Sipilä (1996, 12 – 13.) on jakanut tuotteistamisen neljään eri asteeseen:

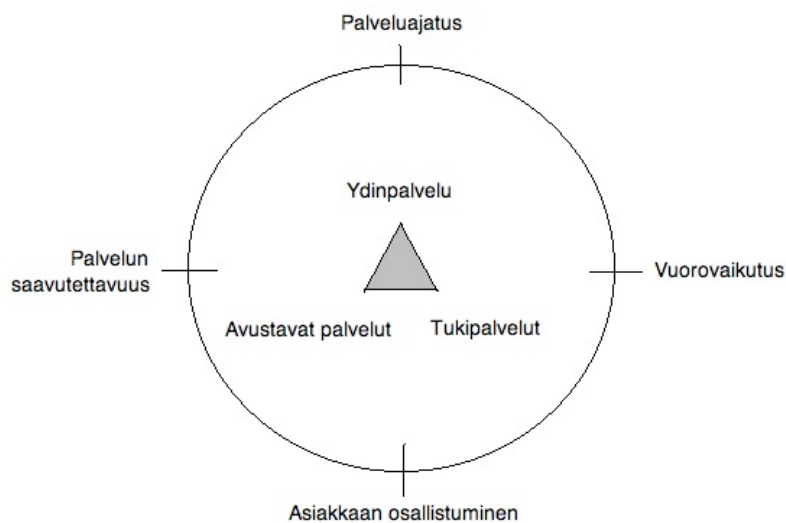
1. sisäisten työmenetelmien tuotteistaminen systematisoimalla toimintatapoja
2. palvelun apuna käytetään tuotetukea esim. tietokoneohjelmistoa
3. tuotteistettu palvelu tuotteistamalla struktuurit, prosessit, menetelmät ja apuvälineet mahdollisimman pitkälle
4. monistettavissa oleva tuote, joka on saatu fyysiseen tai sähköiseen muotoon.

Tuotteistamisesta on hyötyä palvelun tuottamisen lisäksi myös palveluiden ulkoistamisesta päätettäessä. Esimerkiksi julkisen sektorin täytyy kilpailuttaa kaikki oman organisaation ulkopuolelta tehdyt hankinnat. Ennen hankintaa on myös selvitettävä, kuinka paljon saman hankinnan kustannukset olisivat itse tuotettuna. Vasta sitten pystytään arvioimaan ja vertaamaan kannattaako palvelu tuottaa itse vai hankkia ulkopuolelta. Jotta vertailu olisi todenmukaista, on tärkeää, että hankittava palvelu on selkeästi tuotteistettu, jotta organisaatio tietäisi, mitä se on hankkimassa. (Melin & Linnakko 2003, 11.)

2.4 Palvelutarjooma

Hyvä ymmärrys palvelutarjooman ydinkäsitteestä on edellytys palvelun suunnittelemiselle ja kehittämiselle. Peruspalvelupakettiin kuuluvat ydinpalvelu, avustavat tai muodolliset palvelut sekä tukipalvelut. Ydinpalvelu on syy olla markkinoilla. Usein tarvitaan myös avustavia palveluita helpottamaan itse ydinpalvelun käyttöä. Ilman avustavia palveluja, ei ydinpalvelua pysty kuluttamaan. Tukipalvelut eivät helpota ydinpalvelun käyttöä vaan niiden tarkoituksena on lisätä palvelun arvoa ja tuoda markkinoilla kilpailuetua (ks. luku 2.1). Peruspalvelupaketti ei kuitenkaan ole se kokonaispalvelutuote, jonka asiakkaat näkevät. Se määrää mitä asiakkaat saavat ja vastaa lähinnä lopputuloksen teknisestä laadusta. Peruspalvelupaketti ei ota huomioon miten asiakkaat kokevat palveluprosessin. Siksi on hyvä kehittää kattavampi, laajennetun palvelutarjooman malli (kuvio 6). (Grönroos 2001, 226-228.)

Palvelutarjoomalla tarkoitetaan yrityksen tarjoamien palvelujen kokonaisuutta. Kokonaisuuden kuvaamisen ja arvioimisen kautta saadaan selkeä käsitys siitä, minkälaisista palveluista yrityksen liiketoiminta arviointihetkellä koostuu. Kehitystyötä ohjaamaan voidaan määritellä tavoitteellinen palvelutarjooma, johon yritys pyrkii esimerkiksi viiden vuoden kuluessa. Palvelutarjoomaa on hyvä arvioida tasaisin väliajoin, jotta se vastaa markkinoiden ja asiakkaiden muuttuvia tarpeita (kuvio 5). (Jaakkola, Orava 2009, 7.)



KUVIO 5. Laajennettu palvelutarjooma. (Grönroos 2001, 230.)

Laajennettu palvelutarjooma (Grönroos 2001, 229.) sisältää palvelupaketin ja kolme seuraavaa osatekijää: palvelun saavutettavuus, vuorovaikutus palveluorganisaation kanssa sekä asiakkaan itsensä osallistuminen. Palvelun saavutettavuuteen vaikuttavat esimerkiksi henkilökunnan määrä ja taidot, aukioloajat, toimistojen ja palvelupisteiden sijainti ja ulkonäkö, työkalut, sekä prosessiin osallistuvien määrä sekä heidän osaaminen.

Laajennetussa palvelutarjoomassa vuorovaikutus palveluorganisaation kanssa ilmenee vuorovaikutteisena viestinä työntekijöiden ja asiakkaiden välillä, vuorovaikutuksena erilaisten fyysisten ja teknisten resurssien, järjestelmien, prosessissa sekä samaan aikaan mukana olevien muiden asiakkaiden kesken. (Grönroos 2001, 231 – 232.) Asiakkaat pääsevät yhteyteen työntekijöiden, mutta joskus myös muiden asiakkaiden kanssa. Asiakkaan osallistuminen tarkoittaa sitä, että asiakas voi vaikuttaa saamaansa palveluun (Grönroos 2001, 233). Asiakas voi parantaa tai heikentää palvelua omalla valmistuneisuudellaan sekä halukkuudellaan. Näistä syistä johtuen asiakkaan oma osallistuminen on tärkeää laajennetussa palvelutarjonnassa. Nämä yhdessä peruspalvelupaketin kanssa muodostavat laajennetun palvelutarjooman. (Grönroos 2001, 229.)

Asiakkaat kokevat palvelun saavutettavuuden, ostamisen sekä kuluttamisen, joko vaikeaksi tai helpoksi. Jos asiakas joutuu esimerkiksi odottamaan puhelimesta kauan, ennen kuin siihen vastataan, on palvelun saavutettavuus silloin vaikeaa. Tällä tavalla kokemus palvelupaketista saattaa heiketä huomattavasti, vaikkei se varsinaisesti menetäkään laatuaan. (Grönroos 2001, 229 – 230.)

Palveluajatus määrittää sen, mitä ydinpalvelua, avustavia palveluja ja tukipalveluja kulloinkin käytetään, kuinka peruspalvelupaketti asetetaan saataville, miten vuorovaikutustilanteita kehitetään ja kuinka asiakkaita valmennetaan osallistumaan prosessiin. Palveluajatus on järkevä käyttää hyväksi myös tuotantoresursseja määritettäessä. Yrityksessä valmiina olevat inhimilliset ja fyysiset resurssit, sekä toimivat järjestelmät vaikuttavat siihen, mitä resursseja käytetään. Laajennettua palvelutarjoomaa kehitettäessä on kuitenkin hyvä uudelleen analysoida resurssien laadullista sekä määrällistä tarvetta, jotta ne eivät rajoittaisi uuden palvelutarjooman toteutumista. Vanhat resurssit eivät saa muodostua esteeksi uusille ideoille. (Grönroos 2001, 233 – 234.)

Myös osa palvelutuotteen kehittämistä on imagon ja viestinnän johtaminen. Imagolla on koettuun palveluun suodattava vaikutus. Markkinointiviestinnällä voidaan vaikuttaa asiakkaan odotuksiin mutta myös välittömiin kokemuksiin. Se edistää imagoa pitkällä aikavälillä mutta myös yksittäinen esite saattaa vaikuttaa asiakkaan laatuksitykseen. (Grönroos 2001, 234.)

Uusia ideoita palveluista syntyy liiketoiminnan ohessa koko ajan. Välillä arvioinnin jälkeen huomataan tarve kehittää uusia palveluja. Uudet palvelut voivat saada alkunsa johdon tai työntekijöiden huomioista. Palvelulle voi olla selkeä tarve tai sitten, sille voi olla näkyvissä selkeitä onnistumismahdollisuuksia. Asiakkaiden kautta voidaan myös saada uusia palveluideoita. Asiakkaan ongelmaan löytyneestä ratkaisusta pystytään kehittää täysin uusi palvelu. Toisinaan uuden palvelun kehittäminen voi tulla jopa toimeksiantona asiakkaalta. Kilpailijoiden palvelutarjonta voi muodostaa uusia ideoita palvelun kehittämiseksi ja kilpailijasta saattaa tulla tällöin yhteistyökumppani joissakin kehityshankkeissa. Palveluideoita on kuitenkin hyvä arvioida aina kriittisesti, ennen ryhtymistä suureen kehityshankkeeseen. On myös tärkeää, että palveluidea istuu yrityksen strategiaan tavoitteisiin ja sillä on riittävästi markkinapotentiaalia. (Jaakkola, Orava 2009, 8 – 10.)

Palvelut ovat toimenpiteitä ja prosesseja, joissa kulutus on osaksi erottamaton pala tuotantoa ja ne ovat olemassa täsmälleen niin kauan, kuin prosessi on käynnissä. Näin ollen palveluja tuotteina kuvaavien mallien ja palveluiden luonnissa on hyvä ottaa huomioon dynaamisuus. Grönroos (2001, 235.) jakaa palvelutarjoaman kehittämisen dynaamisen mallin seitsemään vaiheeseen:

1. asiakkaiden etsimien hyötyjen arviointi
2. laajennetun palvelutarjoaman peruspiirteiden määrittely
3. palveluajatuksen määrittely, joka ohjaa palvelutarjoaman kehittämistä
4. peruspalvelupaketin ydinpalvelun, avustavien ja tukipalvelujen sekä palveluiden kehittäminen
5. saavutettavuuden, vuorovaikutuksen ja asiakkaan osallistumisen suunnittelu
6. tarjoomaa vahvistavan markkinointiviestinnän suunnittelu
7. organisaation valmentaminen, jotta se pystyy tuottamaan toivottuja asiakashyötyjä palveluprosesseissa.

Mustosen (2005) mukaan ennen kehityshankkeeseen ryhtymistä olisi syytä pohtia aluksi mm. seuraavia kysymyksiä: Otammeko asiakaskuntamme tarpeeksi huomioon? Onko helppo tulla mukaan toimintaamme sekä pysyä siinä mukana? Osaammeko havaita ja korjata virheemme ajoissa? Heikkilän (2001, 9.) mukaan merkityksellisiä tekijöitä organisaation kehityksen kannalta ovat arviointi muutosten vaikutuksista, ongelmien aikainen paljastaminen sekä kehityskohteiden huomioiminen ja sen seurauksena organisaation eri prosessien kehittäminen. Palveluiden kehittäminen voi tähdätä myös asiakasyhteistyön lisäämiseen toimijalähtöisesti. Yhteistyön lisääminen merkitsee asiakkaiden osallistumista palveluiden suunnitteluun, toteutukseen ja arviointiin. Kysymys on palveluiden käyttäjien aseman korostamisesta perinteisen virallisen näkökulman rinnalla. Tällöin pyritään prosessimaiseen neuvotteluun sekä avaamaan todellista keskustelua toimijoiden välillä. (Toikko 2006, 15.)

3 FINNAS PALVELUT OY

3.1 Tietoa yrityksestä

Finnas Palvelut Oy on perheyritys, joka on perustettu vuonna 2010 perustajajäsenten Mae ja Sami Lehdon toimesta. Yritys tuottaa kotisiivouspalveluita kuluttaja-asiakkaille ja toimisto- ja rakennussiivouspalveluita yritysasiakkaille. Yrityksen henkilöstömäärä vaihtelee vuodenaikojen sesonkivaihteluiden johdosta, mutta keskimäärin työntekijöitä toimii kerrallaan noin 10 henkilöä erilaisissa koti- ja toimistosiivoustehtävissä. Henkilöstö on pääosin ulkomaalaistaustaista ja suurimmaksi osaksi Aasiasta. Yrityksen nimessä oleva Finnas tulee kahden kotimaan yhdistelmästä. Fin edustaa Suomea ja Nas Filippiinejä, jossa lyhenne tulee sanasta Pinas eli filippiiniläinen. Yritys toimii Uudenmaan alueella.

3.2 Yrityksen arvot, visio ja missio

Arvot

Sitoutuneisuus: Pidämme lupauksemme ja teemme asiat sovitusti.

Asenne: Ystävällinen, tehokas ja monipuolinen palvelu on käyntikorttimme.

Visio

Finnas Palvelut Oy:n tavoite on kasvaa kannattavasti tuottamalla laadukkaita palveluita tyytyväisille asiakkaille.

Missio

Finnas Palvelut Oy tuottaa tehokkaita ja monipuolisia ammattilaisia kuluttaja- ja yritysasiakkaille ja kehittää jatkuvasti palveluita sekä henkilöstön osaamista. Tätä viestittää myös yrityksen tunnuslause ”Tarjota ihmisille parempaa arkea”.

3.3 Yrityksen palvelun laatu

Finnas Palvelut Oy:n palvelun laatua mitataan asiakastyytyväisyys kyselyllä kerran vuodessa. Tämän kyselyn perusteella yritys on onnistunut pitämään palvelun laadun hyvällä tasolla. Asteikolla 1-5 arvioidussa asiakastyytyväisyys kyselyssä saatu vastausten keskiarvo 4 on sellainen tulos, mistä yritys on erittäin ylpeä. Se kuvastaa yrityksen toimitusjohtaja Mae Lehdon mielestä sellaista tasoa, mistä on hyvä jatkaa. Yritys onkin saanut enenevässä määrin uusia asiakkaita nimenomaan nykyisten asiakkaiden suosittelemana. Uusien asiakkaiden kanssa yrityksellä on selkeä toimintatapa, jolla pyritään varmistamaan uuden asiakkaan tyytyväisyys palvelun laatuun. Alla on kuvaus uuden kohteen ja asiakkuuden palveluprosessista Finnas Palvelut Oy:ssä:

Kartoituskäynti

Yrityksen edustaja sopii uuden asiakkaan kanssa kartoituskäynnin ajankohdan. Tällöin yrityksen edustaja menee asiakkaan luokse perehtymään siivouskohteeseen. Tämän kartoituskäynnin aikana sovitaan siitä, mitkä kohteet tarjouksessa tulee ottaa huomioon. Asiakkaalta selvitetään myös haluaako hän kertapalvelun vai tekeekö yritys tarjouksen jatkuvasta palvelusta. Mikäli asiakas haluaa jatkuvan palvelun, tulee selvittää myös, millä käyntitiheydellä asiakas haluaa palvelua toteutettavan.

Tarjous

Kartoituskäynnin pohjalta asiakkaalle laaditaan tarjous, jossa on selkeästi merkitty, mitä tehdään, milloin tehdään ja mitä se maksaa. Tämä tarjous lähetetään asiakkaalle asiaan toivomalla tavalla.

Siivoojan perehdytys

Kun uusi asiakas on hyväksynyt tarjouksen, kartoituskäynnin tehnyt edustaja perehdyttää siivottavaan kohteeseen joko paikanpäällä tai sitten hän antaa siivoojalle selkeät ohjeet. Jos kyseessä on uusi sopimussiivousasiakas, hän saa nimetyn vakiosiivoojan.

Siivouspalaute

Yrityksen edustaja ottaa uuteen asiakkaaseen yhteyttä kolmen päivän kuluttua ensimmäisestä siivouskerrasta. Tällöin asiakkaalta varmistetaan hänen tyytyväisyytensä palvelun laatuun.

Laskutus

Laskuun on selkeästi merkitty ja yksilöity sekä sovitun mukainen.

Jälkimarkkinointi

Yritys pyytää kaikilta asiakkailta sähköpostiosoitteen ja luvan lähettää kaksi tarjousta vuodessa puolen vuoden välein.

3.4 Yrityksen asiakasryhmäkohtaiset palvelut

Asiakaskunta koostuu koti- ja toimistosiiivous asiakkaista. Kuluttaja-asiakkaat asuvat pääkaupunkiseudulla ja sen lähikunnissa. Toimistosiiivouksen piiriin kuuluvat yritykset ovat kaikki pk - yrityksiä. Nämä pk - yritykset sijaitsevat pääkaupunkiseudun teollisuusalueilla. Molemmille asiakasryhmille on tuoteistettu neljä erilaista räätälöitävissä olevaa palveluluokkaa.

Kotisiivousasiakkaille tarjottavat palvelut:

1. Ylläpitosiivous, joka pitää sisällään yleisen järjestelyn, vuodevaatteiden vaihdon ja petauksen, lattioiden imuroinnin, lattioiden moppauksen, pölyjen ja pintojen pyyhkimisen näkymätasoilta, keittiön siistimisen, saniteettitilojen siistimisen sekä roskien viennin.
2. Perusteellinen siivous (joka sovitaan aina erikseen) pitää sisällään ylläpitosiivouksen lisäksi mm. seinien pyyhinnän, mattojen tuuletuksen, uunin pesun, jääkaapin pesun, pienelektroniikan pyyhinnän sekä saunan pesun.
3. Kodinhoito, johon kuuluu silitys, pyykinpesu, kaupassa käynti ja kukkien kastelu.

4. Muut palvelut, johon on kerätty asiakaslähtöisiä tapauskohtaisesti sovittuja palveluita, joita ovat esimerkiksi asiakkaan asioiden hoito loman aikana ja lemmikkieläimien, kuten kultakalojen ruokinta.

Yritysassiakkaille tarjottavat palvelut:

1. Rakennussiivous, jossa palveluita ovat rakennustöiden aikainen ylläpitosiivous sekä loppusiivous.
2. Toimistotilapalveluihin kuuluu toimiston ylläpitosiivous ja suursiivous, jossa laajuus sovitaan aina tapauskohtaisesti sekä aulapalvelut.
3. Myymälät ja liiketilat - palveluun kuuluu ylläpitosiivous sekä suursiivous.
4. Rappu ja kiinteistösiivoukseen sisältyy lattioiden kosteapyyhintä, eteismattojen siistiminen, tahrojen poiston lasipinnoista, hissien siistiminen, irtoroskien keräys sekä saunan siivoaminen.

Tässä kehittämistehtävässä keskitytään nimenomaan kuluttaja-asiakkaiden palvelutarjoaman kehittämiseen. Yrityksen kuluttaja-asiakasryhmässä on erilaisia kotitalouksia, kuten sinkkotalouksia, suurperheitä ja eri-ikäisiä pariskuntia nuorista työikäisistä eläkeläisiin. Osa asiakkuuksista käyttää siivouspalveluita muutaman kerran vuodessa tai kertapalveluna esim. vuokra-asunnon loppusiivoukseen ennen asunnon luovutusta takaisin vuokranantajalle. Toinen puoli on sopimussiivousasiakkaita, joiden kanssa yritys on tehnyt siivoussopimuksen, joka on toistaiseksi voimassa. Tähän tutkimukseen haastateltavat asiakkaat on valittu jälkimmäisestä ryhmästä eli vakioasiakkaista.

4 TUTKIMUSMENETELMÄT JA TOTEUTUS

4.1 Tapaustutkimus

Lähestymistapani tutkimukseen on tapaustutkimus, minkä lopputuloksena on kehittämisideoita. Tutkimus on otteeltaan kvalitatiivinen, eli laadullinen tutkimus. Kvalitatiivinen tutkimus on luonteeltaan kokonaisvaltaista tiedon hankintaa, missä ihminen on yleensä tiedon kerryttämisen instrumenttina. Kohdejoukko valitaan tarkoituksenmukaisesti, ja aineisto hankitaan laadullisia metodeja käyttäen. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa aineistoa tarkastellaan monitahoisesti sekä yksityiskohtaisesti. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000, 155.)

Pelkistetyimmillään laadullinen aineisto on tutkijasta riippuen tai riippumatta luoda tekstiä. Esimerkkejä tästä ovat erilaiset haastattelut, havainnoinnit, kyselyt ja muu erilaisiin dokumentaatioihin perustuva tieto. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 73.) Avoin tutkimussuunnitelma korostaa laadullisessa tutkimuksessa aineistonkeruun, analyysin, tulokinnan sekä raportoinnin nivoutumista yhteen. Kvalitatiiviselle tutkimukselle on tyypillistä sen osallistuttaminen. Yleensä tutkija osallistuu tutkimusprosessiin, mutta pyrkii kuitenkin samalla säilyttämään tutkittavan ilmiön sellaisena kuin se on, koska tavoitteena on tavoittaa tutkittavien oma näkökulma. Tutkijalla on liikkumavaraa joustaa suunnittelussa ja toteutuksessa, ja häneltä edellytetään tutkimuksellista mielikuvitusta esimerkiksi menetelmällisten ratkaisujen kokeilemisessä. (Eskola & Suoranta 2000, 16, 20.)

Laadullisessa tutkimuksessa keskitytään yleensä pieneen joukkoon tapauksia sekä pyritään analysoimaan niitä mahdollisimman perusteellisesti. Laatua pidetään aineiston tieteellisyyden kriteerinä määrän sijaan. Harkinnanvarainen otanta peilaa tutkijan kompetenssia rakentaa tutkimukseensa vahvat teoreettiset perustukset, jotka ohjaavat aineiston hankintaa. (Eskola & Suoranta 2000, 18.)

Aineistolähtöinen analyysi on myös tärkeä piirre kvalitatiiviselle tutkimukselle, kuten myös aineistolähtöinen analyysi siis teorian rakentaminen empiirisestä aineistosta lähtien. Tämä on tarpeellista etenkin silloin, kun tarvitaan perustietoa jonkin tietyn ilmiön olemuksesta. Laadullisessa tutkimuksessa hypoteesittömyydellä tarkoitetaan sitä, että tutkijalla ei ole varmoja ennako olettamuksia tutkimuksen kohteesta tai tutkimuksen

jälkeisistä tuloksista. Olettamuksia saa olla, mutta niiden ei tulisi rajata tutkimusta. Narratiivisuuden näkökulmasta voidaan lähestyä laadullista aineistoa, mitä pidetään tyypillisenä tapana selvittää todellisuutta. (Eskola & Suoranta 2000, 19, 22-24.)

Tapaustutkimus on Merriamin (1998) mukaan kehitetty lisäämään syvempää ymmärrystä tilanteisiin ja niihin liittyviin merkityksiin. Silloin kiinnostuksen kohteena on enemmänkin prosessi kuin siitä seurauksena oleva lopputulos. Tämänkaltaisessa tutkimuksessa dokumentoidaan ja analysoidaan tarkasti yksittäistä tapausta tai pientä joukkoa. (Merriam 1998, 19.)

Yhteen tapaukseen keskittyminen antaa hyvät mahdollisuudet keskittyä tarkastelemaan tapauksen yksityiskohtia. Aineisto voi olla myös kvantitatiivisesti runsas jos tiedonkeruu sisältää ison joukon havaintoja. (Hirsjärvi & Hurme 2009, 59.)

Tapaustutkimus ei välttämättä tarvitse mitään erityistä tiedonkeruuta tai analyysimenetelmiä Merriamin mukaan. (Merriam 1998, 28.) Tiedonkeruumenetelmäksi sopivin tapa on haastattelu, sillä sen avulla saadaan välitettyä haastateltavan käsityksiä, kokemuksia, ajatuksia sekä tunteita. (Hirsjärvi & Hurme 2009, 41.)

Aineistonkeruumenetelmäksi valitsin henkilöhaastattelun. Teemahaastattelu tarkoittaa puolistrukturoitua haastattelua, jossa haastattelun aihepiiri on tiedossa, mutta kysymyksillä ei ole tarkkaa järjestystä eikä systemaattista muotoa. (Hirsjärvi, Hurme 2001, 203.) Yksilöhaastattelut toteutin jakamalla aiheet teemasanoihin, joiden avulla haastattelua ohjattiin oikeisiin aihepiireihin. Haastattelussa ei noudatettu ennalta määrättyä järjestystä, vaan se eteni keskustelunuomaisesti haastateltavan ja haastattelijan vuorovaikutuksessa ja näin ollen se jätti myös tilaa lisäkysymyksille. Myös haastateltavalla oli mahdollisuus laajentaa vastauksia halutessaan.

Haastattelu tutkimusmenetelmänä on haasteellinen ja siinä vaaditaan taitoa sekä kokemusta. Haastattelijan täytyy olla tarkkana, ettei ahdistavaa haastateltavaa kysymyksillään, ja esittää haastateltavalle mieleisiä ja järkeviä kysymyksiä. Haastattelussa ei voida taata samaa anonyymiutta kuin esimerkiksi lomakkeilla. Haastattelut vievät yleensä aikaa ja siitä aiheutuu myös kustannuksia. Vapaamuotoisen haastatteluaineiston analysointi, tulkinta ja raportointi ovat usein ongelmallisia, koska valmiita malleja niihin ei ole tarjolla. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 35.)

4.2 Asiakashaastattelut

Asiakashaastatteluun kutsuttiin kahdeksan Finnas Palvelut Oy:n sopimuspalveluasiakasta. Haastattelijan tavoitteena oli saada haastateltavaksi mahdollisimman erilaisia kotitalouksia. Tähän kiinnitettiin erityistä huomiota, kun tehtiin valintaa siitä, ketä kutsutaan haastatteluun. Itse kutsu haastatteluun tapahtui puhelimitse haastattelijan toimesta. Haastateltaville kerrottiin puhelun alussa, että haastattelija on tekemässä opinnäytetyötä, jonka aiheena tulee olemaan Finnas Palvelut Oy:n palvelutarjooman kehittäminen. Heille kerrottiin, että haastattelu olisi kestoaltaan noin tunnin mittainen ja se voitaisiin suorittaa asiakkaan kotona hänelle parhaiten sopivana ajankohtana kesä- ja heinäkuun aikana. Kaikki haastatteluun kutsutut suostuivat osallistumaan ja heiltä löytyi sopiva ajankohta ehdotetusta aikajaksosta. Haastattelija vahvisti sovitut haastattelupäivät sähköpostilla, jossa aika ja paikka vahvistettiin. Haastateltavien taustatiedot on esitetty alla olevassa taulukossa.

TAULUKKO 1. Asiakashaastateltavien taustat

Kotitalouden koko	Asumismuoto	Asuinpaikka	Haastateltava	Sosioekonomien asema
5 henkinen perhe	Omakotitalo	Sipoo	yli 40 v. nainen	Aviopari ja lapsia
3 henkinen perhe	Rivitalo	Vantaa	yli 40 v. nainen	Aviopari ja lapsi
Yhden hengen talous	Kerrostalo	Helsinki	30-35v. mies	Sinkku
Nuori paris-kunta	Kerrostalo	Vantaa	27-30v. nainen	Avopari ilman lapsi
Vanhempi pariskunta	Kerrostalo	Helsinki	60v. mies 60v. nainen	Aviopari ja aikuiset lapset
Keski-ikäinen pariskunta	Rivitalo	Espoo	40 v. nainen	Aviopari ilman lapsi
3 Hengen perhe	Erillistalo	Espoo	50 v. mies	Aviopari ja lapsi
4 henkinen perhe Espoosta	Omakotitalo	Espoo	45 v. mies 35 v. nainen	Aviopari ja lapset

Haastatelluissa kahdeksassa kotitaloudessa oli mukana viisi henkinen perhe Sipoosta, kolme henkinen perhe Vantaalta, nuori pariskunta Vantaalta, vanhempi pariskunta Helsingistä, yhden hengen talous Helsingistä, keski-ikäinen pariskunta Espoosta, kolmen hengen perhe Espoosta ja neljä henkinen perhe Espoosta. Haastateltava oli yhtä lukuun ottamatta sama henkilö kuin se, joka oli alun perin tilannut siivouspalvelun Finnas Palvelut Oy:ltä.

Kolme haastateltavaa asuu omakotitaloissa tai erillistaloissa, kaksi haastateltavaa asuu rivitalossa ja kolme asuu kerrostalossa. Haastateltavat, jotka asuvat omakotitaloissa tai erillistaloissa ovat viiden hengen perhe Sipoosta, Kolmen hengen perhe ja neljän hengen perhe Espoosta. Perheet, jotka asuvat rivitalossa ovat kolme henkinen perhe Vantaalta, Keski-ikäinen pariskunta Espoosta ja kerrostalossa asuvat yhden hengen talous Helsingistä, nuori pariskunta Vantaalta ja vanhempi pariskunta Helsingistä.

Useimmat haastateltavilla ovat uraorientoituneita tai yrittäjiä, mutta joukosta löytyy myös varhaiseläkeläinen sekä varakkaasta suvusta oleva perhe.

Haastattelun alussa haastateltavalle kerrottiin, että kyseessä ei ole kuulustelu vaan keskustelu ja ettei kysymyksiin ole olemassa oikeita ja väärä vastauksia. Haastattelija esitti myös toiveen siitä, että haastateltava antaisi mielikuvitukselleen tilaa ideointia varten. Haastattelun ajaksi sovittiin tasan tunti. Haastattelun ensimmäisenä tehtävänä haastateltavaa pyydettiin kuvaamaan *tyypillinen arkiviikko askareineen*. Sen jälkeen haastattelija ja haastateltava kävivät vapaata keskustelua aiheesta. Seuraavaksi pyydettiin miettimään *asioita, jotka vievät säännöllisesti tai epäsäännöllisesti vapaa- tai työaikaa*. Sitten haastattelija pyysi haastateltavaa miettimään, *mitä työtehtäviä hänelle tulee mieleen sanoista kotitalousvähennys, koti, lapsi, mökki, perhe, harrastukset, ruoka ja juhla- ja merkkipäivät*. Nämä sanat valittiin Finnas Palvelut Oy:n johdon toivomuksella, jotta palveluiden ideointi ja vastaukset liittyisi näihin sanoihin liittyviin palveluihin.

Haastateltavat saivat jokaisen sanan jälkeen hetken aikaa miettiä ennen vastaustaan. Haastattelija kävi sen jälkeen keskustelua aiheesta sekä teki tarkentavia kysymyksiä. Tämän jälkeen asiakasta pyydettiin miettimään mahdollisimman erikoisia palveluita, mitä hän voisi kuvitella jonkun ostavan kotipalveluita tarjoavasta yrityksestä. Lopuksi haastattelija kävi haastateltavan kanssa läpi kirjoittamansa muistiinpanot ja pyysi haastateltavaa kommentoimaan, oliko kaikki hänen vastauksensa kirjattu ja oikein.

4.3 Henkilöstön haastattelut

Henkilöstön haastattelut sovittiin samalla tavalla, kuin asiakkaille eli soittamalla ja siten laittamalla sovitusta ajankohdasta vahvistus työntekijän sähköpostiin. Haastattelu- paikaksi sovittiin Finnas Palvelut Oy:n toimipisteen neuvotteluhuone, joka sijaitsee Helsingin Kampissa. Haastateltavien taustatiedot on esitetty alla olevassa taulukossa.

TAULUKKO 2. Henkilöstöhaastateltavien taustat

Kansalaisuus	Työsuhte	Asuinpaikka	Sukupuoli	Sosioekonomien asema
Filippiiniläinen 1	Kokoaikainen	Espoo	nainen 27v.	Valmistunut BBA Viestintä Filip- piinit
Filippiiniläinen 2	Kokoaikainen	Helsinki	nainen 30 v.	Valmistunut journalismi Filip- piinit
Filippiiniläinen 3	Osa-aikainen	Vantaa	nainen 35v.	Valmistunut kok- ki Filippiinit
Vietnam 1	Koko-aikainen	Helsinki	nainen n. 25 v.	Opiskelija BBA- tutkinto Suomes- sa
Vietnam 2	Osa-aikainen	Vantaa	mies n. 20v.	Opiskelija BBA- tutkinto Suomes- sa
Vietnam 3	Osa-aikainen	Vantaa	nainen n. 20 v.	Opiskelija BBA- tutkinto Suomes- sa
Ghana 1	Osa-aikainen	Vantaa	nainen n. 30v.	Valmistunut It .BBA tutkinto Suomesta
Ghana 2	Osa-aikainen	Helsinki	mies n.19v.	Opiskelija Lukio

Haastattelija kutsui haastatteluun henkilöstöstä kahdeksan työntekijää, jotka tekevät siivoustyötä päätyönään Finnas Palvelut Oy:ssä. He ovat kaikki ulkomaalaistaustaisia henkilöitä, joiden kansalaisuudet jakautuivat siten, että kolme oli filippiiniläistä, kolme

vietnamilaista ja kaksi ghanalaista. Osan kanssa haastattelu käytiin englanniksi, jotta haastateltavan oli helpompi ilmaista itseään paremmin.

Haastattelut etenivät samalla kaavalla, jossa alussa haastateltavalle kerrottiin, että kyseessä ei ole kuulustelu vaan keskustelu ja ettei kysymyksiin ole olemassa oikeita ja vääriä vastauksia. Haastattelija esitti myös toiveen siitä, että haastateltava antaisi mielikuvitukselleen tilaa ideointia varten. Haastattelun ajaksi sovittiin tasan tunti. Haastattelun ensimmäisenä tehtävänä haastateltavaa pyydettiin kuvaamaan tyypillinen arkiviikko askareineen. Sen jälkeen haastattelija ja haastateltava kävivät vapaata keskustelua aiheesta. Seuraavaksi pyydettiin miettimään asioita, jotka vievät säännöllisesti tai epäsäännöllisesti vapaa- tai työaika. Sitten haastattelija pyysi haastateltavaa miettimään, mitä työtehtäviä hänelle tulee mieleen sanoista kotitalousvähennys, koti, lapsi, mökki, perhe, harrastukset, ruoka ja juhla- ja merkkipäivät.

Haastateltavat saivat jokaisen sanan jälkeen hetken aikaa miettiä ennen vastaustaan. Haastattelija kävi sen jälkeen keskustelua aiheesta sekä teki tarkentavia kysymyksiä. Tämän jälkeen asiakasta pyydettiin miettimään mahdollisimman erikoisia palveluita, mitä hän voisi kuvitella jonkun ostavan kotipalveluita tarjoavasta yrityksestä. Lopuksi haastattelija kävi haastateltavan kanssa läpi kirjoittamansa muistiinpanot ja pyysi haastateltavaa kommentoimaan, oliko kaikki hänen vastauksensa kirjattu ja oikein.

5 TULOKSET

5.1 Asiakashaastattelut

Asiakashaastatteluisa tietyt ideat toistuivat useammalla haastateltavalla, kuten lastenhoito, -haku ja heidän harrastuksiin vienti, koiran trimmaus, ruuanlaitto, lumenpudotus, nurmikonleikkaus ja puutarhan hoito. Myös erilaiset merkkipäivät ja siihen liittyvät siivous ja juhlien sekä juhlatilojen palvelut esiintyivät haastatteluisa useampaan kertaan. Yksittäisinä ideoina esiin nousi matkaseurapalvelu, tanssipartneri, tietokonetuki-palvelut, polkupyörän huolto, englannin kielen opetus, hieronta sekä hiusten leikkaus. Kaksi taloutta ideoi, että voisiko siivouspalveluiden yhteyteen sisällyttää myös sisustuselementtejä. Molemmilla oli tämän ajatuksen taustalla samankaltaiset perusteet, että siivoaja näkee paremmin ulkopuolisen silmin asunnon sisustuksen toimivuuden.

Seuraavassa esitetään yhteenvedot siitä, minkälaiset työtehtävät tulivat useimmiten mieleen, kun haastattelijat antoi tietyn *aihesanan* haastattelijoiden mietittäväksi.

Arkiviikko askareineen

Arkipäivä on hektistä. Molemmat vanhemmat käyvät töissä ja jompikumpi vanhemmista vie lapset kouluun tai päiväkotiin. Heidän lapset ovat 2-10 vuotiaita. Kolme henkisen perheen vanhempien Vantaalla ei tarvitse viedä lukio ikäistä poikaa kouluun, mutta vaimo on yrittäjä ja mies esimiehenä kauppa-alalla, joten työajat ovat aikaisin aamulla. Useimmat haastateltavat ovat uraorientoituneita ja arkipäivät ovat työntäyteisiä. Monet myös joutuvat matkustamaan työn takia muutamia päiviä viikossa. Vapaa-aika on usein suunnattu omiin harrastuksiin. Kahdella haastateltavalla on koira, jonka kanssa harrastaa. Nuorella pariskunnalla Vantaalla on kolme vinttikoiraa ja viisi henkisellä perheellä Sipoossa on kaksi pientä Terrieriä. (Viiden hengen perhe Sipoosta, kolmen hengen perhe Espoosta ja neljän hengen perhe Espoosta.)

”Matkustan arkipäivisin työni takia, monesti n. 1-4 päivän matkat. Olen töissä kansainvälisessä yrityksessä it-johantajana. En ehdi ja olen enkä halua tuhlata vapaa-aikaani kodin siivoukseen. Vietän kaikki vapaa-ajat urheilun parissa, harrastan jalkapallo ja fanitan Chelseaa, olen myös alkanut harrastaa maratonia.” (Yhden hengen talous Helsingissä.)

”Meillä on kolme vinttikoiraa. Meidän arkipäivää koostuu mieheni yrityksen pyörittämisessä. Teen siellä erilaisia markkinointitehtäviä, mies toimii toimitusjohtajana. Kolmen vinttikoiran ulkoiluttamiseen menee normaalista n. 1h aamusta, päivällä ja illalla.” (Nuori pariskunta Vantaalla.)

”Vaimoni on töissä lääkefirmalla ja olen itse media-alalla. Anni ja Essi menevät kouluun pyörällä, vaimoni suuntaa Vantaalla ja minä Helsinkiin töihin. Olemme lähteneet kodista n. klo. 8.00 ja tulemme kotiin noin klo. 17.00 - 18.00 välillä, riippuen liikenne-ruuhkista.” (Neljä henkinen perhe Espoosta.)

Asiat jotka vievät vapaa- tai työaikaa

Haastateltavat kertoivat pitävänsä vapaa-aikaansa tärkeänä. Monen haastateltavan kohdalla toistui myös, että työ on juuri sellainen mihin ne ovat tähdänneet ja että he pitävät sitä mielenkiintoisena ja siihen käytettiin myös omaa vapaa-aikaa. Yleisesti vapaa-aikaa kysyttäessä vastauksena oli, että sitä halutaan viettää perheen, harrastusten ja ystävien seurassa. (Viiden hengen perhe Sipoosta, kolmen hengen perhe Espoosta ja neljän hengen perhe Espoosta.)

”Koiramme ovat sellaisia johon haluamme panostaa vapaa-aikaamme. Harrastamme niiden kanssa agilityä ja suunnistusta.” (Nuori pariskunta Vantaalta.)

”Poikamme harrastus on sellainen asia, mihin koko perheemme on sitoutunut. Kannustamme hänet että hänestä tulee joskus ammattipelaaja. Vaimoni ja minun vapaa-aikaa menee pojan viemiseen harjoituksiin ja peleihin, joita on lähes joka päivä. Arki on aika säännöllistä, lähdemme töihin seitsemältä ja tulemme kotiin viideltä. Vaimoni tekee meille maukasta päivällistä.” (Kolmen hengen perhe Espoosta.)

”Pyöritan yritystäni 24/7. Silloin kun en käy asiakkaalla niin on kaikenlaista toimistotyötä esim. laskutus, tiliöinti, myynti ja markkinointi.. Teen töitä kotona, minulla on pikkutoimisto tässä lähistöllä. Miehellä on oma elämä kaupan hoitamisessa.” (Kolme henkinen perhe Vantaalla.)

Kotitalousvähennys

Tämä sana toi kaikille haastateltavalle mieleen kylpyhuoneremontin. Toiseksi yleisin oli keittiöremontti ja sitten tulivat kotisiivouspalvelut. Haastateltavista kaikki sanoivat hyödyntävänsä itse tätä mahdollisuutta, mutta tietävänsä monia, jotka sitä eivät tee. (Viiden hengen perhe Sipoosta, kolmen hengen perhe Espoosta ja neljän hengen perhe Espoosta.)

”Asumme arvokkaassa ja vanhassa kerrostalossa, jonka putkiremontti oli kohdallaan vuonna 2010. Samalla yhteistyö Finnas Palvelut Oy:n kanssa alkoi. Kotitalousvähennystä olemme käyttäneet kylpyhuoneremonttiin, keittiöremonttiin sekä siivouspalveluihin. Olemme olleet Finnas Palvelut Oy:n asiakkaana vuodesta 2010.” (Vanhempi paris-kunta Helsingistä.)

”Olemme asuneet tässä omakotitalossamme jo jonkin aikaa. Kotitalousvähennystä käytimme ensimmäisen kerran, kun teimme kylpyhuoneremonttia vuonna 2011. Finnas Palvelut Oy teki silloin loppusiivouksen. Sitten vuonna 2012 teimme keittiöhuoneremonttiin, jolloin kutsuimme jälleen Finnas Palvelut Oy:n tekemään loppusiivousta ja tämän jälkeen meidän asiakassuhde on jatkunut tähän päivään asti ja jatkuu myös tulevaisuudessa.” (Neljä henkinen perhe Espoosta.)

”Ystäväni suositteli minulle kotisiivouspalveluiden tilaamisen järkevyyttä. Hän kertoi minulle myös tästä kotitalousvähennyksestä. En ole tilannut siivouspalvelua aikaisemmin, vaikka olen aika kiireinen ja en oikein ehdi siivoamaan. Aluksi tilasin Finnas Palvelulta suursiivoukseen ja siitä eteenpäin sopimuksemme on jatkunut. Finnas Palvelut lähettää vuoden vaihtuessa koostaen suorittamastani laskuista ja ilmoitan verottajalle. (Yhden hengen talous Helsingistä.)

Koti

Tästä sanasta haastateltavat saivat monta työtehtävää mieleen. Eniten mainintoja saivat eniten lastenhoito, kotisiivous, lehtien haravointi, tiskaus, kukkien kastelu, pyykinpesu ja ruuanlaitto. (Viiden hengen perhe Sipoosta, kolmen hengen perhe Espoosta ja neljän hengen perhe Espoosta.)

”Meillä on hektinen arki, molemmat ovat haastavissa työtehtävissä kansainvälisissä yrityksissä. 8h kotisiivous auttaa meitä arkiaskareissa. Kun tulemme kotiin, on tiskit tiskattu, pyykit ovat kuivumassa tai laitettuna kaappiin ja ennen kaikkea kotona on siistiä. Jos joskus tarjoatte palvelua lastenhoitamisessa ja ruoanlaittamisessa, niin varmasti tilaisimme. Rakastamme työtämme, mutta kotona haluamme kuitenkin enemmän aikaa perheen kanssa.” (Viisihenkinen perhe Sipoosta.)

”Olen itse niin huono tekemään ruokaa ja kaikki kukat kuolee kun kastelen niitä. Jos kotisiivouksen ja pyykin pesun lisäksi saa näitä apuja niin siivooja on meille tervetullut. Ehkä ruoanlaitto on ihan kivaa varsinkin perjantai iltaisin. Sellaisia erikoisillanistujaisia.” (Nuori pariskunta Vantaalta.)

”Meidän kotisiivooja tiskaa meidän astiat samalla kun hän siivoaa. Se on mielestämme erinomaista palvelua. Olemme tilanneet aiemmin toisen firman siivooja niin ne eivät edes tiskata astiat. Hirveä tulla kotiin kun kaikki on muuten siisti, mutta löyhkä tulee ovesta kun astioita on läjäpäin. Tämän lisäksi voisimme harkita että siivooja haravoi lehtipuiden lehdet ja ehkä tehdä kotimaista ruokaa.” (Kolmen hengen perhe Espoosta.)

Lapsi

Niille haastateltaville, joilla oli lapsia tai lapsenlapsi tuli kaikille mieleen lastenhoito ja ruoanlaitto sekä siivous. Näiden lisäksi haastateltaville tuli mieleen lasten kanssa leikki-
puistossa ulkoilu, lasten kutsujen järjestäminen sekä synttäririkakun ja muiden leivonnaisten teko. Kolmelle haastateltavalle tuli sanasta mieleen englanninkielen opetus. Yksi haastateltavista sanoi, että se tuli mieleen, koska se on heille ajankohtainen asia lähitulevaisuudessa. (Viiden hengen perhe Sipoosta, kolmen hengen perhe Espoosta ja neljän hengen perhe Espoosta.)

”Meidän poikamme käy lukiossa ja se on hieno jos hänelle voisi opettaa suullinen englannin opetusta. Hän on fiksu poika ja osaa hyvin kirjoittaa, mutta hänen ääntämistä on vähän vaikea ymmärtää. Hän haluaisi lähteä Englantiin tai Amerikkaan opiskelemaan kansainvälistä kauppaa / lakia.” (Kolme henkinen perhe Vantaalta.)

”Olen järjestänyt yhteensä 12 kertaa näitä lastemme synttäreitä. Vaikka ne ovat olleet hauskoja, niin on ollut paljon töitäkin. Mikäli Finnas Palvelut haluaa järjestämään koti-

siivouksen lisäksi jotain, joka liittyy lapsiimme, niin ainakin lasten kutsujen järjestäminen tarjoiluineen ja lastenhoitoapu synttäripäivinä olisi mahtavaa. Voin kerrankin vain nauttia kun lapsemme juhlii, eikä tarvitsee aina olla keittiössä häärimässä.” (viisi henkinen perhe Sipoosta.)

”Meillä on tyttäreemme Sannin synttärät piakkoin ja hän haluaisi luistelukengän muotoisen kakun. Olen itse yrittänyt etsiä sitä kaikenlaisista kakkupuodeista, mutta heillä on vain autoja ja lentokoneita. Voisimme harkita juhlapalvelun tilaamista jos Finnas pystyy järjestämään lastenjuhlia niin, että se voisi hoitaa koko helahoidon eli tarjoilun luistinkenkäkakuineen sekä alku- ja loppusiivouksen. Arkipäivisin olisi hieno että kotisiivouksemme voisi viedä lastemme ulkoilemaan leikkipuistoon koska kun tulemme kotiin n. viiden aikaan, varsinkin syksyisin. Lapsillamme on varmaan kivaa leikkiä päivänvalossa sekä opetella vähän englantia leikkien ja sitten he voivat tulla kotiin rauhoittumaan.” (Neljä henkinen perhe Espoosta.)

Mökki

Kolmella haastateltavalla oli oma mökki ja neljällä oli joko vanhempien tai suvun yhteinen mökki käytettävissä. Yksi haastateltavista sanoi, että ei mökkeile ja se on vieras aihe. Haastateltaville tuli mieleen työtehtäviä, jotka liittyivät puiden kaatoon sekä pilkkomiseen, haravointiin, maalaamiseen sekä mökin suursiivoukseen. Yksi vastaajista sanoi, että hän tarvitsi, jonkun rakentamaan uuden grillin, kun vanha alkaa olla puhki. Muita yksittäisiä tehtäviä oli saunan lämmitys, marjojen poiminta, kalastusseura, saunaseura ja piipun nuohous. (Viiden hengen perhe Sipoosta, kolmen hengen perhe Espoosta ja neljän hengen perhe Espoosta.)

”Meillä on oma mökki Hangossa, en voi enää uida ja veneillä sairauteni takia, joten tarvittaisiin sellaista kalastusseuraa miehelleni. Joku joka voisi tulla auttamaan häntä saunan lämmittämisessä ja on saunaseurassa. Hän on kova saunomaan sekä kalastamaan.” (Keski-ikäinen pariskunta Espoosta.)

”Mieheni ja minulla on huonot selät, mökillä tarvitsemme henkilön joka käy lasten kanssa marjastamassa, voin itse tehdä marjakakkua ja välillä siivoajat voivat tehdä suursiivousta.” (Neljä henkinen perhe Espoosta.)

”Minulla on vanhempien mökki Hauholla. Ne ovat jo aika iäkkäitä joten he ajattelevat että voisin haaskata kesäni mökin maalauksesta, haravoinnissa sekä puiden kaatamisesta. Jos palkkaa jonain päivänä jonkun tekemään noita puolestani. Voin viettää itse sellaista rentouttavaa kesäpäiviä.” (Yhden hengen talous Helsingistä.)

Perhe

Perhe toi useamman haastateltavan mieleen työtehtäviä lastenhoito, lasten harrastuksiin vienti, ruuanlaitto, kaupassakäynti. Yhdelle nuoremmalle haastateltavalle tuli mieleen, että joku voisi käydä säännöllisesti tarkistamassa hänen vanhempien kotitilalla, että kaikki on kunnossa. (Viiden hengen perhe Sipoosta, kolmen hengen perhe Espoosta ja neljän hengen perhe Espoosta.)

”Yleensä mieheni ja minä syömme ulkona, asumme Helsingin ydinkeskustassa. Kodinhoitaja käy meille joka viikkoa keskiviikkoisin. Jos hän tekee kerran kuukaudessa meille kotimaista ruokaa, niin se on hienoa ja tietenkin ostan tarvittavat ainekset ruuanlaittoa varten. Lapsenlapsemme voivat tulla viettämään isovanhempiensa kanssa mukavaa iltaa.” (Vanhempi pariskunta Helsingistä.)

”Olen sinkku mies ja minulla ei ole lapsia, joten ruokailuni on hyvin epäsäännöllistä. Sovitulla tavalla joku voisi tehdä ruokaa minulle joka toinen viikko tai kerran kuukaudessa. Sellaista terveellistä syötävää. En kokkaa itse joten syön aika paljon ulkona tai ostan valmiita ruokia. Minulla ei ole perhettä paitsi vanhemmat jotka asuvat Espoossa ja ne ovat aika iäkkäitä. Minulla on aika paljon kiireitä työasioissa, joskus matkustan pidempiäkin matkoja maailmalla. Jos joku säännöllisesti katsoisi että he ovat kunnossa, niin mieleni on silloin rauhallinen.” (Yhden hengen talous Helsingistä.)

”Poikamme harrastaa jääkiekkoa, joka menee joskus läksyjen edelle. Siivooja voisi lisätehtävänä valvoa, että poikamme tekee läksyt ennen kun harjoitukset alkavat. Sitten siivouksen jälkeen hänet voisi viedä jääkiekko harjoituksiin. Tulemme sitten hakemaan hänet työn jälkeen.” (Kolmen hengen perhe Espoosta.)

Harrastukset

Tästä sanasta tuli kaikille vastaajille mieleen kaksi työtehtävää, jotka liittyivät omaan tai lasten harrastuksiin. Ensimmäinen oli personal trainer, jollaista toivottiin auttamaan oman kuntomotivaation löytämiseksi. Toinen oli lasten vienti harrastuksiin. (Viiden hengen perhe Sipoosta, kolmen hengen perhe Espoosta ja neljän hengen perhe Espoosta.)

”Harrastan aika paljon liikunta, mutta sellaisia kaksinpelejä on vaikea saada joku kaveri esim. tennis, sulkapallo. Tietenkin hänen pitää osata paremmin kuin minä.” (Yhden hengen talous Helsingistä.)

”Personal trainer meille molemmille, jotta voimme vähän karistaa näitä liikakiloja.” (Keski-ikäinen pariskunta Espoosta.)

”Lapset harrastavat luistelua, siivouksen jälkeen harrastuksiin vientiin. Voimme tulla sitten hakemaan heitä töiden jälkeen.” (Neljä henkinen perhe Espoosta.)

Ruoka

Tästä haastateltavien mieleen tuli ruuanlaitto, kaupassakäynti, tarjoilu, grillaus sekä ruuanlaittokurssit. Myös siivous, tiskaus ja kattaus mainittiin. (Viiden hengen perhe Sipoosta, kolmen hengen perhe Espoosta ja neljän hengen perhe Espoosta.)

”Olisi luksusta tulla kotiin että Hang on siivonnut, kokannut meille vietnamilaista ruokaa ja pöytä on laitettu kauniisti. Pyydämme ystäviämme kylään useasti viikonloppuisin. Koska perjantai on sovittu siivouspäivä, niin siihen oli helppoa sovittaa myös näitä lisäpalveluita. Sovimme Hangin kanssa tulevan viikonlopun kauppatarvikkeista aina alkuviikosta sähköpostitse.” (Keski-ikäinen pariskunta Espoosta.)

”Kuulimme, että filippiiniläiset ovat kovia grillaamaan, sellaista erilaista ja eksoottista grillausta meillekin.” (Kolme henkinen perhe Vantaalla.)

”Voisimme opetella samalla itse tekemään Aasialaista ruokaa, kun kodinhoitajamme tekee sitä. Hän voisi tekemisen lomassa kertoa ja opastaa, miten ne ruoat tehdään var-

sinkin kohta, kun jään äitiyslomalle. Tämä tietenkin tehdään toistona jotta asia jää päähän. Tykkäämme kovasti wokki- ja riisiruista.” (Nuori pariskunta Vantaalta.)

Juhlapäivä

Työtehtäviksi mainittiin useimmiten siivous, ruuanlaitto, kattaus, somistelu, kutsujen teko, tarjoilu sekä lastenhoito.

”Meillä on keväällä häät ja olen aika kömpelö toteuttamaan kutsut. Haluan kuitenkin sellaiset uniikit eikä mitään valmiita pohjia. Valmis pohja on aika kalliskin kun katsoin niitä netissä. Kutsumme häitämme varten n.150 vierasta. Minulla ja miehellä on aika suuri suku.” (Nuori pariskunta Vantaalta.)

”Pidämme tasaisen väliajoin illanistujaiset, koska harrastamme vaimoni kanssa taidetta. Juhlat pitää olla konservatiiviset ja juhlat. Silloin tilaamme tarjoilijat, ruoka, kattaus ja alku ja loppusiivoukset. Joskus tilaamme pianistin soittamaan ja viihdyttämään yleisö. Palvelun laatu pitää olla tasokasta ja sujuvaa.” (Vanhempi pariskunta Helsingissä.)

”Lastenhoito lastenjuhlissa, sekä Anne auttamaan ruoanlaitossa ja tarjoilussa.” (Neljän hengen perhe Espoosta.)

Erikoiset palvelut

Myös matkaseura, juhla järjestelyt sekä musiikkipalvelut mainittiin useammin kuin keran. (Viiden hengen perhe Sipoosta, kolmen hengen perhe Espoosta ja neljän hengen perhe Espoosta.)

”Hang on kertonut kivoja asioita kotimaastaan. Vietnam ei ole niin tuttu suomalaisille ja se on lomakohteena todella mielenkiintoinen. Olemme kuitenkin huolestuneet turvallisuudestamme. Jos Hang suostuu lähtemään meidän matkaseuraksi, niin voisimme ilomielin palkata hänet ja samalla tutustumme syvemmin Vietnamiin. Ainakin Saigon eli Ho Chi Minh on aika mielenkiintoinen kohde.” (Keski-ikäinen pariskunta Espoosta.)

”Anne tuntee lapsemme jo entuudestaan. Jos hän pääsee meidän lastenhoitajamme kun olemme matkalla ja opastaa lapsemme englannin kielen opiskeluun. Samalla voimme

viettä aikuisien kesken joinain iltoina omaa hetkeä. Tulee ainakin turvallinen olo kun on tuttu henkilö joka hoitaa lapsemme.” (Neljä henkinen perhe Espoosta.)

”Häitämme varten olisi hieno jos teiltä löytyy joku musiikkitaitoinen, joka osaa soittaa joko pianoa tai voisi toimia tiskijukkana sekä juontajana juhlissamme. Karaokelaitteet olisivat myös kiva.” (Nuori pariskunta Vantaalta.)

Ruuanlaitto oli ideana sellainen, mistä tuli useampi erilainen ajatusversio. Osa halusi nimenomaan nimikkosiivoojansa tekävän siivoojan oman etnisen taustan mukaista ruokaa. He kokivat, että se olisi eksoottista ja toisi heidän arkeensa pientä luksusta. Tämä olisi myös yhden vastaajan mukaan hieno liittää siivouksen yhteyteen. Hän kuvaili ideaa siten, että kun hän tulee kotiin, niin kaikki olisi siistiä ja ruoka olisi valmiiksi tehty sekä pöytä katettu. Tämä olisi hänen mielestä hienoa palvelua ja hän voisi kutsua ystäviä syömään ja hämmästelemään sitä, miten Suomesta voi saada tällaista palvelua. Ruuanlaitto nosti esiin myös ideointia kaupassakäyntiin, jossa osa toivoi sen hoituvat sovitun kauppalistan mukaan. Osa toivoi, että siivooja kävisi Helsingin etnisissä kaupoissa ja ostaisi sieltä hieman erikoisempia ruokatarvikkeita, joista siivooja voisi joko tehdä ruokaa. Vaihtoehtoisesti voisi myös jättää reseptin, jolla aineksista saa valmistettua maittavaa erilaista kotiruokaa. (Viiden hengen perhe Sipoosta, kolmen hengen perhe Espoosta ja neljän hengen perhe Espoosta.)

Englanninkielen opetustaideoivat haastateltavat edustivat kaikki lapsiperheitä ja ideana oli opettaa englantia omille lapsille. Tässä toteutusideoita oli kaksi selkeästi erilaista versiota. Toisessa toivottiin, että englanninkielinen siivooja voisi tarkistaa asiakkaan lapsien englanninkielen tehtävät ja toisessa toivottiin esikoululaiselle järjestettävää kielikylpyä. Tämä kielikylpy toteutettaisiin siten, että siivooja lähtisi heidän kanssa kesällä heidän huvilalleen asumaan ja puhumaan heidän lapsensa kanssa ainoastaan englantia. Kyseinen perhe koki, että tämä olisi hyvä tapa valmistautua perheen muuttoon ulkomaille, joka oli vuoden päästä edessä. (Viiden hengen perhe Sipoosta, kolmen hengen perhe Espoosta ja neljän hengen perhe Espoosta.)

5.2 Finnas Palvelut Oy:n henkilöstön haastattelut

Työntekijöiden haastatteluissa nousi esiin useamman kerran seuraavat palvelut eli ruuanlaitto, kaupassa käynti ja lastenhoito. Alla yhteenveto siitä, mitkä työtehtävät toistuvat useimmiten haastateltavien vastatessa kysymykseen, minkälaisia työtehtäviä aiheesta tulee heidän mieleen.

Arkiviikko askareineen

Haastateltavista työntekijöistä neljällä on säännöllisiä kotitalousasiakkaita, johon he käyvät viikoittain, joka toinen viikko tai kerran kuukaudessa. Kahdella on yritysasiakkaita, josta johtuen tehtävät painottuvat toimisto tai rakennussiivoukseen. Tämän lisäksi he tekevät satunnaisesti myös kotitalousasiakkaita, kun kyseessä on ikkunapesu tai suursiivous.

”Minun asiakkaat koostuvat lähinnä kotitalousasiakkaista. He sijaitsevat paikoissa, joihin on vaikea mennä julkisilla. Minulla on ajokortti ja auto joten pystyn sinne ajamaan. Torstaisin mukaani tulee toinen henkilö ja siivoamme yhdessä asiakkaan luona. Ne ovat aika suuria taloja. Asun itse Espoossa, joten työpäivän jälkeen teen suomalaiselle miehelleni ruokaa ja katsomme telkkaria.” (Filippiiniläinen 1)

”Minun asiakkaat ovat itse suurin piirtein Vantaalla, tikkurilasta, päiväkumpu tai sitten jumbon vieressä Tammistossa. Tikkurilan asemalta on helppo mennä asiakkaitteni luo. Menen aina julkisella. Onneksi ei tarvitse kantaa mitään muita tavaroita. Työpäivän jälkeen soittelen aina jotain kitaraa ja yritän tehdä musiikkia. Minulla on muutama kurssi koulussa mutta ne alkavat klo 16.00.” (Vietnamilainen 2)

”Työpäivä on vaihteleva. Normaalisti teen 6-8 tunnin työpäivät. Suomessa ei ole niin paljon tekemistä. Meitä ei ole niin paljon ghanalaisia täällä. Menen joskus käymään kavereitteni luona Järvenpäässä ja teemme yhdessä ruokaa.” (Ghanalainen 1)

Asiat, jotka vievät vapaa- tai työajan

Kolmella vietnamilaisella on ammattikorkeakoulu opinnot kesken, yhdellä ghanalaisella on valmistunut ammattikorkeakoulu tutkinto Suomesta, toisella ghanalaisella on iltalu-

kio opinnot kesken. Kolmella filippiiniläisillä on valmis tutkinto joka on suoritettu Filippiineillä, yksi on valmistunut journalismissa, toinen kansainvälinen viestintä ja kolmas on kokki. Henkilökunnasta ne, jolla on valmiit opinnot käyvät erilaisia kursseja esim. autokoulu sekä suomenkielen opinnot, kokkauskurssi.

”Tällä hetkellä käyn suomenkielenkurssilla ja autokoululla. Haluan saada ajokortin tämän vuoden vaihteessa. Se vie mun vapaa-aika. Muuten mun harrastus on viikonloppuisin.” (Filippiiniläinen 2)

”Olen kokki Filippiineiltä, joten haluan oppia myös miten suomalaisia ruokia tehdään. Olen oppinut jo voileipäkakku ja mansikkakakku. Rakastan ruoan tekemistä.” (Filippiiniläinen 3)

”Mun vapaa-aika vie mun lukion opinnot. Minun isä patistaa minut opiskelemaan hyvin. Olen ollut kolme vuotta suomessa ja puhun ihan hyvää suomea. Haluan kuitenkin päästää teknillisen ammattikorkeakouluun.” (Ghanalainen 2)

Kotitalousvähennys

Sanasta kotitalousvähennys tuli mieleen verottaja, kirjanpitäjä, remonttimies ja siivoaja. Haastateltaville tämä sana tuotti jonkin verran hankaluuksia, koska yhtä lukuun ottamatta kukaan heistä kukaan ei tuntenut kyseistä termiä.

”Opiskelin tätä, kun aloitin työharjoitteluni Finnas Palvelut Oy:n kanssa. Se liittyy siihen että asiakas saa kotitalousvähennyksen kun hän tilaa siivouspalveluitamme. Vuonna 2012 alkaen se oli 2000 euro per henkilö. Jos on aviopuolisot niin he voivat vähentää 4000 euroa yhteensä. Kotitalousvähennys oli 45 % ja omavastuu 100 euro.” (Filippiiniläinen 1)

”Luulen että se kuuluu siivouksen ja verottajalle. En tiedä miksi.” (Vietnamilainen 1)

”Luulen, että se on yrityksen laskutusasia.” (Ghanalainen 1)

Koti

Koti toi kaikille haastateltaville mieleen lähinnä siivoustehtäviä, kuten imurointi, tiskaus, pölyjen pyyhintä, pyykinpesu, ikkunan pesu ja roskien vieni. Muita mainintoja saivat koiran ulos päästäminen ja lasten välipalan laitto.

”Normaalit askareet siivouksesta. Esimerkiksi imurointi, pölyjen pyyhintä, ikkunapesu.” (Ghanalainen 2)

”Koiran ulkoilutus, mutta enemmänkin siivousta kuten lattian siistiminen, värikoodien pyyhintä, roskien vieni ja ikkunapesut.” (Vietnamilainen 2)

”Kerran viikossa on imurointi, päivittäin viedään roskat ulos ja ruokitaan lapsia. Joskus pestään pyykit.” (Filippiiniläinen 2)

Lapsi

Lapsi sanana toi haastateltavien mieleen lastenhoitoon, lasten ruokintaan liittyviä työtehtäviä. Myös kielten- ja musiikinopetus mainittiin useammin kuin kerran.

”Lastenvahtiminen ja ruoan valmistus lapsille.” (Filippiiniläinen 3)

”Vahdin yleensä nuorimmat sisarukseni Vietnamissa. Joskus tein heille pieniä välipaloja. Jos haluan että he lopettavat sekoilun kotona. Soitan heille muutamia kappaleita. Ne yleensä rauhoittuvat, joten sellaista voisin tehdä täällä Suomessa eli opettaa jotain musiikkia lapsille.” (Vietnamilainen 2)

”Opiskelin englantia Ghanassa ja se oli pääkieleni. Tiedän kaikenlaisia lasten lauluja ja leikkejä. Voisin opettaa heille englantia. Mielestäni minusta on suuri apu siihen, koska suomalaiset lapset ovat aika ujo puhumaan englantia.” (Ghanalainen 1)

Mökki

Mökki sana oli osalle haastateltavista hieman vieras. Tällöin haastattelija tarkensi sanaa kertomalla, että kyseessä on vapaa-ajan asunto, joka sijaitsee useimmin maaseudulla.

Haastateltaville tuli tästä sanasta mieleen työtehtäviä, jotka liittyivät pyykinpesuun ja ruuanlaittoon. Kertamainintoja sai myös soutaminen, kitaransoitto ja nuotion teko.

”Mielestäni siellä ei varmaan ole pyykinpesukone jos asunto on keskellä metsää. Onneksi olen hyvää pesemään pyykit käsiin. Voin olla suuri apu siihen mutta se vie aikaa.” (Ghanalainen 2)

”Tykkään kitaran soittamisesta. Voisin viihdyttää perhettä takan ääressä.” (Vietnamilainen 2)

”Rakastan kokkaamista ja lapsia. Voisimme mennä veneilemään ja kalastamaan lasten kanssa. Voimme sitten grillata kalat filippiiniläisen tavoin. Olen kalastajan tytär, joten tiedän miten maukasta grillikalaa tehdään.” (Filippiiniläinen 3)

Perhe

Perheestä tuli mieleen lastenhoito, kaupassa käynti, koiranulkoilutus, ruuanlaitto ja erilaisia siivoustehtäviä.

”Piiat Filippiineillä yleensä asuvat perheen luona. He käyvät ostoksilla, siivoavat kotia, hoitavat pihaa, vahtivat lapsia ja kokkaavat perheelle. He ovat töissä kokopäivän. Mielestäni samantyyppinen järjestely voisi Suomelle antaa, mutta toki muunnellen. Voisin käydä kaupassa. Sitten siivoan kotia, teen ruoat perheelle. Joskus voin vahtia heidän lapsiaan.” (Filippiiniläinen 1)

”Voisin viedä koiran ulos, koska monilla asiakkaille on koira. Sitten tulemme koiran kanssa sisään ja aloitan siivoamiseen.” (Vietnamilainen 2”

”Jos perheellä on lapsia niin voin samalla hoitaa lapset ja siivoaa heidän kotinsa.” (Vietnamilainen 3)

Harrastus

Harrastus sana toi mieleen työtehtäviä kuten, musiikinopettaja, kieltenopettaja, opetusta origamien tekoon ja ruuanlaiton opetusta.

”Tiedän miten filippiiniläisiä ruokia tehdään. Suomalainen aviomieheni opettaa minulle miten suomalaisia ruokia tehdään. Olen tehnyt riisipiirakoita ja erilaisia kiisseleitä. Sit-
ten kun osaan paremmin tehdä molempia ruokia niin voin opettaa muita.” (Filippiiniläinen 1)

”Olen alkanut harrastaa origamia nuoresta tytöstä ja origami ei ole niin suosittua Suomessa. Voisin hyödyntää tätä osaamista ja auttaa jonkun oppimaan origameita.”
(Vietnamilainen 1)

”Kuten olen aiemmin sanonut. Vakava harrastukseni on kitaran soittaminen tai piano. Voisin varmaan tehdä jotain joka liittyy tähän harrastukseen esimerkiksi musiikin opetusta jollekin.” (Vietnamilainen 2)

Ruoka

Henkilökunnalla tulee mieleen omia kansalaisia ruokia mitä voi hyödyntää täällä Suomessa ja asiakkaiden palvelemisesta. Heidän mielestään täällä on ainoastaan japanilaisia, kiinalaista ja meksikolaista ravintoloita tarjolla.

”Täällä ei ole Filippiiniläisiä ravintoloita, joka on harmillista, koska uskon että suomalaisilla ja filippiiniläisillä on samoja makuja verrattuna muihin Aasian maihin. Me emme tykkää niin paljon tulisista ruoista ja osa meidän ruokakulttuurista on peräisin espanjasta. Me olemme barbeque kanssa joka on saanut vaikutteita USA:sta. Uskon että tällä erilaisuudella voisi olla kiinnostava joillekin asiakkaillemme.” (Filippiiniläinen 3)

”Vietnamilaisien ruokia ovat eksoottisia. Täällä on vähän vietnamilaisia ravintoloita Suomessa. Kuuluisin sijaitsee Itäkeskuksessa. Vietnamilaiset ovat ylpeitä Pho-keitosta, mutta itäkeskuksen Pho-keitto ei ole yhtä hyvää. Ajattelin, että voin antaa asiakkaiden maistaa minun tekemäni Pho-keittoa, joka on kanasta tai naudanlihasta tehty. Pho-keitto on muuten nuudelipohjainen. Luulen että asiakkaat rakastavat sitä.” (Vietnamilainen 1)

”Meillä on todella erilainen ruokatottumus. En tiedä tykkääkö suomalaiset sitä, mutta se on todella erilainen. Kaikki ghanalaiset rakastavat fufu nimistä ruokaa. Se on sellainen keitto, joka tehty Jamssista. Se maistuu vähän kuin perunamuusilta, mutta paljon täyte-

läisempi. Ghanan naiset ovat hyviä kokkeja, sillä muuten kukaan ei halua kanssasi naimisiin.” (Ghanalainen 1)

Juhlapalvelut

Juhlapalvelut ja merkkipäivät olivat kaikkien haastateltavien työntekijöiden mielestä mielenkiintoisia. He ideoivat, että asiakkaille voitaisiin järjestää juhlakokonaisuuksia, jotka sisältäisivät alku- ja loppusiivouksen lisäksi menun, musiikin, tilat ja kutsujen lähetyksen.

”Voimme järjestää ghanalainen ilta asiakkaillemme. Tiedän että sormella syöminen ei ole normaalia täällä, mutta eivätkö ihmiset ole kiinnostunut kokeilemaan erilaisista kulttuureista ja eikö suomalaiset matkusta paljon?” (Ghanalainen 1)

”Filippiiniläiset rakastavat juhlien järjestämisestä. Me olemme oppineet koulussa miten tehdään erilaisia ja näyttäviä somisteita. Meidän erikoisuutemme on kutsujen teko, joten tykkäämme tehdä niistä erikoisen ja uniikin. Jos kutsukortti ei ole uniikki, niin ihmiset eivät välttämättä mene sinuun juhliisi vaan menee juhliin, jonka kutsukortin on näyttävämpi. Meidän mielestämme juhliin ei ole panostettu niin paljon jos kutsukortti ei ole hyvännäköinen. Juhlissa on aina ruoka ja esiintyjä ja musiikkia. Ihmiset tanssivat aina juhlissa tai laulavat karaokea. Filippiiniläiset rakastavat aina esiintymisiä. Meitähän tunnetaan maailmalla viihteen parissa myös. Voisimme järjestää asiakkaille sellaisen filippiiniläistyylisen juhlan alusta loppuun, jossa on musiikkia ja hyvää ruokaa.” (Filippiiniläinen 1)

”Vietnamilaiset tykkäävät syödä juhlissa. Meillä on sitten laidasta laitaan erilaisia ruokia. Voisin soittaa juhlissa tekemiäni kappaleita.” (Vietnamilainen 2)

Erikoispalvelut

Yksittäisiä ideoita olivat pianonsoiton-, taistelutaidon-, ratsastuksenopetus sekä aasialaisen ruuanlaitto ja sen oikeaoppisen ruokailutavan opetus. Tähän sisältyi opetus käyttää oikeanlaista tekniikkaa riisipuikoilla syömiseen.

”Jos joku ei osaa syödä vielä puikoilla niin sitä voisi opettaa. On outoa että suomalaiset menee aasialaisen ravintolaan ja eivät viitsi edes yrittää syödä puikolla. Voin opettaa tietenkin vietnamilaista ruokaa, koska silloin syödään ainakin puikoilla.” (Vietnamilainen 3)

”Kuulin että Suomessa on näitä ponityttöjä. Minullakin on kokemusta ratsastuksesta ja rakastan hevosia. Jos joku haluaa oppia ratsastamaan hevosia, niin voisin auttaa siinä. Olen todella hyvää käsittelemään hevosia. Meillä on ratsastustilaa Filippiineillä. Minulla ei ole kylläkään ole hevosia eikä ratsastustiloja täällä ja ne ovat aika kalliita.” (Filippiiniläinen 1)

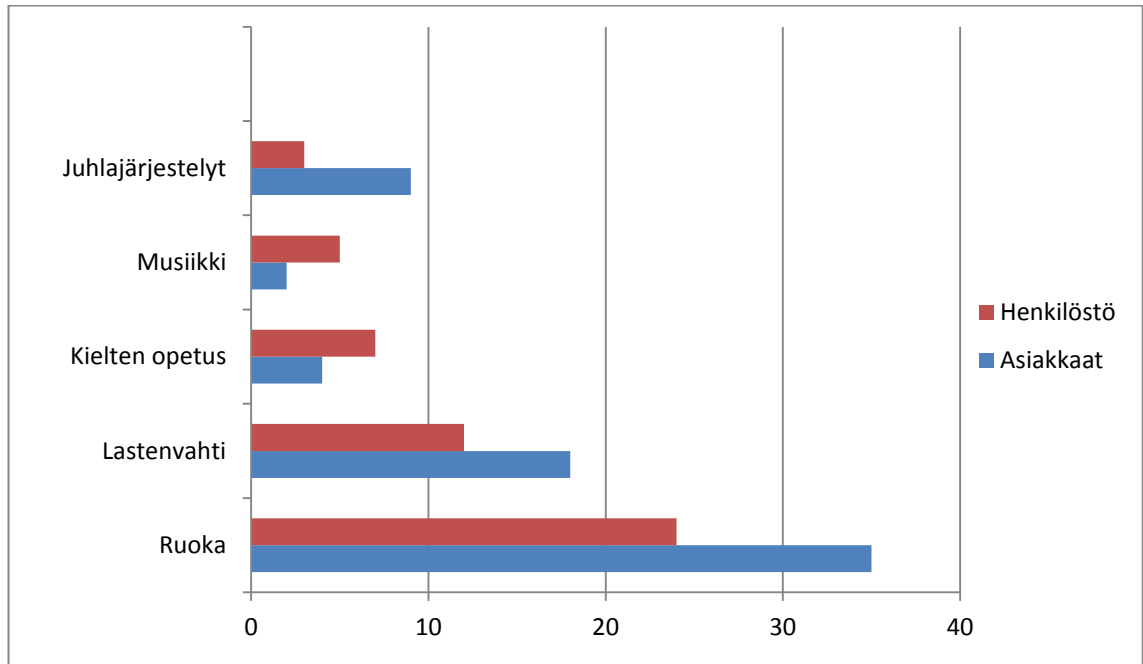
”Minulla on vihreä vyö Taekwondossa ja jos joku tykkää oppia, niin voisin opettaa perustasoa.” (Vietnamilainen 2)

5.3 Tulosten yhteenveto

Tuloksista on poimittu ja taulukoitu ne vastaukset, joihin asiakkaat sekä työntekijät olivat vastanneet positiivisilla lauseilla, palveluita joita asiakkaamme haluavat tilata ja palveluita joita yrityksen työntekijät haluaisi tarjota. Vastaukset koostuivat kotitalousvähennyksestä, koti, perhe, lapsi, mökki, ruoka, merkki- ja juhlapalvelut, erikoispalvelut. Pystyakselilla on yleisimmin esiintyneet teemat, joihin liittyy palvelu. Ruoka-teema sisältää kotimaisten ja eksoottisten ruokien valmistusta, ruuanvalmistuskursseja ja kaupassa käynnin. Lastenvahti-teeman palvelut ovat mm. lasten vieminen harrastuksiin, lasten vahtiminen, läksyjen auttaminen, ulkoilua lasten kanssa. Kieli-teema sisältää seuraavat palvelut: englanninkielen-, vietnamkielen- tai ranskankielenkurssin. Musiikki-teema sisältää mm. kitaran tai pianon opetusta, soittaminen juhlissa, karaoke sekä dj-palvelut. Juhlajärjestely-teema sisältää seuraavat palvelut: somistus, kutsukorttien suunnittelu ja toteutus, ghanalainen tapahtumailta, juhlapalvelun henkilökunta sekä catering-palvelut.

Yksittäisiä palveluja, joita asiakkaat haluavat tilata, mutta joita työntekijät eivät ilmaiseet, ovat mm. saunaseura, maalaaminen ja matkaseura. Yksittäisiä palveluja, joita työntekijät haluaisivat tarjota, mutta joihin asiakkaat ovat mm. origamien tekemisen opettaminen, ratsastus ja koiranulkoilutus. (taulukko 3)

TAULUKKO 3. Eniten positiivisia ehdotuksia saaneet palvelut



Ruoka

Ruoka-teemassa voi olla kotimaisten sekä eksoottisten ruokien valmistusta, ruuanlaitto-kursseja ja kaupassakäyntiä. Ne toistuivat sekä asiakkaiden että henkilökunnan haastat-teluissa. Asiakkaat haluavat, että ruoka tehdään kotona siivouksen yhteydessä. Työnte-kijät on myös ehdottanut voivansa tehdä joko suomalaista tai oman kotimaansa ruokaa. Kolmella Finnas Palvelut Oy:n työntekijällä on paljon kokemusta ruuanlaitosta erilaisis-sa tilaisuuksissa. Yksi on valmistunut kokiksi kotimaassaan.

Lastenvahti

Lastenvahti-teemaan liitetyt palvelut ovat mm. lastenvieminen harrastuksiin, lastenvah-timinen, kotiläksyjen tarkistus, ulkoilua lasten kanssa. Lastenvahti on toiseksi suosituin kiinnostuksen kohde. Lapsiperhe asiakkaat ilmaisevat kiinnostuksensa lastenvahtipalve-luihin ja osa työntekijät on halukkaita vahtimaan lapsia. Työntekijät ilmaisivat tämän palvelun kohdalla huolen siitä, milloin palveluita tarjotaan. Normaalisti heidän työt ovat päivätöitä.

Kieli

Kieli-teema sisältää mm. seuraavat palvelut: englanninkielen-, vietnamkielen- tai ranskankielenkurssi. Kolme asiakasta on ilmaissut kiinnostuksensa kieltenopetukseen lapsilleen. Yksi ehdotti että englantia voi opetella mökkilomalla. Kolme työntekijää ilmaisi haastatteluissa, että on kiinnostunut opettamaan englantia lapsille, kaksi heistä on opiskellut englanniksi korkeakoulussa. Finnas Palvelut Oy:n henkilökunnalla on hyvät valmiudet puhua ja kirjoittaa englantia, kun puhutaan perustason kieltenopetuksesta.

Musiikki

Musiikki-teema sisältää mm. kitaran tai pianon opetusta, soittaminen juhlissa, karaoke tai dj-palvelut. Asiakkaat toivoivat karaoke ja dj-palvelut, mutta ketään henkilökunnasta ei ole osaamista tai kiinnostusta tarjota karaoke tai dj-palvelut. Sen sijaan yksi henkilökunnasta vietnamista on kitara ja pianon soittaminen hallussa ja on valmis opettaa jollekin osaamistaan. Ongelma tässä muodostuu tarpeiden ja osaamisen yhdistäminen.

Juhlajärjestelyt

Juhlajärjestely-teema sisältää mm. seuraavat palvelut: somistus, kutsukorttien suunnittelu ja toteutus, ghanalainen tapahtumailta, juhlapalvelun henkilökunta sekä cateringpalvelut. Asiakkaat ovat kiinnostuneita kokonaisvaltaisista juhlayjärjestelypalveluista. Työntekijät taas haluaisivat tuoda enemmän näkyviin omaa kulttuuriaan juhlien järjestelyissä. Osalla työntekijöistä on aikaisempaa osaamista juhlien järjestelyistä. Eräs työntekijöistä sanoi, että heille on opetettu koulussa, miten somisteet ja kutsukortit tehdään.

6 POHDINTA

6.1 Kehitettävät uudet palvelut

Haastatteluiden pohjalta syntyneet tulokset on käsitelty Finnas Palvelut Oy:n johtoryhmässä. Siellä tehtiin päätös siitä, että tässä vaiheessa yritys ottaa kaksi ehdotusta tarkempaan tarkasteluun. Nämä ideat olivat ruuanlaitto ja englanninkielen opetus, jotka nousivat esille molemmissa haastatteluryhmissä.

Ruuanlaittoa on asia mitä yritykseltä on asiakkaiden toimesta aikaisemminkin kysytty, mutta toistaiseksi yritys ei ole järjestänyt kyseistä palvelua. Koska tämän opinnäytetyön valossa kysyntää kyseiselle palvelu tuntuu olevan ja myös työntekijät ilmaisivat mielenkiintonsa ja osaamisensa asiasta, niin tämä palvelun tuotteistetaan. Tuotteistus on nyt testausvaiheessa ja sitä on tarjottu ja myös käyttöönotettu kahdella sopimussii-
vousedonasiakkaalla. Tällä hetkellä testausta on jatkunut kolme kuukautta siten, että sopimussii-
vousedonasiakkaan kanssa on sovittu yksi kerta kuukaudessa, jolloin siivooja tekee siivouksen yhteydessä myös ruuan ja kattaa pöydän valmiiksi. Finnas Palvelut Oy on ollut yhteydessä asiakkaisiin jokaisen ruuanlaittokerran jälkeen sähköpostilla tai puhelimitse pyytäen palautetta palvelukokemuksesta. Palaute on yhtä kertaa lukuun ottamatta ollut positiivista. Asiakkaat ovat kokeneet, että he saavat aivan luksuspalvelua, jota myös heidän ystävänsä ovat arvostaneet. Eräessä palautteessa asiakas kommentoi ”muuttuneensa menestyneemmäksi henkilöksi oman ystäväpiirinsä silmissä”.

Testausvaiheesta saadut positiiviset kokemukset tästä ruuanlaittopalvelusta asiakkailta ja työntekijöiltä rohkaisevat yritystä jatkamaan kokeilua. Yritys on tehnyt päätöksen siitä, että tämä palvelu tullaan ottamaan Finnas Palvelut Oy:n vuoden 2014 yhdeksi uudeksi strategiseksi palveluksi, jolla yrityksen johto uskoo tavoitteen kasvattaa Finnas Palvelut Oy:n palvelutarjoamaa asiakaslähtöisesti toteutuvan.

Toinen tarkempaan tarkasteluun päätyneet idea oli englanninkielen opetus. Tämä päätyi tarkasteluun, koska eräs haastateltava lupasi heti tilata kyseisen palvelun, mikäli sellainen on meidän kautta saatavilla. Toinen syy oli se, että kaksi haastattelussa ollutta yrityksen työntekijää omaa englanninkielen opetukseen sopivan koulutustaustan. Toinen näistä haastateltavista ilmaisi myös, että omaa kokemusta vastaavanlaisen palvelun järjestämisestä. Tämän idean kanssa yritys etenee siten, että työntekijää on pyydetty laati-

maan alustava suunnitelma, minkä avulla hän uskoo esikoululaisen oppivan englanninkielen alkeet ennen kuin perhe lähtee ulkomaankomennukselleen syksyllä 2014.

Haastatteluissa nousi näiden kahden testausvaiheeseen hyväksytyyn palvelun lisäksi myös iso joukko muita hyviä ajatuksia, joita on myös syytä pohtia uudelleen. Nämä muut ideat tullaan ottamaan huomioon Finnas Palvelut Oy:n seuraavassa henkilöstön kehityspäivässä, mikä järjestetään vuosittain keväällä. Tarkoitus on silloin pitää tämän opinnäytetyön tuloksena saatujen asiakkaiden ja henkilöstön ideoiden ympärille järjestettävä kilpailu, jossa tavoitteena on löytää näihin ideoihin toimivia palvelumalleja tai näkökulmia.

Finnas Palvelut Oy on saanut tämän opinnäytetyön kautta uutta tietoa siitä, mitä asiakkaat ja työntekijät miettivät. Yrityksen johto on todennut, että tämä opinnäytetyö on avannut silmiä ja osin vahvistanut myös mielikuvaa siitä, että yrityksen kannattaa etsiä kilpailuetua palvelutarjooman kehittämisen kautta. Yrityksen strategiaa pyritään nyt viemään voimakkaammin siniselle merelle nykyisen punaisen meren strategian sijaan. Näiden strategioiden eroja on kuvattu alla olevassa taulukossa.

TAULUKKO 4. Punaisen ja sinisen meren strategiat (Kim & Mauborgne 2006)

Punaisen meren strategia	Sinisen meren strategia
Kilpaillaan olemassa olevassa markkinatilassa	Luodaan aivan uusi markkinatila, jossa ei ole kilpailua
Peitotaan kilpailijat	Tehdään kilpailusta merkityksetöntä
Hyödynnetään olemassa olevaa kysyntää	Luodaan uutta kysyntää ja vallataan se itselle
Tehdään valinta arvon ja kustannusten välillä	Vapaudutaan arvon ja kustannusten välisestä valintatapakosta
Koordinoidaan koko toimintojärjestelmä varmistamaan valitun strategisen vaihtoehdon eli differoinnin tai pienten kustannusten saavuttaminen	Koordinoidaan koko toimintojärjestelmä varmistamaan differointi ja pienet kustannukset

Sinisen meren ja mahdollisen uuden arvoinnovaation löytämiseksi yritys Finnas Palvelut Oy pyrkii tulevaisuudessa luomaan oman sinisen meren hyödyntämällä Kim & Mauborgnen (2006, 43) sinisen meren luomisoppeja. Jotka on kuvattu seuraavalla sivulla taulukossa 5.

TAULUKKO 5. Sinisen meren strategian kuusi periaatetta (Kim & Mauborgne 2006)

Laadinnan periaatteet	Riski, jota kyseinen periaate vähentää
Markkinarajojen uudistaminen	Hakuriski
Kokonaiskuvaan keskittyminen	Suunnitteluriski
Nykyistä kysyntää laajemmalle kurkottaminen	Mittakaavariski
Strategien laadinnan etenemisjärjestys	Liiketoimintamallin riski
Toimeenpanon periaatteet	Riski, jota kyseinen periaate vähentää
Tärkeimpien organisatoristen esteiden voittaminen	Organisatorinen riski
Toteutuksen nivominen osaksi strategiaa	Johtamisriski

Kim & Mauborgne (2006) ovat laatineet sinisen meren strategiaa varten neljä kysymystä, joiden avulla on tarkoitus luoda uusi siniselle merelle vievä strategiaprofiili. Nämä neljä kysymystä ovat:

1. Mitkä toimialalla selviönä pidettävät tekijät tulisi *poistaa*?
2. Mitä tekijöitä tulisi *supistaa* selvästi alan normia vähäisemmiksi?
3. Mitä tekijöitä tulisi *korostaa* selvästi enemmän kuin alalla on totuttu?
4. Mitä sellaisia tekijöitä tulisi *luoda*, joita alalla ei ole koskaan tarjottu?

6.2 Jatkotoimenpidesuosituksat

Finnas palvelut Oy kokee tärkeäksi kehittää omaa palveluliiketoimintaansa kannattavasti ja asiakaslähtöisesti. Tässä opinnäytetyössä nousi esiin useita uusia palvelumahdollisuuksia, joiden kaupallisia mahdollisuuksia olisi syytä selvittää tarkemmin. Testivaiheessa olevat palvelut tulee tuotteistaa mahdollisimman helpoksi ostaa ja toteuttaa, jotta myynnin ja tarjonnan välille ei muodostu liian isoja esteitä. Kun tuotteistus on saatu valmiiksi, on syytä informoida uusista palveluista yrityksen työntekijöitä esimerkiksi yrityksen tiedotustilaisuudessa, jossa koko henkilöstö on yleensä paikalla. Tämän jälkeen uusia palveluita voi ruveta markkinoimaan laajemmin ja mikäli asiakkailta herää kysymyksiä, niin myös työntekijät ovat tietoisia asiasta ja voivat vastata kysymyksiin.

Jatkossa yrityksen on syytä miettiä, millä tavalla se voisi saada työntekijät miettimään ja ideoimaan uusia palvelumahdollisuuksia myös itsekseen. Tämän opinnäytetyön jälkeen ideoita on tullut myös jälkeensä, josta yritys on kiitollinen. Yrityksen johdon on syytä miettiä keinoja näiden ideoiden kanavoimiseksi ja myös toteutuskelpoisten ideoiden palkitsemiseen. Kanavointia varten yritys voisi avata esimerkiksi sähköpostiosoitteen, jonne ideat olisi helppo kirjata. Tämän ideoinnin ympärille voisi järjestää myös kilpailun, jossa eniten ideoita tuottanut työntekijä palkitaan joko raha tai vaikka tuotelahjalla. Tämä voisi toimia kannustimena ja motivaation lähteenä ideoiden kirjaamiseen ja lähettämiseen.

Tämä opinnäytetyön haastattelut toteutettiin kuluttaja-asiakkaille, joten seuraavaksi voisi olla luontevaa toteuttaa samankaltainen haastattelu yrityksen toiselle asiakasryhmälle eli yritysasiakkaille. Siellä piilee varmasti myös sellaisia palvelumahdollisuuksia, jotka voisivat sopia Finnas Palvelut Oy:n palvelutarjoamaan.

LÄHTEET

Bennett, M. M. 1996. Marketing tourism products: concepts, issues, cases.

Kim, W & Mauborgne, R 2006. Sinisen meren strategia.

Eskola, J. & Suoranta, J. 2000. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.

Grönroos, C. 2000. Nyt kilpaillaan palveluilla. 5. painos. Porvoo: WSOY.

Grönroos, C. 2001. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. Porvoo: WSOY.

Heikkilä, T. 2001. Tilastollinen tutkimus. 3.painos. Helsinki: Oy Edita Ab.

Hirsjärvi, S & Hurme, H. 2001. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki. Yliopistopaino.

Hirsjärvi, S., Remes, I. & Sajavaara, P. 2000. Tutki ja kirjoita. 6. uud. laitos. Tampere: Kirjayhtymä.

Jaakkola, E., Orava, M. & Varjonen, V. 2009. Palvelujen tuotteistamisesta kilpailuetua: opas yrityksille. [Verkkajulkaisu]. 4. painos.

Järvelin, K., Kvist, H-H., Kähäri, P. & Räikkönen, J. 1992. Palveluyrityksen laadun kehittäminen. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Kansanen, A. & Väistö, R. 1994. Palvelu puhuttaa. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Kaplan R. & Norton D. 2004. Strategiakartat. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J. & Wong, V. 1999a. Principles of marketing. 2. painos. Lontoo: Prentice-Hall Europe.

Kotler, P., Bowen, J. & Makens, J. 1999b. Marketing for hospitality and tourism. 2. painos. Lontoo: Prentice-Hall International Inc.

Kuusela, H. 2000. Markkinoinnin haaste. Näkymätön näkyväksi. Helsinki: WSOY.

Lecklin, O. 2002. Laatu yrityksen menestystekijänä. 4. painos. Helsinki: Kauppakaari.

Lehtinen, U. & Lehtinen, J. R. 1991. Two approaches to service quality dimensions. Service industry journal 11 (3), 287-303.

Lämsä, A-M. 2003. Työyhteisö laatua luomassa. Teoksessa: Kauppi, A. & Huttula, T. 2003. Laatua ammattikorkeakouluihin. Korkeakoulujen arviointineuvoston julkaisuja 7:2003. Helsinki: Oyj Edita Abp, 96-108.

- Lämsä, A-M. & Uusitalo, O. 2002. Palveluiden markkinointi esimiestyön haasteena. 2. painos. Helsinki: Edita.
- Melin, T & Linnakko, E. 2003. Tuotteistuksen ja kustannuslaskennan hyvät käytännöt kuntien sosiaali- ja perusterveydenhuollossa. Helsinki: Suomen Kuntaliitto.
- Merriam, S. B. 1998. Qualitative Research and Case Study Applications in Education. San Francisco (Calif.): Jossey-Bass, cop.
- Mustonen, S. 2005. Siivouspalvelun kustannuksiin vaikuttavat tekijät. Teoksessa Heikkilä T, (toim.). Siivoustyön käsikirja. 18. uudistettu painos. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Palvelualojen toimialakatsaus II/2007. 28.9.2007. Fokus: Pienet yritykset siivousalan kasvun takana. [Verkkosivu]. Helsinki: Tilastokeskus. [Viitattu 22.8.2013]. Saatavana: http://www.stat.fi/artikkelit/2007/art_2007-09-28_004.html?s=5
- Palvelut 2020 –Osaaminen kansainvälisessä palveluyhteiskunnassa. 18.10.2006. [Verkkojulkaisu]. Elinkeinoelämän keskusliitto EK. [Viitattu 25.8.2013]. Saatavana: http://www.ek.fi/ek_suomeksi/ajankohtaista/tutkimukset_ja_julkaisut/ek_julkaisuarkisto/2006/18_10_2006_Palvelut2020_loppuraportti.pdf
- Parantainen, J. 2007. Tuotteistaminen: rakenna palvelusta tuote 10 päivässä. Hämeenlinna: Talentum Media Oy.
- Pesonen, H-L. 1999. Peruspaketti palveluista ja niiden markkinoinnista.
- Rissanen, T. 2005. Yrittäjän käsikirja 2005: hyvällä palvelulla kannattavuutta ja kilpailukykyä. Vaasa: Kustannusyhtiö Pohjantähti Polestar Ltd.
- Rissanen, T. 2006. Hyvän palvelun kehittäminen. Vaasa: Kustannusyhtiö Pohjantähti Polestar Ltd.
- Sipilä, J. 1996. Asiantuntijapalvelujen tuotteistaminen. Ekonomiasarja. Porvoo: WSOY. Isto Vanhamäki Blogi: [Verkkojulkaisu] Toimiiko homma jos yrityksen strategia ja arvot eivät näy palvelussa? [Viitattu 27.9.2013]
- Thwaites, D. 1999. Closing the gaps: service quality in sport tourism. Journal of services marketing 13 (6), 500-516.
- Tuomi, J. & Sarajarvi, A. 2002. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.
- Tuominen, C. & Lillrank, P. 2000. Laatukäsitykset suomalaisissa yrityksissä. Kauppaja.
- Valtiotieteen tutkimuslaitos 2011 Kotitalouspalveluiden verovähennykset Suomessa ja Ruotsissa.
- Veronmaksajat Ry Kotitalousvähennys.[Viitattu 29.9.2013]
<http://www.veronmaksajat.fi/omatveroasiat/kotitalousvahennys/>
- Ylikoski, T. 1999. Unohtuiko asiakas? 2. painos. Keuruu: Otava.

Zeithaml, V. A. & Bitner, M. J. 1996. Services marketing. New York: McGraw-Hill.

