

Oulun teknisen liikelaitoksen keskusvaraston palvelun laatu

Antti Kokko

Kaupan ja kulttuurin toimialan opinnäytetyö
Liiketalouden koulutusohjelma
Tradenomi (AMK)

KEMI 2013

TIIVISTELMÄ

KEMI-TORNION AMMATTIKORKEAKOULU, Liiketalous

Koulutusohjelma:	Liiketaloudenkoulutusohjelma
Opinnäytetyön tekijä:	Antti Kokko
Opinnäytetyön nimi:	Oulun teknisen liikelaitoksen keskusvaraston palvelun laatu
Sivuja (joista liitesivuja):	62 (14)
Päiväys:	7.11.2013
Opinnäytetyön ohjaaja:	Kirsti Ketola
<p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tutkia Oulun teknisen liikelaitoksen keskusvaraston palvelun laatua asiakasnäkökulmasta. Tutkimuksessa selvitetään, kuinka tyytyväisiä keskusvaraston uudet asiakkaat ovat olleet uuden tavaran toimittajan palveluun.</p> <p>Tutkimuksen teoriaosassa on käsitelty aiheeseen liittyvää palvelua, palvelun laatua, logistiikkapalveluita sekä varastointia. Opinnäytetyössä on käytetty tutkimusmenetelmänä kvantitatiivista tutkimusmenetelmää. Työn empiirinen osa koostuu asiakastyytyväisyyskyselystä, jossa Oulun teknisen liikelaitoksen keskusvaraston uudet asiakkaat arvioivat keskusvaraston palvelua. Tutkimuksen aineisto kerättiin asiakastyytyväisyyskyselyllä, joka suoritettiin sähköistä ZEF-arviointikonetta käyttäen. Kyseeseen vastasi 71 keskusvaraston asiakasta.</p> <p>Oulun teknisen liikelaitoksen keskusvaraston palveluun vastaajat olivat tyytyväisiä. Keskusvaraston palvelun ammattimaisuudesta asiakkaat olivat yli 90-prosenttisesti täysin tai osittain samaa mieltä. Vastaajat katsoivat keskusvaraston heikoimmaksi kohdaksi Internet tilausjärjestelmän. Parannusehdotukset koskivat pääosin Internet-tilausjärjestelmää. Tuotteiden hakeminen Internet-sivustolta haluttiin muun muassa helpommaksi.</p>	
Asiasanat: Asiakastyytyväisyys, palvelu, palvelun laatu, varasto,	

ABSTRACT

KEMI-TORNIO UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES, Business

Degree programme:	Business Management, Logistics
Author:	Antti Kokko
Thesis title:	Quality of service of the central warehouse of Oulu technical public utility
Pages (of which appendixes):	62 (14)
Date:	7 November 2013
Thesis instructor:	Kirsti Ketola
<p>The objective of this thesis is to study the quality of service of the central warehouse of Oulu technical public utility from customer's point of view. This thesis studies how satisfied the new customers of the central warehouse have been with the new supplier's service.</p> <p>In the theoretical part, the topics dealt with are the concepts of service, service quality, logistics services, and warehousing. The study draws from the quantitative research method. The empirical part of the thesis comprises a customer satisfaction survey, where new customers of the Oulu technical public utility of the central warehouse assessed the warehouse's service. The data for the thesis was collected by a customer satisfaction survey which was carried out with the ZEF evaluation engine. I received 71 responses from the central warehouse's customers.</p> <p>The respondents were satisfied with the central warehouse's quality of service. Regarding the issue of the professionalism of the service, more than 90 % of the responding customers agreed either completely or partly with the claim that "Service is professional". According to the responding customers, the weakest section of the central warehouse is the Internet ordering system. Suggestions for development were mainly related to the Internet ordering system. Customers suggested that searching the products from the warehouse's website should be made easier than it is at present.</p>	
Keywords: Customer satisfaction, service, quality of service, warehouse,	

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ.....	2
ABSTRACT	3
SISÄLLYS	4
1.1 Tutkimuksen tavoitteet ja rajaus	6
1.2 Tutkimusmenetelmä	7
1.3 Toimeksiantajan esittely	7
1.4 Kuntaliitos.....	10
2 VARASTOPALVELUT	12
2.1 Palvelun laatu.....	14
2.2 Palvelukyky	15
2.3 Asiakastyytyväisyys	17
2.4 Logistiikkapalvelut.....	18
2.5 Varastointi logistisessa ketjussa.....	18
2.5.1 Keräily	19
2.5.2 Pakkaaminen	20
2.5.3 Jakelu	20
2.5.4 Internet-ostaminen	21
3 TUTKIMUKSEN TULOKSET.....	22
3.1 Vastaajien perustiedot	23
3.2 Asiakassuhteen alku	25
3.3 Tilaaminen keskusvarastolta ja sähköinen tilausjärjestelmä	26
3.3.1 Sähköinen tilausjärjestelmä.....	30
3.4 Tavarantoimitus	32
3.5 Keräilyvirheet	33
3.6 Jälkitoimitus.....	35
3.7 Reklamaatioiden käsittely.....	37
3.8 Keskusvaraston palvelu	38
3.9 Parannusehdotukset.....	40
4 JOHTOPÄÄTÖKSET	42
LÄHTEET	46
LIITTEET.....	48

1 JOHDANTO

Oulun alueen historiassa 1.1.2013 oli merkittävä päivämäärä, sillä tuolloin Oulusta tuli kuntaliitoksen myötä virallisesti Suomen viidenneksi suurin kaupunki. Kuntaliitoksessa Oulun kanssa yhdistyivät Haukipudas, Kiiminki, Oulunsalo sekä Yli-Ii, ja uusi kunta sai nimekseen Oulu. Monikuntaliitoksesta päätettiin Oulussa ilman äänestystä, jonka lisäksi myös Yli-Iissä valtuuston ei tarvinnut käyttää äänestystä kuntaliitoksesta päätettäessä. Oulunsalossa tilanne oli toinen, sillä siellä kunnanvaltuusto joutui käyttämään äänestystä tehtäessä päätöstä, jonka tulos oli, että 19 ääntä oli kuntaliitoksen puolesta ja 16 ääntä vastaan. Kiimingissä äänestys oli huomattavasti selvempi, sillä päätös liittyä uuteen Ouluun meni läpi äänin 24–11. Muihin kuntiin verrattuna Haukiputaalla yhdistymisestä keskusteltiin pisimpään, vaikkakin äänestys meni siellä selkein luvuin kuntaliitosta kannattavien hyväksi 26–17. (Tietoa uudesta Oulusta, hakupäivä 11.4.2013; Uusi Oulu syntyi äänestysten jälkeen, hakupäivä 14.4.2013.)

Oulun teknisen liikelaitoksen (TEKLI) keskusvarastolle kuntaliitos tarkoitti uusien asiakkaiden tuloa liittyvistä kunnista. Muutosprosessissa keskusvaraston täytyi esitellä osto- ja palvelutoimintansa uusille asiakkaille. Osto- ja palvelutoiminnalla keskusvaraston tapauksessa tarkoitetaan sitä, kuinka varastolta tavaran tilaaminen ja toimitus tapahtuvat. Liitoskunnissa oli myös sellaisia asiakkaita, jotka olivat jo entuudestaan tuttuja keskusvarastolle, kuten Kiimingin sosiaali- ja terveystoimen asiakkaat, sillä he olivat olleet jo keskusvaraston ulkoisina asiakkaina. Keskusvaraston kiiminkiläisten asiakkaiden tapauksessa oli kuitenkin myös kyse muutoksesta, sillä kuntaliitosprosessissa heistä tuli keskusvaraston sisäisiä asiakkaita. Keskusvaraston logististen toimintojen pohtiminen oli myös tärkeätä, sillä toimitukset tapahtuvat jatkossa entistä kauemmaksi Oulua.

Ennen uuden Oulun yhdentymistä eri hallintokuntien välillä käytiin neuvotteluja palvelujen järjestämisestä sekä niiden toteuttamisesta. Neuvottelujen tarkoituksena oli taata, että yhdistyvien kuntien alueiden asukkailla on mahdollisuus peruspalveluihin uudessa Oulussa. Logististen palveluiden järjestäminen koko uuden Oulun alueelle toi muutoksia TEKLIlle. Merkittävin muutosprosessi oli logististen palveluiden sulautuminen Oulun palvelumalliin. (Vuosikertomus 2012, hakupäivä 31.5.2013.) Logististen palveluiden sulautumiseen voidaan laskea esimerkiksi uusien asiakkaiden sulautuminen keskusvaraston palvelumalliin. Haukiputaan kunnan asiakkaat tilasivat esimerkiksi tavarat

ennen oman kuntansa varastolta, jossa he olivat tottuneet jopa päivittäisiin tavarantoimitukseen. Keskusvaraston toimintatapana on, että toimituskohteilla on toimituspäivät, jolloin toimitukset tulevat minimissään kerran viikossa asiakkaalle. Toimituskohteiden jakaminen toimituspäiviin johtuu kohteiden maantieteellisestä sijainnista. Haukiputaan asiakkaat joutuivat kuntaliitoksen myötä tottumaan uudenlaiseen toimintatapaan.

TEKLIn vuonna 2012 tekemässä asiakastyytyväisyyskyselyssä liikelaitoksen saama palaute ylitti sen asettamat omat odotukset. Liikelaitos miellettiin palveluntuottajaksi, joka asiakasta kuuntelemalla pyrkii palvelemaan sitä. Kyselyssä liikelaitoksen laatutaso ja tulokset olivat asiakkaiden mielestä luotettavampia kuin sen kilpailijoidensa. (Mykänen, hakupäivä 31.5.2013.) TEKLIn keskusvarasto on vuonna 2009 tehnyt asiakaskyselyn avoimien ovien yhteydessä asiakkaille, mutta se on ollut hyvin suppea ja siinä on kysytty lähinnä keskusvarastolta tilaamista. Vuoden 2009 kyselyssä oli neljä suljettua kysymystä sekä vapaakenttäalue.

Kunnallinen liikelaitos on palveluiden tuottajaorganisaatio, joka on yleisnimitys kolmelle eri liikelaitostyypille. Liikelaitostyypit jaetaan kunnan liikelaitokseen, kuntayhtymän liikelaitokseen ja liikelaitosyhtymään. Kunnallisen liikelaitoksen tehtävien on oltava kunnan toimialaan liittyviä. Liikelaitoksen toiminta on tarkoitettu ennen kaikkea kunnallisten palveluiden tuottajaksi. Vesihuoltolaitokset ovat tyypillisiä esimerkkejä kunnallisista liikelaitoksista. (Mikä on kunnallinen liikelaitos, hakupäivä 31.5.2013; Kunnallinen liikelaitos, hakupäivä 30.5.2013.)

1.1 Tutkimuksen tavoitteet ja rajaus

Tässä tutkimuksessa on tavoitteena tutkia TEKLIn keskusvaraston palvelun laatua kuntaliitosprosessissa. Keskusvaraston palvelun laatu saadaan selville tekemällä keskusvaraston kuntaliitoksessa tulleille uusille asiakkaille tyytyväisyyskysely. Palvelun laadun lisäksi kysely antaa palautetta keskusvaraston työntekijöille siitä, kuinka he ovat onnistuneet työssään asiakkaan näkökulmasta. Uusille asiakkaille suunnatulla kyselyllä halutaan ennen kaikkea selvittää se, kuinka tyytyväisiä he ovat olleet uuden tavarantoimittajan palveluun. Tämä tutkimus antaa keskusvarastolle avaimet kehittää sen asiakaslähtöistä toimintaa.

1.2 Tutkimusmenetelmä

Tutkimus toteutetaan kvantitatiivisena tutkimusmenetelmänä. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa on keskeistä, että tutkimukselle valitaan koehenkilöt, määritellään perusjoukko eli kenelle kysely toteutetaan, ja otetaan siitä perusjoukosta otos. Otos on pienoiskuva tutkittavasta perusjoukosta, johon päädytään tai joudutaan, jos tiedot halutaan nopeasti tai koko perusjoukon tutkiminen maksaisi liian paljon (Heikkilä 1998, 33; Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 136.) Tutkimusmenetelmän valintaan vaikutti se, että tutkimuksessa on tavoitteena kerätä tieto kohdejoukolta, jolloin kvalitatiivinen tutkimus ei olisi tullut kysymykseen.

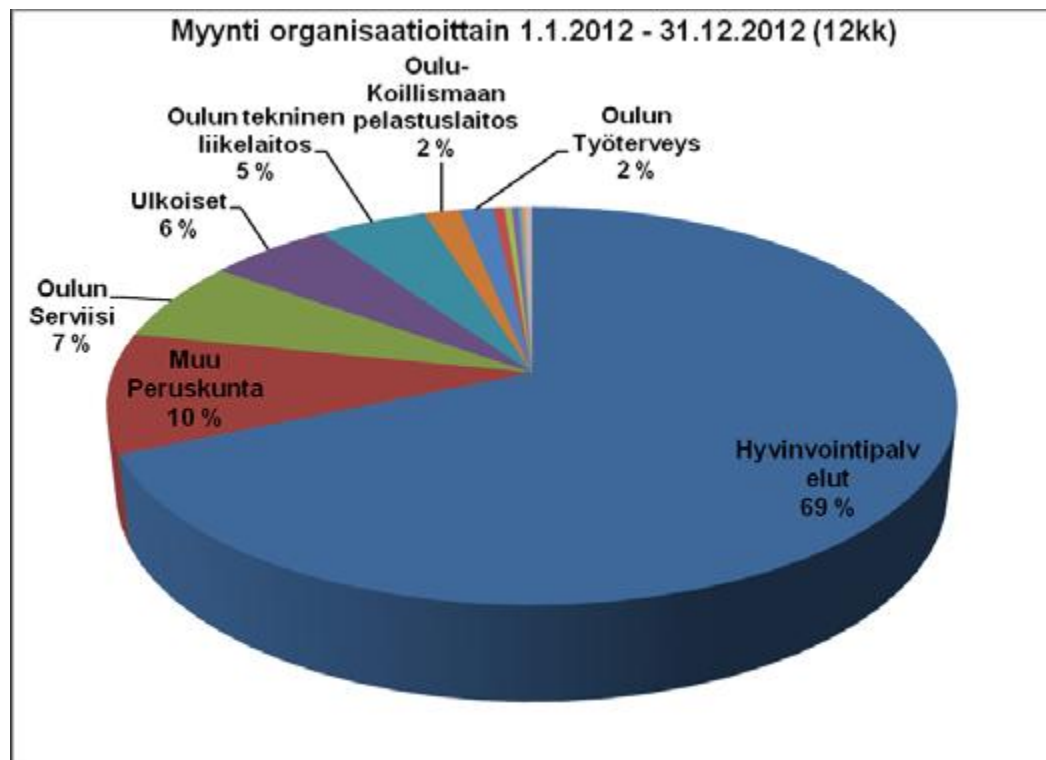
Otantamenetelmänä tässä tutkimuksessa käytetään ryväotantaa eli klusteriotantaa. Perusjoukko ryväotannassa muodostuu luonnollisista ryhmistä, kuten kotitalouksista, yrityksistä tai koululuokista. Ryväotannassa ensiksi tehdään otanta havaintoyksikköjä suuremmista kokonaisuuksista, jonka jälkeen kokonaisuuksista valitaan varsinaiseen otokseen tulevat havaintoyksiköt (Heikkilä 1998, 36, 40; Otos ja otantamenetelmät, hakupäivä 15.7.2013.)

Tutkimuksen aineistoa kerätään asiakkaille lähetettävillä sähköpostikyselyillä. Sähköinen kysely sopii sellaisen joukon tutkimiseen, jossa jokaisella tutkittavalla on mahdollisuus Internetin käyttöön. Internetin kautta tehtävissä kyselyissä vastaukset saadaan siirrettyä vastaajilta suoraan tilasto-ohjelmaan. Kysely toteutetaan Oulun teknisen liikelaitoksen käytössä olevalla ZEF-arviointikoneella. ZEF-arviointikone on kyselytyökalu, jonka avulla palautteiden keruu ja raporttien teko on vaivatonta. Joukon koolla ei ole väliä, sillä arviointikone kerää palautteen sekä isolta että pieneltä joukolta ja laskee kyselijän puolesta raportin. ZEF-arviointikone säästää kyselijän aikaa Excel-raportointien ja esitysten tekemisen suhteen, sillä ohjelma tulostaa tulokset valmiiksi raportoituna kyselijälle (Heikkilä 1998, 18, 69; ZEF Arviointikone, hakupäivä 12.06.2013.) Kyselylomakkeista saatujen tulosten perusteella tulokset tullaan analysoimaan.

1.3 Toimeksiantajan esittely

TEKLI on infra-, kiinteistö- ja logistiikkapalveluita tuottava Oulun kaupungin sisäinen liikelaitos. Palvelualojen sisällä on vielä eri yksiköitä. Esimerkiksi logistiikkapalvelut koostuvat logistiikkayksikön keskusvaraston palveluista, kuljetuspalveluista sekä koneyksikön tuottamista eri palveluista. Liikevaihto TEKLI:ssä vuonna 2012 oli 62.5 miljoonaa euroa, ja se työllistää vakituisesti 573 työntekijää. (Esittely, hakupäivä 24.2.2013; Logistiikkapalvelut, hakupäivä 24.2.2013.)

TEKLI:n keskusvarasto sijaitsee Oulun Maikkulassa, josta se palvelee uuden Oulun hallintokuntia, liikelaitoksia sekä muutamia säätiöitä. Keskusvaraston suurin asiakaskunta myynniltään on hyvinvointipalvelut (kuvio 1). Varastolla työskentelee 12 henkilöä, jotka ostavat, vastaanottavat, keräävät sekä toimittavat tavaraa. Keskusvaraston tuotevalikoima koostuu pesuaineista ja -tarvikkeista, sairaanhoito- ja laboratoriotarvikkeista, työ- ja suojavaatteista, suojajalkineista ja paljon muusta. Varaston n. 2300 varastonimikkeestä peräti n. 1200 nimikettä on tilaustuotteita. Tavarantoimitus on jaoteltu jakelupäiviin, jolloin toimitukset saapuvat asiakkaille minimissään kerran viikossa. (Kekkonen 2013, hakupäivä 24.5.2013; Jämsä 25.5.2013, haastattelu.)



Kuvio 1. Oulun teknisen liikelaitoksen keskusvaraston myynti organisaatioittain vuonna 2012 (Kekkonen 2013, hakupäivä 24.5.2013.)

Suomessa valtion ja kuntien viranomaisten sekä muiden hankintayksiköiden on kilpailutettava hankintansa Julkisen hankinnan lain (348/2007 1:1. §) edellyttämällä tavalla. Lain tarkoituksena on parantaa julkisten varojen käyttöä, edistää laadukkaiden hankintojen tekemistä sekä mahdollistaa yritysten ja muiden yhteisöjen tasapuolista tarjontaa tavaroissa, palveluissa ja rakennusurakoissa julkisten hankintojen tarjouskilpailuissa (Laki julkisista hankinnoista 348/2007 1:1. §.)

Keskusvaraston tuotevalikoima perustuu Oulun kaupungin ja Pohjois-Pohjanmaan sairaanhoitopiirin yhteiseen kilpailutukseen. Tuotteet kilpailutetaan kausihankinnoittain, jolloin tuotteita jää välillä pois valikoimasta ja uusia kilpailutettuja uutuuksia tulee vanhojen tuotteiden tilalle. (Jämsä 25.5.2013, haastattelu.)

Tiedonkulkua varaston ja asiakkaiden välillä helpottaa toiminnanohjausjärjestelmä MS Dynamics AX. Ohjelman reaaliaikaisuus materiaalihankintojen optimoinnissa tehostaa varaston kiertoa, jolloin tavaraa on varmasti asiakkaan saatavilla. Microsoft Dynamics ERP on Microsoftin tuoteperheeseen kuuluva toiminnanohjausjärjestelmä, joka soveltuu hyvin talous- ja henkilöstöhallinnon, projekti- ja toimitusketjun johtamisen sekä liiketoimintajohdon toiminnan perustukseksi. Microsoft Dynamics AX on suurille ja keskisuurille yrityksille suunnattu ERP-ratkaisu. ERP AX kattaa viisi eri toimialaa sekä toiminnallisuudet talouden, henkilöstön ja toimintojen johtamiseen. (Kekkonen 2013, hakupäivä 24.5.2013; Microsoft Dynamics ERP, hakupäivä 25.6.2013.)

Varastolta tilaaminen tapahtuu ennen kaikkea sähköisesti web-pohjaisella MS Dynamics AX EP -tilausjärjestelmällä tai Oulun kaupungin hankintapalvelun omistamalla OSTA -järjestelmällä. MS Dynamics AX EP -tilausjärjestelmältä tilattaessa yleisnäkyvä (kuvio 2) on hyvin pitkälti samanlainen kuin normaalissa Internet-kaupassa. OSTA -järjestelmä on Baswaren Purchase ratkaisu, joka automatisoi hankintaprosessia sekä lisää yhteistyötä organisaation sisällä sekä toimittajien kanssa. Asiakas voi myös tehdä tilauksen satunnaisesti sähköpostilla, puhelimella, faksilla tai asioimalla paikanpäällä keskusvarastolla. Nykyaikainen Internet-ostaminen on saanut positiivista palautetta asiakkailta, etenkin kun tuotteista on ollut kuvia. Vuonna 2012 asiakastilauksia tehtiin MS Dynamics AX EP -tilausjärjestelmällä 16920 kappaletta ja OSTA -järjestelmällä 1780, sekä n. 36 % muilla tilausmenetelmillä. (Kekkonen 2013, hakupäivä 24.5.2013; Helpokäyttöinen hankintajärjestelmä tuo enemmän säästöjä, hakupäivä 21.10.2013.)

Nimike	Hinnat
Nimiketunnus: 1050105	Yksikkö: kpl
Nimikkeen nimi: Tussi paksu 1-2mm pyöreäkärki pun	Luettelohinta: 0,1714

Varasto Logistiikkayksikkö

Lisää koriinMäärä: **Rivin laskentatunnisteet**

Organisaatio:	260	
Kirjanpito:	4600	...
Kalry / Inve:	<input type="text"/>	...
Kustannuspaikka:	6095	...
Vastapuoli:		
Toiminto:	<input type="text"/>	...
Projekti:	<input type="text"/>	...
Littera / Tunn. 1::	<input type="text"/>	...
Kohde / Tunn. 2:	<input type="text"/>	...
Tunn. 3:	<input type="text"/>	...
Tunn. 4:	53	...

Tilauksrivin teksti:

Kuvio 2. MS Dynamics AX EP – tilausjärjestelmän tuotteen oston yleisnäkymä (EP - tilausjärjestelmä)

TEKLIn keskusvarasto on ulkoistanut jakelun Oulun Pienkuljetus Oy:lle, joka jakelee toimitukset asiakkaille kuorma-autolla ja pakettiautolla. Jakelukohteet on jaettu eri päiville, esimerkiksi Oulun kaupungin sairaalan tuotteet toimitetaan maanantaisin, Haukiputaalle menevät tavarat toimitetaan tiistaisin ja torstaisin. Kuljetuksesta Haukiputaalle, Oulunsaloon ja Yli-Iihin vastasi ennen varaston oma logistiikkatyöntekijä liikelaitoksen pakettiautolla, mutta Pienkuljetus hoitaa tämänkin jakelun tänä päivänä. (Jämsä 25.5.2013, haastattelu.)

1.4 Kuntaliitos

Kuntaliitos on joko kahden kunnan välinen tai usean kunnan samaan aikaan tapahtuva muutos. Usean kunnan samaan aikaan tapahtuvasta liitoksesta puhuttaessa puhutaan monikuntaliitoksesta. Kuntien väliset rajat poistetaan kuntaliitoksessa ja ne yhdistyvät hallinnollisesti ja maantieteellisesti samaksi kunnaksi. (Kuntaliitokset, hakupäivä 12.4.2013.)

Kunnat ajautuvat kuntaliitokseen usein siitä syystä, että ne pyrkivät tavoittelemaan parempaa tuottavuutta tulevaisuudessa yhtenä kuntana. Yhdistymisestä koituvat hyödyt eivät tule usein heti näkyville, vaan strategisella kuntaliitoksella halutaan tavoitella alueen elinvoimaisuuden ja kilpailukyvyn kehittämistä mahdollistavia vaikutuksia tulevaisuudessa. (Kuntaliitokset, hakupäivä 12.4.2013.)

Kuntaliitosten tavoitteet vaihtelevat sen mukaan missä päin Suomea liitos toteutetaan. Kuntaliitoksen pohtiminen suurissa kaupunkiseuduissa lähtee siitä, ovatko kuntarajat tarpeellisia, kun kuntalaiset käyttävät erilaisia palveluita lähikuntien alueella. Tuolloin tulee miettiä, onko kuntarajoista ennemminkin hyötyä kuin haittaa. Pienissä maaseutukunnissa kuntaliitoksilla halutaan taata parempi mahdollisuus mahdollistaa ja rahoittaa kunnan lakisääteiset palvelut. Etäisyydet ovat usein maaseudulla pitkiä, joten kuntaliitosta mietittäessä tulee pohtia, voidaanko lakisääteiset palvelut järjestää myös liitoksen jälkeen. Pelkillä rajojen poistamisella ei vielä saavuteta mitään, vaan edellytykset liitoksen hyödyntämiselle vaativat toiminnan uudistamista kunnissa. (Kuntaliitokset, hakupäivä 12.4.2013.)

Kuntayhdistymisen päämääränä tavoitellaan elinvoimaisuuden kasvua, joka on nähtävissä mm. työllisyyden kasvulla, elinkeinoelämän vilkastumisena, yhteisten voimavarojen tehokkaampana käyttönä sekä palvelujen turvaamisena yhteisesti (Ala-Siuru & Ojala & Lehtonen 2013, hakupäivä 24.5.2013).

2 VARASTOPALVELUT

Palvelu käsitettä määriteltäessä, sille ominaista on, että omistusoikeutta ei siirry asiakkaalle palvelua tuottaessa samalla tavalla kuin hyödykkeen vaihtaessa omistajaa kauppatahtumassa. Palvelun tuottaminen ja kuluttaminen tapahtuvat samaan aikaan, kun se asiakkaalle tarjotaan. Palvelutyyppejä on olemassa erilaisia, ja ne vaihtelevat sen mukaan minkälaisesta palvelusta on kyse, esimerkiksi parturipalvelujen ja lääkäripalvelujen asiakkailla on erilaiset tarpeet palveluista. (Kannisto & Kannisto 2008, 6.)

Varastoimisen tarkoituksena yhdessä muun toimintojen kanssa on tuottaa lisäarvoa asiakkaalle. Mikäli asiakas mieltää, että hän maksaa varastoinnista aiheutuvat kustannukset, hän ei myöskään koe saavansa lisäarvoa varastopalveluista. Yrityksen kannalta tulisi olla sellaisessa tilanteessa, jossa molemmat osapuolet näkevät varastoimisen tarpeelliseksi ja sopivat tavarantoimittajan hoitavan varastoimisen asiakkaiden puolesta. Tällaisessa tilanteessa myyjä voi saada tuottoa varastoimispalvelulleen ja asiakkaatkin hyötyvät tästä, vaikka maksavat varastointipalveluista. (Sakki 2001, 87.)

Henkilöstö on tärkeässä asemassa yrityksen kannalta, sillä se kohtaa asiakkaan tuotteen tai palvelun myynnin yhteydessä. Kyseistä kanssakäymistä kutsutaan asiakaspalveluksi, jossa on tärkeitä toimia samojen sääntöjen mukaan kuin muussakin kanssakäymisissä ihmisten välillä. Asiakkaan kohtaava henkilö joka työskentelee yrityksessä tai julkishallinnossa kutsutaan asiakaspalvelijaksi. Henkilöt, jotka työskentelevät asiakaspalvelussa, myynnissä tai käyttötuen osastolla, ovat asiakaspalvelijoita. Yrityksen tulee huolehtia, että sen palvelu on asiakaslähtöistä, sillä vaikka yrityksessä tehtäisiin kuinka erinomaista työtä, ja asiakas näkee yrityksessä vain huonon palvelun, muuttuu asiakkaan käsitys yrityksestä huonon palvelun johdosta. (Kannisto & Kannisto 2008, 6-7, 104.)

Palvelutapahtuman onnistuminen riippuu ennen kaikkea asiakkaan kokemuksesta tapahtumasta. Asiakkaan arviointiin vaikuttaa usein palvelukokemus, odotukset ja käytännön havainnot palvelusta sen aikana. Palvelun tuottajalla on yleensä erilaisempi näkemys palvelutapahtuman onnistumisesta kuin asiakkaalla. Palveluntuottaja arvioi taas tapahtumaa omien kriteeriensä mukaisesti, joita ovat usein tapahtumaan käytetty panos ja voimavarat. Asiakkaan kokemus unohdetaan omassa arvioinnissa tyystin. (Rissanen 2005, 17.)

Puhelimessa palveleminen ei eroa juurikaan muusta palvelutoiminnasta, sillä siihen pätevät samat säännöt kuin muuhunkin palveluun. Palvelija saa puheeseensa iloisuutta hymyilemällä, kuten kasvokkain tapahtuvassa palvelussa. Asiakkaan moittiessa on tärkeätä, että asiakaspalvelija ottaa moitteet selittelemättä vastaan sekä osoittaa ymmärtävänsä ongelman. Joskus asiakas saattaa haluta vain pyytää puhelimessa jotain tietoa, jolloin se on tilaisuus yrityksen työntekijälle kysyä asiakkaalta, kuinka yritys on onnistunut palvelemaan asiakasta. (Lundberg 2002, 61.)

Palvelutapahtumassa asiakkaan kanssa on tärkeätä, että asiat hoidetaan viipymättä ja että asiakas on tyytyväinen palvelun tai tuotteen laatuun. Myöhässä oleva toimitus tai väärä tuote on merkki siitä, että joku ketjun osa on mennyt pahasti väärin. Ongelmat johtuvat siitä, että useat eri ammatti-ihmiset työskentelevät toimitusten yhteydessä. Asiakaspalvelun puutteet ovat merkki siitä, että ammatti-ihmisten toiminnat ei ole linkitetty riittävästi toisiinsa. (Sakki 2001, 19.)

Yritys voi sanoa toimintaansa laadukkaaksi, kun asiakas on tyytyväinen saamiinsa tuotteisiin. Virheetön tuote ja sisäinen tehokas toiminta eivät takaa yrityksen korkeaa laatua, vaan edellytyksenä on asiakkaan näkemys. Laadusta on tullut kilpailukyvyn ja asiakas-suuntautuneisuuden symboli. Ennen tarkasteltiin pelkästään tuotteen laatua, mutta ajan muuttuessa on siirrytty seuraamaan myös asiakkaan kokemusta tuotteesta sekä tuotteesta liittyvästä palvelusta saamaa arvoa. (Lecklin 2002, 18; Sakki 2001, 164.)

Asiakkailla on yrityksen tuotteista tietynlaiset odotukset. Aiemmat kokemukset, asiakkaiden tarpeet, yrityksen imago ja kilpailevat toimittajat vaikuttavat heidän odotuksiinsa. Pyrkiessään asiakastyytyväisyyteen yritys tulisi kyetä täyttämään tai ylittämään asiakkaiden odotukset. Ensikohtaaminen asiakkaan ja yrityksen välillä on totuuden hetki, joka määrittää yhteistyösuhteen jatkossa. Hienojen teknisten tuotteiden valmistaja on myös suunniteltava ja valmistettava asiakaskontaktinsa hoitaminen, koska erinomainenkaan tuote ei myy itseään, vaan siihen tarvitaan ammattitaitoisen henkilöstön panos. (Lecklin 2002, 102–105.)

2.1 Palvelun laatu

Nyrkkisääntö kannattavassa liiketoiminnassa on, että asiakkaat ovat tyytyväisiä. Asiakas odottaa, että tuote ja palvelu ovat sen odotuksen mukaisia, joka mahdollistaa asiakassuhteen pitkän kestämissen. Palvelun laatua on usein hankalampi pitää yllä kuin tuotteen, koska tuotteen laadussa ja aineettomassa palvelun laadussa korostuvat eri asiat. Oikealla laadulla ei tarkoiteta sitä, että laadun täytyisi olla parasta mahdollista vaan riittävää. Laatu on riittävää silloin, kun asiakastyytyväisyys on korkeaa ja toiminta mahdollisimman kustannustehokasta. (Ritvanen, Inkiläinen, Bell Von, Santala 2011,153.)

Jokaisella on toisistaan poikkeavia mielikuvia laadusta, ja se voidaankin määritellä usealla eri tavoilla. Joku saattaa ymmärtää laadun kestävytenä, toimintavarmuutena tai luotettavuutena. Ritvasen, Inkiläisen, Von Bellin ja Santalan kirjassa (2011,148) laatu ymmärretään siten, että asiakkaiden tämänhetkiset ja tulevat tarpeet täytyvät odotusten, käytön- ja tarkoituksenmukaisuuksilla. Asiakas muodostaa käsityksensä palvelun laadusta muun muassa seuraavien seikkojen pohjalta: pätevyys ja ammattitaito, saavutettavuus, kohteliaisuus, palvelualltius, tarpeiden tunnistaminen. Asiakas ymmärtää pätevyydellä ja ammattitaidolla, että palvelun tuottaja palvelee asiakasta sen tarpeiden mukaisesti. Luotettavuudella asiakas näkee, että palvelu on tuotettu virheettömällä tavalla, joka synnyttää asiakkaassa luottamuksen tunteen tuottajaan. Saavutettavuudella asiakas ymmärtää saavansa palvelun asianmukaisella tavalla. Kohteliaisuus heijastaa asiakkaalle arvostusta ja kunnioitusta, jota voidaan tuottaa yksinkertaisilla tervehdyksillä sekä asiakasta arvostavalla tavalla. Palvelualltiudella tarkoitetaan asiakkaille lähetettäviä viestejä, jotka ovat ymmärrettäviä, avoimia eivätkä liian pitkiä. Asiakkaiden tarpeiden tunnistaminen on palvelun tuottajalla taito syventää ja varmistaa asiakkaan palveluntarve.

Asiakkaan kokema palvelun laatu sisältää teknisiä sekä toiminnallisia laatulementtejä. Teknisellä laadulla tarkoitetaan sitä, mitä yritys todellisuudessa asiakkaalle tekee. Toiminnallisella laadulla halutaan taas osoittaa, miten palvelu annetaan asiakkaalle. Nämä kaksi laatulementtiä muodostavat yhtenäisen käsityksen koetusta palvelun laadusta. (Ritvanen ym. 2011,153.)

Yrityksen johto on avainasemassa mietittäessä, miksi yrityksen tulee panostaa laatuun. Johdon tulee asettaa laatutoiminnalle tavoitteeksi, mitä yritys haluaa saavuttaa ja millä aikavälillä. Esimerkkejä tavoitteista ovat asiakastyytyväisyyden ja suorituskyvyn parantaminen sekä yrityksen tulevaisuuden kannattavuuden varmistaminen. Laatutoiminnan alkuvaiheessa ei voida kuitenkaan asettaa liian tarkkoja tavoitteita, sillä ne tarkentuvat myöhemmässä vaiheessa. (Lecklin 2002, 55–56.)

Yrityksen kannalta pahin mahdollinen tilanne on, että vasta laatuongelmien paljastuessa yritys alkaa panostaa ongelmiin. Laatuongelmia yrityksissä aiheuttavat mm. virheellinen tuote, puutteellinen toimitus, liian aikainen tai myöhäinen toimitusaika ja huono palaute sekä palautetut tuotteet. Laatu edistäviä asioita taas ovat sidosryhmien, eli tavarantoimittajien ja asiakkaiden välinen yhteistyö, laatutyökalut, teknologia sekä henkilöstön hyvä osaaminen. Laadun kehityksen jarruna ovat muun muassa henkilöstön osamattomuus, hoppu, töiden heikko organisointi sekä ongelmat toimittajien kanssa. (Ritvanen ym. 2011, 148–149.)

Vaikka oman työpaikan laatua onkin syytä ennen kaikkea syytä tarkastella, tulee myös esimerkiksi tavarantoimittajien laatua tutkia. Yritys voi välttää laaturiskien syntymistä, kun se hankkii palveluita sellaiselta yritykseltä, joka on saanut hyvää palautetta asiakastyytyväisyyskyselyistä. (Ritvanen ym. 2011, 149.)

2.2 Palvelukyky

Palvelukyvyllä tarkoitetaan yrityksen kykyä toimia asiakkaan haluamalla tavalla. Jotta yritys voisi kehittää palvelukykyään, edellyttää se siltä tarkkaa tuntemusta asiakkaan toimintavasta sekä kilpailuympäristöstä. Yrityksen palvelukykyä voidaan mitata asiakastyytyväisyydellä. Logistisessa asiakastyytyväisyystutkimuksessa kysytään muun muassa asioita, kuten toimitustiheys ja erä koko, joustavuus, vaivattomuus, tietoyhteys sekä tekninen tuki. Asiakkaat haluavat nykyään toimituksen juuri oikeaan tarpeeseen eli pienissä erissä ja tiheällä rytmillä. Joustavuutta kuvataan kokonaisläpimenoajalla sekä sillä, kuinka usein pikatoimituksia viikossa asiakkaalle lähtee. Vaivattomuudella tarkoitetaan tilauksen tekemisen vaivattomuutta, ostamisen alhaisia kustannuksia sekä yksin-

kertaista laskutusjärjestelmää. Tietoyhteys on tiedon välistystä, jossa asiakkaalla on mahdollisuus seurata toimitusta ja sen kulkua. Tekninen tuki tarkoittaa, millä tasolla asiakasta pystytään ohjeistamaan ja antamaan tukea. (Sakki 2001, 168–169.)

Logistiikassa asiakkaan palvelutason täytyy olla riittävän hyvää mahdollisimman pienillä kustannuksilla. Jokaisen yrityksen tulee miettiä oma palvelun tasonsa erikseen ja taso voi vaihdella asiakkaan mukaan. Jotkut asiakkaat voivat haluta esimerkiksi minimierän jostakin tuotteesta, mutta joku asiakas on valmis maksamaan toimituslisiä saadakseen yhdenkin tuotteen. Jotta yritys voisi määritellä palvelutasonsa, tulee sen tuntea asiakkaidensa käyttäytyminen. Asiakas on halukas usein maksamaan palvelusta, jos hän kokee palvelusta, että siitä saa lisäarvoa. Esimerkiksi, jos tavaraa toimitettaessa auton kuljettaja ehdottaa asiakkaalle, että tämä voi hänen puolestaan purkaa ja viedä rullakon mukanaan, voi asiakas kokea merkittävänä lisäarvotekijänä kuljettajan ehdotuksen. Kuitenkaan tänä päivänä ei riitä se, että asiakasta kohdellaan hyvin, vaan sen lisäksi yrityksen täytyy huolehtia, että asiakassuhde jatkuu ja kehittyy. (Ritvanen ym. 2011,27.)

Palvelutason parannuksella on myös huono puolensa, sillä se usein merkitsee kustannusten nousemista. Reklamaatiot, virheiden korjaaminen työvaiheiden kahteen kertaan tekeminen aiheuttavat esimerkiksi kustannuksia palvelutasossa. Virheiden määrää ja huonoa laatua voidaan osittain vähentää laadunvarmistuksella, mutta silloin tuotantokustannukset palvelutasossa voivat nousta liian suuriksi. Yrityksen kannalta olisi tärkeää löytää oma optimitasonsa, jossa palvelua tuotetaan riittävän alhaisilla kustannuksilla, mutta palvelu on samalla riittävän hyvää. Järjestelmällisellä asiakaspalautteen keräämisellä kehitetään yrityksen palvelutasoa sekä asiakaspalvelua. Henkilöstön rooli palvelutason kehittämisessä on oleellista, jotta sisäinen ja ulkoinen asiakaspalvelu kehittyvät toivotusti. (Ritvanen ym. 2011,29.)

Yrityksen on järjestelmällisesti kerättävä luotettavaa asiakaspalautetta, jotta palvelutasoa ja asiakaspalvelua voitaisiin kehittää. Oleellista palvelutason kehittämisessä on henkilöstön osallistuminen ja motivaatio, jotta sekä sisäinen että ulkoinen asiakaspalvelu kehittyvät tavoitetulla tavalla. (Ritvanen ym. 2011,29.)

2.3 Asiakastyytyväisyys

Yrityksen kannalta on tärkeätä, että asiakkaat ovat selvillä siitä, kuinka asiakkaat määrittelevät ja kokevat laadun, sillä osalle asiakkaista laatu saattaa merkitä tuotevalikoi-
maa, kun taas toisille hyvää asiakaspalvelua. Se, että asiakkaiden ollessa tyytyväisiä
yrityksen palveluun, näkyy asiakastyytyväisyydessä positiivisena tuloksena, ja edelleen
tuloksen sekä toiminnan kasvuna. (Ritvanen ym. 2011,149.)

Asiakkaiden odotukset yrityksen toiminnasta vaihtelevat jokaisen asiakkaan kohdalla.
Odotuksiin vaikuttavat aikaisemmat sekä tuttavien kokemukset yrityksestä tai miten
yritys hoitaa markkinointinsa. Ilman asiakastyytyväisyyden selvittämistä yrityksellä ei
voi olla tarkkaa tietoa, mikä on asiakkaiden mielipide yrityksen toiminnasta. Asiakas-
tyytyväisyys on merkittävä mittari, kun halutaan saada selville yrityksen mahdollisuudet
menestyä nyt ja tulevaisuudessa. Yrityksen taloudellinen tulos saa olla kuinka hyvä ta-
hansa, mutta jos asiakastyytyväisyys on kehnolla tasolla, on turha odottaa menestystä
pitkällä aikavälillä. (Rope & Pöllänen 1998, 58–59.)

Asiakastyytyväisyyttä mitattaessa kannattaa perustietojen lisäksi selvittää asiakkaan
näkemys yrityksen eri toiminnoista, kuten asiakaspalvelusta, myynnistä, laskutuksesta,
jälkipalvelusta, myynnin edistämisestä, sopimus- ja maksuehdoista sekä henkilökunnan
ammattitaidoista. Normaalista asiakaspalautteesta saadaan paljon tietoa, mutta se on
pystyttävä keräämään ja analysoimaan, jotta yhteys laadunkehitykseen syntyisi. Asia-
kaspalautteen lisäksi on hyvä järjestää erilaisia tyytyväisyyskyselyjä. Tyytyväisyys-
kyselyjä laadittaessa on tärkeätä, että tutkimuksessa paneudutaan menestyksen kannalta
olennaisiin asioihin. (Lecklin 2002, 119.)

Asiakkuutta tulee hallita koko asiakassuhteen ajan, sillä se on yksi suurimpia kilpailu-
kykyyn vaikuttavista tekijöistä. Asiakkuudenhallinnassa on olemassa omia tietojärjes-
telmiä, joista CRM-järjestelmä on yksi. CRM:n käytettävyydestä kertoo se, että sillä
voidaan hakea esimerkiksi asiakkaiden tarpeet ja toiveet sekä tarkastella asiakaspalaut-
teita. Järjestelmä pohjautuu asiakastiedon keräämiseen ja tiedon hyödyntämiseen. Tieto-
jen avulla tunnistetaan tuotteet tai palvelut, jotka kiinnostavat asiakkaita sekä asiakkaan
tarpeet tällä hetkellä ja tulevaisuudessa. Historiatiedon avulla tuote- ja palveluvalikoi-
maa voidaan kehittää koko ajan. (Ritvanen ym. 2011,65–66.)

2.4 Logistiikkapalvelut

Jouni Sakki (2001, 24) määrittelee teoksessaan Tilaus-toimitusketjun hallinta logistisen prosessin tärkeäksi osaksi asiakaspalvelua. Asiakkaita tulisi palvella menestyvässä liiketoiminnassa sellaisten palvelukombinaatioiden avulla, joista asiakkaat haluavat maksaa. Sakin mukaan asiakaspalveluprosessi muodostuu eri arvoa lisäävistä toimenpiteistä. Prosessi koostuu eri työtehtävistä yrityksen sisällä, esimerkiksi markkinoinnista, hankinnasta, tilausten käsittelystä, tavarankäsittelystä sekä jakelusta.

Yrityksen kuin yrityksen kohdalla pohditaan jatkuvasti, kuinka vähäisiä resursseja tulisi parhaimmalla mahdollisella tavalla käyttää ja mikä sen toiminnassa on sitä osaamista, josta asiakkaat haluavat maksaa. Logistiikasta puhuttaessa pohtimisen kohde saattaa olla se, kannattaako logistiikkaa ostaa palveluna niiden tuottamiseen erikoistuneilta yrityksiltä, jos oma ydinosaaminen ei tue kuljettamista, jakelua tai varastoimista. Ulkoistaminen tarkoittaa kyseisten toimintojen teettämistä ”kolmannella osapuolella”. Yrityksellä on oltava aina logistiikkastrategia, vaikka koko logistiikka ostettaisiin palveluna ja vaikkei pakettiakaan kulkisi yrityksen toimitilojen kautta. Strategia on kehitettävä asiakkaiden tarpeiden mukaisesti, sillä se haluaa tuotteen täsmällisesti sopimuksen mukaan. Asiakasta tuskin kiinnostaa, mistä tavara on fyysisesti toimitettu. (Sakki 2001, 32.)

2.5 Varastointi logistisessa ketjussa

Varastorakennuksista ja – tiloista sekä varastotoiminnoista puhuttaessa tarkoitetaan varastointia. Varastoinnille on monta syytä, sillä varastolle ostetut tavaraerät täytyy varastoida, hyvä asiakaspalvelu täytyy turvata tai tuotevalikoima ja asiakaskunta ovat laajoja. Varastotyyppjä on olemassa erilaisia ja ne vaihtelevat toimialojen, tuotteiden ja teknisen toteutuksen mukaan. Kaupan alalla olevia varastoja ovat esimerkiksi tukkuvarastot, keskusvarastot, jakeluvastot ja noutovastot. (Ritvanen ym. 2011,79–80, 82.)

Yrityksen läpi kulkee tavaravirta, josta voidaan erottaa kaksi käsittelyprosessia. Ensimmäisessä prosessissa on tavaran vastaanottamiseen liittyvät toimenpiteet, kuten vastaanotto, tarkastaminen, lajittelu, merkintä ja tavaroiden siirtäminen hyllypaikalle. Käsittelyprosessin toinen osa sisältää tavaran lähetykseen liittyviä toimenpiteitä keräilyä, pakkaamista, lähetyksen valmistelua ja toimituksen lähetyksen. (Sakki 2001, 70.)

Yrityksen tulee pohtia perinpohjaisesti sen valikoimalaajuutta, sillä asiakkaiden toiveita ja tarpeita ei välttämättä aina tarvitse täyttää. Laaja tuotevalikoima sekä asiakkaiden monenlaiset tarpeet aiheuttavat varastointipaineita, joita yrityksen tulisi välttää. ”Ei oon” myymisellä tai tuotteiden toimittamisella kohtuullisessa toimitusajassa välttyään varastoinnilta, jolloin varastoon ei sitoudu pääomaa. (Ritvanen ym. 2011, 79.)

Varaston työtehtävät liittyvät tulevaan logistiikkaan, tavaran hyllytykseen, tavaran keräilyyn, inventointiin, pakkaamiseen ja lähtölogistiikkaan. Edellä mainittujen lisäksi varastointiin liittyviä työvaiheita ovat muun muassa kuormalavojenvalvonta sekä varastojärjestyksen ylläpito. Varaston palvelutasoon liittyviä tekijöitä ovat tarkastukset, laadunvalvonta, tavarapalautusten käsittely sekä kaluston käytön valvonta. (Ritvanen ym. 2011, 86.)

2.5.1 Keräily

Varastotyöskentelyn työvaiheita katsottaessa keräily on vaiheista ehkäpä tärkein. Käsi-keräilyperiaatteella toimivissa varastoissa keräilytyön osuus varastotyön kokonaiskustannuksista on miltei puolet. Laadukkuus keräilyvaiheessa on nähtävissä toimitusaikojen pitävyydessä sekä virheettömässä toimituksessa. Keräilytoiminnan tehokkuuteen ja varastotyön kustannuksiin vaikuttaa varaston tuotesijoittelu. Tuotteet sijoitellaan usein sen mukaan, mihin kohdistuu eniten keräilykertoja. Esimerkiksi sellaiset tuotteet, joita on jokaisessa keräysluettelossa, tulee sijoittaa lähelle keräilijöitä. (Ritvanen ym. 2011, 86–87.)

Tuotteiden sijoittelu tapahtuu esimerkiksi tuoteryhmien tai varastotapahtumien mukaan. Varastotapahtumien mukaisesti sijoitetuissa tuotteissa eniten menevät tuotteet sijoite-

taan lyhyiden keräilyetäisyyksien päähän. ABC-analyysin avulla saadaan tuotteet sijoitettua ottokertojen mukaan A-, B- ja C-luokkiin. (Ritvanen ym. 2011, 87.)

2.5.2 Pakkaaminen

Pakkauksen tehtävänä on suojata pakkauksen sisällä olevia tuotteita mekaanisilta, kemikaalisilta, biologisilta ja ilmastollisilta rasituksilta. Tuotteen tyyppi, pakkausmateriaali sekä asiakastarpeet asettavat tuotteen pakkaamiselle rajoituksensa. Pakkaamiseen vaikuttavat myös kestävyys, muoto ja tilavuus. Pakkaamisen laatutekijöitä ovat muun muassa pakkausmateriaalien järjestyvä käyttö, selvät pakkausmerkinnät sekä sovittujen toimitusaikataulujen noudattaminen. Pakkauksessa käytettäviä materiaaleja ovat mm. kartonki, kovalevy, muovi, pahvi, puu ja vaneri. Lavakuorma on ryhmäpakkaus, jossa yksittäin pakatut tuotteet on koottu yhdeksi kuormaksi lavalle. Pakkaukset voidaan siirtää myös rullakoon, jossa niiden siirtely tapahtuu paremmin suurempana kokonaisuutena. (Ritvanen ym. 2011, 68–69, 72.)

Vaurioituneista tuotteista aiheutuu usein epäsuoria kustannuksia, joita ovat lisäselvitykset ongelmasta sekä asiakastyytyväisyyden heikentyminen. Suojamuovien käyttöä on tärkeä pohtia suhteessa kuljetusvaurioihin, pakkaamisessa käytettävien materiaalien vähentäminen ei johda kustannusten lisääntymiseen. Pakkausten määrän vähentämisellä parannetaan samalla ympäristönsuojelua kuin kustannustenhallintaa. Pakkausmateriaalien selkeällä valinnalla ja materiaalin käytön vähentämisellä voidaan huomattavasti pienentää kustannuksia. (Ritvanen ym. 2011, 74, 101.)

2.5.3 Jakelu

Kuljettaminen on osa fyysistä tavarankäsittelyä, ja se on luonnollisesti osa logistiikka-prosessia yhdessä varastoimisen kanssa. Osa yrityksistä toimittaa tavarat omalla kuljetuskalustollaan, kun taas toiset ostavat kuljetuspalvelut osittain tai kokonaan palveluna. Kuljetustapahtuma yritysten välissä on kolmivaiheinen. Tavarantoimituksen alkupäässä tavara toimitetaan kuljetusyhtiön terminaaliin, minkä jälkeen tulee maantieteellisesti

pisin siirtyminen eli yhdestä tai useammasta koostuva kaukokuljetus, ja viimeiseksi tuote jaellaan asiakkaalle terminaalista. (Sakki 2001, 67.)

Jakelulla on merkittävä osa yhteiskunnan niin sosiaalisessa ja kulttuurillisessa kuin kaupallisessa toiminnassa. Jakeluketju on usean peräkkäisen yrityksen muodostama ketju. Tilaus-toimitusketjun hallinnan toimivuus on ihmisten hyvinvoinnin edellytys riippumatta siitä, kuka on vastuussa tuotteiden tuotannosta, miten kustannukset katetaan sekä kenelle hyödykkeiden tarjonta kohdistuu. Viimeisellä yrityksellä perinteisessä arvoketjussa on suora kontakti asiakkaaseen, jonka asema on korostumassa kilpailun kiristyessä ja epävarmuuden lisääntyessä. Vahvin asema muuttuvassa arvokentässä on ketjun tai verkoston sillä osalla, jolla on loppuasiakkaat hallussaan. (Haapanen, Vepsäläinen & Lindeman 2005, 193–194.)

Toimitusaika on tilauksen tekohetken ja asiakkaan tavaran vastaanottamisen välinen aika. Toimitusaika muodostuu asiakkaan tilausprosessista, tavarantoimittajan valmistus- ja toimitusprosessista sekä tavaran vastaanottamisesta asiakkaalle. (Sakki 2001, 161.)

2.5.4 Internet-ostaminen

Internet vaikuttaa merkittäväällä tavalla perinteisten markkinointikanavien toimintaan ja verkkokaupan kehitys b to b -liikesehteissa muuttaa totuttuja toimintatapoja. Internet tarjoaa logistiikkaprosessin ohjaamiseen työkaluja, joiden avulla voidaan parantaa tehokkuutta. (Sakki 2001, 26.)

Internetin ansiosta yritys voi asettaa tuotteitaan sekä tarjolle että hankkia niitä web-ympäristöstä. Internet-verkko mahdollistaa maailmanlaajuisen verkkokaupan, jossa yritykset esittelevät omaa tuotevalikoimaansa. Kuluttaja tai teollisuusyritys voi tehdä etäyöttönä tilauksen fyysisesti kaukana myyvästä yrityksestä. (Sakki 2001, 200.)

Yrityksen tulee punnita, kuinka se voisi web-sivustolla palvella asiakasta. Sen tulee kiinnittää huomiota sivuston ulkonäköön, käytettävyyteen sekä löydettävyyteen. (Rissanen 2005, 71.)

3 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Tutkimukseni sähköiseen kyselylomakkeeseen (liite 2) vastasi 71 henkilöä 163 henkilöstä, joten kyselyn vastausprosentti oli 43,6 %. Kyselylomakkeen työstämisen aloitin valikoimalla keskusvaraston MS Dynamics AX -toiminnanohjausjärjestelmästä ne henkilöt, jotka tulivat varaston asiakkaiksi kuntaliitoksen myötä. Päätin rajata uudet asiakkaat, niin että ne, jotka tilasivat helmikuun sekä toukokuun välisenä kolmen kuukauden aikana, saivat kyselyn. Keskusvaraston toiminnanohjausjärjestelmässä on nähtävissä myyntitilauksessa kustannuspaikka eli se, mistä yksiköstä asiakas on tehnyt tilauksen. Myyntitilauksessa on esillä myös sen henkilön nimi, joka on tehnyt juuri sen tilauksen. Samalla kustannuspaikalla voi olla useita eri tilaajia, joten kysely saattoi tulla esimerkiksi saman yksikön usealle eri työntekijälle. Jätin kyselystä pois sellaisia toimipaikkoja, joiden edustusta en katsonut tarpeelliseksi johtuen niiden vähäisestä tilaajamäärästä, esimerkiksi Oulu-Koillismaan pelastuslaitoksen. Annoin asiakkaille vastausaikaa aluksi n. kaksi viikkoa, jonka jälkeen lähetin kyselyn uudestaan sellaisille asiakkaille, joilta en ollut saanut vielä vastausta.

Tekemäni kyselylomake koostui strukturoiduista kysymyksistä, Likertin asteikoista, janasta sekä Likertin asteikolla esitetyistä väittämistä. Strukturoiduissa kysymyksissä on annettu kyseltävälle valmiit vastausvaihtoehdot, joista valitaan sopiva vaihtoehto. Likertin asteikolla tarkoitetaan mielipideväittämää, joka on usein 4- tai 5-portainen asteikko, jonka ääripäissä on *täysin eri mieltä* (tai *eri mieltä*) ja toisessa ääripäissä *täysin samaa mieltä* (tai *samaa mieltä*) väittämät. Kyselyn täyttäjä valitsee väittämistään mieleisensä. Avoimissa kysymyksissä vastaaja voi vapaasti kertoa mielipiteensä kysymykseen. Tarkoituksenmukaisia avoimia kysymyksiä käytetään, kun kysymyksen vaihtoehtoja ei tiedetä tarkkaan. (Heikkilä 1998, 49, 50, 53.)

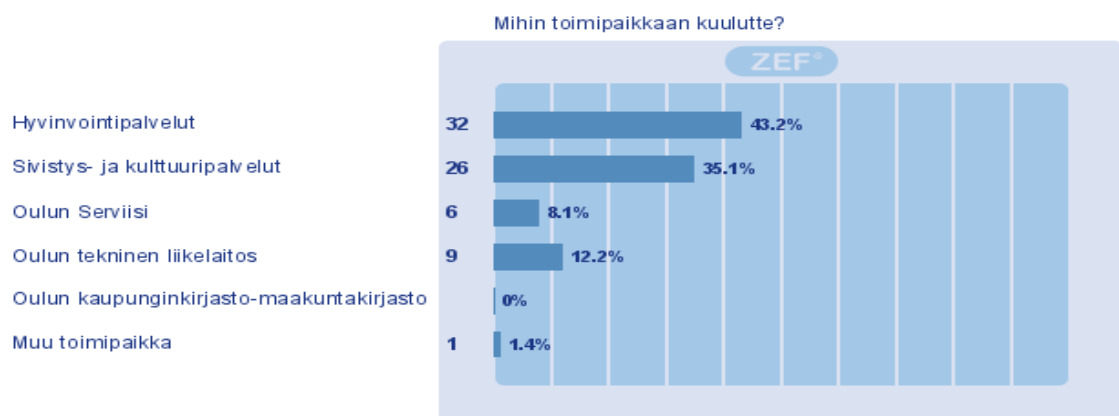
Pyrin kyselylomaketta laatiessani siihen, että ulkoasu olisi yksinkertaisen näköinen ja siisti, jotta se vaikuttaisi asiakkaan päätökseen, vastaisiko hän kyselyyn. Esimerkiksi kyselylomakkeen ulkonäkö vaikuttaa siihen, vastaako asiakas siihen. Hyvän tutkimuslomakkeen tunnusmerkkejä on, että kysymykset etenevät loogisessa järjestyksessä, eikä kysely ole liian pitkä tai, että vastaaja tuntee vastaamisensa tärkeäksi. (Heikkilä 1998, 48–49.) Valikoimme yhdessä keskusvaraston kanssa asiat, joita kysyin asiakkailta. Py-

rin siihen, että kyselyn asiat liittyisivät mahdollisimman laajasti keskusvaraston palvelu-toimintaan, jotta keskusvarasto saisi kattavan analyysin sen toiminnasta muutosprosessissa. Keskusvarasto lahjoitti kyselyn palkinnoiksi kaksi kesäkassia, jotka arvottiin kaikkien vastanneiden kesken. Esittelen tutkimustulokset kyselylomakkeen kysymysten mukaisessa järjestyksessä ja vertailen osissa kysymyksissä vastauksia eri toimipaikkojen välillä.

3.1 Vastaajien perustiedot

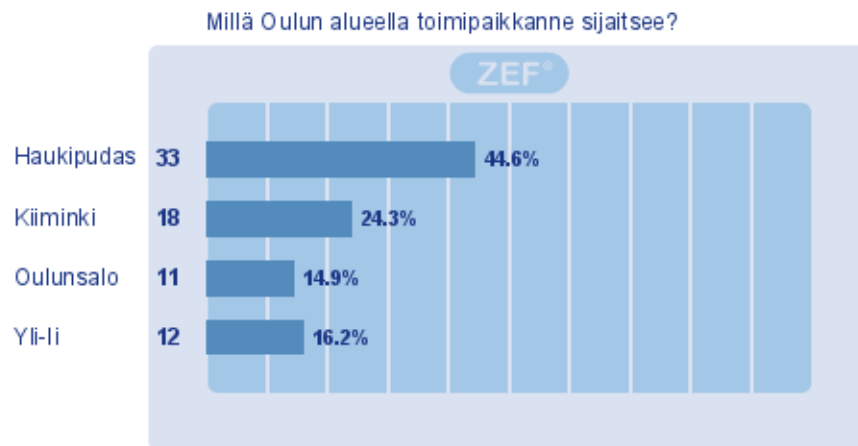
Aivan ensimmäisenä kyselyssä halusin selvittää vastaajilta, kuka toimipaikassa tekee tilauksen. Suurin osa kyselyn vastaajista oli ammattiasemaltaan työntekijöitä, sillä lähes 80 % vastaajaa kertoi olevansa työntekijöitä ja noin 20 % esimiehiä.

TEKLIn keskusvaraston asiakkaat voidaan jakaa toimipaikoittain eri luokkiin. Kyselysääni jaoin asiakkaat kuuteen toimipaikkaryhmään, jotta voisin tarkastella tyytyväisyyttä niin yleisesti kuin toimipaikkojen kesken. Vastauksia (kuvio 3) kyselyyn tuli pääosin hyvinvointipalveluiden ja sivistys- ja kulttuuripalveluiden toimipaikoista, joista vastauksia tuli yhteensä noin 78 %. Oulun teknisen liikelaitoksen toimipaikasta vastauksia tuli yhdeksän, Oulun Serviisiltä kuusi sekä yksi vastasi toimipaikakseen muun toimipaikan. Hyvinvointipalvelut ja sivistys- ja kulttuuripalvelut ovat toimipaikoiltaan keskusvaraston suurimmat asiakaskunnat, joten ei ollut yllätys, että niistä vastauksia tuli muihin toimipaikkoihin verrattuna eniten. Oulun kaupunginkirjasto-maakuntakirjaston vastaamattomuus selittyy sillä, että kirjaston tilaajat vastasivat työskentelevänsä sivistys- ja kulttuuripalvelut toimipaikan alaisina.



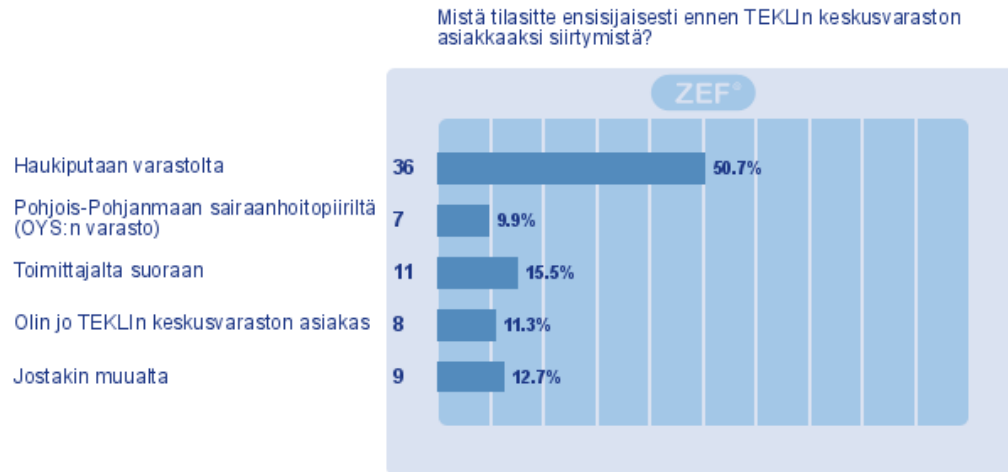
Kuvio 3. Vastaajien toimipaikat.

Kolmantena kysymyksenä tiedustelin vastaajilta, missä Oulun alueella heidän toimipaikkansa sijaitsee. Kuviosta 4 on nähtävissä, että vastauksissa olevaa hajontaa esiintyy jokaisissa vastauksissa. Vastausten perusteella eniten kyselyyn vastauksia tuli Haukiputaalta ja toiseksi eniten Kiimingistä. Yllättävää oli, että Yli-Iistä vastauksia tuli enemmän kuin Oulunsalosta, josta vastauksia tuli vähiten. Oulunsaloon lähetettyjä kyselyitä oli kuitenkin enemmän kuin Yli-Iihin, joten odotusarvoisesti odotin, että vastauksia Oulunsalosta tulisi enemmän. Haukiputaalle lähetettyjä kyselyitä oli muihin Oulun alueen toimipaikkoihin verrattuna eniten, joten oli selvää, että sieltä vastauksia myös tuli eniten.



Kuvio 4. Vastaajien toimipaikan sijainti Oulun alueella.

Perustiedot aihealueessa kysyin myös, mistä vastaajien toimipaikat tilasivat tavaransa ennen TEKLI:n keskusvaraston asiakkaaksi siirtymistä. Vastausten perusteella (kuviosta 5) noin puolet uusista asiakkaista tilasi tavarat ennen Haukiputaan varastolta. Loput vastauksista jakaantuivat tasaisesti kolmen muun toimittajan kanssa. Kolme vastaajaa ei osannut sanoa, mistä he tilasivat tavaransa ennen TEKLI:n keskusvaraston asiakkaaksi siirtymistä.



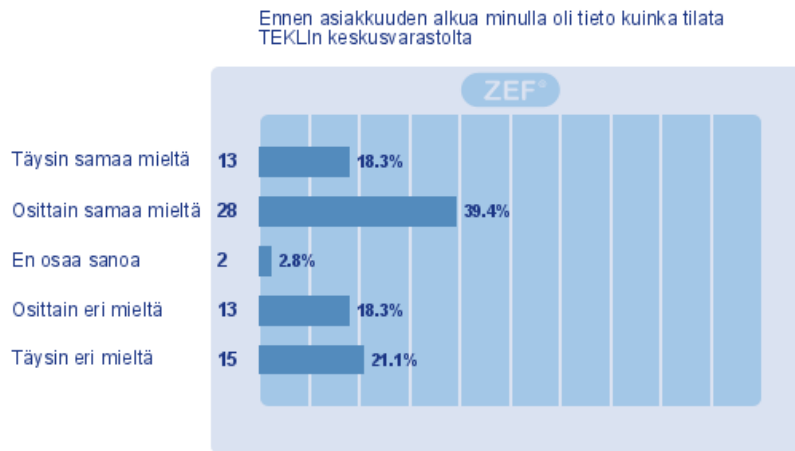
Kuvio 5. Vastaajien tavarantoimittajat ennen TEKL:ä.

3.2 Asiakassuhteen alku

Taustatietojen jälkeen halusin selvittää asiakkailta, oliko heillä ennen asiakkaaksi siirtymistä tietoa, kuinka keskusvarastolta tilataan. Ensimmäiseksi esitin vastaajille väittämän, jolla halusin selvittää, ovatko he samaa mieltä väittämän kanssa. Väittämän vastaukset (kuvio 6) jakaantuivat lähinnä neljän vastausvaihtoehdon kohdalle. Väittämän kanssa osittain samaa mieltä oli eniten vastaajia, johon vastasi lähes 40 % vastaajista. Vaikka yli puolet vastaajista kertoi olevansa täysin tai osittain tietoinen, kuinka tilata varastolta, on silti huolestuttavaa, että lähes 40 % oli sitä mieltä, että heillä ei ollut tietoa, kuinka tilata varastolta.

Vertailtaessa keskusvaraston kahden suurimman toimipaikan välillä, oliko toimipaikoissa tietoa tilaamisesta ennen keskusvaraston asiakkaaksi siirtymistä, saadaan selville, että kahden suurimman toimipaikan mielipiteissä oli eroavaisuutta. Lähes kolme neljästä hyvinvointipalveluiden työntekijöistä oli täysin tai osittain tietoinen, mistä he tulevat tilaamaan tavaransa uudessa Oulussa, kun taas sivistys- ja kulttuuripalveluiden asiakkaiden vastauksissa tulokset jakaantuivat väittämässä (kuvio 6) lähes puoliksi samaa mieltä ja eri mieltä olevien kanssa. Oulun serviisin ja Oulun teknisen liikelaitoksen välillä vertailtaessa serviisin vastaajat olivat lähes kaikki täysin tai osittain tietoisia, kuinka he

tilaavat keskusvarastolta, kun taas TEKLLin vastaajista enemmistö oli osittain tai täysin tietämättömiä tilaamisesta keskusvarastolta.



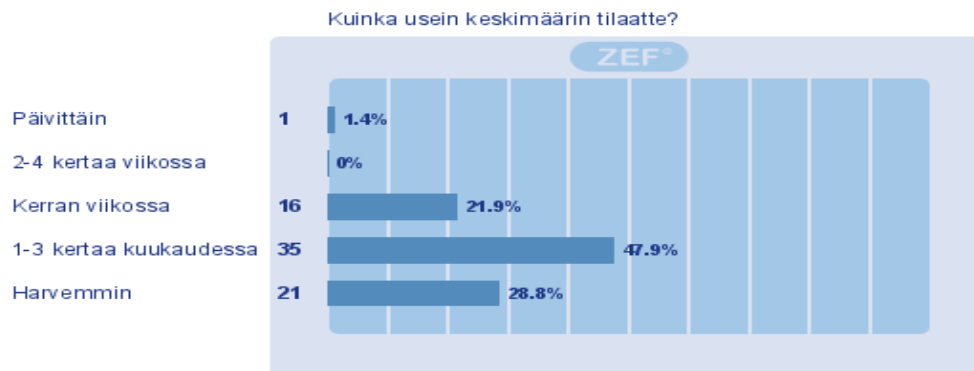
Kuvio 6. Vastaajien tieto, kuinka tilata keskusvarastolta ennen asiakassuhdetta.

Halusin kysyä uusilta asiakkailta vapaan palautteen avulla, mikäli he eivät saaneet tietoa keskusvarastolta tilaamisesta ennen asiakkuuden alkua, mistä tiedonpuute mahdollisesti johtui. Enemmistö vapaapalauteosion vastaajista kertoi tiedonkulussa olleen puutteita, jonka johdosta heillä ei ollut tietoa, mistä tilata tai kuinka tilata. Tiedonkulun puutteelliseksi syyksi vastaajat mainitsivat esimerkiksi huonon tiedottamisen ja tiedonkulun hitaan saapumisen. Erääksi tiedon puutteen syyksi muutama vastaaja kertoi, etteivät olleet osallistuneet tilaamista käsittelevään koulutukseen. Kolmas tiedonpuutteesta johtuva tekijä oli selkeiden ohjeiden puuttuminen. ”Kuntaliitoksen yhteydessä annetut neuvot muuttuivat koko ajan, eikä kenelläkään ollut selvyyttä, mikä on viimeisin ja oikea ohje.” Ennen varsinaista asiakkaaksi tulemistä TEKLLin logistiikasta vastaava yksikkö vieraili eri tilaisuuksissa kertomassa, kuinka keskusvarastolta tilaaminen tapahtuu. Vastausten perusteella tilaisuuksissa paikalla olleet esimiehet eivät ilmeisesti olleet jakaneet tietoaan eteenpäin yksiköissään henkilöille. Henkilöt, jotka ovat yksikössään vastuussa tilaamisesta, eivät näin ollen tiedäneet, miten tilata keskusvarastolta.

3.3 Tilaaminen keskusvarastolta ja sähköinen tilausjärjestelmä

Vaikka sähköiset tilausjärjestelmät EP- ja OSTA -järjestelmä ovatkin pääasiallisia tilauskanavia varastolta, halusin silti selvittää asiakkailta, mitä kautta he tilauksen jättävät. Kolme neljästä uusista asiakkaista jättää tilauksensa EP:llä eli varaston omalla tilausjärjestelmällä. Toisella sähköisellä OSTA – järjestelmällä tilauksensa tekee 13 vastaajaa ja vain muutama henkilö tekee tilauksensa puhelimella, sähköpostilla tai varastossa asioimalla.

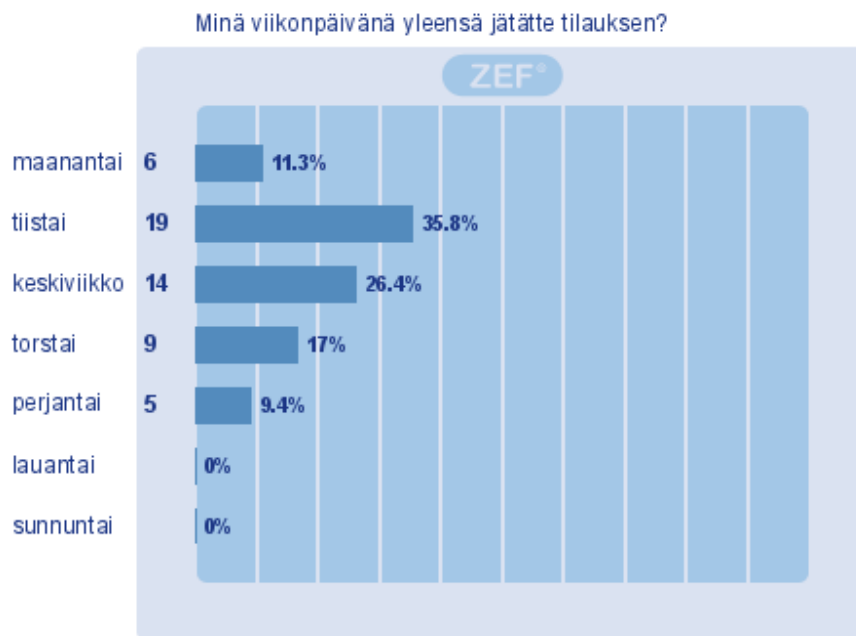
Lähes puolet kyselyyn vastanneista (kuvio 7) vastasi tilaavansa keskusvarastolta keskimäärin 1-3 kertaa kuukaudessa. Lähes 29 % vastaajaa vastasi tilaavansa harvemmin. Kerran viikossa tilaavia asiakkaita on noin 22 % kaikista vastanneista. Vain yksi vastanneista väittää tilaavansa keskimäärin päivittäin ja 2-4 kertaa viikossa tilaavia ei ollut lainkaan. Tavarantoimitus tapahtuu varastolla pääsääntöisesti kerran viikossa, joten yllätys ei ole, että suurin osa tilaa harvemmin varastolta.



Kuvio 7. Vastaajan keskimääräinen tilauskerta.

Keskusvarastolta tilaaminen -kohdassa halusin myös selvittää, kuinka paljon uudet asiakkaat tilaavat tavaroita keskimäärin varastolta. Suurin osa vastaajista eli yli puolet kertoo tilaavansa keskimäärin laatikollisen tavaraa varastolta. Yhteensä noin 12 % vastaajista tilaa joko lavallisen/ rullakollisen tai 2 lavaa/ 2 rullakollisen tavaraa. Kaksi vastaajaa kertoo tilaavansa keskimäärin paperipussillisen tavaraa. Vastaukset osoittavat, että uusien asiakkaiden joukossa ei ole kovin hirveästi sellaisia, jotka tilaisivat suuren määrän tavaroita. Jokaisella Oulun alueen toimipaikalla on oma lavapaikkansa, ja useasti yksi lavallinen on usein se määrä, kuinka paljon tavaraa kyseiseen paikkaan menee. Haukiputaalle menevää tavaraa toimitetaan kahtena päivänä viikossa ja sinne menee useita lavoja, joten henkilöt, jotka ovat vastanneet tilaavansa lavallisen/ rullakollisen tavaraa, ovat pääsääntöisesti haukiputaalaisia.

Halusin kyselyssä ottaa asiakkailta selville, minä viikonpäivänä he yleensä jättävät tilauksen. Kyselyn perusteella (kuvio 8) vilkkain tilauksen jättöaika on tiistai, sillä 19 vastaannutta kertoi jättävänsä tilauksen tiistaina. Toiseksi vilkkain tilauksen jättöpäivä on keskiviikko, jolloin 14 henkilöä kertoi jättävänsä tilauksen. Maanantaisin, torstaisin ja perjantaisin tilataan yhteensä noin 37,7 % verrattuna muihin viikonpäiviin. Viikonloppuisin kukaan ei kertonut tekevänsä tilauksia. Asiakkaille on ohjeistettu, että he tekisivät tilauksensa kahta päivää ennen toimituspäivää, jotta keräilijöille jäisi riittävästi aikaa kerätä tavarat. Haukiputaan tavarat toimitetaan kahtena päivänä, tiistaina ja torstaina, joten se selittää, miksi tiistai ja keskiviikko ovat vilkkaimmat tilauksen jättöpäivät.



Kuvio 8. Vastaajien yleiset tilauksen jättöpäivät.

Keskusvaraston yhtenä toiveena kyselyä laadittaessa oli, että kyselyssä asiakkailta tulisi tiedustella, ovatko he tyytyväisiä tämänhetkiseen tilauksen jättöaikaan. Tällä kysymyksellä varasto halusi tietää, haluaisivatko asiakkaat mahdollisesti muutosta toimitusajan kohtiin. Vastaukset jakautuivat melko yksimielisesti sen perusteella, että lähes kaikki olivat tyytyväisiä nykyisiin tilausten jättöaikoihin. Seitsemän vastaajaa ei osannut sanoa tyytyväisyyttään tämänhetkiseen tilanteeseen, ja vain yksi ei ollut tyytyväinen tilauksen jättöaikaan. Vastausten perusteella keskusvaraston ei tule ryhtyä toimenpiteisiin muuttamaan toimituspäivämääriä, sillä merkittävä osa asiakkaista on tyytyväisiä tämänhetkiseen tilanteeseen.

Mielestäni oli tärkeätä selvittää asiakkailta, ovatko he saaneet opastusta tilaamisessa. Esitin kysymyksen väittämänä, ja suurin osa kyselyn vastaajista kertoi saavansa tarvittaessa opastusta, ja vain viisi vastaajaa kertoi olevansa osittain tai täysin eri mieltä siihen, että he ovat saaneet tarvittaessa opastusta tilaamisessa.

Tilaamisen vaivattomuudesta vastaajat olivat pääosin samaa mieltä. Kuvio 9 näyttää, että noin kolmasosa vastanneista oli osittain tai täysin eri mieltä tilauksen vaivattomuudesta ja kaksi kolmasosaa oli väittämän kanssa täysin tai osittain samaa mieltä. Tarkasteltaessa Hyvinvointipalveluiden ja Sivistys- ja kulttuuripalveluiden vastauksia, esille nousee, että lähes puolet Sivistys- ja kulttuuripalveluiden vastaajista ovat täysin samaa mieltä väittämän ”Tilaaminen on vaivatonta” kanssa, kun taas lähes puolet Hyvinvointipalveluiden vastaajista on vain osittain samaa mieltä. Internet-tilaamisesta saatuja tuloksia tarkasteltaessa on tärkeä ottaa huomioon, että ne eivät täysin kerro tilausjärjestelmän teknisestä toimivuudesta, vaan joukossa on sellaisia asiakkaita, jotka eivät välttämättä ole tottuneet web-tilaamiseen ja kokevat sen näin ollen vaikeaksi. Aikaisemmissa asiakassuhteissa asiakkaat ovat saattaneet tehdä tilauksensa joko puhelimitse tai sähköpostilla, joten tottuminen uuteen tilaamiseen on saattanut tuottaa hankaluuksia.



Kuvio 9. Tilaaminen on vaivatonta.

Avoimella kysymyksellä halusin selvittää tilausprosessin yleisen mielipiteen ja mahdolliset ongelmakohdat. Sain yllättävän paljon vastauksia avoimeen kysymys-osioon, sillä siihen vastasi 52 vastaajaa. Suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että tuotteiden hakemi-

nen Internet-sivustolta on tilausprosessin haastavin osa. Tuotteen hakemisessa asiakkaat joutuvat kokeilemaan useasti erilaisia määritelmiä haluamastaan tuotteesta, ja siitä huolimatta he eivät löydä tuotettaan. Asiakkaat haluaisivat tuotteiden luettelointiin parannusta, sillä erään vastaajan mielestä tämänhetkisessä tuoteluetteloinnissa ei ole minikäänlaista logiikkaa. Tuotteiden selaaminen helpottuisi, jos esimerkiksi tuotteet voisivat olla aakkosjärjestyksessä tai tuoteryhmittäin järjestelty.

Toiseksi merkittävimmäksi puutteeksi vapaa palaute-osiossa asiakkaat näkivät kuvien puuttumisen joiltakin tuotteilta. Palautteessa vastaajat totesivat, että kuvien tai kuvauksien läsnäolo tuotetiedoissa helpottaisi merkittävästi ostospäätöksen tekemistä. Muutama asiakas halusi saada selkeyttä tuotteiden yksikkömääriin, sillä osan tuotteiden myyntiyksiköt vaihtelevat esimerkiksi kappale- ja pakettimääreittäin. Sekaantumiset yksikkömäärissä aiheuttavat usein sen, että asiakas saa toimituksessa väärän määrän tuotetta, kun hän ei ollut tilausvaiheessa perillä tilaussivun yksikkömääristä. Vastauksien perusteella yleinen mielipide sähköisestä tilaamisesta oli se, että tilaaminen on hidasta sekä aikaa vievää.

3.3.1 Sähköinen tilausjärjestelmä

Sähköisessä tilausjärjestelmä-osiossa halusin selvittää asiakkailta, jotka tilaavat sähköisellä tilausjärjestelmällä, järjestelmän käytettävyyteen liittyviä asioita. Sähköinen tilausjärjestelmä-osio oli tarkoitettu vain niille asiakkaille, jotka vastasivat tilaavansa lähinnä varaston omalla tilausjärjestelmällä eli EP:llä. Osta-järjestelmän eli PM:n käytettävyyteen TEKLIn keskusvarasto ei voi vaikuttaa, sillä se on toisen liikelaitoksen omistama palvelu.

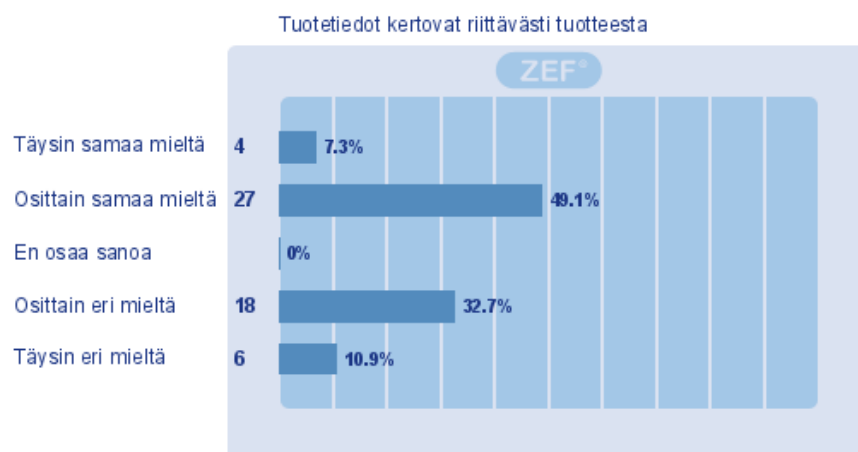
Osion ensimmäinen kysymys sisälsi muusta kyselystä poiketen janan (kuvio 10), jolla mitattiin sähköisen tilausjärjestelmän käytettävyyttä. Janan ääripäinä olivat huono ja hyvä sekä janan keskikohdassa tyydyttävä. Merkitseminen janalle tapahtui siten, että asiakas sijoitti pallon haluamalleen kohdalle janalla. Pallon keskimääräinen sijoitus oli tyydyttävän ja hyvän välissä. Jana osoittaa, että sähköisen tilausjärjestelmän käytettävyys on lähempänä tyydyttävää tasoa kuin hyvää. Toimipaikkojen välisessä vertailussa Oulun serviisin ja Oulun teknisen liikelaitoksen välillä TEKLIn vastaajat olivat tyyty-

väisempiä MS Dynamics AX–tilausjärjestelmän käytettävyydestä kuin Oulun Serviisin vastaajat.



Kuvio 10. Sähköisen tilausjärjestelmän käytettävyys

Sähköisen tilausjärjestelmä kysymysryhmän ensimmäisessä väittämässä halusin selvittää, kertovatko tuotetiedot riittävästi tuotteesta. Vastaukset (kuvio 11) osoittavat, että väittämän vastaukset jakoutuivat melko laajasti melkein jokaiselle vaihtoehdolle, lukuun ottamatta ”En osaa sanoa” vaihtoehtoa. Enemmistö vastaajista oli osittain samaa mieltä sen kanssa, että tuotetiedot kertovat riittävästi tuotteesta. Vastaajista 24 oli osittain tai eri mieltä, että tuotetiedot eivät kerro tarpeeksi tuotteesta. Vain neljä vastaajaa oli täysin samaa mieltä siitä, että tuotetiedot kertovat riittävästi tuotteista. Vaikka yli puolet asiakkaista oli täysin tai osittain samaa mieltä tuotetietojen riittävydestä, ei siitä voida vetää kuitenkaan kovin suuria johtopäätöksiä sen puolesta, että tuotetiedot olisivat riittäviä. Vain neljä vastaajaa oli täysin samaa mieltä väittämän kanssa, että tuotetiedot ovat riittäviä. Noin 80 % kyselyn vastaajista oli joko osittain samaa mieltä tai osittain eri mieltä väittämän kanssa, joka kertoo, että tuotetiedoissa on puutteita.

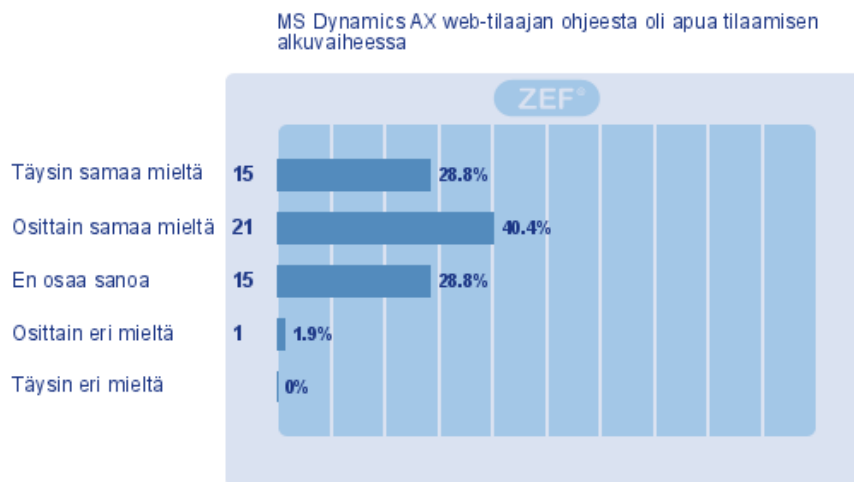


Kuvio 11. Tuotetiedot kertovat riittävästi tuotteesta.

Sähköisen tilausjärjestelmän kappaleessa kysyin myös tilausjärjestelmän käyttäjiltä, ovatko tuotekuvat helpottaneet ostopäätöksen tekoa. Merkittävä osa eli 42 vastaajaa oli sitä mieltä, että tuotekuvat helpottavat ostopäätöksen tekoa. Vain viisi vastaajaa oli väittämän ” Tuotetiedot kertovat riittävästi tuotteesta” kanssa osittain tai eri mieltä. Tämän kysymyksen vastaukset eivät tulleet yllätyksenä, sillä kuvat tuotteesta helpottavat muun muassa sitä, ettei asiakas osta vääränlaista tuotetta kun hän voi nähdä kuvan tuotteesta.

Edelliseen kysymykseen liittyen kysyin seuraavaksi, pitäisikö kaikista tuotteista olla kuvat, ja vastaukset jakautuivat täysin sen puolelle. Vastaajista 52 oli sen kannalla, että kaikista tuotteista pitäisi olla kuvat ja vain kolme oli eri mieltä kuvista.

Viimeisenä kysymyksenä sähköisen tilausjärjestelmän MS Dynamics AX:n (EP:n) käyttäjiltä kysyin, saivatko he apua EP-tilausjärjestelmän web-tilaajan ohjeesta alkuvaiheessa. Kysymyksen vastaukset (kuvio 12) jakautuivat lähinnä kolmeen kysymysvaihtoehtoon. Pääpaino vastauksissa oli, että web-tilaajan ohjeesta oli apua, vaikkakin n.29 % vastasi, ettei osaa sanoa, oliko ohjeesta apua alkuvaiheessa. Vain yksi vastaaja oli osittain eri mieltä, että ohjeesta olisi ollut apua.



Kuvio 12. Web-tilaajan ohjeen informatiivisuus tilaamisen alkuvaiheessa.

3.4 Tavarantoimitus

Toimitustiheyttä kysyttäessä lähes kaikki vastaajat olivat tyytyväisiä nykyiseen malliin. Vain neljä vastaajaa ei ollut tyytyväinen nykyiseen toimitustiheyteen, vaan toivoivat, että toimituksia olisi useammin, kuin kerran viikossa.

Tuotteiden pakkaamisesta asiakkaat olivat lähes yksimielisiä siitä, että tuotteet on pakattu asiallisesti. Yksi vastaaja ei osannut sanoa mielipidettään väittämään ja vain kaksi oli väittämän kanssa osittain eri mieltä.

Kysyin myös asiakkaiden mielipidettä yleisesti tavarantoimitukseen väittämällä. Asiakkaat olivat pääsääntöisesti samaa mieltä väittämän ” Olen tyytyväinen tavarantoimitukseen” kanssa. Jopa yli 60 % olivat täysin samaa mieltä väittämän kanssa, ja n.29 % osittain samaa mieltä. Yllättävää, että vain seitsemän henkilöä oli joko osittain tai eri mieltä väittämän ” Olen tyytyväinen tavarantoimitukseen” kanssa.

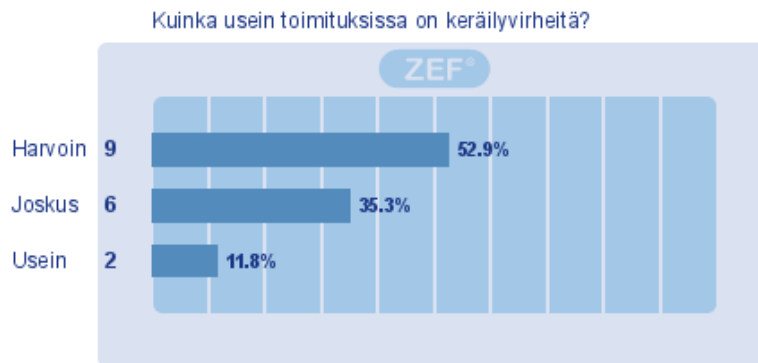
3.5 Keräilyvirheet

Keräilyvirhe osio oli yksi kyselyni tärkeimmistä osioista. Keräilyvirheet tuottavat ylimääräistä työtä keskusvarastolle ja keräilyvirheet näkyvät suoraan hävikissä. Halusin tässä osiossa selvittää muun muassa, kuinka usein keräilyvirheitä tapahtuu sekä, missä tuoteryhmissä keräilyvirheitä esiintyy, sekä ovatko keräilyvirheet haitanneet asiakkaan toimintaa. Keräilyvirheet osion tulokset helpottavat virheiden tunnistamista ja niiden vähentämistä keskusvarastolla.

Ensimmäinen kysymys liittyen keräilyvirheisiin oli ”Onko toimituksissa keräilyvirheitä?” Kysymys helpotti niiden vastaajien karsimista, joilla keräilyvirheitä on ollut läheyksissään, ja joille voitiin esittää jatkokysymyksiä liittyen keräilyvirheisiin. Vastausten perusteella noin neljänneksellä kyselyyn vastanneista on ollut toimituksissa keräilyvirheitä. Toimipaikkojen välillä vertailtaessa hyvinvointipalveluiden tilauksissa keräilyvirheitä esiintyy enemmän kuin Sivistys- ja kulttuuripalveluiden.

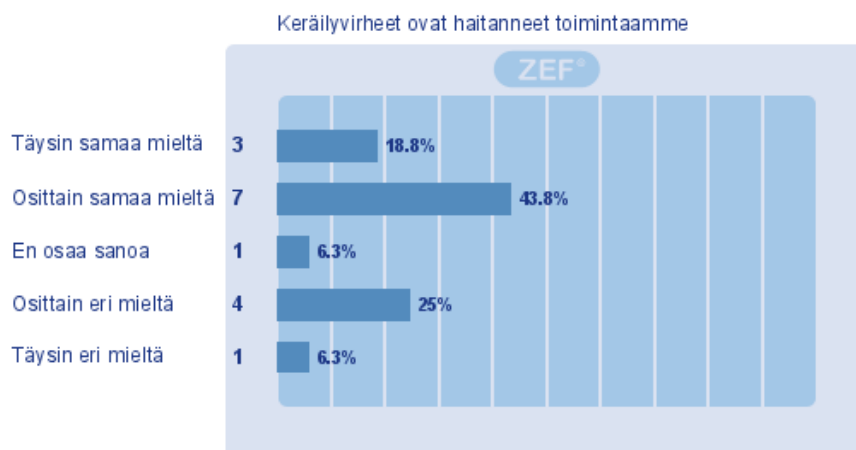
Asiakkailta, joiden toimituksissa keräilyvirheitä oli sattunut, oli tärkeätä tiedustella, kuinka useasti toimituksissa on ollut keräilyvirheitä. Tuloksista (kuvio 13) selvisi, että yli puolilla on ollut harvoin keräilyvirheitä toimituksissa. Joskus keräilyvirheitä koh-

danneita asiakkaita oli noin 35 %, ja usein keräilyvirheellisiä toimituksia saaneita oli noin 12 %.



Kuvio 13. Keräilyvirheiden esiintyvyys toimituksissa.

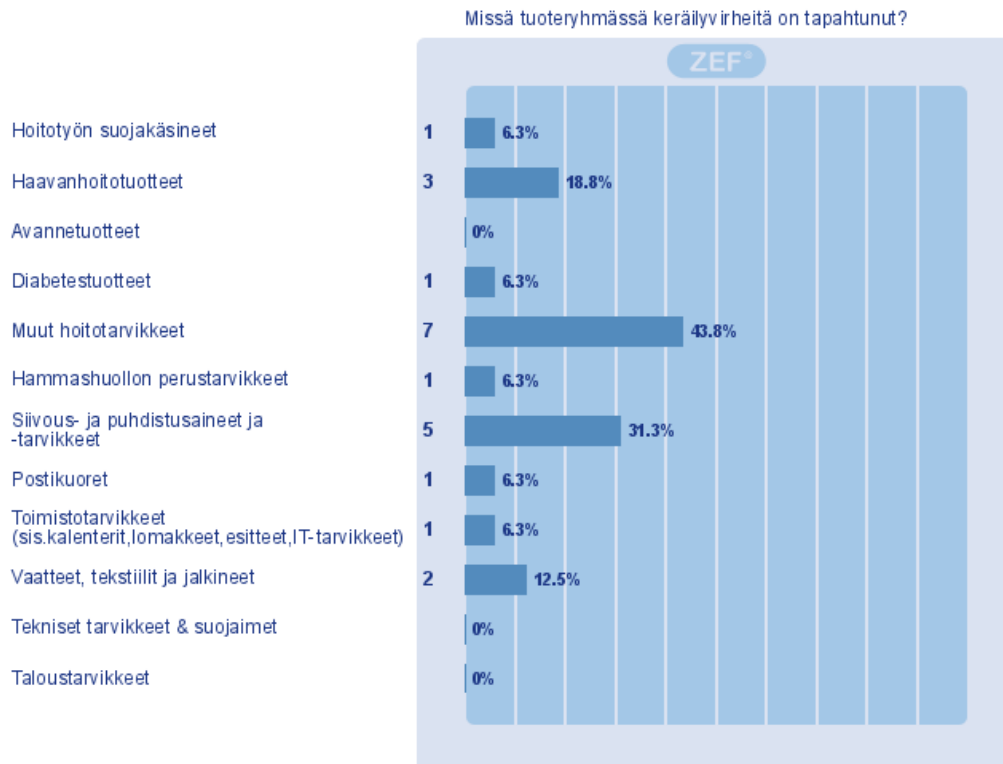
Esittäessäni asiakkaille väittämän, ovatko keräilyvirheet haitanneet heidän toimintaansa, vastaukset (kuvio 14) jakaantuivat jokaiselle vastausvaihtoehdolle. Vastauksista voidaan nähdä, että eniten vastauksia saanut vaihtoehto oli ”Osittain samaa mieltä”-vastaus. Vastaukset jakaantuivat niin, että yli puolien vastanneiden toimintaa olivat keräilyvirheet haitanneet joko täysin tai osittain. Viisi vastaajaa oli väittämän (kuvio 14) kanssa osittain tai eri mieltä, ja vain yksi ei osannut sanoa väittämään mielipidettään.



Kuvio 14. Keräilyvirheiden vaikutukset vastaajien toimintaan.

Keräilyvirheiden määrän selvittämisen lisäksi selvitin, missä tuoteryhmissä keräilyvirheitä on tapahtunut. Annoin asiakkaille mahdollisuuden valita useamman eri vaihtoehdon kysymyksessä ”Missä tuoteryhmissä keräilyvirheitä on tapahtunut?”. Kuvio 15 näyttää tuoteryhmittäin, missä keräilyvirheitä on tapahtunut. Vastaukset jakaantuivat

lähes jokaiseen tuoteryhmään lukuun ottamatta avannetuotteisiin, teknisiin tarvikkeisiin & suojaimeihin sekä taloustarvikkeisiin, joihin ei tullut vastauksia. Kuvion perusteella eniten keräilyvirheitä tapahtuu hoitotarvikkeissa ja toiseksi eniten siivous- ja puhdistusaineissa ja – tarvikkeissa. Tuloksia tarkasteltaessa tulee ottaa huomioon, että osalle asiakkaista ei varmasti ole selvää se, että tilaustuotteet eivät ole varaston fyysisiä tuotteita vaan ne tilataan suoraan toimittajalta.



Kuvio 15. Tuotevirheiden esiintyvyys tuoteryhmissä.

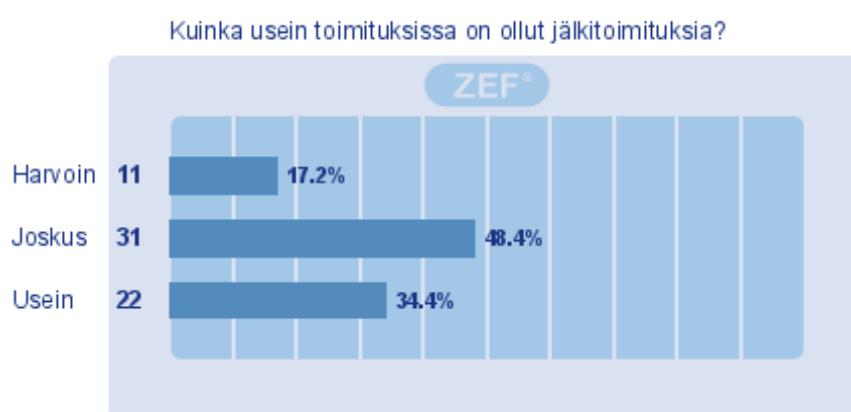
Keräilyvirheet osion viimeisenä kysymyksenä kysyin, minkä tyyppisiä keräilyvirheet ovat olleet. Neljästä vastausvaihtoehdosta vastaukset jakaantuivat kahdelle vastausvaihtoehdolle tasaisesti. Eniten vastauksia saanut keräilyvirhe oli virheellinen määrä ja sitä yhden vastauksen vähemmän oli väärä tuote. Keräysluettelossa on aina mainittuna kuinka monta yksikköä tiettyä tuotetta kulloinkin asiakas haluaa ostaa. Keräilijän tulee lukea tarkkaan keräysluettelosta, kuinka paljon asiakas haluaa toimitukseensa tuotetta, sillä myyntiyksikkö voi vaihdella esimerkiksi kappaleittain, paketeittain tai laatikoittain.

3.6 Jälkitoimitus

Jälkitoimituksella tarkoitetaan tilannetta, jossa asiakkaan tilaama tuoterivi jää pois alkuperäisestä tilauksesta. Jälkitoimituksen syynä TEKLIn keskusvarastolla on usein se, että asiakkaan tilaama tuote on tilaustuote, jolloin se on automaattisesti jälkitoimituksena tuleva tai tuotetta ei ole kyseisellä hetkellä fyysisesti saatavilla varastossa. Asiakkaita, jotka vastasivat lähetyksiinsä jäävän jälkitoimituksia, saivat keräilyvirheet osion tavoin lisäkysymyksiä liittyen jälkitoimituksiin.

Asiakkailta kysyttäessä, onko heidän toimituksiinsa jäänyt jälkitoimituksia peräti 90 %:lle asiakkaista on jäänyt jälkitoimituksia. Kuten aikaisemmin tuli todettua jokainen varaston tilaustuote joka ei ole varastolla fyysisesti tilaushetkellä saatavilla toimitetaan jälkitoimituksena. Kaikki asiakkaat eivät välttämättä tiedä, että tilaustuote on jälkitoimituksena tuleva. Vastauksia tarkasteltaessa tulee ottaa huomioon kyseinen seikka.

Lähes puolet asiakkaista (kuvio 16), joille tuotteita on jäänyt jälkitoimitukseen, kertoivat jälkitoimituksia jäävän joskus. Toiseksi eniten vastauksia saanut vaihtoehto oli ”Usein”, jonka osuus vaihtoehtoista oli noin 34 %. Harvoin jälkitoimituksia toimituksiin on jäänyt yhdellätoista vastaajalla. Hyvinvointipalveluiden ja sivistys- ja kulttuuripalveluiden välillä vertailtaessa jälkitoimituksia jää joskus tai usein lähes kaikilla hyvinvointipalveluiden vastaajilla, kun taas sivistys- ja kulttuuripalveluiden vastaajien vastaukset jakaantuivat huomattavasti tasaisemmin jokaiseen vaihtoehtoon.

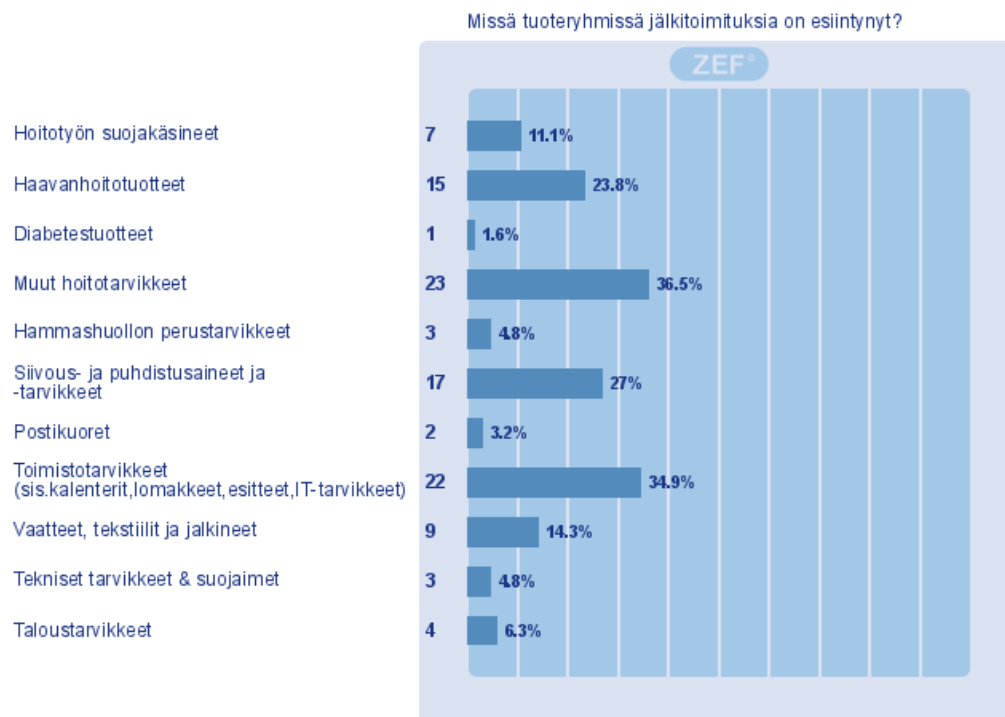


Kuvio 16. Jälkitoimitusten esiintyvyys vastaajien toimituksissa.

Keskusvarastolla on joillakin tuotteilla korvaava tuote, esimerkiksi hoitotyön suojakäsineissä on toistensa korvaavia käsineitä. Varaston ajatuksena on, että jos tiettyä tuotetta on fyysisesti saatavilla vain tietyn verran ja asiakas haluaisi saada tuotetta enemmän

kuin on saatavilla, tulisi tällöin puuttuneen määrän tilalle toimittaa korvaava tuote, jos sille on ylipäättään sellainen. Jälkitoimitus-osiossa halusin kysyä asiakkailta, onko heille toimitettu puuttuneen tuotteen tilalle korvaavaa tuotetta ja jos on, ovatko he olleet korvaavaan tuotteeseen tyytyväisiä. Suurelle osalle asiakkaista, joille jälkitoimituksia on jäänyt, ei ole toimitettu korvaavaa tuotetta. Kahdeksan vastaajaa on saanut korvaavan tuotteen ja ollut korvaavaan tuotteeseen tyytyväinen. Neljä vastaajaa oli sitä mieltä, että he eivät ole olleet tyytyväisiä korvaavaan tuotteeseen.

Kuten keräilyvirheosiossa myös jälkitoimitusosiossa halusin selvittää, missä tuoteryhmissä jälkitoimituksia on jäänyt. Tuloksia (kuvio 17) tutkimalla saa selville, että vastaukset jakaantuivat hyvin jokaiseen vaihtoehtoon. Muut hoitotarvikkeet, toimistotarvikkeet ja siivous- ja puhdistusaineet ja -tarvikkeet olivat kolme eniten vastauksia saaneita tuoteryhmiä. Muut hoitotarvikkeet ovat keräilyvirhe- ja jälkitoimituslistojen kärjessä.



Kuvio 17. Jälkitoimituksien esiintyvyys tuoteryhmissä.

3.7 Reklamaatioiden käsittely

Halusin selvittää keskusvaraston uusilta asiakkailta, kuinka moni on reklamoinut keskusvarastolle. Vastaaajista 43,1 % kertoi reklamoineen keskusvarastolle.

Vastaaajat, jotka vastasivat reklamoineen joskus keskusvarastolle, saivat tarkentavia kysymyksiä liittyen keskusvaraston reklamointiin. Ensimmäisenä kysymyksenä halusin selvittää, minkä vuoksi vastaajat ovat reklamoineet viimeksi keskusvarastolle. Eniten vastauksia vastausvaihtoehdoista sai ”Väärä tuote”. Puuttuneesta tuotteesta vastaajat olivat reklamoineet seuraavaksi eniten ja kolmanneksi eniten rikkinäisestä tuotteesta. Palvelusta kukaan ei kertonut reklamoineen.

Toisena kysymyksenä halusin selvittää, millä tavoin asiakkaat tavoittelevat keskusvarastoa reklamointitapauksissa. Neljästä vastausvaihtoehdosta, vain kahteen sain vastauksia. Eniten vastauksia keräsi ”Puhelin”-vaihtoehto, jolla 60 % kertoi reklamoivansa, ja loput kertoivat reklamoivansa sähköpostilla.

Peruskysymysten jälkeen esitin asiakkaille kaksi väittämää, joista ensimmäisessä selvitin, ovatko vastaajat tyytyväisiä reklamaatioiden käsittelynopeuteen. Lähes kaikki vastaajat olivat väittämän ” Olen tyytyväinen reklamaatioiden käsittelynopeuteen” kanssa samaa mieltä, että reklamaatioiden käsittely on nopeaa.

Toisessa väittämässä esitin väittämän, ovatko asiakkaat tyytyväisiä palveluun reklamaatioiden hoidossa. Kuten edellisessä väittämässä, myös tässä asiakkaat olivat lähes kaikki samaa mieltä väittämän kanssa.

3.8 Keskusvaraston palvelu

Toteutin keskusvaraston palvelu-kohdan esittämällä väitteitä TEKLLIn keskusvaraston toiminnasta. Vastausvaihtoehdot oli jaettu yhdestä viiteen, jolloin vastaajat pystyivät valitsemaan, ovatko he samaa tai eri mieltä asiasta väittämien kanssa. Väittämällä liittyen keskusvaraston palveluun halusimme varaston kanssa saada tietoja meitä askarruttaviin asioihin.

Ensimmäinen kysymys oli muista kysymyksistä poiketen suora kysymys, jossa kysyin asiakkailta millä yhteydenottovälineellä tavoitettavuus on ollut parhainta. Vastaukset jakautuivat lähinnä kahden vaihtoehdon kohdalle. Asiakkaiden mielestä paras tavoitettavuus on puhelimella, johon vastasi 70 % vastaajista. Sähköpostin jälkeen puhelin on toiseksi paras tavoitettavuus väline, johon vastasi 26,5 % asiakkaista. Kaksi vastaajaa oli sitä mieltä, että paikanpäälle tulemalla tavoitettavuus on parhainta. Vaihtoehtoon ”faksi” ei vastannut kukaan vastaajista.

Keskusvaraston palvelu-kohdan ensimmäinen väittämä kuului: ”Ongelmatilanteissa palvelu on sujuvaa”. Suurin osa vastaajista oli väittämän kanssa samaa mieltä, sillä yli puolet vastaajista mielsi keskusvaraston palvelun sujuvaksi ongelmatilanteissa. Noin neljännes asiakkaista oli väittämän kanssa osittain samaa mieltä. Väittämän vastauksista on hienoa huomata, että vain yksi oli osittain eri mieltä ja yhtään vastaajaa ei ollut väittämän kanssa täysin samaa mieltä. Yhdeksän vastaajaa ei osannut kertoa mielipidettään väitteelle.

Seuraavaksi halusin tietää mieltävätkö keskusvaraston toiminnan asiakaslähtöiseksi palveluksi. Vastauksien pääpaino oli väittämässä täysin samaa mieltä sekä osittain samaa mieltä, sillä niihin vastattiin yli 85 %. Osittain eri mieltä olevia vastauksia oli neljä ja täysin eri mieltä ei ollut yhtään vastaajaa. Kuusi vastaajaa ei kertonut mielipidettään, onko toiminta asiakaslähtöistä palvelua.

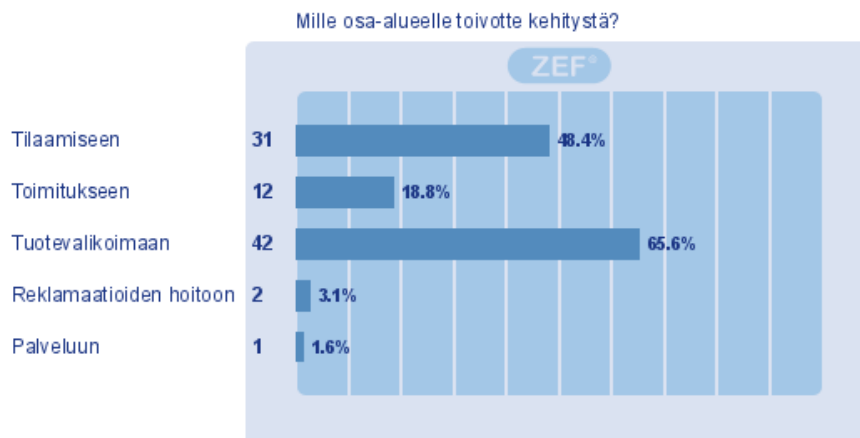
Kolmantena väittämänä esitin, onko toiminta joustavaa keskusvarastolla. Enemmistö vastauksista jakaantui tasaisesti kahden väittämän kanssa. Enemmistö vastaajista oli sitä mieltä, että he ovat täysin samaa mieltä toiminnan olevan joustavaa. Osittain samaa mieltä väittämän kanssa oli 30 vastaajaa. Osittain eri mieltä kohdassa olevia vastauksia oli neljä ja täysin eri mieltä ei ollut taaskaan yhtään. ”En osaa sanoa” kohtaan vastasi viisi henkilöä.

Halusin saada viimeisessä väittämässä tietää, onko palvelu varastolla ammattimaista. Tulokset osoittivat, että tälläkin kertaa suurimmat vastausmäärät saivat väittämät ”Täysin samaa mieltä” ja ”Osittain samaa mieltä”. Suurin osa vastaajista oli täysin samaa mieltä, että palvelu varastolla on ammattimaista. Osittain samaa mieltä olevia oli noin

kolmasosa vastanneista. Jälleen kerran oli hienoa huomata, että eri mieltä olevien vastusmäärät pysyttelivät vähässä.

3.9 Parannusehdotukset

Kyselyn lopuksi halusin selvittää asiakkailta kehitysehdotuksia keskusvaraston toiminnan kehittämiseksi. Kysyin asiakkailta monivalintakysymyksenä, millä osa-alueilla he haluaisivat varaston kehittyvän. Vastaukset (kuvio 18) jakaantuivat kysymyksessä lähinnä kolmelle vaihtoehdolle. Viidestä kehitysehdotuksesta eniten kehitystä toivottiin tuotevalikoimaan. Tilaamisessa katsottiin olevan toiseksi eniten parantamisen varaa, sillä siihen vastauksia tuli 31. Kolmanneksi eniten kehitystä toivottiin toimitukseen, johon vastaajat vastasivat 12 kertaa. Reklamaatioiden hoidon sekä palvelun parantamisessa vastaajat eivät juuri nähneet kehityksen aihetta.



Kuvio 18. Vastaajien kehitystoivomukset keskusvaraston toimintaan.

Asiakkailla oli mahdollisuus kyselyn lopussa kertoa vapaasti tuntemuksiaan varaston toiminnasta vapaapalaute-osiossa. Suurin osa vastanneista oli sitä mieltä, että varaston tulisi kehittää varastolta tilaamisohjelmaa. Tilausohjelman suurimmaksi haastavuudeksi katsottiin tuotteiden etsiminen järjestelmästä. Asiakkaat eivät tahdo löytää oikeaa tuotetta useista hakusanayrityksistä huolimatta, jolloin he joutuvat soittamaan varastolle, jossa varaston työntekijä tekee tuotteen haun asiakkaan puolesta. Vastaajien mielestä tuotteiden tulisi olla Internet-sivustolla loogisessa järjestyksessä, eikä ripoteltuna sinne tänne. Eräs vastaaja toivoi, että aikaisemman tilauksen voisi tallentaa, ja sitä kautta tilata seuraavalla kerralla, joka nopeuttaisi tilaamista huomattavasti.

Jälkitoimitukset nousivat esille vapaapalaute-osiossa asiakkaiden vastauksissa. Asiakkaiden mielestä tilauksissa tuotteita jää liian paljon ja usein jälkitoimitukseen. Eräs vastaaja kertoi, että kun aikaisemmin tuotteet tulivat yksikköön Haukiputaan varastolta, he saivat nopeasti ja helposti sen mitä tarvitsivat, mutta TEKLI:n keskusvaraston asiakkaaksi siirtyessä tilausten tekeminen ja tuotteiden saatavuus vaikeutui huomattavasti. Sama vastaaja kertoi, että heillä on muutama tuote jota he käyttävät säännöllisesti päivittäin ja jota he eivät tahdo saada varastolta jolloin ne jäävät usein jälkitoimitukseen.

Varaston palvelu sai asiakkailta positiivista palautetta. Asiakaspalvelu nähtiin vapaapalautteessa muun muassa joustavaksi ja toimivaksi. Erään asiakkaan yksikössä oli ennako-odotuksia keskitettyyn palvelu-malliin siirtymisessä, mutta kyseiset odotukset olivat vastaajan mielestä turhia, sillä asiat ovat pääsääntöisesti sujuneet hyvin varaston kanssa. Vastauksissa varaston työntekijät katsottiin asiantunteviksi, joiden palvelun myötä asiat ovat luistaneet ja tuotteet löytyneet, kun varastolle on vaan soitettu ja kysytty. ”Olen palveluun tyytyväinen, ystävällistä ja joustavaa.” Paikan päällä keskusvarastossa asioidmisesta oltiin myös sitä mieltä, että palvelu on ollut asioidessa hyvää.

Yksittäisistä palautteista esille tuli muun muassa, että erään asiakkaan mielestä keskusvaraston tuotteiden hinnat ovat liian korkeita joissakin tuotteissa, joka näkyy laskun loppusummassa. Sama asiakas harmittelee, että he joutuvat maksamaan nykyään myös tavaran kuljetuksesta.

4 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimukseni vastaaja määrään voin olla tyytyväinen, vaikka odotin, että vastausprosentti olisi ollut vähintään puolet. Tutkimuksen ajankohtaan huomion nähden voin olla kuitenkin tyytyväinen että vastauksia tuli kuitenkin näin kattavasti, sillä toteutin kyselyn kesäkuun ja osittain heinäkuun aikana, jolloin ihmiset yksiköissä ovat usein lomalla. Annoin asiakkaille aluksi vastausaikaa hieman yli kaksi viikkoa. Vastausajan päätyttyä päätimme kuitenkin yhdessä keskusvaraston kanssa antaa asiakkaille lisää aikaa, joka osoittautuikin hyväksi ideaksi, sillä vastauksia saatiin noin 20 lisää. Suurin osa kyselyn vastauksista tuli hyvinvointipalvelun toimipaikoista. Hyvinvointipalvelut on myyntimäärältään keskusvaraston suurin asiakaskunta, mikä selittää sen, että sieltä vastauksia tuli määrällisesti eniten muihin toimipaikkoihin verrattuna. Vaikka hyvinvointipalvelujen toimipaikoista vastauksia tulikin eniten, jäin silti odottamaan, että vastauksia sieltä olisi tullut enemmän, sillä vain n. 38 % hyvinvointipalveluille lähetetyistä kyselyistä tuli vastaukset. Vertailun vuoksi toiseksi suurin toimipaikka vastaus määrältä oli sivistys- ja kulttuuripalvelut, josta kyselyyn vastasi lähes puolet n. 48 % sivistys- ja kulttuuripalveluiden asiakkaista. Myös Oulun Serviisin vastausprosentti jäi vajaaksi, sillä vain 40 % vastasi kyselyyn. Oulun teknisen liikelaitoksen vastausprosentti toimipaikoista oli paras lähes 60 %.

Oulun teknisen liikelaitoksen keskusvaraston uusille asiakkaille toteutettu kysely osoitti keskusvaraston palvelun laadun olevan pääosin hyvällä tasolla. Sähköinen tilausjärjestelmä ja ennen asiakkuutta tapahtuva tiedottaminen jakoivat mielipiteitä laidasta laitaan, ja varsinkin sähköinen tilausjärjestelmä keräsi runsaasti palautetta. Itse asiakaspalvelemisesta vastaajat olivat tyytyväisiä.

Vaikka sähköinen tilausjärjestelmä ei suoranaisesti ole suoraa asiakaspalvelutyötä, kytkeytyy palvelu siihen hyvin merkittävästi. Vastauksissa ilmeni, että kun asiakkaat eivät löydä haluamaansa tuotetta varaston järjestelmästä, ottavat he tällöin yhteyttä varaston työntekijään. Ottaessaan yhteyttä keskusvarastoon asiakas tavoittaa esimerkiksi keräilyä tekevän logistiikkatyöntekijän, joka on toisella puolella varastoa tietokoneiden tavoittamissa, jolloin hän joutuu keskeyttämään keräilynsä ja tulemaan toiselle puolelle varastoa tietokoneelle etsimään asiakkaalle hänen haluamaansa tuotetta. Vaikka kyseinen toimenpide on tärkeää asiakaspalvelua, on se kuitenkin sellainen, että asiakkaan tulisi

osata itse tehdä se. Varastotyöskentelyn työvaiheita katsottaessa keräily on vaiheista ehkäpä tärkein. Käsikeräilyperiaatteella toimivissa varastoissa keräilytyön osuus varastotyön kokonaiskustannuksista on miltei puolet. (Ritvanen ym. 2011, 86-87.) Keskusvaraston logistiikkatyöntekijän omasta työstä on pois, kun hän etsii asiakkaan puolesta tuotetta varastonhallintajärjestelmästä. Asiakkaiden yhteydenotot vähentyisivät merkittävästi, kun tuotteiden hakeminen hakusanoilla varastonhallintajärjestelmästä olisi asiakkaalle helpompaa.

Yrityksen tulee punnita, kuinka se voisi web-sivustolla palvella asiakasta. Sen tulee kiinnittää huomiota sivuston ulkonäköön, käytettävyyteen sekä löydettävyyteen (Rissanen, 2005, 71.) Vastaajat olivat tyytymättömiä tavaroiden tuotetietoihin tilaussivulla. Asiakkaat toivoivat kaikkiin tuotteisiin kuvia, joka helpottaisi merkittävästi ostopäätöksen tekoa. Usein kuitenkin pelkkä kuva tuotteesta ei ole tarpeeksi informoiva, vaan asiakkaat toivoivat, että tuotteista olisi tilaussivulla myös kirjallista tietoa. Keskusvaraston tuotevalikoima perustuu Oulun kaupungin ja Pohjois-Pohjanmaan sairaanhoitopiirin yhteiseen kilpailutukseen. Tuotteet kilpailutetaan kausihankinnoittain, jolloin tuotteita jää välillä pois valikoimasta ja uusia kilpailutettuja uutuuksia tulee vanhojen tuotteiden tilalle. (Jämsä 25.5.2013, haastattelu.) Keskusvaraston tuotevalikoiman kilpailutuksen myötä tuotteet elävät koko ajan muutoksessa. Nykyisten resurssien vähäisyyden vuoksi uusien tuotetietojen ja kuvien päivittäminen keskusvaraston EP -tilausjärjestelmään on haastavaa.

Väärän tuotteen tilaus on merkittävä rasite asiakkaalle, mutta myös keskusvarastolle. Tavarapalautus tarkoittaa tilannetta, jossa varasto ottaa palautetun tuotteen takaisin varastojärjestelmään. Palautusten tekemistä järjestelmään osaa hoitaa varastolla vain muutamat tietyt henkilöt, joten se on heidän työstään pois, kun he joutuvat tekemään kirjaamisen tietokoneelle ja viemään tavaran takaisin hyllyyn. Läpimenotuotteiden kohdalla asia on hieman ongelmallisempi. Läpimenotuotteilla tarkoitetaan tuotteita, jotka eivät ole varaston normaaleja hyllytuotteita vaan asiakkaan tilatessa läpimenotuotteen tilataan tuote suoraan toimittajalta. Jos kuitenkin tilattu tuote ei ole asiakkaan mielestä oikea, palauttaa hän tuotteen takaisin keskusvarastolle. Keskusvarasto ei voi kuitenkaan palauttaa tilaustuotetta takaisin toimittajalle eikä varasto voi myöskään ottaa sitä hyllytuotteeseen, joten se jää varaston ”ysihyllyyn”, josta joku asiakas voi sen halutessaan

ostaa. Asiakkaan palauttamat läpimenotuotteet ovat täten harmillisia, sillä ne sitovat varaston pääomaa, joidenkin tuotteiden kohdalla pitkiksi ajoiksi.

Keskusvaraston tavarantoimitus oli vastaajien mielestä hyvää tasoa. Lähes jokainen vastaaja oli tyytyväinen tavaroiden toimitustiheyteen, joka oli yksi asioista, jonka mielihiteen keskusvarasto halusi minun selvittävän. Kysymyksen tulos on aika yllättävä, sillä odotin ennakkoon, että tyytymättömiä nykyiseen malliin olisi ollut enemmänkin, kuin vain neljä. Varsinkin haukiputaalaisten asiakkaiden kohdalla olisi ollut odotettavissa, että nämä haluaisivat toimituksia olevan enemmän viikossa, sillä he olivat tottuneet jopa päivittäisiin tavarantoimituksiin edellisen varaston asiakkuuden aikana.

Jälkitoimitukset oli ennakkoon aihealue, jota keskusvaraston kanssa pohdimme pitkään, sillä kaikki asiakkaat eivät välttämättä tiedä, mitkä toimitettavista tuotteista tilataan suoraan toimittajilta. Tutkimustuloksia tarkasteltaessa tulee ottaa huomioon, että asiakkaat eivät välttämättä ole olleet tietoisia tilaustuotteiden toimituksista vastauksia antaessaan. Tuloksia tarkasteltaessa huomasin, että peräti 80 %:lle asiakkaista ei ole tarjottu korvaavaa tuotetta. Vastaajista, joille on tarjottu korvaavaa tuotetta, kaksi kolmesta on ollut tyytyväinen korvaavaan tuotteeseen. Tuloksista käy ilmi, että korvaavaa tuotetta kannattaisi tarjota useammin, sillä enemmistö on ollut kuitenkin tuotteeseen tyytyväinen. Kuten alussa toin esille, tuloksia tarkasteltaessa tulee ottaa huomioon, että kaikki vastaajat eivät välttämättä tiedä, että he ovat saaneet toimituksiinsa korvaavaan tuotteen. Pakkausluetteloon ei jää koskaan merkintää siitä, että asiakas olisi saanut jonkin tuotteen tilalle korvaavan tuotteen. Toimituksen vastaanottaja saattaa usein myös olla täysin eri henkilö, kuin tilauksen tekijä, jolloin vastaanottaja ei voi olla tietoinen tilauksen tekijän alkuperäisestä tilauksesta.

Asiakastyytyväisyyskyselyn palvelu kysymysryhmä osoitti keskusvaraston asiakaspalvelun olevan hyvällä tasolla, vaikka väittämässä oli muihin kysymysryhmän väittämiin verrattuna hieman enemmän ”En osaa sanoa”-vastauksia. Keskusvaraston hyvästä palvelusta kertoo se, että yksikään vastaaja ei ollut vastannut ”täysin eri mieltä”-väittämiin keskusvaraston palvelu kysymysryhmässä. Hyvästä palvelusta keskusvarastolla kertoo myös se, että vain yksi vastaaja toivoi kehitystä palveluun. Vapaassa palautteessa varaston palvelua sanottiin muun muassa ystävälliseksi ja joustavaksi.

Tutkimustuloksia tarkastellessani olin pettynyt Oulun Serviisiin ja Oulun teknisen liikelaitoksen toimipaikkojen tilaajamääriin, jotka olivat pieniä verrattuna Hyvinvointipalveluihin sekä Sivistys- ja kulttuuripalveluihin. Tutkimuksen alkuvaiheessa minulla oli tarkoitus vertailla eri toimipaikkojen välillä keskusvaraston palvelun tyytyväisyyttä, mutta koska tilaajia oli vähän Oulun Serviisistä ja Oulun teknisestä liikelaitoksesta, en voinut tehdä vertailua kaikkien toimipaikkojen kesken, vaan jouduin vertailemaan tiettyjä toimipaikkoja keskenään.

Tutkimuksen toteutus onnistui mielestäni pääosin hyvin. Työn tarkoituksena oli tehdä Oulun teknisen liikelaitoksen keskusvaraston uusille asiakkaille tyytyväisyyskysely, joka antaa keskusvarastolle kuvan, kuinka hyvin keskusvarasto on onnistunut muutosprosessissa asiakkaan näkökulmasta katsottuna. Tyytyväisyyskyselyssä halusin saada selville uusien asiakkaiden mieltymyksiä keskusvaraston toiminnoista, kuten tavaroiden ostosta, toimituksista, reklamoinnista ja yleisestä palvelusta. Työn toteutuksen merkittävintä vastoinkäyminen tapahtui tarkastellessani kyselyn tuloksia, jolloin huomasin ristiriidan reklamaatio kysymysryhmässä. Reklamaatio kysymysryhmän vastauksiin olin saanut vähemmän vastauksia, kuin mitä oli reklamoivien vastauksien määrä. Vastoinkäymisen myötä jouduin lähettämään reklamaatio-osion kysymykset uudestaan niille henkilöille, jotka olivat kertoneet reklamoineensa keskusvarastolle. Virhe johtui siitä, että kyselyä laatiessani olin tehnyt reklamaatio kysymysryhmään virheellisen kysymysryhmän ehdollistamisen. Työskentely toimeksiantajan kanssa oli alusta alkaen hyvin mutkatonta, ja sain tarvittaessa apua keskusvaraston työntekijöiltä tutkimukseni teossa. Tutkimuksen tekeminen oli todella mielenkiintoista sen käytännönläheisyyden vuoksi.

LÄHTEET

- Ala-Siuru, Maria, Lehtonen, Unto, Ojala, Jyrki 2013. Kysymykset, vastaukset ja ideat. Hakupäivä 24.5.2013.
<http://akkuna/Kaupunki/UusiOulu/kysymykset_ja_vastaukset/etusivu.htm>
- Asikainen, Jarmo, Kenni, Mikko, Majoinen, Kaija, Merisalo, Maria, Stenvall, Jari. Uuden Oulun kuntien yhdistymisen valmistelun ja toteutuksen arviointi. Hakupäivä 27.5.2013.
<<http://ktweb.ouka.fi/ktweb/>>
- EP –tilausjärjestelmä. Hakupäivä 16.6.2013.
<<https://mail2.luc.fi/OWA/redirect.aspx?C=dPIJv6XPBk29PMM6J3mCua45Sb8-pNAIrJx27adeWECupZzttz8jKzWS8NX24S9jQrudkQp2eYA.&URL=https%3a%2f%2fvarasto.ouka.fi%2fsites%2fOTL>>
- Esittely. Hakupäivä 24.2.2013.
<<http://oulu.ouka.fi/tekli/esittely.html>>
- Haapanen, Mikko & Vepsäläinen, Ari P.J & Lindeman, Taru 2005. Logistiikka osana strategista johtamista. Porvoo: WSOY.
- Heikkilä, Tarja 1998. Tilastollinen tutkimus. 3., uudistettu painos. Helsinki: Edita.
- Helppokäyttöinen hankintajärjestelmä tuo enemmän säästöjä. Hakupäivä 21.10.2013.
<<http://www.basware.fi/ratkaisut/hankinta/hankintojen-hallinta-sahkoinen-hankinta>>
- Hirsjärvi, Sirkka & Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula 2007. Tutki ja kirjoita. 13., osin uudistettu painos. Helsinki: Tammi.
- Jämsä, Kaarina, varastopäälikkö, Oulun tekninen liikelaitos. Haastattelu 25.5.2013.
- Kannisto, Päivi & Kannisto, Santeri 2008. Asiakaspalvelu. Tiedettä, taikuutta vai talonpoikaisjärkeä? 1.painos. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Kekkonen, Tellervo 2013. Rupelli. Hakupäivä 24.5.2013.
<<http://akkuna/NR/rdonlyres/9D5E128C-52D3-48E9-A746-531508D7B775/0/13SisäinenTiedoteRupelli3.pdf>>
- Korjaus- ja kunnossapitoyksikkö. Hakupäivä 24.2.2013.
<http://oulu.ouka.fi/tekli/korjaus_ja_kunnossapitoyksikko.html>
- Kunnallinen liikelaitos. Hakupäivä 30.5.2013.
<<http://www.kunnat.net/fi/palvelualueet/jarjestaminen/liikelaitos/Sivut/default.aspx>>
- Kuntaliitokset. Hakupäivä 12.4.2013.
<<http://www.virtuaalikunta.net/fi/tietoa/kuntaliitokset/Sivut/default.aspx>>
- Laki julkisista hankinnoista 30.3.2007/348.
- Lecklin, Olli 2002. Laatu yrityksen menestystekijänä. Jyväskylä: Gummerus.
- Liiketalouden koulutusohjelma Tradenomi. Hakupäivä 24.2.2013.
<http://edu3.token.fi/tiedostot/OPSit/2010-2011/Liiketalouden_ko_ops_2010-2010.pdf>
- Logistiikkapalvelut. Hakupäivä 24.2.2013.
<<http://oulu.ouka.fi/tekli/logistiikkapalvelut.html>>
- Lundberg, Tom 2002. Palvele, vaikuta, menesty! Helsinki: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Microsoft Dynamics ERP. Hakupäivä 25.6.2013.
<<http://www.microsoft.com/dynamics/fi/fi/erp.aspx>>
- Mikä on kunnallinen liikelaitos? Hakupäivä 31.5.2013.
<<http://www.kunnat.net/fi/palvelualueet/jarjestaminen/liikelaitos/oikeudellinen-nakokulma/mika-on/Sivut/default.aspx>>
- Mykkänen, Marko. Vuosikertomus 2012. Hakupäivä 31.5.2013.

- < http://oulu.ouka.fi/tekli/tiedostot/TEKLI_Vuosikertomus_2012_netti.pdf>
Otos ja otantamenetelmät. Hakupäivä 17.7.2013.
- <<http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/otos/otantamenetelmat.html#ryvas>>
Peura, Pekka 2010. Uusi Oulu syntyi äänestysten jälkeen. Hakupäivä 14.4.2013.
- <<http://www.kaleva.fi/uutiset/oulu/uusi-oulu-syntyi-aanestysten-jalkeen/174278/>>
Rissanen, Tapio 2005. Hyvä palvelu. Vaasa: Kustannusosakeyhtiö Pohjantähti.
- Ritvanen, Virpi, Inkiläinen, Aimo, Bell von, Anders, Santala, Jouko 2011. Logistiikan ja toimitusketjun hallinnan perusteet. Saarijärvi: Saarijärven Offset Oy.
- Rope, Timo, Pöllänen, Jouni 1998. Asiakastytyväisyysjohtaminen. 4 painos. Juva: WSOY.
- Sakki, Jouni 2001. Tilaus-toimitusketjun hallinta. Viides uudistettu painos. Tietoa uudesta Oulusta. Hakupäivä 11.4.2013.
- <<http://www.ouka.fi/oulu/uusi-oulu/mallisivu-peruspohjalla>>
ZEF Arviointikone. Hakupäivä 12.06.2013.
- < <http://www.zef.fi/fi/kyselyt-arviointikone/>>

LIITTEET

- Liite 1. Saatekirje
Liite 2. Tutkimuksen kyselylomake

Hei,

Olen Kemi-Tornion ammattikorkeakoulun kolmannen vuoden liiketalouden opiskelija. Teen opintooni kuuluvaa opinnäytetyötä Oulun teknisen liikelaitoksen keskusvarastolle. Tutkimukseni tarkoituksena on kartoittaa kuntaliitoksen seurauksena tulleiden asiakkaiden mielipiteitä TEKLIn keskusvaraston palvelusta, mikäli ette kuulu kyseiseen ryhmään, olkaa hyvä ja jättäkää vastaamatta kyselyyn. Kysely koskee myös sellaisia Kii-
mingin asiakkaita, jotka olivat ennen kuntaliitosta keskusvaraston asiakkaina. Vastamalla oheiseen kyselyyn Te voitte vaikuttaa keskusvaraston palveluun ja sen kehittämiseen. Samalla mielipiteenne antaa arvokasta apua opinnäytetyöni onnistumisessa.

Pyydän teitä vastaamaan kyselyyn 24.06.2013 mennessä.

Yhteystiedot luovuttamalla osallistut TEKLIn keskusvaraston lahjoittamien kesäkassien arvontaan. Vastauksenne käsitellään kokonaisuutena, jolloin yksittäisiä vastauksia ei eroteta joukosta.

Teidän nimenne on saatu Oulun teknisen liikelaitoksen keskusvaraston varastonhallintajärjestelmästä.

Mikäli haluatte saada lisätietoja tutkimuksesta, voitte tiedustella tämän viestin sähköpostiosoitteesta tai puhelinnumerostani lisätietoja. Vastaan mielelläni tutkimusta koskeviin kysymyksiin.

Vastaamisen voitte aloittaa klikkaamalla seuraavaa linkkiä tai kopioimalla linkin Internet-selaimen osoiteriville

Kiitos jo etukäteen kyselyyn osallistumisesta!

Ystävällisin terveisin

Antti Kokko

Liiketalouden koulutusohjelma/ logistiikka

Kemi-Tornion ammattikorkeakoulu

Email: antti.kokko@ouka.fi

Tyytyväisyyskysely TEKLIn keskusvaraston uusille asiakkaille

Tilaaajan taustatiedot

<p>1. Mikä on ammattiasemanne? (Vaihtoehtokysymys) Vaihtoehdot: - 1. Esimies - 2. Työntekijä</p> <p>2. Mihin toimipaikkaan kuulutte? (Vaihtoehtokysymys) Vaihtoehdot: - 1. Hyvinvointipalvelut - 2. Sivistys- ja kulttuuripalvelut - 3. Oulun Serviisi - 4. Oulun tekninen liikelaitos - 5. Oulun kaupunginkirjasto-maakuntakirjasto - 6. Muu toimipaikka</p> <p>3. Millä Oulun alueella toimipaikkanne sijaitsee? (Vaihtoehtokysymys) Vaihtoehdot: - 1. Haukipudas - 2. Kiiminki - 3. Oulunsalo - 4. Yli-Ii</p> <p>4. Mistä tilasitte ensisijaisesti ennen TEKLIn keskusvaraston asiakkaaksi siirtymistä? (Vaihtoehtokysymys) Vaihtoehdot: - 1. Haukiputaan varastolta - 2. Pohjois-Pohjanmaan sairaanhoitopiiriltä (OYS:n varasto) - 3. Toimittajalta suoraan - 4. Olin jo TEKLIn keskusvaraston asiakas - 5. Jostakin muualta</p>	<p>Vastausalueet:</p>
---	------------------------------

Asiakassuhteen alku

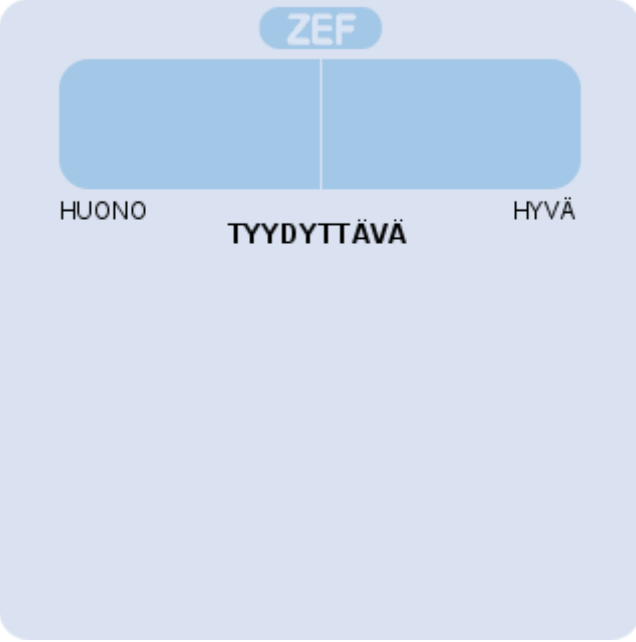
<p>1. Ennen asiakkuuden alkua minulla oli tieto kuinka tilata TEKLIn keskusvarastolta (Vaihtoehtokysymys)</p> <p>Vaihtoehdot:</p> <ul style="list-style-type: none">- 1. Täysin samaa mieltä- 2. Osittain samaa mieltä- 3. En osaa sanoa- 4. Osittain eri mieltä- 5. Täysin eri mieltä <p>2. Jos ette saaneet tietoa mistä tilata tai kuinka tilata keskusvarastolta, mistä luulette tiedonpuutteen johtuneen? (Vapaapalaute)</p>	<p>Vastausalueet:</p>
--	------------------------------

TEKLiIn keskusvarastolta tilaaminen

<p>1. Miten jätätte yleensä tilauksen? (Vaihtoehtokysymys) Vaihtoehdot:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1. Varaston omalla tilausjärjestelmällä (EP) - 2. OSTA –järjestelmällä (PM) - 3. Puhelimella - 4. Sähköpostilla - 5. Faksilla - 6. Paikan päällä asioimalla <p>2. Kuinka usein keskimäärin tilaatte? (Vaihtoehtokysymys) Vaihtoehdot:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1. Päivittäin - 2. 2-4 kertaa viikossa - 3. Kerran viikossa - 4. 1-3 kertaa kuukaudessa - 5. Harvemmin <p>3. Kuinka suuria tavaramääriä tilaatte kerralla? (Vaihtoehtokysymys) Vastauksissa esitetyt mitat on esitetty (leveys x korkeus) tai (leveys x pituus x korkeus) Vaihtoehdot:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1. Paperipussillisen (120x400mm) - 2. Laatikollisen (320x360x330mm) - 3. Puoli lavaa/ puoli rullakkoa - 4. Lavallisen/ rullakollisen - 5. 2 Lavaa/ 2 rullakkoa - 6. Enemmän kuin 2 Lavaa/ 2 rullakkoa <p>4. Minä viikonpäivänä yleensä jätätte tilauksen? (Vaihtoehtokysymys) Vaihtoehdot:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1. maanantai - 2. tiistai - 3. keskiviikko - 4. torstai - 5. perjantai - 6. lauantai - 7. sunnuntai <p>5. Oletko tyytyväinen tämänhetkiseen tilauksen jättöaikaan? (Vaihtoehtokysymys) Vaihtoehdot:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1. Olen tyytyväinen - 2. En ole, joudun antamaan tilauksen liian aikaisin - 3. En osaa sanoa <p>6. Tarvittaessa minua on opastettu tilaamisessa (Vaihtoehtokysymys) Vaihtoehdot:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1. Täysin samaa mieltä - 2. Osittain samaa mieltä - 3. En osaa sanoa - 4. Osittain eri mieltä - 5. Täysin eri mieltä 	<p>Vastausalueet:</p>
--	------------------------------

<p>7. Tilaaminen on vaivatonta (Vaihtoehtokysymys)</p> <p>Vaihtoehdot:</p> <ul style="list-style-type: none">- 1. Täysin samaa mieltä- 2. Osittain samaa mieltä- 3. En osaa sanoa- 4. Osittain eri mieltä- 5. Täysin eri mieltä <p>8. Kerro vapaasti mielipiteesi tilausprosessista (Vapaapalaute)</p>	
---	--

Sähköinen tilausjärjestelmä

<p>1. Tuotetiedot kertovat riittävästi tuotteesta (Vaihtoehtokysymys) Vaihtoehdot:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1. Täysin samaa mieltä - 2. Osittain samaa mieltä - 3. En osaa sanoa - 4. Osittain eri mieltä - 5. Täysin eri mieltä <p>2. Tuotekuvista on apua ostopäätöstä tehtäessä (Vaihtoehtokysymys) Vaihtoehdot:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1. Täysin samaa mieltä - 2. Osittain samaa mieltä - 3. En osaa sanoa - 4. Osittain eri mieltä - 5. Täysin eri mieltä <p>3. Pitäisikö kaikista tuotteista olla kuvat? (Vaihtoehtokysymys) Vaihtoehdot:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1. Kyllä - 2. Ei <p>4. MS Dynamics AX web-tilaajan ohjeesta oli apua tilaamisen alkuvaiheessa (Vaihtoehtokysymys) Vaihtoehdot:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1. Täysin samaa mieltä - 2. Osittain samaa mieltä - 3. En osaa sanoa - 4. Osittain eri mieltä - 5. Täysin eri mieltä <p>5. Millainen on MS Dynamics AX (EP) - tilausjärjestelmän käytettävyys? (Jana)</p>	<p>Vastausalueet:</p> <p>Jana</p> 
---	--

Tavarantoimitus

<p>1. Oletteko tyytyväisiä toimitustiheyteen? (Vaihtoehtokysymys) Vaihtoehdot: - 1. Olen tyytyväinen - 2. En, toivoisin että toimituksia olisi useammin viikossa</p> <p>2. Toimitetut tuotteet on pakattu asiallisesti (Vaihtoehtokysymys) Vaihtoehdot: - 1. Täysin samaa mieltä - 2. Osittain samaa mieltä - 3. En osaa sanoa - 4. Osittain eri mieltä - 5. Täysin eri mieltä</p> <p>3. Olen tyytyväinen tavarantoimitukseen (Vaihtoehtokysymys) Vaihtoehdot: - 1. Täysin samaa mieltä - 2. Osittain samaa mieltä - 3. En osaa sanoa - 4. Osittain eri mieltä - 5. Täysin eri mieltä</p> <p>4. Onko toimituksissa keräilyvirheitä? (Vaihtoehtokysymys) Vaihtoehdot: - 1. Kyllä - 2. Ei</p> <p>5. Onko toimitukseen jäänyt jälkitoimituksia? (Vaihtoehtokysymys) Vaihtoehdot: - 1. Kyllä - 2. Ei</p> <p>6. Oletteko reklamoineet TEKLIn keskusvarastolle? (Vaihtoehtokysymys) Vaihtoehdot: - 1. Kyllä - 2. Ei</p>	<p>Vastausalueet:</p>
---	------------------------------

Keräilyvirheet

<p>1. Kuinka usein toimituksissa on keräilyvirheitä? (Vaihtoehtokysymys) Vaihtoehdot:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1. Harvoin - 2. Joskus - 3. Usein <p>2. Missä tuoteryhmässä keräilyvirheitä on tapahtunut? (Monivalintakysymys) Tässä kysymyksessä voit valita useamman vaihtoehdon</p> <p>Vaihtoehdot:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1. Hoitotyön suojakäsineet - 2. Haavanhoitotuotteet - 3. Avannetuotteet - 4. Diabetest tuotteet - 5. Muut hoitotarvikkeet - 6. Hammashuollon perustarvikkeet - 7. Siivous- ja puhdistusaineet ja -tarvikkeet - 8. Postikuoret - 9. Toimistotarvikkeet <p>(sis.kalenterit,lomakkeet,esitteet,IT-tarvikkeet)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 10. Vaatteet, tekstiilit ja jalkineet - 11. Tekniset tarvikkeet & suojaimet - 12. Taloustarvikkeet <p>3. Minkälaisia keräilyvirheet ovat olleet? (Monivalintakysymys) Voit valita max.2 vaihtoehtoa</p> <p>Vaihtoehdot:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1. Väärä tuote - 2. Virheellinen määrä - 3. Vanhentunut tuote - 4. Rikkoontunut tuote <p>4. Keräilyvirheet ovat haitanneet toimintaamme (Vaihtoehtokysymys) Vaihtoehdot:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1. Täysin samaa mieltä - 2. Osittain samaa mieltä - 3. En osaa sanoa - 4. Osittain eri mieltä - 5. Täysin eri mieltä 	<p>Vastausalueet:</p>
---	------------------------------

Jälkitoimitukset

<p>1. Kuinka usein toimituksissa on ollut jälkitoimituksia? (Vaihtoehtokysymys) Kysymysryhmä koskee vain varaston normaaleja hyllytuotteita, Ei tilaustuotteita. Vaihtoehdot:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1. Harvoin - 2. Joskus - 3. Usein <p>2. Missä tuoteryhmissä jälkitoimituksia on esiintynyt? (Monivalintakysymys) Tässä kysymyksessä voit valita useamman vaihtoehdon. Kysymysryhmä koskee vain varaston normaaleja hyllytuotteita, Ei tilaustuotteita. Vaihtoehdot:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1. Hoitotyön suojakäsineet - 2. Haavanhoitotuotteet - 3. Diabetest tuotteet - 4. Muut hoitotarvikkeet - 5. Hammashuollon perustarvikkeet - 6. Siivous- ja puhdistusaineet ja -tarvikkeet - 7. Postikuoret - 8. Toimistotarvikkeet <p>(sis.kalenterit,lomakkeet,esitteet,IT-tarvikkeet)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 9. Vaatteet, tekstiilit ja jalkineet - 10. Tekniset tarvikkeet & suojaimet - 11. Taloustarvikkeet <p>3. Onko puuttuneen tuotteen tilalle toimitettu korvaavaa tuotetta ja jos on, oletteko olleet tyytyväisiä korvaavaan tuotteeseen? (Vaihtoehtokysymys) Kysymysryhmä koskee vain varaston normaaleja hyllytuotteita, Ei tilaustuotteita. Vaihtoehdot:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1. On toimitettu, ja olen ollut tyytyväinen korvaavaan tuotteeseen - 2. On toimitettu, mutta en ole ollut tyytyväinen korvaavaan tuotteeseen - 3. Ei ole toimitettu korvaavaa tuotetta 	<p>Vastausalueet:</p>
--	------------------------------

Reklamaatioiden käsittely

<p>1. Mistä olette viimeksi reklamoineet? (Vaihtoehtokysymys) Vaihtoehdot:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1. Väärästä tuotteesta - 2. Puuttuneesta tuotteesta - 3. Rikkinäisestä tuotteesta - 4. Palvelusta <p>2. Miten tavoittelette TEKLIn keskusvarastoa reklamointitapauksissa? (Vaihtoehtokysymys) Vaihtoehdot:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1. Puhelimella - 2. Sähköpostilla - 3. Faksilla - 4. Tulemalla paikanpäälle <p>3. Olen tyytyväinen reklamaatioiden käsittelynopeuteen (Vaihtoehtokysymys) Vaihtoehdot:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1. Täysin samaa mieltä - 2. Osittain samaa mieltä - 3. En osaa sanoa - 4. Osittain eri mieltä - 5. Täysin eri mieltä <p>4. Olen tyytyväinen palveluun reklamaatioiden hoidossa (Vaihtoehtokysymys) Vaihtoehdot:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1. Täysin samaa mieltä - 2. Osittain samaa mieltä - 3. En osaa sanoa - 4. Osittain eri mieltä - 5. Täysin eri mieltä <p>5. Kerro vapaasti TEKLIn keskusvaraston reklamaatioiden hoidosta (Vapaapalaute)</p>	<p>Vastausalueet:</p>
---	------------------------------

TEKLiIn keskusvaraston palvelu

<p>1. Millä yhteydenottovälineellä tavoitettavuus on ollut parhaita? (Vaihtoehtokysymys) Vaihtoehdot:</p> <ul style="list-style-type: none">- 1. Puhelimella- 2. Sähköpostilla- 3. Faksilla- 4. Paikanpäälle tulemalla <p>2. Ongelmatilanteissa palvelu on sujuvaa (Vaihtoehtokysymys) Vaihtoehdot:</p> <ul style="list-style-type: none">- 1. Täysin samaa mieltä- 2. Osittain samaa mieltä- 3. En osaa sanoa- 4. Osittain eri mieltä- 5. Täysin eri mieltä <p>3. Toiminta on asiakaslähtöistä palvelua (Vaihtoehtokysymys) Vaihtoehdot:</p> <ul style="list-style-type: none">- 1. Täysin samaa mieltä- 2. Osittain samaa mieltä- 3. En osaa sanoa- 4. Osittain eri mieltä- 5. Täysin eri mieltä <p>4. Toiminta on joustavaa (Vaihtoehtokysymys) Vaihtoehdot:</p> <ul style="list-style-type: none">- 1. Täysin samaa mieltä- 2. Osittain samaa mieltä- 3. En osaa sanoa- 4. Osittain eri mieltä- 5. Täysin eri mieltä <p>5. Palvelu on ammattimaista (Vaihtoehtokysymys) Vaihtoehdot:</p> <ul style="list-style-type: none">- 1. Täysin samaa mieltä- 2. Osittain samaa mieltä- 3. En osaa sanoa- 4. Osittain eri mieltä- 5. Täysin eri mieltä	<p>Vastausalueet:</p>
--	------------------------------

Toiminnan kehityskohdat

<p>1. Mille osa-alueelle toivotte kehitystä? (Monivalintakysymys) Voit valita max. 2 vaihtoehtoa Vaihtoehdot:</p> <ul style="list-style-type: none">- 1. Tilaamiseen- 2. Toimitukseen- 3. Tuotevalikoimaan- 4. Reklamaatioiden hoitoon- 5. Palveluun <p>2. Vapaa sana (Vapaapalaute) Kerro vapaasti tuntemuksiasi varaston toiminnasta</p>	<p>Vastausalueet:</p>
---	------------------------------

Yhteystiedot

1. Yhteystietosi	Vastausalueet:
-------------------------	-----------------------