

Junet Oy ja muutoskyvykkyys käyvät käsikädessä

22.12.2023

Viime vuosien nopeat ja yllättävät toimintaympäristön muutokset ovat tuoneet selkeästi esille yritysten muutoskyvykkyyden merkityksen. Yrityksen kyky uudistua sekä reagoida riittävän nopeasti mahdollistaa menestyksen. Muutoskyvykkyys on tänä päivänä yhä tärkeämpi kilpailuvaltti ja jopa elinehto yritykselle. Olemme haastatelleet Myrsky-hankkeessa eteläpohjalaisia yrityksiä selvittääksemme, minkälaisia muutoksia menestys on vaatinut ja vaatii. Artikkeli on osa Muutoskyvykkyys menestyksen avaimena -sarjaa. Junet Oy on yksi niistä yrityksistä, joissa muutoskyvykkyys ja rohkeus ovat olleet niitä tekijöitä, joiden ansiosta Jurvassa toimii elinvoimaisia huonekalualalla toimivia yrityksiä edelleen.

Jurvassa osataan huonekalubisnes edelleen

”Puu se on jurvalaasten muovailuvahaa” on sanonta, joka pitää edelleen paikkaansa. Jurvassa huonekaluteollisuus elää edelleen, vaikka tänä päivänä ei päästäkään hurjiin 60-luvun lukemiin. Tuolloin pienessä Jurvan kunnassa toimi useita kymmeniä huonekalutehtaita, pieniä ja isompia. Junet Oy on jurvalainen yritys, joka tarjoaa kokonaisvaltaisia avaimet käteen -kalustusratkaisuja hoivakoteihin. Pääasiassa yritys kalustaa hoiva- ja palvelukoteja, mutta jonkin verran myös muita julkitiloja. Tällä hetkellä Junetin omistavat kaksi jurvalaista huonekalutehdasta: Hakola Huonekalu Oy ja Huonekalutehdas Laitala Oy. Junet on viimeisten vuosien aikana kasvanut tasaisesti, vaikka hoiva-alan suhdannevaihtelut ovat olleet viime vuosina vahvassa turbulenssissa. Kuntapuolen toiminta on pysynyt suhteellisen tasaisena, kun taas yksityispuolella toiminta on ollut dynaamisempaa. Esimerkkinä on noin neljä vuotta sitten tapahtunut voimakas kasvu hoiva-alan suurimmissa yrityksissä, mikä näkyi luonnollisesti myös Junetin tilauskannassa. Isoimpien hoivayritysten osalta markkinat ovat hieman hiljentyneet ja vastaavasti tällä hetkellä työskennellään

enemmän uusien yritysten kanssa. Yrityksen kyky sopeutua nopeasti muuttuviin asiakastarpeisiin ja kysyntään koetaan olevan merkittävä kilpailuetu. Tämän artikkelin haastateltavana on ollut Sanna-Mari Petäjistö, joka toimii Junetilla markkinointijohtajana. Hänellä on vuosien kokemus yrityksestä, nyttemmin johtotehtävissä, joten tutuksi on tullut koko yrityksen toiminta myynnistä johtoon asti. Henkilökuntaa Junetilla on vakituisesti kuusi henkilöä, joista pääosa on myynnissä sekä yksi asentajana. Alihankintana Junet ostaa lisäksi markkinointia ja kalusteasennusta. Luonnollisesti Junet työllistää välillisesti ison määrän alihankkijoiden huonekaluvalmistuksessa.

Muutos huonekaluvalmistajasta menestyväksi ratkaisumyyjäksi

Junet on perustettu yhdeksänkymmentäluvulla alun perin vientiyritykseksi jurvalaisille huonekaluyrityksille, jolloin tähdättiin Saksan markkinoille. Tällöin Junet valmisti itse kalusteet. Vuosien saatossa kalustettiin myös hotelleja ja välillä valmistettiin kotikalusteita. Noin kymmenen vuotta sitten huonekalujen myynnin alkaessa hiipumaan tunnistettiin tarve muutokseen. Junet ei jäänyt paikoilleen markkinatilanteen muuttuessa, vaan lähti selvittelemään aktiivisesti ja rohkeasti kannattavampia liiketoimintamalleja. Hoivamarkkinoilta löytyi markkinarako ja siihen haluttiin tarttua. Suunniteltiin oma hoivakalustemallisto, jota lähdettiin markkinoimaan. Tuolloin Junetin oma tuotanto lopetettiin ja liiketoiminta muutettiin omistajiensa myyntiorganisaatioksi. Jatkossa tuotteet ostettiin Junetin omistajayrityksiltä. Kehittämisen tuloksena Junetille muodostui uudenlainen konsepti, joka toimii tänäkin päivänä ja jota kehitetään aktiivisesti. Hoivakodit kalustetaan siten, että sinne toimitetaan huonekalujen lisäksi myös matot, verhot, taulut, valaisimet ja ihan viherkasveista lähtien kaikki mahdolliset tilaan tulevat tavarat. Paikoillaan ei olla edelleenkään, valottaa Petäjistö. Tällainen merkittävä muutos yrityksen toiminnassa on osoitus rohkeudesta ja kyvykkyydestä muuttua markkinoiden sanellessa kysyntää. Junet ei jäänyt odottelemaan parempia aikoja markkinoiden muuttuessa, vaan otti rohkean askeleen, etsi ja löysi kannattavan markkinan.

Asiakaslähtöisyys menestyksen takana

Yksi keskeinen kulmakivi Junetin menestyksessä on panostus asiakaslähtöisyyteen. Yrityksen tuotekehitys perustuu asiakastarpeisiin, ja siksi kaikki tieto asiakkaista ja markkinoista on oleellista. Hoivakotien kokonaiskonseptien tarjoajana on välttämätöntä kehittää jatkuvasti toimintaa. Asiakkaiden kuuleminen on keskeinen tekijä, jolla saadaan tietoa markkinoista ja joka pitää yrityksen kilpailukykyisenä. Asiakaslähtöisen tuotekehityksen lisäksi myös kiertotalous ja vastuullisuus ovat nousseet entistä tärkeämmiksi arvoiksi yrityksen ja sen asiakkaiden toiminnassa. Petäjistön mukaan kotimaisuus on yritykselle arvo, mutta valitettavan usein kilpailutuksissa kotimaisuudella ei saa merkittävää etua. Onneksi löytyy myös niitä asiakkaita, joille on aivan sydämen asia, että tuotteet valmistetaan kotimaassa. Lähiaikoina vastuullisuus on tullut myönteisesti esille, sillä useat asiakkaat arvostavat lähituotantoa ja kokonaisvaltaista prosessien hallintaa. Asiakkaat tietävät, mistä tuotteet tulevat ja että tuotteisiin saa palvelua vielä viiden vuoden päästäkin, vaikka takuuaika menisikin umpeen. Tuotteita myös korjataan tarpeen mukaan, tehdään lisäpäällisiä tai käsitellään tuotteita uudelleen. – “Tavoitteenamme on suosia lähituotantoa mahdollisimman

paljon. Tällä tavoin pyrimme optimoimaan kuljetuskustannuksia, kun tuotanto on lähellä. Tämä mahdollistaa vaikuttamisen prosesseihin ja tarvittaessa varmistaa nopean tuotteiden saatavuuden. Kun on kyse kohteen kokonaiskalustuksesta, niin aivan kaikkia tuotteita omistajayrityksemme eivät tuota. Näissä tapauksissa käytetään tuttuja ja luotettavia toimittajia”, tähdentää Petäjistö.

Vastuullisuus näkyy tekemisessä, ei vain sanoissa

Vastuullinen yritys huolehtii myös henkilökunnastaan. Markkinointijohtajana ja esihenkilönä Petäjistö tähdentää sitä, että on erityisen tärkeää, että keskustelu myös henkilökunnan kanssa pidetään avoimena. Myyntityössä tiimityö on tärkeää. Jos jollain on välillä enemmän työtaakkaa, niin tukea on saatavissa ja apu on aina lähellä. Myyntityössä on kyse monesti provisioista ja tulospalkkioista, jotka saattavat vaikuttaa siihen, että ajatellaan enemmän omaa etua kuin yhteistä etua. Junetilla tämä on ratkaisu siten, että kaikki tekevät ”samaan pussiin”, joten kilpailija-asetelmaa ei ole ja tiimityö on aitoa. Työtä tehdään enemmänkin yrittäjämäisesti, jolloin työ on välillä myös henkisesti haastavaa, joten ilmapiirin tulee olla positiivinen. Junetilla on perhemäinen fiilis, jossa on kiva olla töissä. Vastuu henkilöstön viihtymisestä on suuri, sillä se näkyy myös tuloksissa. Hoivapuolen, ja yleensäkin julkisen puolen kalusteilla on luonnollisesti enemmän vaatimuksia kuin kotitalouksiin myytävillä tuotteilla. Paloturvallisuus on vaatimuksista kaikkein tärkein. Kilpailutuksissa erilaiset sertifioinnit ovat tulleet esille yhä enemmän. Junetilla lähdetään viemään eteenpäin mm. PEFC-sertifikaattia, joka on kansainvälinen kestävän metsätalouden sertifiointijärjestelmä. Moni sahalaitos on jo sertifioinut oman toimintansa, joten sitä kautta myös huonekaluteollisuuden on helpompi toteuttaa vastuullista toimintaa. Mitä isompi asiakas on, sitä varmemmin asiakas tulee jatkossa pyytämään vastuullisuusraportointia. Sertifikaateilla tämä pystytään todentamaan. Vastuullisuustyö vaatii yritykseltä usein muutoskyvykkyyttä, kun lähdetään tekemään asioita toisin. Enää ei riitä, että yrityksen sanotaan olevan vastuullinen, vaan se pitää myös osoittaa. “Vastuullisuustyöhön pitää sitouttaa resursseja, vaikka se saattaa tuntua kalliilta ja joskus turhaltakin. Tässä vahvistuu kuitenkin myös yrityksen brändi, sillä että avoimuus näkyy ulospäin ja prosessit näkyvät avoimesti asiakkaille ja ollaan oikeasti asioiden takana”, toteaa Petäjistö.

Kiertotalousaiheinen Junet 30 -suunnittelukilpailu nuorille suunnittelijoille

Junetin omien vakisuunnittelijoiden lisäksi haluttiin saada myös uusia näkemyksiä tulevaisuuden huonekaluista. Circular Design -hankkeeseen osallistumisen myötä yrityksessä heräsi kiinnostus kiertotalousaiheisen suunnittelukilpailun järjestämiseen. Syksyllä 2023 julkistettu Junet 30 -suunnittelukilpailu kohdistettiin nuorille muotoilijoille ja tällä tavalla haluttiin löytää nuoren sukupolven näkemyksiä. Kilpailulla haettiin ympäristöystävällisiä kalusteita, joissa otetaan huomioon kiertotalouden mukainen toimintamalli jo tuotteen suunnitteluvaiheessa. Kilpailuun osallistui yli 50 muotoilijaa. Asiantuntijaraati päätti jakaa palkinnon kahden eri kilpailuehdotuksen kesken. Voittajiksi valittiin suunnittelijat Rosa-Maria Tolvanen ja Jani

Luukkonen Regina-tuolillaan ja Jukka Jokinen ja Heikki Konu Taipu-kalusteellaan.

Asenne auttaa eteenpäin

Muutoskyvykkyys liittyy organisaation kykyyn sopeutua ja reagoida tehokkaasti muutoksiin, olivat ne sitten liiketoimintaympäristön, teknologian tai muiden tekijöiden aiheuttamia. Yrityksen johdon luoma ilmapiiri on keskeinen tekijä, joka heijastuu yrityksen kyvyssä sopeutua muutoksiin. Junetilla on selkeästi ympärillään toimijoita, joilla on rohkeus ja kyky reagoida uusiin haasteisiin nopeasti. Muutoskyvykkyys ilmenee haluna tarttua tämän päivän mahdollisuuksiin samalla, kun ollaan vahvasti sitoutuneita myös tulevaisuuden kehittämiseen. Kirjoittaja toimii projektipäällikkönä Myrsky – Yritysten muutoskyvykkyys, vihreä siirtymä ja digitalisaatio Länsi Suomessa -hankkeessa, joka on Euroopan unionin osarahoittama. Hanke rahoitetaan REACT-EU-välineen määrärahoista osana unionin covid-19-pandemian johdosta toteuttamia toimia.Lue lisää Myrsky-hankkeesta. **Tarja Sandvik**
Aluekehittäjä, projektipäällikköSeAMK