



Satakunnan ammattikorkeakoulu
Satakunta University of Applied Sciences

ATTE STÅHLE

Huolintaliikkeen asiakkaiden ostokäyttäytyminen: Case Oy Sncargo Ltd.

KANSAINVÄLISEN KAUPAN TUTKINTO-OHJELMA
2022

Tekijä(t) Stähle, Atte	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Päivämäärä Toukokuu 2022
	Sivumäärä 35	Julkaisun kieli Suomi
Julkaisun nimi Huolintaliikkeen asiakkaiden ostokäyttäytyminen: Case Oy SNCargo Ltd		
Tutkinto-ohjelma Kansainvälinen kauppa		
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyössä tutkittiin huolintaliikkeen asiakasyritysten ostokäyttäytymistä huolintapalveluja ostettaessa. Opinnäytetyön avulla toimeksiantaja, Oy SNCargo Ltd, pystyisi ymmärtämään asiakasyritystensä ostokäyttäytymistä entistä paremmin ja voisi sen perusteella kehittää toimintaansa.</p> <p>Teoriaosaan kerättiin kattavasti tietoa aiheeseen liittyvistä kirjoista, verkkokirjoista, verkkosivuilta ja artikkeleista. Olennaisia aiheita olivat huolinta-ala, Incoterms, kuljetusmuodot, organisatorinen ostokäyttäytyminen, palvelun ostaminen organisaatiossa ja ostokäyttäytymiseen vaikuttavat tekijät.</p> <p>Opinnäytetyön empiirisessä osassa toteutettiin kvalitatiivinen tutkimus, jossa aineistonkeruumenetelmänä käytettiin sähköistä kyselylomaketta. Linkki kyselylomakkeeseen lähetettiin saateviestin kanssa kolmellekymmenelleneljälle Oy SNCargo Ltd:n asiakasyritykselle. Vastauksia saatiin yhteensä 15 kappaletta, eli vastausprosentti oli 44 %.</p> <p>Tutkimustulosten perusteella toimeksiantajan asiakkaat ostavat huolintapalveluja hyvin vaihtelevasti, omaan toimintamalliinsa ja tarpeisiinsa sopivalla tavalla.</p>		
<p>Asiasanat huolinta, Incoterms, ostokäyttäytyminen, palvelu, yritysasiakas</p>		

Author(s) Ståhle, Atte	Type of Publication Bachelor's thesis	Date May 2022
	Number of pages 35	Language of publication: Finnish
Title of publication Buying behavior of freight forwarding company's customers: Case Oy SNCargo Ltd		
Degree program International trade		
Abstract Freight forwarding company's business customers' buying behavior while purchasing forwarding services was studied in the thesis. The objective was to help the client of this thesis, Oy SNCargo Ltd, understand business customers' buying behavior better and develop their operations. For the theoretical part, extensive amount of information was gathered from relevant books, e-books, websites, and articles. Freight forwarding industry, Incoterms, transport modes, organizational buying behavior, buying services in organization and factors that affect buying behavior were relevant concepts. In the empirical part of the thesis, qualitative research, in which an online survey was used as data collection method, was conducted. The link to the survey was sent along with the covering letter to 34 Oy SNCargo Ltd.'s business customers. Altogether 15 answers were received, so the response rate was 44%. According to the results, the client's customers buy freight forwarding services very differently, in a way that fits their own operations model and needs.		
<u>Key words</u> forwarding, Incoterms, buying behavior, service, business customer		

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
2 TARKOITUS, TAVOITTEET JA VIITEKEHYS	6
2.1 Tarkoitus ja tavoitteet.....	6
2.2 Käsitteellinen viitekehys	6
3 HUOLINTA	7
3.1 Huolinta-ala Suomessa.....	10
3.2 Incoterms 2020.....	10
3.2.1 E-lauseke.....	11
3.2.2 F-lausekkeet.....	11
3.2.3 C-lausekkeet	13
3.2.4 D-lausekkeet	15
3.3 Kuljetusmuodot.....	16
4 ORGANISATORINEN OSTOKÄYTTÄYTYMINEN	18
4.1 Business-to-business-markkinat.....	18
4.2 Palvelun määrittely.....	19
4.3 Ostopäätökseen vaikuttavat tekijät.....	20
4.4 Palvelun ostoprosessi organisaatiossa.....	23
5 TUTKIMUSMENETELMÄT JA TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	25
5.1 Kvalitatiivinen tutkimus.....	25
5.2 Toimeksiantajan esittely.....	26
5.3 Toteutus.....	26
5.4 Reliabiliteetti ja validiteetti	27
6 KYSELYN VASTAUKSET	28
7 VASTAUSTEN ANALYSOINTI	32
8 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET.....	34
LÄHTEET	
LIITTEET	

1 JOHDANTO

Suomen talous on hyvin riippuvainen kansainvälisestä kaupankäynnistä. Jotta kansainvälisillä markkinoilla toimivien yritysten liiketoiminta sujuisi mahdollisimman mutkattomasti ja ne voisivat keskittyä ydinliiketoimintaansa, tarvitaan huolintaliikkeitä vastaamaan tavarankuljettamisesta, siihen liittyvistä tullimuodollisuuksista ja monista muista siihen kuuluvista palveluista. Huolinta onkin keskeisessä asemassa Suomen kilpailukyvyn kannalta.

Voidakseen vastata asiakkaidensa tarpeisiin parhaalla mahdollisella tavalla, pitää huolintaliikkeellä olla ajankohtaista tietoa asiakkaidensa ostokäyttäytymisestä. Tällä opinnäytetyöllä pyritään tarjoamaan kattava raportti toimeksiantajan asiakkaiden ostokäyttäytymisestä. Opinnäytetyön toimeksiantaja löytyi kirjoittajan otettua yritykseen omaaloitteisesti yhteyttä sähköpostilla, aiempia kytköksiä toimeksiantajaan ei siis ollut. Toimeksiantaja ehdotti heidän asiakkaidensa ostokäyttäytymisen tutkimista, eikä vastaavaa tutkimusta ei ole yrityksessä ennen toteutettu. Lisäksi viime vuosina maapalolla levinnyt koronapandemia on saattanut vaikuttaa toimeksiantajan asiakkaiden ostokäyttäytymiseen, sillä pandemia on muuttanut logistiikkaketjuja, tuoden tuotantolaitokset lähemmäs markkinoita kuin aiemmin (The Economist, 2021). Aihe on siis hyvin ajankohtainen. Kirjoittajan kiinnostukseen huolinta-alaa kohtaan on vaikuttanut merkittävästi aiempi työskentely huolintaliikkeiden asiakkaana.

Opinnäytetyön teoriaosaa varten on kerätty monipuolisesti erilaisia suomen- ja englanninkielisiä lähteitä, jotka käsittelevät huolintaa, palveluja ja ostokäyttäytymistä B2B-markkinoilla. Tietoa on kerätty kirjoista, verkkokirjoista, nettisivuilta ja artikkeleista. Empiirisessä osassa toteutettiin kvalitatiivinen kyselytutkimus toimeksiantajan säännöllisille asiakasyrityksille. Kyselylomakkeella haluttiin kerätä mahdollisimman tarkkaa tietoa asiakkaiden ostokäyttäytymisestä, jotta tutkimuksesta saataisiin mahdollisimman luotettava. Kyselytutkimuksen jälkeen tulokset on esitelty ja analysoitu, viimeinen kappale sisältää kirjoittajan omaa pohdintaa toteuttamiseen liittyen.

2 TARKOITUS, TAVOITTEET JA VIITEKEHYS

2.1 Tarkoitus ja tavoitteet

Tutkimuksen tarkoituksena on tutkia toimeksiantajan yritysasiakkaiden ostokäyttäytymistä; millaisia palveluja asiakkaat ostavat ja miten ne niitä ostavat. Lisäksi on tarkoitus selvittää, onko ostamiseen tulossa muutoksia tulevaisuudessa. Tutkimukselle on muodostettu seuraavat alaongelmat:

- Millaisia palveluja asiakkaat ostavat?
- Miten asiakkaat ostavat palveluja?
- Onko ostamiseen tulossa muutoksia lähitulevaisuudessa?

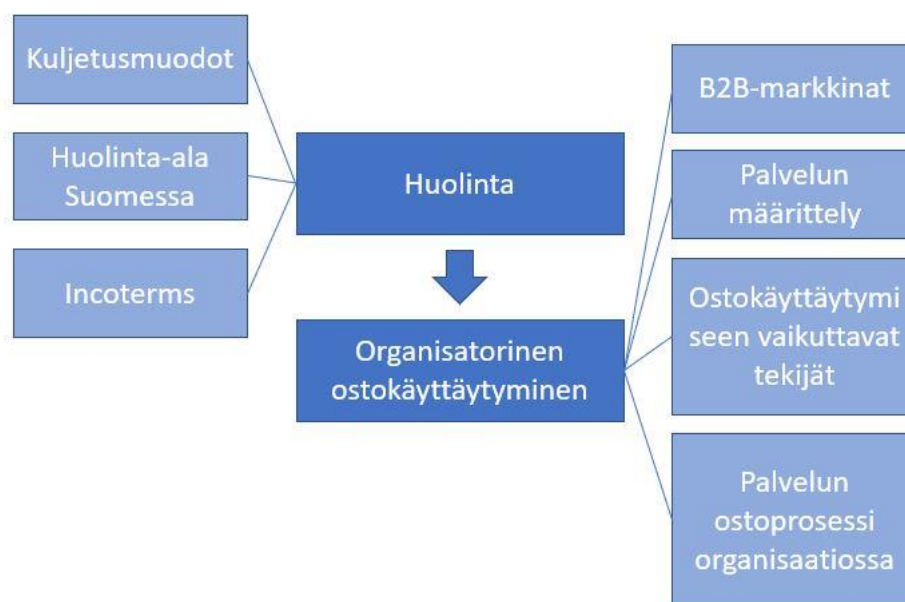
Tavoitteena on luoda toimeksiantajalle kattava raportti yritysasiakkaiden ostokäyttäytymisestä, jonka perusteella toimeksiantaja voi tarpeen mukaan kehittää omaa toimintaansa ja ymmärtää asiakkaidensa tarpeita entistä paremmin.

2.2 Käsitteellinen viitekehys

Opinnäytetyön käsitteellinen viitekehys on kuvattu alla olevassa kuviossa 1. Keskeisimmät käsitteet huolinta ja organisatorinen ostokäyttäytyminen on sijoitettu kuvion keskelle allekkain ja näitä käsitteitä täydentävät käsitteet kuvion reunoille. Tummansiniset laatikot kuvaavat opinnäytetyön keskeisimpiä käsitteitä, vaaleansiniset vuorostaan näitä keskeisimpiä aihealueita olennaisesti täydentäviä käsitteitä.

Viitekehys etenee ylhäältä alaspäin. Huolintaa täydentävät aiheet huolinta-ala Suomessa, Incoterms 2020 -toimituslausekkeet ja kuljetusmuodot avataan teoriaosan alussa. Huolintaa käsittelevän teorian jälkeen esitellään organisatorista ostokäyttäytymistä käsittelevää teoriaa sitä täydentävien käsitteiden B2B-markkinat, palvelun määrittely, ostokäyttäytymiseen vaikuttavat tekijät sekä palvelun ostoprosessi organisaatiossa, kautta.

Tutkimuksen empiirisessä osassa toteutetussa tutkimuksessa tehtiin kyselylomake, johon valitut kysymykset perustuivat kuviossa 1 esiteltyihin aihepiireihin. Kyselyn jälkeen saatujen vastausten perusteella voidaan ymmärtää toimeksiantajan asiakkaiden ostokäyttäytymistä.



Kuvio 1. Teoreettinen viitekehys

3 HUOLINTA

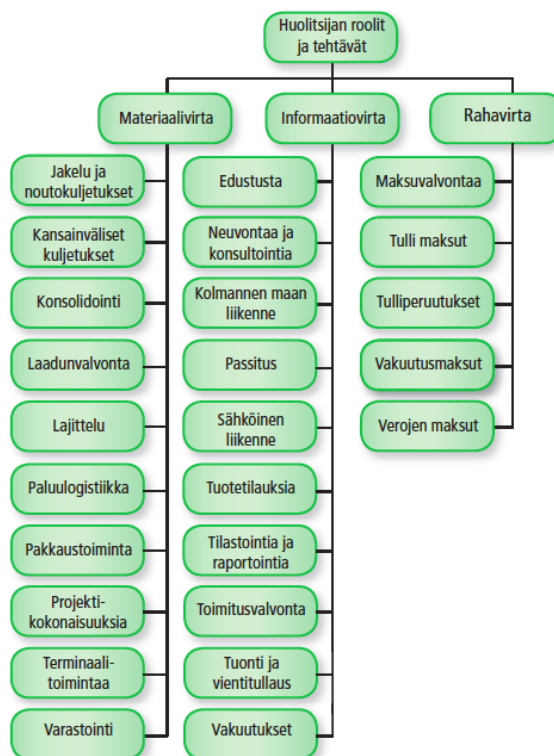
Kansainvälisen kaupankäynnin laajentuminen sekä kuljetusmuotojen ja liikenneyhteyksien kehittyminen ovat vaikuttaneet merkittävästi huolinta-alan kehittymiseen, sillä kauppias ei näiden ilmiöiden seurauksena itse enää voinut olla selvillä kaikista vientiin ja tuontiin liittyvistä määräyksistä tai kuljetusmahdollisuuksista. Syntyi tarve näihin asioihin erikoistuneille asiantuntijoille eli huolitsijoille (Hörkkö ym., 2010, s. 26.)

Huolinta-alan kattojärjestö FIATA (International Federation of Freight Forwarders Associations) ja SHLL (Suomen Huolinta- ja Logistiikkaliitto) ovat hyväksyneet huolintapalveluille seuraavan määritelmän:

”Huolinta- ja logistiikkapalveluilla tarkoitetaan tavaran kuljetukseen, yhteislastaukseen, varastointiin, käsittelyyn, pakkaamiseen tai jakeluun liittyviä palveluja sekä näihin liittyviä lisä- ja neuvontapalveluja. Lisä- ja neuvontapalveluja ovat esimerkiksi tullaukseen ja verotukseen liittyvät palvelut, tavaraa koskevien virallisten ilmoitusten antaminen, vakuutusten merkitseminen tavaralle sekä tavararaan liittyvien asiakirjojen laatiminen, kerääminen tai maksaminen. Huolintapalveluihin sisältyvät myös tavaran kuljetukseen, käsittelyyn tai varastointiin liittyvät tieto- ja viestintätekniikkaa hyödyntävät logistiikkapalvelut sekä toimitusketjun tosiasiallinen hallinta kokonaisuudessaan.” (Mitä huolinta on - Suomen Huolinta - ja Logistiikkaliitto ry, n.d..)

Huolitsijat ostavat kuljetuspalveluja kuljetusyryksiltä ja myyvät niiden mahdollistamaa kapasiteettia omille asiakasyrityksilleen (Grant, 2012, s. 68). Huolinta on erittäin monimutkainen ja taitoa vaativa toimiala. Alalle on keskeistä kyetä liikuttamaan erikokoisia tavaroita hyödyntäen eri kuljetusmuotoja kansainvälisesti samalla ottaen huomioon asiakkaiden tarpeet ja kansainvälisten logistiikkajärjestelmien asettamat rajoitteet. Huolitsijat myös huolehtivat kansainvälisessä kaupankäynnissä vaadittavan dokumentaation oikeellisuudesta. Dokumentaation merkitys onkin kriittisen tärkeää kansainvälisessä kaupankäynnissä, koska dokumentaatioon liittyvä virhe voi pahimmillaan pysäyttää tavaroiden kuljetusprosessin hyvin pitkäksi aikaa (Rushton ym., 2017, s. 601,608.)

Huolitsijalla on monia velvollisuuksia, joita ovat toimimisvelvollisuus, tarkastusvelvollisuus, toimintaohjeiden noudattamisvelvollisuus, lojaliteettivelvollisuus ja tilitysvelvollisuus. Tärkein velvollisuus kuitenkin on toimia sovitusti sekä toimeksiantajan parhaaksi, myös silloin, kun toimeksiantajaa ei saada tavoitettua poikkeavissa tilanteissa (Hörkkö ym., 2010, s. 26–27.) Kuviota 2 tarkastelemalla voidaan saada käsitys huolitsijan erittäin laajasta toimenkuvasta.



Kuvio 2. Huolitsijan roolit ja tehtävät kansainvälisessä kaupassa (Huolintayritysten tarjoamat palvelut – Logistiikan Maailma, n.d.)

Universaalia toimintamallia huolintaliikelle on mahdotonta määrittää, koska niiden toimintatavat eroavat toisistaan hyvin paljon ja ne omistavat sekä vuokraavat logistiikan voimavaroja kokonsa ja omien markkinoidensa mukaan (Rushton ym., 2017, s. 602). Huolinta on keskeisessä asemassa kansainvälisen kaupankäynnin sujuvan toiminnan kannalta, vaikka se on erittäin laajasta toimialastaan huolimatta hyvin näkyvätöntä ja vierasta toimintaa alaan perehtymättömälle (Mitä huolinta on - Suomen Huolinta - ja Logistiikkaliitto ry, n.d.).

Huolintapalveluja tarjoavien yritysten koot vaihtelevat pienistä konttoreista suuriin kansainvälisiin yrityksiin. Ne voivat toimia globaalisti avaamalla organisaation omia, maakohtaisia konttoreita ympäri maailmaa tai solmimalla agenttisopimuksia paikallisten toimijoiden kanssa, jotka edustavat huolintaliikettä kyseisessä maassa. Ne voivat myös keskittää toimintansa tietylle maantieteelliselle alueelle tai tietylle toimialalle. Pienemmillä yrityksillä usein on vähemmän omia voimavaroja, joten ne vuokraavat niitä alihankkijoilta tarpeen mukaan. Pienten yritysten vahvuus on niiden joustavuus,

mikä on tärkeä piirre epävarmassa liiketoimintaympäristössä. Suuret, kansainväliset yritykset vuorostaan saattavat omistaa paljon erilaisia voimavaroja, kuten kulkuneuvoja (Rushton ym., 2017, s. 601, 603.) Tämän opinnäytetyön toimeksiantaja, Oy SNCargo Ltd, toimii globaalisti. Omaa kuljetuskalustoa yrityksellä ei ole, vaan he käyttävät alihankkijoidensa kalustoa kuljetustoimeksiantojensa toteuttamisessa.

3.1 Huolinta-ala Suomessa

Suomi on pinta-alaltaan iso maa ja etäinen sijainti Manner-Euroopan päämarkkinoihin nähden lisää huolinta-alan ammattilaisten työn merkittävyyttä, sillä sujuvan logistiikan merkitys liiketoiminnalle korostuu sijainnin mukanaan tuomien haasteiden vuoksi. Huolinta-alan yritysten menestys on suoraan riippuvaista kansainvälisestä kaupankäynnistä ja sen kannattavuudesta; kun kansainvälinen kaupankäynti on kannattavaa, on myös huolintaliikkeiden liiketoiminta kannattavaa. Huolinta-alan yrityksiä on Suomessa hieman yli 300 ja niissä työskentelee noin 4200 huolinnan ammattilaista (Ojala ym., 2020, s. 23, 30.) Huolinta-alan yritysten mahdollistama kansainvälinen kaupankäynti vaikuttaa merkittävästi koko Suomen kansantalouteen ja taloudelliseen hyvinvointiin, ei vain alan omaan osuuteen kansantaloudessa (Huolinta - avain toimivaan ulkomaankauppaan - Suomen Huolinta - ja Logistiikkaliitto ry, n.d.).

Suomessa huolintaliikkeiden etujärjestönä toimii Suomen Huolintaliikkeiden Liitto ry eli SHLL, joka on perustettu vuonna 1906 ja on näin ollen Pohjoismaiden vanhin huolintaliitto. (Hörkkö ym., 2010, s. 20.) Liiton tehtävänä on tukea jäsenten toimintaa, edistää alan tunnettuutta ja parantaa sen arvostusta (Toiminta ja tehtävät - Suomen Huolinta - ja Logistiikkaliitto ry, n.d.).

3.2 Incoterms 2020

Incoterms-toimituslausekkeet ovat kansainvälisen kauppakamarin (ICC) luoma yhdentoista erilaisen toimituslausekkeen lista, jonka tarkoitus on selkeyttää osapuolten velvollisuuksia ja vastuita kansainväliseen kaupankäyntiin liittyvissä ongelma- ja erimielisyystilanteissa (Incoterms 2020 – Logistiikan Maailma, n.d.). Näin

kansainvälisestä kaupankäynnistä tulee sujuvampaa, koska myyjillä ja ostajilla on yhteiset säännöt, joita pitää noudattaa. Koska Incoterms- toimituslausekkeet keskeisessä asemassa kansainvälisessä kaupankäynnissä, ovat ne myös olennainen osa huolintaliikkeiden toimintaa.

Ensimmäinen Incoterms-lista julkaistiin vuonna 1936. Tämän jälkeen listaa on päivitetty useita kertoja vastaamaan kansainvälisen kaupankäynnin käytäntöjä. Lausekkeita voidaan ryhmitellä toimituspaikan ja kuljetusmuodon mukaan. (Räty, 2019, s. 6–8.) Tässä kappaleessa esitellään seuraavaksi viimeisimmän kansainvälisen kauppakamarin julkaiseman Incoterms- lausekkeiden listan, Incoterms 2020:n, toimituslausekkeet toimituspaikan mukaan ryhmiteltynä.

3.2.1 E-lauseke

EXW eli Ex Works, noudettuna, on E-ryhmän ainoa toimituslauseke. Sitä käytettäessä myyjällä on vähäisimmät velvollisuudet. Myyjän katsotaan toimittaneen kauppatavarat asetettuaan ne ostajan noudettaviksi sovittuun paikkaan, mistä ostaja noutaa ne itse. Myyjällä ei ole velvollisuutta lastata kauppatavaroita saapuvaan ajoneuvoon. Toimituksen jälkeen ostaja vastaa itse kaikista kuluista ja riskeistä. EXW-lauseke soveltuu käytettäväksi kaikkien kuljetusmuotojen kanssa sekä yhdistellyissä kuljetuksissa, mutta se ei kuitenkaan sovellu kansainväliseen kaupankäyntiin, vaan vain kotimaan sisäiseen kaupankäyntiin tai tullialueen sisäiseen kauppaan (Räty, 2019, s. 19–21.)

3.2.2 F-lausekkeet

FCA eli Free Carrier, vapaasti rahdinkuljettajalla, kuvaa kauppatapaa, jossa myyjä toimittaa kauppatavarat luovuttamalla ne ostajan valitsemaalle rahdinkuljettajalle, ostaja siis vastaa tavaroiden noudosta. Vastuut riskeistä ja kustannuksista siirtyvät ostajalle, kun kauppatavarat on luovutettu rahdinkuljettajalle. Tavarat voidaan toimittaa ostajan rahdinkuljettajalle joko myyjän omissa tiloissa, jolloin myyjä on vastuussa tavaroiden lastaamisesta tai rahdinkuljettajan omassa terminaalissa, jolloin rahdinkuljettaja on

vastuussa kuorman purkamisesta. Myyjä on vastuussa mahdollisesta vientiselvityksestä, mutta kauttakulkuun tai tuontiin liittyvistä selvityksistä myyjä ei ole vastuussa. FCA-lauseketta voidaan käyttää kaikkien kuljetusmuotojen kanssa, yhdistellyissä kuljetuksissa sekä konttiliikenteessä (Räty, 2019, s. 27–29.)

FAS eli Free Alongside Ship, vapaasti aluksen sivulla, soveltuu käytettäväksi vain vesitiekuljetuksissa. FAS:n mukaan myyjä toimittaa kauppavarat asettamalla ne ostajan nimeämän aluksen vierelle joko laiturilla tai proomussa sovitussa lastaussatamassa. Tässä kohtaa myös vastuu riskeistä ja toimituksen jälkeisistä kustannuksista siirtyy ostajalle, joten tämä lastauskohta on suositeltavaa määritellä mahdollisimman tarkasti (Räty, 2019, s. 89–90.)

Kauppavaroiden toimittaminen satamaterminaaliin ei ole riittävä suoritus myyjältä, sillä terminaali on useasti liian kaukana itse aluksesta. Kun kauppavarat toimitetaan laiturille, riskit siirtyvät myyjältä ostajalle vasta, kun laiturin viereen on saapunut se alus, johon kauppavarat on tarkoitus lastata. Myyjä vastaa kauppavaroiden vientiselvityksestä ja ostaja vuorostaan tuontiselvityksestä ja läpikulkumaita koskevista muodollisuuksista (FAS – Logistiikan Maailma, n.d.) Osapuolten tulisi pohtia FCA-lausekkeen käyttöä FAS-lausekkeen sijasta, jos kauppavarat on tarkoitus luovuttaa jo aikaisemmin, kuin aluksen vierellä (Räty, 2019, s. 89).

FOB eli Free On Board, vapaasti aluksessa, soveltuu käytettäväksi ainoastaan satamien välisessä liikenteessä. Sen mukaan myyjä toimittaa kauppavarat lastaamalla ne alukseen lastaussatamassa, toimitus satamaterminaaliin tai laiturille ei näin ollen ole riittävä suoritus, eikä FOB sovellu käytettäväksi konttiliikenteessä (FOB – Logistiikan Maailma, n.d.) FCA-lausekkeen käyttöä tulisi pohtia, jos kauppavarat on tarkoitus luovuttaa kuljettajalle ennen kuin ne ovat aluksessa. Vastuut riskeistä ja kustannuksista siirtyvät ostajalle, kun kauppavarat ovat aluksessa. Myyjä on vastuussa vientiselvityksestä, mutta tuontiselvityksestä sekä mahdollisista kauttakulkumuodollisuuksista vastaa ostaja (Räty, 2019, s. 99–100.)

3.2.3 C-lausekkeet

CPT eli Carriage Paid To, kuljetus maksettuna, muistuttaa FCA-lausekettä, tosin sillä erotuksella, että CPT edellyttää myyjää järjestämään kuljetuksen. Kyseistä kauppata-paa käytettäessä myyjä järjestää kuljetuksen valitsemansa rahdinkuljettajan kanssa ta-varoiden toimittamista ostajalle varten ja maksaa rahdin sovittuun määräpaikkaan asti. Kun myyjä on luovuttanut tavarat rahdinkuljettajalle lastauspaikalla, on tavarat toimi-tettu ja tästä eteenpäin ostaja vastaa riskeistä ja kaikista muista kustannuksista, paitsi rahdista (CPT – Logistiikan Maailma, n.d.) Toisaalta jos myyjän ja rahdinkuljettajan väliseen sopimukseen sisältyvät myös purkauskustannukset, ei ostajan tarvitse korvata niitä myyjälle, elleivät osapuolet ole näin sopineet. Ostaja vastaanottaa tavarat rahdin-kuljettajalta myyjän ja ostajan sopimassa määräpaikassa. Myyjä on vastuussa kauppata-varoiden vientiselvityksestä ja ostaja vuorostaan vastaa tuontiselvityksestä. CPT so-pii erityisesti konttiliikenteeseen sekä yhdistettyihin kuljetuksiin, mutta muillekin kul-jetusmuodoille. (Räty, 2019, s. 37–39.)

CIP eli Carriage and Insurance Paid to, kuljetus ja vakuutus maksettuina, muistuttaa CPT-lausekettä. Ero näiden toimituslausekkeiden välillä muodostuu pakollisesta va-kuutuksesta, joka myyjän pitää kauppata-varoille ottaa vahinkojen varalta (CIP – Logistiikan Maailma, n.d.) Vakuutukseen liittyviä ongelmia saattaa ilmaantua, jos kohdemaassa ei hyväksytä ulkomaisia vakuutuksia tuontitavaroille. Näissä tilanteissa tulisi harkita CPT-lausekkeen käyttöä. Myyjä vastaa kauppata-varoiden vientiselvityk-sestä ja ostaja tuontiselvityksestä ja mahdollisista kauttakulkumuodollisuuksista. CIP soveltuu käytettäväksi kaikkien kuljetusmuotojen kanssa, erityisen hyvin se soveltuu kuitenkin konttiliikenteeseen ja yhdisteltyihin kuljetuksiin (Räty, 2019, s. 47–49.)

CIP-toimituslausekettä käytettäessä myyjä luovuttaa tavarat valitsemalleen rahdinkul-jettajalle, jolloin myyjän katsotaan toimittaneen tavarat ostajalle. Samalla vastuu ris-keistä siirtyy ostajalle. Rahdinkuljettaja toimittaa tavarat ennalta sovittuun määräpaik-kaan, missä ostaja vastaanottaa kauppata-varat. Purkauskustannuksista vastaa ostaja, elleivät ne sisälly myyjän ja rahdinkuljettajan väliseen kuljetussopimukseen (Räty, 2019, s. 47, 49.)

CFR eli Cost and Freight, kulut ja rahti maksettuina, soveltuu vain vesitiekuljetuksiin. Myyjä toimittaa kauppavarat ostajalle lastaamalla ne alukseen lastauslaiturissa, sekä lisäksi CFR-lauseke edellyttää myyjää järjestämään kuljetuksen valitsemansa rahdinkuljettajan kanssa määrättyyn saakka, vakuutusta myyjän ei tarvitse tavaroille kuitenkaan ottaa. Vastuu riskeistä siirtyy myyjältä ostajalle, kun kauppavarat on lastattu alukseen (Räty, 2019, s. 109–110.)

Myyjä vastaa kauppavaroiden vientiselvityksestä ja ostaja tuontiselvityksestä sekä mahdollisista kauttakulkumaihin liittyvistä muodollisuuksista. Ostaja vastaa myös toimituksen jälkeen kaikista riskeistä sekä kustannuksista, paitsi rahtikustannuksista. Purkauksesta koituvat kustannukset ovat myyjän vastuulla ainoastaan siinä tapauksessa, että purkaukset sisältyvät myyjän ja rahdinkuljettajan väliseen sopimukseen (CFR – Logistiikan Maailma, n.d.)

CIF eli Cost Insurance and Freight, kuljetus, vakuutus ja rahti maksettuina. Tämän lausekkeen mukainen kauppatapa soveltuu ainoastaan vesitiekuljetuksiin ja siinä myyjä toimittaa kauppavarat lastaamalla ne alukseen lastauslaiturissa. Vastuu riskeistä siirtyy ostajalle, kun kauppavarat on lastattu alukseen. Myyjä järjestää myös kuljetuksen rahdinkuljettajansa kanssa määrättyyn saakka sekä vakuuttaa kauppavarat kuljetuksen aikaisten vahinkojen varalta. Vakuutukseen liittyviä ongelmia saattaa ilmetä, mikäli kohdemaassa ei hyväksytä ulkomaisia vakuutuksia tuontitavaroiden vakuuttamiseen. Tässä tapauksessa osapuolten suositellaan käyttävän CFR-lauseketta (Räty, 2019, s. 119–120.)

Toimituksen jälkeiset kustannukset, pois lukien rahtikustannukset ovat ostajan vastuulla, ostaja ei kuitenkaan tarvitse maksaa kauppavaroiden purkaukset kustannuksista, jos ne sisältyvät myyjän ja rahdinkuljettajan väliseen sopimukseen. Tässä tapauksessa ne ovat myyjän vastuulla. Myyjän tulee hoitaa vientiselvitys ja ostaja hoitaa tuontiselvityksen sekä tarvittaessa kauttakulkumaihin liittyvät muodollisuudet. Myyjän kauppavaroille hankkimien vakuutusten tulee kattaa niiden tuhoutuminen, vahingoittuminen sekä yhteishaveri lastauslaiturista määrättyyn saakka (CIF – Logistiikan Maailma, n.d.)

3.2.4 D-lausekkeet

DAP eli Delivered At Place, toimitettuna määräpaikalle, on kauppatapa, jota käytettäessä myyjä toimittaa kauppatavarat ostajalle sovittuun määräpaikkaan purettavaksi saapuvasta kuljetusvälineestä ja vastaa rahtikustannusten maksamisesta. Määräpaikalla ostaja purkaa kauppatavarat ajoneuvosta. Määräpaikan määrittely on molempien osapuolten kannalta tärkeää, koska siellä riskit siirtyvät myyjältä ostajalle ja toimitus katsotaan toteutetuksi. Myyjä huolehtii vientiselvityksestä, ostaja vuorostaan tuontija kauttakulkuselvityksestä sekä tuontitullista (Räty, 2019, s. 59–60.)

DAP soveltuu käytettäväksi erityisesti EU:n sisällä tapahtuvaan kaupankäyntiin, mutta myös muuhunkin kaupankäyntiin. Myyjän tulee olla halukas vastaamaan kustannuksista ja riskeistä ostajalle asti ja ostajan on maksettava EU:ssa pakollinen arvonlisävero tuontimuodollisuutena (DAP – Logistiikan Maailma, n.d.)

DPU eli Delivered at Place Unloaded, toimitettuna purettuna, on ainoa lauseke, joka edellyttää myyjää purkamaan kauppatavarat. DPU:n sijasta tulisi käyttää DAP-lauseketta, jos ei ole tarkoituksena, että myyjä vastaa purkauksen aikaisista kustannuksista ja riskeistä. Myyjä toimittaa kauppatavarat ostajalle nimetyssä paikassa, purettuna saapuneesta kuljetusvälineestä. Tässä kohtaa riskit siirtyvät myös ostajalle. DPU soveltuu käytettäväksi kaikkien kuljetusmuotojen kanssa, kuten myös konttiliikenteessä sekä yhdistellyissä kuljetuksissa. Myyjä vastaa vientimuodollisuuksista, kun taas ostaja vastaa tuontimuodollisuuksista (Räty, 2019, s. 69–70.)

DDP eli Delivered Duty Paid, toimitettuna tullattuna, asettaa myyjälle enemmän velvollisuuksia kuin mikään muu toimituslauseke. Tätä kauppatapaa käytettäessä myyjä toimittaa kauppatavarat ostajalle nimetyssä paikassa, vastaa kaikista kustannuksista, riskeistä, sekä vienti- ja tuontiselvityksestä. Tuontiselvityksen tekoa varten myyjän pitää olla rekisteröitynyt määrämaassa tai hänellä tulee olla rekisteröitynyt edustaja. Ostajalla on velvollisuus purkaa kauppatavarat saapuneesta kulkuvälineestä, jolloin myös vastuu riskeistä siirtyy ostajalle. Riskit siirtyvät tässä kohtaa, vaikka myyjän ja rahdinkuljettajan väliseen sopimukseen sisältyisivätkin myös purkaukuskustannukset. (Räty, 2019, s. 79–80.)

Jos myyjä ei kykene hoitamaan tuontiselvitystä itse tai edes edustajansa kautta, tulisi osapuolten harkita DPU:n tai DAP:n käyttöä DDP:n sijasta. DDP soveltuu käytettäväksi kaikkien kuljetusmuotojen yhteydessä, myös konttiliikenteessä sekä yhdisteltyjen kuljetusten kanssa (Räty, 2019, s. 80.)

3.3 Kuljetusmuodot

Pystyäkseen toimittamaan asiakkaidensa tavarat perille mahdollisimman kustannustehokkaasti ja annetun aikataulun puitteissa, täytyy huolitsijoiden tuntea eri kuljetusmuotojen erityispiirteet ja kyetä tarvittaessa yhdistelemään eri kuljetusmuotoja. Näitä yhdisteltyjä kuljetuksia, joissa käytetään useampaa kuljetusmuotoa, mutta tavarat pysyvät koko kuljetuksen ajan samassa kuljetusyksikössä, kuten kontissa, kutsutaan intermodaalikuljetuksiksi. (Tapaninen, 2018, s. 79). Tässä kappaleessa käsitellään seuraavaksi kuljetusmuotoja, joita ovat tie- rautatie- lento ja merikuljetukset. Näitä kuljetusmuotoja myös tämän opinnäytetyön toimeksiantaja Oy SNCargo Ltd käyttää toteuttaakseen asiakkaidensa toimeksiannot.

Tiekuljetukset ovat käytetyin kuljetusmuoto monissa maissa, kuten Suomessakin. Tiekuljetuksilla hoidetaan sekä pitkän, että lyhyen matkan tavaraliikennettä ja ne soveltuvat hyvin monenlaisten tuotteiden kuljetusmuodoksi. Tiekuljetuksissa reittejä voidaan myös muuttaa joustavasti kesken toimituksen. Tiekuljetukset mahdollistavat toimitukset paikkoihin, joihin ei muilla kuljetusmuodoilla olisi mahdollista toimittaa tavaroita, minkä vuoksi ne ovatkin olennainen osa intermodaalikuljetuksia, sillä monet rautatie- lento- ja merikuljetukset jäisivät muuten satama- tai terminaali-alueille (Tapaninen, 2018, s. 36, 42.) Lisäksi lastaus- ja purkausajat ovat tiekuljetuksissa lyhyitä verrattuna muihin kuljetusmuotoihin. Toisaalta tiekuljetuksissa lastauskapasiteetti on rajallinen, ne ovat alttiita ruuhkista, säästä johtuville myöhästymisille ja ne myös ovat hyvin haitallisia ympäristölle polttoaineen käytön ja päästöjen vuoksi (Grant, 2012, s. 61.)

Rautatiekuljetukset mahdollistavat tavaroiden kuljettamisen tehokkaasti pitkien matkojen ajan ja niiden käyttäminen vaatii vähän energiaa suuren kuorman kuljettamiseen, eli niiden vastus on pieni. Ainoastaan merikuljetukset pärjäävät rautatiekuljetuksia paremmin tässä vertailussa. Rautatiekuljetukset ovat kuitenkin mahdollisia ainoastaan raiteita pitkin ja asemien välillä, joten jatkoyhteyksien toimivuus on olennaisen tärkeää raideliikenteen toimivuudelle. Riippuvuus raideverkostoista tekee rautatiekuljetuksista myös joustamattoman kuljetusmuodon. Rautatiekuljetuksien toteuttamista varten tarvitaan myös erityisiä investointeja infrastruktuuriin, mutta toisaalta niitä on melko halpaa käyttää, kunhan tarvittavat investoinnit on tehty (Tapaninen, 2018, s. 36, 50.)

Lentokuljetukset mahdollistavat erittäin nopean tavaroiden kuljettamisen ympäri maailmaa lyhyessä ajassa (Rushton ym., 2017, s. 469). Lentokuljetus onkin toimiva kuljetusmuoto arvokkaiden ja kiireellisten tavaroiden, kuten lääkkeiden ja asiakirjojen kuljetukseen, myös pikarahti- ja kuriiripostikuljetuksissa lentokuljetusten rooli on tärkeä. Suurien tavaramäärien ja raskaiden tuotteiden kuljettaminen ei kuitenkaan ole kannattavaa lentokoneiden hyvin rajoitetun kapasiteetin ja painorajoitusten vuoksi. Lentokuljetukset ovat myös kalliita ja hyvin haitallisia ympäristölle, sillä ne aiheuttavat kasvihuonekaasu- ja melupäästöjä (Tapaninen, 2018, s. 36, 60, 62, 64.)

Merikuljetusten osuus tavaroiden kuljettamisesta kansainvälisessä kaupankäynnissä on merkittävä, sillä 90 prosenttia tavaroista kuljetetaan merillä. Merikuljetus on toimiva kuljetusmuoto suurien tavaramäärien kuljettamiseen, mutta tavaroilla ei saisi olla liian kova kiire saapua määräsatamaan, sillä tavaroiden kuljettaminen meriä pitkin on hidasta ja viivästyksien mahdollisuus on suuri (Rushton ym., 2017, s. 447.) Suomessa merikuljetusten osuus ulkomaankaupan tavaravirroista oli vuonna 2020 83 prosenttia (Merikuljetukset Suomessa – Logistiikan Maailma, n.d.). Meriliikenne on keskittynyt voimakkaasti teollisuusmaiden välille, joten merkittävä osa maailman meriliikenteestä kulkee pohjoisella Atlantilla ja pohjoisella Tyynellä valtamerellä. Raaka-aineet kuljetetaan irtolastina, teollisuuden tuotteet sekä kulutustavarat vuorostaan kuljetetaan konteissa (Tapaninen, 2018, s. 68, 70.)

4 ORGANISATORINEN OSTOKÄYTTÄYTYMINEN

4.1 Business-to-business-markkinat

Business-to-business-markkinoilla tai lyhyesti B2B-markkinoilla sekä myyjänä, että ostajana toimii organisaatio (Brennan ym., 2017, s. 5–6). Jatkossa näihin markkinoihin viitataan tässä opinnäytetyössä käsitteellä B2B-markkinat. Organisaatiot ostavat raaka-aineita, teknisiä tuotteita ja palveluja liiketoimintaansa varten. Organisaatioiden ostotoiminta on järjestelmällisempää ja tarkkaan harkittua toimintaa, jonka avulla pyritään täyttämään organisaation tarpeet. Tästä toiminnasta vastaa usein ostamiseen erikoistunut organisaation sisäinen ostojaosto, jossa työskentelee ostamiseen erikoistuneita asiantuntijoita. B2B-markkinoilla on tyypillistä, että asiakkaita on vähemmän kuin kuluttajamarkkinoilla, joten yksilöllisen markkinoinnin ja verkostoitumisen merkitys menestyksen kannalta korostuu B2B-markkinoilla (Bergström & Leppänen, 2015, s. 128–129.) Koska asiakkaita on vähemmän ja suurimpien asiakkaiden vaikutus merkittävää, odotetaan toimittajien muokkaavan toistuvasti tarjontaansa räätälöidymäksi yksilölliselle asiakasyritykselle (Kotler ym., 2016, s. 263). B2B-markkinoilla kysyntä on johdettua, toisin kuin kuluttajamarkkinoilla, missä kysyntä on suoraa. Johdettu kysyntä tarkoittaa kysyntää, joka pohjimmiltaan on seurausta kuluttajahyödykkeen kysynnästä kuluttajamarkkinoilla (Kotler ym., 2018, s. 189).

Pitkäaikaiset asiakassuhteet ovat tyypillistä B2B-markkinoille ja niiden rakentaminen, vahvistaminen ja kehittäminen on hyvin tärkeää. Pitkäaikaisista asiakassuhteista hyötyvät sekä myyjät, että asiakkaat. Merkittävimpiä hyötyjä myyjälle ovat kannattavuuden kasvu, ostomäärän lisääntyminen, kustannusten pienentyminen, asiakkaiden suosituksiin perustuva markkinointi, asiakkaiden vähentynyt hintaherkkyys, oppiminen ja työntekijöiden vaihtuvuuden vähentyminen (Ojasalo & Ojasalo, 2010, s. 126.)

Asiakas vuorostaan saa pitkäaikaisista asiakassuhteista, omasta näkökulmastaan toimittajasuhteista, luottamushyötyjä, sosiaalisia hyötyjä sekä erityiskohteluun liittyviä hyötyjä. Luottamushyödyt johtavat epävarmuuden vähentymiseen ja luotettavuuden kasvuun. Asiakkaalla ei ole tällöin ole tarvetta tai halua vaihtaa palvelun tai tuotteen toimittajaa, johon kuluisi aikaa ja resursseja. Sosiaalisilla hyödyillä tarkoitetaan pitkän

toimittajasuhteen seurauksena muodostuvia ihmisten välisiä suhteita, jotka B2B-suhteissa ovat erittäin tärkeässä asemassa, vaikka niillä ei pitäisi olla juuri merkitystä, ja erityiskohteluun liittyvillä hyödyillä tarkoitetaan yrityksen asiakkaalle tarjoamia normaalista tarjonnasta poikkeavia palveluja, hintoja sekä prioriteettia (Ojasalo & Ojasalo, 2010, s. 132.)

4.2 Palvelun määrittely

Tässä opinnäytetyössä käsitellään palvelujen ostamista B2B-markkinoilla, koska huolintaliikkeet myyvät palvelujaan pääsääntöisesti yritysasiakkaille. Palveluja voidaan määrittellä useilla eri tavoilla, mutta yleinen määritelmä on, että palvelut ovat ”tekoja, toimintoja ja prosesseja, joiden lopputulos ei ole fyysinen tavara ja jotka edustavat taloudellista arvoa”. Eroteltaessa palveluja tuotteista on myös tärkeää tarkastella, siirtykö omistusoikeus myyntitapahtuman yhteydessä. Jos omistusoikeus ei siirry, on kyseessä palvelu, eikä tuote (Ojasalo & Ojasalo, 2010, s. 15–16.)

Palveluihin liitetään myös käsitteet aineettomuus ja samanaikaisuus, koska palvelun ostoprosessin seurauksena mikään konkreettinen tuote ei vaihda omistajuutta ja palvelun hyödyntäminen edellyttää samanaikaisesti sekä ostajan, että myyjän aktiivista osanottoa. Aineettomuus ja samanaikaisuus sisältävät lisäksi käsitteet katoavaisuus ja heterogeenisyys, koska palveluja ei voida varastoida, eikä sama palvelu vastaa aina täysin samaa erilaisissa ympäristöissä (Lysons & Farrington, 2020, s. 632).

Edellä mainitut palveluihin liitetyt käsitteet sopivat myös huolintapalvelujen ostamiseen, sillä huolintapalveluja ostettaessa minkään tuotteen omistajuus ei siirry osapuolten välillä, eikä ostettua palvelua voida varastoida, mutta palveluntarjoajan ja ostajan välinen yhteistyö on erittäin tärkeässä asemassa palvelun toteuttamisessa, koska huolintaliikkeen ja asiakasyrityksen tulee tavaroiden kuljetusprosessin aikana pitää yhteyttä jatkuvasti, jotta vaadittavat dokumentit saadaan valmiiksi aikarajojen puitteissa. Yhteyttä täytyy pitää myös odottamattomien muutosten, kuten viivästysten sattuessa. Huolintaliikkeet myös räätälöivät tarjoamiaan palveluja asiakkaiden erityistoiveiden

mukaan, eivätkä tarjoa aina samanlaisia palvelupaketteja, joten niitä voidaan pitää myös heterogeenisinä.

Palveluja voidaan luokitella monilla eri tavoilla. Tapa, jolla organisaatiossa luokitellaan palveluja, vaikuttaa koko ostopäätöksen tekoon ja myös kaikkeen päätöksen jälkeen tapahtuvaan. Weelen mukaan palveluja kannattaa luokitella sen perusteella, ovatko ne liiketoiminnalle kriittisiä vai eivät. Liiketoiminnalle kriittisiä palveluja ovat ne palvelut, joissa palveluntarjoaja toimii ostavan yrityksen ja sen asiakkaan välisessä rajapinnassa, vaikuttaen suoraan ostajan asiakastytyväsyyteen omalla suorittamisellaan (Weele, 2018, s. 85.) Huolintaliike on tässä tapauksessa palveluntarjoaja, joka vastaa palvelun ostaneen yrityksen ja tämän oman asiakkaan välisestä tavaraliikenteestä sekä siihen kuuluvista muodollisuuksista, vaikuttaen näin ollen suoraan ostajan asiakastytyväsyyteen. Huolintapalvelut voidaan siis luokitella liiketoiminnalle kriittisiksi palveluiksi.

4.3 Ostopäätökseen vaikuttavat tekijät

Organisatoriseen ostokäyttäytymiseen vaikuttaa keskeisesti käsite ”buying center”, jolla viitataan kaikista ostopäätökseen vaikuttavista henkilöistä muodostuvaan joukkoon. Se ei aina tarkoita samaa kuin organisaation oma osto-osasto, sillä siihen saattaa kuulua myös sen ulkopuolisia henkilöitä (Ojasalo & Ojasalo, 2010, s. 35.) Tähän joukkoon kuuluvia erilaisia rooleja ovat käyttäjät, vaikuttajat, ostajat, päättäjät sekä portinvartijat. Nämä roolit eivät kuitenkaan läheskään aina ole näin selvästi erotettavissa organisaatiossa. Yksi henkilö voi vastata useammasta tehtävästä tai jopa olla vastuussa yksinään koko ostoprosessista. Käyttäjät ovat henkilöitä, jotka palvelua tai tuotetta käyttävät, joten heidän läsnäolonsa on hyvin olennaista. Usein koko ostoprosessi saa alkunsa heidän aloitteestaan (Kotler ym., 2018, s. 192; Weele, 2018, s. 27.)

Vaikuttajia ovat usein tekniset asiantuntijat ja heillä on tärkeä rooli määriteltäessä tarkkoja spesifikaatioita ostettavalle palvelulle. Vaikuttajat myös auttavat eri

vaihtoehtojen arvioinnissa tarjoamalla pyydettyä tai pyytämätöntä informaatiota tuotteesta tai palvelusta (Kotler ym., 2018, s. 192; Weele, 2018, s. 27.)

Ostajilla on muodollinen oikeus valita toimittaja, laatia ostoehdot ja järjestää lopullinen osto. Ostajat hoitavat myyjien valinnan ja neuvottelut. Mitä merkittävämpi hankinta on kyseessä, sitä korkeamman aseman työntekijöitä toiminnassa on mukana (Kotler ym., 2018, s. 192; Weele, 2018, s. 27.)

Päätöksentekijät ovat vastuussa lopullisen ostopäätöksen tekemisestä. Ostaja voi toimia myös päätöksentekijän roolissa tai ainakin hyväksyä ostopäätöksen, jos kyseessä on rutiiniostos (Kotler ym., 2018, s. 192; Weele, 2018, s. 27.)

Portinvartijat vastaavat tiedonkulun kontrolloinnista ryhmän muille jäsenille. He pysyvät vaikuttamaan, mitä tietoa kukin saa ja kuinka paljon. Portinvartija voi olla esimerkiksi sihteeri tai joissain tapauksissa ostaja, jolla on mahdollisuus päättää, näyttääkö hän jotain informaatiota muille jäsenille (Kotler ym., 2018, s. 192; Weele, 2018, s. 27.)

Ostavan organisaation ostopäätöksestä vastaavat henkilöt voivat vastata useammasta roolista samanaikaisesti tai jopa koko ostoprosessista yksinään. Ojasalon ja Ojasalon (2010, s. 37) mukaan ostopäätökseen vaikuttavien henkilöiden joukko vaihtelee yrityksen koon ja ostettavan palvelun monimutkaisuuden mukaan, eli mitä suurempi yritys ja mitä monimutkaisempi palvelu on kyseessä, sitä enemmän ostopäätöksen tekoon osallistuu henkilöitä. Näin todennäköisesti on myös huolintapalveluja ostavissa organisaatioissa, pienemmissä organisaatioissa esimerkiksi yksi henkilö voi vastata kaikista ostopäätöksistä. Suuremmissa organisaatioissa vuorostaan ostopäätöksen tekoon voi osallistua eri osastojen työntekijöitä, kuten logistiikan työntekijöitä, osto-osaston henkilöstöä ja myös yritysjohtajia. Huolintapalvelut ovat myös monimutkaisia palveluja, joilla voi olla merkittävä vaikutus ostavan organisaation liiketoiminnalle, joten huolintapalvelujen ostopäätöksien tekoon todennäköisesti osallistuu useampi henkilö ostavassa organisaatioissa.

Organisaatioiden ajatellaan suosivan alhaisia hintoja ja kattavinta mahdollista palvelua. Vaikka nämä tekijät ovatkin tärkeitä ostaville organisaatioille, eivät ne ole läheskään ainoita ostopäätöksen tekoon vaikuttavia tekijöitä, sillä organisaatioissa ihmiset vastaavat ostopäätöksistä, ja he reagoivat muihinkin tekijöihin. Organisaatioiden ostopäätöksiin vaikuttaa myös ympäristöön liittyviä, organisatorisia, henkilöiden välisiä sekä yksilöllisiä tekijöitä. Ympäristöön liittyviä tekijöitä ovat muun muassa vallitseva taloudellinen tilanne, materiaalien tarjonnan tilanne, teknologia ja politiikka sekä kilpailutilanne. Organisatorisia tekijöitä ovat organisaation omat tavoitteet, strategiat, järjestelmät, rakenteet sekä toimintatavat. Henkilöiden välisiä tekijöitä ovat vuorostaan ”buying centerin” jäsenten välinen ryhmädynamiikka, vaikutusvalta sekä ammattitaito. Yksilöllisiä tekijöitä ovat henkilöiden omat motiivit, mieltymykset, havainnot ja asenne riskeihin liittyen. Henkilön luonteenpiirteet vaikuttavat olennaisesti näihin yksilöllisiin tekijöihin (Kotler ym., 2018, s. 193, 195.)

Nämä tekijät vaikuttavat myös huolintapalveluja ostavien yritysten ostopäätöksiin. Esimerkiksi jos vienti- tai tuontiyrityksen tuotteille ei ole vallitsevassa markkinatilanteessa kysyntää tai tuotteiden valmistukseen tarvittavista materiaaleista on vajautta, ei yrityksellä tällöin ole todennäköisesti tarvetta myöskään huolintapalvelujen ostamiselle. Toisaalta, jos tilanne markkinoilla on päinvastainen, on tarve huolintapalvelujen ostamiselle suuri. Myös organisatoriset tekijät vaikuttavat huolintapalvelujen ostamiseen, sillä yrityksillä on toisistaan poikkeavia tavoitteita ja toimintatapoja, jotka voivat vaikuttaa merkittävästi huolintaliikkeen valintaan. Ostopäätöksen tekoon osallistuvien henkilöiden väliset tekijät vaikuttavat huolintapalvelujen ostamiseen, sillä yrityksessä viennistä vastaava työntekijä mahdollisesti ajattelee huolintapalvelujen ostamista erilaisesta näkökulmasta kuin esimerkiksi osto-osaston työntekijä. Yksilölliset tekijät voivat vaikuttaa huolintapalvelujen ostopäätökseen henkilöiden omien mieltymysten ja luonteen kautta. Toiset henkilöt voivat olla rohkeampia ottamaan riskejä tehtäessä ostopäätöstä huolintapalvelujen ostamisesta.

4.4 Palvelun ostoprosessi organisaatiossa

Huolintaliikkeiden asiakkaat eivät osta aineellisia tuotteita, vaan ne ostavat palveluja. Palvelujen ostamista pidetään usein tuotteiden ostamista hankalampana prosessina, mutta niiden ostaminen on viime aikoina yleistynyt erityisesti teollisten yritysten keskuudessa. Palveluja ostettaessa henkilökohtaisilla suhteilla on usein isompi merkitys kuin kuluilla, koska palvelujen tuottaminen tapahtuu ostajan ja myyjän välisessä tiiviissä yhteistyössä (Weele, 2018, s. 81–82).

Palvelujen ostoprosessi voidaan jakaa sopimusta edeltävään- ja sopimusta seuraavaan vaiheeseen. Sopimusta edeltävän vaiheen kolme tasoa ovat spesifiointi, palveluntarjoajien valinta ja sopimuksen tekeminen. Spesifioinnin tavoitteena on määrittää, mitä palveluntarjoajalta tarkkaan ottaen odotetaan (Weele, 2018, s. 86–88.) Tämä voidaan toteuttaa seuraavilla mahdollisilla tavoilla: palveluntarjoajan asettamien panosten mukaan, palvelun toteuttamiseen tarvittavien prosessien mukaan, lopputuloksen mukaan sekä mahdollistetun arvon mukaan (Axelsson & Wynstra, 2002, s. 143–144.)

Palveluntarjoajan itse asettamien panosten mukaisella spesifioinnilla pyritään kuvaamaan resurssit ja kapasiteetti, joita palveluntarjoajan tulee käyttää tuottaakseen vaadittu palvelu. Kyseistä spesifiointitapaa käytetään tyypillisesti tilanteissa, joissa on tarve hankkia ylimääräistä työvoimaa tai ammattilaispalveluja (Axelsson & Wynstra, 2002, s. 148; Ojasalo & Ojasalo, 2010, s. 44; Weele, 2018, s. 87.)

Prosessin mukainen spesifiointi on spesifiointitapa, jota käytettäessä ostajan tulee tietää tarkasti, mitä aktiviteetteja haluaa palveluntarjoajan toteuttavan ja miten ne tulee toteuttaa. Ostajan tulee lisäksi myös kyetä ilmaisemaan palvelun alin hyväksyttävä taso (Axelsson & Wynstra, 2002, s. 144–145; Ojasalo & Ojasalo, 2010, s. 45; Weele, 2018, s. 87.)

Spesifiointi lopputuloksen mukaan sopii käytettäväksi menetelmäksi silloin, kun ostaja tietää tismalleen, millaista palvelua haluaa. Tässä tavassa on kaksi vaihtoehtoa, ensimmäisessä ostaja ei ole niinkään kiinnostunut palveluntarjoajan keinoista tuottaa palvelu, vaan lopputuloksesta ja antaa palveluntarjoajan itse selvittää keinot, joilla vaadittuun lopputulokseen päästään. Palveluntuottaja on siis vastuussa siitä, että

palvelun taso vastaa asiakkaan vaatimuksia. Toisessa vaihtoehdossa ostaja määrittää sekä lopputuloksen, että aktiviteetit, joilla siihen päästään (Axelsson & Wynstra, 2002, s. 145–146; Ojasalo & Ojasalo, 2010, s. 45; Weele, 2018, s. 87.)

Mahdollistetun arvon mukainen spesifiointi painottaa palveluntarjoajan toteuttaman palvelun suoraa, taloudellisia vaikutuksia ostajalle. Siinä määritetään, mitä tuotetulla palvelulla tulisi saavuttaa tai mahdollistaa. Tämä on spesifiointitavoista ainoa, jossa palvelun arvo ostajalle on kuvattu selvästi (Axelsson & Wynstra, 2002, s. 146–147; Ojasalo & Ojasalo, 2010, s. 46; Weele, 2018, s. 87–88.)

Kun ostettavalle palvelulle on onnistuttu määrittämään halutut spesifikaatiot, on aika valita palveluntarjoaja. Monimutkaisten palvelujen tuottaja on tärkeää valita huolellisesti. Ostajan valittua mielestään parhaan palveluntarjoajan on vuorossa sopimuksen tekeminen, jonka jälkeen siirrytään sopimuksen jälkeiseen tilaan, joka on koko ostoprosessin keskeisin tila. Tässä vaiheessa vasta voidaan havainnoida, onko palvelun ostoprosessin aiemmat aktiviteetit toteutettu onnistuneesti (Weele, 2018, s. 90–93.)

Huolintapalveluja ostavan organisaation tulee määrittää tarkasti palvelulta haluamansa spesifikaatiot, joita voivat olla esimerkiksi kuljetusmuoto, toimitusehto ja kuljetuksen kesto. Organisaation tulee siis tietää tismalleen, millaista palvelua se haluaa, joten sopiva spesifiointitapa huolintapalveluja ostettaessa olisi kirjoittajan mielestä lopputuloksen mukainen spesifiointitapa.

Huolintapalveluja ostettaessa tavanomaista on, että asiakas tiedustelee huolintaliikkeitä tarjouksia omien tarpeidensa mukaisesti, jonka jälkeen huolintaliikkeet antavat tarjouksensa ja ohjeistuksen mahdollisiin jatkotoimenpiteisiin liittyen (Huolintasopimus ja osapuolten tehtävät – Logistiikan Maailma, n.d.). Asiakas valitsee tarjouksien perusteella itselleen sopivimman palveluntarjoajan, tässä tapauksessa huolintaliikkeen. Seuraavaksi Weele:n palvelun ostoprosessissa on vuorossa sopimuksen tekeminen. Jos ostavalla yrityksellä on vuoden aikana säännöllinen tarve huolintapalveluille, on kannattavaa tehdä vuosisopimus, jolloin asiakasyritys sitoutuu käyttämään kyseisen huolintaliikkeen palveluja sovitun ajanjakson aikana. Saman huolintaliikkeen käyttäminen sujuvoittaa toimeksiantojen hoitamista (Hörkkö ym., 2010, s. 30.) Tämän

jälkeen siirrytään sopimuksen jälkeiseen tilaan, jolloin seurataan palvelun toteutumista käytännössä sekä arvioidaan sitä.

5 TUTKIMUSMENETELMÄT JA TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

5.1 Kvalitatiivinen tutkimus

Kvalitatiivista eli laadullista tutkimusotetta käytetään, kun halutaan ymmärtää tutkittavaa ilmiötä. Se on kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta joustavampaa, joten se tarjoaa tutkijalle useita mahdollisuuksia tutkimuksen toteuttamiseen. Kvalitatiivista tutkimusta toteutettaessa tutkittavasta ilmiöstä pyritään keräämään mahdollisimman kattava ja laaja aineisto, jotta ilmiötä voidaan ymmärtää mahdollisimman syvällisesti. Aineiston runsaus ja moninaisuus muodostuvat monissa tapauksissa kvalitatiivisen tutkimuksen ongelmaksi (Kananen, 2015, s. 70–71, 128–129.)

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa yleisimmät aineistonkeruumenetelmät ovat haastattelu, havainnointi, kysely ja erilaisista dokumenteista kerätty tieto (Tuomi & Sarajärvi, 2018, s. 83). Haastatteluilla, havainnoinnilla ja kyselyillä saadaan primääristä aineistoa, eli tietoa, jonka tutkija itse kerää tutkimustaan varten. Dokumenteista kerätty tieto vuorostaan on sekundääristä aineistoa, eli aiemmin kirjoitettua tietoa tutkittavasta ilmiöstä. Kvalitatiivisen tutkimuksen aineisto voi myös joissain tapauksissa perustua pelkästään sekundääriseen tietoon (Kananen, 2015, s. 132.)

Kvalitatiivinen tutkimusote valikoitui tämän opinnäytetyön tutkimusotteeksi, koska sen avulla toimeksiantajan asiakkaiden ostokäyttäytymistä pystyttiin ymmärtämään syvällisesti. Aineistonkeruumenetelmäksi valittiin sähköinen kyselylomake, koska vastaajat pystyivät täyttämään sen joustavasti silloin, kun heille parhaiten sopi. Myös vallitseva koronapandemia vaikutti sähköisen kyselylomakkeen valitsemiseen, sillä

fyysisiä kontakteja oli ohjeistettu välttämään, tämän takia asiakkaiden haastattelemista ja havainnointia päätettiin olla käyttämättä aineistonkeruussa.

5.2 Toimeksiantajan esittely

Oy SNCargo Ltd on vuonna 1996 perustettu perheyritys, joka tarjoaa huolintapalveluja yhteistyössä agenttiverkostonsa kanssa globaalisti. Yrityksen toimipaikka on Pori. Yritys työllistää tällä hetkellä viisi työntekijää ja se on Oy Scandic Niinivirta Ab:n tytäryhtiö. (Ota yhteyttä - SNCargo, n.d.) Liikevaihto on noin 3,5 miljoonaa euroa (Käki, 2022).

1990-luvun lopulla ja 2000-luvun alussa tapahtuneet yritysfuusiot, joiden seurauksena huolintaliikkeiden yrityskoot lähtivät merkittävään kasvuun, toimipisteitä keskitettiin suurimpiin kaupunkeihin ja ulkomaiset omistusosuudet yrityksistä kasvoivat, vaikuttivat olennaisesti Oy SNCargo Ltd:n perustamiseen, sillä se perustettiin vastareaktionä tälle kehitykselle (Yritys - SNCargo, n.d.)

Oy SNCargo Ltd:n henkilökohtainen ja yksilöllinen palvelu, nopea, selkeä ja kilpailukykyinen hinnoittelu sekä erityisosaamista edellyttävät maa-, meri-, lento- ja rautatiekuljetukset ovat yrityksen erityisosaamista (Yritys - SNCargo, n.d.)

5.3 Toteutus

Kysely toteutettiin Google Forms- ohjelmalla vuoden 2022 maaliskuussa. Vastaajilla oli kaksi viikkoa aikaa vastata kyselyyn. Tässä kohtaa vastauksia oli kymmenen. Kyselyä päätettiin kuitenkin jatkaa vielä viikolla. Kolmannen viikon aikana vastauksia kertyi viisi lisää, lopullinen vastaajien määrä oli siis 15. Linkki kyselylomakkeeseen lähetettiin sähköpostilla saateviestin kanssa 34:lle toimeksiantajan yritysasiakkaalle, jotka ostavat toimeksiantajan huolintapalveluja. Toimeksiantajalta saatiin yhteyshenkilölistä sähköpostiosoitteineen.

Tutkijan tavoitteena oli saada vähintään kymmenen vastausta kyselyyn. Jotta vastausprosentista saatiin mahdollisimman korkea, pyrittiin kyselystä tekemään mahdollisimman nopea ja helppo vastattava. Kyselylomake löytyy työn lopusta (Liite 1). Jos vastausprosentti olisi jäänyt liian alhaiseksi, olisi kohderyhmälle lähetetty vielä yksi muistutusviesti ja vastausaikaa olisi pidennetty lisää. Myös kohderyhmän laajentaminen olisi ollut mahdollinen keino kasvattaa vastausprosenttia. Näitä toimenpiteitä ei kuitenkaan tarvittu, koska vastauksia saatiin riittävästi.

Lomake koostui pääasiassa avoimista kysymyksistä, koska kyseessä oli kvalitatiivinen tutkimus, mutta myös muutamasta monivalintakysymyksestä. Kysymykset laadittiin yhdessä toimeksiantajan kanssa, jotta kyselyyn saatiin varmasti tutkimuksen kannalta oleellisia ja toimeksiantajaa kiinnostavia kysymyksiä.

5.4 Reliabiliteetti ja validiteetti

Tutkimuksen luotettavuutta voidaan arvioida reliabiliteetin ja validiteetin perusteella. Reliabiliteetilla tarkoitetaan tehdyn tutkimuksen toistettavuutta ja sitä voidaan arvioida esimerkiksi useamman arvioijan avulla tai toteuttamalla tutkimus uudelleen. Jos aina päädytään samoihin tuloksiin, voidaan tutkimusta pitää reliabelina. Validiteetilla vuorostaan tarkoitetaan tutkimuksen pätevyyttä eli sen kykyä mitata tismalleen sitä, mitä on tarkoitus. (Hirsjärvi ym., 2009, s. 231.)

Reliabiliteetti ja validiteetti liitetään erityisesti kvantitatiivisen tutkimuksen luotettavuuden arvioimiseen. Kvalitatiivisen tutkimuksen luotettavuutta vuorostaan voidaan arvioida myös vaihtoehtoisella tavalla, sillä siinä oleellista on kuvata henkilöitä, paikkoja ja tapahtumia. Kvalitatiivisen tutkimuksen validius tarkoittaa kuvauksien ja niihin liitettyjen selitysten ja tulkintojen yhteensopivuutta toisiinsa. Tutkimuksen luotettavuutta voidaan parantaa selostamalla tarkasti koko tutkimuksen toteutus alusta loppuun asti. (Hirsjärvi ym., 2009, s. 232–233.)

Tämä tutkimus voitaisiin uusida, mutta jos tutkimus olisi toteutettu pandemian ulkopuolisena aikana tai vaikka heti pandemian alussa, olisivat vastaukset mahdollisesti

saattaneet poiketa nyt saaduista vastauksista, koska maailman ja myös kansainvälisten markkinoiden tilanne olisi näissä tapauksissa ollut verrattain erilainen nykyiseen verrattuna. Toisen tutkijan toteuttama vastaava tutkimus todennäköisesti päättyisi samoihin tuloksiin, sillä tutkijan omia näkemyksiä ei ole otettu huomioon tutkimusta toteutettaessa, mikä parantaa tutkimuksen reliabiliteettia. Myös korkeampi vastausprosentti olisi parantanut tutkimuksen reliabiliteettia. Kyselyä käytettäessä pitää myös tiedostaa, että vastaajat saattavat ymmärtää kysymyksen eri tavalla, kuin se on alun perin tarkoitettu ymmärrettäväksi.

Tutkimusta varten tehty kyselylomake suunniteltiin huolellisesti yhdessä toimeksiantajan kanssa ja sillä onnistuttiin keräämään juuri sellaista tietoa, mitä oli tarkoitus kerätä. Tutkimuksen validiteetin voidaan siis todeta toteutuvan kiitettävästi. Koko tutkimuksen toteutusprosessi on selostettu yksityiskohtaisesti aineistonkeruusta aina tulosten analysointiin asti, jolloin tutkimuksen luotettavuus kohentuu.

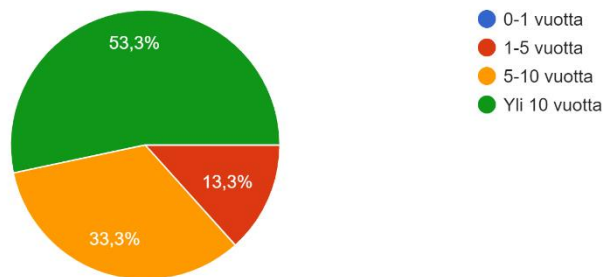
6 KYSELYN VASTAUKSET

Kyselylomake sisälsi kolme monivalintakysymystä, joiden vastaukset esitellään seuraavaksi. Loput kysymykset olivat avoimia kysymyksiä, joihin vastaajat saivat vastata omin sanoin. Avoimien kysymysten kaikki vastaukset löytyvät tämän opinnäytetyön lopusta kysymyskohtaisesti jaettuna (Liite 2).

Kysymyksessä 1 (Kuvio 3.) selvitettiin kauanko vastaajat ovat ostaneet huolintapalveluja Oy SNCargo Ltd:ltä. 53,3 prosenttia vastaajista on ostanut huolintapalveluja yli 10 vuotta, 33,3 prosenttia 5–10 vuotta ja 13,3 prosenttia 1–5 vuotta. 0–1 vuoden mittaista toimittajasuhdetta ei ollut yhdelläkään vastaajalla.

1. Kuinka pitkään olette ostaneet huolintapalveluja SNCargo:lta?

15 vastausta



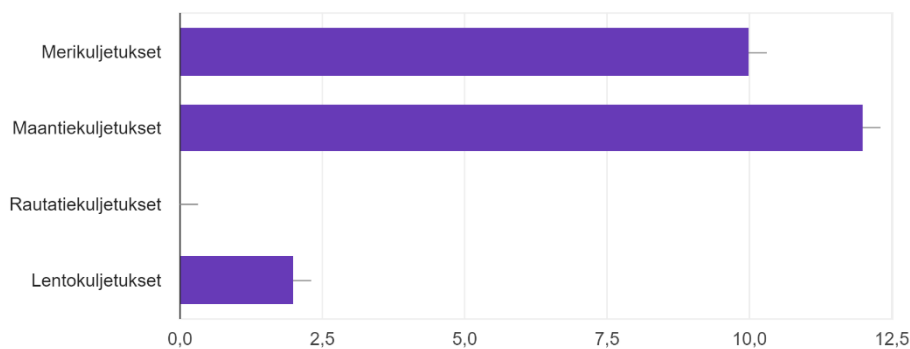
Kuvio 3. Kysymys 1

Kysymyksessä 2 kysyttiin vastaajien toimialaa. Metalliteollisuus oli kolmen yrityksen toimiala, 2 vastaajaa vastasi toimialakseen yleisesti teollisuuden ja yksi kemianteollisuuden. Näiden lisäksi loput vastaukset sisälsivät monipuolisesti erilaisia toimialoja. Kaikki vastaukset löytyvät opinnäytetyön lopusta (Liite 2).

Kolmas kysymys selvitti, mille kuljetusmuodoille asiakkaat kysyvät tarjouksia. Vastaajista 12 kysyi Oy SNCargo Ltd:lta tarjouksia maantiekuljetuksille, 10 merikuljetuksille ja 2 lentokuljetuksille (Kuvio 4.) Rautatiekuljetuksia ei tarvinnut yksikään vastaajista.

3. Mille kuljetusmuodoille kysytte tarjouksia? Voit valita useamman vaihtoehdon

15 vastausta



Kuvio 4. Kysymys 3

Neljännellä kysymyksellä pyrittiin selvittämään, kuinka usein asiakkaat ostavat huolintapalveluja ja kuinka pitkälle ajalle. Kaksi vastaajaa vastasi, että tekevät vuosisopimuksia ja niiden lisäksi kyselevät SPOT-kyselyjä. Kaksi vastaajaa ilmoitti hankkivansa kuukausittain, joista toinen ilmoitti lisäksi, että tällä hetkellä lähinnä yksittäisille kuljetuksille. Kolme vastaajaa ilmoitti hankkivansa huolintapalveluja viikoittain. Näistä kolmesta kaksi ilmoitti, että ostavat palveluja kuukaudeksi kerrallaan ja kolmas usealle kuukaudelle. Liitteestä 2 löytyvät kaikki vastaukset tähän kysymykseen.

Kysymyksessä viisi asiakkailta kysyttiin käytössä olevien huolintaliikkeiden määrää. Lisäksi asiakkailta kysyttiin, miksi heillä toimitaan näin. Useasta vastauksesta pystyttiin päättämään yrityksen keskittävän tai ainakin pyrkivän keskittämään ostonsa yhdelle huolintaliikkeelle. Yhdeksän vastaajaa ilmoitti käyttävänsä yhtä tai useampaa huolintaliikettä. Liite 2 sisältää kaikki avoimet vastaukset.

Kuudennessa kysymyksessä selvitettiin, käyttävätkö asiakkaat kilpailutuksessa apuna konsulttia tai muuta ulkoista toimijaa. Tässäkin kysymyksessä oli jatkokysymys ”Miksi?” Vastaajista kaksi ilmoitti käyttävänsä, toinen tosin vain satunnaisesti. Toinen vuorostaan ilmoitti käyttävänsä kilpailutuksen laajuuden vuoksi. Kolmetoista vastaajaa ilmoitti hoitavansa kilpailutuksen itse. Näistä kuitenkin ainoastaan kaksi vastasi jatkokysymykseen, kuten liitteestä 2 voidaan havaita.

Kysymyksessä seitsemän vuorostaan kysyttiin, kuka maksaa asiakkaiden kuljetusten rahtikustannukset. Kahdestatoista vastauksesta selvisi, että vastaaja pääsääntöisesti maksaa itse rahtikustannukset. Kysymyksen kaikki vastaukset löytyvät liitteestä 2.

Kysymyksessä kahdeksan haluttiin saada selville, vaihteleeiko asiakkaiden käyttämä Incoterms- lauseke toimituskohtaisesti. Viidestätoista vastaajasta yksi ilmoitti, että Incoterms-lauseke ei vaihtele toimituskohtaisesti. Yhdeksän vastaajaa vastasi suoraan, että vaihtelee. Liitteestä 2 löytyvät loputkin vastaukset.

Kysymyksessä yhdeksän asiakkaita pyydettiin kertomaan huolintapalvelujen ostoprosessin vaiheista. Yksi vastaaja vastasi, että heidän yrityksensä ei tee pitkäaikaisia sopimuksia kenenkään kanssa. Kaikkiaan vastaukset olivat hyvin vaihtelevia

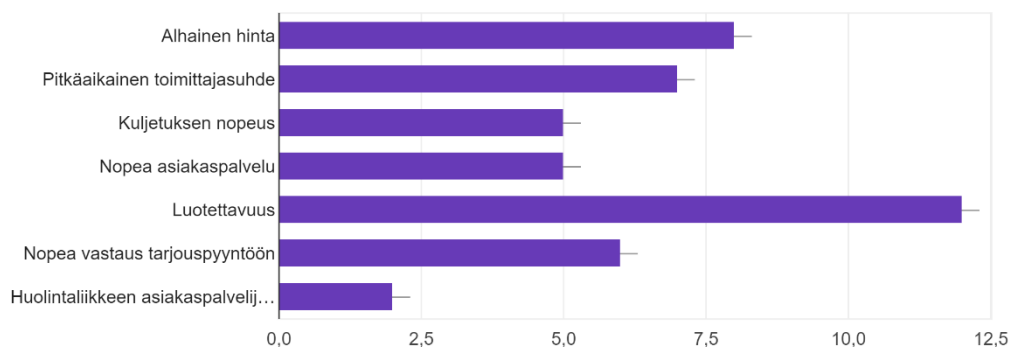
laajuudeltaan. Useimmin ostoprosessi alkoi tarjousten kyselemisellä, jonka jälkeen prosessi vaihteli selvästi vastaajien välillä. Kysymyksen kaikki vastaukset löytyvät työn lopusta (Liite 2).

Vastaajaryityksissä kaikissa ostopäätöksen tekoon osallistuu yhdestä neljään henkilöä (Kysymys 10). Yleisin vastaus oli 1–2 henkilöä. Kaikki vastaajat eivät kuitenkaan kerrota, missä asemassa kyseiset henkilöt ovat yrityksissä. Myynnin ja logistiikan parissa työskentelevät henkilöt olivat useimmin vastuussa ostopäätösten tekemisestä. Kysymyksen vastaukset ovat nähtävissä liitteessä 2.

Kysymyksessä 11 selvitettiin asiakasyritysten tarpeita huolintapalveluille tulevaisuudessa. Asiakkaita pyydettiin myös kertomaan, miksi he näkevät asian kertomallaan tavalla. Yksikään vastaaja ei uskonut yrityksensä huolintatarpeiden vähenevän tulevaisuudessa. Neljä vastaajaa vastasi, että tarve tulee pysymään ennallaan. Näihin ei saatu sen tarkempia perusteluja, miksi vastaajat uskovat näin olevan. Yhdessä näistä vastauksista vastaaja kuitenkin toivoi tarpeen kasvavan. Kaksi vastaajaa vuorostaan ilmoitti vastauksissaan, että huolintapalvelujen tarve voisi mahdollisesti kasvaa tulevaisuudessa. Liite 2 sisältää kaikki kysymykseen saadut vastaukset.

Kysymyksessä 12 (Kuvio 5) vastaajia pyydettiin valitsemaan annetuista vaihtoehdoista kolme heille tärkeintä asiaa huolintapalveluja ostettaessa. ”Luotettavuus” oli yleisin valinta vastaajien keskuudessa, sillä 12 vastaajaa valitsi sen kolmen tärkeimmän asian joukkoon. Toiseksi eniten valintoja sai ”Hinta”, jonka valitsi 8 vastaajaa. ”Pitkäaikainen toimittajasuhde” oli kolmanneksi yleisin valinta. ”Nopea vastaus tarjouspyyntöön” sai 6 valintaa. ”Kuljetuksen nopeus” ja ”Nopea asiakaspalvelu” saivat 5 valintaa. ”Huolintaliikkeen asiakaspalvelijan suorittama tilausseuranta” sai 2 valintaa.

12. Mitä asioita arvostatte eniten hankkiessanne huolintapalveluja? Valitse kolme tärkeintä.
15 vastausta



Kuvio 5. Kysymys 12.

Kyselyn viimeisessä, vapaavalintaisessa kysymyksessä vastaajat saivat vapaasti halutessaan kertoa lisää huolintapalvelujen ostamisesta. Tähän saatiin yhteensä kuusi vastausta. Yhdessä vastauksessa toimeksiantajan yhteyshenkilö sai erityismaininnan kiitettävästä työnteostaan. Vastaukset on listattu liitteessä 2.

7 VASTAUSTEN ANALYSOINTI

Yli puolet vastaajista kertoi ostaneensa huolintapalveluja Oy Sncargo Ltd:ltä yli 10 vuoden ajan, joten yrityksen asiakkaat selkeästi arvostavat pitkäaikaista toimittajasuhdetta ja pyrkivät niitä muodostamaan. Tämä onkin tyypillistä B2B-markkinoilla. Tällaiset pitkät toimittaja- ja asiakassuhteet hyödyttävät molempia osapuolia huomattavasti, kuten tämän opinnäytetyön teoriaosassa on todettu. Oy Sncargo Ltd:llä on myös asiakkaita erittäin monelta toimialalta, toisen kysymyksen vastauksista voikin selvästi havaita, kuinka tärkeässä asemassa huolinta-ala on kansainvälisen kaupankäynnin keskiössä, toimialasta riippumatta. Yksikään vastaajista ei kysynyt tarjouspyyntöjä rautatiekuljetuksille, merkittävä enemmistö kysyi tarjouksia maantie- ja merikuljetuksille. Muutama kyseli tarjouksia lentokuljetuksille.

Huolinta-alalla vuosisopimusten teko on tavanomaista, tämä oli havaittavissa myös kyselyyn vastanneiden yritysten vastauksista, sillä osa vastaajista kertoi tekevänsä vuosisopimuksia kerran vuodessa ja sitten näiden vuosisopimusten ohessa kyselevänsä SPOT-kyselyjä ajankohtaisen tarpeen mukaan. Myös vuotta lyhyemmille aikaväleille, kuten kuukauden ajalle, kysellään tarjouksia. Tämän mittaiset tarjouskyselyt voisivat mahdollisesti johtua epäsäännöllisemmistä tarpeista huolintapalveluille.

Vaikka hinta onkin kaupankäynnissä yksi olennaisimmista tekijöistä, huolintapalveluja ostettaessa huolintaliikkeen valintaan vaikuttaa moni muukin asia, erityisesti luotettavuus ja pitkäaikainen toimittajasuhde. Huolintapalveluja voidaan pitää liiketoiminnalle kriittisinä palveluina, kuten teoriaosassa todettiin, siksi ostopäätökseen vaikuttaa moni muukin asia kuin vain hinta. Ostoprosessin vaiheita käsittelevässä kysymyksessä yksi vastaaja mainitsi yhden vaiheen olevan ”luotettavuuden arviointi” ja luotettavuus onkin huolinta-alalla tärkeää, sillä tuotteiden onnistunut kuljettaminen myyjältä ostajalle on riskialtista ja viivästykset vaikuttavat koko toimitusketjuun. Vastausten perusteella asiakkaat eivät myöskään halua käyttää liian monen huolintaliikkeen palveluja, sillä valtaosa ilmoitti käyttävänsä muutamaa huolitsijaa, osa ilmoitti pyrkivänsä keskittämään ostonsa yhdelle huolintaliikkeelle. Muutaman huolintaliikkeen käyttäminen tuo enemmän mahdollisuuksia, koska silloin ei olla yhden huolintaliikkeen varassa. Vastauksista myös ilmeni, että eri huolitsijoilla on eri vahvuusalueet. Vastaajien olisi tässä kysymyksessä toivottu avaavan vastauksiaan enemmän, mutta vain osa näin teki.

Asiakkaat hoitavat pääsääntöisesti itse huolintaliikkeiden kilpailutuksen, sillä ainoastaan kaksi vastaajaa ilmoitti käyttävänsä konsulttia/ulkoista toimijaa kilpailutuksessa, joista toinen ilmoitti käyttävänsä ainoastaan satunnaisesti. Vastaajat eivät kuitenkaan monessa tapauksessa kertoneet, miksi he käyttävät tai eivät käytä konsulttia/ulkoista toimijaa kilpailutuksessa. Tähän kysymykseen olisi haluttu laajempia vastauksia. Konsultin vähäisen käytön syy voisi mahdollisesti olla se, että vastaajat ovat hyvin tietoisia siitä mitä haluavat ja osaavat sellaisia palveluita itse hankkia, jolloin konsulttia ei tarvita. Tätä oletusta tukee, että vapaavalintaisessa kysymyksessä yksi vastaaja erikseen mainitsi heillä olevan pitkä kokemus ja että he tietävät tarkkaan, mitä haluavat.

Asiakkaat maksavat itse rahtikustannukset pääsääntöisesti, mikä tarkoittaa myyvien yritysten osalta, että toimitusehdot, joissa ostaja vastaa rahtikustannuksista, kuten esimerkiksi EXW ja FCA, ovat harvinaisia. Vastavuoroisesti ostajina toimivat yritykset käyttävät näitä edellä mainittuja toimituslausekkeita, jolloin he voivat itse vaikuttaa tuotteiden kuljetusratkaisuihin. Enemmistö vastaajista ilmoitti, että käytettävä Incoterms- lauseke vaihtelee toimituskohtaisesti. Pääsääntöisesti Oy SNCargo Ltd:n asiakkaiden voidaan sanoa haluavan päästä itse vaikuttamaan tuotteiden kuljettamiseen.

Vastausten perusteella huolintapalvelujen ostamista käsitellään monessa yrityksessä monivaiheisena prosessina, sillä enemmistö vastaajista ilmoitti prosessin koostuvan useammasta vaiheesta. Tyypillisesti prosessi alkaa tarjousten kyselyllä, jonka jälkeen saatuja tarjouksia vertaillaan ja valitaan lopulta huolitsija. Toisilla yrityksillä prosessi on monimutkaisempi kuin toisilla ja myös ostopäätökseen osallistuvien henkilöiden määrä vaihteli vastaajien välillä, sillä vastaajien joukossa oli myös yrityksiä, joissa ainoastaan yksi henkilö vastaa ostopäätöksistä ja ostoprosessi on melko yksinkertainen. Tämä tukee teoriaosassa esitettyä, aiheeseen liittyvää teoriaa. Ostopäätöksiä tekevät henkilöt ovat esimiesasemassa, mutta myös toimihenkilöt tekevät ostopäätöksiä vastaajien keskuudessa. Yhtä oikeaa vastausta ostoprosessin toteuttamiseen ei selvästi ole olemassa, erilaisia variaatioita on hyvin paljon.

8 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Toteutetun tutkimuksen avulla onnistuttiin pääsemään opinnäytetyölle asetettuun tavoitteeseen, sillä kyselyn avulla saatiin ajankohtaista tietoa toimeksiantajan yritysasiakkaiden ostokäyttäytymisestä. Vastaajien olisi tosin toivottu vastaavan enemmän muutaman kysymyksen lopussa olleeseen jatkokysymykseen ”Miksi?”. Näin olisi voitu saada vieläkin syvällisempää tietoa ostokäyttäytymisestä. Vastausprosenttikin olisi voinut olla korkeampi, sillä yli puolet yrityksistä, joihin kyselylomake lähetettiin,

jätti vastaamatta. Mahdollisia syitä vastaamattomuuteen voivat olla kiireinen työtilanne tai yrityksen yhteyshenkilön haluttomuus vastata kyselyyn.

Kyselyn tulokset voidaan tiivistää niin, että vastanneet asiakasyritykset ostavat pääsääntöisesti meri- ja maantiekuljetuksia. Ostoihin vaikuttaa usea tekijä, ei ainoastaan hinta, ja niitä tehdään vuosisopimuksien, vuotta lyhyempien jaksojen ja myös kertaluontoisten SPOT-kyselyjen muodossa. Asiakkaat maksavat pääsääntöisesti kuljetuksilleen itse rahtikustannukset ja kilpailuttavat käyttämänsä huolintaliikkeet itse. Asiakkaat uskovat huolintapalveluille olevan kysyntää tulevaisuudessakin, mahdolliset muutokset tulevat lähinnä olemaan kasvua. Tosin vallitseva maailman geopoliittinen tilanne luo kansainväliselle kaupankäynnille epävarmuutta ja suuria uhkia. Muutama vastaaja nosti myös tämän esille kyselyn vastauksissa. Selvää on, että asiakkaiden tarpeet ovat hyvin vaihtelevia, joten Oy Sncargo Ltd:n täytyy pystyä vastaamaan monenlaisiin asiakastarpeisiin.

Tämän opinnäytetyön avulla toimeksiantaja pystyy ymmärtämään asiakkaitaan paremmin ja tekemään tarvittaessa muutoksia omaan toimintaansa. Kaikkiin tutkimukselle asetettuihin kysymyksiin onnistuttiin vastaamaan. Opinnäytetyö valmistui lähes suunnitellun aikataulun mukaisesti ja prosessi opetti ennen kaikkea tieteellisen tutkimuksen toteuttamisesta ja tiedonhankinnasta, mutta myös ymmärrys huolinta-alasta ja kiinnostus sitä kohtaan kasvoi opinnäytetyön toteuttamisen seurauksena.

Empiirisessä osassa olisi mahdollisesti voitu käyttää haastattelua kyselyn tukena toisena aineistonkeruumenetelmänä. Vaikka tutkimusta voidaankin pitää pääosin luotettavana, olisi näin voitu parantaa luotettavuutta lisää, koska aineistonkeruumenetelmiä olisi tällöin ollut kaksi. Vaihtoehtoisesti tutkimus voitaisiin toteuttaa pandemian jälkeen myös käyttämällä aineistonkeruumenetelmänä ainoastaan haastattelua. Kvantitatiivinen tutkimus olisi myös mahdollinen, siinä tapauksessa kyselylomake lähetettäisiin kaikille toimeksiantajan asiakkaille, myös epäsäännöllisemmin huolintapalveluja ostaville yrityksille. Tutkimus pystyttäisiin tällaisena toteuttamaan myös mille tahansa toiselle huolintaliikkeelle.

LÄHTEET

Axelsson, B. & Wynstra, F. (2002). Buying business services. John Wiley.

Bergström, S. & Leppänen, A. (2015). Yrityksen asiakasmarkkinointi (16. uud. p.). Edita.

Brennan, R., Canning, L. & McDowell, R. (2017). Business-to-business marketing (Fourth edition). SAGE.

CFR – Logistiikan Maailma. (n.d.). Haettu 1.12.2021 osoitteesta <https://www.logistiikanmaailma.fi/sopimukset/toimituslausekkeet/incoterms-2020/cfr/>

CIF – Logistiikan Maailma. (n.d.). Haettu 1.12.2021 osoitteesta <https://www.logistiikanmaailma.fi/sopimukset/toimituslausekkeet/incoterms-2020/cif/>

CIP – Logistiikan Maailma. (n.d.). Haettu 14.12.2021 osoitteesta <https://www.logistiikanmaailma.fi/sopimukset/toimituslausekkeet/incoterms-2020/cip/>

CPT – Logistiikan Maailma. (n.d.). Haettu 26.11.2021 osoitteesta <https://www.logistiikanmaailma.fi/sopimukset/toimituslausekkeet/incoterms-2020/CPT/>

DAP – Logistiikan Maailma. (n.d.). Haettu 30.11.2021 osoitteesta <https://www.logistiikanmaailma.fi/sopimukset/toimituslausekkeet/incoterms-2020/DAP/>

FAS – Logistiikan Maailma. (n.d.). Haettu 30.11.2021 osoitteesta <https://www.logistiikanmaailma.fi/sopimukset/toimituslausekkeet/incoterms-2020/fas/>

FOB – Logistiikan Maailma. (n.d.). Haettu 1.12.2021 osoitteesta <https://www.logistiikanmaailma.fi/sopimukset/toimituslausekkeet/incoterms-2020/fob/>

Grant, D. B. (2012). Logistics management. Pearson.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. (2009). Tutki ja kirjoita (15. uud. p.). Tammi.
Hörkkö, H., Koskinen, H., Laitinen, P., Mattson, M., Ollikainen, J., Reinikainen, A. & Werdermann, R. (2010). Huolinta-alan käsikirja (Uud. p.). Suomen spedservice.

Huolinta - avain toimivaan ulkomaankauppaan - Suomen Huolinta - ja Logistiikkaliitto ry. (n.d.). Haettu 14.12.2021 osoitteesta <https://www.huolintaliitto.fi/tietoa-alasta/huolinta-avain-toimivaan-ulkomaankauppaan.html>

Huolintasopimus ja osapuolten tehtävät – Logistiikan Maailma. (n.d.). Haettu 19.1.2022 osoitteesta <https://www.logistiikanmaailma.fi/logistiikan-toimijat/huolinta/huolintasopimus-ja-osapuolten-tehtavat/>

Huolintayritysten tarjoamat palvelut – Logistiikan Maailma. (n.d.). Haettu 20.12.2021 osoitteesta <https://www.logistiikanmaailma.fi/logistiikan-toimijat/huolinta/huolintayritysten-tarjoamat-palvelut/>

Incoterms 2020 – Logistiikan Maailma. (n.d.). Haettu 19.11.2021 osoitteesta <https://www.logistiikanmaailma.fi/sopimukset/toimituslausekkeet/incoterms-2020/>

Käki, J.-P. (2022). Toimitusjohtaja Käki, puhelinkeskustelu.

Kananen, J. (2015). Opinnäytetyön kirjoittajan opas : näin kirjoitan opinnäytetyön tai pro gradun alusta loppuun. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kotler, P., Armstrong, G. & Opresnik, M. O. (2018). Principles of marketing (17 e. Global edition). Pearson.

Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M. & Hansen, T. (2016). Marketing management (3rd edition). Pearson.

Lysons, K. & Farrington, B. (2020). Procurement and Supply Chain Management (Tenth edition). Pearson International Content. Haettu 19.11.2021 osoitteesta <https://bookshelf.vitalsource.com/reader/books/9781292317939/pageid/666>

Merikuljetukset Suomessa – Logistiikan Maailma. (n.d.). Haettu 16.12.2021 osoitteesta <https://www.logistiikanmaailma.fi/kuljetus/merikuljetus/merikuljetukset-suomessa/>

Mitä huolinta on - Suomen Huolinta - ja Logistiikkaliitto ry. (n.d.). Haettu 10.11.2021 osoitteesta <https://www.huolintaliitto.fi/tietoa-alasta/mita-huolinta-on.html>

Ojala, L., Paimander, A., Friman, E. & Kairinen, I. (2020). Huolinta-avain toimivaan ulkomaankauppaan. Suomen Huolinta- ja Logistiikkaliitto ry. Haettu 2.12.2021 osoitteesta <https://www.huolintaliitto.fi/media/huolinta-avain-toimivaan-ulkomaankauppaan/huolinta-avain-toimivaan-ulkomaankauppaan.pdf>

Ojasalo, J. & Ojasalo, K. (2010). B-to-B -palvelujen markkinointi. WSOYpro.

Ota yhteyttä - SNCargo. (n.d.). Haettu 7.12.2021 osoitteesta <https://www.sncargo.com/ota-yhteytta/>

Räty, A. (2019). Incoterms 2020 : ICC rules for the use of domestic and international trade terms. Kansainvälisen kauppakamarin (ICC) Suomen osasto ry.

Rushton, A., Croucher, P. & Baker, P. (2017). The handbook of logistics and distribution management (Sixth edition). Kogan Page.

Tapaninen, U. (2018). Logistiikka ja liikennejärjestelmät. Gaudeamus.

The Economist. (2021). Why skippers aren't scuppered | The Economist. Haettu 12.3.2021 osoitteesta <https://www.economist.com/>

Toiminta ja tehtävät - Suomen Huolinta - ja Logistiikkaliitto ry. (n.d.). Haettu 2.12.2021 osoitteesta <https://www.huolintaliitto.fi/tietoa-meista/toiminta-ja-tehtavat.html>

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2018). Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Weele, A. J. v. (2018). Purchasing and supply chain management (Seventh edition). Cengage.

Yritys - SNCargo. (n.d.). Haettu 10.11.2021 osoitteesta <https://www.sncargo.com/yritys/>

Oy SNCargo Ltd:n asiakkaiden ostokäyttäytyminen

Kysymykset 1-12 ovat pakollisia, kysymykseen 13 vastaaminen on vapaaehtoista

***Pakollinen**

1. 1. Kuinka pitkään olette ostaneet huolintapalveluja SNCargo:lta? *

Merkitse vain yksi soikio.

- 0-1 vuotta
 1-5 vuotta
 5-10 vuotta
 Yli 10 vuotta

2. 2. Mikä on yrityksenne toimiala? *

3. 3. Mille kuljetusmuodoille kysytte tarjouksia? Voit valita useamman vaihtoehdon *

Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

- Merikuljetukset
 Maantiekuljetukset
 Rautatiekuljetukset
 Lentokuljetukset

4. 4. Kuinka usein hankitte huolintapalveluja ja kuinka pitkälle aikavälille? *

5. 5. Pyrittekö keskittämään huolintapalvelujen hankintanne yhdelle huolintaliikkeelle vai hankitteko huolintapalveluja useammalta huolintaliikkeeltä? Miksi? *

6. 6. Käytättekö konsulttia/ulkoista toimijaa huolintaliikkeiden kilpailutuksessa? Miksi? *

7. 7. Maksatteko rahdin tavaralähetysillenne vai vastaavatko asiakkaanne tästä? *

8. 8. Vaihteleeiko käyttämänne Incoterms- lauseke toimituskohtaisesti? *

9. 9. Mitä vaiheita huolintapalvelujen hankintaprosessiinne sisältyy? *

10. 10. Kuinka monta henkilöä yleensä osallistuu ostopäätöksen tekemiseen huolintapalveluja hankkiessanne ja missä asemassa kyseiset henkilöt ovat yrityksessänne? *

11. 11. Millaisena näette tarpeenne huolintapalvelujen hankinnalle tulevaisuudessa? Miksi näette asian näin? *

12. Mitä asioita arvostatte eniten hankkiessanne huolintapalveluja? Valitse kolme tärkeintä. *

Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

- Alhainen hinta
- Pitkäaikainen toimittajasuhde
- Kuljetuksen nopeus
- Nopea asiakaspalvelu
- Luotettavuus
- Nopea vastaus tarjouspyyntöön
- Huolintaliikkeen asiakaspalvelijan suorittama lähetysseuranta

13. Onko jotain muuta, mitä haluatte kertoa huolintapalvelujen ostamisesta?

Google ei ole luonut tai hyväksynyt tätä sisältöä.

Google Forms

LIITE 2

2. Mikä on yrityksenne toimiala?	4. Kuinka usein hankitte huolintapalveluja ja kuinka pitkälle aikavälille?
1. Päivittäistavarakauppa	1. viikoittain ja n .1 kk
2. Lasijalosteet	2. Satunnaisesti
3. Kylpyhuoneiden valmistus	3. Tarpeen mukaan
4. Maahantuonti ja tukkukauppa	4. 1-3 krt kuussa
5. Teollisuus	5. Viikoittain, kuukaudeksi kerrallaan
6. Teknologia	6. vientikuljetus ja huolintapalvelut ostetaan samassa paketissa
7. Laivateollisuuden alihankkija	7. Päivittäin, SPOT ja vuosi-sopimuksia
8. Kemianteollisuus	8. Toistuvasti oman myyni/tuontitarpeen mukaan. Aikaväli vaihtelee ja tyypillisesti 1-2 kk jaksoille
9. Metalliteollisuus	9. Kerran vuodessa tehdään vuosisopimuksia, lähes päivittäin kysytään spot-tarjouksia
10. Metalliteollisuus	10. Keskimäärin kuukausittain, yksittäisiä kuljetuksia lähinnä tällä hetkellä.
11. Alihankinta	11. 2-4 väleil
12. Metalliteollisuus	12. Joka päivä / kuukausiksi eteenpäin
13. Teollisuus	13. Kuukausittain
14. Tärkkelyksen ja tärkkelystuotteiden valmistus ja myynti	14. viikottain, usealle kuukaudelle
15. Nonwovens	15. Nykyään päivittäin johtuen maailmantilanteesta ja mahdollisimman pitkälle ajelle mikä oli aikasemmin mahdollista.

5. Pyrittekö keskittämään huolintapalvelujen hankintanne yhdelle huolintaliikkeelle vai hankitteko huolintapalveluja useammalta huolintaliikkeeltä? Miksi?

1. Pysin keskittämään yhdelle, mutta kysyn tarjouksia myös parilta muultakin

2. Keskitetysti

3. Muutamaa käytämme ettei olla yhden varassa

4. Pyritään keskittämään

5. Kilpailutan kuljetusliikkeitä edullisen hinnan ja sopivan aikataulun vuoksi

6. Pyrimme kuljetukset ja huolinnat muutamalle toimijalle nopeuden ja helppouden vuoksi

7. Projektikohtainen keskittäminen tavoitteena jotta kommunikointi ja sovitut pelisävelet selvät projektin aikana. Varaosa vm. SPOT-luontoisen koska ko kohteisiin ei ole

8. Viime aikoina on keskitytty yhteen tai kahteen huolitsijaan.

9. Ostetaan useammalta hyväksi havaitulta toimijalta, eri huolitsijoilla on eri vahvuusalueet

10. Useammalta, saatavuus tällä hetkellä heikkoa ja tarpeet hyvin monenlaisia ja useaan kohteeseen.

11. Kyllä, helppouden takia

12. Useampi huolintaliike - jokaisella omat vahvat alueet

13. Ei

14. Tarjouspyyntöjen kautta päädyimme ratkaisuun, käytämme 2 - 3 huolitsijaa, yksi on ns. pääkumppani

15. Yleensä yhdelle.

6. Käytättekö konsulttia/ulkoista toimijaa huolintaliikkeiden kilpailutuksessa? Miksi?	7. Maksatteko rahdin tavaralähetysillenne vai vastaavatko asiakkaanne tästä?
1. En	1. Maksan itse
2. Satunnaisesti	2. Maksamme pääosin ja veloitetaan asiakkaalta
3. Ei	3. Maksamme rahdin ainakin ulkomailt atuleville pääosin
4. Ei	4. Tuontituotteet maksamme
5. Ei	5. Maksamme tai laskutamme rahdin asiakkaalta
6. Ei käytetä, ei koeta tarpeelliseksi	6. Me maksamme rahdin
7. En, koska olen itse kyseinen henkilö, eli monilla yrityksillä ei ole kaltaistani logistiikka päällikköä joka hoitanut kveleistä tointa io vli 15-	7. Maksamme itse
8. Ei ole käytetty	8. 95% maksamme itse. Joskus harvoin asiakas.
9. Ei	9. Suurimmaksi osaksi me maksamme, ja sisällytämme hintoihin
10. Kyllä, kilpailutuksen laajuuden vuoksi.	10. Pääosin maksamme itse.
11. Ei	11. Toimittaja maksaa rahdin
12. Ei	12. Maksamme pääsääntöisesti itse - joskus harvoin asiakas noutaa itse
13. Ei	13. Maksamme itse
14. Emme käytä	14. Yleensä maksamme
15. Emme	15. Yleensä maksamme.

8. Vaihtelee käyttämämme Incoterms-lauseke toimituskohtaisesti?

1. Kyllä
2. Kyllä
3. Tämäkin tilanteen mukaan
4. Vaihtelee
5. Kyllä
6. Kyllä
7. Hieman, mutta tavoitteena ostaa kaikki FCA, jolloin kontrolli pysyy meillä.

8. Vaihtelee. Ensisijaisesti ehdotamme asiakalle CIF

9. Kyllä
10. Käytämme muutamaa eri vaihtoehtoa.
11. Ei
12. Kyllä
13. Kyllä

14. Pääsääntöisesti ei

15. Kyllä

9. Mitä vaiheita huolintapalvelujen hankintaprosessiinne sisältyy?

1. Tarjouksen kysyminen
2. Tarjouskysely
3. Hinta- ja aikataulukyselyt ja niiden vertailu
4. Kuljetus, huolinta / tullaus
5. Asiakkaan kysely, meidän rahtikysely, asiakkaan tilaus, meidän kuljetustilaus
6. Vienti- ja tuontihuolinta kuljetustilauksen ja toimitusehdon mukaan
7. Projektikokonaisuuden kartoitus materiaalien ja toimittajien osalta, teoreettinen pakkaaminen ine.. monta monessa kun

8. Kysely, vertailu/arviointi, luotettavuuden arviointi ja hyväksyntä

9. Hinta- ja toimitusaikakyselyt, huolitsijan valinta, bookkaus, lähetys tavarán valmistuessa

10. Tarjouspyynnöt, kuljetustilaus, seuranta.

11. Tullaus sekä satama palvelu.

12. Kysely / laskutoimitus / valinta

13. -

14. Tarjouspyyntö, hyväksyntä, tilaus, seuranta

15. Emme tee pitkäaikaisia sopimuksia/sitoumuksia kenenkään kanssa joten toimimme voimassa olevan hintalistán mukaisesti. Käytettävät kuljetusliikkeet riippuu täysin siitä kenellä on tarjota kalustoa kohtuu hintaan kulloinkin. Uudet kuten vanhatkin kontaktit päivittävät kohdelistaa tarpeen mukaan.

10. Kuinka monta henkilöä yleensä osallistuu ostopäätöksen tekemiseen huolintapalveluja hankkiessanne ja missä asemassa kyseiset henkilöt ovat yrityksessänne?

1. 1

2. Yksi/kolme

3. 1-2

4. 2 omistaja yrittäjiä

5. 1-2. Myyntikoordinaattori, vastaava myyjä

6. 3 hlöä, 2 viennissä 1 ostossa

7. Pääsääntöisesti minä, mutta apukäsiä löytyy

8. 1-2 henkilöä logistiikka osastolla, Palvelun ostaja + päällikkö

9. Vuosisopimukset tekee logistiikkapäällikkö, yksittäisen lähetyksen kilpailuttaa Myynnin tuen henkilöt. Yleensä 1-2 henkilöä.

10. 1-4, tilanteesta riippuen. Assistentti ja/tai Tiiminvetäjä yleensä, tarvittaessa apuna controller, joskus toimitusjohtajan hyväksyntä.

11. 1 Toimitusjohtaja

12. Mä ja mun kaveri / 2 x vientiasistentti

13. 1-2 henkilöä myynnistä

14. 1 - 2, vientipäällikkö, myyntipäällikkö

15. Supply Chain Manager yksistään tehdaskohtaisesti.

**11. Millaisena näette tarpeen
huolintapalvelujen hankinnalle
tulevaisuudessa? Miksi näette asian näin?**

1. Uskon volyymin kasvavan. Tuotteemme menee hyvin kaupaksi
2. Satunnaisesti
3. Pysynee samalla tasolla
4. 1-3 huolintaa kuussa
5. Jatkuu ennallaan
6. Huolintapalvelut ostetaan jatkossakin kuljetustilauksen yhteydessä projektiviennin luonteen ja moninaisuuden vuoksi
7. Romun pitää nyt ja aina liikkua, itse emme pysty kaikkea hoitamaan
8. Halutaan käyttää huolintapalvelua. oma resurssi vapautuu toisiin asioihin
9. Tarvitaan luotettavia partnereita, jotka pitävät lupaukset ja joilla hyvät yhteydet varustamoihin. Hinta ei enää ole ainoa tekijä (ei ole ollut enää pitkään).
10. Pysynee ennallaan ellei markkinassa tapahdu järjestyttävää muutosta.
11. Samankaltaisena taikka kasvuna
12. Joka viikko tavaraa lähtee useaan eri suuntaan.
13. Samanlaisena kuin tähänkin asti
14. Tarve pysyy ennallaan, toivon sen kasvavan, mutta maailman tilanne ei tue toivettani
15. Huolinta vain sisääntulevan tavaraliikenteen osalta.

13. Onko jotain muuta, mitä haluatte kertoa huolintapalvelujen ostamisesta?

1. Ystävällinen ja luotettava asiakaspalvelu varustettuna edullisella hinnalla on menestyksen tae

2. Ja nopeaa reagointia kyselyihimme

3. Myyntihenkilön (Sanna Männistö) nopeus ja tarkkuus valtti SN Cargolla

4. Ei

5. Aina ei raha kilpaa ratkaise vaikka en avoimella shekillä mitään osta. Projektien sujuva eteneminen on tärkeintä.

6. Yhteenlaskettu vientialan kokemus 54 vuotta, joten tiedämme mitä haemme ja keneltä.

7. Tärkeää on jonkinlainen alkuvaiheen nopea reagointi esim. kuljetustilaukseen, esim. kuittaus, että asiaa työstetään. Hinnat tällä hetkellä niin korkeat, että vertailua tehdään paljon ja se työllistää kumpaakin osapuolta.
Tärkeää on myös saada ajankohtaista tietoa esim. tällä