



Leveransservice för LCL försändelser inom sjöexport

Hanne Lammassaari

Examensarbete
Företagsekonomi
2020

EXAMENSARBETE	
Arcada	
Utbildningsprogram:	Företagsekonomi
Identifikationsnummer:	
Författare:	Hanne Lammassaari
Arbetets namn:	
Handledare (Arcada):	Robert Henriksson
Uppdragsgivare:	DSV Air & Sea Oy
<p>Sammandrag:</p> <p>Denna studie handlar om leveransservice för LCL försändelser inom sjöexport som utförs för det internationella speditörsbolaget DSV Air & Sea Oy. Syftet med denna studie är att mäta leveransservicen hos företaget gällande LCL försändelser inom sjöexport.</p> <p>Bevaring av bra kundrelationer är oerhört viktigt för företag, och idag verkar det som om kunder kräver allt mer skräddarsydda logistiska lösningar och det är företagets uppgift att se till att dessa krav uppfylls så bra som möjligt. Det är således bra att veta hur bra ens kunder känner till alla tjänster som ett företag har att erbjuda. Teoridelen av denna studie kommer att fokusera mest på leveransservice eftersom det kan fungera som ett verktyg för ett företag till att mäta deras logistiska prestationsförmåga. Sedan diskuteras speditörens olika uppgifter, Incoterms® samt drivkrafterna för utvecklingen av logistiken. Den empiriska delen av denna studie utförs med hjälp av en kvantitativ studie i form av en enkät. Enkäten är en webbenkät riktad till DSV Air & Sea Oy:s kunder som använder sig av LCL tjänster inom sjöexport.</p> <p>Resultaten från webbenkäten kommer att diskuteras för att se hur väl företaget har lyckats leva upp till de olika kraven som kunder har.</p>	
Nyckelord:	Leveransservice, LCL, B2B, kundnöjdhet, logistik, spedition, sjöfrakt, sjöexport
Sidantal:	37
Språk:	Svenska
Datum för godkännande:	

DEGREE THESIS	
Arcada	
Degree Programme:	Business Administration
Identification number:	
Author:	Hanne Lammassaari
Title:	
Supervisor (Arcada):	Robert Henriksson
Commissioned by:	DSV Air & Sea Oy
<p>Abstract:</p> <p>This study is about the delivery service for LCL shipments within sea export, commissioned by DSV Air & Sea Oy. The goal with this study is to measure the delivery service at the company regarding LCL shipments within sea export.</p> <p>Attaining good customer relationships are extremely important for companies, and today it seems as if customers are demanding tailored logistical solutions and it is the company's duty to live up to these demands. This shows how important it is for a company to know how well its customers are aware of all the services that are provided and how their customers value them. The theoretical part of this study has 5 parts, but the main focus is on the delivery service which can be used as a tool to measure a company's logistical performance. Other topics within the theoretic part are the different tasks of a freight forwarder, Incoterms® and the driving forces for developing logistics. The empirical part of this study will be conducted using a quantitative research method as a web survey aimed at customers that are using DSV Air & Sea Oy: s LCL services within sea export.</p> <p>The results from the web survey will be discussed on how well the company has been able to live up to the demands of their customers.</p>	
Keywords:	Delivery service, LCL , B2B, customer satisfaction, logistics, freight forwarding, sea export, sea freight
Number of pages:	37
Language:	Swedish
Date of acceptance:	

INNEHÅLL

1	INLEDNING	6
1.1	Problemformulering	7
1.2	Syfte	7
1.3	Avgränsningar	7
1.4	Begrepp	8
1.5	Presentation av uppdragsgivaren	9
2	LEVERANSSERVICE INOM SJÖTRANSPORT	10
2.1	Sjöfrakt	10
2.2	Elementen inom leveransservicen	11
2.2.1	<i>Anknytning till enkäten</i>	13
2.3	Tre drivkrafterna i utvecklingen av logistiken	14
2.3.1	<i>Kostnader som drivkraft</i>	15
2.3.2	<i>Kapital som drivkraft</i>	15
2.3.3	<i>Intäkter som drivkraft</i>	15
2.3.4	<i>Du Pont - Schemat</i>	16
2.4	Speditörens uppgifter	16
2.4.1	<i>Materialflödet</i>	16
2.4.2	<i>Informationsflödet</i>	17
2.4.3	<i>Kapitalflödet</i>	18
2.5	Incoterms ®	19
3	METOD	20
3.1	Kvalitativ	20
3.2	Kvantitativ	21
3.3	Val av metod	22
3.4	Enkät som datainsamling	22
4	RESULTAT	24
4.1	Studiens reliabilitet och validitet	24
4.2	Webbenkäten	25
4.3	Svarsprocessen	25
4.4	Enkätens resultat	26
5	DISKUSSION	28
6	SLUTSATS & FORTSATT FORSKNING	29
	Källor	31
	Bilagor	33

FIGURER

Figur 1 Beskriver statistiken på de olika transportsätten och dess andel inom utrikeshandeln i Finland 2017 - 2018 (Tulli 2019).....	6
Figur 2 Visar hur stor andel fartygstransporter var vid export år 2018 (Tulli, 2019).....	11
Figur 3 Beskriver de olika uppgifterna som en speditör kan ha (Logistiikan Maailma, 2011).	19
Figur 4 Fördelningen mellan de olika företagsstorlekarna	26
Figur 5 Fördelningen mellan respondenternas olika positioner på företaget.....	26
Figur 6 Fördelningen mellan hur ofta respondenterna använt sig av företagets LCL tjänster inom sjöexport.....	27

TABELLER

Tabell 1 En tabell på definitioner av begrepp som är specifika inom logistikbranschen .	8
---	---

1 INLEDNING

Spedition kan anses vara ett okänt ord och område för människor som inte arbetar inom branschen. Många förknippar ordet med någon form av hantering av varor på flygfält och i hamnar, fast i verkligheten är tjänster inom spedition och logistik grunden till internationell handel. Företagen inom speditorsbranschen försäkrar att försändelser anländer till mottagaren inom utsatt tid, på utsatt plats i enlighet med både nationella och internationella lagar, direktiv och regleringar på ett kostnadseffektivt sätt (Logistiikan Maailma, 2019a).

Enligt en publikation utgiven av den finska tullen från år 2018, transporterades det ungefär 108 miljoner ton av olika varor inom utrikeshandeln, vilket innebär en 5 % tillväxt från det tidigare året både inom import och export. De tre största transportsätten är vägtransport, flygfrakt och sjöfrakt. Vägtransport hade en andel på ca 13 % vilket innebär att det transporterades ungefär 15 miljoner ton varor med vägtransport år 2018, vilket var en lite mindre andel än från året innan. Flyg som ett transportsätt hade en andel på 0,2 % med endast 267 000 ton varor. Gällande fartygs transport inom sjöfrakt var andelen oerhört mycket större och dominant med en andel på 92 %, vilket innebär att det transporterades ungefär 44 miljoner ton varor via sjöss och andelen hade även stigit lite från året innan (Tulli, 2019).

KULJETUSMUOTO	2017		2018		
	1000 t	Osuus %	1000 t	Osuus %	Muutos %
MERIKULJETUKSET	85 814	83,4	90 909	84,0	6
SISÄVESIKULJETUKSET	487	0,5	533	0,5	9
MAAKULJETUKSET	14 546	14,1	14 523	13,4	0
LENTOKULJETUKSET	296	0,3	267	0,2	-10
MUUT	1 775	1,7	1 943	1,8	9
YHTEENSÄ	102 918	100,0	108 176	100,0	5

Figur 1 Beskriver statistiken på de olika transportsätten och dess andel inom utrikeshandeln i Finland 2017 - 2018 (Tulli 2019).

1.1 Problemformulering

Det är oerhört viktigt för företag att känna till kundernas behov oberoende företagets storlek och territoriet som företaget opererar på. Ofta verkar det som om ju större företaget är, desto mindre vetskap har de om kundernas faktiska behov, och en stor del har att göra med kommunikation vid utförandet av de olika logistiska tjänsterna samt kunskap mellan dessa aktörer. I allmänhet har företag som arbetar med stora kundgrupper svårt att se det som händer i det dagliga arbetet, och något som företagen kan anse vara det mest centrala och värdefulla, kan i verkligheten se helt annat ut från kundernas synvinkel.

Jag arbetar för det internationella företaget DSV Air & Sea Oy i Vanda, och jag arbetar inom sjöexport. Som jag nämnde i inledningen, har uppdragsgivaren skickat ut frågeformulär till kunder hos dem förut gällande kundnöjdhet, men de har inte varit så ingående, utan mest bara skrapat litet på ytan.

1.2 Syfte

Syftet med denna studie är att mäta leveransservicen på DSV Air & Sea Oy gällande LCL försändelser inom sjöexport. Något annat som kommer att vara viktigt att kartlägga hur kunder hos DSV Air & Sea Oy känner till alla de tjänsterna som erbjuds.

Jag har kommit fram med två forskningsfrågor som jag tänker koncentrera mig på i denna studie.

- Vilka alla tjänster kan DSV Air & Sea Oy erbjuda kunden?
- Hur bra har uppdragsgivaren lyckats med att uppnå kundernas behov?

1.3 Avgränsningar

Denna studie utförs alltså för företaget DSV Air & Sea Oy. Jag vill förse min uppdragsgivare med nyttig information från ett kundperspektiv om kunderna anser vara mest värdefullt både nu och eventuellt i framtiden. Jag kommer att presentera de olika elementen som förekommer inom leveransservicen, men denna studie kommer inte att beakta miljöfrågor, så en avgränsning är således gällande miljöfrågor. Eftersom denna

studie innehåller känslig information för min uppdragsgivare, DSV Air & Sea Oy, kommer vissa delar från den offentliga versionen inte att publiceras eftersom de är sekretessbelagda.

Eftersom sjöexport är ett väldigt brett begrepp med ofattbart många typer av försändelser har jag bestämt mig att fokusera denna studie endast på LCL-försändelser. Kundförfrågan som jag utför riktar sig till företag som är registrerade i DSV Air & Sea Oy kundregister. Denna studie kommer även tidsmässigt avgränsad till den tidsperioden som kundförfrågan utförs.

1.4 Begrepp

För att ge läsaren en bättre förståelse av denna studie, har jag definierat de väsentligaste branschspecifika begreppen. Dessa begrepp är baserade på Nationalencyklopedin samt uppdragsgivarens interna ordlista på begrepp som finns tillgänglig på det interna systemet på datorn och är utarbetad av företaget.

Export	Försäljning av varor och tjänster till utlandet.
Spedition	Verksamhet som innebär att för annans räkning ombesörja mottagning, transport, lagring, omlastning, tullbehandling m.m. av gods.
LCL	"Less than Container Load", försändelser som ägs av flera mottagare som lastas in i en container med samma destination, varorna fyller inte en hel container varken med dess volym eller vikt
FCL	"Full Container Load", en container vars innehåll är menat till endast en mottagare och varorna fyller containern med deras volym eller vikt
B2B	Business to business, företagsinriktad affärsverksamhet, såsom marknadsföring och försäljning av varor och tjänster till näringslivet
Frakt	Organiserad transport av (större) gods
Container	Transportbehållare för gods, avsedd för upprepad användning och konstruerad så att den utan omlastning av godset kan hanteras och förflyttas som en enhet
TEU	Transportenhet som är lika med volymen på en container med måtten 8 fot×8 fot×20 fot(36,25 m3)
Exportdeklaration	Varor inom EU som sedan exporteras till länder utanför EU. Ett exportförfarande skall göras för dessa varor genom att utföra en exportdeklaration
Konossement	Ett transportdokument som oftast används vid sjöfrakt och var transportören erkänner sig för transport ha tagit emot en vara av viss mängd och beskaffenhet

Tabell 1 En tabell på definitioner av begrepp som är specifika inom logistikbranschen

1.5 Presentation av uppdragsgivaren

För att få en bättre uppfattning om studien i fråga, anser jag att det är viktigt att presentera själva uppdragsgivaren, nämligen DSV Air & Sea Oy. I denna studie utför jag en kundförfrågan för kunder hos DSV Air & Sea Oy, med kundgruppen inom LCL försändelser inom sjöexport i fokus.

DSV är en koncern som specialiserar sig på transporttjänster och logistiktjänster på en global nivå. Förkortningen för företaget står för ”De Sammensluttede Vognmaend” och det grundades år 1976 i Skuldelev, Danmark (DSV, 2019a).

Företaget är indelat i tre divisioner, nämligen DSV Road som behandlar transporter via väg inom Europa med över 20 000 lastbilar. DSV Air & Sea divisionen behandlar flygfrakt och sjöfrakt runt om i hela världen. Varje år hanteras det 1 700 000 ton flygfrakt och 2 900 000 TEU inom sjöfrakt. Den tredje divisionen är DSV Solutions som behandlar effektiva logistiklösningar och lagerföring till kunder med över 400 lager runt om i världen (DSV, 2019b). Som en speditör har DSV inte egen transportutrustning, utan själva transportererna sköts av underleverantörer och globala samarbetspartners. Idag arbetar 60 000 anställda för DSV i över 90 länder runt i världen med över 1 500 kontor, terminaler och lager. Företaget har således vuxit under dessa åren till ett av världens ledande företag som leverantör inom logistiktjänster och transporttjänster. Det har varit många stora företagsköp som har tagit plats. Från och med år 2000 har DSV b.l.a. köpt Frans Maas, UTi Worldwide och DFDS Dan Transport Group. Det nyaste företagsköpet tog plats år 2019, när företaget köpte det globala företaget Panalpina (DSV, 2019a).

2 LEVERANSSERVICE INOM SJÖTRANSPORT

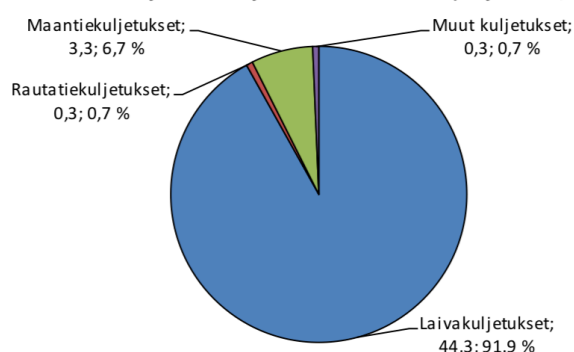
Sjöfrakt är ett transportsätt som används dagligen överallt i världen. Även om det inte är det snabbaste transportsättet länder emellan väljer man ofta sjöfrakt tack vare dess kostnadseffektivitet. Förr i tiden framstod det som om själva transporten och förflyttandet av varorna var det viktigaste, men man kan anse att detta har skiftat sen dess. I dagens värld verkar det dock som om kunder sätter allt större vikt för att skapa bra relationer mellan dem och företaget som tar hand om transporten. Kunder vill ha skräddarsydda logistiska lösningar och det är allt viktigare för företag att förstå hur de ska kunna tillfredsställa kunder hos dem. Detta skapar ett intresse hos företagen att få veta om det faktiska behovet i och med att kunna skapa allt mer personliga förhållanden till sina kunder.

Den teoretiska delen av denna studie kommer att ha en uppställning på 5 rubriker och några underrubriker för somliga delar. I den första delen kommer sjöfrakt som ett transportsätt att presenteras samt med lite statistik. Den andra delen kommer leveransservicen och dess element att presenteras samt hurudan anknytning den har till enkäten i empiriska delen av denna studie. Den tredje delen behandlar de tre drivkrafterna i utvecklingen av logistiken och hur det kan ses som ett verktyg för att kunna förbättra och utveckla ett företags verksamhet. Den fjärde delen behandlar speditörens olika uppgifter gentemot dess kunder och uppdragsgivare, med både traditionella uppgifter och sådana uppgifter som har blivit utarbetade kring åren. I den sista delen kommer Incoterms® från 2010 att presenteras med några uppdateringar som publicerades i år 2020, versionen eftersom det är en grundläggande faktor inom logistik och för ett av teman för detta arbete, nämligen sjöfrakt.

2.1 Sjöfrakt

Sedan övergången av trä till metall som byggmaterial på skepp och båtar samt utvecklingen inom industrin har sjöfrakt blivit ett oerhört viktigt transportmedel inom handel på internationell nivå. Fartygen som används inom sjöfrakt är kapabla att bära enorma volymer av gods över långa sträckor vilket innebär en stor fördel (Storhagen, 2014 s. 140).

Kuvio 1. Vientikuljetukset kuljetusmuodon mukaan (milj. tonnia; osuus %)



Figur 2 Visar hur stor andel fartygstransporter var vid export år 2018 (Tulli, 2019).

Sjöfrakt som ett transportsätt är något som är väldigt väsentligt och som även är dominant på marknaden. Detta går att avläsa från siffrorna, nämligen i Finland består så mycket som 90 % av exporten och 80 % av importen av transporter som sker via sjöfrakt (Logistiikan Maailma, 2019c). Att transportera via sjöss är det långsammaste sättet att transportera varor, men detta är ett transportsätt som erbjuder möjlighet att skicka försändelser med enormt stora volymer runt om i hela världen med konkurrenskraftiga priser. Således öppnar sjöfrakt möjligheter för kunder att skicka försändelser som inte är möjliga t.ex. via flygfrakt på grund av storleken eller olika regleringar (DSV, 2019c).

2.2 Elementen inom leveransservicen

Leveransservice kan fungera som ett verktyg för ett företag att mäta deras logistiska prestationsförmåga. De olika delarna som bildar leveransservicen innehåller vissa element, nämligen, lagertillgänglighet, leveranstid, leveranssäkerhet samt leveranspålitlighet. Dessa fyra element anses vara de mest traditionella begreppen. Lagertillgängligheten, även kallad servicegrad, innebär den chansen som finns att varorna finns tillgängliga i lager. Leveranstiden, innebär den tiden som börjar löpa från och med att man gör en beställning tills varorna levereras till kunden. Detta element kan anses vara det mest klassiska inom leveransservicen. Man kan även kalla detta för ledtid, men det finns vissa nyansskillnader som man måste ta i beaktande. Gällande leveranstiden fokuserar man sig mest på den tid som löper från och med att kunden beställer varorna tills att de levereras till hen, kan ledtid ha en allt mer teoretisk anknytning. Detta innebär således att ledtiden

kan användas när man beskriver alla olika kontexter gällande ett behov och tillfredställande av behovet. Leveranssäkerheten kan anses vara ett ord som är självförklarande, nämligen, det handlar om att man levererar rätta varor i den rätta kvantiteten enligt beställning. Detta element har blivit finslipat inom logistikindustrin vilket betyder att chansen för bristande leveranser har minskat. Den sista av dessa fyra begreppen är leveranspålitlighet. Detta kallas även för leveransprecision, vilket innebär den pålitligheten gällande ledtiden för varorna. Denna pålitlighet har utarbetats under de senaste åren och har därigenom fått en avsevärt större betydelse, bland annat med hjälp av olika metoder som t.ex. ”Just-in-Time” metoden. Tyngdpunkten ligger inte längre på att få varorna så snabbt som möjligt fram, utan precis på den utsatta tiden (Storhagen, 2014 s. 170–171).

Det första elementet, lagertillgängligheten är ett element som inte har en klar anknytning till enkäten för denna studie, men jag anser att den går att omformuleras på ett sådant sätt att den passar in. Eftersom det är frågan om försäljning av olika tjänster, skulle man istället för att tänka på att hur sannolikt det är att varorna finns tillgängligt på lager, kunna tänka sig modifiera den om till hur sannolikt det är att tjänster finns tillgängliga. Detta beror på att tjänster inte är något som man kan fysiskt lagra, det är sådant som uppstår vid stunden som anpassas till de olika behoven som kunder har.

Bland dessa fyra elementen kan man tillägga några till, nämligen, information, kundanpassning, flexibilitet samt övriga serviceelement. Trots att dessa inte anses tillhöra de mest centrala elementen, kan man anse att de ändå är värdefulla. Med information anser man utbyte av information som uppstår från båda hållen. Man vill lägga tonvikten på hur viktigt det faktiskt är att veta vad det är som kunden är ute efter, samt berätta till kunden vad de verkligen kan erhålla. Det är ytterst viktigt att förse kunden med information om olika problem som kan uppkomma, bland annat ifall leveransen inte kan uppfyllas över huvudtaget eller inom den utsatta tiden. Inom detta element kan man anse att en värdefull egenskap som man kan förse kunden med är ett slags uppföljningssystem, var kunden har möjlighet att få veta var varorna befinner sig. Kundanpassning är ett element som har fått en allt större betydelse inom logistiken och leveransservicen under de senaste åren. Man måste således ta kundens önskemål i beaktande, vilket kan innebära att varorna ska vara förpackade på ett visst sätt, eller levererade i mindre andelar med en högre frekvens. Det är praktiskt taget omöjligt att undvika problem eller störningar inom leveranser, och då

betonas det att flexibilitet är en väldigt bra egenskap som en leverantör innehar gällande leveransservice. En bra problemlösningsförmåga samt bra hantering av svåra situationer kan ge leverantören en fördel bland konkurrerande företag. Man kan dela de olika serviceelementen i tre olika kategorier, nämligen, före leverans, under leverans samt efter leverans. Före leverans omfattar bland annat leveransbeskedet, förmågan att kunna anpassa sig och tillgängligheten. Under leverans innehåller de fyra första elementen som behandlades i detta kapitel, nämligen, lagertillgänglighet, leveranstid, leveranssäkerhet samt leveranspålitlighet. Efter leverans innehåller naturligt olika ärenden som kan uppkomma som bland annat garantier av något slags, reklamationer samt tillgängligheten till olika reservdelar (Storhagen, 2014 s. 171–172).

2.2.1 Anknytning till enkäten

För denna studie har jag bestämt mig att fokusera största delen av teoridelen på leveransservicen och dess anknytning till enkäten som jag kommer att presentera i min empiriska del.

Den första delen av enkäten innehåller sju stycken frågor och behandlar frågor gällande kundnöjdhet. Frågorna som behandlar stöd och hjälp innan man beställer transport, svarstiden samt reaktionsförmågan gällande offerter och transportbeställningar har en rak anknytning till informationsutbyte inom leveransservicen. Det är oerhört viktigt att man bildar fungerande kommunikation gentemot kunderna som använder sig av alla tjänsterna som företaget har att erbjuda. Frågan gällande förmågan att lösa problem kan anses ha en anknytning till två element inom leveransservicen, nämligen kundanpassning eller flexibilitet. Ifall man ser det från kundanpassningssynvinkeln kan man motivera det som om att företaget är färdig att anpassa sig för alla de behoven och eventuella problemen som kan uppstå. Flexibiliteten kan dock anses vara lite mera passande, eftersom dess betydelse kan tänkas vara i precis anknytning till ordet problemlösning. Företaget anses vara flexibelt då de har möjligheten att lösa problem och hinder som uppkommer. Frågan gällande företagets offerträknare som kunder får använda sig av kan anses falla under kategorin övriga serviceelement. Detta är något som företaget skickar ut till sina kunder för att de ska kunna räkna ut olika kostnader för leveranser. Den sista frågan från den första delen behandlar de olika alternativen som företaget erbjuder i deras ruttplanering. Denna fråga

har en anknytning till elementet kundanpassning, eftersom detta är en sak som företaget erbjuder till deras kunder för att kunna uppfylla deras kunders behov.

Den andra delen av enkäten behandlar frågor som gäller kundens leveransbehov inom LCL-försändelser. Den första frågan handlar om ifall tjänsterna som företaget erbjuder motsvarar kundens LCL-exportbehov. Detta är en mer allmän fråga som inte har en direkt anknytning till en specifik del av leveranskedjan, men som ändå är viktig. Den andra frågan behandlar hur kunder anser att företaget klarar sig på branschen gentemot konkurrerande företag. Denna fråga kan man anse ha en anknytning till många olika delar inom leveransserviceelementen, vilket är helt självklart eftersom företag som t.ex. inte är flexibla eller varken har bra leveranspålitlighet klarar sig knappast på marknaden gentemot deras konkurrenter. Nästa fråga behandlar säkerhet inom leveransen samt pålitlighet angående leveranstiden vid LCL-exportförsändelser har en anknytning till bland annat leveranspålitlighet och leveranssäkerhet. De sista frågorna för denna delen handlar om hur väl kunden känner till Incoterms® samt kraven som finns för försändelser som ska skickas via sjöfrakt. Dessa är frågor som hjälper företaget kartlägga kundernas faktiska kunskap gällande oerhört viktiga faktorer inom sjöfrakt. Ifall företaget märker att det finns brister i kundernas faktiska kunskap om dessa två frågor, har de en ypperlig chans att försöka satsa mera på kundanpassningen.

De ovan presenterade frågorna har som målsättning att ge företaget värdefull information om huruvida de behöver förbättra något element i sina LCL försändelser, eller alternativt ge bekräftelse på att deras nuvarande system fungerar.

2.3 Tre drivkrafterna i utvecklingen av logistiken

Logistik kan beskrivas på många olika sätt. I stort sett handlar det om ekonomi, och att man ska styra materialflödet, varuflödet, tjänsteflödet och deras olika informationsflöden i hela distributionskedjan med hänsyn till kunden på det bästa möjliga företagsekonomiska och miljömässiga sättet. Eftersom man vill kunna utnyttja de olika resurserna som finns kan man anse att det finns tre stycken begrepp som fungerar som en drivkraft i utvecklingen av logistiken. Dessa tre begrepp är kostnader, kapital och intäkter (Storhagen, 2014, s. 35–36.).

2.3.1 Kostnader som drivkraft

Kostnader som drivkraft är något som man har lyft fram i utvecklingen av logistik. Företag vill fungera på ett så pass kostnadseffektivt sätt som möjligt. Logistikkostnader för en produkt kan uppgå till av 50 % av kostnaderna för en produkt, vilket innebär att logistiken spelar en stor roll vid ett företags kostnader. Sedan 1950 - talet har ett begrepp utvecklats och blivit allt mer viktigare, nämligen begreppet totalkostnad. Detta innebär att det i vissa fall är lönsamt att man ökar på vissa kostnader inom ett flöde, ifall det har en positiv inverkan och sänker på de totala kostnaderna. För att få fram den totalt lägsta kostnaden gör man en totalkostnadsanalys var man ifrågasätter varje kostnad som uppkommer. Det kan vara fråga om val av transportsätt, t.ex. flygtransport som är dyrt men väldigt snabbt jämfört med den billigare men långsamma sjötransporten (Storhagen, 2014, s. 36.).

2.3.2 Kapital som drivkraft

Genom utvecklingen av totalkostnadsanalys har även intresset för kapitalsidan ökat, företag vill sänka på sitt sysselsatta kapital. Något som alltid kommer att binda kapital är olika råvaror och material som företaget har skaffat. Dessutom har bearbetningen av råvarorna samt transporten av varorna en rak anknytning till kostnader för olika produkter. Detta innebär att företaget har sitt kapital bundet i dessa materialflöden ända tills de får sin produkt sålt och betalt av kunden. Lönsamhet mäts efter hur företagets avkastningsgrad är och kapital som är bundet till de olika materialen genererar inte någon avkastning alls. Detta tyder på hur viktigt det är att alla flöden är så effektiva som möjligt, och att ingenting ska ligga stilla allt för länge (Storhagen, 2014, s. 37.).

2.3.3 Intäkter som drivkraft

Som redan tidigare nämnts gällande leveransservicen har det alltid varit viktigt att det finns rätt vara tillgänglig på rätt tid och plats samt i rätt kvantitet. Finns det brister i dessa så är det inte säkert att företaget får betalt vilket i sin tur leder till en negativ inverkan på intäkter för ett företag. Leveransservicen måste fungera för att intäktssidan ska vara så bra som möjligt (Storhagen, 2014, s. 37–38.).

2.3.4 Du Pont - Schemat

Eftersom denna studie har som målsättning att förse uppdragsgivaren med nyttig information för att kunna utveckla deras verksamhet till det bättre, anser jag att det är väsentligt att förklara Du Pont-schema. Företag vill effektivt kunna använda deras resurser och generera vinst, och med hjälp av detta schemat kan man anse att det ger företag ett verktyg att räkna ut lönsamheten.

Man kan anse att detta schemat har en klar anknytning till de tre drivkrafterna i utvecklingen av logistik. Du Pont-schema kan ge en klar bild för ett företag om förhållandet som råder mellan dess kapital, intäkter samt kostnader och dess relation till logistiken (Storhagen, 2014 s. 39). Schema kan förklara olika slags nyckeltal gällande företagets lönsamhet som ett verktyg eller funktion av å ena sidan strukturen på kostnaderna hos företaget och å andra sidan kapitalbindningen hos företaget. Den avkastning som företaget får av det kapitalet som blivit investerat kan anses fungera som en funktion utifrån vinstmarginalen som är mätt i procent av hela omsättningen. Samma gäller även för kapitalbindningen som man får genom att man mäter omsättningshastigheten på kapitalet. Man kan även utföra djupare analyser för vinstmarginalen och kapitalbindningen (Nationalencyklopedin, 2019).

2.4 Speditörens uppgifter

Den traditionella verksamheten för speditorsbolag och de uppgifter som har uppstått för speditörer är något som knappast någonsin kommer att försvinna. Nuförtiden erbjuder speditorsbolag sina kunder ett bredare urval på tjänster och med tanke på tjänster för framtiden kommer troligen kvaliteten på tjänsterna att stå i viktig grad för företaget. Man kan anse att en speditörs uppgifter kan delas in i 3 kategorier, materialflödet, informationsflödet samt kapitalflödet (Logistiikan Maailma, 2011). Nedan kommer jag att presentera de 3 olika delarna samt de olika kategorierna som faller under varsin del.

2.4.1 Materialflödet

Internationella transporter är något som speditörer utför med hjälp av olika transportsätt som finns tillgängliga. De vanligaste transportsätten är sjöfrakt, flygfrakt,

järnvägstransport samt vägtransport. Det är möjligt att kombinera de olika transportsätten, bland annat vägtransport och flygtransport. Speditörer erbjuder även deras kunder olika tjänster som snabb- samt kurirtjänster. Transporterna kan utföras antingen som en enstaka försändelse eller alternativt konsoliderat vilket innebär att man kan samla in flera av speditörens kunder och deras varor inom samma försändelse. Konsolidering av varor brukar bli ett kostnadseffektivare sätt för kunden istället för att skicka enstaka försändelser. För att kunna erbjuda en så pass bred varians på transportnätverk samt flexibilitet brukar speditörer ofta anlita underleverantörer. Tjänster inom lagerföring är något som en speditör har att erbjuda deras kunder. Vissa kunder vill att deras varor bevaras på ett lager, där kunden själv har chansen att organisera distributionen och hämtningen av deras varor, och vissa kunder vill att deras varor förvaras i ett lager hos speditören eller hos en underleverantör anlitad från speditörens sida. Företag kan erbjuda kunderna bland annat förpackning, sortering och kvalitetskontroll av kundernas varor vilket innebär att man kan undvika onödiga förflyttningar på varorna samt speditören har bättre tillsyn över kvaliteten på varorna. Returlogistik är ett relativt nytt koncept inom logistiken och således även en ny uppgift för speditören. Detta innebär att varor returneras tillbaka till uppdragsgivaren t.ex. för återvinning eller garanti och även förpackningsmaterial kan användas på nytt. En tjänst som en speditör kan erbjuda sina kunder är terminalverksamhet, vilket innebär att man får med tillstånd av tullen lagra, hantera och överlämna varor antingen tullade eller otullade tills ett annat ställe som är godkänt av tullen (Logistiikan Maailma, 2011 s.123–132).

2.4.2 Informationsflödet

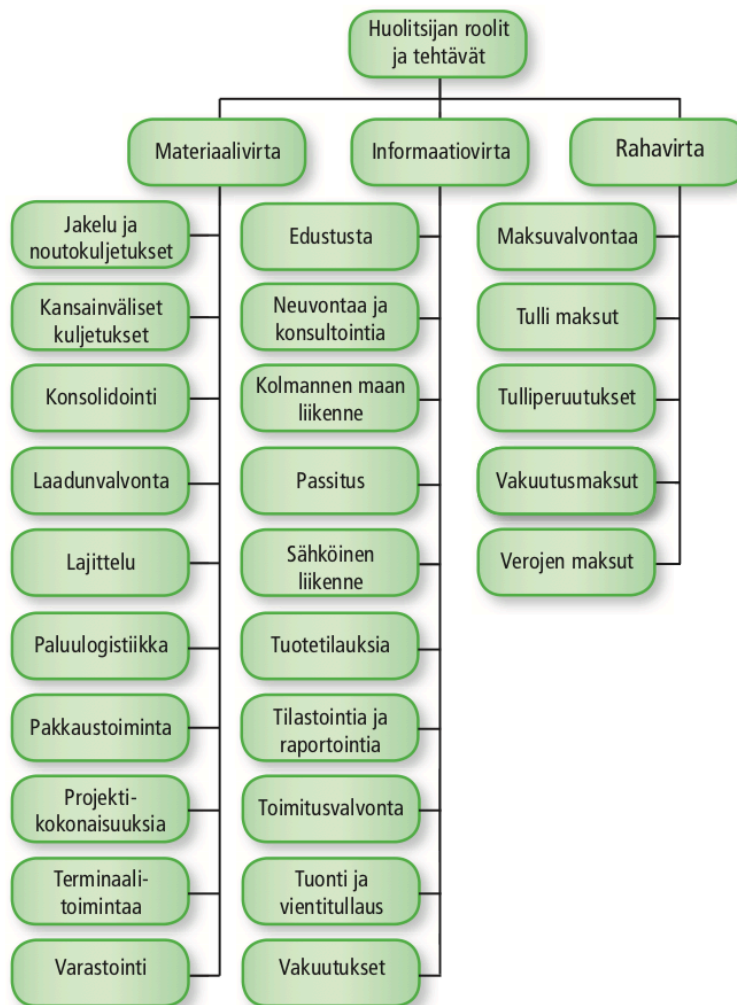
En speditör erbjuder ofta sina kunder rådgivning angående de olika villkoren i köpeavtalet, ruttplaneringen, tidtabellen samt vid förtullningen i destinationslandet. Vissa kunder kan vara intresserade av att skaffa en godsförsäkring för transporten, och i sådana fall brukar speditören arbeta tillsammans med ett försäkringsbolag för att kunna erbjuda dess kunder den lämpligaste lösningen. Tillsyn över leveransen kan utföras genom att man kommer överens om med kunden att speditören inte överlämnar varorna innan man fått bevis på att kundens avtalspart har uppfyllt sina skyldigheter som faller på hen enligt köpeavtalet. Något som har blivit en väldigt viktig del för speditören är statistik och rapportering gällande varorna. Detta gäller även det elektroniska informationsutbytet mellan

t.ex. tullen eller transportföretaget. Det är naturligt att speditören får veta information om varorna när hen tar hand om hanteringen samt leveransen av varorna, så detta innebär att alla viktiga dokument är hos speditören. Det varuflödet som en speditör hanterar behöver inte nödvändigtvis vara i samma land som speditören själv. Det kan hända att hen samarbetar för en inhemsk eller utländsk uppdragsgivares räkning, var hen ger instruktioner för ens samarbetspartner och kanske till och med betalar för uppdragsgivarens räkning (Logistiikan Maailma, 2011 s.123–132).

2.4.3 Kapitalflödet

För att kunna förtrygga tillsynen över betalningen ibland annat remsköp ska speditören se till att de alla dokument som behövs utförs för att kunden skall få betalt. Detta ger kunden en försäkring över att hen faktiskt får betalt för varorna. Speditören kan även komma överens om att hen ser till att varorna kommer till köparens besittning efter att betalning har skett. Det pappersarbete som krävs för att en försändelse ska kunna skickas iväg är även en av de olika uppgifterna som en speditör har. Förtullningen har förändrats relativt mycket under de senaste årtiondena, speciellt när Finland blev en del av den Europeiska Unionen. Importdeklarering och exportdeklarering tillhör även de mångfaldiga uppgifterna som tillhör en speditör. Exportdeklareringen sker elektroniskt. Det som kan anses vara mest betydande när man utför en exportdeklarering är var gränsövergångsstället är inom EU. Detta förutsätter olika elektroniska meddelanden till tullen och företaget som tar hand om frakten i och med att tullen kan få en faktisk säkerställande om att varorna har lämnat unionsområdet. Det beslut som man får av tullen är av stor betydelse, eftersom det fungerar som ett bevis på att exporten faktiskt har skett vilket kan innebära rätt till skatteavdrag för hen som exporterar varorna (Logistiikan Maailma, 2011 s.123–132). Transitering är en form av förflyttning av varor som sker under tullens kontroll utan att utföra förtullning vilket innebär att man slipper betala tullar och andra eventuella avgifter. Vid transitering ställs en garanti till tullen och när varorna kommer fram till destinationslandet kan transiteringen avslutas och garantin kan återbetalas (Tulli, 2020). Ifall det har uppstått fel eller problem gällande dessa kan speditören få vissa rättigheter att på besked av hens uppdragsgivare anhålla om olika skatter och tullar som blivit bristfälligt betalda. Ifall det har skett ett fel i förtullningen har speditören även befogenhet att göra

en omprövning av förtullningsbeslutet och rätta till misstaget Logistiikan Maailma, 2011 s.123–132).



Figur 3 Beskriver de olika uppgifterna som en speditör kan ha (Logistiikan Maailma, 2011).

2.5 Incoterms ®

Eftersom Incoterms® är något som är oerhört viktigt inom spedition, så anser jag att det är viktigt att berätta kort om deras historia samt deras roll inom logistikbranschen.

Incoterms® är internationella leveransklausuler som utges av International Chamber of Commerce, ICC, och år 2010 publicerades det 11 stycken leveransvillkor. Dessa leveransvillkor är Ex Works, Free Carrier, Carriage Paid to, Carriage and Insurance Paid to, Delivered at Terminal, Delivered at Place, Delivered Duty Paid, Free Alongside Ship, Free On Board, Cost and Freight samt Cost, Insurance and Freight. Villkoren har även

förkortningar på tre bokstäver (International Chamber of Commerce, 2019). Vid val av leveransklausul klargörs de olika skyldigheterna som uppstår mellan köparen och säljaren. När ett köpeavtal uppstår mellan dessa avtalsparter finns det många olika faktorer som man måste behandla, som t.ex. riskövergången, vem har ansvar för olika kostnader som kan uppkomma samt olika dokument som krävs för att en försändelse ska bli färdig för leverans. Av dessa 11 stycken leveransvillkor är de 7 första villkoren anpassade till alla slags leveranser oavsett transportsätt, och de fyra sista kan användas enbart inom sjöfrakt (Logistiikan Maailma, 2019b). Dessa leveransvillkor har dock reviderats och de nya Incoterms® 2020 trädde i kraft den första dagen i januari år 2020. Genom att dessa leveransvillkor reviderades uppstod det vissa förändringar. De största förändringarna var olika försäkringskrav i Carriage and Insurance Paid to och Cost Insurance and Freight, möjligheten till ombordkonossement i Free Carrier, samt Delivered at Terminal fick ett nytt namn, Delivered at Place Unloaded. 2020 versionen tar även hänsyn till utvecklingen av handeln och olika krav för säkerhet gällande skyldigheter inom transport och kostnader (International Chamber of Commerce, 2020).

3 METOD

Det är ytterst viktigt att man väljer rätt forskningssätt när man utför företagsekonomisk forskning. Det finns två forskningssätt man kan välja emellan, nämligen ett kvantitativt forskningssätt och ett kvalitativt forskningssätt (Bryman & Bell 2005 s.40). Det som oftast brukar vara det avgörande gällande val av forskningsmetod är syftet med forskningen (Björklund & Paulsson 2003 s. 63).

I detta kapitel ska jag redogöra dessa två metoder, samt presentera metoden jag använde mig av för att uppnå de resultaten som jag önskade få fram.

3.1 Kvalitativ

Ifall man vill få en allt mer djupare förståelse genom en undersökning, kan en kvalitativ undersökning tänkas vara det naturliga valet. När man väljer att utföra en kvalitativ undersökning finns det vissa steg som anses vara viktiga. Det är viktigt att formulera korrekta forskningsfrågor och det är viktigt att välja relevanta personer som man vill att ska delta

i undersökningen. Man ska samla in relevant data som man sedan ska kunna tolka för att till sist kunna skriva en rapport gällande undersökningen och resultaten som man fick (Bryman & Bell 2005 s.300–302). Kvalitativa studier används när man vill få en djupare uppfattning inom ett särskilt ämne, en situation eller händelse (Björklund & Paulsson 2003 s. 63). I en kvalitativ undersökning lägger man således mera fokus på själva orden än på siffrorna och utgångspunkten är att man ska samla in information från deltagarnas perspektiv. Man fokuserar att faktiskt lyssna på deltagarna samt att bilda en nära relation till dem genom att studera dem i en miljö som är naturlig för deltagarna (Bryman & Bell 2005 s.322–323).

3.2 Kvantitativ

När man utför kvantitativa studier behandlar det information som går att mäta eller att värdera på ett numeriskt sätt. Detta innebär att olika enkäter och matematiska modeller kan tänkas vara passande för kvantitativa studier (Björklund & Paulsson 2003 s. 63). Vid utförandet av en kvantitativ studie är det utföraren av studien som styr, eftersom hans frågor är det som formar själva undersökningen. Forskaren och deltagarna träffas inte nödvändigtvis vilket gör en kvantitativ studie väldigt objektiv, och undersökningen utförs i en tilljord och styrd miljö (Bryman & Bell 2005 s.322–323).

Kvantitativa studier som baserar sig på någon slags enkät skickas oftast ut i elektronisk form eller per post. I motsats till kvalitativa studier där det finns en person som ställer frågorna och pratar med respondenten, hamnar respondenten själv tolka och kunna svara på färdigt skrivna frågor. Detta innebär att själva enkäten och frågorna måste vara tolkbara samt lätta att besvara, och det kan dessutom hända att forskaren som utför enkäten har en viss utbildning och kunskap som respondenten saknar. Det finns vissa självklara fördelar i och med att utföra en slags enkät, de är kostnadseffektiva dvs. billigare än att intervjua stora mängder människor. Enkäterna som skickas ut är snabbare att sköta, och man kan skicka ut dem till ett stort antal på en gång. Dock är det viktigt att minnas att ifall det finns fördelar, är det naturligt att det uppkommer vissa nackdelar. Vid kvantitativa studier har respondenten inte samma möjlighet att be om råd av forskaren när man besvarar frågorna på enkäten om det uppstår problem. Det kan vara svårt att försöka samla in någon slags tilläggsinformation gällande frågorna som finns på enkäten och bortfall

kan även ske. Detta innebär att respondenten helt enkelt har låtit bli att svara på vissa frågor. Gällande svarsprocenten för en enkät räknas allting under femtio procent vara oacceptabelt, mellan femtio och sextio knappt godkänt, mellan sextio och sjuttio procent vara acceptabelt, mellan sjuttio och åttiofem procent vara bra och allting över åttiofem procent vara utmärkt (Bryman, Bell, 2005 s. 161–164.).

3.3 Val av metod

För att kunna samla in så mycket information som möjligt för denna studie har jag bestämt mig att utföra en kvantitativ studie. Detta kommer att utföras i form av en enkät som skickas ut till kunder som använder sig av LCL-försändelser och är registrerade i DSV Air & Sea OY:s kundregister. En kvantitativ studie gör det möjligt att kunna skicka ut enkäten till en stor grupp människor för att snabbt kunna samla in data som sedan ska analyseras.

Själva enkätens syfte är att samla in data som företaget kan dra nytta av för att kunna utveckla sig för kunders behov nu och i framtiden. Språket i enkäten kommer att genomföras på finska, eftersom den riktar sig till finska kunder som använder DSV Air & Sea Oy när de vill ordna försändelser via sjöfrakt. Det är viktigt att formulera frågorna på ett lättförståeligt sätt. Orsaken till detta är att en som arbetar inom logistikbranschen har en annan förståelse på terminologin, vilket någon som inte arbetar inom logistikbranschen saknar. Ifall man skickar ut för svåra och invecklade frågor, får man troligen inte den informationen som man strävar efter och man är tvungen att fundera om alla frågor.

3.4 Enkät som datainsamling

Nedan kommer jag att presentera hur jag har gått till väga för att bygga upp enkäten för denna studie. Denna enkät kommer att skickas ut till kunder som har registrerat sig i min uppdragsgivares kundregister. Svarstiden för denna enkät kommer att vara en vecka, dock kan det hända att jag hamnar skicka ut en påminnelse för att på så pass många svar samlat in som möjligt. Enkäten är uppdelad i fyra delar och har både slutna och öppna frågor, samt innehåller det en fråga i slutet som ger kunden chansen att lämna sina kontaktuppgifter ifall hen behöver hjälp eller vill veta mer om något.

Jag har valt att använda mig en Likertskala från 1–4. Likertskala är en slags attitydskala som har blivit sammanställd av Rensis Likert. Denna skala omfattar olika påståenden som reflekterar en attityd gentemot någon eller något (Nationalencyklopedin, 2020). Min uppdragsgivare har förr använt sig av andra skalor när de har utfört olika undersökningar, men har upptäckt att en Likertskala har gett de bästa svaren.

Den första delen i enkäten innehåller tre frågor som har som avsikt att få en klarare bild över hurdan respondenten är. Den första frågan behandlar företagets storlek med 4 olika alternativ, mikroföretag, små företag, mellanstora företag samt stora företag.

Mikroföretag är företag som har sammanlagt 10 anställda eller färre. Små företag har under 50 anställda, mellanstora företag har mellan 50 och 250 anställda. Stora företag är företag som har minst 250 anställda (Yrittäjät, 2019).

Den andra frågan behandlar respondentens position i företaget med två alternativ, operativ eller administrativ. Den tredje frågan handlar om hur ofta kunden har använt sig av DSV Air & Sea Oy:s LCL-sjöexport tjänster med fyra olika svarsalternativ.

De slutna frågorna som finns i enkäten baseras som sagt på en Likert-skala från 1–4, var nummer 1 betyder att man är väldigt missnöjd, eller håller inte alls med och nummer 4 betyder att man är väldigt nöjd och håller fullständigt med.

Den första delen innehåller slutna frågor gällande hur nöjda kunderna är med svarstiden, offerterna, rutterbudanden samt ifall kunderna upplever att de får tillräckligt med hjälp innan besked. Den andra delen behandlar frågor gällande hur företaget tillfredsställer de olika behoven hos kunderna samt en öppen fråga där kunden kan fritt svara hur de upplever att deras behov kommer att se ut i framtiden. De sista delarna i enkäten fokuserar mest på de olika tjänsterna som företaget erbjuder, hur bra kunderna känner till dessa samt vilka de anser vara mest värdefulla.

Enkäten innehåller även en ”NPS - Net Promoter Score” fråga. Denna fråga ger kunden möjlighet att berätta med hurdan sannolikhet hen kommer att rekommendera DSV Air & Sea Oy för sin bästa vän eller bästa kollega med en skala från 1 - 10, var nummer 1 betyder att det är inte alls sannolikt och nummer 10 betyder högst sannolikt.

NPS är ett sätt att mäta kundnöjdhet. Den fungerar på det viset att man grupperar respondenterna i 3 grupper. De som besvarat antingen 9 eller 10 betraktas som ambassadörer

och kan anses vara lojala gentemot ett företag eller en produkt. Respondenterna som besvarat 7 eller 8 betraktas som passiva. Dessa är personer som kan anses lätt bli påverkade av konkurrerande anbud. Den tredje gruppen är respondenter som besvarat mellan 0 och 6. Dessa betraktas som kritiker, vilket innebär att de anses vara missnöjda i något som företaget erbjuder. När man har delat in alla respondenter och deras svar i somliga grupper är det dags för att använda sig av en formel för att kunna räkna ut kundnöjdheten i siffror. Man använder sig av den andelen respondenter som betraktas som ambassadörer, och man subtraherar de respondenterna som anses vara kritiker. I och med detta kommer företaget att få en siffra mellan 100 och -100, och ju närmare man är 100 desto bättre status har företaget mellan dess kunder (Netigate, 2019).

Den sista frågan i enkäten är en fråga som helt enkelt ger kunden möjlighet att lämna deras kontaktuppgifter ifall de vill att uppdragsgivaren ska kontakta dem gällande något visst ärende.

4 RESULTAT

I detta kapitel kommer jag att presentera bakgrundsinformation om svarsprocessen och enkäten, studiens reliabilitet och validitet och till sist en analys av resultatet utifrån enkäten. Resultatet reflekterar även mot syftet för denna studie, nämligen att mäta leveransservicen på DSV Air & Sea Oy gällande LCL försändelser inom sjöexport. Enkätens resultat kommer inte att visas i sin helhet eftersom den innehåller känslig information för min uppdragsgivare och är således sekretessbelagd.

4.1 Studiens reliabilitet och validitet

Eftersom jag har använt mig av en kvantitativ metod i denna studie, anser jag att det är viktigt att presentera dessa två centrala begrepp. Reliabilitet handlar i stort sett om huruvida resultaten från en undersökning skulle vara likadana ifall man skulle genomföra den en gång till eller ifall resultatet påverkas av slumpmässiga villkor. En synonym till reliabilitet kan anses vara tillförlitlighet. Det andra begreppet som är centralt när man utför en kvantitativ studie är validitet. Detta handlar om huruvida resultaten som skapats genom en undersökning har ett samband eller inte. Båda begreppen handlar om hur trovärdiga och noga de olika mätningarna är (Bryman, Bell, 2013, s. 62–64.).

4.2 Webbenkäten

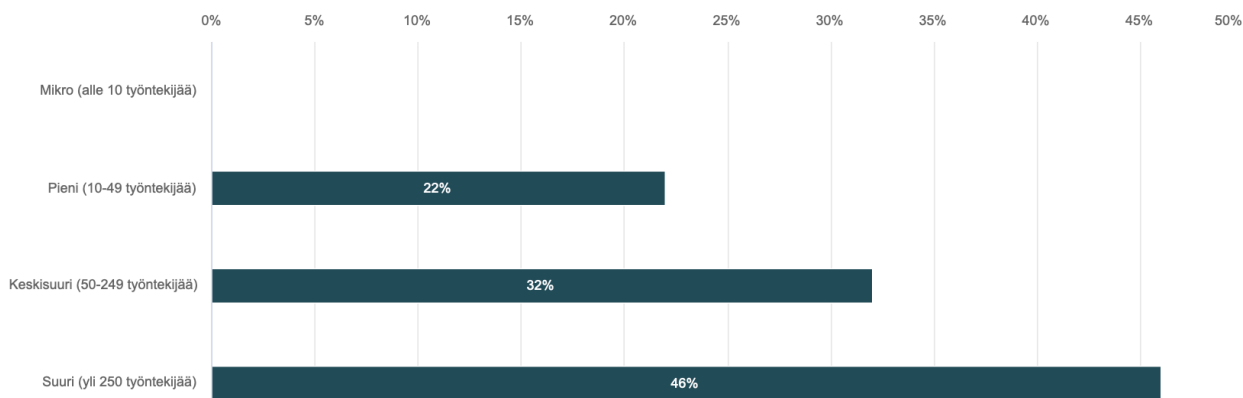
Enkäten skickades till 199 respondenter vilket representerar 137 olika företag som är registrerade i DSV Air & Sea OY:s kundregister. Eftersom det var en webbenkät kunde respondenterna hitta den i form av en länk som fanns med i ett följebrev som skickades via e-post. E-posten (se bilaga 1) skickades på finska eftersom som jag nämnde redan tidigare är detta riktat till finska kunder. Följebrevet är utformat enligt ett botten från uppdragsgivarens interna sidor, så att den följer företagets riktlinjer.

4.3 Svarsprocessen

Länken till enkäten skickades ut för första gången till respondenterna 5.2. Efter att länken skickades ut den första gången fick jag 20 svar. Den första påminnelsen skickades ut 13.2., och då fick jag 5 svar till och hade således allt som allt 25 svar. Jag trodde att en påminnelse skulle räcka, men det visade sig att insamlingen av svar tog mycket mera tid än vad jag förväntade mig. Eftersom jag inte fick svar i den mängden som jag strävade efter gjorde jag med hjälp av min kollega en banner som hade webblänken integrerat i sig, som jag och mina kollegor använde i våra e-post signaturer. Med hjälp av detta fick jag ett fåtal svar till. Den sista påminnelsen skickades ut 25.3. och länken stängdes 9.4. Slutligen fick enkäten 41 svar vilket var ett lägre antal än vad jag ursprungligen hade förväntat mig, men det är ändå tillräckligt för att kunna analysera. Svarstiden blev nästan två månader, vilket var längre än vad jag hade förväntat mig, dock måste jag ta i beaktande att pga. pågående situation med COVID-19 viruset kan ha orsakat att det kom så pass dåligt med svar eftersom så många bolag skickar mycket information gällande viruset, att min enkät antagligen blev bland dem alla.

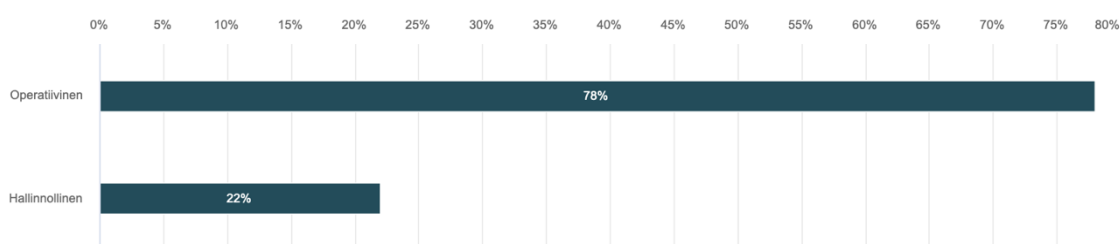
Respondenterna som svarade på enkäten fördelades relativt jämnt mellan de olika företagsstorlekarna, som man ser i figur 4. Majoriteten var respondenter från stora företag, och minoriteten från små företag. Ingen från ett mikroföretag svarade på enkäten. Av de 41 svaren som samlades in fördelades respondenterna på ett följande sätt. 19 respondenter representerade stora företag med en andel på 46,34 %, 13 respondenter representerade

mellanstora företag med en andel på 31,71 % och 9 respondenter representerade små företag med en andel på 21,95 %.



Figur 4 Fördelningen mellan de olika företagsstorlekarna

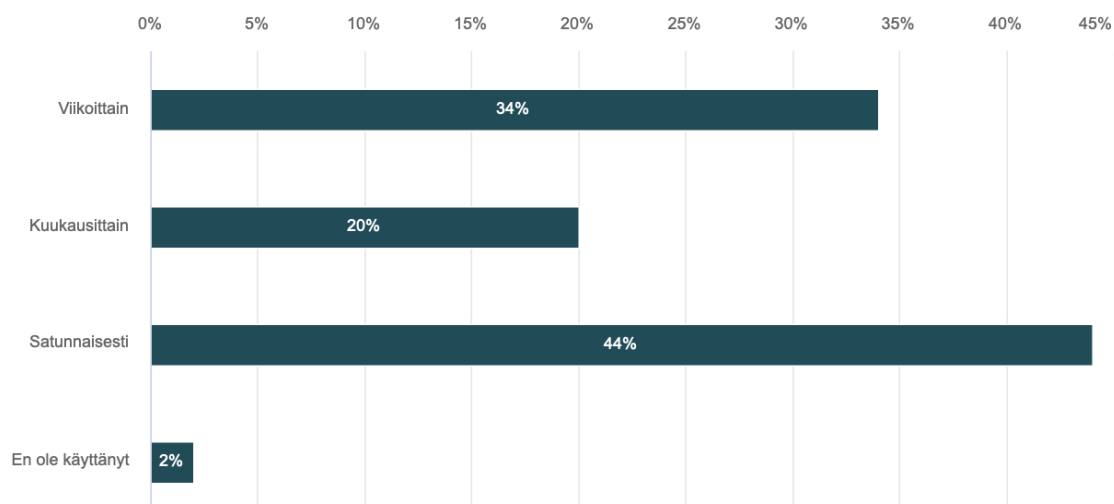
Positionerna mellan respondenterna fördelades inte alls lika jämnt som företagsstorlekarna. Enligt figur 5 ser man att det finns en klar majoritet, nämligen 32 respondenter tillhör den operativa sidan, varav endast 9 respondenter den administrativa sidan.



Figur 5 Fördelningen mellan respondenternas olika positioner på företaget

4.4 Enkätens resultat

De två första frågorna underlättade således att kartlägga från hurdana företag respondenterna var och deras position i företaget. Den tredje frågan handlade om hur ofta respondenterna använde sig av företagets LCL tjänster inom sjöexport. Enligt figur 6 tyder det att 44 % som motsvarar 18 respondenter har använt sig av dessa tjänster slumpmässigt, 34 % som motsvarar 14 respondenter har använt sig veckovis och 20 % som motsvarar 8 respondenter har använt tjänsterna månatligen. Endast 2 % som motsvarar en respondent har aldrig använt sig av dessa tjänster.



Figur 6 Fördelningen mellan hur ofta respondenterna använt sig av företagets LCL tjänster inom sjöexport

Efter de tre första frågorna som var menat att hjälpa få en klarare bild av respondenterna, fortsatt enkäten med frågor gällande företagets tjänster och hur kunderna värderar dessa, samt hur bra kunderna anser att dessa tjänster och kundbetjäningen har uppfyllts.

Den fjärde delen representerar olika ärenden som tangerar kundnöjdheten gällande hur kunderna anser att företaget har klarat sig innan en försändelse skickas iväg. Frågan innehöll b.l.a. påståenden om företagets reaktionsförmåga vid offerter och transportbesked, samt svarstid och problemlösning. Skalan 1–4 användes var 1 antyder att man är *väldigt missnöjd* och 4 *väldigt nöjd*. Frågan fick 41 svar allt som allt.

Den femte frågan innehåller frågor om hur kunderna känner till de olika kraven som ställs på försändelser inom sjöexport och hur bra de anser att företaget klarar sig på marknaden gentemot sina konkurrenter. Skalan 1–4 användes var 1 antyder att dessa uppfylls *väldigt dåligt* och 4 *utmärkt*. Frågan fick 41 svar allt som allt.

Den sjätte frågan var en öppen fråga som inte var obligatorisk att svara på men fanns tillgänglig ifall respondenten ansåg att företagets nuvarande service inte når upp till deras behov fick de lämna en kommentar om olika förslag till förbättringar. Denna fråga blev dock obesvarad, eftersom ingen hade svarat med en 1, vilket motsvarar *väldigt dåligt*.

Den sjunde frågan var en öppen fråga, genom vilket företaget ville få fram hur kunderna anser att deras framtida behov kommer att se ut gällande tjänster för LCL försändelser inom sjöexport. Denna fråga fick sammanlagt 25 svar. Största delen av respondenterna hade liknande svar gällande deras syn på framtiden.

Den åttonde frågan handlade om alla de olika tjänsterna som företaget erbjuder. Här fick respondenterna välja ifall de över huvud taget känner till tjänsten och sedan rangordna hur viktig de anser att varsin tjänst är för dem. Som förväntat var tjänsterna inom spedition i störst användning.

Den nionde frågan var en ”Net Promoter Score” fråga som har tidigare i denna studie förklarats bättre. Här fick kunden välja ett tal mellan en skala från 1–10 hur sannolikt hen skulle rekommendera företagets LCL sjöexport tjänster till sin bästa vän eller bästa kollega. De röda betraktas som kritiker, de gula som passiva och de gröna som ambassadörer. Nummer 1 betyder att det är inte alls sannolikt och nummer 10 betyder högst sannolikt. Frågan fick allt som allt 41 svar.

Denna frågan hade även en följdfråga, var kunden kort skulle motivera sitt svar. Kunderna fick således chansen att fritt skriva antingen varför de skulle rekommendera företagets tjänster och varför de inte skulle rekommendera företagets tjänster. Denna fråga fick allt som allt 28 svar.

Den sista frågan var en öppen fråga som gav respondenten möjlighet att lämna sina kontaktuppgifter ifall de ville att man skulle vara i kontakt med dem gällande någon tjänst. Här lämnade endast en respondent sina kontaktuppgifter.

5 DISKUSSION

Diskussionen kommer inte att finnas till sin helhet eftersom den innehåller känslig information för min uppdragsgivare och är således sekretessbelagd. En kort överblick av resultatet kommer att diskuteras.

Syftet för denna studien var att mäta leveransservicen på DSV Air & Sea Oy gällande LCL försändelser inom sjöexport. Mina två forskningsfrågor som jag nämnt i 1.2., för denna studie var:

- Vilka alla tjänster kan DSV Air & Sea Oy erbjuda kunden?
- Hur bra har uppdragsgivaren lyckats med att uppnå kundernas behov?

För att kunna mäta hur bra uppdragsgivaren hade nått upp till deras kunders behov ansåg jag, att jag skulle få de bästa resultatet genom att använda en kvantitativ metod, som utfördes i form av en enkät. Jag ansåg att en enkät skulle vara det bästa sättet att nå en stor kundgrupp och få samlat in så pass många svar på en kortare tid. Jag anser att denna metod var lyckad med hänsyn till det som jag strävade efter. Gällande studiens reliabilitet och validitet anser jag att den har en hög trovärdighet. Studien har fokuserat sig enbart på en kundgrupp och länken till webbenkäten har skickats via e-post vilket har minimerat risken att någon utomstående har haft tillgång till enkäten.

Största delen av svaren hade positiva och förväntade resultat, men det fanns även oväntade svar. Detta är väldigt bra för uppdragsgivaren att ta itu med vid fortsättningen för att kunna förbättra det som vissa kunder anser att företaget har brister i.

När jag ursprungligen planerade att skicka iväg enkäten, trodde jag att det skulle vara en passlig tidpunkt efter julen eftersom då borde arbetena ha normaliserat efter julen och årsskiftet. Vad jag inte hade eller kunde ha räknat med var att COVID-19 skulle försvåra detta allt mer. Tidpunkten kunde således ha varit bättre, men jag är nöjd i svarsantalen med tanke på den rådande situationen i världen. Eftersom denna enkät utfördes till ett företag kan man inte generalisera detta, utan det gäller endast i detta fall för dessa kunder i denna tid. Något som jag måste ta i beaktande är tiden när kunderna tog del i enkäten, eftersom detta kan ha påverkat ifall hen gett positiv eller negativ respons.

6 SLUTSATS & FORTSATT FORSKNING

Slutsatsen kommer inte att finnas till sin helhet i denna offentliga version eftersom den innehåller känslig information för min uppdragsgivare och är således sekretessbelagd.

Som redan tidigare nämnts var syftet med denna studie att mäta leveransservicen för LCL försändelser inom sjöexport. Den empiriska delen utfördes med hjälp av en kvantitativ metod i form av en enkät. Enkäten hade som mål att förse uppdragsgivaren, DSV Air & Sea Oy med värdefull information gällande deras LCL försändelser och tjänster inom sjöexport. Kundgruppen var riktad till finska kunder som använder sig av uppdragsgivarens LCL tjänster inom sjöexport som är registrerade i DSV Air & Sea Oy:s kundregister. Största delen av svaren var förväntade och gav företaget bekräftelse på att de har lyckats att tillfredsställa deras kunders behov. Det är självklart att det finns rum för förbättring, men resultaten kan användas som ett verktyg att förbättra sig i framtiden. Jag måste konstatera att jag är till en viss del besviken av hur få svar det sist och slutligen blev, men jag måste acceptera det att det inte alltid är möjligt att kunder hinner svara eller helt enkelt har ett intresse att ta del av enkäter.

Med tanke på fortsatta studier anser jag att det finns otroligt mycket ett företag kan undersöka i när det gäller leveransservice för att mäta deras logistiska prestationsförmåga. Metoden som användes för denna studie var kvantitativ som var en välfungerande metod anser jag dock att man skulle kunna kombinera kvalitativa metoder med detta, t.ex. i form av intervjuer. Således kunde man ha fått en djupare insikt in på vissa kunder. Något som kunde vara värt att tänka på, är att göra en liknande enkät till samma kundgrupp efter t.ex. 1 år, för att se ifall kunderna anser att företaget har förbättrat sig i deras ögon.

KÄLLOR

Björklund, M., & Paulsson, U., 2003. *Seminarieboken - att skriva, presentera och opponera* Studentlitteratur.

Bryman, A., & Bell, E., 2005. *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. 1 uppl. Malmö: Liber Ekonomi, 621 s.

Bryman, A., & Bell, E., 2013. *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. 2 uppl. Malmö: Liber Ekonomi, 753 s.

DSV, 2019a. *Meistä* Tillgänglig från: <https://www.fi.dsv.com/about-dsv> Hämtad 27.10.2019.

DSV, 2019b. *Om DSV* Tillgänglig från: <https://www.se.dsv.com/about-dsv> Hämtad 29.10.2019.

DSV, 2019c. *Standard sea freight services* Tillgänglig från: <https://www.dsv.com/sea-freight/standard-sea-freight-services> Hämtad 29.11.2019.

International Chamber of Commerce, 2019. *Incoterms® 2010* Tillgänglig: <https://iccwbo.org/resources-for-business/incoterms-rules/incoterms-rules-2010/> Hämtad 02.12.2019.

International Chamber of Commerce, 2020. *Vad är nytt i Incoterms® 2020?* Tillgänglig: <http://incoterms.se/incoterms-2020/vad-ar-nytt-i-incoterms-2020/> Hämtad: 09.04.2020.

Logistiikan Maailma, 2019a. *Huolinta tänään* Tillgänglig: <http://www.logistiikanmaailma.fi/huolinta-terminaalit/huolinta/huolinta-tanaan/> Hämtad 27.10.2019.

Logistiikan Maailma, 2019b. *INCOTERMS 2010* Tillgänglig: <http://www.logistiikanmaailma.fi/sopimukset/toimituslausekkeet/incoterms-2010/> Hämtad 02.12.2019.

Logistiikan Maailma, 2011. *Logistiikan ja toimitusketjun hallinnan perusteet* 252 s.

Logistiikan Maailma, 2019c. *Merikuljetus* Tillgänglig: <http://www.logistiikanmaailma.fi/kuljetus/merikuljetus/> Hämtad 03.12.2019.

Nationaencyklopedin, 2020. *Likertskala* Tillgänglig: <https://www-ne-se.ezproxy.arcada.fi:2443/uppslagsverk/encyklopedi/lang/likertskala> Hämtad 14.4.2020.

Nationaencyklopedin, 2019. *Uppslagsverket* Tillgänglig: <https://www.ne.se/uppslagsverk/> Hämtad 27.10.2019.

Netigate, 2019. *Så fungerar Net Promoter Score - och varför det är en bra metod för att mäta kundnöjdhet* Tillgänglig: <https://www.netigate.net/sv/articles/kundundersokning/s-fungerar-net-promoter-score-och-varfoer-det-aer-en-bra-metod-foer-att-maeta-kundlojalitet/> Hämtad 29.11.2019.

Storhagen, N., 2014. *Logistik - grunder och möjligheter*, 4 uppl., Malmö: Liber AB.

Tulli, 2019. *Ulkomaankaupan kuljetukset 2018* Tillgänglig: <https://tulli.fi/documents/2912305/3494771/Ulkomaankaupan+kuljetukset+vuonna+2018/d8977a13-f17c-5a89-001e-a3d2a3766f5b/Ulkomaankaupan+kuljetukset+vuonna+2018.pdf?version=1.0> Hämtad: 02.12.2019.

Tulli, 2020. *Vad är transitering?* Tillgänglig: <https://tulli.fi/sv/foretag/transport-och-lagring/transitering> Hämtad 01.05.2020.

Yrittäjät, 2019. *Yrittäjyys Suomessa* Tillgänglig: <https://www.yrittajat.fi/suomen-yrittajat/yrittajyys-suomessa-316363> Hämtad 04.01.2020.

BILAGOR

BILAGA 1, E-posten med följebrevet

Hei,

Työskentelen DSV:n meriviennissä ja suoritan samalla liiketalouden AMK-tutkintoa, joka on opinnäytetyötäni vaille valmis. Opinnäytetyöni käsittelee kappaletavaralähetysten merivientiä ja kartoitan tutkimuksessani asiakkaiden kokemuksia sekä todellisia tarpeita nyt ja tulevaisuudessa. Opinnäytetyöni tutkimusosa toteutetaan kyselytutkimuksena.

DSV pyrkii kehittämään toimintoja asiakaslähtöisesti ja meriliikenteen kasvaessa haluamme ottaa huomioon teidän näkökulmanne. Tutkimukseni avulla DSV pyrkii kehittämään merivientitoimintaa ja siksi toivoisin teidän vastaavan kyselyyn. Kaikki vastaukset käsitellään luottamuksellisesti eikä vastaajayritysten nimiä tallenneta tai eritellä julkaisussa.

Kyselylomakkeen täyttäminen kestää noin viisi minuuttia.

Kyselyyn pääsee alla olevasta linkistä. Voit myös jakaa linkin omassa organisaatiossasi LCL meriviennin parissa työskenteleville.

<https://link.webpolsurveys.com/S/0A610C110A06D4DC>

Osoitelähde: DSV Air & Sea Finland asiakasrekisteri.

Yhteistyöterveisin,

Hanne Lammassaari
Operations, Sea Export, Finland



DSV Air & Sea Oy
Trukkikuja 3
01360 Vantaa

+358 (20) 738 8416 Direct Tel.
+358 (20) 738 8344 Phone

Hanne.Lammassaari@fi.dsv.com

BILAGA 2, Enkäten

DSV:n kappaletavaralähetysten merivientipalvelut

Työskentelen DSV:n meriviennissä ja suoritan samalla liiketalouden AMK-tutkintoa, joka on opinnäytetyötäni vaille valmis. Opinnäytetyöni käsittelee kappaletavaralähetysten merivientiä ja kartoitan tutkimuksessani asiakkaiden kokemuksia sekä todellisia tarpeita nyt ja tulevaisuudessa. Opinnäytetyöni tutkimusosa toteutetaan kyselytutkimuksena.

DSV pyrkii kehittämään toimintoja asiakaslähtöisesti ja meriliikenteen kasvaessa haluamme ottaa huomioon teidän näkökulmanne. Tutkimukseni avulla DSV pyrkii kehittämään merivientitoimintaa ja siksi toivoisin teidän vastaavan kyselyyn. Kaikki vastaukset käsitellään luottamuksellisesti eikä vastaajajaritysten nimiä tallenneta tai eritellä julkaisussa.

Kyselylomakkeen täyttäminen kestää noin viisi minuuttia.

Osoitelähde: DSV Air & Sea Finland asiakasrekisteri.

Yhteistyöterveisin,

Hanne Lammassaari
Operations, Sea Export, Finland

DSV Air & Sea Finland
Trukkikuja 3
01360 Vantaa



Global Transport and Logistics

1. Yrityksen koko *

- Mikro (alle 10 työntekijää)
- Pieni (10-49 työntekijää)
- Keskisuuri (50-249 työntekijää)
- Suuri (yli 250 työntekijää)

2. Asemasi yrityksessä? *

- Operatiivinen
 Hallinnollinen

3. Kuinka usein käytät DSV:n LCL merivientipalveluita? *

- Viikoittain
 Kuukausittain
 Satunnaisesti
 En ole käyttänyt

4. Asiakastyytyväisyys DSV:n LCL merivientipalveluihin *

	Erittäin tyytymätön	Melko tyytymätön	Melko tyytyväinen	Erittäin tyytyväinen
Reagointinopeuteen tarjouspyynnöissä?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reagointinopeuteen kuljetustilauksissa?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ohjeisiin/tukeen ennen kuljetustoimeksiantoa?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vastausnopeuteen?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ongelmanratkaisukykyyn?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tarjouslaskuriin?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
LCL reititysvaihtoehtoihin (CLA, ECO, RAIL)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Asiakkaan kuljetustarpeet LCL merivientilähetyksissä *

	Erittäin huonosti	Melko huonosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin
Vastaako DSV:n tämän hetkinen palvelu kaikkiin teidän LCL merivientitarpeisiinne? (jos ei vastaa, niin miksi)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Miten koette, että DSV pärjää kilpailijoihinsa verrattuna?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Erittäin huonosti	Melko huonosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin
Kuinka hyvin toimitusaikalupaus ja toimitusvarmuus toteutuvat DSV:n LCL merivientilähetyksissä?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Miten hyvin tunnette Incoterms®-toimitusehdot?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Miten hyvin tunnette pakkausten merikelpoisuusvaatimukset?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. Miltä yrityksenne tulevaisuuden LCL merivientitarpeet näyttävät?

8. Kuinka hyvin tunnette DSV:n tuotteet ja kuinka tärkeitä ne ovat teille? *

Valitse jokaiselta riviltä soveltuvat vastausvaihtoehdot

	En tunne tuotetta	Tunnen tuotteen	Olen käyttänyt	On tärkeä yrityksellemme
DSV XPress - kuriiripalvelut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Junarahti - Kiinaan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lentorahti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maantierahti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Erikoiskuljetukset (esim. ylimittaiset, charterkuljetukset)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Varastointipalvelut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
DSV Tavarakuljetusvakuutus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vientihuolinta - tullauspalvelut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
myDSV - sähköiset kuljetustilaukset	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
myDSV - lähetykseuranta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
myDSV - tilastot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. Kuinka todennäköisesti suosittelisit DSV:n LCL merivientipalveluja parhaalle ystävällesi tai parhaalle kollegallesi? *

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

En lainkaan todennäköisesti Erittäin todennäköisesti

10. Perustele lyhyesti edellinen vastausvalintasi

11. Haluatteko että olemme yhteydessä teihin jotain tiettyä palvelua koskien? *

	Kyllä	Ei
Saammeko olla yhteydessä?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>