
**YKSITYISTEN JAKELUPALVELU JA SEN
PARANTAMINEN SEKÄ PALVELUN HAASTEET**



Ammattikorkeakoulun opinnäytetyö

Liikennealan koulutusohjelma

Riihimäki, 1.7.2015

Tony Knuutinen



RIIHIMÄKI

Liikennealan koulutusohjelma

Liikennesuunnittelu

Tekijä	Tony Knuutinen	Vuosi 2015
Työn nimi	Yksityisten jakelupalvelu ja sen parantaminen sekä palvelun haasteet	

TIIVISTELMÄ

Työssä perehdytään tarkemmin neljän suurimman kansainvälisen kuriiriyri-tyksen lähetysten toimittamiseen. Nämä neljä suurinta ovat DHL, UPS, Fe-dEx ja TNT. Toimeksiantajaa tässä työssä ei ole. Työhön päädyttiin sen ta-kia, koska työskentelen eräässä edellämainituista yrityksistä ja mielenkiin-nosta alaa kohtaan.

Työssä on käytetty pohjana Google Formsilla tehtyä asiakaskyselyä, johon tuli kahden kuukauden aikana n. 50 vastausta, mutta Google Forms kadotti muutamat vastaukset joten lopullinen vastausten määrä jäi 43:een. Eli kovin suurta otantaa ei kyselyllä tavoitettu, mutta kattavuus kyselyllä oli koko Suomi.

Kyselyn tuloksista ja omista kokemuksista tulikin siihen tulokseen, että asi-akkaiden tavoittamiseksi on tehtävä enemmän kuin nämä kyseiset yritykset todellisuudessa tekevät. Puhelimien antaminen kuljettajille olisi helpoin ja nopein ratkaisu asiakkaiden tavoittamiseksi. Nykyisellään kaikilla työnte-kijöillä ei ole yrityksen tarjoamaa puhelinta.

Työssä on tultu myös siihen päätelmään, että asiakaspalvelu näillä yrityk-sillä vaatii myös hyvin paljon työtä ja asiakaspalvelun toiminta tulee ole-maan hyvin tärkeää varsinkin jos verkkokauppojen kasvu jatkuu nykyisel-lään. Myös yritysten noutopisteitä pitäisi lisätä ja mahdollisesti aukioloai-koihin pitäisi tehdä muutoksia. Yksityishenkilöiden jakeluaikoihin pitäisi tehdä muutoksia siten, että yksityisille ei suoritettaisi jakelua kuin 16-21 välisenä aikana sillä tuolloin yksityishenkilöt ovat kotona paremmin tavoit-tavissa.

Avainsanat Kuriiriyrietykset, Verkkokauppa, Asiakaspalvelu

Sivut 22 s. + liitteet 3 s.

Riihimäki
Degree program in traffic and transport management
Trafficplanning

Author	Tony Knuutinen	Year 2015
Subject of Bachelor's thesis	Residential delivery service and its improvement and service challenges	

ABSTRACT

This work focuses on delivery service to the residential customers by the four largest courier companies. The four largest are DHL, UPS, FEDEX and TNT. There are no main contractor in this work. This work was chosen because I am working in one of the above companies, and I am interested in the sector.

I used a customer query in basis of the work. I made that query with Google Forms. There came about 50 answers during a two months period. Google Forms lost some of the responses so the final number of the responses was 43. That's not very large survey but that survey covered whole Finland.

I came to conclusion that there must do more to reach customers than those companies actually do. The easiest and the quickest solution is to give phones to the drivers so they can try to reach customer when they need some advice. At the moment there are no phones in every driver what is offered by the company.

The work has also come to the conclusion that customer service of these companies will also require a lot of work and operating that customer service will be very important especially if online stores will continue to grow as they are now. There should also add some pick-up points and probably some changes to the opening hours should make. Also there might consider to make some changes to that time when residential customers can have their shipment. There shouldn't be any delivery attempts to the residential customers before 4 pm. Residential customers are better to reach at home between 4 pm and 9 pm.

Keywords Courier companies, online stores, customer service

Pages 22 p. + appendices 3 p.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
2	JAKELU	2
2.1	Laatu.....	3
2.1.1	1. toimitusyritys.....	4
2.1.2	2. toimitusyritys.....	4
2.1.3	Viimeinen toimitusyritys.....	4
2.1.4	Missed.....	5
2.1.5	Muut toimitusvirheet.....	5
2.2	Ongelmat.....	5
2.2.1	Huumelähetykset.....	6
2.2.2	Ovikoodit.....	6
2.2.3	Summerit.....	6
2.2.4	Lukossa olevat ovet.....	6
2.2.5	Hankalat osoitteet.....	7
2.2.6	Virheelliset osoitteet.....	7
2.2.7	Lähetyksen uudelleen reititys.....	8
2.3	Aikataulut.....	9
2.3.1	Virka-aika.....	9
2.3.2	Ilta-aika.....	9
2.4	Noutopiste.....	9
2.5	Asiakastyytyväisyyskysely.....	10
3	LAADUN PARANTAMINEN.....	10
3.1	Puhelinnumerot lähetyksiin.....	11
3.2	Asiakasrekisteri.....	11
3.3	COD –lähetykset.....	12
3.4	Puhelimet kuljettajille.....	12
3.5	Asiakaspalvelun parantaminen.....	13
3.5.1	Kuljettaja.....	14
3.5.2	Puhelinpalvelu.....	14
3.5.3	Internetpalvelu.....	15
3.5.4	Henkilökohtainen palvelu.....	16
3.5.5	Asiakaspalvelun sijainti.....	16
3.5.6	Asiakaspalvelun koulutus.....	17
4	ONGELMIEN RATKAISEMINEN.....	17
4.1	Noutopisteongelma.....	17
4.2	Aikatauluongelmat.....	18
4.3	Uudelleen reitityksen ongelmat.....	18
4.4	Lähetyksen saapumisesta ilmoittaminen.....	19
4.5	Lukitut ovet.....	20
4.6	Huumelähetykset.....	20
5	YHTEISTYÖKUMPPANIT.....	21
6	YRITYSASIAKKAAT.....	21

LÄHTEET 22

Liite 1 Kyselytutkimus

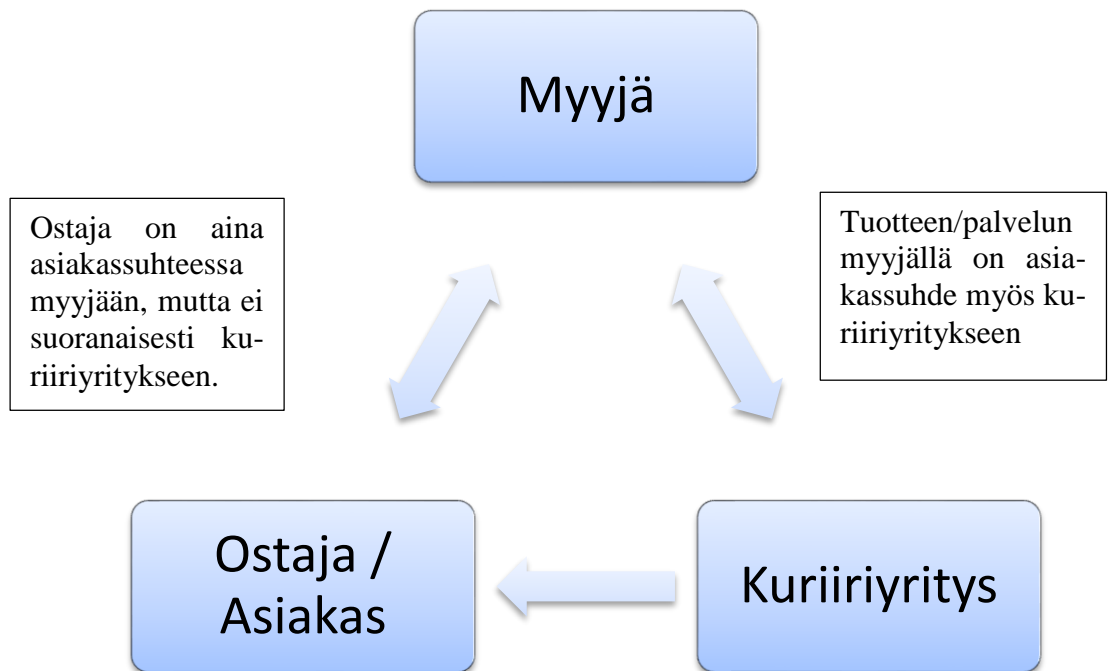
1 JOHDANTO

Suomessa toimii useita eri kansainvälisiä kuriiriyrityksiä. Nämä kyseiset kuriiriyritykset hoitavat suuren osan ulkomaisten verkkokauppojen lähetyksistä. Yksityishenkilöiden tekemät tilaukset ulkomaisista verkkokaupoista ovat kasvaneet viime vuosina merkittävästi ja se on lisännyt näiden yritysten jakelumääriä. (Tilastokeskus 2013)

Verkkokauppojen myynti jatkaa kasvamistaan myös tulevina vuosina, varsinkin jos taloudellinen tilanne jatkuu nykyisen kaltaisena. (TNS 2014) Verkkokaupoissa on tapahtunut pientä muutosta vuoden 2014 aikana sillä TNS Gallupin uusimman verkkokauppatilaston mukaan käytetty rahamäärä on pysynyt ennallaan n 10,5 miljardissa eurossa, mutta tästä summasta palveluiden ostaminen on vähentynyt ja tavaroiden ostaminen on lisääntynyt. (TNS 2015)

Omassa työssä tämä tavaroiden lisääntyneen tilaaminen näkyy lisääntyneinä toiminä ja kasvaneina asiakasmäärinä. Yrityksessämme on tämän 10 vuoden siellä olon aikana autojen ja kuljettajien määrä kaksinkertaistunut siitä mitä se oli kun aloitin alalla.

Asiakkaan määritelmänä tässä on normaalista poiketen se, että asiakas on lähetyksen saaja tai tuotteen ostaja eikä kuljetuksen maksaja, vaikka asiakas sen maksaakin välillisesti ostoksen yhteydessä. Asiakkuussuhteita on kuvattu kuvassa 1. Kuriiriyrityksen ja myyjän välinen suhde ei välttämättä ole aina kaksisuuntainen. Toki yritys tekee parhaansa pitääkseen myyjän tyytyväisenä ja siten saadakseen asiakkaita. Samalla tavalla myyjä toimii oman asiakkaansa kanssa.



Kuva 1 Asiakkuussuhteet

Asiakas ei voi esimerkiksi valittaa ostamastaan tuotteesta kuriiryitykselle vaan vain suoraan tuotteen myyjälle. Kuljetusvauriot ovat asia erikseen ja niissä tapauksissa kuriiryitys tutkii tuotteen vauriot ja korvaa sen myyjälle joka sitten taas korvaa sen ostajalle lähettämällä tilalle uuden tuotteen. Tässä työssä on käytetty pohjana itse tehtyä asiakaskyselyä. Asiakaskyselyn toteutin Google Forms –pohjalla ja kyselyyn johtavaa linkkiä jaettiin sosiaalises-
 ssa mediassa. Kyselyyn ei välitetty linkkiä sellaisille henkilöille, jotka ti-
 ettävästi ovat mukana kuriiryitysten toiminnassa. Kyselyn kysymyksiin voi tutustua tarkemmin liitteessä 1. Kysely toteutettiin 18.1 – 31.4 välisenä aikana. Tässä yhteydessä asiakaskysely ei ole sama asia kuin kohdassa 2.5 mainittu asiakastytyväisyyskysely.

Taulukossa 1 on eritelty eri kuriiryitysten maailmanlaajuiset jakelumäärät, jotka on ilmoitettu yritysten vuosikertomuksissa. DHL:n osalta lukemia piti hieman tarkentaa vastaamaan muiden yritysten lukuja sillä DHL ilmoitti summat euroina ja kuljetusmäärät pääasiallisesti tonneina ja vain summitaisina kappalemäärinä. (UPS 2014), (DHL 2014), (FedEx 2014), (TNT 2014)

Taulukko 1. Kuriiryitysten vertailu

	Liikevaihto	Lähetysten määrä kpl / pvä	Yksityisten asiakkaiden määrä kpl (laskennallinen)
UPS	48.8 mrd \$	18000000	8100000
FedEx	45.57 mrd \$	3970000	1786500
TNT	6.68 mrd \$	1000000	450000
DHL	15.7 mrd \$	2100000	945000

2 JAKELU

Yleisesti ottaen kuriiryitykset toimittavat lähetyksiä niin sanottuna virka-
 aikana eli 10:n ja 17:n välillä. Poikkeuksia saattaa ilmetä joulukuussa tai
 vastaavasti Juhannuksen tienoilla. Nämä kyseiset ajankohdat ovat yrityk-
 sille kiireisimpiä. Normaali toimitusaika aiheuttaa ongelmia toimituksiin,
 sillä kuten kuriiritkin niin myös useat asiakkaat ovat päivisin töissä.

Jakeluissa hyödynnetään elektronisia jakelulaitteita. Näihin laitteisiin asia-
 kas kuittaa ottaneensa lähetyksen vastaan. Kuvassa 2 on UPS:n käyttämä
 laite ja kuvassa 3 DHL:n vastaava. Elektroniset laitteet ovat tehokkaampia
 ja parempia kuin paperiversio. Elektroniset laitteet eivät silti ole korvanneet
 paperisia jakolistoja täysin vaan paperiset jakolistat ovat edelleen käytössä,
 tosin vain hätätapauksissa jos elektroniset laitteet eivät toimi.



Kuva 2 UPS DIAD (Delivery Information Acquisition Device)



Kuva 3 DHL Motorola

Isojen kuriiriyriyten jakeluosuuksista ei ole saatavilla tarkkoja lukuja, mutta oman kokemuksen mukaan yksityisiä asiakkaita on nykyisellään n. 40-45 %:ia kaikista asiakkaista. Sopimusehdot jakelusta ja lähetyksistä löytyy kunkin kuriiriyriyksen Internet-sivuilta. Näissä sopimusehdoissa mainitaan tarkemmin, että miten ja mitä jaetaan ja mihin. Sopimusehtojen liittäminen työn liitteiksi ei ole järkevää, sillä sopimusehdot ovat hyvin suuria ja laajoja. Kaikkien muiden yritysten sopimusehdot ovat suomeksi, mutta TNT:n ehdot ovat englanninkieliset.

2.1 Laatu

Jokainen kuriiriyriyitys mittaa laatua omilla mittareillaan ja käyttää niitä omiin tarkoituksiinsa, esim kuljettajien kannustinpalkkioiden maksuperusteina. Mittareiden antamia tuloksia ei saisi käyttää työntekijöiden arvottamiseen ja eriarvoistamiseen työpaikalla. Se, että käytetäänkö niitä edellä mainittuihin asioihin onkin sitten eri asia ja siitä ei ole olemassa luotettavaa

tietoa. Asiakkaat ovat myös kiinnostuneita yritysten laadusta ja mikäli laatu ei miellytä niin siitä kerrotaan muille. Internet ja sosiaalinen media tarjoaa hyvät leviämismahdollisuudet ja kaikkien suurten kuriiryriyritysten ”vihasivustoja” onkin perustettu internetiin ja Facebookiin. Sivuja on niin paljon, että niiden mainitseminen ei ole tässä yhteydessä järkevää. Nämä sivustot leviävät sosiaalisessa mediassa tehokkaasti.

2.1.1 1. toimitusyritys

Kaikki yritykset pyrkivät siihen, että tämä ensimmäinen toimitusyritys johdetaan siihen, että asiakas saa lähetyksensä perille. Sen onnistuminen edellyttää toimia yritykseltä itsessään sekä verkkokaupoilta.

Monista verkkokaupoista ei lähetetä asiakkaalle mitään muuta tietoa kuin vahvistus tilauksen lähettämistä ja mahdollisesti arvioitu toimituspäivä. Eikä lähetykseenkään aina laiteta asiakkaan puhelinnumeroa. Tämä aiheuttaa sen, että lähetyksen saapuessa maahan, asiakas ei tiedä sitä. Ensimmäisestä käynnistä asiakkaan luona asiakkaalle jätetään saapumisilmoitus lähetyksestä ja yrityksen yhteystiedot. Moni asiakkaista ei reagoi ilmoitukseen mitenkään, jolloin seuraava toimitusyritys tehdään seuraavana arkipäivänä.

Mikäli asiakas kuitenkin reagoi ilmoitukseen ja ilmoittaa mahdollisesti olevansa paikalla tiettyyn aikaan, toisen toimitusosoitteen tai halunsa noutaa paketin yrityksen tiloista auttaa kuriiryriyrityksiä toimimaan ja helpottaa myös samalla itseään. On se reaktio asiakkaalla mikä tahansa niin se ei poista ongelmaa siitä, että asiakkaan luona käydään joka tapauksessa tekevässä turha toimitusyritys.

2.1.2 2. toimitusyritys

Toinen toimitusyritys tehdään seuraavana arkipäivänä kun asiakkaan luona on käyty ensimmäisen kerran. Monissa tapauksissa tämäkin käynti on turha, varsinkin paikoissa joissa ovet on lukittu eikä niissä ole summeria tai ovikoodia ja lähetyksessä ei ole asiakkaan yhteystietoja. Tämä turhauttaa sekä asiakkaan (koska hän ei saa pakettiaan) että myös tavarantoimittajan, koska hän tietää jo ennalta, että ovi on lukittu, mutta siellä on siitä huolimatta käytävä.

TNT:n ja FedEx:n kuljetusehdoissa mainitaan, että nämä kyseiset yritykset toimittavat alustavasti vain 2 kertaa lähetyksiä yksityishenkilöille. (TNT kuljetusehdot 2012), (FedEx kuljetusehdot 2013)

2.1.3 Viimeinen toimitusyritys

Viimeisen toimitusyrityksen ollessa kyseessä useat kuriiryriyritykset lähettävät asiakkaalleen postikortin, jossa kerrotaan lähetyksestä. Tämä saattaa olla jo asiakkaan kannalta myöhäistä tietoa. Lähetys viivästyy pahimmillaan useita päiviä kun asiakas ei ole saanut riittävän ajoissa tietoa lähetyk-

sestään. Lähetys saattaa viivästyä jopa niin paljon, että asiakas ei enää tarvitse tuotetta tai jos kyseessä on esimerkiksi jonkun tapahtuman liput, tapahtuma on jo ohi ennen kuin hän saa lähetyksensä.

Pahimmillaan joissain tapauksissa on ollut jopa niin, että jo ensimmäinen jakoyritys on jäänyt viimeiseksi ja asiakkaan on täytynyt itse nähdä paljon enemmän vaivaa saadakseen lähetyksensä itselleen. Tätä on ilmennyt lähinnä alihankkijoiden keskuudessa eikä sielläkään säännöllisesti. Kuten edellisessä kohdassa on mainittu niin FedEx ja TNT suorittavat jo viimeisen jakeluyrityksen toisen jakeluyrityksen jälkeen. Tosin FedEx toimittaa tekee yritysosoitteisiin kolme toimitusyritystä. UPS sitä vastoin tekee kaikkiin osoitteisiin kolme toimitusyritystä. (UPS 2014)

2.1.4 Missed

Joskus saattaa käydä niinkin, että lähetystä ei ehditä työajan puitteissa toimittaa asiakkaalle. Tällöin siitä olisi hyvä saada asiakkaalle tieto välittömästi. Tätä tietoa ei asiakkaalle valitettavasti välitetä ja asiakas joutuu itse selvittämään lähetyksensä kohtalon.

2.1.5 Muut toimitusvirheet

Muihin toimitusvirheisiin voidaan lukea särkyneet tai kadonneet lähetykset. Rikkinäisiä lähetyksiä ei suoriltaan jaeta asiakkaille ilman erillistä pyyntöä. Nämä lähetykset usein vain teipataan kasaan ja toimitetaan saapumisesta seuraavana päivänä ja asiakas saa hoitaa asiakaspalvelun kanssa asiansa mikäli lähetys on rikki. Rikkinäisiin paketteihin voitaneen myös lukea kastuneet lähetykset. Kosteus ei tosin välttämättä aiheuta tuotteen pilaantumista tai rikkoutumista, mutta asiakkaalle se ei kuitenkaan kelpaa. Rikkouneet lähetykset asiakas saa joko ottaa vastaan ja hoitaa korvaukset ja uudet tuotteet myyjän ja kuljetusyrityksen asiakaspalvelun kanssa tai sitten kieltäytyä ottamasta lähetystä vastaan mikäli sitä ei ole asianmukaisesti tarkistettu ja ehjäksi havaittu. Rikkoutuneista lähetyksistä on vastuu toki kuljetusyrityksellä, mutta myös myyjän on pakattava lähetys siten ettei se pääse särkymään helposti.

Postilokero-osoitteisiin ei mikään kuriiriyritys toimita lähetyksiä ja usein nämä lähetykset palautuvat automaattisesti lähettäjälle ilman eri ilmoitusta. Postilokero-osoitteisiin ei yksinkertaisesti voida toimittaa sillä silloin lähetysten vastaanottamisesta ei saada kuittausta eikä siten varmistua, että asiakas on sen saanut.

2.2 Ongelmat

Lähetysten toimittamisessa esiintyy usein ongelmia. Yleisimpiä ongelmia käsitellään erikseen seuraavissa kohdissa. Ongelmat aiheuttavat edellä mainittuja laatuongelmia. Ongelmien ratkaiseminen toki parantaisi yritysten laatua ja asiakkaat saisivat lähetyksensä paremmin ja nopeammin ilman ylimääräisiä viiveitä. Ongelmia aiheuttaa myös asiakaspalvelun toiminta. Lähinnä se, että tieto ei välity välttämättä heti kuljettajille.

Valitettavasti kaikkia ongelmia ei pystytä mitenkään poistamaan. Nitä kyllä pystyttäneen vähentämään mikäli verkkokaupat ja kuriirirytykset toimivat yhdessä niiden ratkaisemiseksi. Laadun parantamiseen vaikuttavia tekijöitä tullaan käsittelemään myöhemmin osiossa 3.

2.2.1 Huumelähetykset

Huumelähetyksiä liikkuu myös kuriirirytysten lähetyksien mukana samoin kuin postin lähetysten mukana. Nämä lähetykset ovat toki myös laittomia ja kiellettyjä kaikkien yritysten jakelusäännöissä, mutta silti niitä liikkuu. Tulli ei tarkkoja määriä huumelähetyksistä kerro eikä sitä kuinka usein niitä löytyy. Nämä lähetykset aiheuttavat sekä riskin kuljettajille että muille työntekijöille. Huumeiden käyttäjät saattavat olla aggressiivisia ja arvaamattomia ja vaikka työntekijät olisivat koulutettuja toimimaan uhkaavissa tilanteissa niin silti se on aina turvallisuusriski. Huumeiden vaikutuksen alainen saattaa jopa pahimmassa tapauksessa uhata työntekijän henkeä tai mahdollisesti jopa ryöstää työntekijän.

2.2.2 Ovikoodit

Useat kerrostalot kaupungeissa ovat lukittu koodilukolla. Näitä koodeja jotkut kuljettajat keräilevät omiin vihkoihinsa. Ovikoodien kerääminen saattaa vaikuttaa turhalta työltä sillä taloyhtiöissä käytännöt vaihtelevat ja joissain sama koodi ei toimi kuin yhteen oveen tai koodeja vaihdellaan säännöllisesti. On toki taloyhtiöitä joissa koodeja ei vaihdeta lainkaan. Ovikoodien ilmenemistiheydessä ei ole havaittavissa mitään säännöllisyyttä, mutta tiettyjen asuinalueiden ovet ovat useammin lukittuja tavalla tai toisella.

2.2.3 Summerit

Monissa taloissa myös käytetään ovipuhelimia rappukäytävien ovien aukaisemiseksi. Tämäkään ei ole ongelmatonta, sillä monesti asukkaat itse poistavat laitteen toiminnasta omalta kohdaltaan saadakseen olla rauhassa. Saattaa myös olla, että laitteisto ei toimi ja korjaus on kesken tai sitä ei ole edes tilattu. Jotkut kuljettajat saattavat soittaa myös muita rapun summereita päästäkseen rappuun. Se saattaa häiritä muita asukkaita.

2.2.4 Lukossa olevat ovet

Harvimmin käytetty lukitsemistapa. Ovia ei saa auki kuin avaimilla. Tällöin toimituksen vieminen on hankalaa, koska toisin kuin summerilla lukituissa rappuun ei pääse kuin hyvällä tuurilla. Ovien lukitseminen on kyllä melko turvallinen tapa varsinkin opiskelija-asunnoissa, missä vaihtuvuus on suurta.

2.2.5 Hankalat osoitteet

Nykyään GPS-aikakaudella harvemmin on enää osoitteita mitä ei löydetä, mutta niitäkin toki on. Osoite voi navigaattoriin syötettäessä näyttää sijainniksi ihan muuta mitä se todellisuudessa on. Tällöin osoitteen löytämiseksi olisi todella tärkeää tavoittaa asiakas, sillä harvemmin etsimiseen on aikaa tai edes viitseliäisyyttä. Mikäli osoitetta ei löydy se kuitataan yritysten omilla koodeilla ja pahimmassa tapauksessa lähetys palautetaan lähettäjälle. Hankaluuksia osoitteisiin tuo myös kaupunkien tai kuntien omat päätökset vaihtaa katujen nimiä tai numerointia. Uusia asuinalueita tulee myös ja niistäkään ei katujen nimiä ole heti saatavilla navigaattoreihin tai vastaaviin järjestelmiin.

2.2.6 Virheelliset osoitteet

Ulkomailta tilattaessa saattaa välillä esiintyä kielellisiä ongelmia ja niistä johtuen osoitteet on kirjoitettu väärin ja se saattaa johtaa toimituksen viivästymiseen jopa usealla päivällä. Lähetys saattaa jopa päätyä väärälle paikkakunnalle tai jopa väärään maahan. On myös tapauksia, joissa väärin kirjoitettu osoite on johtanut siihen, että lähetys on toimitettu kokonaan väärälle henkilölle ja tällöin sen takaisin saaminen on hankalaa ja tuote saattaa olla jo pilalla. Myös virheellisiä osoitteita tehtaillaan tahallisesti lähettäjän tai yrityksen kiusaksi. Kuvat 4 ja 5 on otettu eri kerroilla, mutta syitä miksi kyseiset lähetykset on edes tilattu voi vain arvailla.



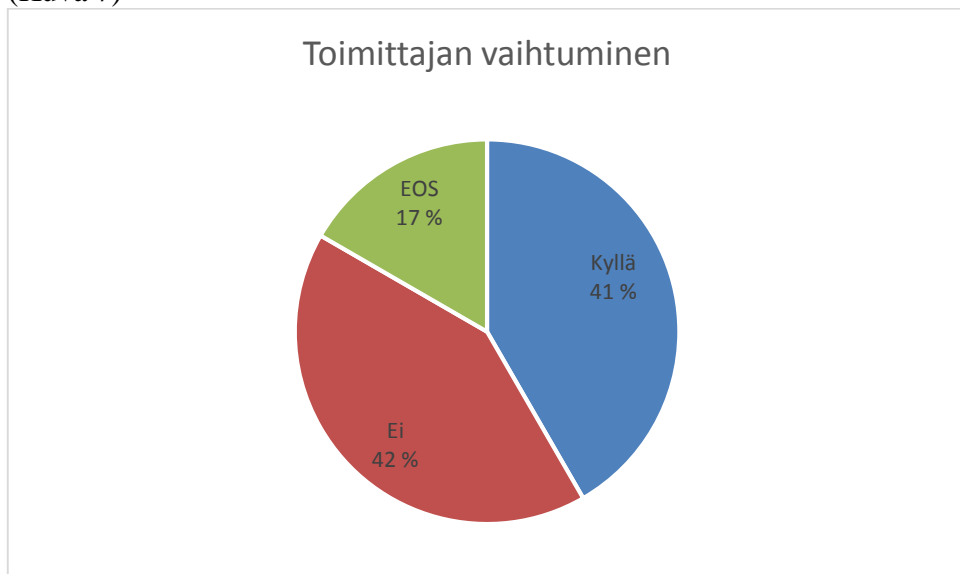
Kuva 4 Näitäkin löytyy



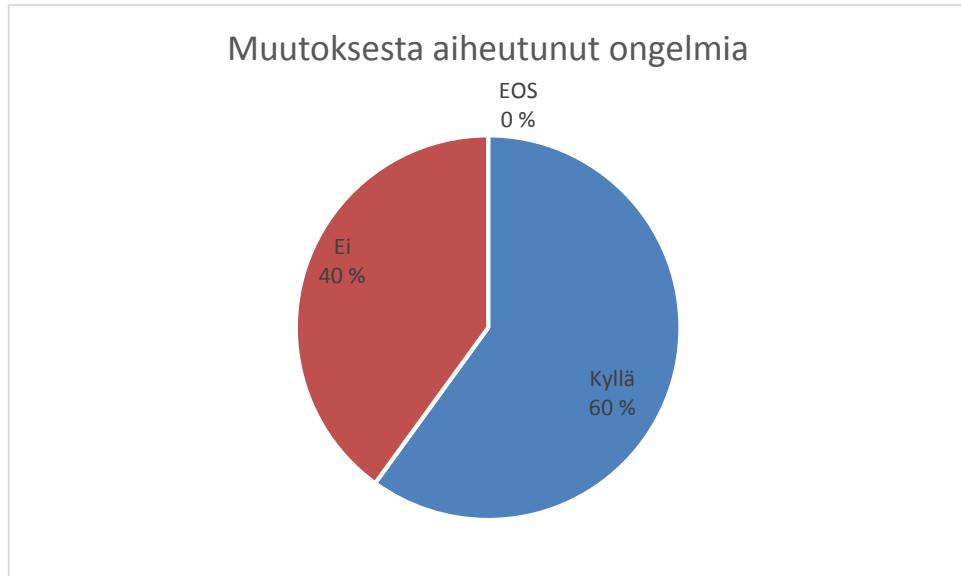
Kuva 5 Salkkarit?

2.2.7 Lähetyksen uudelleen reititys

Joskus saattaa käydä niinkin, että lähetykset siirtyvät asiakkaan tietämättä jonkun käytettävän alihankkijan kuljetettavaksi jolloin se ei enää olekaan alkuperäisen yrityksen hallussa. Syitä lähetyksen siirtämiselle alihankintaan on eri yrityksistä riippuen useita. Syitä voivat olla mm. kiire, reittien uudelleen järjestelyt ja lähetysten määrän yllättävä kasvu. Tästä siirrosta pitäisi asiakkaalle lähettää välittömästi tieto, jotta asiakas osaa kysellä lähetystään oikeasta paikasta eikä asiakas joudu käyttämään omaa aikaansa asian selvittelyyn. Lähetyksen siirtyminen yllättäen jonkin alihankkijan tai Postin kuljetettavaksi aiheuttaa asiakkaalle myös sen, että asiakas ei saa enää lähetystään luvattulla tai haluumallaan palvelutasolla. Myöskin siinä vaiheessa lähetyksen seuranta muuttuu joko todella vaikeaksi tai jopa mahdottomaksi. Yleisesti toki Postin ja näiden kuriiriyriytysten seuranta toimii hyvin yksin, mutta ongelmia on aiheuttanut niiden yhdistäminen. Kyselytutkimuksessani selvisi, että 41 %:lla asiakkaista tavarantoimittaja on vaihtunut kesken (kuva 6) ja tästä muutoksesta on aiheutunut ongelmia 60 %:lle asiakkaista. (Kuva 7)



Kuva 6 Tavarantoimittajan vaihtuminen



Kuva 7 Tavarantoimittajan muuttumisesta aiheutunut ongelmia

2.3 Aikataulut

Aikataulut ovat yrityksillä tiukkoja ja tästä syystä monesti aiheutuu ongelmia. Asiakkaat saattavat kuvitella, että heidän lähetyksensä on ainoa mitä kuljettajilla on kyydissä ja he saavat sen silloin kun itse haluavat. Todellisuudessa näin ei ole. Monilla yrityksillä on myös palvelutasot minkä mukaan niitä lähetyksiä jaetaan.

2.3.1 Virka-aika

Kuten myös muilla ihmisillä niin myös kuriireilla on omat työaikansa minkä puitteissa työtä tehdään. Tämä aika sijoittuu usein 9-17 väliselle ajalle yrityksestä riippuen, sillä kaikille kuriiriyrityksille yritysasiakkaat ovat toisittaiseksi se suurin asiakasryhmä. Ja juurikin johtuen yritysten 8-16 työajoista myös kuriirien työajat ovat samassa välissä.

2.3.2 Ilta-aika

Kuriiriyrityksillä ei yleensä ole mahdollisuuksia ilta-ajan jakeluihin pois lukiin kiireisimmät ajat kuten esimerkiksi joulun aika. Tällöinkään asiakas ei välttämättä itse pysty vaikuttamaan siihen, että saisi paketinsä illalla vaan se on jakelussa silloin kun se on. Ilta-aikaan yksityisasiakkaat ovat kyllä paremmin tavoitettavissa kotiosoitteistaan.

2.4 Noutopiste

Jokaisella kuriiriyrityksellä on noutopiste, mutta se sijaitsee kyseisen yrityksen tiloissa Vantaalla. Kaikilla suurimmilla yrityksillä nimittäin on terminaalit lentokentän välittömässä läheisyydessä logistiikan parantamiseksi.

Vantaan noutopiste ei palvele kunnolla muilla paikkakunnilla asuvia kun se ei välttämättä palvele edes kaikkia Vantaalaisiaakaan. Toki pendelöinnistä johtuen ulkopaikkakuntalaiset saattavat ajaa terminaalien ohi työmatkoiltaan, mutta tämäkään ei ole selviö.

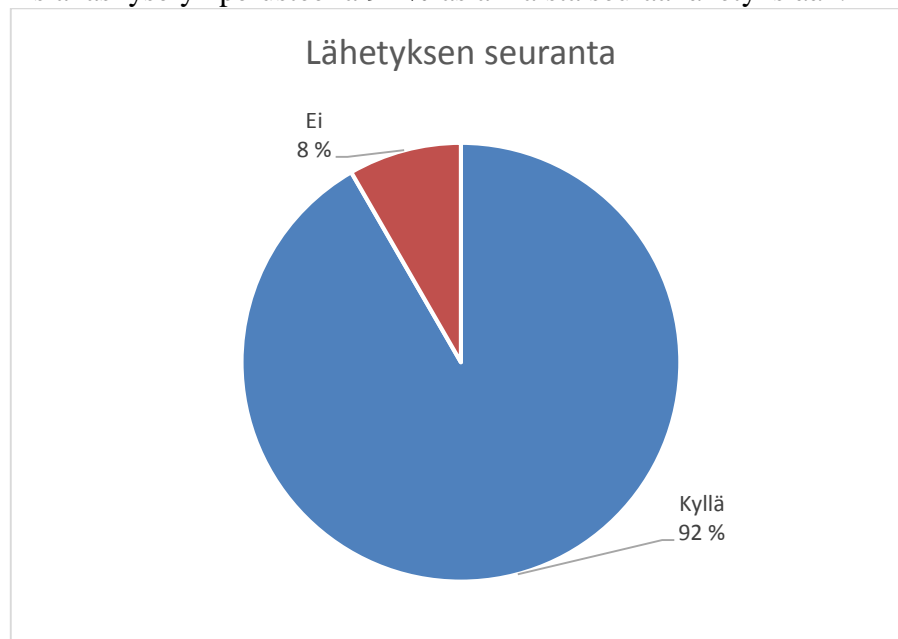
Noutopisteitä saattaa joillain yrityksillä olla myös joissain muissakin kaupungeissa missä sijaitsee yrityksen yhteistyökumppanin terminaali, mutta niitäkään ei ole kovin useita.

2.5 Asiakastyytyväisyyskysely

Asiakastyytyväisyyskyselyillä saataisiin hieman tietoa siitä, että mitä asiakkaat ovat mieltä yritysten toiminnasta ja mitä parannettavaa siinä olisi. Tällaisia kyselyitä saatetaan tehdä, mutta silloinkin ne suuntautuvat yritysasiakkaisiin eivätkä yksityisasiakkaisiin. Asiakastyytyväisyyskyselyn toteuttaminen vaatii aikaa ja rahaa. Kyselyn toteuttaminen toki onnistuu siten, että kysely jaetaan asiakkaalle paketin yhteydessä, mutta kukaan asiakkaista ei suostu lähettämään kyselyn tulosta omalla kustannuksellaan yritykselle takaisin ja aikataulujen takia kyselyä ei voida toteuttaa kuljettajan läsnä ollessa ja siinä syntyisi myös ristiriitatilanne, koska tällöin kuljettaja pystyisi vaikuttamaan mahdollisesti kyselyn tuloksiin.

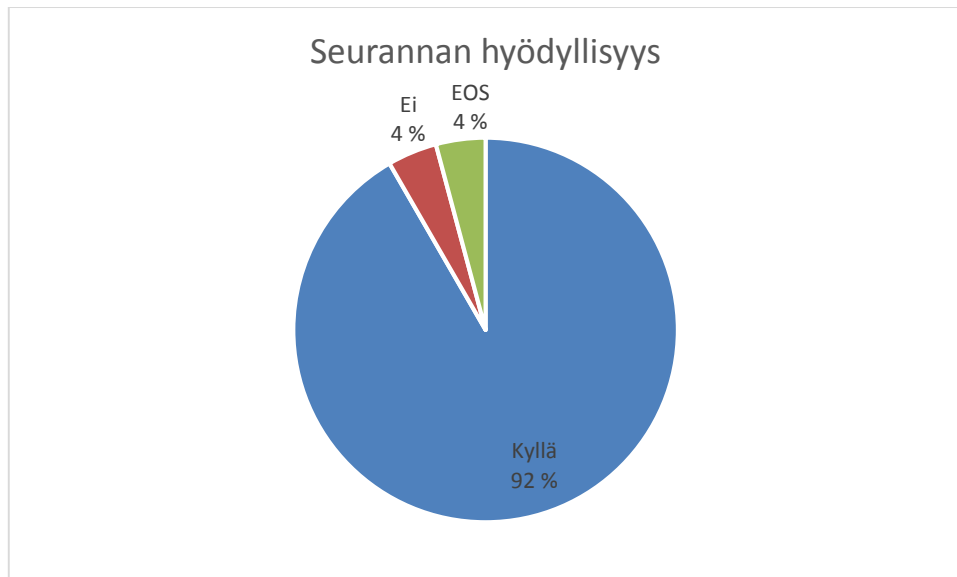
3 LAADUN PARANTAMINEN

Asiakaskyselyn perusteella 92 % asiakkaista seuraa lähetyksiään.



Kuva 8 Lähetysten seuraaminen

Kaikki lähetystään seuraavat asiakkaat kokevat sen hyödyllisenä. Seuranan hyötynä on mm. se, että asiakas saa tiedon milloin lähetys on toimituksessa. Ongelmalliseksi asian tekee se, että asiakas ei välttämättä saa seurantatunnusta lähettäjältä, jolloin lähetys tulee yllättäen.



Kuva 9 Seuranta koetaan hyödyllisenä

3.1 Puhelinnumerot lähetyksiin

Mikäli lähetyksissä olisi aina asiakkaan puhelinnumero niin asiakkaalle tiedottaminen lähetyksestä ja toimituksesta helpottuisi. Kuljettajien ei kuitenkaan ole pakko soittaa asiakkaalle, mikäli käytössä ei ole yrityksen liittymää. Työntekijää kun ei voi vaatia soittamaan työpuheluita omalla kustannuksellaan ja harva työntekijä soittaa työpuheluita omasta puhelimestaan vaikka monella ihmisellä onkin nykyään puhelupaketteja mihin sisältyy puhelut normaaleihin numeroihin. Tosin jos lähetyksessä olisi numerot näkyvissä niin niihin voisi soittaa tai lähettää viesti etukäteen kun tiedetään lähetyksen saapumisesta.

3.2 Asiakasrekisteri

Nykyisellään millään yrityksellä ei ole rekisteriä asiakkaistaan muuta kun siinä tapauksessa, että asiakas lähettää yrityksen kautta lähetyksiä ja tarvitsee asiakasnumeron. Asiakasrekisteri ei kata lainkaan saapuvia lähetyksiä, tästä syystä ei voida ennalta ilmoittaa kuljettajalle asiakkaan tietoja ja sitä kautta laatu ei ole välttämättä sillä tasolla mihin asiakkaat ovat nykyisellään tottuneita. Laatu saattaisi ehkä pystyä parantamaan asiakasrekisterin avulla mihin kerätään saapuvista lähetyksistä tietoja. Rekisteriin kirjattaisiin kaikki asiakkaan tiedot mm. osoite, puhelinnumero, mahdollinen ovikoodi ja mahdollinen valtakirja. Näiden tietojen säilyttäminen ei ole aivan ongelmaton. Rekisterin ylläpitäminen edellyttää sitä, että rekisteriin ei pääse kuka tahansa käsiksi. Rekisterinpitäjän on myös laadittava rekisteriselosteet ja tietosuojaselosteet. (Suomen laki 1999) Myös asiakkaalla olisi oltava pääsy itseään koskeviin rekistereihin siten, että niitä voidaan muuttaa tarvittaessa. Esimerkiksi silloin kun asiakas muuttaa tai vaihtaa puhelinnumeroaan. Tai etenkin silloin jos hän haluaa poistaa tietonsa rekisteristä kokonaan. (Suomen laki 1999)

3.3 COD –lähetykset

COD (Cash On Delivery) –lähetys on melko harvoin ja ovatkin hyvin marginaalinen osuus koko lähetyksistä. Näissä tapauksissa asiakas joutuu maksamaan kuljettajalle käteisellä lähettäjän vaatiman summan. Summa pitää olla tasaraha, mikäli ei halua antaa kuljettajalle niin kutsuttua tippiä sillä kuljettajilla ei ole vaihtokassaa mukanaan eikä kortinlukulaitetta joka mahdollistaisi korttimaksamisen. Käteisen rahan hallussapito koko työpäivän lisää kuljettajien riskiä tulla ryöstetyksi ja samalla siitä aiheutuu asiakkaille ylimääräistä vaivaa.

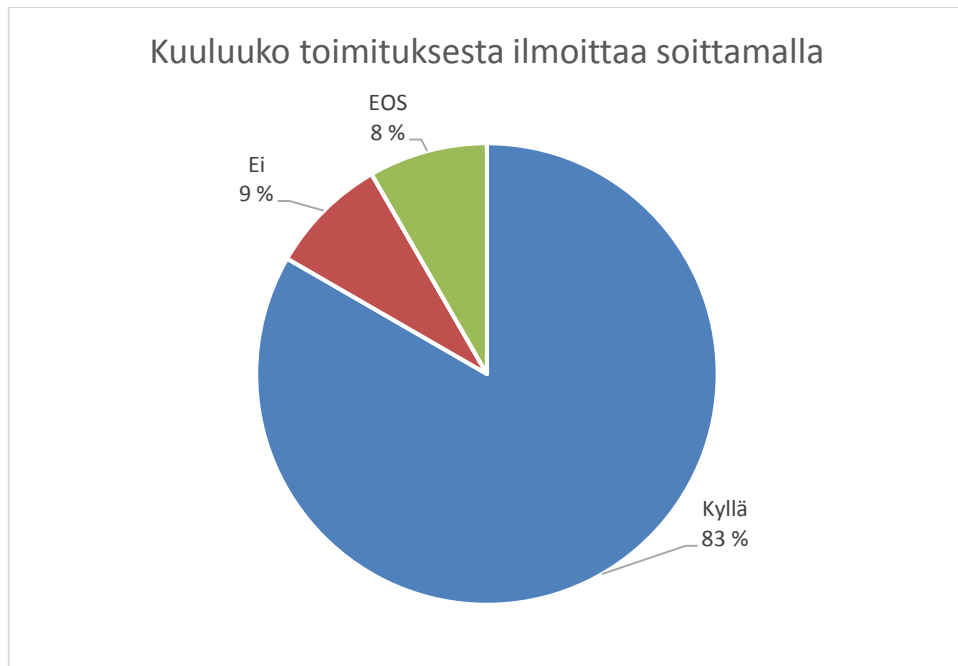
Korttimaksulaitteiden hankkiminen yritykseen mahdollistaisi sen, että asiakas pystyisi maksamaan lähetyksen kortilla joka säästäisi sekä kuljettajan aikaa että asiakkaan aikaa. Korttilaitteita ei tarvittaisi kuitenkaan kaikille kuljettajille vaan vain niille kenellä kulloinkin kyseisiä lähetyksiä on. Jokainen tarvitsija voisi aamulla ennen kierrokselle lähtöä ottaa mukaansa laitteen ja tarvittaessa sitä voidaan myös kierrättää kuljettajalta toiselle työpäivän aikana.

3.4 Puhelimet kuljettajille

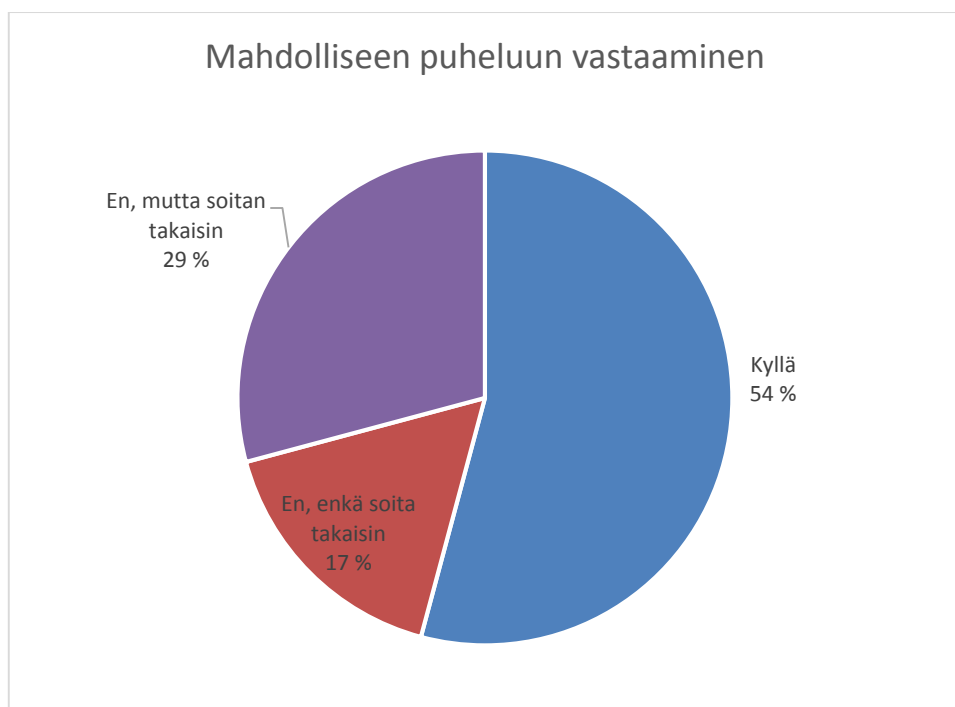
Kuten kohdassa 3.1 on mainittu, niin kaikki yritykset eivät tarjoa työntekijöilleen puhelimia joilla voisi asiakkaille soittaa ennen alueelle lähtöä tai vastaavasti alueella ollessa. Työnantajan tarjoaman puhelimen kustannukset maksaa työnantaja. Se, että onko työnantajan tarjoama puhelin sellainen mikä pitää jättää työpäivän päätteeksi työnantajan tiloihin vai sellainen minkä saa viedä kotiin ja mahdollisesti käyttää henkilökohtaisiin puheluihin on työnantajan ja työntekijän sovittavissa. Erona tapauksissa on se, että mikäli työntekijä saa viedä puhelimen kotiin se saattaa muuttua verotettavaksi palkaksi riippuen käytön määrästä. (Verohallinto 2015)

Paras ratkaisu olisi pitää kyseinen puhelin työpaikalla jolloin se on sairaustapauksissa myös tuuraajan käytössä.

Kyselystä selvisi, että 83 % asiakkaista on sitä mieltä, että kuljettajan kuuluu soittaa ennen toimitusta, kuten kuvasta 8 voidaan nähdä. Toisaalta kuvasta 11 taas sitten ilmenee, että vain 54 % asiakkaista vastaa tuntemattomiin puheluihin ja jopa 17 % asiakkaista ei edes soittaisi takaisin.



Kuva 10 Toimituksesta soittaminen



Kuva 11 Puheluun vastaaminen

3.5 Asiakaspalvelun parantaminen

Jokainen yritys tarvitsee toimiakseen asiakkaita, mutta huonolla asiakaspalvelulla asiakkaita saatetaan menettää. Hyvä asiakaspalvelu saa todennäköisemmin pidettyä asiakkaat yrityksen asiakkaina.

Asiakaspalveluna pidetään kuljettajan toimintaa asiakasta kohtaa sekä yrityksen puhelin-, Internet- tai henkilökohtaistapalvelua. Asiakaspalvelun on

tärkeää saada asiakas pidettyä mahdollisimman tyytyväisenä jotta se jatkossakin käyttää yrityksen palveluita. Täysin tyytyväisinä ei kaikkia asiakkaita pysty pitämään.

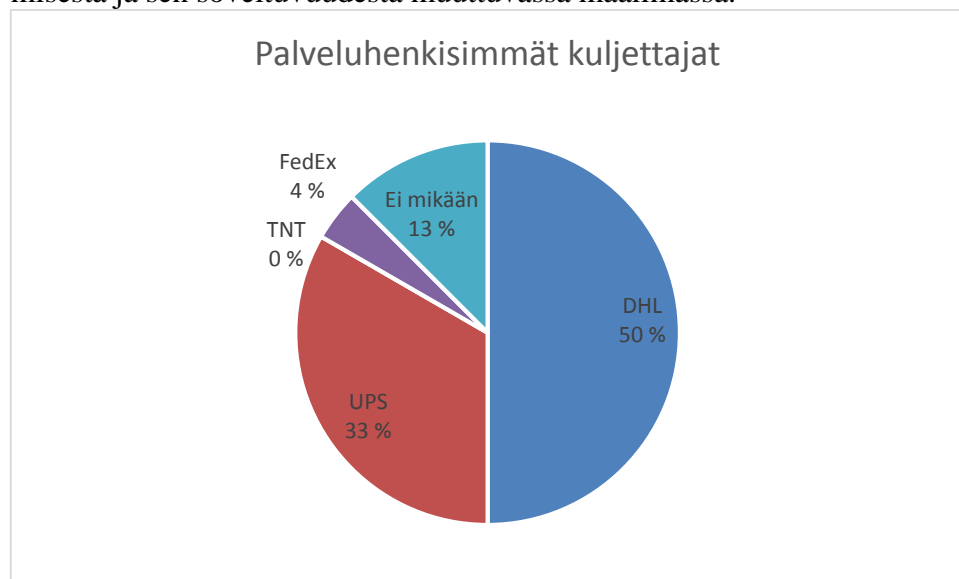
3.5.1 Kuljettaja

Kuljettaja on se ensimmäinen asiakaspalvelija jonka asiakas kohtaa. Tästä syystä yritykset edellyttävät kuljettajiltaan tietynlaista pukeutumista ja ulkoasua. Pukeutuminen on helppo järjestää työnantajan tarjoamien vaatteiden ansiosta, mutta työntekijöiden ulkonäköön tai vastaavaan puuttuminen ei ole niin helppoa. Yrityksen imagon takia on tärkeää, että kuljettajat olisivat kaikki siistejä ja asianmukaisesti puettuja.

Monet asiakkaat ovat sitä mieltä, että siisti ulkonäkö on tärkeää ja tähän monet työnantajat myös vetoavat, mutta tässä kohdassa on tärkeää, että työnantaja ei riko tasa-arvolakia määrätessään työntekijöidensä ulkonäköä. (Tasa-arvovaltuutettu 2011)

Kuljettajan käyttäytyminen on kuitenkin kaikista tärkein asiakaspalveluelementti asiakasta kohtaan. Asiakkaat saattavat muodostaa kuljettajan käytöksen ja ulkoisen habituksen perusteella kuvan koko yrityksestä.

Mikäli tähän kuljettajan luomaan asiakaspalvelutilanteeseen halutaan parannusta, se pitää lähteä yrityksen sisäisestä koulutuksesta sekä perehdyttämisestä ja sen soveltuvuudesta muuttuvassa maailmassa.

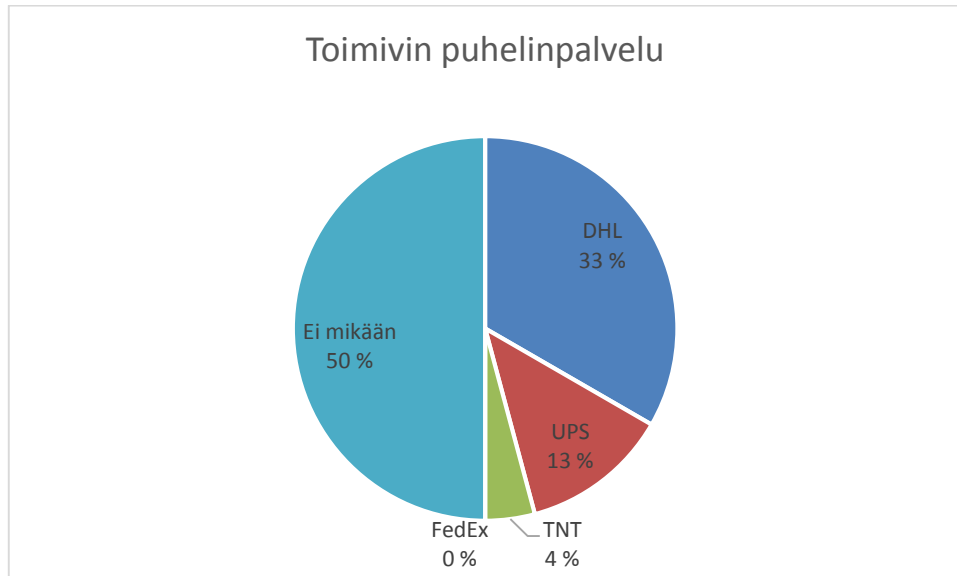


Kuva 12 Paalveluhenkisimpiä kuljettajia asiakkaiden mielestä

3.5.2 Puhelinpalvelu

Verkkopalvelun ohella puhelimesta tapahtuvat asiakaspalvelutilanteet ovat kasvottomia ja saattavat siksi olla myös asiakkaille vähemmän houkutteleva vaihtoehto hoitaa asioita vaikkakin se olisi nopea vaihtoehto. Toki puhelinpalvelu ei ole niin kasvoton kuin Internetpalvelu, koska siinä kuitenkin asia-

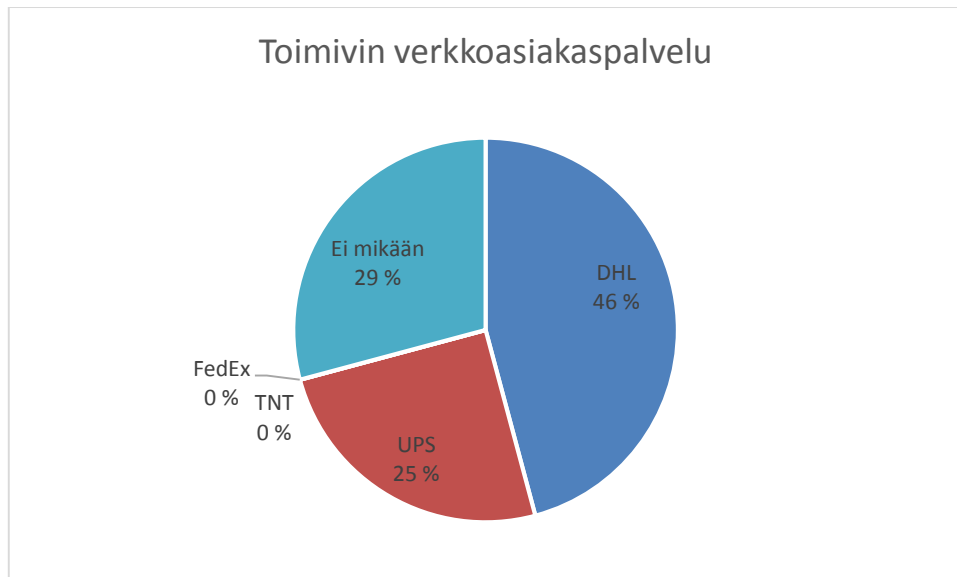
kas saa puhua oikean ihmisen kanssa. Puhelimessa tapahtuva asiakaspalvelu on myös asiakaspalvelijalle haastava tilanne, sillä asiakas saattaa olla tunnetilaltaan esim. vihainen tai ärtynyt. Tällöin asiakaspalvelijan pitää pystyä tunnistamaan asiakkaan tunnetilat ja reagoimaan sen mukaisesti eikä vain robottimaisesti toimia ohjeiden mukaan. Asiakaspalvelijoiden koulutusta käsitellään enemmän kohdassa 3.5.6, mutta on tärkeää, että asiakaspalvelija ymmärtää nopeasti sen mitä asiakkaalla on asiaa ja osaa toimia sen mukaisesti.



Kuva 13 Puhelinpalvelun toimivuus

3.5.3 Internetpalvelu

Kaikista asiakaspalvelun muodoista Internetissä tapahtuva asiakaspalvelu on se kasvottomin ja sieltä saatava tieto suppeaa ja saattaa olla vaikeasti löydettävissä. Tämän parantamiseksi pitäisi pystyä tekemään sivustoja joilta asiakas löytää tarvitsemansa tiedon heti ja nopeasti eikä asiakkaan tarvitse etsiä tietoa monien eri linkkien takaa. Nyky-yhteiskunnassa nopea tiedonsaanti ja tiedon löytäminen on ihmiselle tärkeää.



Kuva 14 Verkkopalvelun toimivuus

3.5.4 Henkilökohtainen palvelu

Tässä yhteydessä henkilökohtaisella palvelulla tarkoitetaan asiakaspalvelupisteessä tapahtuvaa palvelutilannetta. Tällaiseen tilanteeseen yleensä päädytään kun asiakas tulee hakemaan lähetystään noutopisteestä tai vastaavasti tuo lähetysten asiakaspalvelupisteeseen. Nämä tilanteet saattavat olla myös vaarallisia tilanteita mikäli tiskille tuleva asiakas on aggressiivinen. Aggressiivisuus saattaa johtua useista eri syistä. Asiakaspalvelijan on osattava suhtautua jokaiseen ihmiseen ja tilanteeseen sopivalla tavalla. Palvelupisteessä voisi myös mahdollisesti olla vartija auttamassa jos tilanne eskaloituu vaaralliseksi, mutta se taas aiheuttaa yritykselle lisää kuluja.

3.5.5 Asiakaspalvelun sijainti

Henkilökohtaisesti tapahtuva asiakaspalvelu tapahtuu yrityksen päätoimipisteessä tai jos yrityksellä on noutopisteitä myös muualla niin myös siellä. Puhelimessa tapahtuva asiakaspalvelu voi sijaita lähestulkoon missä tahansa. Se voi olla muussa maassa tai se voi olla ostopalvelu joltain toiselta yritykseltä. Mikäli se tapahtuu muussa maassa, pitää varmistua siitä, että sinne soittaminen ei aiheuta asiakkaalle yllättäviä kuluja ja siitä, että siellä on riittävästi kielitaitoista väkeä. Monet yritykset tarjoavat kyllä ympäri-vuorokautista asiakaspalvelua, mutta tietyn kellonajan jälkeen puhelimeen ei vastata kuin englanniksi johtuen keskitetystä asiakaspalvelusta. Tämä aiheuttaa ongelmia kielitaidottomille henkilöille kun he eivät osaa hoitaa asioitaan. Tästä syystä olisi tärkeää, että yritykset myös palvelisivat asiakkaitaan kohdemaan äidinkielellä/äidinkiellillä sekä kansainvälisesti englannilla, tässä tapauksessa suomeksi, ruotsiksi tai englanniksi, asiakkaan oman kielitaidon mukaan kellonajasta riippumatta. Se edellyttäisi sitä, että puhelinpalvelu sijaitaisi kohdemaassa, mutta sen ei välttämättä tarvitsisi sijaita siellä missä muu osa yrityksestä.

3.5.6 Asiakaspalvelun koulutus

Asiakaspalvelu ei ole niin helppoa kuin monet luulevat. Asiakaspalvelijan on osattava tunnistaa ihmisten tunnetilat ja mielialat ja suhteuttaa toimintansa niiden mukaan. Asiakaspalvelun koulutuksessa pitäisi perehtyä ihmisten toimintaan ja siihen vastaamiseen. Koulutuksessa pitäisi myös pystyä huomioimaan kuljettajien reitit ja miten he siellä ajavat. Tämä tosin on ehkä enemmän yrityksen sisäistä kouluttamista ja perehdyttämistä kuin yleistä toimintaa. Kielitaidon kehittäminen on myös tärkeää, sillä varsinkin nyky-yhteiskunta on monikansallista ja sitä kautta englanninkielen taito on oltava hyvää. Pääasiallisesti tosin kohdemaassa puhutaan kohdemaan äidinkieltä joten se on myös oltava asiakaspalvelijan äidinkieli. Huonolla äidinkielellä saatu palvelu vaikuttaa myös asiakkaan mielipiteeseen yrityksestä.

Perehdyttäminen toimeen pitää myös tehdä kunnolla ja asiakaspalvelu ei saa luvata asiakkaalle mitään mitä sitten ei pystytä pitämään sillä se taas vaikuttaa asiakkaan mielipiteeseen.

4 ONGELMIEN RATKAISEMINEN

Ongelmien ratkaiseminen vaatii rahaa ja tahtoa tehdä asioille jotain. Se, että yritysten hallintomalli saattaa olla liian hierarkkinen aiheuttaa sen, että pienen yksikön mahdollisuudet tehdä asioille jotain on hyvin rajoitetut.

4.1 Noutopisteongelma

Kohdassa 2.4 mainittuihin ongelmiin yhtenä ratkaisuna voisi olla isojen kuriiriyriyten yhteistyö ja sitä kautta uusien noutopisteiden luominen isommaksi verkostoksi Postin pakettiautomaattien tapaan. Kyseisen verkoston luominen aiheuttaa kuluja yrityksille, mutta parantaa asiakkaiden mahdollisuuksia saada lähetyksensä paremmin ja nopeammin. Ison noutopisteverkoston luominen ei myöskään tapahdu nopeasti. Yhteistyön avulla kustannuksia pystytään jakamaan ja turhat toimitusyriytkset jää pois. Jos noutopisteiden verkoston luominen aiheuttaa kuluja niin säästöjä yrityksille taas tulee turhien ajokilometrien poistumisella.

Taulukossa 2 on esimerkki polttoainekustannuksista mitä aiheutuu yrityksille. Taulukosta voidaan nähdä, että jokaista 100 kilometriä kohden tulee n. 11 eurosta 28 euroon ylimääräisiä kuluja polttoaineen osalta. Tähän päälle tulee työntekijöiden palkat ylimääräisistä ajoista ja auton muu kuluminen. Oletetaan, että 100 kilometriä ylimääräistä vie kuljettajalta 2 tuntia työaikaa niin mikäli kuljettajan palkka on välillä 2000-3000 euroa niin tuntikustannus on 12,5 – 18,75 euroa. Auton kulumista ei huomioida esimerkiksi sen tarkemmin. Esimerkin laskelmilla jokainen 100 kilometriä maksaa n. 36 eurosta n. 65 euroon. Jos yritys pystyy säästämään tällä keinolla kaikkiaan esimerkiksi 1000 kilometriä kuukaudessa, niin vuodessa säästetään 12000 kilometriä. Laskennallisesti se tekisi säästöjä n. 4300 eurosta n. 8000 euroon vuodessa yhtä autoa kohden. Oletetaan, että jokainen 4 isosta kuljetusyriytksestä saa saman säästön vuodessa niin yhteensä säästö on n. 17500 eurosta n. 32000 euroon.

Taulukko 2. Esimerkki polttoainekustannuksista

		Kustannukset / 100 km			
Auton kulutus l/100 km		9	12	15	20
Polttoaineen hinta €	1,25	11,25	15	18,75	25
	1,3	11,7	15,6	19,5	26
	1,35	12,15	16,2	20,25	27
	1,4	12,6	16,8	21	28

Kokonaissäästö riippuu tietenkin yrityksen autojen määrästä, kulutuksesta ja palkasta mitä noutopisteellä voidaan saavuttaa.

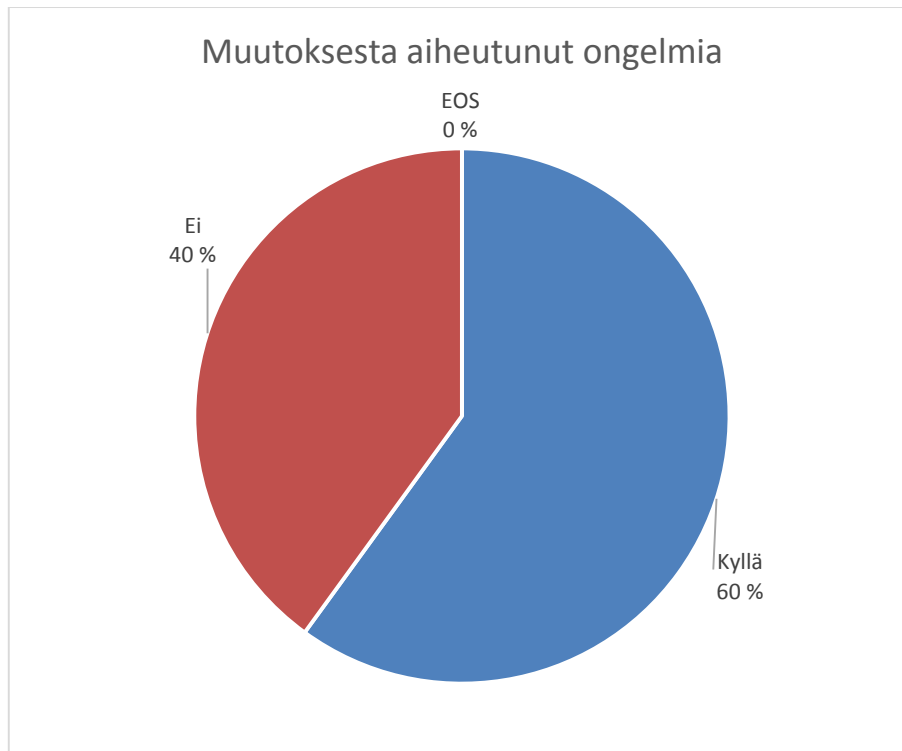
Kyselyn perusteella asiakkaat ovat valmiita noutamaan lähetyksiään melko hyvin. Vain noin 17 % vastanneista ei olisi valmis noutamaan lähetystään itse. Etäisyyskään ei saisi kasvaa asiakkaan ja yrityksen välillä kovin pitkäksi. Kyselyyn vastanneista n. 8 %:ia olisi valmis noutamaan lähetyksensä yli 20 kilometrin, mutta alle 30 kilometrin päästä. Yli 30 kilometrin päästä ei kyselyn mukaan ole noutohalukkuutta. Tästä johtuen noutopisteiden etäisyys toisistaan saisi olla vain noin 40 kilometriä jolloin asiakas saisi itse päättää mitä noutopistettä hän käyttäisi.

4.2 Aikatauluongelmat

Kohdissa 2.3.1 ja 2.3.2 mainitut toimitusajat niiden ongelmien ratkaiseminen ei vaadi varsinaisesti uusien kiinteistöjen hankintaa eikä yhteistyötä muiden yritysten kanssa. Työaikajärjestelyillä päästään aikatauluongelmista lähes kokonaan eroon. Oletettavasti yksityishenkilöt ovat töissä 8-17 välisenä aikana. Yritysten jakeluaikoina tarvitaan pääosa työntekijöistä. Yksityishenkilöille voitaisiin lanseerata oma palvelumuoto eli toimitukset tapahtuvat 16–21 välillä, mikäli asiakas ei muuta ilmoita. Tämä ei tietenkään ratkaise kaikkia toimitusongelmia, mutta parantaa mahdollisuutta saada lähetykset perille heti ensimmäisellä yrityskerralla. Ongelmia aiheuttaa jakeluajasta riippumatta kohdissa 2.2.2 - 2.2.6 mainitut ongelmat.

4.3 Uudelleen reitityksen ongelmat

Kohdassa 2.2.7 mainituissa tapauksissa ongelmien ratkaiseminen vaatii erilaisten tietojärjestelmien yhteensovittamista varsinkin tapauksissa missä lähetys siirtyy Postin toimitettavaksi. Aina asiakas ei edes välttämättä tiedä onko hänen toimituksensa vaihtunut toisen toimittajan tai yrityksen toimitettavaksi. Kuten kuvasta 15 nähdään, niin jopa 60 prosenttia asiakkaista on kokenut muutoksen aiheuttavan ongelmia toimitukseen.

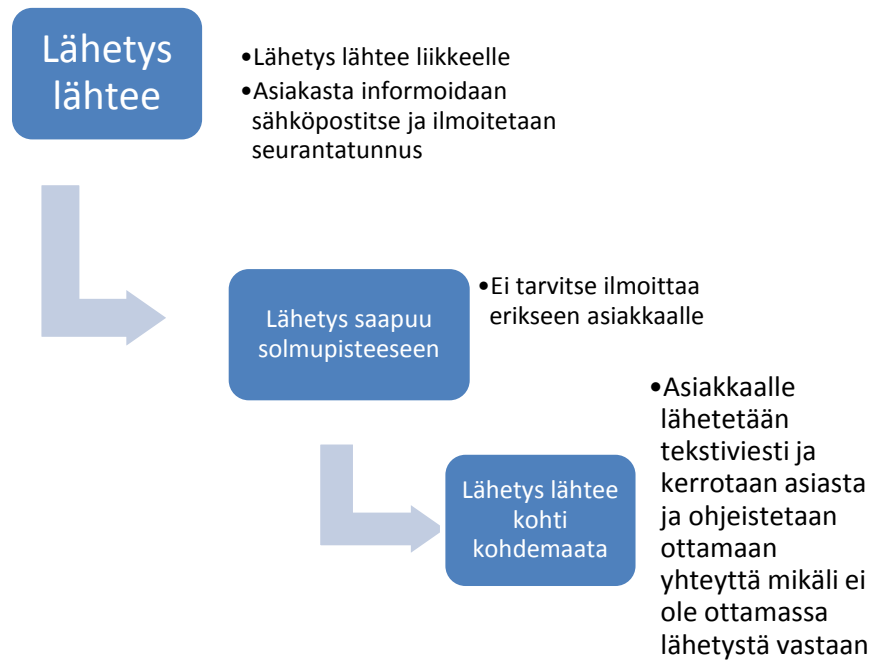


Kuva 15 Ongelmien muodostuminen

Uudelleenreititys ei saisi aiheuttaa asiakkaalle liikaa vaivaa eikä vaikuttaa lähetyksen alkuperäiseen toimitusaikatauluun. Monesti asiakkaat tilaavat lähetyksensä tietyllä kuljetusmuodolla ihan syystä ja ovat maksaneet siitä. Se on eri asia jos asiakas itse haluaa muuttaa lähetyksensä osoitteen, mutta jos se muuttuu asiakkaan tietämättä ei ole hyväksyttävää.

4.4 Lähetyksen saapumisesta ilmoittaminen

Nykyisellään olisi teknisesti mahdollista vaikka ilmoittaa asiakkaalle tekstiviestitse kun lähetys on saapumassa maahan. Tämä tosin edellyttää sen, että jokaisessa lähetyksessä on aina puhelinnumero yrityksen järjestelmissä.



Kuva 16 Asiakkaalle ilmoittaminen

Kuvassa 16 on kuvattuna mahdollinen ratkaisukeino ilmoittaa asiakkaalle ajoissa lähetyksen saapumisesta. Kuva tosin on hyvin yksinkertainen ja sisältää todellisuudessa useita tasoja riippuen lähetyksen solmukohdista missä lähetyksiä käsitellään. Harvoin lähetys siirtyy vain yhden pisteen kautta suoraan toiseen maahan.

4.5 Lukitut ovet

Kuriiriyrityksillä ei ole samaa mahdollisuutta käyttää yleisavaimia tai ovikoodilistoja kuin postilla. Tähän asiaan voisi olla mahdollista puuttua, mutta se vaatisi lakimuutoksen. Postilla on kuitenkin laillinen velvollisuus toimittaa lähetykset perille. Postilain 1 luvun 1§:n mukaan lain tarkoituksena on turvata postipalveluiden ja erityisesti yleispalvelun saatavuus tasapuolisin ehdoin koko maassa. Lakia ei sovelleta mm. kirjelähetysten kuriiripalveluun tai postipaketteihin, jotka eivät kuulu yleispalveluun. (Postilaki 2011)

Tämän lain nojalla postilla on eri oikeudet viedä postilähetykset perille kuin kuriiriyrityksillä. Postilakia tuskin pystyy muuttamaan, mutta sen muutoksella kuriiriyrityksille voitaisiin mahdollistaa samat oikeudet kuin postilla jolloin lähetysten perillemeno helpottuisi, ainakin siltä osin, että asiakas saa varmemmin tiedon lähetyksestään.

4.6 Huumelähetykset

Huumeähetysten liikkumisen estäminen toteutetaan yhdessä kuriiriyritysten ja tullin kanssa. Tulli käy yleensä päivittäin kaikki kuriiriyritysten tilat huumekoirien kanssa läpi ja jokainen lähetys yleensä läpivalaistaan lähtö-

maassa ennen kuin se siirtyy eteenpäin. Tulli toki käy läpi myös postilähetystä, mutta niissä Suomeen tulevat määrät ovat niin paljon suurempia kuin kuriirytyksillä joten valitettavasti kaikkia aineita ei pystytä havaitsemaan ja pysäyttämään.

Kuriirytyksien työntekijöiden koulutusta olisi myös syytä lisätä jotta työntekijä voisi oppia myös itse tunnistamaan epäilemää lähetystä. Myös asiakkaan kohtaamiseen pitäisi saada koulutusta ja ohjausta sillä mahdollisesti agresiivisen asiakkaan kohtaaminen on vaarallista. Jokaisella yrityksellä toki on ohjeistus miten uhkaavissa tilanteissa tai jopa ryöstötilanteissa tulisi toimia.

5 YHTEISTYÖKUMPPANIT

Jokainen iso kuriiryitys käyttää alihankintaa ja muita yhteistyökumppaneita toiminnassaan. Se helpottaa sekä pienempää kumppaniyritystä että isompia yrityksiä. Vaikkakin se saattaa johtaa siihen, että isot yritykset koittavat polkea hintoja alas. Monelle syrjäseutujen pienille kuljetusyrityksille tällaisen ison kuriirytyksen alihankintasopimus saattaa jopa olla elinehto. Monia harvaanasuttuja alueita ei tosin kannata ajattaa muuta kuin postin välityksellä. Monet paikalliset kuljetusyritykset saattavat toimia myös muidenkin kuriirytyksien alihankkijoina. Esimerkiksi UPS käyttää Itä-Suomessa alihankkijana erästä tiettyä yritystä. Sama yritys ajaa myös TNT:n ja DHL:n lähetystä.

Yhteistyö- ja alihankintasopimukset ovat yrityssalaisuuksia ja niitä ei yleensä tiedä kuin yritykset itse.

6 YRITYSASIAKKAAT

Yritykset ovat auki yleensä ihan normaalisti kuriirytyksien aukioloaikoina joten niiden palveluun tai aikatauluihin ei tarvitse tässä työssä puuttua. Yritykset tosin seuraavat lähetystään useammin kuin yksityiset henkilöt. Joillakin yrityksillä toki on normaaleista aukioloajoista poikkeavia aukioloaikoja, mutta se on hyvin marginaalista eikä yleensä aiheuta suurempia toimenpiteitä. Toistaiseksi yritysasiakkaita on vielä enemmän kuin yksityisasiakkaita. Tämä tosin saattaa muuttua tulevaisuudessa. Yrityksillä on halutessaan myös helpompaa muuttaa lähetystensä toimitusosoitetta kuin yksityishenkilöillä.

LÄHTEET

DHL. 2014. ”DHL Annual Report 2014.”

FedEx. 2014. ”FedEx Annual Report 2014.”

FedEx kuljetusehdot. 2013. *FedEx kuljetusehdot*. 6. Haettu 6 2015.
<http://www.fedex.com/fi/services/terms/>.

Postilaki. 2011. *Postilaki*. 29. 4. Haettu 15. 6 2015.
<http://finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2011/20110415>.

Suomen laki. 1999. *Ajantasainen lainsäädäntö*.
<http://finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990523>.

Suomen laki. 1999. *Henkilötietolaki §24* .
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990523#L6P24>.

Tasa-arvoaltuutettu. 2011. 2. 9.
<http://www.tasa-arvo.fi/-/yrityksen-asettama-miesten-pitkia-hiuksia-koskeva-kielto-ei-ole-tasa-arvolain-mukainen-tas-126-2011->.

Tilastokeskus. 2013. *Verkkokaupan kasvu hidastui*. Haettu 12 2013.
http://www.stat.fi/til/sutivi/2013/sutivi_2013_2013-11-07_kat_003_fi.html.

TNS . 2015. ”Verkkokauppatilasto 2014.”
TNS. 2014. *Verkkokauppatilasto 2013.pdf*.

TNT kuljetusehdot. 2012. *TNT kuljetusehdot (englanniksi)*. 1. Haettu 6 2015.
http://www.tnt.com/express/fi_fi/site/terms_and_conditions.html.

TNT. 2014. ”TNT Annual Report 2014.”

UPS. 2014. ”UPS Annual Report 2014.”

UPS Kuljetusehdot. 2014. *UPS kuljetusehdot*. 29. 12. Haettu 6 2015.
<http://www.ups.com/content/fi/fi/resources/ship/terms/shipping/index.html?WT.svl=Footer>.

Verohallinto. 2015. *Puhelinetu*. 28. Tammikuu. http://www.vero.fi/fi-FI/Syventavat_veroohjeet/Ennakkoperinta/Tyonantajat/Luontoisedut/Luontoisedut%289980%29#Puhelinetu1.

KYSELYTUTKIMUS

Käytätkö kuriiriyriytysten palveluja?

Kyllä

En

En tiedä

Mikä seuraavista isoista kuriiriyrityksistä toimii mielestäsi parhaiten?

FedEx

DHL

UPS

TNT

Ei mikään mainituista

Miksi valitsemasi yritys toimii mielestäsi parhaiten?

Millä seuraavista on mielestäsi toimivin asiakaspalvelu?

FedEx

DHL

UPS

TNT

Ei mikään mainituista

Miksi?

Millä yrityksellä on toimivin puhelinpalvelu?

UPS

DHL

TNT

FedEx

Ei mikään mainituista

Miksi?

Millä yrityksellä Internet-sivut ovat toimivimmat?

DHL

FedEx

UPS

TNT

Ei mikään mainituista

Miksi?

Millä yrityksellä on palveluhenkisimmät kuljettajat?

TNT

UPS

FedEx

DHL

Ei mikään mainituista

Miksi?

Mikä on ratkaisevin tekijä valitessasi tavarantoimittajaa?

Hinta

Sujuvuus

Noutomahdollisuus

Nopeus

Suosituksset

Ei mikään mainituista

Mikä?

Seuraatko lähetystäsi reaaliaikaisesti?

Kyllä

En

En ole saanut seurantanumeroa

Oletko vaihtanut toimitusosoitteen esim, kotiosoitteesta työpaikalle?

Kyllä

En

En osaa sanoa

Onnistuiko osoitteenmuutos helposti?

Kyllä

Ei

En osaa sanoa

Mikä onnistui/ei onnistunut?

Onko seuranta ollut toimivaa ja oletko kokenut sen hyödylliseksi?

Kyllä

En

En osaa sanoa

Vastaatko aina kun puhelin soi?

Kyllä

En, enkä soita takaisin

En, mutta soitan takasin kun ehdin

Kuuluuko kuljettajan mielestäsi soittaa ennen toimitusta?

Kyllä

Ei

En osaa sanoa

Oletko tilannut verkkokaupoista jotain sellaista mikä pitää maksaa toimituksen yhteydessä?

Kyllä

En

En tietoisesti

Onko lähetyksen maksaminen mielestäsi helppoa?

Kyllä

Ei

En osaa sanoa

Mitä maksutapoja olet kuriiriryityksillä tavannut?

Korttimaksaminen

Käteismaksu

Tilisiirto

Mobiilimaksaminen

Onko lähetyksen toimittaja vaihtunut kesken toimitusketjun?

Kyllä

Ei

En tiedä

Onko tästä vaihdoksesta aiheutunut ongelmia? Kysymys esitetään (vain kyllä vastanneille)

Kyllä

Ei

En tiedä

Mitä ongelmia on aiheutunut?

Mitä seuraavista suosittelisit?

DHL

TNT
UPS
FedEx

Miksi?

Kuinka kaukaa olisit valmis noutamaan pakettisi yrityksen tiloista?

Alle 5 km

5-9 km

10-14 km

15-19 km

20-24 km

25-30 km

yli 50 km

En olisi valmis hakemaan lainkaan. Olen maksanut kuljetuksesta ovelle niin tulkoon tuomaan sen tänne!

Muuta kommentoitavaa