

osto&logistiikka

Erikoislehti logistiikan ja hankinnan ammattilaisille

Teema: Verkkokauppa

6.2021

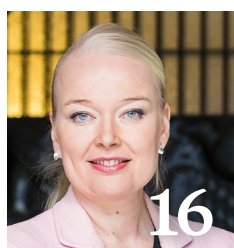
Leanware/SCM

Oston pelikenttä digitalisoituu:
edelläkävijät osaavat ennakoida



Mitä konkreettista hyötyä oston ohjaukseen
ja toimitusketjun hallintaan kehitetystä
ohjelmistosta on?

Lue lisää sivuilta 34-35.



"Fit for 55:een
saatava
muutoksia"
Tiina Tuurnala



"Asiakas-
kokemusta
määrittelee siihen
käytetty aika"
Belinda Gerdt

Uudistunut **TRAIGO⁸⁰**



TOYOTA

MATERIAL HANDLING

Tutustu uuteen Traigo80 sähkökäyttöiseen vastapainotrukkiin
osoitteessa toyota-forklifts.fi

Uusi ohjaamo

Uusi täysin kumityynyjen varassa oleva ohjaamo suojaa kuljettajaa melulta ja tärinältä ja tarjoaa miellyttävän ajokokemuksen.



Uusi kuljettajan tila

Ergonominen kuljettajan tila uudistetulla käsinojalla. Valittavissa useita ohjausvaihtoehtoja.

Älykkäät litiumioniakkupaketit

Saavuta maksimaalinen energiatehokkuus ja minimoi hiilidioksidipäästöt.



Intuitiivinen värikosketusnäyttö

Suuri värikosketusnäyttö tarjoaa kuljettajalle helppokäyttöisen käyttöliittymän



”Kuka ei halua olla vielä parempi, ei enää ole hyvä.”
– Seneca

LBS

LEADERS’
BUSINESS
SCHOOL

–Since 1988–

Kun digitalisaatio kiihdyttää muutosnopeuden nelinkertaiseksi (MIT) ja muutoshankkeista vain 22 prosenttia saavuttaa tavoitteensa (Harvard), ei ole ihme, että toimitusjohtajien uran kesto on puolittunut (Harvard). Luotu menestys kestää vain puolet siitä ajasta, mitä se ennen kesti. Edes oikea strategia ei yksin auta, sillä 70 prosenttia johtajien potkuista johtuu siitä, että ”hän ei saanut strategiaa toteutettua” (IMD).

Nykyisessä toimintaympäristössä vaaditaan toimintatestattuja malleja, työkaluja ja osaamista, joka auttaa johtajaa tositilanteissa. **Leaders’ Business School** ei ole johtamisen peruskoulu. Se on rakennettu urallaan jo kokeneelle johtajalle, päällikölle, esihenkilölle, joka haluaa tehdä nopean ja ketterän vaikuttavuusloikan vastuualueellaan - ja samalla omalla urallaan.

TIEDÄTKÖ, MITÄ SINUN TULISI TIETÄÄ?
Tutustu Leaders’ Business Schoolin ainutlaatuisiin mahdollisuuksiin.

➤ Lataa uusi LBS:n 16-sivuinen esite
<https://viagroup.fi/lbs>

➤ Ilmoittaudu inspiroivaan LBS Power Briefin
16.12. klo 8.15-9.45
<https://viagroup.fi/lbs-brief>

osto&logistiikka

Erikoislehti logistiikan ja hankinnan ammattilaisille

Teema: Verkkokauppa

6.2021

LOGYn
jäsenosio
SIVUT 54-59

**ASIAKASKOKEMUS
OHJAA VERKKOKAUPAN
ASIAKASVIRTOJA**

SIVU 20

**RUOAN
VERKKOKAUPAN
VAUHTI VAIN KIIHTYY**

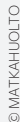
SIVU 26

**AUTOJEN TIE
SUOMEEN KULKEE
HANGON KAUTTA**

SIVU 36

**NORDIC LIGHTSIN TOMAS SKOTT
KERTOO, MITEN TEHDÄÄN**

ONNISTUNUT VARASTOUUDISTUS



Copyright © 2014 Pearson Education, Inc. or its affiliate(s). All rights reserved.



RUOAN VERKKOKAUPPA



AUTOJEN LOGISTIIKKA

© MIPANIDA I LITWAPOT

VARASTOUUDISTUS

LOGY

Osto&Logistiikka on Suomen Osto- ja Logistiikkayhdistys
LOGY ry:n julkaisema ammattilehti logistiikan ja hankin-
nan ammattilaisille. 24. vuosikerta
ISSN 2341-7374 (painettu) ISSN 2341-7382 (verkko)

TOIMITUS JA ULKOASU: Sisio sisältötoimisto Oy,
Ilmari Tuomivaara, ilmari@sisio.fi

JULKAISIJA: Suomen Osto- ja Logistiikkayhdistys
LOGY ry, Ratamestarinkatu 7 A, 00520 Helsinki

SISÄLTÖ

Osto&Logistiikka 6/2021

9
Pääkirjoitus
MARKKU HENTTINEN

10
Uutiset & ilmiöt

14
Aitiopaikalla
TIINA TUURNALA

18
Korona kiihdytti verkkokauppaa

20
Asiakaskokemus ohjaa verkkokaupan asiakasvirtoja

23
Data johtaa asia-arvon lähteille

26
Ruoan verkkokaupan vauhti vain kiihtyy

36
Autojen tie Suomeen kulkee Hangon kautta

44
Näin toteutettiin onnistunut automaattioratkaisu

51
Tutkimus: Vastuullisuus tie- liikenteen tavarankuljetustoiminnassa

54
LOGYn jäsensivut

56
Uratarinoita
RASEL KHAN

Katso jäsenedut
www.logy.fi

TILAUKSET JA OSOITTEENMUUTOKSET:

Marja Vuori, 044 336 7083, yhdistys@logy.fi.
LOGY ry:n täyden henkilöjäsenmaksun tai yritys- ja yhteisöjäsenmaksun maksaneille lehti lähetetään

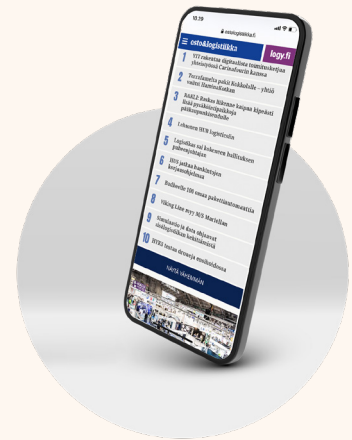
jäsenetuutena ilman eri veloituksia.
Vuosittilauksen hinta on 83 euroa (+alv).

JUTTUVINKIT JA TIEDOTTEET:

toimitus@ostologistiikka.fi

Marraskuun verkon luetuimmat

www.ostologistiikka.fi



- 1 Ahola Transportin Hans Ahola: "Avainsana päästövähennyksiin on digitalisaatio"
- 2 Hallitus ehdottaa tukea sähkökäyttöisen kuorma-auton hankintaan
- 3 Ari Soinola jää pois Nurminen Logisticsilta
- 4 Auramaan Turun investointi valmistuu ensi vuonna
- 5 Viking Line tilaa Elomaticilta virtausohjaimet M/S Viking XPRSiin

MAINOSTA JA MARKKINOI LOGYN VERKOSTOSSA

LOGYllä on n. 4800 jäsentä – suurin osa logistiikka- ja hankinta-alan ammattilaisia. Mukaan mahtuu myös suuri määrä yritysjohtoa. LOGYn kaikille avointa Osto&Logistiikka-sivustoa seuraa viikottain tuhansia aihepiireistä kiinnostunutta.

Haluatko tavoittaa hankinta- ja logistiikka-alan ammattilaiset ja päättäjät helposti kiinnostavissa yhteyksissä? Voit mm. mainostaa tässä lehdessä tai ostologistiikka.fi-uutissivustolla, saada monipuolista näkyvyyttä tapahtumakumppanina. Tutustu LOGYn tarjoamiin monipuolisiin vaihtoehtoihin verkkosivuillamme **logy.fi**.

Tilaa uutiskirje: www.ostologistiikka.fi

@ostologistiikka

[www.linkedin.com/ostologistiikka](https://www.linkedin.com/company/ostologistiikka)



LOGYn koulutukset

HANKINTA

- Oston peruskurssi alk. 15.2.
- Hintojen ja kustannusten analysointi alk. 8.3.
- Hankintojen taloudellinen ohjaaminen 17.3.
- Oston sopimukset ja lakiasiat 21.-22.3.
- Kategoriajohtaminen 23.-24.3.
- Hankinnan mittaaminen alk. 25.3.
- Toimittajien johtaminen alk. 1.4.
- Tuloksellinen neuvottelutaito 12.-13.4.
- Tehokas kilpailuttaminen alk. 26.4.
- Hankinnan digitalisaatio alk. 29.4.
- Oston peruskurssi alk. 3.5.
- Hankinnan johtaminen ja kehittäminen alk. 7.6.

TOIMITUSKETJUN HALLINTA

- Sales & Operations Planning alk. 28.1.
- Logistiikka kilpailutekijänä alk. 7.2.
- Varaston suunnittelu ja ohjaus 23.-24.3.
- Tuotannonohjaus ja laadunhallinta toukokuu 2022
- Toimitusketjun suunnittelu, ohjaus ja tehokkuuden mittaaminen alk. 16.9.

MUUT

- Inventory Management - työvälineitä materiaalinohjaukseen 26.1.
- Toimitusketjun ja hankinnan strateginen johtaminen 29.-30.3.
- Tuontikaupan hallinta 12.5.
- Vientikaupan hallinta alk. 17.5.



**Uuden oppimista tukemassa
monipuolinen oppimisympäristömme
- ota koulutuksesta kaikki hyöty irti!**

Uusin tieto • Parhaat vinkit • Tehokkaat menetelmät
Kokeneet kouluttajat • Käytännönläheinen lähestymistapa
Myös räätälöidyt yrityskohtaiset koulutukset tiimillesi.



LOGY

Suomen suurin logistiikan ja hankinnan asiantuntijoiden verkosto. www.logy.fi

Onko alustatalous reaalityä?

TÄTÄ kirjoittaessani meinasi mennä kahvi hyvällä tavalla väärään kurkkuun. Wolt myydään 7 miljardilla pörssiyritys DoorDashille!

Ei voi kuin ihailla nuorten suomalaisten yrittäjien älykkyyttä, sinnikkyyttä ja visionäärisyyttä. **Miki Kuusi** luotsasi ensin loistavasti Slush-tapahtuman maailmankartalle ja vei nyt Woltin osaksi vieläkin suurempaa kokonaisuutta. Mielenkiintoinen on kuitenkin kysymys siitä, millaisia yrityksiä Wolt ja DoorDash oikeastaan ovat.

Määritelmä "alustatalouden yritys" ei oikeastaan kerro paljoakaan. Ovatko nämä yritykset pikemminkin moderneja logistiikkapalveluyhtiöitä, jotka ovat last mile -palveluun yhdistäneet ravintoloiden ja kaupan alan yritysten tarjoaman välittämisen?

Katsoin DoorDashin tunnuslukuja ja vertasin näitä Deutsche Post DHL Groupiin. Molempien yritysten pörssiarvo on noin 70 miljardia euroa. Deutsche Post DHL:n vuotuinen liikevoitto on noin kaksi kertaa DoorDashin 3 miljardin liikevaihtoa suurempi. DoorDash näyttää edelleen tekevän merkittävää, noin puolen miljardin suuruista vuotuista tappiota.

MITEN tällaiset arvostustasojen erot ovat mahdollisia ja mitä tämä indikoi globaalista taloudesta? Olemmeko jälleen kerran rakentamassa uutta ICT-kuplaa tai finanssikriisiä? Mitä yhteistä on 1630-luvun tulppaanimanialla, jolloin tulppaaninsipuleiden hinnat kohosivat pilviin ja 2020-luvun bitcoinin arvon kehityksellä? Vai onko maailma sittenkin tällä kertaa muuttumassa perustavanlaatuisesti?

Oli sitten kysymyksessä ICT-kupla, finanssikriisi tai pandemia, niin nämä kaikki aiheuttavat shokin reaali maailmaan ja talouteen. Shokin aikaansaama globaali kärsimys on konkreettista eikä virtuaalista.

HANKINTA- ja logistiikka-ammattilaisten osaaminen on arvossaan, kun uhkana on tuotantolaitoksen sulkeminen tai joulukaupan tavaroiden jääminen tulematta. Hankinta- ja logistiikkajohdon perustehtävänä on omalla toiminnallaan maksimoida yrityksen arvoa yrityksen asiakkaille. Valitettavan monessa organisaatiossa hankintajohto raportoi edelleen talousjohtajalle. Vaarana on, että fokus kohdistuu hankintakustannusten minimoimiseen eikä arvon lisäykseen.

**TULPPAANIN
SIPULEILLA JA
BITCOINEILLA ON
PALJON YHTEISTÄ.**

Hankinta-ammattilaiset ovat avainroolissa skannaamassa toimittajamarkkinoita ja tuomassa innovatiivisia ratkaisuja sekä tuotteita ja palveluita tarjoamaan ja siten vaikuttavat ratkaisevasti organisaation tuottamaan lisäarvoon. Logistiikan ja toimitusketjun hallinnan ammattilaiset varmistavat, että organisaation asiakaslupaus täytetään ja ylitetään optimaalisin keinoin.

Hankinta- ja logistiikkajohtajien paikka on organisaation johtoryhmässä ja heidän tulisi raportoida toimitusjohtajalle. ●



MARKKU HENTTINEN
Osto&Logistiikka-lehden
päätoimittaja ja LOGY ry:n
toimitusjohtaja.



Kempower aikoo listautua pörssiin

SUOMALAINEN sähköajoneuvojen pikalatauslaitteita valmistava Kempower suunnittelee listautumista Helsingin pörssin First North -markkinapaikalle.

Osakeannin tavoitteena on kerätä 87 miljoonaa euroa uutta pääomaa, jonka turvin yhtiö pyrkii muun muassa laajentumaan uusille markkinoille.

”Meidän keskeinen vahvuus on laajat latausjärjestelmät eivätkä pelkästään yksittäiset laitteet. Meillä on hajautettu järjestelmä, jota asiakkaat voivat tarpeen kasvattaa. Kun varsinaisen laturi ja latauspisteet on erotettu toisistaan, latauspisteitä voi sirotella eri puolille pysäköintialuetta”, sanoo yhtiön toimitusjohtaja Tomi Ristimäki Helsingin Sanomien haastattelussa 22.11.

Kempower on myynyt julkista pikalatausjärjestelmäänsä henkilöautojen, linja-autojen, kuorma-autojen ja suurten koneiden sähköakkujen lataamiseen. Yhtiön pikalatauslaitteet on yhdistetty pilvipalveluun, mikä mahdollistaa esimerkiksi ajoneuvojen huollon ennakoinnin.

Kempower on osa lahtelaista, hitsauslaitteistaan tunnettua Kemppi Groupia.

”Kempower lisää uuden luvun sähköajoneuvojen pikalatausratkaisuillaan yli 70 vuotta sitten perustetun, hitsausratkaisuja maailmanlaajuisesti tarjoavan Kempin tarinaan”, kommentoi tiedotteessa Kempower Oy:n ja Kemppi Group Oy:n hallitusten puheenjohtaja Antti Kemppi.

HALLITUS VAUHDITTAA LIIKENTEEN SÄHKÖISTYMISTÄ

HALLITUS antoi eduskunnalle 11.11. lakiesityksen vähäpäästöisten ajoneuvojen hankinta- ja muuntotutusta. Lakiluonnoksessa ehdotetaan nykyisten täyssähköisten henkilöautojen ja kaasu-kuorma-autojen hankintatukien sekä henkilöauton muuntotuen jatkamista vuosina 2022 ja 2023.

Lisäksi tukea voisi saada sähkökäyttöisen kuorma-auton hankintaan vuosina 2022 ja 2023 sekä sähkö- tai kaasukäyttöisen pakettiauton hankintaan

vuonna 2022.

”Liikenne sähköistyy yllättävän nopeasti myös Suomessa. Hankinta- ja muuntotuet vauhdittavat menossa olevaa siirtymää fossiilittomaan liikenteeseen, mikä pienentää liikenteen kasvihuonekaasupäästöjä. Uutena hankitut sähkö- ja kaasuautoja päättyvät aikanaan käytettyjen autojen markkinoille, jolloin ne ovat entistä useampien saatavilla”, sanoo tiedotteessa liikenne- ja viestintäministeri Timo Harakka.



HALLITUKSEN EHDOTUS: KUUSI TUKEA VÄHÄPÄÄSTÖISEN HENKILÖ-, PAKETTI- JA KUORMA-AUTON HANKINTAAN



Uusi sähkökäyttöisen pakettiauton hankintatuki

2 000, 4 000 tai 6 000 €:n hankintatuki sähkökäyttöisen pakettiauton hankintaan. Myös yrityksille.



Nykyisen henkilöauton muuntotuen jatkaminen

200 €:n tuki kun bensiiniauto konvertoidaan etanolikäyttöiseksi tai 1 000 €, kun auto konvertoidaan kaasukäyttöiseksi.



Uusi kaasukäyttöisen pakettiauton hankintatuki

2 000 €:n hankintatuki, jota voivat hakea niin yksityishenkilöt kuin yritykset.



Nykyisen täyssähköisen henkilöauton hankintatuen jatkaminen

2 000 €:n hankintatuki kokonaiskustannuksiltaan enintään 50 000 € maksavan täyssähköauton hankintaan.



Uusi sähkökäyttöisen kuorma-auton hankintatuki

6 000–50 000 €:n hankintatuki sähkökäyttöisen kuorma-auton hankintaan ajoneuvon kokoon perustuen.



Nykyisen kaasukäyttöisen kuorma-auton hankintatuen jatkaminen

2 000, 4 000 tai 6 000 €:n hankintatuki paineistettua kaasua käyttävän kuorma-auton hankintaan.



Miki Kuusi on Woltin toimitusjohtaja.

© WOLT

HISTORIALLISEN SUURI YRITYSKAUPPA

Seitsemän miljardin euron Wolt-kauppa on valtava niin Suomen kuin logistiikka-alan mittapuulla.

HISTORIAN suurista suomalaisista yrityskaupoista Wolt-kaupan edelle kiilaa ainoastaan Nokian vuonna 2016 tekemä 15,6 miljardin euron kauppa, jossa se osti verkkolaitevalmistaja Alcatel-Lucentin. Esimerkiksi paria vuotta aiemmin kirjattu Nokian matkapuhelimien myynti Microsoftille oli "vain" 5,44 miljardin euron arvoinen.

Vuonna 2020 Fortum osti enemmistön saksalaisesta Uniperista 6,5 miljardilla eurolla. Nokian suuruuden vuosina vuonna 2007 yhtiö hankki 5,7 miljardilla eurolla karttayhtiö Navteqin. Stora Enso osti vuonna 2000 yhdysvaltalaisen paperiyhtiö Consolidated Papersin 4,9 miljardilla eurolla.

Suomalainen Amer Sports kunnostautui puolestaan myyjänä vuonna 2019, kun se myi liiketoimintansa kiinalaiselle urheiluvälineiden valmistaja Anta Sportsille 4,6 miljardilla eurolla.

Wolt-kaupan arvo on poikkeuksellisen suuri myös verrattuna viime aikojen kansainvälisiin isoihin logis-

tiikka-alan yrityskauppoihin.

Esimerkiksi kuluvan vuoden huhtikuussa tanskalainen logistiikkajätti DSV Panalpina osti yhden maailman johtavista huolintaliikkeistä ja sopimuslogistiikan toimittajista Agility Global Integrated Logisticsin (GIL). Yrityskaupan myötä vaihtoi omistajaa muun muassa 1,4 miljoona neliometriä varastointikapasiteettia. Yrityskaupan arvo oli 4,2 miljardia dollaria.

Maaailman suurin varustamoyhtiö tanskalainen A.P. Moller - Maersk puolestaan ilmoitti lokakuussa myyvänsä konttiliiketoimintayhtiönsä. Kiinalainen China International Marine Containers Ltd. (CIMC) osti Maersk Container Industryn 987 miljoonalla dollarilla.

Deutsche Post DHL Group puolestaan ilmoitti elokuussa ostavansa merirahtiyhtiö JF Hillebrand Groupin. Kauppahinta oli 1,5 miljardia euroa.

Woltin hinnalla olisi siis saanut ostettua kolme isoa kansainvälistä logistiikkayhtiötä.

LUKU

116 €

SUOMALAISTEN keskimääräinen kuukausiostos verkossa on 116 euroa, mikä on selvästi vuodentakaista korkeampi (71 euroa). Se on silti yhä merkittävästi eurooppalaista keskiarvoa alempi – keskiostos on Suomea alempi ainoastaan Puolassa.

LÄHDE: POSTNORD

Kunnissa kiinnostusta vastuullisiin älylaitehankintoihin

JULKISTEN hankintojen yleisiin arviointikriteereihin on alettu sisällyttää enenevissä määrin vastuullisuuden liittyviä ehtoja, mutta viime kädessä hankinnan tekevä organisaatio päättää, vaikuttavatko ne ostopäätökseen. Julkiset hankkijat ovat myös kiinnostuneita monista kiertotaloutta tukevista asioista, kuten laitteiden elinkaaren pituudesta, päivitettävyydestä, korjattavuudesta ja puhelin palveluna -mallista. Julkisissa älylaitehankinnoissa ostopäätöksen ratkaisevimmat kriteerit ovat kuitenkin edelleen hinta ja käyttöjärjestelmä.

Suomen ympäristökeskuksen SYKEn tuoreen haastattelututkimuksen mukaan julkisista hankkijoista esimerkiksi kunnat ovat olleet kiinnostuneita vastuullisuuskriteerien hyödyntämisestä. Aiheesta uutisoi KEINO-osaamiskeskus (Kestävien ja innovatiivisten julkisten hankintojen verkostomainen osaamiskeskus) verkkosivuillaan 2.11.

Kuljetusten tilaajan vastuu laajenee – myös glikuormarikkomukset vastuun piiriin

HALLITUS antoi torstaina 21.10. hallitusohjelmaa toteuttavan esityksen, jolla lisätään merkittävästi kuljetuksen tilaajan vastuita kuljetuksen laillisuudesta ja torjutaan harmaata taloutta tavaraliikenteessä.

Nyt tilaajan vastuuta ollaan laajentamassa siten, että myös kuljetuksen tilaaja vastaa siitä, että kuljetuksia ei suoriteta ylikuormilla. Samassa yhteydessä lakiin ollaan palauttamassa tilaajan vastuu kuljetajan ajo- ja lepoaikojen noudattamisesta. Jatkossa tilaaja ei voisi edellyttää kuljetajan rikkomaan ajoaika-säädöksiä esimerkiksi epärealistisia aikatauluja laatimalla.

Tämän lisäksi kabotaasisäädösten rajoituksia ollaan lisäämässä ns. yhdistettyjen kuljetusten maantiesuuksiin.

Tyytyväisyys maanteiden kuntoon nousi

YKSITYISHENKILÖT sekä raskaan liikenteen kuljettajat ovat tänä vuonna hieman tyytyväisempiä maanteiden tilaan ja kuntoon kuin vuonna 2020. Viime vuoteen verrattuna selkeintä nousua on tyytyväisyydessä pääteiden kuntoon. Lisäksi tyytyväisyys alemman verkon päällysteihin on vähän parantunut. Tulokset selvisivät Väyläviraston tilaamasta tutkimuksesta.

”Päällystimme viime vuonna yli 4 000 kilometriä maanteitä. Uskon, että viime vuoden panostukset näkyvät nyt tienkäyttäjien paremmassa tyytyväisyydessä”, kertoo Väyläviraston pääjohtaja Kari Wihlman viraston lähettämässä tiedotteessa 18.11.

Tyypillisesti päällystysmäärät näkyvät tyytyväisyydessä vuoden viiveellä.

Fintraffic ja Telia kehittävät uuden sukupolven liikkumistietoa

HANKKEESSA matkapuhelinverkosta kerättävää väkijoukkojen liikkumistietoa hyödynnetään osana yleistä maantieliikenteen laskentaa.

”Hankkeessa luodaan pohja uudelle digitalisaatiota voimakkaasti hyödyntävälle tavalle kerätä ja analysoida liikkumisen dataa. Fintrafficin onkin tarkoitus laajentaa tulevana vuosina uuden sukupolven liikkumistiedonkeruun maanlaajuiseksi, jolloin uudet hybridi- ja liikkumistietomenetelmät kattaisivat koko tieverkon eli kaikkiansa 78 000 km”, sanoo Fintrafficin uutisessa asiantuntija Eetu Karhunen.

Seuraavien vuosien aikana toteutetaan optimoidut maantieliikenteen liikkumistiedon seurantamenetelmät.

basware

MITEN SELITTÄÄ KÄSITTÄMÄTÖN?

Me emme pysty selittämään, miksi ihmiset ostavat joitain juttuja, mutta voimme mahdollistaa **100%** näkyvyyden hankintoihin.

Baswarella on ainoa hankinnasta maksuun -ratkaisu, joka yhdistyy **100%** toimittajiin ja pystyy käsittelemään **100%** laskuista verkkolaskuina.

Lue lisää ja varaa demo: [BASWARE.FI](https://basware.fi)

Kempowerin T-sarjan latausjärjestelmä mahdollistaa sähköisen raskaan kaluston pikalatauksen helposti, nopeasti ja joustavasti myös työmailla.

T SERIES

800V raskaalle kalustolle ja busseille

- + Pikalataus, jopa kahteen kohteeseen kerralla
- + Helppo kuljettaa mukana
- + Tehty suomalaisiin olosuhteisiin
- + 40kW puhdasta latausvoimaa
- + Helppo käyttöliittymä



Ota yhteyttä!

Konsta Leino, tuotepäällikkö

045 638 4952 konsta.leino@marakon.fi

www.marakon.fi



Toimitusjohtaja Tiina Tuurnala:

"FIT FOR 55:N MERENKULUN OSAAN SAATAVA MUUTOKSIA"

Suomen Varustamoja kivistää etenkin talvimerenkulun kustannushaitan unohtaminen paketista.

TEKSTI **ESKO LUKKARI**

SUOMEN Varustamot ry:n toimitusjohtaja Tiina Tuurnala sanoo, että alan kovin haaste tällä hetkellä on saada muutoksia heinäkuussa julkaistun EU:n Fit for 55 -ilmastopakettien sisältöön. Hänen mukaansa EU:n ilmastopaketti nykymuodossaan kolhisi suomalaista merenkulkua.

"Suomi pyrkii saamaan paketin sisältöön muutoksia ja toivon, että lopullisessa esityksessä niitä onkin", hän sanoo.

Fit for 55 siirtää merenkulun päästökaupan piiriin ja vauhdittaa vaihtoehto-

toisten polttoaineiden käyttöä eurooppalaisessa merenkulussa. Erityisen hankala Suomelle olisi talvimerenkulun kohtelu, koska talvimerenkulun jäävahvisteisten alusten ja jäissä kulun jopa 20-50 prosentin tavanomaisia korkeampia polttoainekustannuksia ei ole esityksessä huomioitu.

Talvimerenkulkuasiassa Suomi sai tuekseen vain Viron. Ruotsia asia ei haittaa.

"Talvimerenkulun erityispiirteiden huomioinen päästökaupassa on välttämätöntä Suomelle", hän korostaa.

Fit for 55 -paketissa on hänen mukaansa monta epäselvää ja keske-

nään jopa ristiriitaista ja päällekkäistä asiaa, joiden yhteisvaikutukset pitäisi selvittää ennen lopullisia päätöksiä. Lisäksi merenkulkua sitoo globaali sääntely, joka tulisi myös huomioida kokonaisvaikutuksia arvioitaessa.

Fit for 55 -paketin vaikutukset ovat erityisen suuret juuri lähimerenkulusta riippuvaiselle Suomelle. Suomen ulkomaankaupan kuljetukset kulkee pääosin meritse ja EU:n sisäiset merikuljetusmatkat ovat pitkiä verrattuna Keski- ja Etelä-Euroopan maihin.

Suurimmat kustannusvaikutukset olisivat todennäköisesti puhtaiden polttoaineiden käyttöä edistävällä FuelEU

"ALUEELLINEN SÄÄNTELY ON AINA HANKALAA MERENKULULLE, JOKA EI TUNNE MAANOSIEN RAJOJA"

Maritime -aloitteella, jonka hintalappu Suomelle voi nousta jopa yli miljardiin euroon vuodessa.

"Iso haaste on vaihtoehtoisten polttoaineiden saatavuus ennen kuin uusien polttoaineiden tuotantoa saadaan riittävässä määrin toimintaan. Mikäli kysyntä ja tarjonta ei kohtaa, on se iso ongelma myös polttoaineiden hintakehityksen näkökulmasta", hän sanoo.

EU:n kaavailemista veroratkaisuista tulisi myös painetta. EU:n suunnittelema bunkerivero maksaisi Suomelle 45-50 miljoonaa euroa vuodessa. Hankalinta siinäkin on alueellisuus.

"Alueellinen sääntely on aina hankalaa merenkululle, joka ei tunne maanosien rajoja ja jossa kilpailu on globaalia. Jos ratkaisut koskisivat kaikkia samalla maailmanlaajuisesti, niin asia olisi ok", hän sanoo.

Suomi on yksi maailman eniten merenkulusta ulkomaankaupassaan riippuvaisista maista, kun viennistä 90 ja tuonnista 80 prosenttia kulkee meritse. Meriyhteydet ovat Suomen elämänlanka ja varustamoiden kilpailukyky on siksi iso kansallinen kysymys.

TONNISTOVEROUUDISTUS KÄÄNSI SUUNNAN

Suomen Varustamot ry:ssä on 25 ulkomaan liikennettä harjoittavaa varusta-

moa ja niiden liikevaihto on 2,3 miljardia euroa. Varustamoilla on parisataa alusta ja niistä 111 seilaa Suomen lipun alla. Suomen lippua kantavissa aluksissa työskentelee 7 000 henkeä. Varustamoilla on konttilastialuksia, kuivarahtialuksia, ro-ro-aluksia, ro-ro-matkustaja-aluksia, tankkereita ja erikoisaluksia, kuten esimerkiksi jäänmurtajia.

Vuonna 2012 tehty tonnistoverouudistus käänsi Suomen merenkulun kasvurallalle. Viime vuosina Suomen lipun alla kulkevien alusten määrä on pysynyt vakaana.

Maailman varustamobisneksen tärkein osa, eli konttilaivat, ovat sen sijaan olleet epäsynkronissa jo viime vuoden lopulta lähtien. Se on heiluttanut maailmankauppaa ja vaikeuttanut myös monien Suomessa tuotetaan valmistavien yritysten toimintaa.

Euroopan suursatamista konttijätien lastia Suomeen kuljetetaan pienemmillä feeder-luokan aluksilla, mutta konttilastien globaalit ongelmat eivät ole kiertäneet Suomeakaan.

Tuurnala korostaa kuitenkin, että muu osa tavaraliikennettä harjoittavasta laivaliikenteestä, eli esimerkiksi kuivalastialukset, ro-ro-alukset ja tankkerit, ovat toimineet liki normaalisti. Suomen ulkomaankaupan arvosta noin 15 prosenttia kulkee konteissa.

KORONA KOROSTANUT MERENKULUN TÄRKEYTTÄ

Korona-aika on alleviivannut Suomelle merikuljetusten tärkeyttä. Huoltovarmuussyistä valtio määräsi viime vuonna muutamia aluksia huoltovarmuuskuljetuksiin. Takavuosina paljon esillä ollut varustamoliiketoiminnan valtiotukikeskustelu on siten hetkeksi vaimentunut.

Tuurnala painottaa, että Suomi ei ole ainoa Euroopan maa, joka tukee

varustamoliiketoimintaa. Hänen mukaansa kaikilla Euroopan merenkulkumailla on sama käytäntö ja merenkulkua tuetaan EU:n komission valtiontukiperiaatteiden mukaisesti.

"Tuki varustamoille on palkkatukea merimiehille ja päällystölle. Ilman sitä emme pärjäisi mukavuuslippujen alla seilaaville halpojen työvoimakustannusten maiden aluksille."

"Kaikki eivät myöskään tiedä, että meillä ropax- ja matkustaja-autolautat kuljettavat mukanaan valtaosan Suomen kappaletavariennistä ja -tuonnista eli ne ovat huoltovarmuuden kannalta hyvin tärkeitä."

Suomi antoi investointitukea uutta teknologiaa soveltavien alusten rakentamisessa aina vuoteen 2012 saakka. Viimeinen tuen saaja oli Viking Linen M/S Viking Grace, joka oli maailman ensimmäinen LNG-matkustaja-autolautta.

"Vihreässä siirtymässä tarvitaan panostuksia tutkimukseen ja kehitykseen sekä investointien vauhdittamiseen niin EU:ssa kuin kansallisestikin. Suomessakin tulisi ottaa taas käyttöön vihreän merenkulun investointituki."

Suomi on ollut Tuurnalan mukaan uusien puhtaiden teknologioiden kehittämisen kärkijoukoissa. Suomi oli esimerkiksi edelläkävijöitä rikkipesurin kehittämisessä ja käyttöönotossa. Suomessa kokeiltiin ensimmäisenä roottorituulipurjeita ja kehitettiin aluksiin sopiva biopolttoaine.

Suomi on ollut aktiivinen myös LNG:n käytön ja bunkrauspalvelujen edistämisessä. Uutta alusten polttoaineteknologiaa kehitetään kiivaasti myös muualla. Meyer Werftin Saksan Papenburgin telekka kertoi hiljattain, että amerikkalaisen Royal Caribbean vuonna 2023 valmistuvaan uuteen reitilijään tulee vetyä käyttävä poltto-
kenno. ●

KUKA

TIINA TUURNALA

- **Työ:** Suomen Varustamot ry:n toimitusjohtaja
- **Kotipaikka:** Helsinki
- **Perhe:** naimisissa, yksi lapsi
- **Harrastukset:** ratsastus, mökkeily ja veneily Kotkan saaristossa

Suomen ***NOPEIN*** kuljetusliike

Pakettipiste vie lähetyksesi perille
aamuvorhain kaikkialla Suomessa.
Olemme vuosien varrella muovautu-
neet monipuoliseksi kuljetusliikkeeksi
asiakastarpeiden kautta.

Nopeus on meille arkipäivää

Olemme Suomen nopein kuljetusliike.
Noudamme pakettisi iltapäivällä
ja seuraavana arkipäivänä lähetys
on vastaanottajalla klo 9 mennessä
kautta maan.

Kattavasti kaikkialle Suomessa

Kuljetusverkkomme kattaa koko
maan ja kuljetamme kaikkialle
kuutena päivänä viikossa.





Asiakastarpeiden mukaan

Jakelu hoidetaan etukäteen suunnitellun aikataulun ja jakeluaikojen mukaisesti. Suurin osa lähetyksistämme on aikataulukriittisiä lähetyksiä, joiden on tärkeää olla perillä vastaanottajalla varhain ja täsmällisesti sovittuna aikana.

Verkkokaupan ketterin kumppani

Tarjoamme verkkokaupoille koko toimitusketjun varastoinnista palautusten käsittelyyn. Asiakkaanamme saat käyttöösi kuljetukset noin 600 Pakettipisteen automaattiin.

**Logy
Conference
3.-4.2.2022.
Tervetuloa
tapaamaan
meitä!**



Pakettipiste

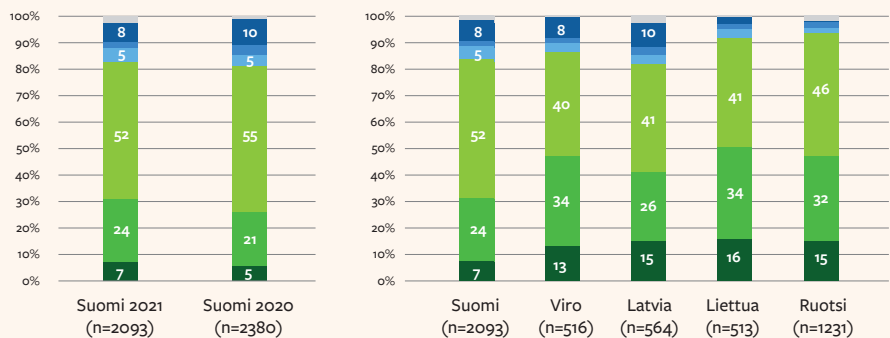
www.pakettipiste.fi

Korona kiihdytti verkkokauppaa



Verkko-ostosten määrä kasvoi, naapurimaissa kasvu voimakkaampaa

Miten verkko-ostamisesi määrä on muuttunut viimeisen puolen vuoden aikana?



● Olen lisännyt verkko-ostamista selvästi ● Olen lisännyt verkko-ostamista jonkin verran
● Verkko-ostamisesi on säilynyt ennallaan ● Verkko-ostamisesi on vähentynyt jonkin verran ● Verkko-ostamisesi on vähentynyt selvästi ● En osta tuotteita tai tavaroita verkosta ● En osaa sanoa

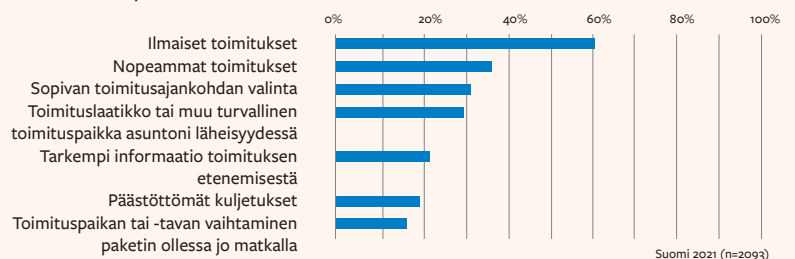
Vaatteet ja elektroniikka verkko-ostosten kärjessä

Minkä tavarat tai tavaroita ostit viimeksi verkosta? Valitse tuote, joka on jo toimitettu sinulle eikä vielä matkalla.



Ilmainen toimitus lisäisi verkko-ostoksia

Vaikuttaisivatko seuraavat tavaratoimituksiin liittyvät mahdollisuudet niin, että lisäisit tai siirtäisit ostosi enemmän verkkoon?



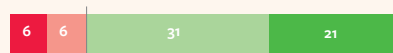
Postin neljättä kertaa teettämä suuri verkkokauppatutkimus luotaa kotimaista verkko-ostamisen tilaa. Osto&Logistiikka nosti tutkimuksesta esiin muutamia poimintoja.

Mitä mieltä suomalaiset ovat?

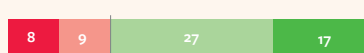
Tulevaisuuden menestyjiä ovat verkkokaupat, jotka miettivät toimintansa ympäristövaikutuksia.



Haluaisin, että valitsemani verkko-ostosten kuljetustapa on ympäristönäkökulmasta kestävä.



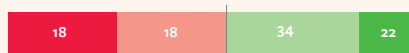
Suosin verkkokauppoja, jotka käyttävät kierrätettäviä pakkausmateriaaleja.



Minulle on hyvin tärkeää, että kuljetusyritys pyrkii päästöttömyyteen käyttämällä uusiutuvia polttoaineita tai sähköajoneuvoja.



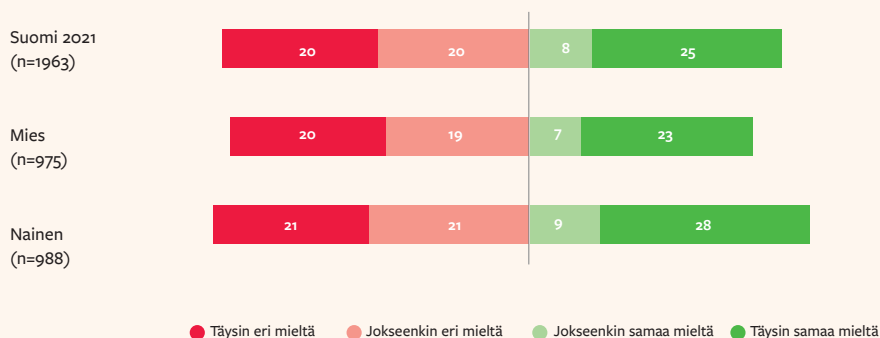
Olin valmis maksamaan esim. muutaman euron varmistaakseni ostokseni kuljetuksen ympäristöystävällisyyden.



● Täysin eri mieltä ● Jokseenkin eri mieltä ● Jokseenkin samaa mieltä ● Täysin samaa mieltä

Verkossa ostaminen vakiintuu

Nautin ostosten tekemisestä verkossa samaan tapaan kuin shoppailusta kivijalkamyymälässä.



Postin tutkimus toteutettiin nyt neljättä kertaa. Tutkimuksen tiedonkeruun toteutti Kantar TNS. Tutkimusaineisto on kerätty web-kyselynä Kantarin vastaajapaneelissa 3.6.–14.6.2021. Tutkimuksen kohderyhmänä ovat 18–79-vuotiaat verkko-ostajat Suomessa, Baltiassa ja Ruotsissa. Koko tutkimus on luettavissa Postin sivuilla.

Tasaantuuko verkkokauppa pandemian hellittäessä?

POSTNORDIN tutkimuksessa kolmannes suomalaisista kertoo ostaneensa aiempaa enemmän verkosta pandemian aikana.

”Koronapandemia on vauhdittanut verkkokauppaa, joten pandemiatilanteen helpottaessa olemme mielenkiintoisen tilanteen edessä. Jatkuuko huima kasvu vai siirtyvätkö ihmiset enemmän kivijalkaostoksille. Tutkimuksemme perusteella kasvu olisi nyt hidastumassa, mutta ei suinkaan pysähtymässä. Kasvu jatkuu, mutta ei yhtä rajuna”, sanoo PostNordin verkkokauppa-asiantuntija ja Head of Brand Experience **Kati Packalén**.

Verkkokaupapakettien toimituksissa painotetaan usein nopeuden tärkeyttä. PostNordin tutkimuksen mukaan joustavuus ja valinnanvapaus on kuitenkin suomalaisille selvästi tärkeämpää. Paketti halutaan tilata niin, että sen toimitus sopii omaan arkeen ja aikatauluun.

”Varmasti juuri tästä syystä suosituimmat tavat vastaanottaa verkkokauppaostokset ovat nouto pakettiautomaatista itselle parhaiten sopivana hetkenä, ja jos se paketin koon puolesta on mahdollista, toimitus suoraan postilaatikkoon”, Packalén toteaa.

Maksutavoista suomalaiset suosivat korttia. Verkkokauppaostokset maksetaan mieluiten pankki- tai luottokortilla (30 prosenttia vastaajista) ja seuraavaksi mieluiten laskulla (21 prosenttia vastaajista) tai verkkopankkimaksuna (21 prosenttia vastaajista). Myös PayPalin tapaiset maksuvälityspalvelut ovat suomalaisille mieleen (20 prosenttia vastaajista).

ASIAKASKOKEMUS OHJAA VERKKOKAUPAN ASIAKASVIRTOJA



©

Belinda Gerdt on luonut kansainvälistä uraa maailman arvokkaimmissa teknologiayhtiöissä. Hän on tehnyt töitä yli 15-vuotta digitaalisen asiakaslähtöisen liiketoiminnan kehittämisen parissa.



Asiakaskokemus, asiakasymmärrys ja asiakasarvo. Niiden on oltava kunnossa, jotta verkkokaupassa käy kuhina.

TEKSTI JUKKA NORTIO KUVITUS SATU COZENS

BELINDA GERDT alkoi kymmenen vuotta sitten kirjoittaa blogia teknologiasta ja asiakkuuden johtamisesta. Nyt hänellä on kansainvälinen kustannussopimus HarperCollinsin kanssa.

”Kirjassamme avaan kollegani Sanna Eskelisen kanssa, miten digitalisaatio muuttaa kuudella toimialalla asiakaskokemusta”, Philipsin terveysteknologian kansainväliseen markkinointiin Amsterdamiin päätyneyt Gerdt raottaa tulevan kirjan sisältöä.

Mutta mikä on asiakaskokemus?

”Asiakaskokemus on asiakkaan ostopolun varrella kokemien fyysisten ja digitaalisten kohtaamisten summa”, Gerdt tiivistää.

”Asiakaskokemuksessa on kyse myös kilpailuedusta. Esimerkiksi julkinen toimija tarjoaa palveluaan kustannustehokkaasti ja sujuvasti tai kaupallisen yrityksen tuotteen tai palvelun saa helpommin kuin asiakas on odottanut”, digitaalisia palveluita tuottavan Goforen palvelumuotoilun asiantuntija Petri Munkki määrittää hie- man laveammin.

Verkkokaupassa asiakaskokemus ilmenee esimerkiksi käyttöliittymän helppokäyttöisyydessä ja siinä, että verkkokauppa on aina auki ja se toimii sujuvasti. Sen pitää toimia asiakkaan odottamalla tavalla ilman, että klikkejä tarvitsee tehdä kolmea enemmän, Munkki laskee.

Verkossa on helppoa jakaa kokemuksia saadusta palvelusta. Siksi asiakaskokemuksen pitää olla kohdallaan, jotta hyvä sanoma kiirisi asiakkaiden keskuudessa.

AIKA ON NIUKIN RESURSSI

Koska asiakaskokemus on kohtaamisten jatkumo, sitä pitää kehittää kokonaisuutena, ei pistemäisinä projekteina.

Ostajat eivät katso verkkokauppaa edes yritysten välisessä kaupassa irrallisena, vaan ostotapahtuma alkaa kehittyä paljon aiemmin. Ostaja alkaa kerätä jo varhain yrityksestä ja sen tuotteista tietoa ja tehdä ostamiseen liittyviä päätöksiä.

Asiakaskokemusta määrittelee siihen käytetty aika.

”Aika on niukin resurssi. Se on asiakkaalle tänä päivänä tärkeämpää kuin hinta. Jos asiakaskokemus on huono ja asiakkaan aikaa tuhlautuu asioiden selvittelyyn, he kääntyvät varmimmin pois”, Gerdt sanoo.

KULUTTAJAT OSTAJINA MYÖS B2B-KAUPASSA

B2B-verkkokaupat lähentyvät B2C-verkkokauppoja, koska ostajat edellyttävät työssään tekemiltä verkkokan- kinnoilta samanlaista käytettävyyttä kuin yksityisiltä hankinnoiltaan.

Verkkokaupan asiakaskokemuksessa korostuu se, että ►

- kaupan takana on yhä useammin ekosysteemi, johon kuuluu muun muassa maksujärjestelmien ja lisäarvopalveluiden tarjoajat sekä logistiikkakumppanit. Maksuvaihtoehtojen ja erilaisten kuljetusmuotojen ja -aikojen tarjoaminen on osa hyvää asiakaskokemusta.

Yritysten järjestelmissä on ekosysteemiajattelussa paljon kehitettävää. Ongelmana ovat tietojärjestelmät, joissa tieto ei kulje samaa tahtia tavaroiden ja rahan kanssa.

”Suomalaisyrityksillä on paljon tekemistä tällä saralla. Asteikolla 1–5 ollaan ehkä kakkosessa. Prosessien ja datan liikkeissä ja läpinäkyvyydessä on paljon vielä tekemistä”, Munkki sanoo.

AUTOMAATIOKOROSTUU UUSI VAIHDE

Digitalisaatio kiihdyttää asiakaskokemuksen kehittämistä kaupan automaation lisääntymisen myötä.

”aCommerce on nousemassa eCommercen tilalle. Kun varastosaldot nähdään läpi toimitusketjun, tilaukset voidaan automatisoida algoritmien avulla”, Gerdt sanoo.

Automaatio korostuu varsinkin B2B-kaupan asiakaskokemuksessa, missä nopeus, tehokkuus, toimitusten varmuus ja laatu sekä tiedon oikeellisuus ja reaaliaikaisuus ratkaisevat. Kuluttajakaupassa alhaisen tunnesiirteen bulkkituotteet, kuten vessapaperi, halutaan hankkia helposti ilman ostopahtumaan liittyvää elämystä. Brändituotteissa ostamiseen liittyy lisäksi tunteet ja halu kokea jotain positiivista.

ASIAKASARVON NOSTAMINEN KEHITTÄMISEN KESKIÖÖN

Kun asiakasdataa aletaan hyödyntää asiakaskokemuksen kehittämiseen, on eri järjestelmissä olevan tiedon yhteensovittaminen ensimmäinen askel. Toisessa vaiheessa korjataan uuden tiedon pohjalta vanhoja käsityksiä asiakkaista.

”Kolmas asia on ymmärtää asiakas-

arvon merkitys ja neljäs kohta sitten kilpailuedun kehittäminen ja asiakasarvon parantaminen”, Munkki sanoo.

Kun yritys on päässyt tälle tasolle, on vielä kyettävä rakentamaan ja mitaamaan asiakasarvoa.

Asiakasymmärryksen, asiakaskokemuksen ja asiakasarvon kehittäminen vaatii organisaatiolta osaamista ja sen, että nämä asiat on kirjattu organisaation strategiaan. Jos kehittäminen on yksittäisiä projekteja, ei kokonaisuus kehity.

Organisaation oma henkilöstö on Munkin kokemuksen mukaan avainasemassa. He tietävät, minkälainen yrityksen kulttuuri on ja mikä on asiakkaan asema siinä.

”Kehittämisen pohjana tulisi olla olemassa olevat EX (employee experience) eli työntekijäkokemus ja CX (customer experience) eli asiakaskokemus sekä strategia ja sen tulostavoitteet”, Munkki sanoo.

© MATKAHUOLTO

DATA JOHTAA ASIA-ARVON LÄHTEILLE

ASIAKASKOHTAAMISISSA pitää tarjota positiivisia yllätyksiä. Silloin jää muistijälki ja asiakas tulee takaisin.

Tehokkaalla asiakasdatan hyödyntämisellä voidaan ennakoida asiakkaan tarpeita ja toiveita. Näin parannetaan mahdollisuuksia yllättää hänet. Verkkosivujen analytiikka-työkalut antavat hyvät mahdollisuudet datan keruuseen.

”Merkittävä määrä ostopäätöksistä perustuu ostopäätöstä edeltäviin kokemuksiin. Siksi koko ostopolulla olevien kohtaamispisteiden laatua pitää kehittää asiakkaiden tarpeiden mukaan”, Matkahuollon liiketoimintapäällikkö Simona Palermo sanoo.

Jotta tähän päästään, pitää yrityksellä olla asiakasdataa ja kykyä hyödyntää sitä.

Asiakasdataa kerätään esimer-

**AUTOMAATIO KOROSTUU
VARSINKIN B2B-KAUPAN
ASIAKASKOKEMUKSESSA**



Simona Palermo on Matkahuollon liiketoimintapäällikkö.

kiksi asiakastietokantaan. Sinne tuodaan muun muassa verkkosivujen ja verkkokaupan tilastodataa, osto- ja sopimustietoja sekä kerätään asiakaspalautteet ja reklamaatiot. Itse kerättyä dataa rikastetaan ulkopuolisten toimijoiden datalla. Yhdistelemällä ja analysoimalla muodostuu kokonaiskuva siitä, millainen on asiakkaan arki ja mitkä asiat vaikuttavat hänen käyttäytymiseensä.

Kun dataa on runsaasti, tarvitaan analytiikan työkaluja. Puhutaan datan louhinnasta (data mining), jonka avulla pyritään löytämään merkityksellistä tietoa suurista tietomassoista. Datan louhinnan avulla asiakkaille pyritään tarjoamaan parhaiten sopivia palveluita ja jopa ennakoida asiakkaiden tulevaa käytöstä.

Kun rengaskauppias suodattaa ren-

gasvaihtoehdot heti asiakkaan preferenssien mukaan, asiakaskokemus paranee. Tämä pystytään tekemään, kun yhdistetään yrityksen omaa ja ulkoista dataa muun muassa aiemmasta ostokäyttäytymisestä.

Päätely tehdään muun muassa automallin, aiemman ostohistorian ja google-hakujen avulla ilman, että asiakkaalta on koskaan kysytty, mitä renkaita hän suosii.

”Tiedon määrä ei ratkaise vaan laatu. Toinen tärkeä asia on tiedon visualisointi, joka helpottaa datan tulkintaa”, Palermo sanoo.

VAPAUTETAAN DATA SIILOSTA

Siiloutuneet ja vanhentuneet tietojärjestelmät ovat suurin syy, miksei tietoa osata tai voida hyödyntää.

Ongelmilla on useita juurisyitä: Tie-

dot ovat väärissä paikoissa ja väärissä tiedostomuodoissa. Niitä ei voi käsitellä moderneilla data-analytiikan työkaluilla. Tietovarantoja ei voi yhdistää toisiinsa.

”Yrityksen kivijalkakaupan ja verkkokaupan järjestelmät ovat harmittavan usein erillään eivätkä keskustelelevat keskenään”, Gerdt sanoo.

Tiedon pirstaleisuus on asiakaskokemuksen kehittämisen yleinen ongelma. Joistain kohdista asiakaspolkua voi olla hyvin tietoa, mutta kokonaisymmärrys puuttuu. Tällöin päätöksiä tehdään osin pimennossa.

”Asiakasta kannattaa kuunnella nöyrästi ja laatia mittarit niiden asioiden mukaan, joita he kokevat tärkeiksi asiakaskokemukselle”, Palermo sanoo.

KULTTUURI ON MITTAREITA TÄRKEÄMPI

TEKSTI JUKKA NORTIO



Petri Munkki on Goforen palvelumuotoilun asiantuntija.

ASIAKASKOKEMUKSEN mittariston rakentamisessa kannattaa lähteä liikkeelle ylimmän tason strategisista mittareista ja johtaa näistä tarkemmat operatiiviset mittarit.

Perinteisiä mittareita on kolme: Net Promotion Score (NPS) eli suosittelemisindeksi, Customer Satisfaction Score (CSAT) eli asiakastyytyväisyysmittari ja Customer Effort Score (CES) eli asiakaskokemuksen helppous.

NPS mittaa suosittelemahalua eli kuinka moni asiakas suosittelee yritystä tai palvelua muille ihmisille. CSAT mittaa asiakkaan tyytyväisyyttä lyhyellä aikavälillä eli, kuinka tyytyväinen asiakas oli tuotteeseen tai palveluun. CES puolestaan mittaa, kuinka helppoa asiakkaan on asioida yrityksen kanssa. Se kertoo asiakaskokemuksen kokonaisuudesta.

Asiakaskeskeisyyden pitää olla organisaation ydintavoite ja asiakaskokemuksen kehittämisen jokaisen työntekijän mitattavissa tavoitteissa. Tavoitteet voivat olla joko euroja tai palvelun laatua.

Määrällisten mittareiden rinnalla syvempää ymmärrystä asiakaskokemuksesta saadaan palvelumuotoilulla. Työkaluina voidaan käyttää myös asiakasraatia, yksittäisten asiakkaiden syvähaastatteluja ja uusien palvelumallien pilotointia asiakkaiden kanssa.

Asiakaskokemuksen mittaaminen voidaan viedä ostopolun eri vaiheisiin kuten pre sales-, sales-, rakentamis- ja tuotantovaiheeseen. Ideaalitulanteessa jokaista vaihetta mitataan reaaliaikaisesti.

”Suomessa on muutamia yrityksiä, jotka mitaavat asiakaskokemusta jatkuvalla kuuntelulla ja parhaissa yrityksissä tiedot viedään reaaliaikaisesti myynnin CRM-järjestelmään”, Munkki sanoo.

IHMISET LUOVAT ASIAKASKOKEMUKSEN

Mittareiden ongelma on se, että ne saattavat näyttää yrityksen sisällä hyviä tuloksia, mutta asiakaskokemus on silti huono.

”Yritys mittaa usein sisäisten prosessien tehokkuutta, joka näyttää olevan kunnossa, koska tikettiä siirretään tiimiltä toiselle, vaikka asiakas joutuu odotamaan”, Gerdt sanoo.

Yrityksen asiakaskeskeinen kulttuuri on Gerdtin mukaan vakaampi tapa taata hyvä asiakaskokemus kuin se, että varmistetaan yksittäisten mittareiden hyvät arvot. Yrityskulttuuri lähtee ihmisistä.

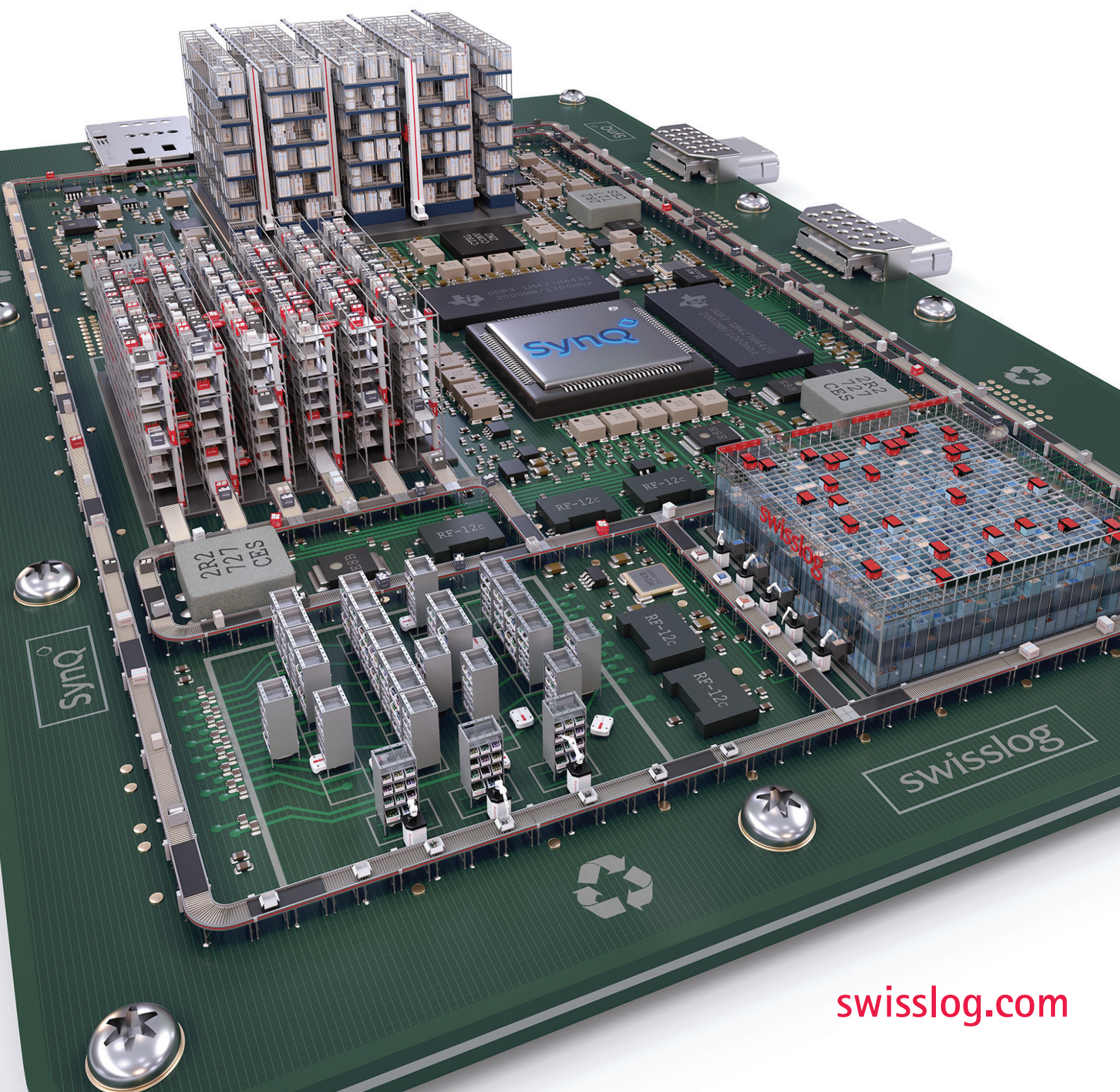
”Yritykseen rekrytoidaan sellaisia ihmisiä, jotka sitoutuvat jokapäiväisessä työssään toimimaan yritysten arvojen ja asiakkaan edun mukaan”, Gerdt sanoo. ●

LOGISTIIKKARATKAISU JA DATA TÄYDELLISESTI SYNKRONOITUNA

Empowered by
SynQ

SynQ-ohjelmistomme tarjoaa tietoon perustuvaa älykkyyttä, joka tehostaa logistiikkaratkaisiasi synkronoimalla ihmiset, prosessit ja koneet.

Tuloksena on tehokkuus ja suorituskyky, jota et koskaan pitänyt mahdollisena.



2022
13.-15.9.
PÄIVÄT MUISTIIN



EuroSafety

TRADE FAIR • TAMPERE • FINLAND

EUROSAFETY.FI #EUROSAFETY

VARMISTA YRITYKSESI TYÖTURVALLISUUS

EuroSafety-messut on yritysten työsuojelupäälliköille, työturvallisuudesta vastaaville sekä palo- ja pelastustoimen ammattilaisille erinomainen tilaisuus nähdä erilaiset henkilönsuojaimet, kuten kypärät, hengityksen- ja kuulosuojaimet, turvajalkineet, liukuesteet, putoamissuojaimet ja kelluntavarusteet sekä uudet ratkaisut ja kaluston.



YHTEISTYÖSSÄ



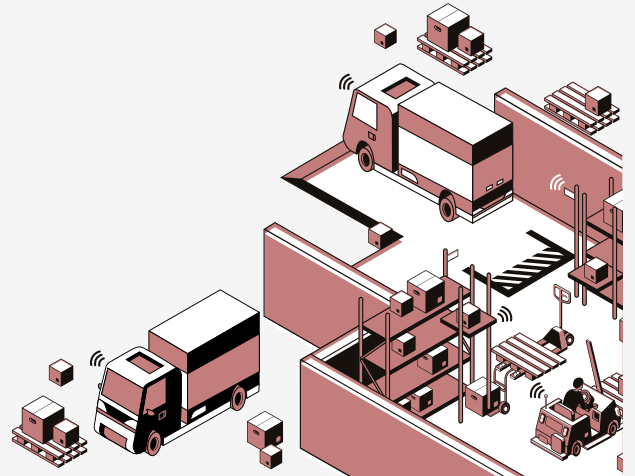
SAMAAN AIKAAN:



2022
14.-15.9.
PÄIVÄT MUISTIIN

Linjakasta sisälogistiikkaa

LOGISTIIKKA
SISÄLOGISTIIKAN AMMATTIMESSUT



VALIO ON LOGISTIIKKA- JA ELINTARVIKETEOLLISUUS-MESSUJEN KUMPPANI VUONNA 2022

Kumppanuuden tarkoituksena on nostaa esiin ajankohtaisia sisälogistiikan ja elintarviketeollisuuden teemoja: edistää alan vastuullisuutta sekä hyvinvointia innovaatioiden avulla. Valio on edelläkävijä paitsi elintarviketeollisuudessa myös tilaustoimitusketjun kehityksessä ja jakelupalveluissa tarjoten varastointi- ja jakelupalveluita elintarvikeyrityksille ja asiakkailleen.

Tapahtuma-aikana tuomme esiin raikkaita näkökulmia alan muutoksista case-esimerkkien ja puhevuorojen avulla. Valio edustaa elintarviketeollisuuden ääntä ja kumppanuus on yksi tapahtuman tärkeimmistä markkinointiviestinnän sanomista.

LOGISTIIKKAMESSUT.FI
#LOGISTIIKKA

SAMAAN AIKAAN:



2022
27.-29.9.
PÄIVÄT MUISTIN



Tampereen Messut
-konserni



ALIHANKINTA

SUBCONTRACTING FAIR • FINLAND

MERKITSE KALENTERIISI

27.-29.9.2022



LUE KAIKKI VUODEN 2021 TEEMAKOLUMNIT
AIHEESTA "DATASTA BISNESTÄ" OSOITTEESSA

ALIHANKINTA.FI/KOLUMNI

ALIHANKINTA.FI #ALIHANKINTA



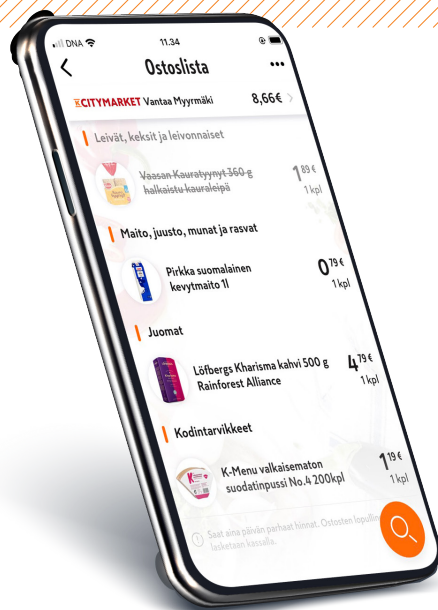
Tampereen
Messu- ja Urheilukeskus

osto&

RUOAN VERKKOKAUPAN VAUHTI VAIN KIIHTYY



◀ Tiia Sinisalo on yksi Eastonin Citymarketin noin 40:stä keräilijästä, joka käy kaupassa muiden puolesta. Tyypillisenä työpäivänä Sinisalolle kertyy noin 15 000 – 20 000 askelta.



Ruoan ostaminen oli koronapandemian alkuun asti viimeisiä asioita, joita ihmiset halusivat tehdä verkosta. Nyt kaupan isot pelurit ja ulkomaiset haastajat kilpailevat siitä, kenen verkkokauppa ja logistiikka kehittyvät suomalaisten mielestä parhaaksi.

TEKSTI JA KUVAT JUHO PAAVOLA

RUOKATAVARAT suoraan kotiovelle. Pitkään ajatus on ollut hyvä, mutta käytännön toteuttaminen hankalaa. Verrattuna muihin hyödykkeisiin ruoan verkkokauppa on lähtenyt verkkaisesti liikkeelle. Suomessa kehitys on ollut huomattavasti hitaampaa kuin Pohjoismaissa, Yhdysvalloista tai Kauko-Idästä puhumattakaan.

"Ruoan myynti on viimeinen toimiala, joka ei ole kunnolla digitalisoitunut", S-Ryhmän SOK Vähittäiskaupan ketjuohjauksen digikehityksestä vastaava johtaja Jarkko Kyttänen kiteyttää.

Nyt tilanne on kuitenkin muuttumassa. Suomalaiset ruokakaupan jätit Kesko ja S-Ryhmä kehittävät ruoan verkkokaupan palveluita vauhdilla. Samalla Suomeen on rantautumassa Norjasta kauppaketju Oda, jolla kivijalkakauppoja tai marketteja ei ole lainkaan.

Tärkein syy suurelle kehityksinnolle löytyy koronasta, Keskon hankepäällikkö Jussi Hytönen sanoo.

"Korona sai ihmiset vihdoin ostamaan myös ruokaa verkosta. Pandemian aikana on otettu sellainen harppaus, jossa muuten olisi kestänyt viisi vuotta", Hytönen sanoo.

VIIKKO-OSTOSTEN RUNKO YHÄ USEAMMIN VERKOSTA

Kesko on ilmoittanut investoivansa kymmeniä miljoonia euroja lähivuosina ruoan verkkokaupan automatisointiin. Syy on selvä, kauppa kasvaa verkossa. Jos ei ole mukana, muut ovat.

S-Ryhmä uutisoi päivittäistavaroiden verkkokaupan kolminkertaisuneen vuonna 2020 edellisvuoteen verrattuna. K-ryhmässä ruoan verkkokauppa muodostaa jo noin 2,5 prosenttia kokonaismyynnistä eli noin 250 miljoonaa euroa.

"Verkkokaupan osuus ruoan myynnistä kasvaa K-ryhmässä jatkuvasti. Kolmannella kvartaalilla kasvua oli 17 prosenttia ja tasomme on nelinkertainen vuoteen 2019 verrattuna", Keskon päivittäistavarakaupan logistikasta vastaava johtaja Jyrki Tomminen sanoo.

Hän uskoo, että muutaman vuoden kuluessa verkkokaupan osuus voi K-ryhmässä tuplaantua. Silloin osuus olisi samaa 5-6 prosentin luokkaa kuin naapurimaa Ruotsissa nyt. Tyypillinen ostos on sadan euron tuntumassa. Toisin sanoen verkkokaupasta ostetaan perheen viikko-ostosten runko.

"Usein asiakas varaa nouto- tai toi-

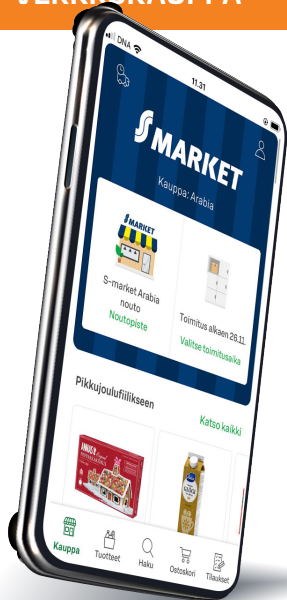
mitusajan ensin. Sen jälkeen älykästä ostoslistaa täydennellään siihen asti, kun toimitus lähestyy", S-Ryhmän Kyttänen sanoo.

K-CITYMARKETISSA ASKEL KOHTI AUTOMAATIOTA

Verkkokaupassa ruokaostokset ovat kulkeneet selvällä kaavalla. Asiakas selaa tuotteita ja tekee tilauksen tietokoneella tai älylaitteella. Kaupassa työntekijä kerää tavarat myymälän hyllystä kassaryyn, laatikkoon tai kasseihin, eli käy ikään kuin kaupassa asiakkaan puolesta.

Nyt K-ryhmässä haetaan kauppatapan muutosta. Loppukeväästä Helsingin Ruoholahden K-Citymarketin yhteydessä aloittaa toimintansa niin sanottu MFC- eli Micro Fulfillment Center -varasto. Siinä suurin osa verkkomyyntin tuotteista kerätään automaattivälineillä asiakkaalle suoraan varastosta ja vain pieni osa kaupasta. Kaupan puolelta kerätään lähinnä palvelutiskin irtomyyntävät tuotteet sekä hitaimmin kiertäviä erikoistuotteita, mikä takaa jatkossakin kattavan verkkokauppavaliokiman.

"Keräilystä tulee tehokkaampaa ja ►



- asiakkaiden ostokokemuksesta kivijallassa parempi, kun verkkokauppatilauksen keräilijöitä on enää murto-osa nykyiseen verrattuna myymälän puolella", Keskon Jussi Hytönen sanoo.

Myöhemmin K-ryhmä suunnittelee laajentavansa MFC-keskuksia myös muiden suurien kauppojen yhteyteen pääkaupunkiseudulla ja muissa kasvukeskuksissa. Lisäksi tarvitaan edelleen myös verkkokauppoja, jotka hoitavat keräyksen perinteisenä kaupakeräyksenä. Verkkokaupan volyyymi vaihtelee alueittain suuresti, eikä alhaisemman volyymin alueilla investointi automaattiväestöiseen keräysvarastoon ole kannattavaa. K-ryhmässä onkin yli 500 verkkokauppaa tarjoavaa K-ruokakauppaa.

"Kauppamme ovat yrittäjien vetämiä, ja he tuntevat alueensa asiakkaiden tarpeet parhaiten. Haluamme, että myymälästä tuttu paikallinen ote toteutuu myös verkkokaupan valikoimassa", Jyrki Tomminen sanoo.

K-ruokakaupoista tilaus voidaan toimittaa kotiin, tai asiakas voi noutaa sen itse kaupan noutopisteestä valmiiksi kerättyinä ja pakattuna.

"Ruoan verkkokaupassa jakelu on volyyminä suurempi. Reilu 10 kilometrin kuljetusmatka alkaa olla jo aivan kipurajoilla, joskin kannattavuuteen vaikuttaa myös alueen asiakastiheys", Tomminen näkee.

S-RYHMÄ UUDISTAA VERKKOKAUPPAA JA KULJETUKSIA

Kilpailijalla eli S-Ryhmällä Ruoholahden tapaista konkreettista ensiaskelta ei vielä ole otettu. Se lienee kuitenkin vain ajan kysymys. Nykyisin ruokaa toimitetaan noin 200 pisteestä. Ratkaisut on räätälöitävä sijainnin, kuljetusreitin ja asiakasmäärän mukaan, S-Ryhmän Jarkko Kytönen sanoo.

"Automaatio tulee ruoan verkko-kauppaan ennen pitkää. Se on varteen otettava ratkaisu esimerkiksi isojen kaupunkien Prismoissa, missä volyymit ovat suuria. Sen sijaan esimerkiksi Vuokatin S-Marketissa keräily ja nouto marketista on järkevämpi vaihtoehto", Kytönen sanoo.

S-Ryhmä on uudistanut ruoan verkkokaupansa Foodie-sovelluksen S-kaupat-verkkokaupaksi.

Kehitystyössä S-Ryhmässä paukuja pistetään erityisesti siihen, miten tuotteet kyettäisiin toimittamaan asiakkaille entistä nopeammin. Automaattien tapauksessa ruokien tilaaminen kaupan noutopisteelle on usein asiakkaalle vaivaton tapa, koska tällöin tavarantoimitukseen voidaan yhdistää myös muuta asiointia.

"Viimeinen maili on perinteisesti ollut hankala. Jos ruoka haetaan noutopisteeltä, kaupan on helppo säilyttää sitä turvallisesti aivan kuten kaupan tiloissa muutenkin", Kytönen huo-

mauttaa.

Mitä useampi asiakas oppii ostamaan verkosta, sitä useammalla asiakkaalla ei ole noutoon tarvittavaa omaa autoa etenkin kaupungeissa, ja sitä enemmän tarvitaan myös kuljetuksia kotiin. S-Ryhmässä pilotoidaan parhaillaan jäsenyyttä, jossa 30 euron kuukausihintaan tietyille reiteille voi tilata rajattomasti kuljetuksia.

"Aamupalat voi tilata töihin, muut ruokatarpeet iltapäivällä kotiin", Kytönen antaa esimerkin.

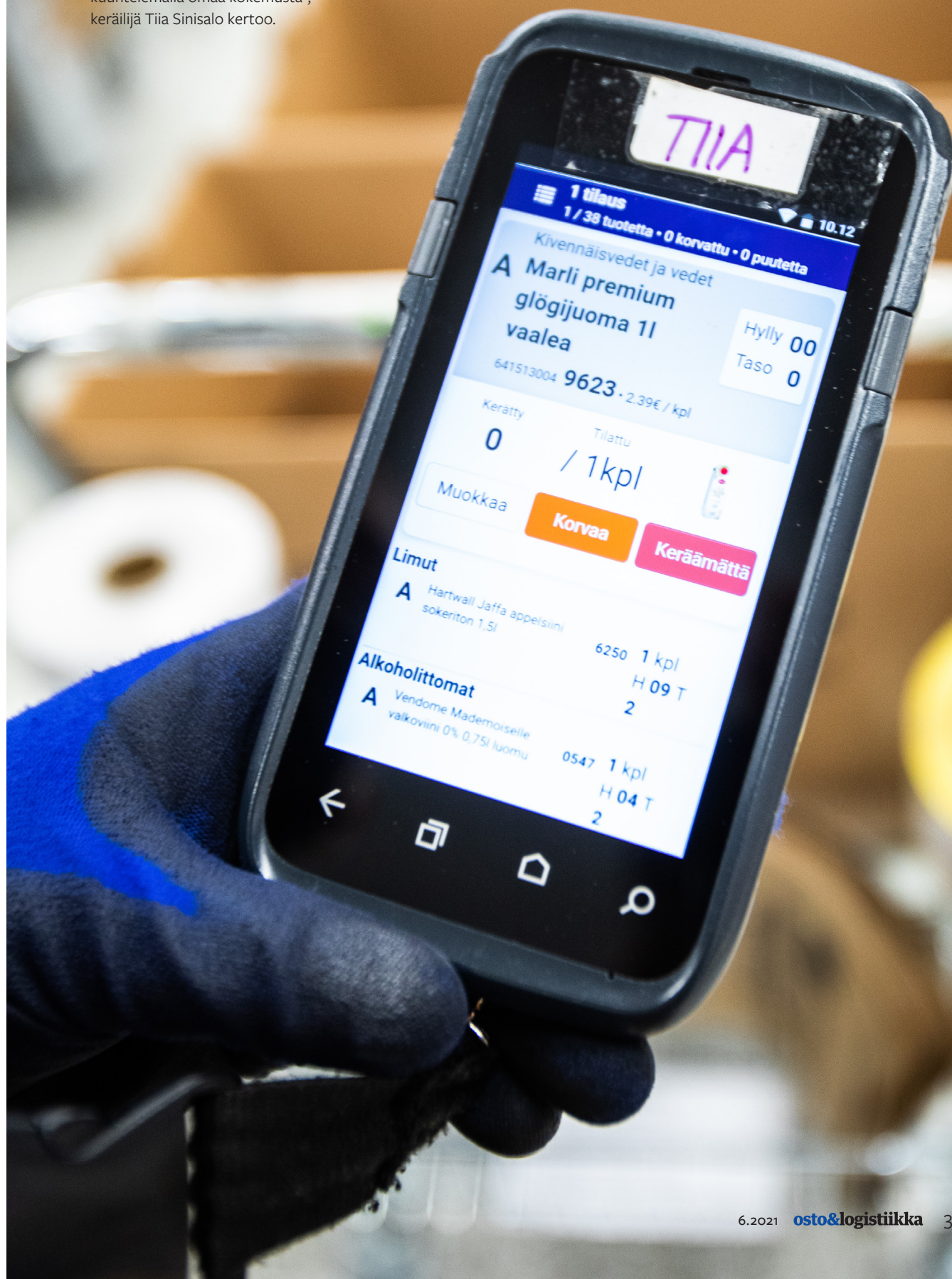
Samalla niin S-Ryhmä kuin Keskonkin ovat aloittaneet yhteistyön ruokalahetäilyyritysten kanssa. Lähetti ei ehkä istu suurperheen viikko-ostosten tekoon, mutta toimintamallinsa myötä ne kykenevät toimittamaan pieniä ruokaostoksia asiakkaalle nopeasti.

"Kun ennen kävimme kaupassa ja lähdimme hakemaan ostoksista unohtuneen tavarankioskilta, nyt verkko-ostoksista unohtuneen tavarankioskilla voi tilata kotiin pikatoimituksella", Kytönen hahmottaa.

ISOISSA STARTUPATAAN KOVAA VAUHTIA

K-ryhmässä Ruoholahden K-Citymarketin MFC-varasto on ensimmäinen askel kohti automatisoitua ruoan verkkokaupan keräilyä. MFC on melko pitkälle konseptoitu järjestelmä, joka on arvioitu parhaaksi vaihtoehdoksi tässä ►

Keräilijöillä on apunaan digitaalinen pääte, joka kertoo asiakkaan kauppalistan sekä tavaroiden sijainnin kaupassa. "Tavallisesti seuraan ohjeita, mutta joskus paras tavaroiden keräysjärjestys löytyy kuuntelemalla omaa kokemusta", keräilijä Tiia Sinisalo kertoo.





► vaiheessa.

"Kokonaisuutena ruoan verkkokauppa on kuitenkin sen verran uusi asia edelleen, että sen parissa tehdään paljon nopeaa yritykseen ja erehdykseen perustuvaa kehitystyötä", Keskon

Jyrki Tomminen sanoo.

S-Ryhmän Jarkko Kyttänen sanoo saman lähes samoilla sanoilla. Esimerkiksi S-Ryhmän jäsenyyteen perustuva kuukausipalvelu sekä pikatoimitukset ovat tällä hetkellä pilottivaiheessa. Isot

kaupat toimivat nyt kuin start up -yritykset.

"Ruoan verkkokauppa oli pitkään kehittämätöntä ja sen tapoja luodaan nyt. On kokeiltava rohkeasti, uskallettava hylätä ja kehittää parhaita ideoita eteenpäin."

Tämä näkyy erityisesti kuljetus- ja toimitustavoissa. Sekä S-Ryhmä että K-ryhmä pyrkivät koko ajan lisäämään nopeuttaan. Siksi, että tottuessaan hyvään kuluttaja vaatii parempaa. Ja osin myös siksi, että norjalainen Oda on avaamassa verkkokauppaa vuoden alussa.

"Koko ajan etsitään uusia tapoja, sillä ruoan verkkokauppa rakennetaan nyt. Luodaan uusia tapoja kuljettaa ja testataan, mistä kuluttaja on valmis maksamaan. Paras tapa löytyy lopulta yrityksen ja erehdyksen kautta", Keskon Jussi Hytönen sanoo. ●



Oda on verkkokaupan uusin toimija

VERKKOKAUPAN kehitysrintamalla pitää kiirettä. Uusin tulokas on norjalainen kauppaketju Oda, joka on avaamassa ruoan verkkokauppaa vuoden 2022 alussa. Odan Suomeen on houkutellut keskittynyt päivittäistavara-kauppa.

"Valitsimme ensimmäiseksi maaksi Norjan ulkopuolella Suomen, koska tämä oli pohjoismaista ainoa, jossa ei ollut vielä puhtaasti ruoan verkkokauppaan keskittynyttä yritystä, joka voisi kirittää hyvin keskittynyttä markkinaa", Odan Suomen toimitusjohtaja Tobias Niemi sanoo.

Viime vuonna osuuttaan 9,5 prosenttia kasvattanut Kesko hallitsee päivittäistavara-kaupasta 36,9 prosenttia. Markkinajohtaja S-Ryhmä puolestaan hallitsee kaupasta 46 prosenttia, joskin sen osuus laski hieman viime vuonna. Yhdessä kaupan jätit hallitsevat päivittäistavara-kaupasta peräti 83 prosenttia. Näiden perässä tulee saksalainen Lidl 9,5 prosentin markkinaosuudella.

Odan on perustanut Karl-Munthe Kaas vuonna 2013. Kahdeksassa vuodessa start upista on kehittynyt vahva ruoan verkkokauppias, jonka liikevaihto Norjassa oli viime vuonna noin 200 miljoonaa euroa.

Toisin kuin S-Ryhmällä, Keskolla ja Lidlillä, Odalla ei ole myymälöitä. Se investoi kymmeniä miljoonia euroja Vantaalla toimivaan logistiikkakeskukseen.

"Suomessa ihmiset osaavat ja tykkäävät hoitaa asioitaan digitaalisesti, mutta ruoan verkkokauppa on moniin muihin maihin verrattuna hyvin pientä. Vain 2 prosenttia suomalaisista tilaa pandemiasta ja mediahuomiosta huolimatta ruokansa verkosta, kun esimerkiksi Ruotsissa vastaava luku on 6 ja Briteissä yli 10 prosenttia", Niemi sanoo.

Alkuvaiheessa Oda työllistää 50–100 työntekijää ja jakelee ruokaa Helsingissä, Espoossa, Vantaalla ja Kauniaisissa. Yhtiö aikoo vallata markkinaa erityisesti tehokkaaksi viritetyn jakelumallinsa avulla.

OMAA LUOKKAANSA.

LINDE E20 – E35

Sähkökäyttöinen, kompakti ja ainutlaatuinen ketterä. Maksimaalinen suorituskyyky myös ahtaissa sisätiloissa.

LINDE X20 – X35

Sähkökäyttöinen, kestävä ja erittäin tehokas. Vaatimaan monivuorotyöhön ulko- ja sisätiloihin.

LINDE H20 – H35

Polttomootorikäyttöinen vastapainotrukki Lindén ainutlaatuisella hydrostaattisella voimansiirrolla. Erittäin tehokas ja tarkka. Jatkuvaan käyttöön kaikkein vaativimpiin ulko-olosuhteisiin.

Uuden sukupolven
Linde-vastapainotrukit.

Tehokasta materiaalinhallintaa

Trukkimallistomme tarjoaa parhaat mahdolliset ratkaisut moderniin ja tehokkaaseen materiaalinkäsittelyyn sisä- ja ulkotiloissa.

Uuden sukupolven 2000 - 3500 kg Linde-vastapainotrukit ovat saatavilla samoilla edistyksellisillä teknisillä ominaisuuksilla käyttövoimasta riippumatta. Valitse tarpeidesi mukaan paras mahdollinen trukkiratkaisu sähkö-, diesel- tai kaasukäyttöisenä.

Lue lisää trukeistamme lindetrukit.fi

Toimivaa sisälogistiikkaa

Tehokkaasti toimiva sisälogistiikka vaatii trukkien lisäksi saumattomasti yhteen mitoitettuja ratkaisuja.

Wihurin Teknisen Kaupan W360° intralogistics -palvelun avulla saat sisälogistiikkaan kattavan paketin suunnittelusta toteutukseen. Kokonaisuuteen kuuluvat Linde-trukki- ja AGV-ratkaisut, varastoautomaatio- ja tekniikka sekä suunnittelupalvelu.

Tutustu sisälogistiikkaratkaisuihimme w360.fi

W | TEKNINEN KAUPPA

Leanware/SCM

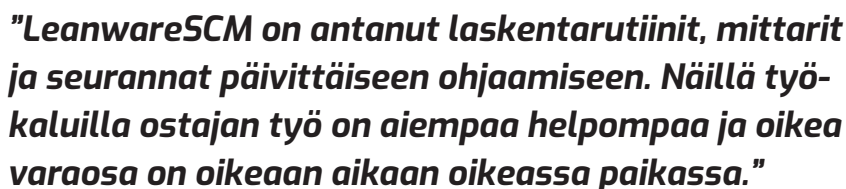
Osto ja toimitusketjun hallinta muutoksen keskiössä



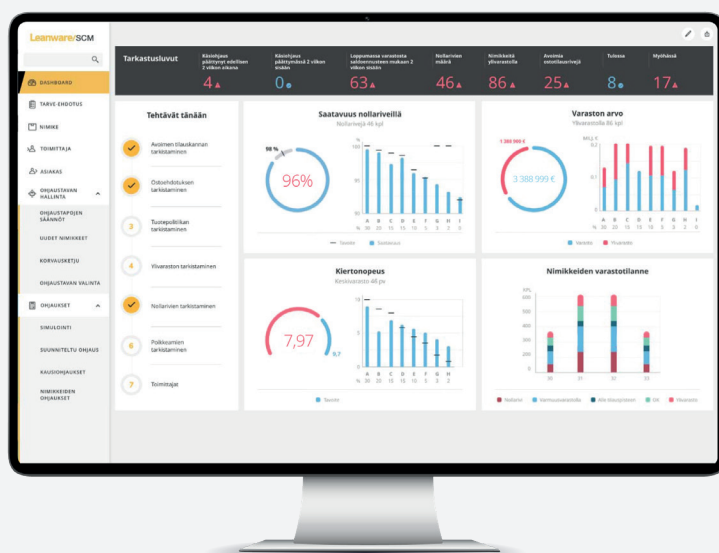
LeanwareSCM on helppokäyttöinen työkalu ostajan tarpeisiin. Se mahdollistaa selkeät prosessit hankintaan ja varastojen ohjaukseen. Ohjelmiston avulla pystyt tavoitteellistamaan oston ja varastojen suunnittelun, ja saat logiikan sekä perusteet taustalle. Näet helpommin, mikä on optimaalinen tapa tilata ja varastoida.



Timo Eronen, Tuotanto- ja logistiikkajohtaja, Airam Electric Oy Ab



Vesa Savela, Korjaamo- ja varaosapäällikkö, VDL Bus & Coach Finland Oy



- Saataavuus nousee yli 98 %
- Halpojen nimikkeiden työmäärän vähenee 30–70 %
- Varastoarvon laskee 10–30 % ja varaston kierto paranee
- Ostohintaindeksit kehittyvät 0,5–3 %

Haluatko tietää enemmän? Lisätiedot ja yhteydenottomahdollisuus osoitteessa: **leanware.fi**

"HUIPPUVUOSINA AUTOISTA SUURIN
OSA MATKASI VENÄJÄLLE – YLI
400 AUTOREKAN PÄIVÄTAHTIA."



Auton saapuessa satamaan suoritetaan sille satamatarkastus, joka kuitataan mobiililaitteella. Sinä aikana, kun auto viipyy satamassa, se pitää saattaa kuljetustilasta normaaliin käyttötilaan.



AUTOJEN TIE SUOMEEN KULKEE HANGON KAUTTA

Kolme neljäsosaa Suomen maanteillä huristavista autoista on ainakin kerran käynyt Hangon satamassa. Keskimäärin autot seisahtuvat siellä viikon verran viimeistä viilausta odottaen.

TEKSTI HELENA RAUNIO KUVAT ASSISTOR-UUTTERA JA SUOMEN VAPAASATAMA OY





Suomen Vapaasatama Oy on vuokrannut Hangon kaupungilta 70 hehtaarin alueen, välittömästi laituri-alueen takamaastosta, jossa ajoneuvologistiikkaoperaattorit toimivat.

HANGOSSA sijaitseva Ulkosatama toimii maamme vilkkaimpana ajoneuvologistiikan keskuksena. Alukset sinne saapuvat Euroopasta, mutta autoja tuodaan maahan Euroopan lisäksi myös Pohjois-Amerikasta ja Aasiasta.

Autologistiikkaan liittyvän satamainfran muodostaa Hangon Satama Oy ja terminaali-infran Suomen Vapaasatama Oy.

Kaupungin omistamalla Hangon Satamalla on kaikkiaan kolme satama-aluetta: suuryksikköliikenteeseen keskittyvä Länsisatama Hangon keskustassa, autologistiikan keskus Ulkosatamassa Tulliniemessä sekä bulkkikuljetuksia hoitava Koverharin satama.

Laivat liikennöivät vilkkaasti etenkin Lyypekistä, Rostockista ja Gdyniasta. Hangon maantieteellinen sijainti mahdollistaa nopeat yhteydet Manner-Euroopan suurista terminaaleista.

”Saksasta saapuu ja lähtee aluksia lähes päivittäin, Gdyniasta kolme kertaa viikossa. Tänä päivänä meillä on hyvin vilkasta toimintaa”, kuvailee tilannetta toimitusjohtaja Anders Ahlvik Hangon Satamasta.

AUTOT PURKAVAT TULLINIEMESSÄ

Suomen Vapaasataman alue on varsinainen autologistiikan infran keskus. Vapaasataman nimi juontaa juurensa niihin

aikoihin, kun maassa oli vielä tullirajoja.

”Maahantuotavat autot puretaan Ulkosatamassa autokentille, jotka Suomen Vapaasatama Oy:n on vuokrannut Hangon kaupungilta. Kaikkiaan 70 prosenttia Suomeen tuotavista uusista autoista tulee Hangon sataman kautta”, kertoo toimitusjohtaja Jens Ekqvist Suomen Vapaasatama Oy:stä. Noin 30 prosenttia autoista saapuu Suomeen Turun ja Helsingin satamien kautta.

Vielä ennen vuosien 2008–2009 lama-aikaa tuotiin Hankoon lähes puoli miljoonaa autoa vuodessa. Huippuvuosina autoista suurin osa matkasi Venäjälle – yli 400 autorekan päivätahtia. Silloin joka neljäs minuutti lähti ajoneuvorekka kohti Venäjän rajaa.

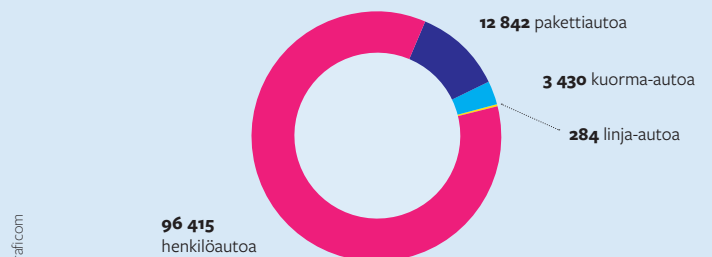
”Siihen aikaan käytössä oli nykyisten tilojen lisäksi yli 70 hehtaarin autokenttä-alue Hangon kaupunkialueen ulkopuolelta Venäjälle menevien kauttakulkuautojen väliaikaiseen

**"KAIKKIAAN 70 PROSENTTIA
SUOMEEN TUOTAVISTA UUSISTA
AUTOISTA TULEE HANGON
SATAMAN KAUTTA"**



AUTOJEN ENSIREKISTERÖINNIT SUOMESSA 2020

Yhteensä **112 971 kpl**



Hallissa on parisenkymmentä asennuspistettä, joista osassa tehdään pakettiautojen vaneroinnit ja osassa laajemmat varustelukokonaisuuksien asennukset.

säilytykseen.”

Transito-liikenteen vähentyessä Hangon kautta tuotavien autojen määrä väheni noin 100 000 autoon vuodessa.

Tällä hetkellä Venäjälle menee vain joitakin junalastauksia vuodessa suurimman osan autoista jäädessä Suomen markkinoille. Vieläkin Vapaasataman alueen yritykset työlistävät noin 400 henkeä muodostaen Hangon alueen suurimman työssäkäyntialueen.

ASSISTOR-UUTTERA SYNTYY

Autologistiikan yrityksiä on toiminut Hangossa jo 1940-luvulta lähtien. Vuosien mittaan yritykset ovat yhdistyneet ja ostaneet toisiaan. Markkinoiden muutokset heijastuivat myös alan toimijoihin.

Merkittävä yritysfuusio tapahtui kaksi vuotta sitten, kun

vuodesta 1945 toiminut Uuttera ja Assistor Oy yhdistyivät. Assistor oli muodostettu vuonna 2001, kun Vehon ajoneuvologistiikkatoiminnot yhtiöitettiin.

”Yhtiömme kautta kulkee tällä hetkellä yli puolet Suomessa myytävistä uusista autoista. Ne menevät sekä autoliikkeisiin kuin suoraan asiakkaillekin”, sanoo toimitusjohtaja Perttu Piri Assistor-Uutterasta.

Sitä ennen tapahtuu kuitenkin paljon.

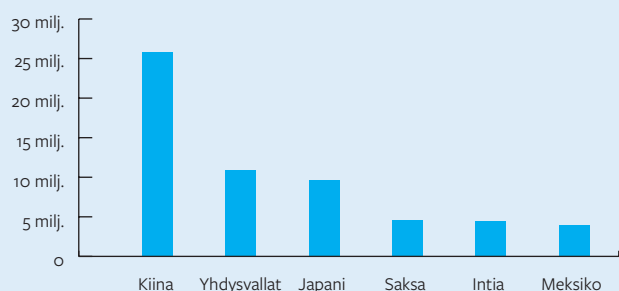
VIIKON VARRELLA VIIMEISTELYÄ

Maahan tulevista autoista huolehtivat erikoistuneet yritykset. Maahan tulevat autot paikoitetaan aluksi Assistor-Uutteran ajoneuvologistiikkaterminaliin. Tilaa on reilusti, sillä asfalttoitua ajoneuvokenttää on 18 hehtaaria Vapaasataman alueella.



SUURIMMAT AUTOJEN VALMISTAJAT MAITTAIN 2019

Maailmanlaajuisesti ajoneuvoja valmistettiin vuonna 2019 yhteensä 92 miljoonaa, joista 67 miljoonaa oli henkilöautoja.



Lähde: Investopedia.com



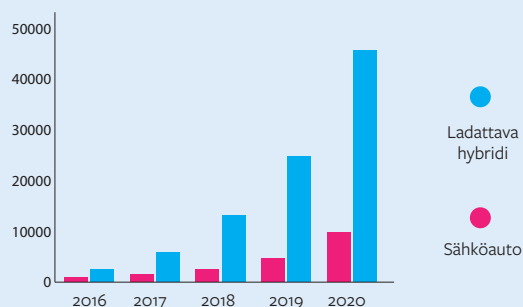
”Auto on täällä meidän tiloissamme - riippuen maahan tulevista eristä ja työprosessista - noin viikon mittaisen ajan. Viiden työpäivän aikana sille tehdään tarvittavat toimenpiteet, jos auto on tilattu ja myyty niin, että sillä on jo myös asiakas”, sanoo Piri ja jatkaa:

”Varastotilaa on yli 7 000 ajoneuvolle. Vuosittain työskentelemme yli 65 000 ajoneuvon parissa, joista varustelemme-kin yli 10 000 ajoneuvoa.”

Auton saapuessa satamaan suoritetaan satamatarkastus, joka kuitataan mobiililaitteella. Kun auto paikoitetaan asfalttikentälle, sekin näkyy sisäisen paikannuksen avulla järjestelmässä. Ja kun se siirretään uuteen paikkaan, tietokin siirtyy.

”Logistiikan lisäksi huolehdimme lukuisista muistakin uuden auton toimitukseen liittyvistä tarpeista, kuten auton varustelusta, huollosta, tankkauksesta, verotuksesta tai tul-

LIIKENNEKÄYTÖSSÄ OLEVIA LADATTAVIEN HENKILÖAUTOJEN MÄÄRÄN KEHITYS 2016-2020



Lähde: Newwheels Oy, Mittaristo ja Liikenne- ja viestintävirasto Traficom, Liikenneasioiden rekisteri



laukseen ja huoltoon liittyvistä toimista.”

Auto pitää saattaa kuljetustilasta normaaliin käyttötilaan.

”Jokaisella asiakkaalla on omat sopimukset siitä, mitä autolle tehdään: yksinkertaisimmillaan se tankataan tai ladataan, merikuljetusten aikaiset suojamuovit poistetaan, elektroniikka, ohjelmistojen päivitykset, moottori ja vastavat tarkistetaan.”

Piri puhuu laadunvarmistuspalveluista, joiden tavoitteena on kuljetusaikaisten vaurioiden havaitseminen. Auton pitää olla siinä kunnossa, jossa tehdas on sen tarkoittanut olevan.

Vaativammissa tapauksissa esimerkiksi pakettiauto räätälöidään asiakkaalle sopivaksi varustamalla se esimerkiksi vaneriseinillä, matoilla, lämmityksellä ja hyllyillä. Kyseessä



voi olla erilaisten työkäyttöön kuten energiayhtiöille tai jakelijoille räätälöityjen pakettiautojen lisäksi vaikka ambulansseja tai kaivosautoja.

AUTON MUKANA REAALIAJASSA

Jokaisen auton elinkaaren vaiheet ovat tiedossa reaaliajassa. Assistor-Uuttteran tietojärjestelmällä on suora yhteys auto-tehtaiden tuotannonohjausjärjestelmiin, ja kaikki toimenpiteet, mitä ajoneuvoille tehdään, jää muistiin.

Mutta järjestelmät toimivat reaaliajassa myös siitä edelleen, kun autot ovat valmiina lastauskentällä lähtemään eteenpäin.

”Saamme auton meidän omaan toiminnohjausjärjestelmäämme siinä vaiheessa, kun tilaus on tehty. Näemme auton liikkeen tehtaan portilta eteenpäin aina siihen sakka, kun auto on jälleenmyyjällä.”

Ulkopuolisille ei näistä tihku tietoja, sillä sekä autotehtailla, automaahantuoilla ja autologistiikkayhtiöillä on tiukat salassapitovaatimukset.

Jotta kaikki ketjun osat pystyvät suunnittelemaan omaa toimintaansa riittävästi etukäteen, sekä automaahantuoja että autologistiikkayritykset katsovat järjestelmistä tulevia tuotantomääriä ja automalleja. Tavoite on saada työtä tasaisesti ja oikea-aikaisesti.

Oma tuotekehitysosasto suunnittelee tarvittaessa autoihin sopivia uusia ratkaisuja kuten lisävarusteita. Tuotekehitystiimi ottaa aina haltuunsa koeasennukset, ja he myös tuotteistavat asennuksen ja tekevät ohjeistuksen.

JOKAISEN AUTON ELINKAAREN VAIHEET OVAT TIEDOSSA REAALIAJASSA.

SÄHKÖAUTOT MUUTTAVAT TOIMINTAA

Automaahantuoja edustavat tuotepäällikkö Pauli Eskelinen Veholta ja myyntijohtaja Timo Nikkari BMW:ltä uskovat, että autovalmistajista suurin osa lisää sähköautojen määrää merkittävästi seuraavan viiden vuoden aikana. Se on kasvava trendi. He lisäävät, että muutos on tullut todella nopeasti, sillä kaksi vuotta sitten tätä ei vielä oikein osattu arvioida.

Nyt kysyntää olisi enemmän kuin pystytään toimittamaan.

”Hybridien osuus on kappalemäärältään yhä täyssähköautoja suurempi uusien autojen kysynnästä, mutta molemmat ladattavat muodostavat kysynnästä yhteensä yli puolet. Valmistusta tosin haittaa vielä akkumateriaalien puute.”

Assistor-Uutteralle kehitys on merkinnyt sitä, että se on investoinut kymmeniin latauspisteisiin hybridi- ja täyssähköautoille.

”Hybridi- ja täyssähköautojen latauspisteiden määrä on kasvussa. Pyrimme nostamaan kapasiteettia harkitun aktiivisesti tarpeen muuttuessa”, sanoo Piri. ●

PAIKALLINEN HANKINTA VÄHENTÄISI TOIMITUSKETJUUN LIITTYVIÄ RISKEJÄ

Asiantuntijat povaavat menestystä yrityksille, joissa valintoja ohjaa jatkossa vastuullisuus.

KYVYKKYYS HYÖDYNTÄÄ DATAA ON AVAIN OIKEISIIN PÄÄTÖKSIIN

Läpinäkyvyydestä on muodostumassa liiketoiminnan valttikortti matkalla kohti menestystä. Hankinnan asiantuntijat ympäri maailmaa kokoontuivat syyskuun alussa Procuriousin webinaariin keskustelemaan siitä, mitä läpinäkyvyyden saavuttaminen käytännössä vaatii.

Procuriousin perustaja ja toimitusjohtaja **Tania Seary** oli saanut vieraakseen Baswaren **Lindsay Munnin**, Boston Consulting Groupin **Marcell Vollmerin** sekä Zeal Sourcingin **Antti Suorsan**. Kaikkien kokemukset osoittivat viime aikojen tapahtumien ravistelleen yritysten uskoa toimitusketjujen haavoittumattomuuteen.

Vollmer muistutti keväällä 2021 tapahtuneesta Suezin kanavan tukoksesta. Yrityksissä, joissa läpinäkyvyydessä oli puutteita, tilanteen selvittely saattoi kestää kauan.

- Jos hankintatiimillä on kaikki data siitä, missä laivoissa ja konteissa mikäkin

tavara on, päästään heti miettimään, miten tilanteen vaikutukset oman yrityksen toimintaan jäävät mahdollisimman lieviksi, hän totesi.

Englanniksi läpinäkyvyys on transparency. On olemassa toinenkin termi, visibility (suom. näkyvyys), jonka on helppo kuvitella viittaavaan samaan asiaan. Vollmer kuitenkin näki niillä selkeät merkityserot.

- Näkyvyys tarkoittaa datasta saatavaa tietoa, ja hankintatiimillä onkin tärkeää olla täydellinen näkyvyys kaikkeen toimittaja-, markkina- ja liiketoimintadataan. Läpinäkyvyyden määritelmä sisältää kuitenkin paljon muutakin. Siihen sisältyy avoimuus, kommunikaatio ja toimet, joilla tieto kääntyy vakuudeksi siitä, että yrityksellä on kaikki tarvittava strategisesti oikeiden päätösten tekemiseen.

Suorsan mukaan lähes kaikki listayhtiöt ovat jo havahtuneet läpinäkyvyyden merkitykseen toimitusketjun riskien minimoimisessa. Käytännön tasolla muutos tapahtuu kuitenkin pikkuhiljaa, sillä sen läpivienti vaatii sekä uutta teknologiaa

että ajattelutapojen tuuletusta.

- Yritykset ovat alkaneet investoida prosessien automatisointiin ja datan keräämiseen, mutta edelleen on olemassa aukkoja datan arvon ja analytiikkatyökalujen tarjoamien mahdollisuuksien ymmärtämisessä. Toinen pitkäaikainen haaste on ollut se, ettei yritysten ylin johto ole priorisoinut hankintaa ja toimittajahallintaa riittävän korkealle. Koronapandemia kuitenkin konkretisoi sen, miten tärkeää on investoida myös hankinnan toimintojen kehittämiseen.

RATKAISUKSI PAIKALLINEN HANKINTA

Viimeiset puolitoista vuotta nostivat strategioiden keskiöön ainakin yhden ison kysymyksen: onko järkevää olla täysin riippuvainen aasialaisista toimittajista?

Keskustelua johtanut Seary nosti esiin muun muassa kasvaneet logistiikkakustannukset ja veropolitiikan muutokset, joiden myötä moni toimija on kääntänyt



LATAA E-KIRJA

E-kirja 10 Business-Critical Procurement Metrics for the Cost-Conscious CPO käy läpi hankinnan mittareita ja dataa, joiden avulla voidaan muun muassa analysoida ja ymmärtää tapahtumien nopeutta, standardisoida ostokokemusta sekä varmistaa 100 %:n näkyvyys kuluihin.

Lataa raportti täältä veloituksetta: <https://bit.ly/CPOMetric>



katseensa takaisin lähialueille.

Suorsa muistutti, että monet kotimaiselta toimittajalta ostavat yrityksetkin ovat lopulta kytköksissä Kiinaan, sillä tukkukauppiaille tavara tulee pitkälti Aasiasta.

- Välillä paikallisia toimittajia ei edes löydy, sillä globalisaatio on ajanut tuotantoa Kiinaan. Tällä hetkellä olemme tilanteessa, jossa suurin osa komponenteista tuotetaan maailmassa yhdessä kaupungissa. Siinä mielessä edessä on pitkä tie, kun puhutaan siirtymästä kohti paikallista hankintaa, hän pohti.

Wollmer toivoi, että yhä useampi yritys heräisi pohtimaan oman organisaation diversiteetin lisäksi toimittajiensa monimuotoisuutta: millainen sekoitus isoja ja pienempiä toimittajia olisi omalle liiketoiminnalle kaikista paras.

Myös Baswaren Munn kertoi poh-

tineensa paljon paikallisen hankinnan hyötyjä sekä läpinäkyvyyden että kestävyiden näkökulmasta.

- Globaalin kriisin kohdatessa jokaisella yrityksellä pitäisi olla toimittajaverkostossaan vaihtoehtoja. Paikallinen toimittaja voi pystyä ketterämpään ja nopeampaan toimittamiseen. Pandemian aikana moni yritys on huomannut paikallisen talouden tukemisen merkityksen. Paikallisilla, pienillä toimittajilla ei ole samanlaista kassavirtaa kuin isommilla kilpailijoillaan. Jos paikalliset toimittajat ajautuvat vaikeuksiin ja lopettavat toimintansa, se heijastuu lopulta koko yhteisöön, hän sanoi.

Hän korosti teknologioiden merkitystä paikallisten hankintojen lisäämisessä.

- Basware Network auttaa myös paikallisen toimittajaverkoston rakentamisessa. Sen avulla isot yritykset voivat löytää

pienempiä toimittajia maantieteellisesti läheltä ja halutessaan avata tarjouskilpailun paikallisella tasolla.

ARVOT MENIVÄT UUSIKSI

Ensin tuli pandemia, sitten IPCC:n tuorein ilmatoraportti, eikä puhe yritysten ja yhteisöjen tasa-arvostakaan ole hiipumassa. Arvomaailmassa tapahtuneet muutokset on pakko ottaa tosissaan, mikäli markkinoilla mielii pärjätä.

- Erityisesti kuluttaja-asiakkaat ovat erittäin valveutuneita vastuullisuuteen liittyvissä asioissa ja haluavat tietää, että hankitut tuotteet valmistetaan kestävästi. Myös voittoa tavoittelemattomat yhdistykset tarkkailevat yritysten toimittajia ja lukevat vastuullisuusraportteja osoittaen mahdolliset epäkohdat, Suorsa kommentoi.

Muutospainetta tulee koko ajan enemmän myös sijoittajilta, jotka alkavat olla yhtä lailla kiinnostuneita siitä, millaisin pelisäännöin markkinoilla toimitaan.

- Keväällä ilmastotoimia vaativat aktivistisijoittajat saivat ajettua Exxon Mobilin hallitukseen kaksi uutta jäsentä, joista toinen on suomalainen Kaisa Hietala, kuului Suorsan esimerkki.

Koko nelikko uumoili, että jatkossa hankinnoissa korostuvatkin eettiset ratkaisut. Silloin datasta ja sen analysointia edistävän teknologian hyödyntämisestä on jälleen paljon apua.

- Eettinen hankinta lähtee liikkeelle siitä, että yrityksessä ymmärretään bisneskumppaneiden taustat. Kyse ei ole vain omista toimittajista, vaan myös heidän alihankkijoistaan ja toimittajistaan. Joskus asioiden selvittäminen voi vaatia yksityiskohtiin paneutumista, mutta nykyisin siihen on tarjolla työkaluja, kuten analytiikkaratkaisuja, Munn muistutti.


Lopulta vastuullisuus kumpuaa organisaation jokaisesta valinnasta. Munn epäili, että etätyöskentelyn aikana prosessien automatisointia on vauhdittanut myös yritysten halu satsata työnteekijöidensä hyvinvointiin.

- Manuaalisten työvaiheiden poistaminen on helpottanut kotitoimistoissa tehtävää työtä. Moni digitaalisiin ratkaisuihin panostanut yritys on huomannut, että muutoksen myötä tehokkuus on noussut. Isommassa kuvassa miellyttävämpien työympäristöjen luominen tai tarpeettoman liikematkustuksen vähentäminen on osa keskustelua tulevaisuuden kestävästä liiketoiminnasta.



NORDIC LIGHTS on vuonna 1992 perustettu yritys, joka on tällä hetkellä markkinoiden johtavia työ- ja ajoneuvovalojen edistynyttä tekniikkaa edustavien tuotteiden valmistaja asiakkaina kaivos-, rakennus-, metsä- ja valmistava teollisuus sekä logistiikka- ja maatalousala. Yrityksen pääkonttori sijaitsee Pietarsaaressa sekä tytäryhtiöissään Saksassa, USA:ssa, Taiwanissa, Brasiliassa, Vietnamissa ja Singaporessa.





Pietarsaarelaisen työ- ja ajoneuvovaloja valmistavan Nordic Lightsin valtti kiristyvässä kilpailussa on tuotteiden ja palveluiden laatu. Kasvunäkymien pullonkaulaksi uhkasi muodostua tuotanto- ja varastotilat, jotka eivät pysyneet kysynnän perässä.

TEKSTI ILMARI TUOMIVAARA KUVAT MIRANDA UTHARDT

Näin toteutettiin

ONNISTUNUT AUTOMAATIO- RATKAISU

PIETARSAARESSA pääkonttoriaan pitävä Nordic Lights Oy on maailman johtavia työ- ja ajoneuvovalojen toimitajia, jonka asiakaskuntaan kuuluvat muun muassa kaivos-, metsä- ja valmistava teollisuus sekä maatalous.

Yhtiön liiketoiminta on ollut viime vuodet vahvasti nousujohteista eikä korona tai toimitusketjujen häiriöt ole vauhtia hyydyttäneet.

"Myymme tänä vuonna tuotteita noin 60:een eri maahan. Myös kuluva vuoden liikevaihto tulee merkittävästi kasvamaan edellisestä ja henkilöstöäkin on lisätty vastataksemme kasvuun", kuvailee tuotannosta ja toimitusketjuista vastaava johtaja **Tomas Skott**.

Työkonemaailmaa Skott luonnehtii siten, että sille on tyypillistä seurata autoteollisuuden askelmerkkejä mutta useamman vuoden viiveellä.

"Esimerkiksi henkilöautojen valoissa tapahtuneesta kehityskulusta

halogeeneistä xenon-valoihin ja lopulta ledeihin pystyimme päättämään, että sama teknologia tulee myös työkoneisiin. Historian perusteella pystyimme arvioimaan, että kestää noin 5-6 vuotta kunnes ledien kustannustaso tippuu riittävälle tasolle, minkä jälkeen niitä aletaan vakioasentamaan myös työkoneisiin", sanoo Skott.

KYSYNTÄ KASVAA, TUOTANTO EI PYSY PERÄSSÄ

Kasvavaan kysyntään vastaamisessa Nordic Lightsilla oli kaksi vaihtoehtoa: joko jatkaa vanhoilla tuotantomenetelmillä ja skaalata toimintaa ylöspäin kysynnän kasvaessa tai sitten tehdä laajempi tuotantoprosessin uudistus.

"Aiemmin olimme vastanneet kasvaneeseen kysyntään laajentamalla varastoamme ja hoitamalla kasvaneita tilausmääriä lisäämällä manuaalista käsittelyä. Nyt kuitenkin uskoimme

paitsi kysynnän jatkavan kasvua mutta myös tuotevalikoimamme kasvavan jatkossa niin paljon, ettei tuotannon skaalaus olisi enää onnistunut nykyisissä tiloissamme", Skott sanoo.

Pöydälle jäi vaihtoehto kehittää tuotantoprosessia tehokkaammaksi nykyisten seinien sisällä.

MOCKUP-TYÖPISTEISTÄ LIIKKEELLE

Nordic Lights asetti tuotantoprosessin uudistuksen tavoitteeksi, että yhtiö pysyy tuplaamaan tuotantonsa samoissa tiloissa viiden vuoden sisällä. Lisäksi prosessin myötä piti päästä eroon virhekeräilystä, järkevöittää tavaravirtojen kulkua tuotannossa sekä mahdollistaa tuotteiden parempi jäljitettävyys.

"Lähdimme läpikäymään markkinoilla olevia erilaisia järjestelmiä, joista voisi löytyä vastaus tarpeisiimme: Miten ne soveltuvat käyttötarkoituksiimme? Mitä haavoittuvuuksia eri jär-

Uusi järjestelmä käsittää 1 000 nimikettä, kaksi syöttöasemaa ja kolme keräilyasemaa. Tilaa järjestelmässä on 33 000 laatikolle.





Tomas Skott on Nordic Lightsin tuotannosta ja toimitusketjuista vastaava johtaja.



jestelmissä on sekä miten niitä on saatavilla?" Skott sanoo.

Huolellisen kartoituksen jälkeen AutoStore-ratkaisu alkoi vaikuttamaan varteenotettavalta.

"Ensiksi halusimme kuitenkin testata pystyykö AutoStoren kaltainen järjestelmä peruserä- ja erätoimitusten tehostamiseen nimenomaan meille tyypillisen pientavaran keräilyä ja siten nopeuttamaan tuotantoamme."

Testatakseen kuinka paljon tuotanto nopeutuu keräilyn myötä, tuotantohalliin rakennettiin eurolavoista uuden keräilyalueen mallinnus, jonne manuaalisesti toimitettiin tavaraa mahdollisimman nopeasti.

"Perusteellisten testien jälkeen totesimme, että ratkaisu on meille toimiva", Skott muistelee.

AutoStoren eduiksi laskettiin myös se, että vaikka yksi robotti menisi rikki niin keräilyportteja pysyisi auki eikä tuotanto halvaantuisi. Historiasta oppineena myös järjestelmän myö-

hempi skaalautuvuuskyky oli yksi tärkeä tekijä Nordic Lightsille.

UUSI JÄRJESTELMÄ KÄYTTÖÖN

Uusi järjestelmä asennettiin vuoden 2019 aikana ja otettiin käyttöön vuoden 2020 alussa.

"Tilausvaiheesta käyttöönottoon kului noin puolitoista vuotta", Skott muistelee.

Uusi järjestelmä käsittää 1 000 nimikettä, kaksi syöttöasemaa ja kolme keräilyasemaa. Ensimmäisten tulosten valossa tehokkuus on jo lisääntynyt 25 prosenttia, tuotteiden jäljitettävyyden parantunut sekä virhekeräily vähentynyt.

Ihan täysin ilman ongelmia ei mittava kehityshanke toteutunut.

"Opimme kantapään kautta, että tämän mittaluokan hankkeissa olisi hyvä olla hankkeelle omistettu täysipäiväinen henkilöresurssi. Sen ymmärryksen mukaan toteutamme tulevia projekteja", Skott sanoo. ●

Hankkeelle LOGYn sisälogistiikka-palkinto

Vuoden 2021 Sisälogistiikkapalkinto myönnettiin Nordic Lightsin automaattioratkaisulle.

"Tuomaristo arvosti päätöksessään sitä, että Nordic Lights lähti toteuttamaan AutoStore-automaattioratkaisua ajoissa, Suomen markkinoilla etulinjassa. Yrityksessä ymmärrettiin kokonaisvaltainen uudistustarve. Tavoitteena oli tuotannon kaksinkertaistaminen, ja sen pohjalta suunniteltiin automaattioratkaisu", kertoo LOGYn Sisälogistiikkafoorumin puheenjohtaja Janne Aikio.

Vuosittain jaettavan palkinnon tarkoituksena on edistää kotimaisen sisälogistiikan kehittymistä.

LAHDEN SEUTU ON VERKKOKAUPAN HUIPPUPAIKKA

Preeco Tradingin yrittäjä Henrik Viitala
listaa Lahden seudun eduiksi edullisen
hintatason sekä logistisen sijainnin.

Teksti: Taru Schroderus / Kuva: Panu Rissanen / Taitto: Anna Aalto

Verkkokaupan kasvu kiihtyy. Kasvu näkyy myös loistavan logistisen sijainnin Lahden seudulla, jonne verkkokauppayrityksiä houkuttelee sijainnin lisäksi varasto- ja toimitilojen sekä tonttien edullisuus. Muun muassa Tavaratalo Kärkkäinen on rakentamassa Lahteen 27 000 neliömetriä lisätilaa verkkokaupansa varastointitarpeisiin.

Kärkkäinen ilmoitti investointisuunnitelmistaan viime keväänä. Lahden Renkomäessä sijaitsevan tavaratalon myynti- ja varastointitilojen laajennus voi tuoda Lahteen muutamassa vuodessa jopa 200–300 uutta työpaikkaa. Myös huonekalu- ja sisustustuotteisiin erikoistuneen Veken keskusvarasto sijaitsee Lahdessa.

Lahden Kujalassa toimivan Alfa-rocin sekä 10 minuutin ajomatkan päässä Orimattilan Pennalassa sijaitsevan Postin logistiikkakeskusten kautta kulkee mittava joukko muun muassa kotimaisten huonekalu- ja vaatetusalan yritysten tuotteita.

Lahden seudulla toimivat myös kaikki Suomen merkittävimmät logistiikkayritykset, kuten DB Schenker, Kaukokiito ja Speed. Vuoden vaihteessa valmistunut Lahden eteläinen kehätie on tehnyt kuljetusreiteistä entistä sujuvampia kaikkiin ilmansuuntiin ja sujuvoittanut myös kansainvälistä vientiä.

Verkkokauppa Preecolla vahvaa kasvua

Postin ja DB Schenkerin kanssa tekee yhteistyötä myös lahtelainen verkkokaupan pioneereihin lukeutuva Preeco Trading, jonka vapaa-ajan tuotteiden verkkokauppatoiminnot ja varasto sijaitsevat Lahdessa.

Oulun yliopistossa kauppatieteitä opiskellut kärköläläinen **Henrik Viitala** perusti yrityksen viiden ystävänsä kanssa vuonna 2010.

Säkkituolien lisäksi yritys myi alkuun muun muassa puutarhakalusteita, kasvi-huoneita ja hierontapöytiä.

– Tuotenimikkeitä oli aluksi vain muutamia, nykyisin niitä on useita satoja. Preeco Tradingin liiketoiminta on kasvanut joka vuosi noin 30 prosentilla ja sen alla on nykyisin muitakin verkkokauppoja, kuten kuntosalilaitteisiin ja -varusteisiin erikoistunut Gorilla Sports sekä Freddyyn vaatteita edustava Freddy



Verkkokauppapäälikkö Mika Lappalainen on tyytyväinen Gymstickin varaston sijaintiin, joka antaa etumatkaa tuotteiden keräämiseen varastolla ja mahdollistaa silti saman toimitusajan, kuin jos sijaintina olisi pääkaupunkiseutu.

Store. Omistamme osan myös muutamien muiden brändien liiketoiminnasta, Viitala kuvailee vahvassa kasvussa olevan yrityksen toimintaa.

”Lahti on paras vaihtoehto”

Viitalan ja yhtiökumppaneiden verkkokaupat ja kaksi varastoa työllistävät tällä hetkellä 42 henkilöä ja niiden yhteen laskettu liikevaihto on noin 19 miljoonaa euroa.

Yrityksen toimisto sijaitsee Lahden keskustassa, Aleksanterinkadulla, kolmessa kerroksessa. Varastokin on vain kymmenen minuutin ajomatkan päässä, vanhan Lasitehtaan kiinteistössä. Viitala pohtii parhaillaan uutta varastointitratkaisua pieneksi jäävän Lasitehtaan varaston tilalle.

– Lahti on meille juuri sopivan kokoinen, viihtyisä, hintatasoltaan edul-

linen ja logistisesti paras vaihtoehto. Vuosaaren satamaan saapuvat kontit tulevat Lahteen tunnissa ja toimitukset ovat täältä nopeita kaikkialle Suomeen. Jos asiakas tilaa jonkin tuotteen tänään, hän saa sen yleensä jo huomenna. Myös vienti Ruotsiin ja Venäjälle sujuu jouhevasti, Viitala kertoo.

Viitala listaa Lahden seudun eduksi myös edulliset asumiskustannukset sekä osaavan työvoiman, jonka kouluttamisessa LAB-ammattikorkeakoulu ja Koulutuskeskus Salpaus tekevät hyvää työtä.

– Olemme tehneet yhteistyötä ammattikorkeakoulun kanssa. Järjestimme muun muassa verkkokauppa-kurssin IT-opiskelijoille, jonka myötä palkkasimme osan opiskelijoista meidän töihin, Viitala jatkaa.



Gymstickin toimituksilla kahden tunnin etumatka

Omasta Gymstick-jumppakeppi-innovaatiosta Suomen suurimmaksi kuntolumerkiksi kasvanut lahtelainen Gymstick perusti verkkokaupan vuonna 2015.

– Perustimme verkkokaupan pienentämään liiketoiminnan riskiä, sillä viisi suurinta asiakastamme toivat tuolloin lähes 70 prosenttia liikevaihdostamme, Gymstickin verkkokauppapääällikkö **Mika Lappalainen** kertoo.

Kokeilumielellä startannut verkko-kauppa siirrettiin vuotta myöhemmin uudelle alustalle, jonka myötä verkko-kauppaliketoiminta lähti reippaaseen kasvuun.

– Liiketoimintamme jakauma verkko-kaupan, kotimaan myynnin ja viennin kesken on tällä hetkellä ihan-teellinen. Verkkokauppa on tuonut liiketoimintaamme kaivatun lisäjalan, Lappalainen jatkaa.

Hän kertoo verkko-ostamisen siirtyneen muutaman viime vuoden aikana tietokoneilta mobiilimaailmaan. Kun verkkokaupassa käydään pääosin puhelimella, tulee alustan olla varmatoiminen ja helppokäyttöinen. Myös ostokset halutaan kotiuttaa nopeasti.

Gymstickin tuotteiden varasto sijaitsee Lahden Nastolassa. Varastoinnissa ja logistiikassa Gymstickin pääyhteistyökumppaneina toimivat Posti ja Schenker. Ruotsin vientilogistiikasta huolehtii PostNord.

– Varastomme sijaitsee hyvässä paikassa kuljetusyritysten terminaaleihin nähden. Kun toimitamme tuotteitamme pääkaupunkiseudulle, ne ovat asiakkaalla yhtä nopeasti kuin jos varastomme olisi Helsingissä. Etelään suuntautuvissa toimituksissa emme häviä mitään, mutta kaikissa Lahdesta pohjoiseen suuntautuvissa kuljetuksissa voitamme aikaa, sillä saamme kerätä tuotteita varastolla lähes pari tuntia pidempään.

– Olemme päässeet kuljetusyritysten kanssa hyvään yhteistyöhön ja kehittäneet prosessiamme niin, että asiakas saa tuotteensa nopeasti ja tehokkaasti, Lappalainen kiittelee.

Hän kertoo Gymstickin suunnittelevan verkkokaupan laajentamista, ensin Ruotsiin ja sitten muualle Eurooppaan.

– Pohjoismaiden johtava kuntoilu-brändi - se on vahva tulevaisuuden tavoitteemme, Lappalainen arvioi.

Business

LAHTI REGION

Kun haluat lisätietoja Lahden bisnesympäristöstä, ota yhteyttä Lahden Seudun Kehitys LADECin sijoittumistiimiin:

www.lahtibusinessregion.fi

VANERISTA VERKKOKAUPPATUOTTEEKSI

Koivuvanerista koruja ja sisustustuotteita valmistava lahtelainen Puine oli alun perin kolmen LAB-ammattikorkeakouluopiskelijan harjoitusyritys.

– Ostimme domainin ja rakensimme verkkokaupan itse. Tuotteita oli alkuun 15, joita varten tilasimme vanerierän, jota meillä ei kuitenkaan ollut varaa maksaa. Tilauksia tuli onneksi jo ensimmäisen viikon aikana niin paljon, että saimme lunastettua vanerin ja valmistettua tuotteet, **Jasmiina Kolehmainen** muistelee.

Nuori yrittäjyys -kurssin yritykselle asetetun tulorajan täyttymisen jälkeen vuoden 2017 vaihteessa Puinen tuotteiden valmistuksesta vastaava Kolehmainen päätti perustaa oikean yrityksen.

– Vuokrasin yritykselle tilat, liisasin laserleikkurin ja tein aktiivista some-markkinointia. Yrittäjäksi ryhtyminen ei ole kaduttanut, sillä liiketoiminta on ollut perustamisesta lähtien kannattavaa ja tasaisessa kasvussa.

Nykyisin Puine työllistää Kolehmaisena lisäksi kolme työntekijää, jotka vastaavat kivijalkakaupan asiakaspalvelusta ja tuotteiden valmistuksesta yhdessä hänen kanssaan.

Tonttupajassa ympäri vuoden

Puine-tuotteita myydään oman verkkokaupan ja Lahden Sopenkorvessa sijaitsevan myymälän lisäksi 21 eri jälleenmyyjällä ympäri Suomea sekä muutama myös Suomen rajojen ulkopuolella. Valikoimassa on noin 150 erilaista ohutviiluvanerista valmistettua sisustustuotetta. Suosituimpia ovat vaneriset kakkukoristeet, erilaiset kortit ja kyltit.

– Tuotevarastomme on hyvin pieni, sillä pääasiassa valmistamme tuotteet tilauslähteisesti. Sosiaalinen media on tärkein

markkinointikanavamme. Puinella on Instagramissa ja Facebookissa yli 15 000 seuraajaa. Kun joku on löytänyt vaikkapa hammasharjatelineemme ja kehuu sitä somessa, uusia tilauksia tulee nopeasti.

Puinen tuotteet valmistetaan Koskisen ohutviiluvanerista. Kolehmainen valmista tuotteet, paketoit ne ja vie paketit kotimatalla postiin.

– Tykkään kaikesta yrittämiseen kuuluvasta tekemisestä. Meillä on täällä jatkuvasti tonttupaja käynnissä, Kolehmainen naurahtaa.



Kuva: Puine Oy

Puinen yrittäjän Jasmiina Kolehmaisena mukaan sosiaalinen media on yrityksen tärkein markkinointikanava. Somekanavissa tuotteista annettu julkinen palaute johtaa nopeasti uusiin tilauksiin.



Hallintotieteiden tohtori Kaija Möttö:

Vastuullisuus ja turvallisuus ovat kilpailukykyisen tavarankuljetustoiminnan edellytys

TEKSTI HELENA RAUNIO

VASTUULLISUUS ilman turvallisuutta ja turvallisuus ilman vastuullisuutta on ontuvaa liiketoimintaa. Näin sanoo Tampereen yliopistossa väitellyt hallintotieteiden tohtori **Kaija Möttö**.

Kaija Möttö keskittyi hallintotieteiden alaan kuuluvassa väitöstyössään tavarankuljetusyritysten liiketoimintaan tieliikenteessä.

”Vastuullisuuden ja turvallisuuden vaikutukset ulottuvat niin yrityksen sisäisiin kuin ulkoisiin sidosryhmiin. Näiden keskeisten ydinasioiden toteuttamisessa ovat suurimpina haasteina tieliikennealaan liittyvä markkinaehtoinen kilpailu, jatkuva kiire ja toimi-

tusketjokokonaisuuden toteuttaminen”, Möttö sanoo.

Hän lisää, että kuljetuspalvelusopimuksiin pitäisi saada vastuullisuusasiat mukaan.

Menestymistä, tai edes selviytymistä, alati muuttuvassa kilpailuympäristössä ei taata toimimalla kuten ennenkin on toimittu. Keskeinen kysymys ja tavoite yrityksille on, miten pystytään kannattavasti tyydyttämään asiakkaiden tarpeet ja miten onnistutaan samanaikaisesti kehittämään tavarankuljetuksen liiketoiminnassa.

”Korona-aika opettaa meitä tarkastelemaan vastuullisuus- ja turval-

lisuusasioita nykyistä tarkemmin ja laajemmasta näkökulmasta. Mutta näkökulman pitäisi olla moniulotteisempi – jo siitä syystä, että teknologian monimuotoisuuden vuoksi myös vastuullisuuteen ja turvallisuuteen liittyvät haasteet kasvavat”, Möttö muistuttaa.

YHDEKSÄN YRITYSTÄ KOHTEENA

Väitöstutkimuksen aihealueen valinnan taustalla ovat liikenteen turvallisuusvirasto Trafín vastuullisuusmallikokeilututkimus vuosina 2013–2015 ja erityisesti tähän malliin osallistuneet yhdeksän erikokoista ja eri kuljetusalaa ►

► edustavaa tieliikenteen tavarankuljetusyritystä.

Kuljetusyritysten liikevaihdot vaihtelivat 0,2–10 miljoonaa euroa ja toiminnot kontti- ja elintarvikekuljetuksesta kappalelataukseen ja maa-ainekuljetukseen.

”Kohdeyritykset kommentoivat, että avanneet oman liiketoimintansa ovat vastuullisuus- ja turvallisuuslähtöisesti. Nämä keskeiset ydinasiat pitävät kumipyörät liikenteessä.”

KÄSITYKSET VASTUULLISUUDESTA VAIHTELEVAT

Vastuullisuus näkyy ja vaikuttaa toiminnoissa ja teoissa ja vaikuttaa myös silloin, jos vastuullisuutta ei huomioida.

Vastuullisuusosa-alueet ovat riippuvaisia toinen toisistaan. Yrityksen vastuun määrittelevät sekä yritys itse että sidosryhmät.

Vaikka vastuullisuutta ja turvallisuutta on tutkittu paljon, Möttö huomasi, että kohdeyritysten käsitykset vastuullisuudesta vaihtelivat.

Helpoimmalle vaikutti se, että vastuut laitettiin yhteen nippuun ja sanot-

tiin, että kaikki ovat tärkeitä. Niistä taloudellisuus mainittiin ykkösasiana, ja turvallisuus oli toisella sijalla.

”Jotta kuljetusyrityksestä tulisi kokonaisuudessaan vastuullinen, vaaditaan siltä yritystoiminnan kokonaiskuvan hahmottamista kaikkien vastuullisuuden osa-alueiden osalta. Tällöin yritys tietää, miten se vaikuttaa sidosryhmiin, yhteistyökumppaneihin sekä toimintaympäristöön ja mitä se voi niiltä odottaa”, Möttö selvittää.

ONKO VASTUULLISUUS HUUHAATA?

Möttö halusi myös selvittää, onko vastuullisuus vain yrityksen kilven kiillotusta tai hyvän, vastuullisen ja turvallisen liiketoiminnan ajuri?

Tutkimustyön taustalla oli erään toimitusjohtajan toteamus: ”Vastuullisuudesta voi rakentaa liiketoimintaa, kun pystyy osoittamaan sen tuoman lisäarvon asiakkaalle. Harmillisen usein tätä ei edes yritetä, joten se jää pelkäksi huuhaaksi”.

Väitöstutkimuksessa nousikin esille useita epävarmuustekijöitä, joita kohdeyritykset miettivät: ”Onko vastuullisuudelle tilausta, arvostavatko tilaajat

vastuullisia toimijoita ja miten saadaan vastuullisuusajattelua tiedoksi laajemmin?”

Pulmallisena ilmiönä koettiin myös, että vastuullisuutta pidettiin pehmoiluna, turhana höpinänä tai ajanhukkana. Vastuullisuuden vähätely ilmaistiin niin, että kuljetusalan toimijakenttä on kirjavaa ja osa vähätelää vastuullisuudesta.

AMMATTIKULJETTAJAT AVAINASEMASSA

Kuljetusyrityksen ydinosaamiseen kuuluu vuorovaikutusosaaminen, verkostojen hallinta ja sidosryhmäyhteistyö. Johtaminen puolestaan sisältää ihmisten johtamisen, strategisen johtamisen ja toiminnan ohjaamisen.

Kaupallinen ja taloudellinen johtaminen on tärkein, mutta myös haastavin johtamisen osa-alue. Myös palvelujen hinnoittelu tulisi olla linjassa taloudellisen kestävyysnäkemyksen kanssa.

”Yritysten kannattaisi kiinnittää huomiota etenkin kilpailussa pärjäämiseen, taloustilanteen seurantaan, laki- ja sääntelyasioihin sekä liiketoimintaan liittyviin sopimuksiin.”

”Tässä vuorovaikutteisessa toiminnassa viestikapulan liikuttajina toimivat omalta osaltaan tien päällä olevat ammattikuljettajat”, Möttö lisää.

TEKOJEN KAUTTA TULOISIIN

Vastuullisuus ja turvallisuusasiat ovat vuorovaikutteisista toimintaa, johon tulisi sisältyä niin palautteen antoa kuin vastaanottamista.

”Vastuullisuutta tulisi kehittää yhteistyössä sidosryhmien ja yhteistyökumppaneiden näkemyksiä kuunnellen. Vastuullinen toiminta ei tuo pika-voittoja, vaan tulokset näkyvät pitkän ajan viipeellä.”

Väitöskirjassa nouseekin esiin tär-

**"MÖTTÖ HALUSI MYÖS
SELVITTÄÄ, ONKO VASTUULLISUUS
VAIN YRITYKSEN KILVEN KIILLOTUSTA
TAI HYVÄN, VASTUULLISEN JA
TURVALLISEN LIIKETOIMINNAN
AJURI?"**

keä asia: vastuullinen liiketoiminta ilmenee tekojen kautta. Ja se, että vastuullisuus on välittämistä. Tätä tekemistä tukevat yrityksen arvopohja, eettiset ja moraaliset toimintatavat, luottamus johtamiseen sekä yhteistointi eri sidosryhmien välillä.

Yritysten mukaan keskeistä on kaksi asiaa: mitä luvataan ja mitkä lupaukset pidetään. Tällöin esille tuotiin, että vastuullisuus ei ole itseisarvo – itsestään selvyys, vaan pitää tietää, mikä on yrityksen tavoitteen ja lupauksen ero.

Yhteiskunnan muutosten myötä myös arvot muuttuvat. Esimerkiksi ympäristövastuussa otetaan huomioon energiankäyttö ja päästöjen vaikutukset.

”Logistiikka ja tavarankuljetukset ovat tärkeä osa edellä mainittua kokonaisuutta. Asiakkaatkin odottavat yhä enemmän ”vihreitä ratkaisuja” kuljetusyrittäjiltä ja toimitusketjukokonaisuudelta.”

PAREMPI INFORMAATIO KOKO KETJUSSA

Tietämys koko toimitusketjusta ja parempi informaation kulku sekä siihen vaikuttavat toimijat saivat aikaan parempia päätöksiä yrityksissä, esimerkiksi varastonhallinnan, investointien sekä näihin liittyvien kulujen osalta.

”Tutkittavat yritykset totesivatkin, että liiketoiminnan menestyksen ehtoja on taloudellinen vastuu, joka näkyy ennakkoehtona muille kuljetusyrittäjien vastuullisuuspyrkimyksille.”

Vastuiden korostaminen ja niiden tärkeys on peruskysymyksiä rahdinkuljettajan ja kaupan eri osapuolien kannalta. Ne liittyvät olennaisesti käytettäviin toimitusehtoihin sekä kuljetusvakuutuksiin. Tällä alueella oli selvästi osaamisvajetta.

TURVALLISUUS KULKEE KÄRJESSÄ

Turvallisuus on maantieliikenteessä toimivan tavarankuljetuksen ykkösasia. Mitä yhteistä sitten on vastuullisuudella ja turvallisuudella?

”Vastaus on lyhyt – liikennekulttuuri ja vuorovaikutus. Tieliikenteessä vuorovaikutus tarkoittaa sitä, että tilanteeseen on reagoitava heti, myöhemmin sitä ei enää voida korjata.”

”Vastuullisuuden etuna puolestaan voidaan sanoa olevan sen, että useimmiten vuoropuhelua on mahdollista korjata, myös jälkikäteen.”

Tutkimuksen kohdeyritysten yhteisestä kommentista voidaan todeta, että turvallisuus on lähinnä varusteisiin ja ohjeisiin liittyvää. Vastuullisuus puolestaan on toimintatapaa koskevaa, molemmat tukevat toisiaan.

”Yrityksen ensisijainen vastuu on varmistaa asiakkaiden ja oman henkilöstön turvallisuus. Yritysten mukaan tällä on laajempi merkitys kuin pelkällä tuloksen tekemisellä.”

Liikenneturvallisuuden tärkein linkki puolestaan on kuljettaja. ”Sopimuksissa on liian tiukat aikataulut, joten aina on kiire. Tällä on merkittävää vaikutusta kuljettajan hyvinvointiin ja liikennekäyttäytymiseen.”

Harmillista kyllä Möttö väitöstutkimus osoittaa, että todellisen kuljetustyön ja lainsäädännön välillä on ristiriita. Poliisin tehotarkastuksen mukaan, jatkuvasti laiminlyödyt ajo- ja lepoajat ovat kriittinen tekijä.

”Väsynyt kuljettaja on heikoin lenkki tieliikenteessä, lastaus- ja purkutapahtumissa”.

Vastuullisuus- ja turvallisuuskeskusteluun tulee liittää palvelusopimusten, toimitusketjun aikataulujen ja kiireen erilaiset tekijät. Vastuullisuus pitää viedä sopimuksiin asti”, Möttö lisää. ●



Vastuullisuus tieliikenteen tavarankuljetustoiminnassa

Tampereen yliopistossa väitellyt Kaija Möttö huomauttaa, että vastuullisuus on päätöksentekoa ja käytännön toimia, joilla pyritään parantamaan liiketoimintaan ottamalla huomioon ympäröivät ihmiset, yhteiskunta ja tavalla tai toisella toimintaympäristökonaisuus.

Hallintotieteiden lisen-siaatti Kaija Möttö väitteli 21.5.2021 Tampereen yliopiston johtamisen ja talouden tiedekunnassa aiheesta Vastuullisuus tieliikenteen tavarankuljetustoiminnassa. Vastaväittäjänä toimi dosentti Jari Kaivo-oja Turun yliopistosta, kustoksena professori Jari Stenvall Tampereen yliopistosta.

LOGY on Suomen suurin logistiikan ja hankinnan asiantuntijoiden verkosto. Jäsenilleen LOGY tarjoaa alan tuoreimman tiedon, hyödyllisimmät ideat ja arvokkaimmat kontaktit. Yhdistyksemme jäsenenä on 350 yritystä sekä yhteisöä ja noin 4 900 henkilöä.



LOGYn puheenjohtajana jatkaa Janne Lehtimäki.

LOGYn syyskokous käsitteli tulevaa

Yhdistyksen puheenjohtajana jatkaa Janne Lehtimäki.

TORSTAINA 25. marraskuuta järjestettiin LOGYn sääntömääräinen syyskokous, jossa oli mukana suuri joukko jäseniä niin paikan päällä Sokos Hotel Vantaalla kuin etäyhteyden välityksellä.

Perinteisesti ennen kokousta pidetyssä jäseniltapäivässä pureuduttiin tällä kertaa ajankohtaiseen toimitusketjunäkökulmaan sekä logistiikan alan uusimpaan tutkimustietoon. Suomen Pankin vanhempi ekonomisti **Heli Simola** kertoi puheenvuorossaan Covid-19 vaikutuksista maailmanlaajuisiin toimitusketjuihin, ja Turun yliopiston kauppakorkeakoulun apulaisprofessori **Tomi Solakivi** jakoi tärkeimpiä huomioitaan Logistiikkaselvitys 2020 -tuloksista.

Jäseniltapäivän päätteeksi jaettiin LOGYn vuoden oppinäytepalkinnot parhaista AMK-, YAMK-, ja Pro Gradu-tasoisista oppinäytetöistä sekä väitöskirjasta. Lämpimät onnittelut voittajille!

LOGYn sääntömääräisessä syyskokouksessa esiteltiin lyhyesti LOGYn hallituksen kuluvana vuonna työskentävä yhdistyksen uusi strategia vuoteen 2025 asti. Strategiatyön tultua nyt päätökseen, ryhdytään valmistelemaan tarkempia suunnitelmia työn viemisestä käytännön tasolle. Näistä toimenpiteistä tiedotetaan lisää alkuvuoden 2022 aikana.

Lisäksi syyskokouksessa hyväksyttiin toiminta- ja taloussuunnitelma vuodelle 2022, päätettiin jäsenmaksuista sekä vahvistettiin hallituksen kokoonpano. Suurimpina muutoksina henkilöjäsenmaksuihin voidaan todeta työttömille tarjottava jäsenyys jatkossa puoleen hintaan, korotukset seniori- ja opiskelijajäsenmaksuihin sekä sen, että opiskelijajäsenyys kattaa kaikki tutkintoa suorittavat opiskelijat aieman päätoimisuuden sijaan. Yritys- ja yhteisöjäsenten jäsenmaksuissa teh-


tiin korotus julkishallinnon jäsenmaksuun.

MUUTOKSET LOGYN HALLITUKSESSA

Lisäksi syyskokouksessa valittiin LOGYn hallituksen puheenjohtajaksi kaudelle 2022–2023 jatkamaan yhdistyksen nykyinen puheenjohtaja **Janne Lehtimäki**, Leafhill Solutions Oy.

LOGYn hallitukseen valittiin uusina jäseninä erovuoroisten tilalle:

- **Pekka Heikkilä**, Global Category Manager, Metso Outotec Oy
- **Olli-Pekka Häkkinen**, Director of Logistics, Group Purchasing, Elisa Corporation
- **Harri Pyykkö**, Senior Scientist, VTT
- **Eija Repo**, toimitusjohtaja, Nordic Source Osuuskunta
- **Marko Sipura**, kuljetussektorin johtaja, Puolustusvoimien Logistiikkalaitos



JÄSENTAPAHTUMAT

Tapahtumat ja webinaarit yritysjäsenille:

- 10.12. Hankinta: Yritysvastuulaki tulee, oletko valmis?
TALLENNE: Hankinta: Hankinnan Best in Class
- 12.1. Sisälogistiikka: Millä keinoin ratkomaan sisälogistiikan työvoimapulaa?
- 25.1. SCM, Hankinta & Young Professionals: Webinaari
- 8.3. SCM: SCM-teknologiat ja -järjestelmät

Tapahtumat ja webinaarit kaikille jäsenille:

- 27.1. Pohjoisen Logistiikkafoorumi 2022, Oulu 27.1.
- 3.-4.2. LOGYn jäsenristeily – Back to the Old Normal 3.-4.2.
- 23.2. Yhdistettyjen kuljetusten potentiaali ja päästövaikutukset Suomessa

LOGYn jäsenristeily – Back to the Old Normal

Paikka: M/S Viking Grace,
Turun satama
Aika: 3.-4.2.2022

LOGY täyttää 65 vuotta vuonna 2022! Synttäreitä on tietysti juhlistava ja sen kunniaksi meillä on ilo kutsua koko jäsenistömme mukaan jäsenristeilylle.

Maksuton kuljetus Turun satamaan ja satamasta takaisin nopeille ilmoittautujille!
Lue lisää logy.fi.

» Lisätiedot ja ilmoittautumiset: www.logy.fi



IT2022

Uudistetut
IT2022-sopimusehdot
helpottavat
it-palveluista sopimista.

Julkaistaan joulukuussa 2021.

it-ehdot.fi

Parhaat opinnäytetyöt palkittiin

LOGYn palkinnot antavat tunnustusta erinomaisesta työstä oston, logistiikan ja toimitusketjun alueilla. Vuosittain jaettavien palkintojen tarkoituksena on edistää Suomen kilpailukykyä tukevaa oston, logistiikan ja toimitusverkostojen kehittämistä palkitsemalla alan osaajia. Tavoitteena on yhdistää käytännön kokemukset ja kehittämissarpeet, tieteellinen tutkimus ja alan koulutus oston ja logistiikan jatkuvaksi kehittämiseksi.

LOGYn jäseniltäpäivässä 25.11.2021 palkittiin seuraavat tutkimus- ja opinnäytetyöt:

- **Vuoden väitöskirjapalkinto:**
Maanpuolustuskorkeakoulun Markus Gardbergin väitöskirjasta Trust and Routines in Multi-Supplier Networks
- **Vuoden pro gradu -tutkielma:**
LUT-yliopiston Antti Kontiolle

pro gradu -tutkielmasta Management of sustainability-related risks in multi-tier supply chain

- **Vuoden YAMK-opinnäytetyöpalkinto:** Jyväskylän ammattikorkeakoulun Jutta Nihtilälle opinnäytetyöstä Teollisuuden hankinnan digitalisoituminen. Keinoja hankintojen digitaaliseen kehittämiseen
- **Vuoden AMK-opinnäytetyöpalkinto:** Jyväskylän ammattikorkeakoulun Porfirio Romo Rodriguezille opinnäytetyöstä Innovative crowdshipping model for e-commerce deliveries.

Lämpimät onnentoivotukset kaikille palkituille!

IT2022-ehdot uudistuivat!

IT-alan sopimusehdot helpottavat IT-toimituksista sopimista ja soveltuvat käytettäväksi kotimaisissa IT-toimituksissa asiakkaiden ja toimittajien välillä.

LOGYn jäsenenä saat sopimusehdoista merkittävän 40 % alennuksen. Lue lisää edun käyttöönotosta verkkosivuiltamme.

Uratarinoita-sarjassa tapaamme LOGYn jäseniä ja kuulemme, miten he ovat päätyneet hankinta- ja logistiikka-alalle. Oliko se jo lapsuuden unelma vai pelkkää sattumaa? Haluatko kertoa tarinasi palstallamme? Ota yhteys: toimitus@ostologiikka.fi.

KOSMOPOLIITTI KOUVOLASSA

Opinnot veivät Rasel Khanin Bangladeshin 20 miljoonan asukkaan Dhakasta Kymenlaaksoon ja 80 000 asukkaan Kouvolaan. Sittemmin hankintatyötehtävät ovat kuljettaneet Khania eri puolille Suomea ja maailmaa.

TEKSTI ILMARI TUOMIVAARA

"**M**inulle oli jo varhain itsestäänselvää, että haluan ulkomaille opiskelemaan. EU:n ulkopuolelta tulevana opiskelijana minulla oli kuitenkin vain muutamia vaihtoehtoja opiskelupaikaksi, joissa pystyisin opiskelemaan stipendin turvin ja englanniksi. Lopulta valitsin Suomen ja Norjan väliltä Suomen, vaikka en käytännössä tiennyt maasta entuudestaan muuta kuin Nokian ja että täällä on paljon järviä.

Muutto Bangladeshin pääkaupungista Dhakasta Kymenlaaksoon ja Kouvolaan oli iso kontrasti. Erilaisten maailmojen kontrastia korosti entuudestaan se, että saavuin maahan tamikuussa 2009 vuoden kylmimpään ja lumisimpaan aikaan.

TRADENOMIN opintojeni jälkeen kiinnostuin Lappeenrannan teknillisen yliopiston hankintajohtamisen maisteriohjelmasta parin ystäväni suositusten perusteella.

LUTissa oli positiivinen yllätys, että pystyin opiskelemaan hankintajohtamisen lisäksi esimerkiksi kestävää kehitystä. Lappeenrannassa tutustuin muun muassa Jukka Hallikkaaseen, joka kertoi minulle sellaisesta yhdistyksestä kuin LOGY ja heidän mentorintiohjelmastaan.

Mentorintiohjelmaan osallistuminen osoittautui lopulta yhdeksi elämäni parhaimmista päätöksistä. Sain muutaman käänteen kautta mentorikseni Jukka Ahvosen, jolla on mittava kokemus eri hankintatehtävistä niin

Huhtamäeltä, Metso Mineralsilta kuin Outotecilta.

MUUALTA Suomeen muuttaneena minulla ei ollut olemassa laajoja verkostoja suomalaisesta työelämästä, kontakteja tai oikeastaan edes käsitystä, miten täkäläinen työelämä ja -kulttuuri toimivat.

Ahvonen opetti minulle paljon tavasta kommunikoida ja ymmärtää suomalaista työelämän kulttuuria. Esimerkiksi kerran eräässä ensimmäisistä työhaastatteluistani haastattelija kysyi minulta, missä näen itseni kymmenen vuoden päästä. Halusin osoittaa motivaatiotani ja vastasin, että sinun paikallasi. Haastattelijan ilmeestä tiesin, ettei vastaus ollut osunut ihan maaliin. Myöhemmin Jukka muun muassa kertoi, ettei Suomessa ihan näin suorasti kannata osoittaa motivaatiota. Yhä edelleen olemme Jukan kanssa yhteydessä, onneksi usein vähän toisenlaisiin työelämän teemoihin liittyen.

TYÖURANI lähti vauhdikkaasti liikelle valmistumiseni jälkeen. Ensimmäinen työtehtäväni vei minut Kemiralle ja Puolaan vuonna 2016. Pian aukesi kuitenkin kiinnostava mahdollisuus Stora Ensolla. Lisäksi positio oli Suomessa, jonne myös halusin maksaa veroni vastineeksi saamastani koulutuksesta.

Opintojen ja töiden kautta olen päässyt jo näkemään paljon maailmaa, muun muassa Ranskassa, Baltiassa ja Kiinassa. Minulle sopii hyvin, että hankinta-ammattilaisen maailma on globaali. Näen kuitenkin, että Suomella on tulevaisuudessakin keskeinen asema elämässäni, olin sitten työtehtävien kautta milloin missäkin.

Hankintatoimella näen suuren yhteiskunnallisen merkityksen isojen globaalien kysymysten ratkaisemisessa, kuten esimerkiksi ilmastomuutoksen vastaisessa työssä. Minut pitää liikkeellä halu parantaa maailmaa teollisuuden hankintojen kautta. ●



RASEL KHAN

Category Manager, Stora Enso
Työskennellyt aiemmin muun muassa Kemiralla.

KOTIPAIKKA: Vantaa

HARRASTUKSET: kuntosalii, sulkapallo, ulkoilu ja uinti

KOULUTUS:

2009-2013 Tradenomi
(International Trade), KyAmk, Kouvola
2014-2016 MSc in Supply Management & Sustainability, LUT University
2020- Negotiations Skill
(Aalto Executive School)

Rasel Khan on nähnyt opintojen
ja hankintatyötehtävien kautta
paljon maailmaa.

**"MENTORINTIOHJELMAAN
OSALLISTUMINEN OSOITTAUTUI
LOPULTA YHDEKSI ELÄMÄNI
PARHAIMMISTA PÄÄTÖKSISTÄ."**

19

KEVÄÄLLE 2022 on julkaistu jo 19 erilaista koulutusta. Tutustu koulutuksiin osoitteessa www.logy.fi.

Kevään koulutukset julkaistu

LOGYN kevään 2022 koulutukset on julkaistu ja ilmoittautuminen niihin on avattu. Koulutuslistauksen löydät tämän lehden takakannesta ja LOGYn verkkosivuilta: www.logy.fi

LOGYn koulutuksia on kiitelty vaikuttavuudesta.

”Olemme panostaneet, että koulutuksemme ovat monimuotoisia ja osallistavia. Niissä vaihtelee kouluttajien alustukset teemaan, pienryhmäkeskustelut, erilaiset harjoitukset. Ryhmätöiden avulla opittua asiaa sovelletaan heti käytäntöön. Koulutusten jälkeen järjestetään Q&A-tilaisuus, jossa osallistujat saavat sparrausta koulutustee- maan liittyvissä kysymyksissään”, kuvailee LOGYn koulutuspäällikkö **Maarit Mänttari**.

Koulutuksia voit suorittaa yksittäin, kokonaisen koulutusohjelman edestä tai vain valitsemasi koulutusohjelman tason verran, jolloin saat kyseiselle tasolle osoitetun sertifikaatin.



MAARIT MÄNTTÄRI
KOULUTUSPÄÄLLIKKÖ

LOGYN koulutuksissa saat alan uusinta tietoa ja parhaimmat vinkit, opit käyttämään tehokkaita menetelmiä ja pääset kysymään juuri sinua askarruttavista asioista. Kouluttajamme ovat arvostetuja alan asiantuntijoita. Koulutuksiimme voi osallistua kuka tahansa, mutta LOGYn jäsenille tarjoamme koulutukset jäsenhintaan.



Jäsenille etuhintaan!

Korona vaikeuttanut kysynnän ja tarjonnan suunnittelua

MONELLA TOIMIALALLA kysynnän ja tarjonnan ennustaminen on ollut viimeisen reilun vuoden aikana poikkeuksellisen hankalaa. Esimerkiksi autoteollisuudessa moni valmistaja sai maksaa kovan hinnan arvioituaan kysynnän romahtavan koronan myötä. Vastaavasti myös monella muulla toimialalla on ollut suuria haasteita pitää kysyntä ja tarjonta balanssissa.

”Viime aikojen markkinahäiriöiden myötä on selvästi näkynyt, että Sales & Operations Planning -funktio on noussut yritysten agendoilla yhä korkeammalle”, sanoo Konecranesin Director Head of Planning **Toni Sirviö**.

Päihinänkuoressa S&OP pyrkii muodostamaan systemaattisesti kuvan tulevaisuudesta eri skenaarioineen ja koordinoimaan suunnitteluprosessia, jonka tavoitteena on löytää organisaatiossa tasapaino kysynnän ja tarjonnan välillä. Mittareiden, ennusteprosessien ja muun muassa eri tuotevarianteille soveltuvien planning-mallien ymmärtämisen lisäksi S&OP-funk-

tiossa pitäisi olla myös kyvykkyys orkestroida ja koordinoida verkoston toimintaa.

”Viime aikoina erityisesti tiedon jakamisen merkitys on korostunut. Yhä enemmän yrityksissä ollaan siirtymässä toimitusketjuajattelusta toimitusverkostoajatteluun, jossa tiedon jakamisen merkitys verkoston eri osapuolille on kriittisen tärkeää”, Sirviö sanoo.

”Oli S&OP-toimintojen nykytilanne organisaatiossa mikä tahansa, aihealueeseen kannattaa panostaa. Nyt jos koskaan Sales & Operations Planning -funktioon panostetut investoinnit tulevat organisaatiolle nopeasti takaisin.”

Sales & Operations Planning

Koulutuspäivät: 28.1.2022 ja 7.2.2022

Ilmoittaudu: www.logy.fi

KOULUTTAJA:

TONI SIRVIÖ
DIRECTOR HEAD OF PLANNING



LOGYn uudet jäsenet

LOGY SAI LOKAKUUSSA 80 UUTTA HENKILÖJÄSENTÄ. UUSIA YRITYKSIÄ LIITTYI KUUSI. OSTO&LOGISTIIKKA-LEHDESSÄ JULKAISTAAN JULKAISULUVAN ANTANEIDEN NIMET.

- **Bernal Pavon Daniel**
Opiskelija
Metropolia ammattikorkeakoulu
- **Grahn Markus**
Toimitusjohtaja
Constructor Finland Oy
- **Haakana Jonne**
Myyntijohtaja, Yepzon Oy
- **Helén Paula**
Opiskelija
- **Hietala Carl**
Hankinta, Dietatec oy
- **Hyyrönmäki Anni**
Opiskelija, Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu XAMK
- **Ijäs Kasper**
Operatiivinen päällikkö,
AlfaRoc Oy
- **Jaurakkajärvi Jenna**
Palvelupäällikkö
SOL Logistiikkapalvelut Oy
- **Junno Elias**
Opiskelija
Metropolia ammattikorkeakoulu
- **Juslin Mirja**
National QSHE
Oy Kuehne + Nagel Ltd
- **Kivimäki Matti**
Purchasing Director
Harvia Finland Oy
- **Kiviniemi Julia**
Sales Manager
Oy Kuehne + Nagel Ltd
- **Korkalainen Kirsi**
Palvelupäällikkö
SOL Logistiikkapalvelut Oy
- **Kärkkäinen Jussi**
Logistiikkajohtaja
J. Kärkkäinen Oy
- **Lehtovuori Joel**
Opiskelija
Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu XAMK
- **Lindberg Paulina**
Supply Chain Specialist
Tamro Oyj
- **Luiskala Tiina**
Hankinta- ja Logistiikkapäällikkö
Mectalent Oy
- **Marttinen Vesa**
Toimitusjohtaja
Yepzon Oy
- **Nuutinen Sari**
Järjestöpäällikkö
Rahtarit ry
- **Ojakoski Tiia**
Hankinta-asiantuntija
Satasairaala Logistiikka- ja hankintakeskus
- **Oka Olli**
Development Manager
Finn-ID Oy
- **Peltola Hanna**
Inside Sales
Oy Kuehne + Nagel Ltd
- **Polvinen Pekka**
Yliopettaja Haaga-Helia ammattikorkeakoulu
- **Porkka Elisabeth**
Palvelupäällikkö
SOL Logistiikkapalvelut Oy
- **Pulkka Jukka**
hankintaesimies
Helsingin seudun ympäristöpalvelut -kuntayhtymä
- **Ristilä Piia**
Logistiikan lehtori, palveluasiantuntija
Länsirannikon Koulutus Oy WinNova
- **Rutanen Rasmus**
Opiskelija
- **Sirén Nelli-Maria**
Ostaja
Meira Oy
- **Soininen Tuomas**
Procurement Manager
HUB logistics Finland Oy
- **Tervashonka Teemu**
Logistiikkapäällikkö
Ilmapalokeskus Balloon Center Oy
- **Turtiainen Juha-Pekka**
Aluejohtaja
SOL Logistiikkapalvelut Oy
- **Vallin Sauli**
Kehityspäällikkö
VALPRO Logistics Oy
- **Viikari Nicholas**
Myyntipäällikkö
SOL Logistiikkapalvelut Oy
- **Vilo Anna**
Kehityspäällikkö
Valio Oy
- **Virmajoki Pasi**
Kehityspäällikkö
AlfaRoc Oy
- **Volokitina Kristina**
Opiskelija
- **Vuorela Paula**
Logistics Director
Stora Enso Oyj
- **Vuorsalo Toni**
Tuotannosuunnittelija
Meira Nova Oy

Harvia Finland Oy

**Helsingin seudun
ympäristöpalvelut
-kuntayhtymä**

Ilmapalokeskus

Balloon Center Oy

Mectalent Oy

Yepzon Oy



Tule mukaan osto- ja logistiikka-alalla työskentelevien vetovoimaiseen verkostoon! Liity jäseneksi osoitteessa www.logy.fi

LOGY goes

BACK
TO THE
OLD NORMAL



**LOGYn
jäsenristeily**



3.-4.2.2022 | M/S Viking Grace

Esiintyjänä:

DJ Windows95man | Belenos Group of Arts

Varaa paikkasi logy.fi >



LOGYn koulutukset

HANKINTA

- Oston peruskurssi alk. 15.2.
- Hintojen ja kustannusten analysointi alk. 8.3.
- Hankintojen taloudellinen ohjaaminen 17.3.
- Oston sopimukset ja lakiasiat 21.-22.3.
- Kategoriajohtaminen 23.-24.3.
- Hankinnan mittaaminen alk. 25.3.
- Toimittajien johtaminen alk. 1.4.
- Tuloksellinen neuvottelutaito 12.-13.4.
- Tehokas kilpailuttaminen alk. 26.4.
- Hankinnan digitalisaatio alk. 29.4.
- Oston peruskurssi alk. 3.5.
- Hankinnan johtaminen ja kehittäminen alk. 7.6.

TOIMITUSKETJUN HALLINTA

- Sales & Operations Planning alk. 28.1.
- Logistiikka kilpailutekijänä alk. 7.2.
- Varaston suunnittelu ja ohjaus 23.-24.3.
- Tuotannonohjaus ja laadunhallinta toukokuu 2022
- Toimitusketjun suunnittelu, ohjaus ja tehokkuuden mittaaminen alk. 16.9.

MUUT

- Inventory Management - työvälineitä materiaalinohjaukseen 26.1.
- Toimitusketjun ja hankinnan strateginen johtaminen 29.-30.3.
- Tuontikaupan hallinta 12.5.
- Vientikaupan hallinta alk. 17.5.



**Uuden oppimista tukemassa monipuolinen
oppimisympäristömme
- ota koulutuksesta kaikki hyöty irti!**

Uusin tieto • Parhaat vinkit • Tehokkaat menetelmät
Kokeneet kouluttajat • Käytännönläheinen lähestymistapa
Myös räätälöidyt yrityskohtaiset koulutukset tiimillesi.

LOGY

Suomen suurin logistiikan ja hankinnan asiantuntijoiden verkosto. www.logy.fi

