

Varför väljer transportbolag att använda Hangö hamn?

Linus Lönnqvist

Examensarbete

Utbildningsprogrammet för företagsekonomi

Åbo 2016



Innehållsförteckning

1	Inledning.....	1
1.1	Syfte och avgränsningar	1
1.2	Metoder.....	2
1.3	Arbetets uppbyggnad.....	2
1.4	Definitioner	3
2	Transporter	3
2.1	Landsvägstransporter	3
2.2	Sjötransport	4
3	Godsmarknaden och kostnader	6
3.1	Utrikeshandeln i Finland.....	6
3.2	Kostnader för en trailer	7
4	Hamnar och processer i den?	9
4.1	Hamnverksamhet	9
4.2	Hamnar i Finland	10
4.3	Spedition.....	12
4.3.1	Praktiskt exempel på när en trailer anländer till Hangö hamn	12
4.4	Hangö hamn.....	13
4.4.1	Rederier i Hangö hamn	15
5	Kundrelationer.....	15
6	Undersökning	18
6.1	Resultatredovisning av intervjuerna	19
6.2	SWOT- analys	24
7	Avslutning.....	28
	Källförteckning	30

EXAMENSARBETE

Författare: Linus Lönnqvist

Utbildningsprogram och ort: Företagsekonomi Åbo

Inriktningsalternativ/Fördjupning: Logistik

Handledare: Camilla Ekman

Titel: Varför väljer transportbolag att använda Hangö hamn?

Datum 25.05.2016 Sidantal 36 Bilagor

Abstrakt

Detta examensarbete handlar om Hangö hamn, med fokus på hamnens kundbetjäning, kundservice och kundrelationer till transportbolagen som anlitar hamnen. Huvudsyftet med undersökningen är att utreda orsakerna till att transportbolagen väljer att använda Hangö hamn som sin främsta hamnoperatör. Undersökningens delsyfte är att bidra med information åt Hangö Stevedoring Ab, och att informationen förhoppningsvis kan vara till nytta när man framöver utvecklar hamnens service, kundbetjäning och kundrelationer. Undersökningen avgränsas till Hangö hamns viktigaste trailer- och projektlastkunder. Metoden för insamlingen av data har varit kvalitativ och har genomförts genom fallstudier där intervjuer gjorts med kundansvariga hos företagen. För att ge läsaren en vidgad syn inom hamnbranschen, har jag i teoridelen även skrivit om olika transportsätt, om gods marknaden och dess kostnader, om olika hamnar i Finland och om olika processer i hamnen. Dessutom har jag ett skilt kapitel som berör kundrelationer, där jag har dragit paralleller mellan teorin och Hangö hamns hantering av kundrelationer. Svaren från intervjuerna har jag presenterat i två SWOT-analyser, en som berör trailerkundernas svarsresultat och en som berör projektlastkundernas svarsresultat, för att de skall vara tydliga och överskådliga. Resultatet från undersökningen visar att det i båda SWOT-analyserna finns betydligt flera styrkor än svagheter. Båda kundgrupperna nämnde kundbetjäningen, flexibiliteten, öppethållningstiderna, snabbheten, kunnigheten och rederiet Transfennica och dess destinationer, som absoluta styrkor. Bland svagheter nämndes det behovet av ett större serviceutbud i hamnen, hamnens läge, samt även flera kajplatser och större fältyta. Som hot upplevdes andra hamnar och osäkerheten inom transportbranschen. Möjligheterna utgjordes av att öppna nya båttrutter med nya destinationer, att utöka servicen, utvidga hamnområdet och förbättra marknadsföringen. Min slutsats av undersökningen är att båda kundgrupperna överlag är mycket nöjda med verksamheten i Hangö hamn, men att de också har fört fram önskemål om olika förbättringar och att de ser olika möjligheter för hamnen att utvecklas, så att den kan bli ännu bättre och kan hålla sig konkurrenskraftig bland Finlands hamnar.

Språk: Svenska

Nyckelord: hamn, hangö Stevedoring, undersökning

BACHELOR'S THESIS

Author: Linus Lönnqvist

Degree Programme: Business

Specialization: Logistics

Supervisors: Camilla Ekman

Title: Why transport companies choose to use Port of Hanko?

Date 25.05.2016

Number of pages 36

Appendices

Summary

This degree thesis deals with the Port of Hanko, with a focus on the port's customer service and customer relationships to transport companies which use the port. The main purpose of the study is to examine the reasons for the transport companies choosing to use the Port of Hanko as their main port operator. Further purposes of the study are to provide information to Hanko Stevedoring and that the information can hopefully be of benefit when developing the port's service, customer service and customer relationships in the future. The study is limited to Hanko port's main trailer and project cargo customers. The method used in the study has been qualitative and has been conducted through case studies where interviews were made with account managers within companies. To give the reader a broader view of the port sector I have in the theory part also written about different modes of transport, freight market and its costs, different ports in Finland and different processes in the harbor. Also, I have a separate chapter relating to customer relations, where I have drawn parallels between the theory and the port of Hanko customer relationship management. The responses from the interviews are presented in two SWOT analyzes, one involving trailer customer response results and one involving project cargo customer results, in order to make them clear and transparent. The results of the study show that in both SWOT analyzes there are far more strengths than weaknesses. My conclusion of the research is therefore that both customer groups in general are very satisfied with the operations of the Port of Hanko, but that they have also expressed a desire for improvements and they see various opportunities for the port to be developed so that it can be even better and can stay competitive among Finnish ports.

Language: EnglishKey words: harbour, Hangö Stevedoring, survey

1 Inledning

Detta är ett examensarbete som jag valde på basis av mitt eget intresse för ämnet. Jag har själv gjort en arbetspraktik som speditör hos Hangö Stevedoring Ab med inriktning på export samt arbetat som skeppsmäklare, vilket har gjort att jag har fått en bra inblick i och ett ökat intresse för sjöfartsbranschen. Jag förde en diskussion med Göran Eriksson som arbetar som försäljningschef på Hangö Stevedoring Ab, om deras eventuella behov av en undersökning. Vi kom fram till att jag skulle göra en undersökning som berörde några av deras viktigaste trailerkunder och projektlastkunder. Fokus på kundrelationer och kundvård har blivit allt viktigare då konkurrensen mellan företag har ökat. Företagen eftersträvar långvariga kundrelationer och att samla information om kundernas intressen och hur nöjda de är, är därför väsentligt. Informationen bidrar till att företaget på det sättet kan få kunskap om hur olika kunder bör behandlas på gynnsamt, samt hur företaget skall utveckla sin verksamhet för att bli bättre och vara konkurrenskraftiga på marknaden.

Hangö hamn gjorde ett exceptionellt bra resultat 2015. Under Hangö hamns 140-åriga historia spräckte de för första gången gränsen fyra miljoner ton inom varutransport. Huvudorsakerna till det goda resultatet var att stålexporten hade flyttats till hamnen och att olika slag av papperslast och trailertrafik hade ökat. Finnlines hade i början av 2015 börjat trafikera via Hangö och Transfennica hade under samma år också kraftigt utvecklat sin trafik i Hangö hamn. Den positiva trenden har därefter fortsatt och i början av 2016 öppnade Finnlines en ny linje från Hangö till Polen och ruten började köras tre gånger i veckan. I och med att de nya svaveldirektiven trädde i kraft i början av 2015, ledde det till att rederierna började söka så korta rutter som möjligt för att få ner bränslekostnaderna. Hangö hamn blev därmed en attraktiv hamn på grund av sitt geografiska läge.

1.1 Syfte och avgränsningar

Syftet med examensarbetet är att utreda och klargöra varför företag, trailerkunder och projektlastkunder väljer Hangö hamn som sin främsta hamnoperatör, samt att ta reda på vad kunderna har varit nöjda med, om det finns något som borde förbättras och i så fall vad. Målet är att via kundernas svar och feedback ge Hangö Stevedoring Ab information som kan vara dem till nytta, och att sedan analysera och jämföra informationen med den teoretiska referensramen som stöd.

1.2 Metoder

I detta arbete har jag använt mig av kvalitativa intervjuer som jag gjort med fem av Hangö Stevedoring AB:s viktigaste trailerkunder samt med fem av deras viktigaste projektlaster. Dessa totalt tio kunder var de som kunde nås, som ställde upp och som det passade för att delta i intervjun under den tid som intervjuerna gjordes. Intervjuerna bestod av ett antal korta och något öppna frågor, som gav stort utrymme till att skapa en dialog med de intervjuade för att få en uppfattning om deras syn på Hangö hamn, på servicen och kundbetjäningen där, samt på deras relation till företaget och hamnen. En litteraturstudie, bestående av böcker som behandlar olika teman som är aktuella för detta ämne har genomförts för att skapa en teoretisk bakgrund som skall stå till grund för diskussionen.

1.3 Arbetets uppbyggnad

Efter inledningen följer kapitel två som består av olika transportsätt och jag har valt att presentera de två transportsätt som jag anser att är de mest väsentliga inom trailerexport och import samt projektlaster. Kapitel tre beskriver kort varför det görs handel mellan olika länder samt hur Finlands import och export ser ut för tillfället. I det fjärde kapitlet behandlas olika hamnar i Finland och där beskrivs några av de mest väsentliga processer som förekommer i en hamn. Kapitel fem består av kundrelationer och där beskrivs nyckelkomponenterna i ett win-win kundförhållande. Strategin i mitt arbete, är att gå ”från brett till djupt”, så att läsaren via teoridelen skall få en så bra bild som möjligt av hela logistikkedjan, från att en trailer eller projektlast lämnar företaget tills den nått sin slutdestination. Tanken bakom upplägget i mitt arbete är också att läsaren också skall få en inblick i hamnens stora roll inom transportlogistiken och i de olika processerna som sker i hamnen, innan godset kan skeppas vidare. Efter den teoretiska delen följer den empiriska delen som består av en undersökning där Hangö Stevedoring Ab:s nyckelkunder har intervjuats för att få reda på vilka de bakomliggande orsakerna är att de använder Hangö hamn, samt för att kartlägga vad de eventuellt har för förbättringsförslag eller om de har några andra önskemål. Undersökningen är uppbyggd av kvalitativa intervjuer med sammanlagt tio olika företag. Det hela följs av en avslutning i kapitel sju. Som källor till teoridelen har jag använt böcker som behandlar det här ämnet samt artiklar på nätet.

1.4 Definitioner

Trailer - En typ av släpvagn till lastbil

Projektlast- Ett begrepp som används för udda laster

Ro-ro – Roll on Roll off, lasten körs ombord på hjul

Lo-lo – Lift on lift off, lasten lyfts ombord med hjälp av kranar

Sto-ro – Stowable roro, lasten körs ombord som roro men lyfts ner på däck

Logistik – Läran om effektiva materialflöden

2 Transporter

I det här kapitlet kommer jag att redovisa två olika transportsätt som är relevanta när det gäller trailertransport och projektlaster. Projektlaster och trailers transporteras via landsvägar till Hangö hamn för att sedan skeppas ut med fartyg för att nå slutdestinationen.

2.1 Landsvägstransporter

Bland de olika transportsätten är landsvägstransporten det näst yngsta. Landsvägstransporten började egentligen först få fart i slutet av 1950-talet, då handeln mellan de nordiska länderna mestadels skedde via Haparanda. År 1959 togs det första fartyget i bruk, som körde mellan Pargas och Kapellskär och som kunde skeppa två långtradare på samma gång. Detta hade en stor betydelse för landsvägstransporten, som därefter ökade rejält. Landsvägstransportens överlägsna fördelar är både kostnadseffektiviteten men också flexibiliteten, eftersom kunderna oftast går att nå oberoende av var de befinner sig. Inom nutida landsvägstransporter konkurreras det hårt om vem som skall få lasten. I trafiken blir det allt oftare trafikrusningar och från EU kommer det hela tiden noggrannare direktiv gällande utsläpp av avgaser, som skall följas. Största lagliga långtradaren som godkänns av EU är 25m lång. I Norden, när det gäller utrikestransporter via landsväg, är det Sverige som är på

första plats och då berör det främst transporter med långtradare. När det gäller utrikes-transporter till Tyskland eller England handlar det mest om trailers. När det talas om olika transportmedel är det oftast linjetrafik det är frågan om. Med linjetrafik avses att det regelbundet körs, t.ex. mellan två terminaler. Ett annat transportmedel är beställningstrafik, som innebär att kunder har gjort en engångsbeställning på varifrån och vart varan skall fraktas. (Hörkkö et al. 2010 s.272)

En av de effektivaste landsvägstransportmedlen är trailer. Trailer är en slags semitrailer - kombination, där man fränkopplar dragbilen från släpet i hamnen och kör den ombord, för att sedan en annan dragbil i ett annat land kan koppla fast den och köra den till slutdestinationen. Det finns tre olika typer av trailer som används, eurotrailer, megatrailer och värmeskåp. Alla är ungefär lika långa och kan hantera samma mängd ton. Det som skiljer dem åt är att megatrailern är en halv meter högre än de två andra och att den därmed rymmer mera lastningsplats. Värmeskåptrailern är till för sådan last som behöver hållas vid en viss temperatur under frakten. (Hörkkö et al. 2010 .279)

Ett viktigt dokument som är ett måste när det gäller landsvägstrafik, är en fraktsedel. Fraktsedelns skall alltid ifyllas när godset byter transportmedel från landsväg till sjöfart. I fraktsedeln skall det finnas beskrivet, t.ex. om innehållet, vad godset väger, hur många kollar det finns, osv. (Hörkkö et al. 2010 s. 331)

2.2 Sjötransport

Största delen av all utrikeshandel sköts via sjötransport. En stor ökning av passagerartransporter har gjort att det finns snabba och effektiva rutter för transportgods. Fraktverksamheten kan indelas i två grupper, styckegods och last. Handelsfartygen delas in i linjetrafik, trampfart och trafikkontrakt. När det gäller frakt av styckegods sköts det via linjetrafik som har en fastslagen rutt och en bestämd tidtabell, som rederiet och hamnen har kommit överens om. År 2008 satte EU stop för trafikkontrakt mellan rederier och hamnar och orsakerna till förbudet var att rederierna skall kunna vara konkurrenskraftiga. Trampfart, som innebär sjöfart som inte har någon speciell fraktlinje eller tidtabell som följs, går på varierande rutter alltefter tillgången på frakter. Trampfartygen tar den last de kan få tag i och kör till den destination som frakten önskar bli transporterad till. Typisk last som ett trampfartyg har är, olja, kol, olika sädesslag och olika gödningsmedel. Tre fjärdedelar av mängden varor som finns i världen transporteras på detta sätt. (Hörkkö et al. 2010 s. 249-251)

Olika sorters last används för olika fartyg. T.ex. containers, lastas ofta med en kran över däckets med så kallad LoLo teknik eller som RoRo men då måste containers flyttas över till en så kallad kassett som är ett underlag för container som sedan körs in på båten med hjälp av en kassetmaskin. RoRo- fartyg används till största delen för att lasta maskiner och trailers, med hjälp av båtrampen. RoRo-lastningssättet är det snabbare av dessa sätt, men det blir också mycket död lastningsyta på fartyget. RoRo- fartygen är också dyrare på grund av fartygens uppbyggnad och ramp. I Norden används också så kallade Sto-Ro som mestadels behandlar papper, och fungerar så att maskiner kör in stora pappersrullar på kassetter till båten och sedan lyfts pappersrullarna ner från kassetten och stuvats sedan strategiskt på däckets. Detta är ett väldigt lönsamt lastningssätt för fartyget, eftersom det inte då blir mycket dött utrymme. Däremot är det ett ganska tidskrävande lastningssätt. (Ulla Tapaninen 2013 s. 50)

Efter andra världskriget ökade efterfrågan på världsmarknaden gällande sjötransporttjänsterna med 9 % per år, ända fram till energikrisen 1974. I slutet av 1970-talet ökade priset på bunkerolja rejält och det gjorde att kostnaden för sjötransporter åter började stiga. Sedan dess har det skett en stadig ökning på 3 % inom sjötransporten under en längre tid. Ökningen beror till en stor del på vägtrafikens expansion, vilket också har haft en klar inverkan på sjötransportens ökning. Antalet fartyg och storleken på fartygen har också ökat rejält under de senaste årtiondena. (Kenth Lumsden 2006, s. 58 & 163-164)

Det finns många faktorer som utgör förutsättningarna för en hög kostnadseffektivitet när det gäller fartygstransporter. De viktigaste faktorerna är fartygens stora lastkapacitet och den fria färdvägen på internationellt vatten. Detta ställt i relation till transportens låga rörliga kostnader, som olja och farleds- och hamnkostnader, gör att en sjötransport alltid blir lägre per ton kilometer än något annat transportmedel. (Kenth Lumsden 2006 s. 163) Ett viktigt element som berättar om lönsamheten för ett fartyg, är hur många resor fartyget hinner göra per år, och även resan längd och fartygets körhastighet spelar då en stor roll. (Ulla Tapaninen 2013 s. 68)

Nackdelarna med sjötransport, är det långsamma transporteringsättet, en annan nackdel är att sjötransport inte är så flexibelt, eftersom fartyget bara kan köra från kaj till kaj, medan en långtradare kan köra till t.ex. fabriken eller direkt till kunden. (Eurén & Lindgren 1978 s. 4-5)

Ett viktigt dokument som är nödvändigt när det gäller frakt av farligt gods, är en Dangerous Goods –declaration. Det är ett dokument som innehåller t.ex. vad för slags innehåll som transporteras, och detta genom en så kallad IMDG – klass från 1-9, beroende på innehållet. Om lasten har flera klasser är de utmärkta som sidoklasser på dokumentet. Det skall också finnas varningslappar med den rätta IMDG- klassen limmad på trailern eller containern eller vad det rör sig om för sorts transportenhet. (Hörkkö et al. 2010 s. 330)

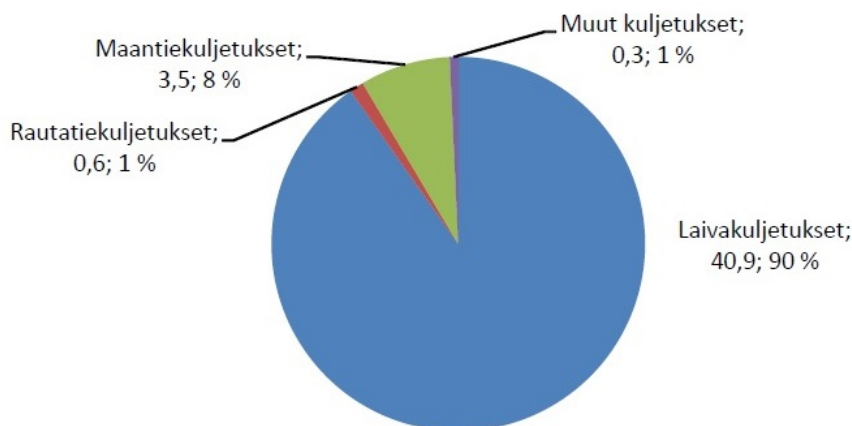
3 Godsmarknaden och kostnader

3.1 Utrikeshandeln i Finland

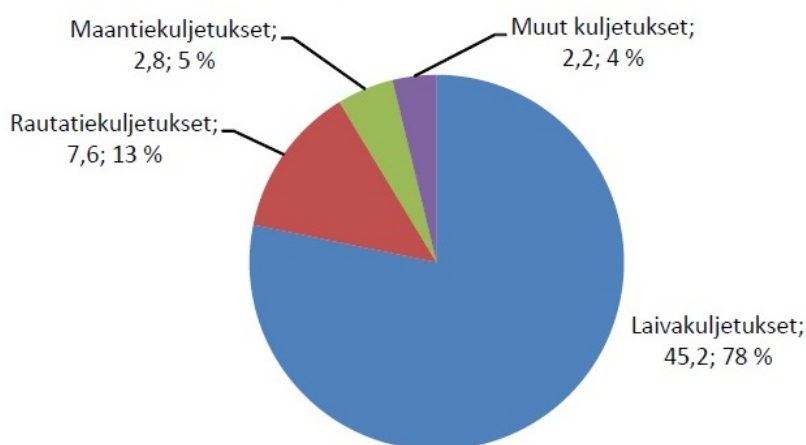
En stor del av Finlands välmående beror på utrikeshandeln, inom vilken den största handelspartnern är Ryssland och därefter följer Tyskland och Sverige. Ungefär 80 % av Finlands utrikeshandel år 2012, gällde importen via sjötransport och 88 % gällde exportvaror. Resten utgör i stort sätt landvägstransporter till Ryssland eller järnvägstransporter från Ryssland till Finland. Det som det importeras och exporteras mest av, kommer från skogsindustrin, metallindustrin, monteringsindustrin, kemi- och energiindustrin, och från detaljhandeln, samt också förbrukningsvaror. Export av trailer och container så har också ökat mycket under det senaste årtiondet. Importen av trailer och långtradare är betydligt större än importen av containers. Containerlast används mest för export till länder utanför Europa. Det är stor skillnad på vad som exporteras och importeras, när det gäller export så dominerar de få stora industrierna inom skogs-, metall- och maskinindustrin. Importen består största dels av råvaror, energi-, förbruknings- och investeringsprodukter.(Ulla tapaninen 2013 s.24-25)

Nedanför ser ni en bild på importen och exporten år 2015 som berättar hur stor andel av handeln de olika transportsätten utgjorde.

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



Kuvio 2. Tuontikuljetukset kuljetusmuodon mukaan (milj. tonnia; osuus%)



Figur 1. En bild på statistik över import och export gällande transportsätt.

(Finska Tullen 2015).

3.2 Kostnader för en trailer

Från att en trailer eller en projektlast lämnat startpunkten tills lasten nått slutdestinationen, finns det många kostnader att ta i beaktande. För transportsäljare är de egentliga transportkostnader de kostnader som är förknippade med själva förflyttningen samt för lastning, omlastning och lossning. När det gäller transportköparen kan de övriga kostnaderna ha lika stor betydelse som de ovan nämnda transportkostnader. Några exempel på de övriga kostnaderna är:

- lagring och lagerfunktioner
- skador och försäkringskostnader på gods
- alla speditjonskostnader
- kapitalkostnader, som räntor på gods som är lagrat
- returgods
- prismärkning
- datakostnader

Olika kostnads kalkyler är väsentliga när man skall markera de fasta och rörliga kostnaderna inom t.ex. förflyttning av en trailer. De fasta kostnaderna är sådana som påverkas av utnyttjande av fordonet, som fordonskatt, försäkringspremier. De rörliga kostnaderna är sådana som är beroende av körsträcka, laststorlek osv. För att hela verksamheten skall fungera bör kalkylen innehålla alla komponenter som är väsentliga inom flytt av en trailer. Nedanför är listade de komponenter som påverkar kostnader som bedrivs med fordonet.

- förare och fordon
- garage eller parkering
- kontorslokal
- administration
- verkstad och terminaler

Aktuella kostnader för fordon och lokaler:

- drivmedel
- underhåll av fordonet
- löner
- hyra
- försäkringar
- skatter

(Jerzy Tarkowski, Bo Ireståhl & Kenth Lumsden 1995 s. 243-247)

4 Hamnar och processer i den?

I det här kapitlet förklarar jag kort vilka funktioner det finns i en hamn, samt går närmare in på de två funktioner som jag anser att det är väsentligt att mera detaljerat beskriva i detta arbete. Jag tar också upp olika hamnar i Finland och vad de koncentrerar sig på för last, för att läsaren skall få enklare bild av verksamheten i olika hamnar i Finland.

4.1 Hamnverksamhet

En hamn är en plats som kombinerar landsvägstransporter med sjötransporter och hamnen har en viktig roll då det berör hur effektivt produkten kommer att nå sin slutdestination. Desto snabbare fartyget töms och lastas, desto fler resor hinner fartyget köra och desto fler fartyg kan hamnen hantera. Det finns många aktörer som tillsammans bildar en hamnorganisation. Till hamnorganisationen hör hamnmyndigheterna, hamnoperatörerna, tjänsteleverantörerna (t.ex. skeppsmäklare, speditör, lots, bogser), myndigheterna (t.ex. tullen, polis, gränsbevakning, trafiksäkerhetsförbundet) och kunderna/användarna (t.ex. transportbolag, lager, avlastare, resenärer).

Hamnmyndigheternas främsta uppgifter är att bygga upp en stark och effektiv infrastruktur som t.ex. kajplatser, lagerutrymmen, datakommunikationen, lätta järnvägs- och landsvägsförbindelser, för att så effektivt som möjligt tillfredsställa sina kunder. För att uppnå detta måste hamnmyndigheterna ta betalt för olika tjänster, som t.ex. godsbetalning, hyra, vatten, el, trosslossning och fästningstjänster.

En hamnoperatör är specialiserad på stuveriaktiviteter, av vilka de viktigaste uppgifterna är lastning, att fästa lasten i båten, lossning av fartyg och andra transportsätt såsom t.ex. tåg-vagnar. Var stuvaren kör ut lasten från båten eller tågvagnen med hjälp av maskiner eller för hand, beror på vilken sorts last det är frågan om. Till uppgifterna i hamnen hör också att stuvaren t.ex. kör trailern till importplanen, varifrån chauffören sedan kan komma och hämta trailern. När det gäller projektlast är det ofta frågan om att flytta lasten till något underlag och att där spänna fast den för att den sedan skall kunna lastas ombord på båten. (Ulla Tapaninen 2013 s. 92-93)

4.2 Hamnar i Finland

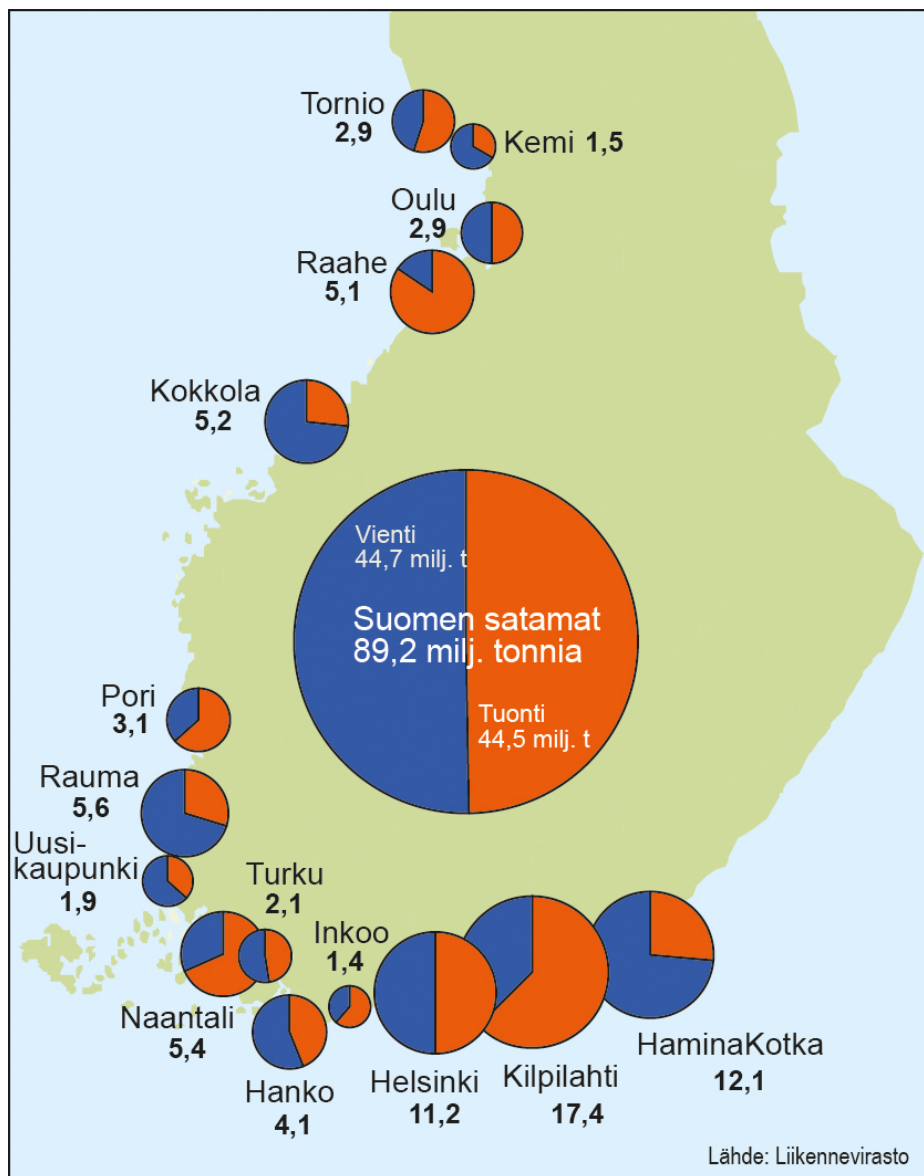
I Finland finns det några tiotals hamnar, 17 stycken av dessa nådde år 2012 över 1 miljon ton godsflöde. Största delen av godsflödet i Finland används av de 10 största hamnarna i Finland. Största delen av Finlands hamnar ägs av kommunerna. Det finns också hamnar i Finland som är som aktiebolag och det finns hamnar som någon industri äger, hamnarna kan vara privata eller allmänna. Hamnarna i Finland kan delas in i grupper beroende på produktflödet. Ena gruppen består av hamnar som är utrustade för exporthantering och den andra gruppen består av hamnar som uppfyller andra förbrukningskoncentrationer. Helsingfors, Åbo, Nådendal och Hangö är de hamnar som erbjuder export åt företagen, samt åt södra Finlands konsumtion av monteringsindustrin och de fungerar som importhamn för råvaror och passagerare. Kemi, Rauma, Uleåborg, Hangö och Kotka är de hamnar i Finland som koncentrerar sig på skogsindustrin. (Ulla Tapaninen 2013 s.27-29)

Förutom Hangö hamn tänkte jag kort presentera två konkurrenter till Hangö hamn. Åbo hamn och Nordsjö som är två av Finlands viktigaste hamnar.

Åbo hamn är en av Finlands viktigaste hamnar gällande stora enheter där basen av trafiken är reguljär linjetrafik. Var de vanligaste destinationerna är Skandinavien och Tyskland. Hamnen erbjuder dagligen fyra avgångar till Stockholm och flera turer i veckan till Tyskland. Godstrafiken baserar sig ganska långt på långtradar-, påhängsvagns- och containertrafik som utvecklas hela tiden utifrån kundens behov. De görs även satsningar på vätske och bulkgodstrafik. Åbo hamns läge spelar en stor roll varför hamnen är så populär, utöver de goda sjöförbindelserna har Åbo hamn bra landsvägsförbindelser också. Rusningsfria vägar direkt mot huvudstadsregionen och vidare till Ryssland samt goda förbindelser norrut genom riksväg 8. (Åbo Hamn 2016).

Nordsjö är den hamn i Huvudstadsregionen som betjänar ro-ro trafiken. Hamnen togs i bruk i slutet av 2008. Nordsjö hamn ligger på en idealisk plats trafikmässigt. Genom en lätt navigerad farled till öppet vatten och nära till ring 3 och resten av Finlands trafiknät. Hamnen har också bra tågförbindelser, hamnbanan som ansluter till Kervo leder direkt till kajerna och terminalerna i Nordsjö. Nordsjö erbjuder rutter runt om i världen. Nämnvärda destinationer är dagligen till Tallinn. Sex gånger i veckan till Travemunde, tre gånger i veckan till Rostock, fyra gånger i veckan till Rotterdam, tre gånger i veckan till Gdynia. (Helsingfors hamn 2016).

Nedanför kan ni se en bild på Finlands hamnar och på hur mycket produktflöde de har haft under år 2015.



Figur 2. En bild på Finlands hamnar gällande import- och exportlast i ton. (ulkomaankauppareitit 2016).

4.3 Spedition

Den första speditören var köpmannen själv, som fraktade varor från plats A till B. När frakten väl ökade var köpmannen tvungen att använda förtroendemän som kollade att frakten hade kommit fram, men på 1800-talet skedde det en stor ökning av transportmedel och fraktgods och köpmannen kunde inte hålla koll på de bästa transportvägarna, på import och export samt på skatten i de olika länderna. Så för de här områdena krävdes en yrkeskarl och så föddes yrket speditör. Speditionen i Finland har haft ett genombrott under 1990-talet när Finland gick med i EU. Eftersom det i Finlands lag inte nämns någonting om speditör var det viktigt att gå efter samma spelregler. Så därför har nordiska länderna gjort allmänna bestämmelser om vilka speditörens uppgifter är, vad speditören har för ansvar osv.

Speditörens skyldigheter och uppgifter är:

- agera
- kontrollera
- lojalitet
- redovisning
- uppförandekod

Skyldigheten att agera börjar när speditören och klienten har kommit överens om samarbete och tagit mandat. Viktigast är att det som är planerat följs, och att man gör en sista granskning. När klienten ger transportinstruktionen till speditören är det i speditörens händer att se till att ordna transporten, att välja samarbetsparter och att göra nödvändiga kontrakt. Kontrolleringsskyldigheten betyder att speditören skall granska transportgodsets skick, kollantal, märken, nummer och papper. (Hörkkö et al.(2010, s. 26-27).

4.3.1 Praktiskt exempel på när en trailer anländer till Hangö hamn

I detta kapitel skall jag berätta med egen erfarenhet om hur det fungerar i Hangö hamn (Stevedoring) från att en trailer anländer till hamnen tills den skeppas iväg med ett fartyg. Jag har ungefär i ett års tid arbetat som speditör på Hangö Stevedoring med inriktning på exporten och jag har under den tiden fått en bra bild av hamnens verksamhet. Exportavdelningens arbetsuppgifter är att sköta om allt exportgods som inte berör papperslast, att sköta om all transitlast dvs. den last som bara växlar mellan fartygen. Till arbetsuppgifterna hör

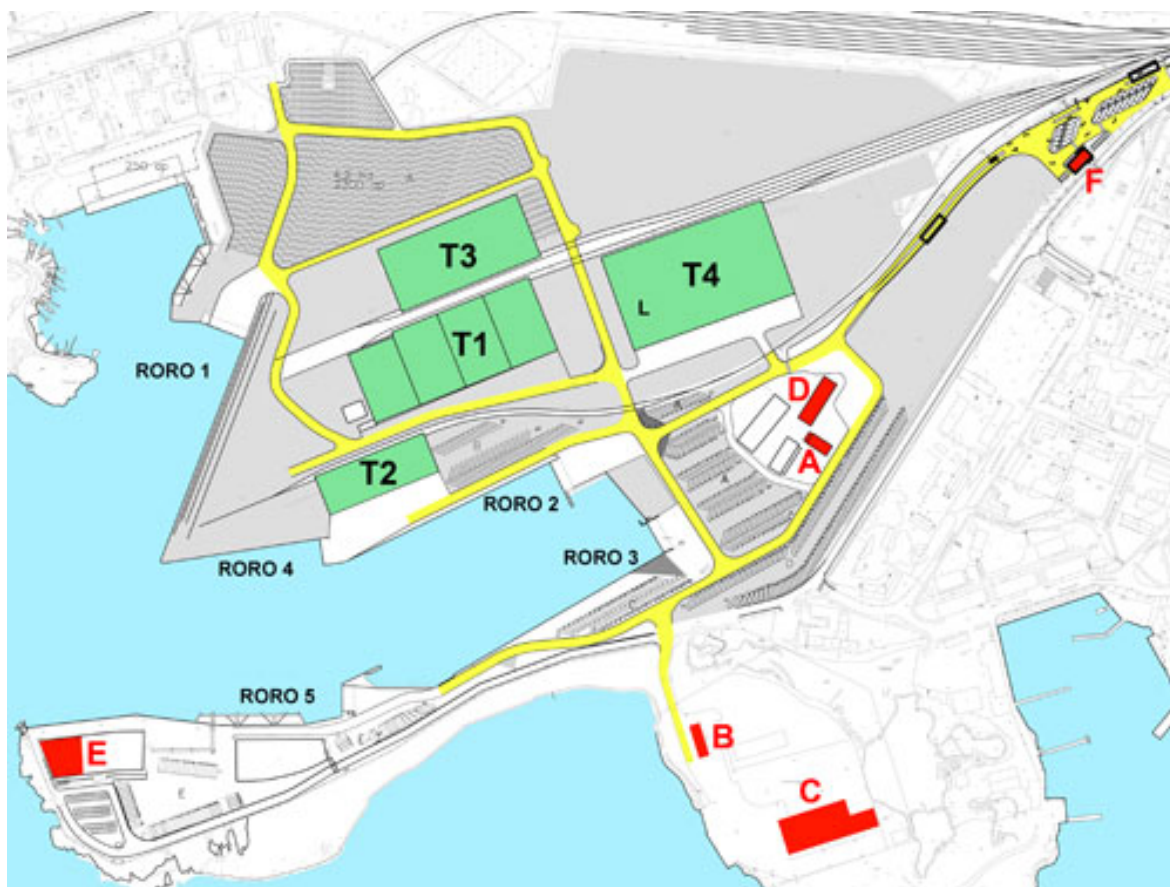
att kontrollera att rätt last lastas på rätt båt, att alla papper stämmer överens med lasten och att allting är korrekt i systemet.

Hangö hamn fungerar så att du när du vill på dygnet, kan föra eller hämta en trailer till hamnen, vilket visar på flexibiliteten inom Hangö hamn. Detta skulle inte fungera utan portsystemet som finns utanför hamnen, där porten först tar en bild på fordonet från fordonets båda sidor, samt framifrån och bakifrån. Med denna funktion blir det lätt för speditören att kolla registernumror och skador på fordonet, vilket sedan underlättar ifall det behöver tas reda på om fordonet har skadats före eller efter att det har kommit in till hamnen. Nästa skede är porten som ger grönt eller rött ljus för fordonet. När chauffören har kört in på området skall han eller hon komma in till en av byggnaderna för att checka in, meddela på en blankett vem han eller hon är, vilket företag han eller hon jobbar för, fordonets registernummer, innehållet på släpet och hur mycket släpet väger och efter det skall släpet parkeras på exportplanen. En tid före allt detta sker, skall speditören ha fått en bokning av rederiet på det som skall skeppas ut. På bokningen skall det finnas information om fordonets registernummer, vikt, längd, där skall finnas ifyllt om den har någon farlig last, samt om den behöver elkoppling. När speditören har fått in bokningen i hamnens egna system med alla uppgifter om släpet, gäller det att ta emot släpet så att det syns i systemet att släpet är i hamnen. Efter det kan taljaren som jobbar på fältet lokalisera släpet och stuvorna som skall köra in släpet på båten finner en notering på släpet i maskinens dator. Det är stuvarens skyldighet att notera den som lastad i systemet när den körs ombord. som. Detta är viktigt eftersom vikterna och enheterna i systemet skall stämma överens med den slutliga lastningslistan som speditören har fått från rederiet. En trailer skall alltid se lika ut i systemet som den är på riktigt, om den inte ännu då är i hamnen skall den vara inskriven som ”ennakko”, är den i hamnen skall den vara ”satamassa” och är den lastad skall den vara ”laivattu”.

4.4 Hangö hamn

Hangö hamn är Finlands sydligaste hamn, som har snabb förbindelse till hela Finland, Ryssland och Kontinentaleuropa. För tillfället är Hangö hamn Finlands femte största hamn, där ca 1400 fartyg årligen anländer för att lasta, lossa och sedan åka iväg igen. Till Hangö hamn hör Västra hamnen, Yttre hamnen och Koverhar hamn. Hangö hamn ägdes av staten ända tills 1974 då Hangö stad köpte hamnen. 1.1.2014 blev hamnen ett stadsägt aktiebolag.

Västra hamnen är den hamn jag tänker berätta mera om eftersom det är den hamn som används för pappersexport, bilimport samt container- och trailertrafik. Nedanför är en bild på Västra hamnen i Hangö för att läsarna skall få en överblick över hur hamnen är uppbyggd.



Figur 3. En bild på Västra hamnen

Västra hamnen grundades år 1873. På grund av sitt läge och milda havsklimat är det Finlands främsta vinterhamn. Västra hamnen erbjuder fem stycken kajplatser, med en längd på 160m – 245m och ett bassängdjup på 8.6m – 14m. I västra hamnen finns det två stycken stuveribolag, Oy Hangö Stevedoring Ab samt Stevena Oy. Hangö Stevedoring är det större stuveribolaget av dessa.(Hangö hamn 2016).

Hangö Stevedoring har producerat hamntjänster i Hangö hamn sedan 1912. Hangö Stevedoring är verksamma sju dagar i veckan och erbjuder tjänster så som spedition, terminalfunktioner, lasthantering, fartygsklarering, projekt och transporter. Hangö Stevedoring har fyra stycken inomhuslager med en total yta på 50 000 samt en fältyta på 350 000. Hangö Stevedorings största rederikunder är Transfennica, Finnlines, KESS ("K" Line

European Sea highway Services GmbH), UECC (United European Car Carriers) och SOL (Svenska Orient Linien). (Hangö Stevedoring 2016).

Stevena Oy erbjuder snabba och effektiva båttrutter till Estland och Tyskland med fokusering på RoRo trafik. SOL (Svenska Orient Linjen) är Stevenas största rederikund. (Stevena 2016).

I början av 2015 trädde nya svaveldirektiv i kraft för fartyg som trafikerar på Östersjön, Nordsjön och Engelska kanalen, och direktiven gällde att fartygens bränsle inte får innehålla mera än 0,1 procent svavel. Alternativen blir då att välja mellan att fartygen kör med bränsle med låg svavelhalt såsom LNG och marindiesel eller att investera i ett nytt skorstensfilter som kallas skrubber, som renar avgaserna. Detta betyder då att fartygens bränslekostnader troligen kommer att öka och med Hangös läge längst söderut i Finland, tror man att Hangö kommer att dra fördel av detta, och att Hangö kommer att få flera kunder på det viset. För ju kortare transportsträcka det blir för rederierna desto mindre bränsle kommer det att gå åt. I dagsläge kan man konstatera att långtrader och trailers nu har ökat i tre års tid. (Yle 2016).

4.4.1 Rederier i Hangö hamn

Transfennica är det största rederibolaget i Hangö hamn, som erbjuder avgångar till Lubeck sju gånger i veckan. Till Antwerpen, Bilbao och Paldiski erbjuder de avgångar tre gånger i veckan och till Tilbury, Gdynia och St.Petersburg två gånger i veckan. Transfennicas fartyg är alla RoRo och Con-ro (Container + Roro). Andra stora rederier som satsar på RoRolastrningar är Finnliness som kör två gånger i veckan till Rostock och tre gånger i veckan till Gdynia. SOL Lines kör fem gånger i veckan till Rostock. Dessa är de rederier, som de företaget som jag har intervjuat, oftast använder. (Hangö Stevedoring 2016).

5 Kundrelationer

Kundrelationen beskrivs traditionellt som ett köp-och sälj utbyte som skapar en relation som upphör när tjänsten eller varan har blivit levererad. Kundrelationer är en inställning och en attityd hos konsumenterna som får dem att tycka att de hör ihop med ett visst företag.

Denna attityd är inget som får liv ur tomma intet utan måste skapas aktivt av företag och organisationer. Om ambitionen hos företag är att skapa en situation för kunden och företaget som är fördelaktig för båda parter så ökar chanserna att en djupare relation uppstår (Grönroos, 2008, s.47-49). Genom att engagera kunden i utformningen av produkten eller tjänsten som ska levereras så utvidgas relationen ytterligare. Ett annat sätt att skapa djupare relationer med sina kunder är att skapa skraddarsydda lösningar för kunderna. Genom att låta kunderna utvärdera Hangö hamns service, vad de anser att fungerar bra och vad de önskar för förbättringar, skapar förutsättningar för utveckling som kan gynna båda parterna. På det viset kan Hangö hamn skapa kundrelationer som är långvariga. Hårdnande konkurrens bland företag på marknaden skapar ett krav på större kundfokus. Kunden efterfrågar först och främst produkter eller tjänster av hög kvalitet. Då detta krav uppfylls av en mängd leverantörer blir detta inte en möjlig bas för att kunna locka till sig kunder från en konkurrent. Istället måste företag konkurrera med hjälp av den funktionella servicekvaliteten. Servicekvalitet innefattar företagets service, tillgänglighet, trovärdighet osv. (Wiersema 1996 s. 16-22). För att en hamn skall vara lönsam gäller det för hamnen att tillfredsställa sina kunder så gott de kan, genom att Hangö hamn är känd för att vara flexibel är det lätt för kunderna att välja den framom andra hamnar. Genom att skraddarsy lösningar för trailerkunder och projektlastkunder görs hela servicen mer personlig för kunderna. Genom att hålla hög och god kvalitet på servicen kan man lättare tillfredsställa sina kunder.

Det finns det fem vanliga metoder som alla syftar till att öka kundtillfredsställelsen:

1. Konsultförsäljning, vars princip är att man skall hjälpa kunderna att definiera sitt problem och sedan sälja det bästa erbjudandet till dem.
2. Tillrättaläggande genom serviceinsats, vars princip är att kunderna lovordar den leverantör som kan vända en negativ situation till en positiv erfarenhet.
3. Personlig behandling, vars princip är att kunderna blir mera lojala om de får personlig behandling som gör att de känner sig särskilt uppmärksammade.
4. Kundvård, vars princip är att ju mera man ”gör sig till” för kunden, desto lättare går det att skapa en win/win-relation.
5. Mikromarknadsföring, vars princip är ökad kundtillfredsställelse genom att dela upp massmarknaden i små segment och där kundanpassa försäljningen.

(Wiersema 1996, s. 26-30)

För Hangö hamns del kan paralleller dras till dessa fem metoder. Via kundförfrågan kan Hangö hamn få reda på olika problem som kunderna önskar få en lösning på, som hamnen skall hitta en lösning på och kunna erbjuda åt kunden. Genom att hamnen kan hitta lösningar som tillfredsställer kunden, ökar sannolikheten att kunden talar gott om Hangö hamn, hamnen får på så sätt ett gott rykte. Personlig service och skräddarsydda lösningar, är kundvård som gynnar både hamnen och kunden. Kundnärlighet är till för alla som vill förbättra sitt företags konkurrenskraft, som vill införa förbättringar i företaget, och det ska tillämpas av alla inom ett företag för att medföra framgång. Enligt Wiersema behövs det annat för kunderna, än de ovanstående fem metoderna, det behövs kundnärlighet. Det finns tre principer eller krav för att närheten skall fungera: Utöka din kommersiella fantasi och sträva efter att hitta allt bättre lösningar för kundernas behov genom att se världen tydligare än vad kunderna ser. Odladina personliga förbindelser. Kundnärlighet är en dynamisk relation baserad på ett förtroende och en öppenhet som bara växer allteftersom du kan visa resultat, pålitlighet är a och o. Satsa, satsa, satsa. Kundnärlighet bryter ny mark, med nya krav och nya relationer. Till detta krävs rörlighet och flexibilitet. Dessa ovanstående tre principer, fantasi, goda förbindelser och satsning, hör ihop, är beroende av varandra och behöver bedrivs samtidigt för att kundnärlighet skall uppnås. (Wiersema 1996, s. 31-38) Det kommer alltid att vara hög konkurrenskraft mellan olika hamnar i Finland. Så jag tror att det är viktigt för Hamnarna att fokusera på hamnens egna styrkor, vilket i slutändan kommer att gynna både hamnen och dess kunder. Med nöjda kunder i hamnen bildas det goda kundrelationer mellan hamnen och kunderna, vilket ger ett bra rykte för hamnen och gör hamnen mera konkurrenskraftig.

Det går att identifiera tre faser i en kundrelation, inledningsfasen som är den begynnande tiden, inköpsfasen som är den senare delen och konsumtionsfasen eller nyttjandefasen som är slutet av en kundrelation. Efter att en första transaktion av varor eller tjänster genomförts bör relevant data om kunden samlas in. Data i form av specifika önskemål, storleken på inköp, önskade betalningsmetoder och klagomål sammanställs för att på bästa sätt kunna betjäna kunden på ett för kunden tillfredsställande sätt. Detta sker i den begynnande tiden av kundrelationen. I den senare delen av relationen läggs fokus på dessa kunder genom undersökningar i just vad det är som gör dem nöjda. Värdefull information kan på så sätt utvinnas för att nyttiggöras vid framtida kontakt med andra kunder. Om en kundrelation går mot sitt slut bör information samlas in för att i framtiden kunna undvika oönskade bortfall av värdefulla kunder. Dessa tre faser ingår i den s.k. Kundrelationens livscykel (Grönroos 2008, s. 257-260) Hangö hamn har vuxit med åren och man försöker kontinuer-

ligt utveckla hamnen, vilket innebär att det behövs nöjda kunder som väljer Hangö hamn. Via kundförmågan kan man då ta reda på vad de önskar, vad de är missnöjda eller nöjda med, dvs. sådant ingår i ovanstående inlednings och inköps fasen i en kundrelation.

Relationsmarknadsföring är marknadsföring som sätter relationer, nätverk och interaktion i centrum. Att det är användbart att utnyttja sina relationer för att marknadsföra sin verksamhet har funnits lika länge som människor har genomfört handel. Denna typ av marknadsföring som kallas traditionell marknadsföring eller transaktionsmarknadsföring, har syftet att få människor att genomföra transaktioner av varor och tjänster. Transaktionsperspektivet har sina fördelar när det kommer till skapa nya kortvariga kunder men den formen av marknadsföring skapar inte bestående kundrelationer. Som ett svar på denna brist växte ett nytt tankesätt fram på slutet av 1970-talet som tog till vara på samspelet mellan köpare och säljare. Detta tankesätt kallas för relationsmarknadsföring, vilket går ut på att inte bara se kunden som en kortsiktig inkomst utan snarare att kunden är någon som företaget har en långsiktig relation med. I relationsmarknadsföringen har man fokus på att ha en fortgående kundkontakt och att behålla kunden, att skapa en gemenskap och ett ”Vi”-synsätt med kunden, på förtroende, kundservice, kundvärde, på ett starkt engagemang för att möta kundens förväntan och att satsa på kvalitet (Grönroos 2008, s. 36-43) man kan säga att Eriksson använder sig av en slags relationsmarknadsföring då han önskar att får denna undersökning gjord, med målet att kunna behålla kundkretsen, att bemöta kundönskemålen för att kunderna skall vara nöjda, att skapa ett förtroende mellan ”hamnen och kunderna” och att förbättra och utveckla Hangö hamns service så att resultatet blir så bra som möjligt.

6 Undersökning

Denna undersökning gjordes i samarbete med Hangö Stevedoring som är ena av stuverierna i Hangö hamn. Undersökningens mål var att ta reda på varför olika trailer- och projektlastföretag väljer att använda Hangö hamn. Vilka är de praktiska orsakerna, vad kan Hangö hamn förbättra och vad är kunderna nöjda med. Efter en diskussion med Görans Eriksson som är försäljningschef på Hangö Stevedoring, som jag nämnde om i kapitel 1.1., tyckte Eriksson att det var en bra idé att jag skall göra en face-to-face intervju med trailerföretagen och med projektlastkunderna. Han poängterade också att det var bra att en utomstå-

ende skulle göra dessa intervjuer för att få de ärligaste svaren av kunderna, vilket han antog att kanske inte skulle vara fallet ifall intervjuaren presenterade sig arbeta för Hangö Stevedoring.

Upplägget av intervjun diskuterade jag och Eriksson kring och vi kom fram till två stycken olika intervjubotten som är strategiskt planerade. Detta på grund av de två olika kundgrupperna (trailerkunder & projektlastkunder). Före jag ringde upp kunderna för att planera in en intervju, tyckte Eriksson att det var bäst att skicka ett informationsbrev till alla kunder som skulle intervjuas. I brevet fanns presenterat vem jag är, vilken skola jag studerar i, vad syftet är med intervjuerna och under vilken tidsperiod jag kommer att kontakta dem angående bokning av en intervju, så att kunderna skall få en inblick vad som är på gångs. Eriksson gav en informationslista med de viktigaste trailer- och projektlastkunderna som jag skulle intervjuas. På informationslistan stod det klart och tydligt vilka företag det var frågan om, kontaktuppgifter på personer jag skulle kontakta och var företaget är beläget. Detta underlättade mitt arbete ganska mycket, då jag inte behövde söka upp uppgifterna själv och vem i företaget det var passande att kontakta. Informationsbrevet var lyckat eftersom när jag ringde så behövde jag inte berätta mycket mera än mitt namn och varför jag ringer innan de hade kopplat ihop mig och mitt ärende med informationsbrevet.

De företag som jag intervjuade var: Freja Transport & Logistics, Bruhn Spedition, NCS Finland Oy, Jääsaukko Oy, Bring (trailerkunder), Deugro (Finland) Oy, DHL Global Forwarding (Finland) Oy, Victor Ek (Hangö), Kuljetusliike Ville Silvasti Oy, Kuljetusliike Matti Janhunen Oy (projektlastkunder). För att läsaren inte skall kunna koppla samman vilket företag som har svarat vad, har jag valt att presentera resultaten fråga för fråga med alla företags svar samlade.

6.1 Resultatredovisning av intervjuerna

Som jag tidigare nämnde intervjuade jag fem stycken trailerkunder och fem stycken projektlastkunder. Intervjuerna ägde rum under en tidsperiod mellan 23.11 – 15.12.2016. Alla intervjuer är utförda i företagens egna utrymmen utom i ett fall där jag valde att intervjuas företaget per telefon, vilket berodde på företagets geografiska läge. Intervjuerna är ganska långt utförda på samma sätt, förutom att jag tagit skillnaderna i företagens verksamhet i beaktande. Jag kommer först att presentera resultaten av intervjuerna som gjordes med trailerföretagen Freja Transport & Logistics, Bruhn Spedition, NCS Finland Oy, Jääsaukko Oy, och Bring. Därefter följer presentationen av resultaten från intervjuerna som gjordes

med projektlastkunderna Deugro (Finland) Oy, DHL Global Forwarding (Finland) Oy, Victor Ek (Hangö), Kuljetusliike Ville Silvasti Oy, och Kuljetusliike Matti Janhunen Oy.

Jag valde att dela upp resultatsvaren på två olika resultatbotten, eftersom de två olika kundgruppernas val av service är mycket olika, och för att jag förväntade mig olika sorts svar av de olika kundgrupperna.

Jag började alla intervjuer med att fråga vilka de största eller främsta orsakerna är till att de väljer att använda Hangö hamn. Denna fråga valde jag att ställa för att öppna upp en dialog med de intervjuade, för att få en uppfattning om deras syn på Hangö hamn, för att sedan gå vidare med frågor som berör servicen, kundbetjäningen och deras egen relation till Hangö Stevedoring.

Trailerkunder

Vilka är de främsta orsakerna till att ni väljer Hangö hamn?

När jag ställde denna fråga var det 3/5 företag som svarade att Hangö hamn är deras första hamn när det gäller trailers. Motiveringen till varför de väljer Hangö hamn var rederiet Transfennica, alla företag svarade att Transfennica var en betydande orsak. En annan orsak var att Hangö hamn strejkar mycket mindre än andra hamnar i Finland, vilket har en betydande orsak för kunderna. En annan orsak var Hangös läge, det går snabbt att köra till Hangö från Helsingfors eller Åbo, det är lätt att hitta till Hangö för kunden och det är sällan mycket trafik. En av kunderna nämnde att det många gånger har hänt att det har varit snabbare att söka en trailer med start från Esbo och söka den från Hangö, än att starta från Esbo och söka den från Nordsjö. Så där spelar den raka vägen ner till Hangö en stor roll. En annan fördel som nämndes var att chauffören direkt, utan att behöva vänta, kan köra in på hamnområdet efter sin trailer. En annan stor orsak var Transfennicas dagliga anlop mellan Hangö – Lubeck, och också SOL Lines billiga anlop mellan Hanko – Paldiski och Hangö – Rostock lyftes fram.

Hur fungerar kundbetjäningen i Hangö Stevedoring? (disken, yrkeskunnighet hos personalen på kontoret och på fältet, öppettider, attityd)

När jag frågade hur kundbetjäning är så hade företagen inget negativt att säga. Positivt som lyftes fram var att de alltid får tag på ”exporten och importen” om de har några frågor samt att de som jobbar där brukar vara villiga att printa ut fraktsedlar åt chauffören om han eller hon har glömt dem. Öppettiderna i hamnen var kunderna också nöjda med. Ytterligare poängterade flera av kunderna att Hangö hamn var väldigt flexibel när det gäller closing time. dvs. check in tiden på t.ex. en trailer, att om fartyget ännu är vid kajen och lastar när en trailer anländer för sent till hamnen så har det inte varit några problem att ändå få med trailern. En annan sak de poängterade var att om en trailer var bokad till följande dags anlop, men om trailern råkade vara i hamnen redan dagen innan, så har hamnen varit flexibel och lastat trailern den dagen, om det fanns plats på båten samt om det var okej för kunden. Detta betyder att trailern i sådana fall skulle vara framme vid sin destination ett dygn före planerat. Yrkeskunnighet hos personalen både på fältet och i kontoret hade företagen inga kommentarer om, ”så länge som man inte hör något speciellt så fungerar det bra” sade företagen.

Service i Hangö hamn? (portsystemet, skyltning, lagerplaner, elkopplingsfält, parkering, rederier och fartygslinjer, maskinpark)

Alla företag nämnde att den service som Transfennica och Hangö Stevedoring erbjuder som berör lossningstider, är väldigt bra, underlättar deras arbete mycket och att de inte skulle klara sig utan den. Med lossningstider på t.ex. trailers betyder det att det finns en uppskattad tid på när trailern skall vara lossad från båten och chauffören kan hämta den. Det betyder att transportföretaget lättare kan planera rutterna för sina chaufförer. Portsystemet var alla företag nöjda med, detta mest på grund av att man kan föra och hämta sin trailer när som helst på dygnet. Portkameran var de också nöjda med, eftersom att portkameran tar bilder på trailern från alla sidor är det lätt att se t.ex. skador och då vet man om det har hänt före eller efter att trailern har kommit in i hamnen. En annan fördel som nämndes med portkameran var att företaget via kameran vid behov kan få veta när chauffören har anlånt till hamnen och när avfärden därifrån har skett. När det gäller skyltning i hamnen och utanför hamnen, hade chaufförerna inga problem med att hitta, ”det är en så liten stad att det är svårt att missa rätt avtag till hamnen”, berättar företagen. Elkopplingsfältet var kunderna mycket nöjda med eftersom det alltid brukar finnas ledig plats för någon trailer eller container att kopplas.

Önskemål?

Ett av önskemålen var ett större sortiment av service, att Hangö Stevedoring skulle kunna behandla lasten i hamnen, ett lagerutrymme/hall som skulle vara +5 grader året runt där chauffören skulle kunna parkera sin trailer när han anländer till hamnen, önskades också. Service till frystrailers var också ett önskemål, dvs. att Hangö Stevedoring skulle erbjuda service för frystrailers om något går sönder så att ingen från företaget behöver komma och serva trailern ända ner till Hangö. Feederfartyg var ett annat önskemål dvs. ett fartyg som fokuserar på containers. Att SOL -Lines också skulle erbjuda lossningstider för trailer och annan gods. Företagen var också i behov av nya destinationer, så som en linje mellan Hangö – Århus i Danmark och Hangö – Lettland/Litauen. Ett problem som kunden var medveten om var att om en trailer anländer på morgonen till Hangö med ett fartyg och skall med samma fartyg ut på kvällen, men skall och tömma eller lasta trailern med ny last på dagen, så har det några gånger hänt så att om Hangö Stevedoring redan har fått bokningen för kvällsanlöpet och om kunden inte hunnit vara efter trailern på morgonen, så genom att fartyget legat vid kajen hela dagen så har det hänt att trailern har dragits ombord med samma last som den kommit med, och sådant får ju inte ske. Så något system för att förhindra att dylikt sker, önskas också. Ett annat litet problem som kunderna hade lagt märke till var att de trailers som lastas till väderdäck oftare får skador. Orsakerna till skadorna kan vara en dålig kombination av kajplatsen och båtrampen, och då det ibland kan hända att det blir en ganska brant vinkel och om trailern annars också är lägre än normalt så kan den skrapa i rampen. Så kundens önskemål var att bättre ta hand om de trailers som lastas till väderdäck.

Övrigt?

Ett av företagen berättar att det för tillfället är billigare att ta fartyget till Estland och sedan köra ner till Polen än att ta fartyget direkt till Polen. Orsakerna är de låga landsvägskostnaderna i de baltiska länderna och i Polen. En annan sak som nämndes var att containers som kommer med fartyget på torsdag morgon tar länge att lossa på grund av mängden bilar som ofta är lastade på torsdagsbåten.

Projektkunder

Vilka är de främsta orsakerna till att ni väljer Hangö hamn?

Alla företag jag intervjuade nämnde att en av de främsta orsakerna till att de väljer att använda Hangö hamn gällande projektlast, är på grund av den långa samarbetstiden de har haft med Hangö Stevedoring och att de som kunder vet vad de får. En annan orsak var att företagens kunder vill att företaget skall använda Transfennica och dess destinationer. Företagen använder SOL Lines på grund av deras destinationer och låga priser. ”Hangö hamn är lätt den bästa hamnen att frakta farlig last via i Finland”, berättar företagen. ”Flexibel hamn och liten, gör att Hangö hamn är lätt att kommunicera med och man får alltid arbetet fixat”, berättar företagen.

Hur fungerar kundbetjäningen i Hangö Stevedoring? (disken, yrkeskunnighet hos personalen på kontoret och fältet, öppettider, attityd)

Alla företag nämnde att kundbetjäningen inte kunde fungera bättre när det gäller projektlast, detta på grund av den långa samarbetstiden med Hangö Stevedoring och en annan fördel är att det alltid är samma person som företagen är i kontakt med på Hangö Stevedoring, så företagen vet då vad de får och de vet att arbetet blir fixat. Kunderna berättar också att de när som helst får kontakt med Hangö Stevedoring om de har några frågor, även kvällstid fastän personen i fråga bara arbetar dagsturer. Hangö Stevedoring skräddarsyr arbetet åt kunderna om det behövs, och företagen nämner också att det är en bra sak att Hangö Stevedoring kan erbjuda ett paketpris för arbetet. Fastän arbetet i slutändan kräver mera lyft och maskiner än beräknat, så fakturerar inte Hangö Stevedoring för det extra arbetet.

Servicen i Hangö hamn? (portsystemet, skyltning, lagerplaner, elkopplingsfält, parkering, rederier och fartygslinjer, maskinpark)

Jag ställde frågan om det alltid har funnits tillräckligt med maskinkapacitet i hamnen, dvs. om det finns tillräckligt med stora kranar om det behövs lyftas tunga lyft, och andra maskiner som behövs för speciallyft. Företagen svarade att de aldrig har haft problem med något av det nämnda och att det aldrig heller har varit något problem med surringarna dvs. när man spänner fast lasten på ett underlag eller på båten. Om lasten skulle ha varit dåligt surrad skulle den kunna röra på sig vid sjögång. Gällande väntetider berättar företagen att de aldrig har behövt vänta länge för att få sitt arbete genomfört. Företagen berättar också att

porten har fungerat bra och de har alltid har kunnat komma in i hamnen när de har behövt, om huvudingången varit för liten har de använt en annan ingång, utan att det vållat problem.

Önskemål

Företagen hade några önskemål gällande nya destinationer, som t.ex. en linje till Sverige som skulle vara söder om Stockholm, och en linje till Danmark, Bremerhaven och Frankrike. Två stycken av företagen önskade att Transfennicas båtar skulle ha högre däckhöjd. Ett annat önskemål var att Hangö Stevedoring skulle erbjuda tvätt för projektlasterna om det behövdes. Man önskade också att stuvorna skulle arbeta någon gång över matpausen om det behövdes.

Övrigt?

Lördagar och måndagar har kunderna märkt att det är sämre dagar för projektlast. Orsaken till att dessa dagar är sämre är att det annars då är väldigt livligt i hamnen och att det inte då finns tillräckligt med personal för projektlast, utan hamnen prioriterar att lasta och tömma fartygen i tid. Företagen önskar också få räkningarna snabbare, för ibland kan det ta upp till två veckor innan räkningen kommer.

6.2 SWOT- analys

Jag anser att SWOT-analys är ett nödvändigt verktyg i detta arbete för att kunna presentera svaren enkelt och klart för läsaren. Inspiration och idéer till resultatet av min SWOT-analys har jag fått tack vare mångsidig litteratur inom ämnet, egna iakttagelser under intervjuerna, observation av transportrender i media, samt pålitliga elektroniska källor och egna resonemang.

SWOT-analys av trailerkundernas svarsresultat

<p>Styrkor</p> <ul style="list-style-type: none"> - Transfennica, dess destinationer och uppskattade lossningstider - Hamnens flexibilitet - Kundbetjäningen - Hamnens läge på kartan - Hamnen uppbyggnad - Liten är fördel - Hamnen är alltid öppen för trailer - Oftast isfritt - Gratis parkering för trailer 	<p>Svagheter</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hamnens läge på kartan - Hamnens utbud av service - Hangö hamns kajrampar - De få rederierna - Gratis parkering för trailer
<p>Möjligheter</p> <ul style="list-style-type: none"> - Öppna nya båt rutter - Större sortiment av service - Utvidga hamnområdet - Flera rederier - Förbättra marknadsföringen 	<p>Hot</p> <ul style="list-style-type: none"> - Stuvarstrejk - Att rederierna väljer att inte använda Hangö hamn mera. - För få kajplatser - Osäkerhet inom transportbranschen t.ex. höjning av priser

Figur 4.

När man överblickar resultatet av analysen (figur 4) kan man konstatera att styrkorna är betydligt fler än svagheter. Resultatet visar även vilka hot som finns och vilka möjligheter företaget och hamnen har.

Till att börja med kan man säga att trailerkunders behov att använda Hangö hamn har ökat ständigt under de senaste åren. Detta beroende på den ökande marknaden inom branschen men också på grund av Hangö hamns styrkor, som är många. Den uppfattning jag fick när jag intervjuade företagen var att de var väldigt nöjda med verksamheten i hamnen. De drog ofta jämförelser med andra hamnar och nämnde att Hangö hamn var bättre på många olika

sätt. I SWOT-analysen har jag skrivit att hamnens läge på kartan är en fördel men också en nackdel när det gäller trailerkunder. Varför det är en styrka är för att det är den kortaste vägen till många destinationer utanför Finland, lätt och rak väg till Hangö vilket underlättar chaufförens arbete, hamnens flexibilitet och snabbhet, samt öppettider för trailers. Varför jag har också satt läget på svagheter är att det är lång väg till Hangö varifrån än startpunkten är i Finland, de flesta trailerföretag är belägna i huvudstadsregionen och därmed är det lätt att använda en närmare belägen hamn. En annan styrka jag också har placerat på svagheter är gratis parkeringen för exporttrailer. Det är en styrka är för att det blir ett billigt alternativ för kunderna och lätt för dem att välja Hangö på nytt. Svagheter i detta är att kunderna kan använda hamnen som en parkeringsplats, vilket den inte är. Det händer lätt att en trailer som är färdig för att skeppas ut kan stå en vecka i Hangö för att mottagaren i Lubeck inte är redo att ta emot den. Är detta då lönsamt för Hangö hamn? Skulle kunderna försvinna om hamnen skulle börja ta betalt?

En bra kundbetjäning i hamnen spelar en stor roll för företagen, märkte jag i intervjuerna. Nöjda kunder använder gärna fungerande tjänster på nytt. En annan styrka som är nämnvärd är rederiet Transfennica och dess destinationer. Med egna iakttagelser under intervjuerna var det här största orsaken till varför företagen använder så mycket Hangö hamn som de gör. Svagheter och hoten känns väldigt farliga fastän de bara är några. Löper inte tjänsterna i hamnen som de skall så är det lätt för de få rederierna att byta hamn. Efter en rejäl ökning av mängden last under de senaste åren har Hangö hamn blivit till en livlig hamn, och den är för tillfället behov av flera kajplatser och mera fältyta. Många företag var i behov av större utbud av olika service i hamnen. Detta kan det forskas vidare om, vilka slag av service som skulle vara mest lönsamt för kunderna och hamnen. Detta ser jag som en möjlighet och att utvidga hamnområdet skulle möjligtvis inte vara en dum idé, för då kan hamnen erbjuda mera tjänster för företagen och behandla mera last och öppna sina dörrar för nya rederier och nya destinationer.

SWOT-analys av projektlastkundernas svarsresultat

<p>Styrkor</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kundbetjäningen och de långa kundförhållandena - Transfennica och dess destinationer - Korta väntetider - Maskinkapacitet - Lätt transportväg till hamnen - Bra rykte - Låga priser 	<p>Svagheter</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hamnens läge - Stuveriet prioriterar ofta annat före projekt som är mera lönsamt - Hamnens utbud av service
<p>Möjligheter</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nya destinationer - Större utbud av service - Nya fartyg som det är högre till tak - Stuvare som är specialiserade på projekt - Förbättra marknadsföringen - Hamnens tillväxt 	<p>Hot</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hamnens tillväxt - Andra hamnar som är närmare kunderna - Osäkerhet inom transportbranschen som t.ex. strejk nya trender

Figur 5.

När man överblickar resultatet av analysen (figur 5) kan man konstatera att styrkorna är betydligt fler än svagheter. Resultatet visar även vilka hot som finns och vilka möjligheter företaget och hamnen har.

När det gäller styrkor i SWOT-analysen för projektlastkunder märkte jag att kundbetjäning var A och O. Eftersom projektlasterna varierar ofta från gång till gång är det väldigt viktigt för kunderna att veta att kundbetjäningen fungerar, vilket gör att de gärna vill använda Hangö hamn igen. Genom långa goda kundrelationer inom projektlast har det gjort att servicen i Hangö hamn har fått ett bra rykte. För att hamnen skall upprätthålla denna goda service gäller det att alla komponenter i hamnen fungerar smärtfritt så som, maskinkapaciteten, yrkeskunnigheten, kommunikationen och förekomsten av korta väntetider. En annan nämnvärd styrka var igen Transfennica och dess destinationer.

Eftersom de flesta projektlastkunderna är från mellersta Finland blir det en lång transportväg till Hangö för dem. En stor del av kunderna var i behov av bredare serviceutbud. Det skulle innebära att hamnen möjligtvis skulle få mera kunder och bli lönsammare. Hur kan då hamnen eliminera hoten för projektlast? Största hotet för projektlaster i hamnen är tillväxten av andra serviceformer, vilket gör att stuveriet prioriterar båtarna före projekten, men det är också en möjlighet eftersom nya rederier och destinationer automatiskt kan föra med sig nya kunder. Att eliminera hot, så som förändringar inom transportbranschen, är svårt, eftersom det är svårt att förutse hur branschen ser ut i framtiden. Strejker och andra liknande händelser är också svåra att förutspå.

7 Avslutning

Den teoretiska delen av arbetet bestod av kapitel 2-5 där jag behandlar logistikkedjan, från att en trailer lämnar fabriken tills den skeppas ut från Hangö hamn. Strategin var att gå från bredden till djupet i arbetet, för att slutligen avsluta med undersökningen som förklarar vad som gör att kunderna just vill använda Hangö hamn som sin främsta hamnoperatör.

Litteraturen till arbetet är största dels tagen från relevanta böcker som behandlar det här ämnet, samt nyhetsartiklar och företagens hemsidor. Det var ganska lätt att hitta teori till ämnet via böcker, ända nackdelen var att böckerna var ofta lite föråldrade, och de behandlade ganska långt samma saker.

Den empiriska delen som jag nu har gjort, har fått ett resultat. Den empiriska delen består av tio intervjuer med strategiskt valda personer. Jag valde att göra en kvalitativ undersökning på grund av att det passade bäst in i detta arbete. Alla intervjuer var väldigt lärorika

och intressanta att utföra, det gav mig nya inblickar i ämnet och en större bild av helheten. Vissa av intervjuerna var lättare att utföra än andra, märkte jag, eftersom intervjun grundade sig ganska långt på öppna frågor och med målet att föra en dialog till svaren på frågorna, berodde det mycket på hur personen som jag intervjuade var till sitt sätt. Om respondenten var väldigt snabb i sina svar, blev det för mig att försöka föra diskussionen vidare. Var det däremot en väldigt pratglad respondent, blev det mera att försöka hålla sig inom ramarna för intervjuerna. Att sedan koppla intervjusvaren till arbetet var väldigt krävande. Eftersom jag själv är insatt i Hangö hamn och Hangö Stevedorings verksamheter och kommer att presentera mina svar för Hangö Stevedoring, utgick jag från att få sådana svar som de som arbetar för Hangö Stevedoring har lätt att förstå. För att analysera svaren i själva examensarbetet så att läsaren skall få en inblick i ämnet, var krävande.

Är jag nöjd med de svar jag har fått från intervjuerna? Det skulle jag nog säga, jag tycker att jag har mycket fakta om vad som är viktigt för kunderna, jag ser nya möjligheter. Jag hoppas att Hangö Stevedoring kan dra nytta av svaren från intervjuerna och framöver ta i beaktande den inkomna informationen gällande kundernas önskemål om förändringar i Hangö hamn.

Att arbeta med detta examensarbete har varit väldigt intressant och lärorikt men också krävande. Med den teoretiska- och empiriska delen som bakgrund kan jag nu säga att jag har en mycket bredare fördjupning inom ämnet transporter och hamnverksamheter, men inte minst en ny inblick i ämnet, sett ur kundens synvinkel, vilket jag inte tidigare haft, eftersom jag bara har arbetat inom hamnen i den branschen. Jag är tacksam över den hjälp jag har fått av Göran Eriksson. Jag hoppas att de personer som läser mitt arbete kommer att förstå helhetsbilden över logistikkedjan gällande transport av trailer och projektlast.

Källförteckning

C. Grönroos (2008) Service management och marknadsföring. Malmö: Liber.

F. Wiersema (1996) Kundnärhet. Göteborg: ISL.

Hamnfakta[Online]

www.stevena.fi/fi/stevena_oy/paikkakunnat/hanko [hämtad 3.3.2016]

Hangö hamn 2016:[Online]

www.portofhanko.fi/sv/satamat/lansisatama [hämtad 15.3.2016]

Hangö Stevedoring 2016 [Online]

<http://hangostevedoring.fi/fi/liikenne/> [hämtad 3.3.2016]

Hörkkö, Koskinen, Laitinen, Mattsson, Ollikainen, Reinikainen, Werdermann (2010) Huolinta-alan käsikirja. Helsingfors: Suomen huolintaliikkeiden liitto ry.

J. Tarkowski, B. Ireståhl & K. Lumsden (1995) Transportlogistik

K. Lumsden (2006) Logistikens grunder. Lund: Studentlitteratur

Nordsjö hamn 2016 [Online]

www.portofhelsinki.fi/godstrafik [hämtad 7.5.2016]

www.portofhelsinki.fi/tavaraliikenne/suorat_laivalinjat [hämtad 7.5.2016]

Tullen[Online]

http://www.tulli.fi/fi/tiedotteet/ulkomaankauppatilastot/tilastot/kuljetukset/kuljetukset14/liitteet/2014_M10.pdf [hämtad 26.4.2016]

U. Tapanainen (2013) Merenkulun logistiikka. Helsingfors: Otatiето

Utländska handelsvägar[Online]

<http://www.ulkomaankaupanreittit.info/materiaalipankki.htm> [hämtad 4.4.2016]

Yle[Online]
svenska.yle.fi/artikel/2014/12/26/hango-hamn-vinenr-pa-svaveldirektiven[hämtad
23.3.2016]

Åbo hamn [Online]

www.portofurku.fi/portal/se/trafik/godstrafik/ [hämtad 6.5.2016]

Intervjukällor:

Bring 2015: intervju 3.12.2015

Bruhn spedition 2015: intervju 23.11.2015

Deugro 2015: intervju 24.11.2015

DHL 2015: intervju 26.11.2015

Freja T&L 2015: intervju 23.11.2015

Jääsaukko 2015: intervju 11.12.2015

Kuljetusliike M.J 2015: intervju 18.12.2015

Kuljetusliike V.S 2015: intervju 15.12.2015

NCS 2015: intervju 3.12.2015

Victor Ek 2015: intervju 2.12.2015

