



<input checked="" type="checkbox"/>	Pro gradu -tutkielma
<input type="checkbox"/>	Lisensiaatintutkielma
<input type="checkbox"/>	Väitöskirja

Oppiaine	Kansainvälinen liiketoiminta	Päivämäärä	16.2.2005
Tekijä	Jussi Hätönen	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	163
Otsikko	Constructing a service package for providing value-added logistics – Case Koninklijke Frans Maas Groep N.V.		
Ohjaajat	KTL Martti Salo ja KTM Sanna Honkaniemi		

#### Tiivistelmä

Globalisaatiokehityksen syventymisen aiheuttama kasvava kilpailu ajaa yrityksiä tavoittelemaan lisää arvoa kaikista liiketoimintojensa aloista. Tämä pyrkimys heijastuu edelleen logististen palveluiden tuottajiin, joiden odotetaan tuottavan tätä arvoa asiakkailleen heidän pyrkimyksissä kilpailuetuun suunniteltaessa, implementoidessa ja valvoessa tehokasta ja suorituskykyistä hyödykkeiden, palveluiden ja niihin liittyvän informaation virtausta ja varastointia alkuperän ja kulutuksen välillä täyttääkseen asiakkaan tarpeet ja toiveet. Kyseistä prosessia kutsutaan myös logistiikan johtamiseksi. Tämä kasvava vaatimus ajaa logististen palvelun tuottajien monipuolistamaan tarjontaansa lisäarvopalveluihin.

Pohjautuen tähän kasvavaan trendiin tämän tutkimuksen pääasiallisena tavoitteena on selvittää logististen lisäarvopalvelupakettien rakentamisen, tuotteistamisen ja johtamisen prosessi. Syvemmän ymmärryksen saavuttamiseksi esitettyyn pääongelmaan tulee tutkimuksessa vastata seuraaviin osakysymyksiin: Miten lisäarvopalvelupaketit voidaan rakentaa ja tuotteistaa?; Miten logistiikan ulkoistamisesta syntyvät väistämättömät suhteet tulisi johtaa?; Kuinka pitkälle valmiit mallit ovat kopioitavissa toiseen toimialaan tai toiseen maahan?

Lisää arvoa aiheeseen pyritään saavuttamaan empiirisen tutkimuksen kautta, joka tässä tutkimuksessa on tapaustutkimus yrityksestä Koninklijke Frans Maas Groep N.V. Frans Maas on logististen palvelujen tuottaja, joka laajalla valikoimallaan palveluja ja tuotteita pystyy tarjoamaan jokaiselle yritysasiakkaalle logistisen ratkaisun paikallisesti, Euroopan laajuisesti tai jopa mannertenvälisesti. Tämä tapaustutkimus on erittäin antoisa apuväline tälle tutkimukselle, koska se tarjoaa kaksi näkökulmaa logististen lisäarvopalvelupakettien rakentamiselle – positiivisen ja normatiivisen. Positiivinen näkökulma kuvailee kuinka tällainen palvelupaketti on rakennettu Frans Maasin toimesta Keski-Euroopassa ja normatiivinen näkökulma antaa suosituksia Frans Maasin Suomen osastolle tällaisen paketin rakentamisesta Suomen markkinoille.

Vaikka logistiikka ja jossain määrin lisäarvologistiikka on laajalti tutkittu aihe ajankohtaisuutensa vuoksi, tämä tutkimus antaa uuden näkökulman edellisiin tutkimuksiin verrattuna. Tässä tutkimuksessa on tarkoitus ensin identifioida logistiset palvelut, minkä jälkeen niistä on mahdollista rakentaa lisäarvopalvelupaketti, joka tässä tutkimuksessa rakennetaan käyttäen yleistä palvelun kerroksellisuusmallia. Kuten tullaan huomaamaan, näiden palvelujen identifiointi ja varsinkin erottelu perus- ja lisäarvopalveluihin ei ole yksinkertainen tehtävä. Myös rakennettaessa laajempia logistisia ratkaisuja, ne vaativat kahdensuuntaisten kumppanuuksien rakentamista. Tämä tutkimus antaa myös kuvan siitä, mitä tulisi huomioida näitä strategisia alliansseja luotaessa.

Asiasanat	Logistiikka, Ulkoistaminen, Lisäarvo, Tuotteistaminen
Muita tietoja	



<input checked="" type="checkbox"/>	Master's thesis
<input type="checkbox"/>	Licentiate's thesis
<input type="checkbox"/>	Doctor's thesis

Subject	International Business	Date	16.2.2005
Author	Jussi Hätönen	Student number	9089
		Number of pages	163
Title	Constructing a service package for providing value-added logistics – Case Koninklijke Frans Maas Groep N.V.		
Supervisors	Lic.Sc.(Econ) Martti Salo and M.Sc.(Econ) Sanna Honkaniemi		

Abstract

The increasing competition mainly driven by the phenomenon of globalization drives companies to extract more value from every part of their business. This is further reflected to logistics services suppliers who are expected to create this value in seek of competitive advantage created by planning, implementing and controlling the effective, efficient forward and reverse flow and storage of goods, services and related information between the point of origin and point of consumption in order to meet customer requirements, i.e. logistics management. This requirement drives logistics services suppliers to diversify their offerings into value-added solutions.

Based on these growing trends the main purpose of this study is to clarify the process of building, productizing and managing value-added logistics service packages. In order to achieve a better understanding of the posed research problem, the following questions need to be addressed: How value-added logistics service packages are built and productized?; How are the eminent relationships resulting from logistics outsourcing managed?; To what extent are the established practices applicable to another country or industry?

More value to the topic is extracted through an empirical study, which in this study is conducted as a case study of Koninklijke Frans Maas Groep N.V. Frans Maas is a logistics services supplier that with an extensive package of services and products can offer every business customer a customized solution at a local, pan-European and intercontinental level. This case is a very useful and interesting tool to supplement this study because it offers two dimensions to building and providing value-added logistics - positive and normative. Positive or describing dimension of this case study describes how a value-added service package has been built by Frans Maas in central Europe and normative one gives suggestions for Frans Maas Finland in building a service package for Finnish markets.

Although logistics in general, and to some extent value-added logistics, is a widely studied topic due to its relevancy, this study takes another approach to this topic of current interest. In this study, as stated in the research problem, the purpose is firstly to identify the logistics services and further to build a value-added service package based on general service layer model out of them. As this study will show, the identification of these services and even more, dividing these services into general and value-adding services is not a straightforward task. Also when building service packages it calls for identification of the required integration. What this means is, as referred, logistics partnerships are more than just partnerships, they are two-way strategic alliances that require constant investments.

Key words	Logistics, Outsourcing, Value-added, Productizing
Further information	