

Töö eesmärgiks on välja selgitada, kuivõrd logistikafirma DSV portfelli hiljuti integreeritud kindlustusteenus DSV Protect osutub Eestis otstarbekaks ja jätkusuutlikuks lahenduseks. Töö uurimisprobleemiks oli teabe puudumine, kuivõrd leiab DSV Protect kasutust firma kliendibaasis ja milline on klientide esmane tagasiside lansseerimisel väljapakutud teenuse hinna, kindlustuskatte mahu ja teenuse tingimuste osas. Töö uurimisstrateegiaks oli juhtumiuurimus, mille raames käsitles autor ettevõtte teenuste statistikat ja tingimusi ning seonduvaid ettevõttepoolseid ootusi, ning seniseid suuremaid kahjujuhtumeid ja muud juurutusprotsessi käigus kogetut. Töös analüüsis autor klientide esmast tagasisidet ning leide intervjuudest ettevõtte viie suurima kliendiga ja kontserni Taani harukontori esindajaga.

Tänapäeval on logistikasektoris konkurents tihe, mistõttu tuleb silma paistmiseks leida uusi lisaväärtusteenuseid. DSV Protect on kindlustusteenus, mille sarnast suurimate konkurentide seas ei esine. Firma motivatsiooniks on vähendada CMR konventsioonist tulenevaid vaidlusi klientidega, mis on viimastel aastatel kasvava trendiga. Seega on antud lisateenus väga aktuaalne kui ka oma ainulaadsuse tõttu originaalne. Autor leidis, et kõnealune teenus on üldiselt jätkusuutlik, ning näitas, et see on firmale lisanduv sissetulekuallikas. Nii DSV Eesti harukontorile kui ka kontsernile tervikuna on DSV Protect osutunud kasumlikuks – Eesti kontor teenib iga kaubakindlustusega saadetise pealt xx eurot puhastulu.

Hoolimata esmasest valdavalt positiivsest muljest väljendasid osad kliendid ka rahulolematust ning seda eelkõige seoses teenuse kohustusliku iseloomuga. Selle selgituseks on teenuse hinna ning kaupade väärtuse ja riskitaseme suhe. Sellest hoolimata on ettevõtte teenustest integreeritud kindlustuskohustuse tõttu loobunud vaid üks klient ning kokkuvõttes võib teenuse juurutamist pidada edukaks.