



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

Oppiaine	Kansainvälinen liiketoiminta	Päivämäärä	22.04.2004
Tekijä(t)	Pipsa Luhtanen	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	108
Otsikko	Yritysassiakkaiden asiakastyytyväisyys matkailupalveluyrityksen toiminnallisesta laadusta Case: Copterline Oy		
Ohjaaja(t)	KTT Esa Stenberg ja KTM Elina Pelto		

Tiivistelmä

Tämä pro gradu -tutkielma toteutettiin kirjallisuuskatsauksen ja empiirisen tutkimuksen avulla. Koska tutkielma tehtiin toimeksiantona yritykseen, myös yrityksen tarpeet muokkasivat osaltaan tutkimusongelmaa.

Tutkielman teoreettinen viitekehys muodostuu kahdesta tutkimuksen kannalta keskeisestä kokonaisuudesta. Ensimmäisenä tarkastellaan liikematkailua ja sen erityispiirteitä. Liikematkailu on yksinkertaisesti ilmaistuna työntekoon liittyvää matkailua, jolla edistetään yrityksen liiketoimintaa. Sen vuoksi liikematkailussa asiakkailta tarkoitetaan yrityksiä yksityishenkilöiden sijaan. Yritysten ostokäyttäytyminen on tutkimuksen kannalta keskeinen liikematkailun piirre. Matkailupalveluita tuottavan yrityksen on hyvä tietää, miten yrityksissä hoidetaan matkajärjestelyt ja ketkä ovat vastuussa yrityksen matkoista. Liikematkailussa matkustajaa kutsutaan liikematkailijaksi.

Toisessa teoreettisen viitekehysten kokonaisuudessa tarkastelun kohteena oli palvelun laatu, joka spesifioitiin tutkielman näkökulmasta tarkastelemaan erityisesti matkailupalveluita. Palvelun laatua tarkasteltiin tässä tutkielmassa asiakastyytyväisyyden kannalta. Teoreettisessa viitekehyksessä osoitettiin palvelun laatukokemusten ja asiakastyytyväisyyden yhteys. Molemmat muodostuvat odotusten ja kokemusten välisestä tilasta. Asiakkaan odotukset ja kokemukset ovat lähtökohtana palvelun laadun arvioinnissa. Palvelun laatukokemusta voidaan pitää asiakastyytyväisyyden komponenttina. Sen vuoksi asiakastyytyväisyystutkimuksissa on perusteltua mitata palvelun laatukokemuksia ja tehdä siitä johtopäätöksiä asiakastyytyväisyyden suhteen.

Tutkimuksen empiirinen aineisto kerättiin puolistrukturoituina puhelinhaastatteluina. Kohderyhmänä olivat tutkielman toimeksiantajan asiakasyritykset. Empiirisen tutkimuksen pohjalta johtopäätöksissä esitettiin suosituksia toimeksiantajayritykselle siitä, millä keinoin he voisivat parantaa palveluaan ja lisätä asiakastyytyväisyyttä.

Asiasanat	liikematkailu, yritysten ostokäyttäytyminen, palvelun laatu, asiakastyytyväisyys
Muita tietoja	