



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

Oppiaine	Markkinointi	Päivämäärä	20.10.2003
Tekijä(t)	Elina Fingerroos	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	109
Otsikko	Valtion liikelaitoksesta liikeyritykseksi – Ulkoisen yrityskuvan muutos		
Ohjaaja(t)	VTT Timo Toivonen ja TTM Ulla Hakala		

Tiivistelmä

Yrityskuvasta huolehtiminen kiinnostaa yhä useampia yrityksiä ja mielenkiinto yrityskuvatutkimuksia kohtaan on levinnyt liike-elämästä myös politiikkaan sekä julkisten palvelujen ja hallinnon aloille. Yrityskuva on yleisön yrityksestä muodostama mielikuva, joka perustuu kaikkiin yrityksestä saatuihin kokemuksiin, käsityksiin, tunteisiin, tietoihin ja vaikutelmiin. Viime vuosikymmeneltä lähtien valtion julkista sektoria on kehitetty rankasti suuriksi kasvaneiden kustannusten karsimiseksi. Yhtenä uudistusten kohteena ovat olleet valtion liikelaitokset, joita on yhtiöitetty ja myös yksityistetty omiksi erillisiksi liiketoimintayksiköikseen. Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, miten yrityskuva on kehittynyt yrityksen muututtua valtion liikelaitoksesta liikeyritykseksi. Tutkimus keskittyi tarkastelemaan yrityskuvan ulkoista muutosta yrityksen asiakkaiden kokemusten perusteella. Tutkimusongelma pyrittiin ratkaisemaan osaongelmien avulla, jotka olivat: mistä yrityskuva muodostuu, miten valtion liikelaitos eroaa valtion omistamasta yrityksestä ja miten yrityskuva on muuttunut yrityksessä tapahtuneiden muutosten seurauksena. Kohdeyritykseksi tutkimukseen valittiin Suomen Viljava Oy, joka ennen vuotta 1995 tunnettiin nimellä Valtion Viljavarasto. Suomen Euroopan Unioniin liittymisestä johtuneiden lakiuudistusten seurauksena Valtion Viljavarasto lopetti toimintansa vuoden 1995 alusta ja sen hoitamat tehtävät organisoitiin uudelleen. Tutkimus suoritettiin kvantitatiivisella kyselytutkimuksella, joka selvitti yrityksen ulkoisessa yrityskuvassa tapahtuneita muutoksia. Tutkimuksessa valittiin vertailuvuosiksi vuodet 1993 ja 2003. Tarkoituksena oli kerätä tietoa siitä, millainen yrityskuva yrityksen asiakkailla oli liikelaitoksen aikana ja millainen se on tänä päivänä sekä tehdä vertailuja saatujen tulosten perusteella. Kyselylomakkeita lähetettiin kaikille Suomen Viljava Oy:n 25 asiakkaalle, joista 84 % palautti lomakkeen. Tutkimuksen pohjalta kävi ilmi, että Suomen Viljava Oy:n yrityskuva on muuttunut huomattavasti viimeisen kymmenen vuoden aikana. Suurimpina asiakkaiden kokemina muutoksina esiin nousivat erityisesti parantunut kilpailukyky, toiminnan kehittyminen, lisääntynyt dynaamisuus sekä asiakaspalvelun huomattava paraneminen. Negatiivista palautetta tuli koskien kohdeyrityksen hinnoittelua, jota osa vastaajista piti yhä monopolistisena. Tulevaisuuden haasteena Suomen Viljava Oy:llä tulee olemaan yhteiskuntavastuun yhä suurempi huomiointi organisaation kaikissa toiminnoissa. Suomen Viljava Oy on onnistunut panostuksensa asiakkaidensa huomioinnissa. Yrityksen tulisi samansuuntaisen kehityksen jatkumiseksi tehdä yrityskuvan tutkimisesta ja asiakastyytyväisyyden mittauksista määräajoin suoritettavia toimenpiteitä. Yrityksen kannattaisi varmasti tulevaisuudessa myös panostaa avoimeen kommunikaatioon sekä selkeään hinnoittelupolitiikkaan onnistuakseen yhä kehittämään yrityskuvaansa.

Asiasanat	Yrityskuva, identiteetti, valtion hallinto, liikelaitos, liikeyritys, julkiset palvelut
Muita tietoja	