



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

| | | | |
|------------|---|------------|-----------|
| Oppiaine | Kansainvälinen liiketoiminta | Päivämäärä | 22.4.2005 |
| Tekijä(t) | Maija Nurmi | | |
| | | Sivumäärä | 77 |
| Otsikko | Laatuodotuksien muodostuminen huolinta-alalla | | |
| Ohjaaja(t) | KTT Esa Stenberg KTM Anna Suontama | | |

Tiivistelmä

Lentorahti on kasvava kuljetusmuoto, joskin se on erittäin riskialtis sekä taloudellisille että rakenteellisille muutoksille. Lentorahti on kuitenkin ylivoimainen kuljetusmuoto silloin, kun tavara pitää saada nopeasti määräpaikasta kohdemaahan. Koska lentorahti on kustannuksiltaan muita kuljetusmuotoja arvokkaampaa, odotetaan lähetyksiltä laadukasta palvelua.

Huolinta-alalla kilpailun kiristyessä asiakassuhteen merkitys korostuu, jolloin asiakas halutaan sitouttaa palvelun tarjoajaan pitkällä tähtäimellä. Asiakassuhteessa asiakas odottaa ydinpalvelun lisäksi lisäarvoa tuottavia tekijöitä. Asiakkaalle on tehtävä selväksi, miksi hänen kannattaa käyttää tietyn yrityksen palveluita ja miksi ne ovat parempia kuin kilpailijoiden palvelut.

Tässä tutkimuksessa keskityttiin asiakassuhteen merkitykseen huolinta-alalla sekä arvon eri tekijöihin. Tutkimusongelma oli: Miten huolitsija voi vastata vientiyrityksen laatuodotuksiin? Osaongelmia olivat arvon käsite asiakkaan näkökulmasta, hinnan merkitys arvon muodostumisessa sekä huolitsijan valintaan liittyvissä tekijöissä, joihin tapausyrityksen tulisi kiinnittää huomiota. Teoria käsitteli perusteellisesti arvon muodostumista ja arvon eri määritelmiä. Yhteistä näille määritelmille oli hinnan ja palvelun laadun suhde. Asiakas käyttää valitsemaansa palvelua, kun hän kokee hyötyvänsä siitä niin taloudellisesti, sosiaalisesti kuin psykologisestikin.

Tutkimus toteutettiin kaksivaiheisesti. Ensin lähetettiin kysely tapausyrityksen 153 asiakkaalle. Vastausprosentiksi saatiin 62. Vastausten perusteella valittiin harkinnanvaraisesti viisi yritystä, joiden edustajia haastateltiin kyselyssä ilmenneiden teemojen perusteella. Lisäksi haastateltiin tapausyrityksen lentorahtipäällikköä.

Kyselyn ja haastattelujen perusteella asiakkaiden on vaikea yksiselitteisesti määrittää tekijöitä, jotka vaikuttavat arvon muodostumiseen. Arvo koettiin tilannekohtaiseksi, joskin yhteneväisyyksiä löytyi. Asiakkaat arvostivat eniten laatua, kilpailukykyistä hintaa sekä luottamusta asiakassuhteessa. Asiakkaat eivät koe kuljetuspalveluiden keskittämistä yhdelle huolitsijalle tarpeellisenä, vaan kokevat hyötyvänsä enemmän silloin, kun kuljetuksia on jaettu eri huolitsijoiden kesken.

Erikoistapauksissa käytössä olevia huolitsijoita kilpailutetaan. Hinnan merkitys korostuu juuri kuljetuspalveluja kilpailuttaessa. Muuten hinnan tulisi olla markkinahinnan tasolla, mutta pieniä heilahduksia sallitaan, koska asiakkaalle koituu enemmän kustannuksia, jos hän alkaa etsiä edullisempaa, mutta myös tuntematonta huolitsijaa. Kiiretapauksissa ei aina kysytä tarjouksia, vaan luotetaan tutun huolitsijan palveluihin ja hyvään hintaan. Meriviennin asiakkaat ovat potentiaalinen asiakasryhmä myös yrityksen lentorahtipalveluille. Asiakkaita tulisikin lähestyä aktiivisesti sekä saada heidät kokeilemaan tapausyrityksen lentorahtipalveluja.

| | |
|---------------|-------------------------------------|
| Asiasanat | Arvo, valinta, huolinta, lentorahti |
| Muita tietoja | |