



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

Oppiaine	Kansainvälinen liiketoiminta	Päivämäärä	8.2.2004
Tekijä(t)	Kimmo Ruotsalainen	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	113
Otsikko	Matkailupalveluiden elektroninen ostaminen palveluinnovaationa		
Ohjaaja(t)	KTT Sten-Olof Hansén, KTM Birgitta Sandberg		

#### Tiivistelmä

##### Tutkimuksen tarkoitus

Tutkimuksessa pyrittiin selvittämään, miten kuluttajat omaksuvat matkailupalveluiden ostamisen Internetin kautta. Tutkimusongelmaa pyrittiin selvittämään palveluinnovaatioiden omaksumiseen vaikuttavien attribuuttien ja yksilökohtaisten tekijöiden avulla.

##### Tutkimuskysymykset ja käytetty menetelmä

Teoreettisena viitekehysenä on tutkittu pääasiassa omaksumisprosessia ja siihen vaikuttavia yksilökohtaisia ja innovaation omaksumiseen vaikuttavia tekijöitä, kuten suhteellista etua, yhteneväisyyttä, riskiä monimutkaisuutta, kommunikoitavuutta sekä kokeiltavuutta. Empiirisessä osiossa teoreettista viitekehystä on testattu kvantitatiivisen strukturoidun kyselytutkimuksen avulla.

##### Tutkimustulokset ja johtopäätökset

Merkittävimmät omaksumiseen vaikuttavat tekijät olivat kuluttajien mielestä matkailupalveluiden verkkokaupan luotettavuus, ostettavan matkan hinta ja palvelun helppokäyttöisyys. Innovaation omaksumiseen vaikuttavat positiivisesti sen tuoma suhteellinen etu, kokeiltavuus sekä kommunikoitavuus. Innovaation monimutkaisuus sekä havaittu riski puolestaan vaikuttavat negatiivisesti. Kuluttajien kykyä omaksua matkailupalveluiden verkkokauppa voitaneen nopeuttaa parantamalla luotettavuuteen liittyviä asioita, tarjoamalla selkeää suhteellista etua esimerkiksi edullisemman hinnan muodossa ja pyrkimällä tekemään ostoprosessista mahdollisimman sujuva ja helppokäyttöinen.

Asiasanat	Kuluttajakäyttäytyminen, elektroninen kaupankäynti, matkailupalvelut, palveluinnovaatio, innovaation omaksuminen
Muita tietoja	Salassapitoaika