



<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Oppiaine	Kansainvälinen liiketoiminta	Päivämäärä	6.11.2006
Tekijä(t)	Heidi Hakala	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	118
Otsikko	Vedenkäsittelyalan asiantuntijayrityksen yrityskuva		
Ohjaaja(t)	KTT Birgitta Sandberg, KTM Eriikka Paavilainen		

#### Tiivistelmä

Tutkimuksen kohteena on vedenkäsittelyalan asiantuntijayritys HOH Separtec Oy, jonka toimialaan kuuluu vedenkäsittelylaitteiden ja -laitosten prosessien suunnittelu, maahantuonti, kokoonpano, myynti ja huolto. Tutkimus käsittelee yrityskuvan muodostuksessa kolmea tärkeää osa-aluetta, asiantuntijayrityksen identiteettiä, profiilia ja imagoa, ja siinä pyritään selvittämään, millainen on HOH Separtec Oy:n yrityskuva pääasiassa business-to-business -markkinoilla. Jotta pääongelma saadaan ratkaistua, käsitellään seuraavia osaongelmia: minkälainen on yrityksen oletettu, haluttu sekä todellinen yrityskuva? Identiteetillä tarkoitetaan tässä tutkimuksessa yrityksen oletettua yrityskuvaa, eli minkälaisena työntekijät näkevät oman yrityskuvansa. Profiili nähdään yrityksen haluttuna yrityskuvana, eli minkälaisena yritys haluaisi sidosryhmiensä näkevän heidän yrityskuvansa. Imagolla tarkoitetaan sidosryhmien muodostamia mielikuvia yrityksestä eli sen voidaan sanoa olevan yrityksen todellinen yrityskuva.

Tutkimusstrategiana tässä tutkimuksessa käytettiin case-tutkimusta ja tutkimusmenetelminä sekä kvalitatiivista että kvantitatiivista menetelmää. Oletetun ja halutun yrityskuvan tutkimisessa käytettiin kvalitatiivista menetelmää, jolloin aineisto kerättiin haastatteluiden avulla. Analyysimenetelmänä käytettiin teemoittelua ja analyysissä käytettiin haastatteluista saatujen vastausten tukena yrityksessä jaettavaa materiaalia. Todellisen yrityskuvan tutkimisessa käytettiin kvantitatiivista menetelmää, jolloin aineisto kerättiin kyselyllä ja analysoitiin SPSS (Statistical Package for Social Sciences) -ohjelman avulla.

Tuloksissa havaittiin muun muassa, että HOH Separtec Oy:n työntekijät pyrkivät olemaan rehellisiä ja avoimia, mutta avoimuudessa on vielä parantamisen varaa. HOH Separtec Oy ei ole kovin tunnettu kyselyyn vastaajien mielestä, mutta kilpailijoihinsa nähden sen tunnettuus vastaajien keskuudessa on hyvä. Sidosryhmien mielestä HOH Separtec Oy:n palvelu on asiantuntevaa. Mielikuvat yrityksestä ovat muutenkin hyvät, lukuun ottamatta yrityksen sisäistä ja ulkoista viestintää. Ne todettiin tutkimuksessa useaan otteeseen huonoksi. Yrityksen tulisi parantaa etenkin näkyvyyttä, jotta yrityskuva saadaan paremmaksi. Internetin kautta tapahtuvaan viestintään tulisi yrityksessä keskittyä jatkossa enemmän, sillä sitä kautta usein etsitään tietoa vedenkäsittelystä.

Asiasanat	yrityskuva, mielikuvat, identiteetti, profiili, imago, julkisuuskuva, asiantuntijuus
Muita tietoja	