

En marknadsundersökning av affärsresenärer på Åbo flygplats

- **Rekommendationer för en framtida tjänsteutveckling**

Hiltunen Tony-Michael

Examensarbete

Utbildningsprogrammet för turism

Åbo 2013



EXAMENSARBETE

Författare: Hiltunen, Tony-Michael

Utbildningsprogram och ort: Turism, Åbo

Inriktningalternativ/Fördjupning:

Handledare: Engberg, Maria

Titel: En marknadsundersökning av affärsresenärer på Åbo flygplats

-Rekommendationer för en framtida tjänsteutveckling

Datum: 10.5.2013

Sidantal: 55

Bilagor: 2

Abstrakt

Affärsresenärer utgör en stor del av turismindustrin. Till följd av eget intresse för flygbranschen och som en tidigare anställd på Åbo flygplats strävar jag genom detta examensarbete att genomföra en marknadsundersökning på kundgruppen affärsresenärer som en inledning till en tjänsteutvecklingsprocess på flygplatsen. Genom att undersöka vilka behov av tjänster på flygplatser som affärsresenärer har och ifall behoven möts skapas en grund för rekommendationer som skall hjälpa Åbo flygplats att bli en bättre anpassad flygplats för affärsresenärer. Undersökningen görs som en kvantitativ enkätstudie och de svar som erhålls i undersökningen stöder den teori som utgjort grunden för arbetet och undersökningen. Respondenterna i undersökningen ger konkreta förbättringsförslag för tjänster som sedan har beaktats i de rekommendationer som ges åt Finavia. Resultatet av arbetet visar att affärsresenärerna på Åbo flygplats är nöjda med flygplatsen men önskar se en förbättring av flygrutter och vissa tjänster och lösningar. På basis av min kunskap rekommenderar jag även att flygplatsen kan undersöka det växande kvinnliga affärsresenärssegmentet för att flygplatsen lättare skall möta dess framtida behov.

Språk: Svenska

Nyckelord: Affärsresor, affärsresenär, Finavia,
marknadsundersökning, tjänsteutveckling, flygplats

OPINNÄYTETYÖ

Tekijä: Hiltunen, Tony-Michael

Koulutusohjelma ja paikkakunta: Matkailu, Turku

Suuntautumisvaihtoehto/Syventävät opinnot:

Ohjaaja: Engberg, Maria

Nimike: Liikematkustajien markkinatutkimus Turun lentoasemalla
- Suosituksia tulevalle kehitykselle

Päivämäärä: 10.5.2013

Sivumäärä: 55

Liitteet: 2

Tiivistelmä:

Liikematkustajat ovat tärkeä asiakasryhmä matkailualalla. Tämän, henkilökohtaisen kiinnostukseni takia, ja myös Turun lentoaseman entisenä työntekijänä, pyrin opinnäytetyöni kautta tekemään markkinatutkimuksen liikematkustajista asiakasryhmänä, jatkuvan palvelukehityksen aloituksena. Kartoittamalla mitä tarpeita liikematkustajilla asiakasryhmänä on liittyen palveluihin lentoasemilla, ja jos näihin tarpeisiin vastataan Turun lentoasemalla, voidaan luoda pohja parannusehdotuksille. Ehdotukset auttavat Turun lentoasemaa mukauttamaan toimintansa liikematkustajille sopivammaksi. Tutkimus teetetään kvantitatiivisena tutkimuksena kyselylomaketta avuksi käyttäen. Vastaukset tukevat teoriaa, joka on toiminut opinnäytetyöni viitekehyksenä. Vastaajat antavat suoria kehittämisehdotuksia palveluista, ja nämä toimivat tukena niille suosituksille, joita annan Finavialle Turun lentoasemalla. Tulokset näyttävät, että liikematkustajat ovat tyytyväisiä lentoasemaan, mutta toivovat parannuksia lentoreittien, tiettyjen palveluiden ja ratkaisujen suhteen. Tietoni perusteella suosittelen myös, että lentoasema tutkii tulevaisuudessa kasvavaa liikematkustajien segmenttiä. Tällä segmentillä tarkoitan naispuolisia liikematkustajia, koska sitten tulevaisuudessa olisi helpompaa vastata tämän segmentin mahdollisiin tarpeisiin.

Kieli: Ruotsi

Avainsanat: Liikematkustus, liikematkustaja, Finavia, markkinatutkimus, palvelukehitys, lentoasema

BACHELOR'S THESIS

Author: Hiltunen, Tony-Michael

Degree Programme: Tourism, Turku

Specialization:

Supervisor: Engberg, Maria

Title: A market research of business travelers at Turku airport
- Recommendations for future service development

Date: 10.5.2013

Number of pages: 55

Appendices: 2

Summary:

Business travelers make up a big part of the tourism industry. Due to this fact, as well as with a personal interest for aviation and as a former employee at Turku airport, I strive through this thesis to conduct a market research of the customer segment business travelers as a base for an ongoing service development process at the airport. By investigating what need for services at airports the business travelers have, and by researching if that need is met at Turku airport, a base is created for the suggestions that will help Turku become a more suitable airport for business travelers. The study is conducted as a quantitative survey-study and the obtained answers support the theoretical data for the thesis and the survey. In the survey, respondents hand over direct suggestions for services that will affect the recommendations that will be given to Finavia. The result in this thesis shows that the business travelers are satisfied with the airport, but wish to see an improvement in direct flights, services and certain solutions. Based on my knowledge I also recommend the airport to research in the growing female business traveler segment in order to easily meet its future needs.

Language: Swedish

Key words: Business travel, business traveler, Finavia,
market research, service development, airport

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1	Inledning.....	1
1.1	Förklaring av terminologi	1
1.2	Syfte	3
2	Organisationen Finavia.....	3
3	Åbo flygplats	5
3.1	Terminalerna	5
3.2	Passagerare på Åbo flygplats	7
3.3	Utmärkelser.....	9
3.4	Utveckling av flygplatsen	9
4	Affärsresenären.....	10
4.1	Affärsresenärer och fritidsresenärer.....	11
4.2	Typer av affärsresenärer	12
4.3	Affärsresenären som konsument.....	14
4.4	Arbetsgivarnas riktlinjer för affärsresande	15
4.5	Teknik och affärsresande	16
4.6	Nackdelar med affärsresandet.....	16
5	Kort om tjänsteutveckling	17
5.1	Tjänstehelheter.....	17
5.2	Tjänsteutveckling.....	18
6	Metod.....	20
6.1	Kvantitativa och kvalitativa metoder	20
6.2	Utformning av enkäten	22
6.3	Pilottestning av enkäten	24
6.4	Genomförande av undersökning	25
7	Resultatredovisning	25
8	Analys.....	38
8.1	Affärsresenärer.....	38
8.2	Behov av service	39
8.3	Utbudet av tjänster	40
8.4	Utvecklingsförslag	41
8.5	Diskussion.....	42
9	Avslutning	43
	Källförteckning.....	44

Figurförteckning

Figur 1: Flygrutterna från Åbo flygplats under en vecka våren 2013	7
Figur 2: Passagerarmängder och deras utveckling på tre inhemska, regionala flygstationer. Figur baserad på statistik från Finavias årsrapporter. (Finavia 2013c)	8
Figur 3: Skillnaderna mellan fritids- och affärsresenären. (Davidson 1994, s. 4).....	11
Figur 4: Fördelning av typer av affärsresenärer. (Travelpulse 2011).....	14
Figur 5: Tjänstehelhetsmodellen exemplifierad i form av en flygplats. Figur baserad på Edvardsson (1996) , modifierad av skribenten.....	17
Figur 6: Framgångsrik integrering av tjänster. (Tax & Stuart 1997, s. 18).....	19
Figur 7: Respondenternas arbetsuppgifter	26
Figur 8: Figur över respondenternas årliga flygresor, grupperade enligt arbetsuppgift.	27
Figur 9: Respondenternas användning av elektroniska apparater under resorna	28
Figur 10: Respondenternas aktiviteter på flygplatser vid väntan på boarding.	29
Figur 11: Fördelning över hur mycket respondenterna spenderar på flygplatser.....	29
Figur 12: De produkter eller tjänster som respondenterna köper på flygplatser.	30
Figur 13: Fördelning av respondenternas åsikt till påstående ”krävande resenär”, grupperat enligt år som flygresenär i arbete.	31
Figur 14: Fördelning av respondenterna till åsikt för påstående, ”viktigt att slappna av före boarding”, grupperat enligt ålder.....	31
Figur 15: Fördelning av respondenternas åsikt till påstående ”affärsresandet är stressande”, grupperat enligt år som flygresenär i arbete.	32
Figur 16: Bland respondenterna de mest förekommande stressmomenten på flygplatser. .	33
Figur 17: Fördelning av respondenternas åsikt till påstående ”kundbetjäningen på Åbo flygplats är utmärkt”.....	33
Figur 18: Fördelning av respondenternas åsikt till påstående ”Åbo flygplats atmosfär är avslappnande”, grupperat enligt åsikter om att affärsresande är stressigt.	34
Figur 19: Fördelning av respondenternas åsikt till påstående ”tjänsterna på Åbo flygplats är tillräckliga”, grupperat enligt årliga flygresor.	35
Figur 20: Sätt på vilka Åbo flygplats möter respondenternas behov.	36
Figur 21: Sätt på vilka Åbo flygplats inte möter respondenternas behov.	37
Figur 22: Tjänster som respondenterna rekommenderar för utveckling och ibruktage.	37

Bilagor

Bilaga 1: Enkäten för undersökningen	(2sidor)
Bilaga 2: Planschen som hängdes upp i samband med undersökningen.....	(1 sida)

1 Inledning

Affärsresenärer är en kundgrupp som sällan uppmärksammas som turister men står ändå för en stor del av den globala intäkten av turismen. Företag som riktar sin verksamhet för affärsresenärer kan vänta sig en stabil inkomst till följd av affärsresandet (Swarbrooke & Horner 2001, s. 10-11). Därför kan det löna sig att utveckla företagets tjänster utifrån affärsresenärers behov. Problemet vid studier av affärsresenärer är att väldigt lite litteratur finns att tillgå och den befintliga statistiken som finns sällan är uppdaterad (Swarbrooke & Horner 2001, s. 10-11). Som tidigare anställd inom flygbranschen var det länge klart att jag, till följd av mitt brinnande intresse ville skriva mitt examensarbete för en intressent inom branschen. Efter att ha kontaktat flygplatschef Juha Aaltonen i maj 2012 blev jag hänvisad till att kontakta serviceförman Mia Lindell i ärendet. I en diskussion med Lindell kom vi överens om att arbetet skulle ge konkret nytta för flygplatsen. Under diskussionen blev det klart att affärsresenärer är den största kundgruppen på flygplatsen (Personlig kommunikation med flygplatschef, 26.11.2012) och därför fick affärsresenärer bli examensarbetets avgränsning och forskningsområde. En marknadsanalys utgör förutsättningen för en tjänsteutvecklingsprocess (Kinnunen 2003, s.38), och därför kommer detta examensarbete utföra en marknadsanalys och rekommendationer som en grund för en fortsatt tjänsteutveckling på flygplatsen.

1.1 Förklaring av terminologi

Eftersom luftfartsbranschen är internationell och i hög grad följer internationella standarder används många förkortningar och ord som kan vara svårförstådda för läsare som inte tidigare varit i kontakt med branschen. Vid samtal med två anställda på flygplatsen ges förklaringar för de termer som förekommer i detta arbete på följande sätt:

Airside: Kontrollerat, internationellt område efter säkerhets-, tull- och gränsbevakningskontroll som används som väntetrymme för flygresor. (Personlig kommunikation med Airpro-förman, 18.4.2013)

Boarding: Förflyttning av passagerare från terminal till flyg. Vid *boarding* kontrolleras passagerares dokument och rätt att resa en sista gång innan avresan. (Personlig kommunikation med Airpro-förman, 18.4.2013)

Check-in: Den disk där passagerare visar upp eller mottar sin biljett och lämnar in sitt bagage. *Check in* kan även göras online av passagerare, och den utskrivna biljetten kontrolleras då senast vid *Gaten* av personalen. (Personlig kommunikation med Airpro-förman, 18.4.2013)

Gate: Eller *port* där passagerare går ombord på flygplanet. Vid *gaten* görs *boarding*-proceduren innan avgång. *Gaten* befinner sig på *airside*. (Personlig kommunikation med Airpro-förman, 18.4.2013)

Ground-handling: Lastning och lossning av passagerare, bagage eller frakt på flygplatsen. Till *ground handling* kan även *de-icing* och tankning räknas. *Ground-handling* sker vanligen på *ramp*-området. (Personlig kommunikation med Airpro-loadmaster, 18.4.2013)

Landside: Det område som används innan säkerhetskontrollen på flygplatser. Vanligen sker *Check-in* på *Landside*. Detta är även området där följeslagare till passagerare vanligen är tillåtna att vista på. (Personlig kommunikation med Airpro-förman, 18.4.2013)

Lounge: Vänteutrymme för *boarding*. Termen förekommer på flygplatser exempelvis för en *Business-lounge*, ett skilt utrymme där en affärsresenär kan arbeta eller koppla av ostört. Tillgång till en *Business-lounge* förutsätter vanligen ett medlemskap i ett lojalitetsprogram i ett flygbolag. (Personlig kommunikation med Airpro-förman, 18.4.2013)

Ramp: Område runt terminaler där flygplan lastas och lossas. Även känt som *platta* på svenska. Med termen *ramp* kan även avses de marktjänster som ges åt flygplan (*ground-handling*). (Personlig kommunikation med Airpro-loadmaster, 18.4.2013)

1.2 Syfte

Syftet med detta examensarbete är som tidigare nämndes att genomföra en marknadsundersökning på affärsresenärer som en inledning till en tjänsteutvecklingsprocess på Åbo flygplats. Genom att undersöka kundgruppen affärsresenärer på flygplatsen, deras behov av tjänster och de tjänster de rekommenderar att utvecklas, presenterar jag genom detta arbete rekommendationer för hur flygplatsen kan bli bättre anpassad enligt deras behov. I en diskussion med flygplatschef Juha Aaltonen framgår det att ungefär 70 % av resenärerna på flygplatsen är affärsresenärer. (Personlig kommunikation med flygplatschefen, 26.11.2012). Till följd av minskat passagerarflöde genom flygplatsen finns det ett behov att finna nya inkomstkällor utöver intäkter från flygresorna. Affärsresenärers typ av resor gör segmentet till en stabil inkomstkälla för transportsektorn inom turismen tack vare en jämn spridning av tidpunkter för affärsresor (Davidson 2000, s. 115-117) vilket gör segmentet attraktivt som kundgrupp.

För att uppnå syftet med arbetet kommer examensarbetets intressent Finavia och dess organisationsstruktur, Åbo flygplats, affärsresenärer och tjänsteutveckling kortfattat att behandlas. Arbetet utgår från ett fokus på affärsresenärer och därför behandlar den teoretiska referensramen information om affärsresenärer som sedan står som grund för en undersökning som görs på flygplatsens affärsresenärer. Resultatet av undersökningen sammanställs och utgör senare grunden för de rekommendationer som jag genom detta arbete ger åt Finavia.

2 Organisationen Finavia

Finavia är en finsk koncern som står för upprätthållandet av luftfarten och flygplatserna i Finland. Koncernen med dess dotterbolag bedriver verksamhet på totalt 25 flygplatser med över 3000 anställda på olika orter. Verksamheten grundar sig på värderingar som: säkerhet, kundcentrerat tänkande och lönsamhet. Finlands geografiska läge mellan Asien och Europa gör Finland till en ypperlig knutpunkt för flygförbindelser mellan kontinenterna. Detta har påverkat Finavias strategi som idag är att utveckla Helsingfors flygplats i rollen som den ledande nordeuropeiska flygplatsen för rutter till Asien.

Genom ett ökat resande via Helsingfors flygplats till Asien och resten av världen finansierar Finavia driften av de andra inhemska flygplatserna (Finavia 2012a). Finavia strävar genom sin verksamhet till att vara det ledande företaget i bemötandet av flygbolagens och passagerarnas behov med rätt typ av tjänster och förstklassiga upplevelser. Genom placering av rätt tjänster på rätt plats på flygplatserna skapar koncernen ett flöde av tjänster som underlättar resan och bidrar till att göra genomresan till en upplevelse. Genom kundcentrerad planering strävar Finavia till att öka lönsamheten och förbättra utbudet av tjänster (Finavia 2012b).

Finavia bedriver följande verksamhet på flygplatser runtom Finland: lokal administration, säkerhetstjänster, merkantila tjänster (butiker), kundbetjäning, regional och lokal flygledning, underhåll, räddningsväsende samt förvaltning och uthyrning av utrymmen. Företaget erbjuder även franchising-tjänster åt entreprenörer i form av kedjan Hello-Café vars huvudsakliga uppgift är att bedriva Caféverksamhet på Finavias flygplatser (Finavia 2012c).

Företagets omsättning för år 2012 var 359,2 miljoner euro (Finavia 2012) och samma år använde över 19 miljoner passagerare Finlands flygplatser, varav 28 % representerar den inhemska flygtrafiken och 72 % utrikestrafiken. Den största inhemska tillväxten i passagerarantal förekom på flygplatserna i Åbo, Vasa, Uleåborg och Joensuu (Finavia 2012c).

Koncernen Finavia omfattar förutom sin egen verksamhet, dotterbolagen LAK (Lentoasemakiinteistöt), *ground handling*-företaget Airpro Oy samt Avia College vars huvudsakliga uppgift är att utbilda personal inom luftfart. Uthyrningsverksamhet av koncernens utrymmen är uppdelad för att uppnå en tydlig ansvarsfördelning (Personlig kommunikation med flygplatschefen 26.11.2012). LAK:s verksamhet utgörs av uthyrning och underhåll av utrymmen i anknytning till flygplatsen, bland annat Åbo flygplats båda frakterminaler och kontorshusen på Flygarvägen intill Helsingfors flygplats, medan uthyrning av utrymmen på flygplatserna och deras terminaler sköts av Finavia (LAK 2013). Dotterbolaget Airpro är ett av Finlands största *ground handling*-företag med över 1000 anställda runtom i landet. Till företagets uppgifter hör stödverksamhetsrelaterade tjänster såsom markservice av flygplan, säkerhetstjänster och kundbetjäning (Airpro 2013). Flygplatserna runtom i landet bygger på en nätverksmodell. Nätverksmodellen innebär att flygplatser delas in i regioner som fungerar under en regional administration. I Finland finns fyra regionala administrationer som leds av en administrationsledare som rapporterar

direkt till Finavias ledning. Detta möjliggör att enskilda flygplatsers behov lyfts upp till en högre förvaltningsnivå så att alla flygplatser har jämlika förutsättningar att utvecklas. På så sätt garanteras att strategierna och prissättningen av tjänster blir enhetliga på alla flygplatser (Personlig kommunikation med flygplatschefen, 26.11.2012).

3 Åbo flygplats

Åbo har en lång tradition som flygplatsort och har haft flygtrafik till staden sedan tidigt 1900-tal. Finlands första flygplats öppnades i Åbo, i stadsdelen Artukais, år 1935. Den nuvarande flygplatsen, som öppnade år 1955 (Hakola 2007, s. 240) fungerar idag enligt flygplatskonceptet för affärsresor. Riktlinjerna för flygplatskonceptet för affärsresor innebär att flera flygplan skall kunna hanteras samtidigt. Verksamheten på dessa flygplatser är baserad på multikompetens och verksamhetens huvudsyfte är att styra passagerare till Helsingfors flygplats och vissa utrikesdestinationer (Finavia 2010, s. 18).

Finavia på Åbo flygplats sysselsätter idag totalt 52 personer på heltid varav 32 sköter administrativa och kundrelaterade uppgifter och 20 sköter tekniska uppgifter, såsom underhåll och flygledningstjänster. Tjänster på flygplatsen som *check-in*, *groundhandling*, tankning är utlokaliserade bland annat till dotterbolaget Airprooch under leverantören Swissport samt transportbolagen DHL och TNT. Utöver de ovannämnda företagen fungerar även andra organisationer och företag i närheten av flygplatsområdet. Dessa är bland andra flygklubbar, en förening för fallskärmshoppare, skolningsverksamhet, Turku energia, kommunal räddningstjänst, jordentreprenad, flygvapnet, gränsbevakningsväsendet, tullen och läkarhelikopterorganisationen FinHems (Personlig kommunikation med flygplatschefen 26.11.2012).

3.1 Terminalerna

Den reguljära flygtrafiken på Åbo flygplats bedrivs idag från två terminaler. Terminal 2 är den ursprungliga terminalen som togs i bruk vid starten år 1955. Terminalen kom dock att användas till andra ändamål när den nya Terminal 1 invigdes år 1978. Den ekonomiska recessionen under början av 1990-talet möjliggjorde en utbyggnad av Terminal 1 till dess nuvarande storlek (Personlig kommunikation med flygplatschefen 26.11.2012).

Terminal 2 öppnades på nytt för passagerarbruk år 2008 som en terminal avsedd för lågprisflygbolag (Finavia 2007) enligt det koncept som man fem år tidigare tillämpat på Tammerfors-Birkala flygplats (Finavia 2003a). På flygplatsens terminal 1 (som är intressant för detta examensarbete) erbjuder företaget idag följande tjänster för dess kunder:

På den första våningen (*Landside*) erbjuds:

Tullens kontor/kontroll

4 betjäningsskåp för biluthyrningsföretag

En kundtelefon till taxicentralen

En informationsskärm för lokaltrafikens tidtabeller

Två läskedrycks- och mellanmålsautomater

På andra våningen (*Landside*) erbjuds följande tjänster:

En kundinformationsdisk, öppen klockan 05:00-23:00

6 incheckningsdiskar

Hello café-lunchrestaurang, öppen klockan 09:00-17:00

Ett Sega-bilspel

En betjäningsskåp för Finavias parkering som bedrivs utanför terminalerna

Två incheckningsautomater

På andra våningen efter säkerhetskontrollen (*Airside*) erbjuds också följande tjänster:

En Hello-Café Airside-kiosk, öppet under avgångar från terminalen

En Finnair tax-free shop

En Ålandsbanken soffhörna

En massagestol med utsikt över plattan

Ett rökrum för rökare

Under morgonavgångar koncentreras passagerare vanligen till området efter säkerhetskontrollen, medan passagerare under senare avgångar väntar i lunchrestaurangen Hello Café på *boarding*. Detta kan förklaras med att följeslagare som inte reser kan på så sätt, i kaféet umgås med resenärer innan avgång (Personlig kommunikation med flygplatschefen 26.11.2012).

Passagerarantalet på Åbo flygplats har med undantag av året 2008-2009 visat tillväxt under de senaste tio åren. En stor del av tillväxten kan förklaras med öppnandet av nya rutter av lågprisflygbolag och en generell tillväxt av passagerare inom flygbranschen. Vardagar sker totalt mellan 10 och 15 avgångar från flygplatsens två terminaler. Tack vare flexibiliteten genom personalens multikompetens kan flygplatsen snabbt anpassa sig till förändringar vilket tydligt kan ses i ett snabbt återhämtande efter den ekonomiska recessionen åren 2008-2009. (se figur 2) (Personlig kommunikation med flygplatschefen 26.11.2012).

3.2 Passagerare på Åbo flygplats

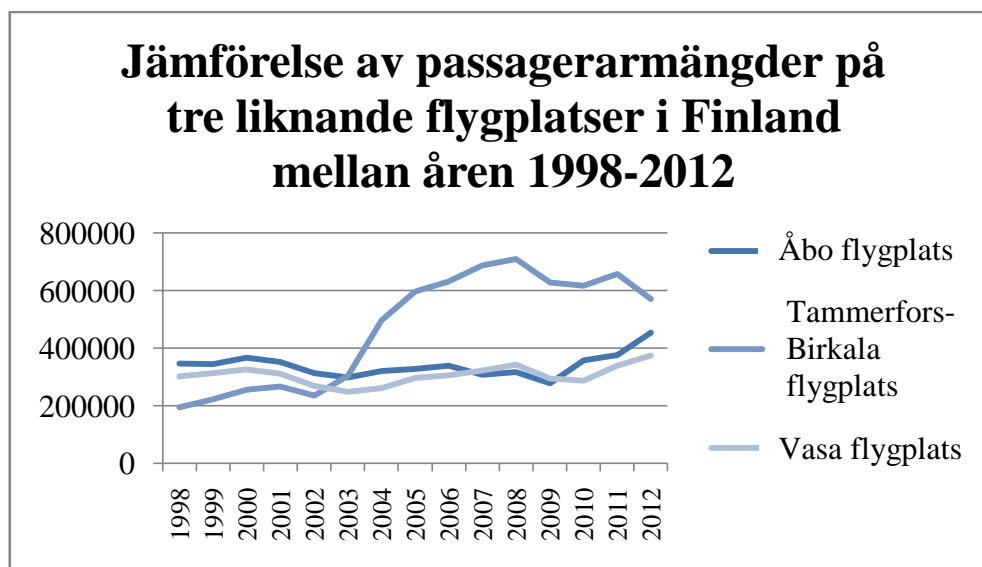
Dagligen sker ett tiotal passageraravgångar från terminal 1 (Figur 1) trafikerade av flygbolagen Finnair, Scandinavian Airlines System (SAS), Air Baltic och NextJet. De inrikesdestinationer som erbjuds från terminal 1 är bland annat: Helsingfors-Vanda (HEL), Mariehamn (MHQ) samt vintertid Kittilä (KIT). De utrikesdestinationer som erbjuds från terminal 1 är: Stockholm-Arlanda (ARN), Köpenhamn-Kastrup (CPH), Riga (RIX) samt varierande destinationer för charterflyg. Från terminal 2 trafikerar flygbolaget Wizzair till Gdansk (GDN) tre gånger i veckan, och i juni 2013 väntas flygbolaget återuppta flygrutten till Budapest (BUD) (Personlig kommunikation med Airpro-förman 29.01.2013).

TID	MA	TI	ONS	TO	FRE	LO	SO
06:20	TKU-HEL	TKU-HEL	TKU-HEL	TKU-HEL	TKU-HEL	TKU-HEL	TKU-HEL
06:25	TKU-ARN	TKU-ARN	TKU-ARN	TKU-ARN	TKU-ARN		
06:40	TKU-CPH	TKU-CPH	TKU-CPH	TKU-CPH	TKU-CPH	TKU-CPH	
07:30	TKU-RIX	TKU-RIX	TKU-RIX	TKU-RIX	TKU-RIX	TKU-RIX	TKU-RIX
08:25	ARN-TKU	ARN-TKU	ARN-TKU	ARN-TKU			
08:50	TKU-ARN	TKU-ARN	TKU-ARN	TKU-ARN	TKU-ARN		
10:55	HEL-TKU	HEL-TKU	HEL-TKU	HEL-TKU	HEL-TKU		
11:15	TKU-HEL	TKU-HEL	TKU-HEL	TKU-HEL	TKU-HEL		
11:30	MHQ-TKU	MHQ-TKU	MHQ-TKU	MHQ-TKU	MHQ-TKU		
11:40						TKU-KIT	
12:40	CPH-TKU	CPH-TKU	CPH-TKU	CPH-TKU	CPH-TKU		CPH-TKU
13:15	TKU-CPH	TKU-CPH	TKU-CPH	TKU-CPH	TKU-CPH		TKU-CPH
13:45						TKU-ARN	
14:25						HEL-TKU	
14:35	HEL-TKU	HEL-TKU	HEL-TKU	HEL-TKU	HEL-TKU		
14:35							HEL-TKU
14:45						TKU-HEL	
14:55	TKU-HEL	TKU-HEL	TKU-HEL	TKU-HEL	TKU-HEL		TKU-HEL
15:45					ARN-TKU	KIT-TKU	
16:00	TKU-MHQ	TKU-MHQ	TKU-MHQ	TKU-MHQ	TKU-MHQ		
16:15	TKU-ARN	TKU-ARN	TKU-ARN	TKU-ARN	TKU-ARN		TKU-ARN
16:50	HEL-TKU	HEL-TKU	HEL-TKU	HEL-TKU	HEL-TKU		HEL-TKU
17:10	TKU-HEL	TKU-HEL	TKU-HEL	TKU-HEL	TKU-HEL		TKU-HEL
17:15	GDN-TKU			GDN-TKU	GDN-TKU		GDN-TKU
17:35						HEL-TKU	
17:45	TKU-GDN			TKU-GDN	TKU-GDN		TKU-GDN
20:50	ARN-TKU	ARN-TKU	ARN-TKU	ARN-TKU	ARN-TKU		
21:15	TKU-ARN	TKU-ARN	TKU-ARN	TKU-ARN	TKU-ARN		
21:25							HEL-TKU
21:40	HEL-TKU	HEL-TKU	HEL-TKU	HEL-TKU	HEL-TKU		
21:45							TKU-HEL
22:00	TKU-HEL	TKU-HEL	TKU-HEL	TKU-HEL	TKU-HEL		
23:40	RIX-TKU	RIX-TKU	RIX-TKU	RIX-TKU	RIX-TKU	RIX-TKU	RIX-TKU
00:15	HEL-TKU	HEL-TKU	HEL-TKU	HEL-TKU	HEL-TKU		TKU-HEL
00:40	ARN-TKU	ARN-TKU	ARN-TKU	ARN-TKU	ARN-TKU		ARN-TKU
01:10	CPH-TKU	CPH-TKU	CPH-TKU	CPH-TKU	CPH-TKU		CPH-TKU
AVGANG	ANKOMST						

Figur 1: Flygrutterna från Åbo flygplats under en vecka våren 2013

Finavia räknar med att cirka en halv miljon potentiella kunder bor inom det ekonomiska området Åbo (Hakola 2007, s. 240). Åbo stads sydvästra läge och korta avstånd till flera större nordiska städer har bidragit till att Åbo flygplats lekfullt kallas ”porten till väst”. De goda flygförbindelserna och industrin i regionen har bidragit till att många affärsresenärer använder Åbo flygplats för sina resor, och därför representeras kundgruppen starkt på flygplatsen (Personlig kommunikation med flygplatschefen 26.11.2012).

Passagerarantalet på Åbo flygplats har ökat stadigt sedan 2008 års ekonomiska recession. År 2011 använde 378000 passagerare flygplatsen medan motsvarande antal år 2008 var 318 000 passagerare (Finavia2013c). Detta innebär en ökning på 18 % av antalet årliga resenärer på tre år (Finavia 2013c). År 2012 visade ett gott resultat i passagerarmängder men dessa förutspås minska för året 2013 till följd av nedskärningar i flygrutter och färre flygresor (Personlig kommunikation med flygplatschefen 26.11.2012).



Figur 2: Passagerarmängder och deras utveckling på tre inhemska, regionala flygstationer. Figur baserad på statistik från Finavias årsrapporter (Finavia 2013c)

Figur 2 åskådliggör hur passagerarantalet har varierat mellan åren 1998-2011 på Åbo flygplats. För att ge perspektiv på variationen av passagerarflödet jämförs statistiken med två finska flygplatser med liknande förutsättningar. Den mest tydliga förändringen i passagerarantalerna på flygplatserna skedde åren 2001 - 2003 på grund av osäkerheten inom flygbranschen till följd av terrorattackerna mot World Trade Center i New York, USA 11.09.2001 (Hakola 2007, s. 184). Efter recessionen växte antalet passagerare på alla tre flygplatser förutom Tammerfors-Birkala som drabbades av nedskärningar i lågprisflygbolagens rutter (Jalonen 2013). År 2012 öppnade lågprisflygbolaget Ryanair fem nya rutter från Åbo vilket kan ses i passagerarstatistiken för år 2012.

Hösten 2012 meddelade Ryanair att flygbolaget avslutar trafikeringen av rutterna från Åbo, vilket kommer att minska passagerarmängden på flygplatsen för året 2013 (Personlig kommunikation med flygplatschefen 26.11.2012).

3.3 Utmärkelser

År 2003 nominerades Åbo till *Årets finska flygplats* i Finavias nationella mätning bland dess flygplatser. Årliga mätningar har gjorts sedan 1990 av Finnair, men året 2002 var första gången mätningen gjordes av dåvarande Luftfartsverket. Mätningen beaktade bland annat flygplatsens atmosfär, skyltningen på flygplatsen, kundbetjäningen på flygplatsen, passagerarflödet genom säkerhetskontrollerna, punktligheten och personalens inställning till arbetet samt flygplatsens lönsamhet (Finavia 2003b). År 2011 nominerades flygplatsen igen till *Årets finska flygplats*. Förutom de faktorer som bidrog till nomineringen år 2003 hade flygplatsen året 2010-2011 förbättrat sig gällande bemötande av flygbolagens och passagerares behov (Finavia 2011a). Genom erkännanden för väl gjort arbete får personalen på flygplatsen ett gemensamt mål att sträva till, vilket påverkar atmosfären positivt på arbetsplatsen och medför indirekt till en bättre kundbetjäning (Personlig kommunikation med flygplatschefen 26.11.2012).

Utveckling av tjänster, avgångarnas punktlighet och trivsel på flygplatserna ökar lönsamheten genom ett ökande passagerarantal (Personlig kommunikation med flygplatschefen 26.11.2012). Utveckling är även en naturlig del av koncernens verksamhet och exempel på detta behandlas i följande stycke.

3.4 Utveckling av flygplatsen

Åbo flygplats strävar till att utveckla utbudet av service och tjänster i enlighet med Finavias utvecklingsstrategier. Vid utvecklingen av nya tjänster utgår flygplatsen från att tjänster säkerhetstestas för att garantera att de kan införas i en säkerhetsreglerad miljö vilket bidrar till att atmosfären blir så lugn och trygg som möjligt för passageraren (Personlig kommunikation med flygplatschefen 26.11.2012).

Finavia inledde år 2010 projektet *For smooth traveling* som strävar till att öka trivseln och minska stress på flygplatserna. Projektet som väntas slutföras år 2014 strävar främst till att utveckla miljön kring säkerhetskontrollerna så att de effektiveras genom tydliga

instruktioner och vänligt bemötande för en mer harmonisk atmosfär (Finavia 2011b; Finavia 2013b). *For smooth traveling* är ett exempel på projekt som utvecklar en helhet av flygplatsernas olika delområden. På Åbo flygplats utvecklades miljön kring säkerhetskontrollen hösten 2012 i enlighet med projektet (Personlig kommunikation med flygplatschefen 26.11.2012) vilket är ett bra exempel på hur Finavias strategier tillämpas inom flygplatsnätverket i Finland.

Flera av de utvecklingsprojekt som har gjorts under de fem senaste åren på flygplatsen har berört passagerarnas trivsel och flygplatsens tillväxtpotentialer. De områden som genomgått utveckling är bland annat ibruktageandet av terminal 2, utvecklingen av parkeringsplatserna intill terminalerna, infarten till flygplatsen, belysningen på flygplatsen och landningsbanorna, *plattan* utanför terminal 2, samt nytt för år 2013: en radarstation för flygledning, vilket möjliggör en säker koordinering av flygplan i närområdet (Personlig kommunikation med flygplatschefen 26.11.2012). Flygplatschef Aaltonens (2012) vision för Åbo flygplats om fem år inkluderar en förlängd landningsbana, ökad hantering av flygfrakt och ett ökat passagerarantal till följd av större flygplan. Dessutom önskas projektet Logicity, som ämnar utveckla närområdet av flygplatsen till en viktig knutpunkt i Finland för frakt, vara färdigställt (Personlig kommunikation med flygplatschefen 26.11.2012). Eftersom detta examensarbets syfte är att i det långa loppet anpassa flygplatsen och dess tjänster bättre för kundgruppen affärsresenärer behandlas segmentet i följande kapitel.

4 Affärsresenären

Affärsresande omfattar *all form* av arbetsrelaterat resande medan *affärsresenären* är vanligen företagare eller en nyckelperson inom *företagens verksamhet eller försäljning*. Affärsresenärens syfte med resan är oftast att knyta nya avtal, sälja en produkt eller tjänst, skapa nya kundkontakter eller utbilda personal. Affärsresandet kan på så sätt också ses som allt resande vars syfte är att upprätthålla eller bedriva ett företags verksamhet. Affärsresenärer kan ibland vara svåra att urskilja, eftersom dessa ofta använder sig av flera än en turismtjänst under sina resor (Verhelä 2000, s.9-12).

4.1 Affärsresenärer och fritidsresenärer

Alla resenärer har samma behov av turismens bastjänster (övernattning, mat och transport) (Verhelä 2000, s.10-14). De centrala skillnaderna mellan en affärsresenär och en fritidsresenär är:

Vem som bokar resan

Vem som betalar resan

Tidpunkt för bokning av resan

Tidpunkt för resa

Biljettpriser

Typiska destinationer för affärsresenärer. (Kamfjord 1999, s. 60)

I figur 3 är de mest vanliga skillnaderna mellan en fritidsresenär och en affärsresenär listade. Där emellan kan det konstateras att en nöjesresenär vanligen reser semestertid till en valfri destination och betalar för sin resa själv. Affärsresenärer reser vanligen på vardagar, morgon och kväll. Affärsresenärens resor betalas (med undantag av egenföretagare) av arbetsgivaren och syftet med resan dikterar destinationen, som vanligen koncentreras till industristäder (Swarbrooke & Horner 2003, s. 8-10).

	Fritidsresenären	Affärsresenären	Men...
Vem betalar?	Turisten	Resenärens arbetsgivare eller - organisation	Egenföretagare betalar själva för resorna
Vem väljer destinationen?	Turisten	Konferens-, rese- eller mötesarrangören	Arrangörerna beaktar ofta deltagarnas önskemål
När sker resan?	Klassiska semesteperioder och -helger	Året runt, måndag till fredag	I Juli och Augusti undviks större tillfällen
Tiden mellan bokning och avresa	Semestrar: några månader, Weekends: några dagar	Vissa affärsresor måste göras på väldigt kort notis	Stora konferenser bokas åratals på förhand
Vem reser?	Vem som helst med fritid och pengar	Företag, organisationer eller dens arbete som kräver resor	Alla affärsresor innebär inte chefer på representationsresor
Vilka destinationer besöks?	Alla typer; städer, kuster, berg och landsbygder	Huvudsakligen städer i industrialiserade länder	Incentive-destinationer är vanligen turistdestinationer

Figur 3: Skillnaderna mellan fritids- och affärsresenären (Davidson 1994, s. 4)

Affärsresenären föredrar flyg vid resor eftersom detta anses spara tid. Detta har medfört att flygresorna utgör den största utgiften för affärsresenären eller arbetsgivaren under resorna (Verhelä 2000, s.10-14). Global Business Travel Association (GBTA) meddelade i ett pressmeddelande i juli 2012 att under år 2011 användes globalt 1050 miljarder USD på affärsresande (GBTA 2012).

Andelen av de industrialiserade länderna i totalutgifterna för år 2012 väntas minska till följd av den ekonomiska recessionen, medan de växande ekonomierna Brasilien, Ryssland och Kina förutspås växa så att totalutgifterna för år 2012 växer till 1070 miljarder USD (GBTA 2012).

Inkomster från affärsresandet fördelas i regel jämnt bland tjänsteleverantörer som lever på turism eftersom affärsresenärer flitigt använder flyg, taxi, hotell, butiker och restauranger under sina resor. En fördel med affärsresenärer som kundgrupp är den relativt jämna spridningen av resetidpunkter. En annan är affärsresenärers inverkan på destinationsmiljön: eftersom de sällan kommer till en destination i syfte av att slappna av noteras affärsresenärer sällan i gatubilden, och på så sätt belastas inte destinationen i samma utsträckning som ut av fritidsresande (Davidson 2000, s. 5-7).

Enligt Juha Aaltonen (2012), chef på Åbo flygplats, kan inte några speciella typer av affärsresenärer urskiljas bland passagerare på flygplatsen. Han anser dock att vissa beteendemönster kan urskiljas eftersom affärsresenärer tycks vara målmedvetna i vad de gör och hur de rör sig på flygplatser.

4.2 Typer av affärsresenärer

Affärsresenärer är vanligen män inom företagsledning, industrin eller IT-branschen i åldern 30-49 vars inkomster är klart högre än medelinkomsten. Kvinnorna representerar endast 25 % av segmentet (Accor 2011), medan könsfördelningen inom nöjesresandet är klart jämnare med 54 % män och 46 % kvinnor (U.S.DepartmentOfTransportation 2003). Trender inom branschen tyder på att andelen kvinnliga affärsresenärer kommer växa i framtiden (Swarbrooke&Horner 2001, s 228). Affärsresenärerna kan delas i olika kategorier beroende på resans natur och längd samt resenärens ålder och erfarenhet av affärsresande. Enligt en studie, utförd av bolaget Concur för GBTA år 2011 (GBTA 2011; Travepulse 2011), kan fem olika karaktärer urskiljas bland resenärerna:

1. Veteranen – *Den erfarna:*

En tredjedel av affärsresenärerna räknas till denna kategori. Den över 35-årige veteranen reser i medeltal 12 resor om året med fyra nätter i snitt per resa. Erfarenheten av affärsresande har lett till att resenären inte har några problem med att boka resan själv eller med att hålla koll på utgifter och arrangemang. Resvanan medför att veteranen inte har problem med att resa med andra resenärer vid behov. *Veteranens* främsta mål är att inte låta resandet förhindra arbetet: därför är han både medveten och uppdaterad om den senaste kommunikationstekniken, vilket bevisas genom att 94 % av *veteraner* använder bärbara datorer och smart-telefoner.

2. Den trötta – *Den mest resande*

Dessa personer är de som reser mest av alla affärsresenärer. De gör i snitt 15 resor årligen och tillbringar tre nätter per resa. Vid en medelålder av 35 år är det viktigt för dem att känna sig trygga och hålla kontakt med familjen. *Den trötta* är ofta mer positivt inställd till att komma hem, än att åka på resa eftersom de under flera år redan har rest i arbetet, troligen till samma destination han är på väg till.

3. Den öppna och otåliga – *Den mindre erfarna:*

Denna grupp består av yngre affärsresenärer eftersom 89 % av gruppen är vanligen under 55-års ålder. *Den otåliga* gör i medeltal elva resor om året och övernattar i genomsnitt fyra nätter per resa. I regel är resenären ny inom affärsresandet, vilket märks som en osäkerhet på främmande destinationer i form av att han följer utsatta normer under sina resor.

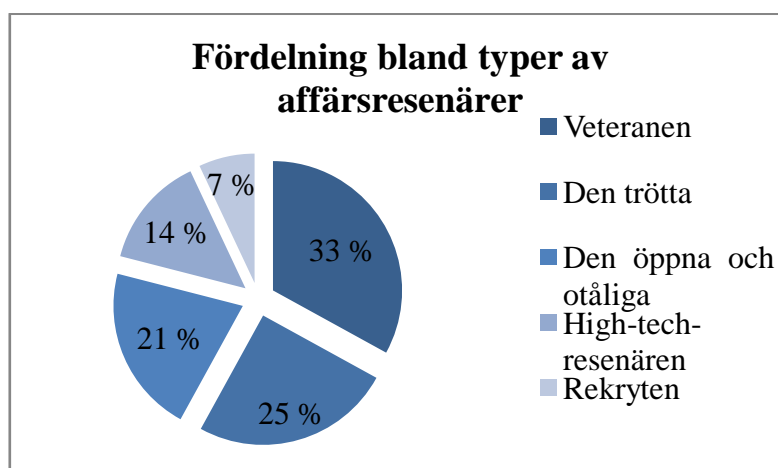
4. High-tech-resenären – *Den entusiastiska:*

Denna kategori gör i snitt 13 resor årligen med i medeltal fyra nätter per resa. Majoriteten av resenärerna är unga: 91 % är yngre än 54 år. Dessa personer gillar att resa i sitt arbete och söker ständigt efter ny teknik för att arbeta och hålla kontakt med familj och vänner. *High-tech-resenären* är uppväxt med teknologi och använder därför sig av nya tekniska lösningar, såsom pekplattor och social media. Denna kategori spenderar mest pengar på olika tjänster under sina resor.

5. Rekryten – Den minst erfarna:

Dessa personer är de yngsta av affärsresenärerna eftersom 98 % av personerna är yngre än 54 år. *Rekryten* gör i medeltal 14 resor årligen och övernattar sex nätter per resa. Denna grupp utforskar ideligen destinationen efter arbetstid och delar gärna med sig av sina erfarenheter åt vänner och kollegor genom social media under resorna. En typisk affärsresenär inom denna grupp gör ofta internationellt arbete eller arbetar inom IT-branschen.

Figur 4 illustrerar fördelningen av de olika typerna av affärsresenärer i studien. De två största förekommande typerna består av affärsresenärer är *Veteranen* och *Den trötta* och *den öppna och otåliga*. Fördelningen av kategorierna visar att *rekryterna* representerar 7 % av typerna och är således det minsta segmentet (Travelpulse 2011).



Figur 4: Fördelning av typer av affärsresenärer (Travelpulse 2011).

4.3 Affärsresenären som konsument

”Tid är pengar”

Affärsresenärers resor bokas vanligen med kort varsel på grund av att köpbeslutet görs kort innan resan. Vanligen föredrar affärsresenären tjänster som är snabba och smidiga och underlättar arbetet. En affärsresenär väljer ofta direktflyg till destinationen under en fördelaktig tidpunkt så att den effektiva arbetstiden på destinationen maximeras. Därför trafikerar flygbolag avsedda för affärsresenärer flera gånger dagligen mellan destinationerna. Under resorna föredrar affärsresenärer användandet av *Business class* på längre flygresor så att resenären skall kunna resa bekvämt och samtidigt kunna arbeta ostört under resan (Davidson 2000, s. 5).

Till följd av affärsresenärers behov, är tjänster avsedda för affärsresenärer dyrare än tjänster för fritidsresenärer (Davidson 2000, s. 115-117). I marknadsföringssammanhang är det allmänt känt att det är billigare att få en kund att återvända än att skaffa nya kunder (Ravald & Grönroos 1996, s. 19-20) och därför använder många tjänstebolag sig av lojalitetsprogram som marknadsföringskanal. Dessa program har blivit en stor del av affärsresenärens vardag eftersom de ofta underlättar resandet till följd av rabatter på tjänster och andra förmåner (Swarbrooke & Horner 2001, s. 147-148). Nya trender inom lojalitetsprogrammen, riktade för affärsresenärer är kreditkort kopplade till kundkortet. Vid betalning med kreditkort som är kopplat till lojalitetsprogram erhåller kunden förmåner eller resepoäng som ses som en stor förmån bland affärsresenärer (PRWEB 2012).

Ett exempel på förmåner som resenärer erhåller vid flygresor är flygbolaget Finnairs *pluspoäng*. Till förmånerna hör bland annat rabatter på tjänster av företaget eller dess samarbetspartners, särskilda väntetrymmen eller *Lounge*-områden på flygplatser, uppgradering av flygklass eller gratis flygresor (Finnair 2013a; Finnair 2013b). Tillämpande av lojalitetsprogram under affärsresor medför vanligen att resenären erhåller förmåner för resan trots att arbetsgivaren betalat för den. Talesmannen Tim Gibson (2012) för affärsresebolaget Alpha Flight Guru kommenterade resultatet i en undersökning gjord bland 1001 affärsresenärer att det inte förvånade honom att förmånerna anses viktiga för affärsresenärer vid val av olika lojalitetsprogram. Gibson påstod även att så mycket som 50 miljarder USD delas ut som förmåner av lojalitetsprogram årligen, och som tidigare nämnts inkorporeras lojalitetsprogram i kreditkort allt oftare:

“Research has shown that the use of credit cards has replaced flying as the top way to accrue frequent flyer miles. The airlines and hotels are currently giving away \$50 billion in reward points and miles each year”(PRWEB 2012)

4.4 Arbetsgivarnas riktlinjer för affärsresande

Eftersom affärsresenärens resor oftast betalas av arbetsgivaren, med undantag av entreprenörer och egenföretagare, har arbetsgivaren vanligen en skriven eller underförstådd resepolicy gällande val av flygplats eller hotell (Kamfjord 1999, s. 60-61) men understöder ändå tjänster som anses underlätta affärsresenärens arbete under resorna (BTN 2012, s.14).

Till följd av den ekonomiska recessionen strävar de flesta företag till inbesparingar och ses därför förmånerna som en förlust för företaget. Resultatet i en undersökning utförd av Business Travel News (BTN) (2012) visar att 59 % av företagen (köpar-respondenterna) prioriterar kostnadseffektivitet när 30 % av konsument-respondenterna prioriterar god service vid val av tjänsteleverantör för affärsresorna (BTN 2012, s.14).

4.5 Teknik och affärsresande

För att effektivt kunna arbeta under resorna använder affärsresenärer sig av programvara för telefoner och datorer: Enligt en årlig undersökning av resebyrå Carlson Wagonlit Travel (CWT) (2012) använder största delen av affärsresenärer mobiltjänster för att antingen boka flyg eller hållas underrättade om förändringar i flygtidtabeller. Den ökade möjligheten till internetuppkoppling via telefoner och datorer har även ökat behovet av arbetsro under resorna vilket ökar behovet tillgång *Business-lounge* eller *Business class*. (BTN 2012, s. 26-27)

Till följd av förbättringar inom tekniken har de flesta affärsresenärer idag möjlighet att delta i videomöten på resande fot. Totalt 47 % av de affärsresenärer som använder sig av dylika program ansåg i BTN:s undersökning år 2012 att videokonferenser ökade produktiviteten under resor och 45 % ansåg att detta möjliggjorde en bättre balans mellan arbete och fritid (BTN 2012, s. 28).

4.6 Nackdelar med affärsresandet

Affärsresenärens hälsa lider ofta av resandet. Resultaten i en undersökning gjord av CWT visar att reserelaterad stress hos affärsresenärer mest förekommer bland kvinnor, äldre anställda och personer som reser ofta (BTN 2012, s. 14). Dessutom kan långa tider från familjen påverka resenärens arbetseffektivitet och motivation under längre perioder av resande (Salonen 2010, s. 154-155). En affärsresenär tillbringar i regel fyra dagar på affärsresa med avgång på söndag kväll eller måndag morgon. Efter ankomst till destinationen påverkas resenären av tidsskillnader och sömnproblem vilket kan påverka det fysiska och psykiska välmåendet av en affärsresenär. (Salonen 2010, s. 131-132).

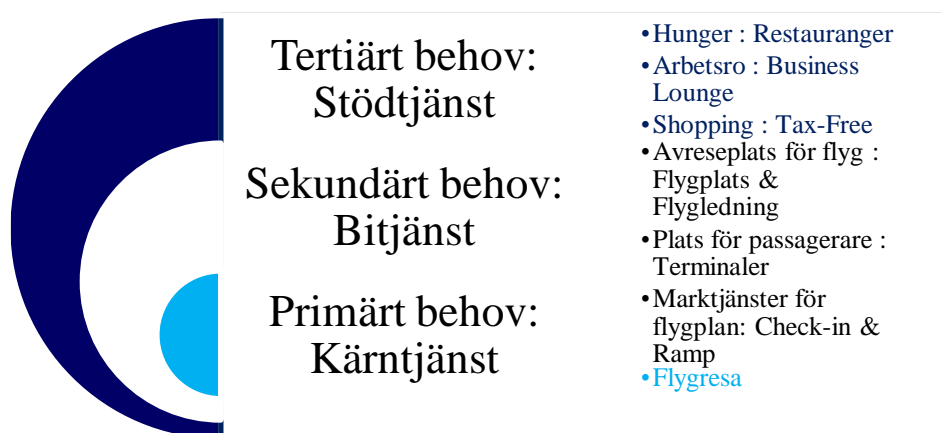
Till näst behandlas tjänsteutveckling som en separat del i detta arbete. Eftersom jag inte genom detta arbete strävar att utveckla tjänster behandlas området kortfattat för att bidra till en insikt.

5 Kort om tjänsteutveckling

Utvecklingen av nya tjänster i tjänsteföretag styrs eller kontrolleras sällan eftersom tjänster ofta utvecklas utifrån ett akut behov. Detta leder till att tjänster lätt får fel egenskaper och på så sätt kan sakna en funktion för kunden eller företaget (Kinnunen 2003, s. 29). Vid tjänsteutveckling krävs det en insikt i hur tjänster är uppbyggda och hur olika modeller kan tillämpas, därför behandlas dessa i följande kapitel.

5.1 Tjänstehelheter

Tjänster är ofta en del av större *tjänstehelheter*. Dessa helheter består vanligen av en kärntjänst som byggs upp av en eller flera stödtjänster. Primärtjänsten är lösningen på kundens primära konsumtionsbehov medan bi och stödtjänsterna är nödvändiga för att helheten skall fungera eller för att utnyttjandet av primärtjänsten skall ge en bättre upplevelse (Kinnunen 2003, s. 10-11).



Figur 5: Tjänstehelhetsmodellen exemplifierad i form av en flygplats. Figur baserad på Edvardsson (1996)

I figur 5 åskådliggörs hur tjänstehelheter kan vara uppbyggda på en flygplats. Kundens primära behov består av behovet av en flygresa och därför erbjuds kärntjänsten av flygbolagen. Flygplanen behöver ett ställe för att landa och passagerare behöver ett ställe

för avresa. Därför behövs terminaler och landningsbanor samt *ground handling* av flygplan som bitjänster. När förutsättningarna för flygresan är fyllda har kunden ofta behov av en garanti för att flygresorna är säkra: därför erbjuds säkerhetskontroller på flygplatser. När flygplatsmiljön är säker har de flesta passagerare ytterligare behov av att äta, jobba eller shoppa. Därför finns vanligen restauranger, *Business-lounge* eller shoppingmöjligheter som stödtjänster på flygplatser. På så sätt bildas en helhet av tjänster som passagerare ofta ser som en naturlig del av flygresan, eller tjänstehelheten (Kamfjord 1999, s.84-87).

5.2 Tjänsteutveckling

Tjänsteutveckling och produktutveckling bör inte blandas ihop. Vanligen tillämpas produktutveckling på en färdig produkt eller prototyp, vilket gör att utveckling av produkter är snabbare än utveckling av tjänster. Eftersom tjänster inte kan lagras är det svårt att prova en tjänst innan lansering. På grund av detta finns det modeller för tjänsteutveckling (Kinnunen 2003, s. 29-31). Vid införsel av en ny produkt kan det vara svårt att förutspå kostnader i samband med ibrukttagande och drift av tjänsten. Ibrukttagandet av en tjänst är också den mest kritiska fasen vid införsel av tjänster: ifall tjänster är dåligt planerade eller underdimensionerade är det lätt att kunden blir missnöjd och påverkar därmed andra kunders attityd till tjänsten genom ryktesspridning (Kinnunen 2003, s.29-30). Det finns flera tillgängliga tjänsteutvecklingsmodeller med olika synsätt på hur en tjänst bäst integreras. Enligt Kinnunen (2003) är en av de mest förekommande modellerna framtagen av forskarna Wilhelmsson & Edwardsson (1994). Denna modell beaktar de varierande förutsättningar för utveckling som olika tjänsteföretag har genom användandet av en modell, bestående av fyra delar. De fyra delarna som processen består av är:

1. *Idégenerering och idévärdering*

I det första delmomentet vid tjänsteutveckling utarbetas idéförslag fram och metoder genom vilka tjänsten kan integreras väljs. Vanligen görs i detta skede en s.k. tjänstekarta eller ”*service blueprint*” över alla processer relaterade till tjänsten.

2. *Projektbildning*

En projektgrupp sammansätts för planering av tjänsten. Tjänstens lönsamhet och kostnader analyseras.

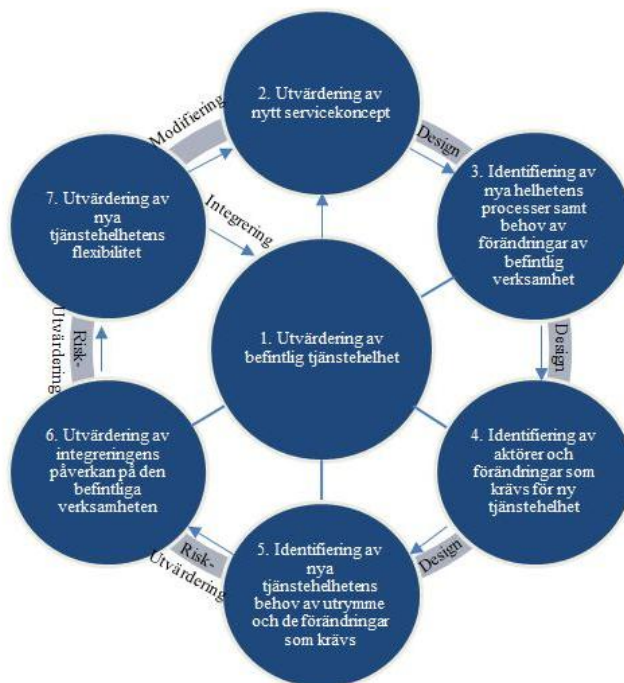
3. Utformning

Tjänstens lönsamhet och kostnader pilottestas med hjälp av en målgrupp som vanligen består av frivilliga kunder. Vid eventuella brister åtgärdas dessa och testas på nytt vid behov.

4. Implementering

Den testade tjänsten tas i bruk. Vanligen kräver tjänsten uppföljning och finjusteringar, men eftersom tjänsten redan har testats vet tjänsteutvecklaren att helheten är lönsam.

En bra modell över en tjänsteutvecklingsprocess bör lista upp kontaktpersoner, eventuella kundgrupper och samarbetspartners (Kinnunen 2003, s.37). För införsel av tjänster i existerande tjänstehelheter har forskarna Tax & Stuart tagit fram en modell i Figur 6 för framgångsrik integrering av nya tjänster i befintliga helheter.



Figur 6: Framgångsrik integrering av tjänster. (Tax & Stuart 1997, s. 18)

Momenten 2-5 i modellen behandlar de egenskaper och förändringar som tjänstens införsel förutsätter av den befintliga verksamheten. Momenten 6-7 beaktar de effekter som tjänsten skulle ha på den redan existerande verksamheten och vice versa. Wilhelmsson & Edwardssons (1994) modell för tjänsteutvecklingens fyra skeden har i denna modell inte tillämpats eftersom de ses som en naturlig del av processen (Tax & Stuart 1997, s.122-

127). Kinnunen (2003) anser med stöd av forskaren Ulrike de Brentani (1996) att tjänsteutvecklaren alltid bör sträva efter att tillämpa följande skeden i en tjänsteutvecklingsprocess:

- *En marknadsundersökning bör göras för kartläggning av kunders behov.*
- *En intern, formell process för idégenerering och evaluering bör skapas.*
- *Ett schema bör göras på ett ritbord för en lyckad identifiering av tjänstehelhetens alla delar och processer (Kallas även för Blueprint).*
- *Tjänsten bör pilottestas med hjälp av kunder och personal.*
- *En välplanerad och -dokumenterad lanseringsplan bör göras.*

Precis som Kinnunen (2003) nämner är marknadsundersökningen den första delen som genomförs vid tjänsteutveckling. Genom att göra en marknadsundersökning för flygplatsen kan jag genom detta arbete ge en överskådlig blick över affärsresenärer på flygplatsen och hur flygplatsen lättare kan möta kommande behov. I nästa kapitel övergår jag till metodbeskrivningen för varför jag valt den metod jag gjort, samt hur jag gått till väga vid utformning av undersökningen för detta arbete.

6 Metod

Jag har valt att genomföra undersökningen som en standardiserad, kartläggande enkätundersökning. Undersökningen begränsas till avgångar som är populära bland affärsresenärer. För att respondenterna skall ha tid att besvara enkäten har jag valt att utföra den på avgående resenärer. Frågorna i enkäten görs på engelska eftersom affärsresenärer i regel talar god engelska. Enkätsvaren kommer sedan att sammanställas och åskådliggöras till figurer i programmet IBM Statistics Viewer SPSS.

6.1 Kvantitativa och kvalitativa metoder

Kvantitativa studier används vanligen inom samhällsvetenskaper och vid undersökning av större målgrupper för att få statistiska svar. Kvantitativa studier görs vanligen i form av enkätundersökningar baserade på tidigare undersökningar eller teori. Enkäter som insamlingsmetod för data lämpar sig väl inom den kvantitativa forskningen eftersom de

möjliggör ett objektivt undersökningsperspektiv, vilket kan vara till nytta vid studier på ett bredare plan för att kunna generalisera attityder och fenomen. En av fördelarna med att använda enkäter inom kvantitativa undersökningar är att undersökningen och enkäterna går lätt att förbereda och dela ut till en stor mängd respondenter. Analysen underlättas genom att svaren kan numreras och därmed lätt kan införas i statistikprogram, med vilken forskaren sedan kan processera och tolka inhämtat data. En annan fördel med användningen av enkätundersökningar är att undersökningen kan upprepas ifall data feltolkats. Riskerna med en enkätundersökning som metod för kvantitativa undersökningar är att respondenten kan missförstå frågan ifall den är formulerad på ett främmande språk eller ifall respondenten har lässvårigheter (Eliasson 2010, s.28-30).

Med kvalitativa forskningar strävar forskaren ofta till att få resultatet i ord i stället för siffror och data som vanligen är fallet med kvantitativa metoder. Ofta används kvalitativa metoder för att urskilja enskilda individers åsikter, och tolka dessa på en djupgående, individuell nivå. Inom kvalitativa metoder används vanligen följande typer av undersökningar: observationer av målpersoner, intervjuer och insamling av texter. Det gemensamma för dessa metoder är att forskaren skall kunna tolka hur individen tänker genom att analysera de ordval som respondenten gör. Problemet med kvalitativa metoder är att intervjuer tar lång tid och kan påverkas av stress och andra yttre faktorer (Bryman & Bell 2003, s. 297-305).

För att uppnå det uppställda resultatet och få statistiskt tillförlitligt material i min undersökning bör undersökningen täcka en stor målgrupp. Därför anser jag att för denna undersökning lämpar sig bäst ett kvantitativt närmandesätt i form av en enkätundersökning. Genom en enkätundersökning (i jämförelse med intervjuer) utesluts stress och andra fenomen som kan påverka respondentens svar på grund av långa intervjuer (Eliasson 2010, s.28). Vid forskning bör alltid undersökningens *reliabilitet* och *validitet* beaktas. *Reliabilitet* innebär överensstämmelsen eller pålitligheten av ett arbete. När en forskare tar ställning till om en undersökning är *reliabel* bör följande faktorer beaktas: *stabilitet*: kan forskningen upprepas med samma resultat? *Intern reliabilitet*: Betyder svaren av frågor lika mycket för undersökningen? *Interbedömarreliabilitet*: Ifall det finns flera forskare - kan man vara säker på att de bedömt resultatet på samma sätt? (Bryman & Bell 2003, s. 94) Validitet (eller för detta arbete som kvantitativ undersökning viktig: *teoretisk validitet*) innebär att frågor i en undersökning har utformats för att ställa de rätta frågorna som är

intressanta för undersökningen. Alltså med andra ord: *svarar frågorna på rätt problem?* (Bryman & Bell 2003, s. 95)

6.2 Utformning av enkäten

Introduktionen till undersökningen förklarar för respondenterna undersökningens syfte, vem jag är och hur de kunde hjälpa till genom att svara på enkäten. Frågorna är uppbyggda på ett strukturerat sätt i tre olika delar. Den första delen av undersökningen berör respondenternas bakgrund, den andra fokuserar på vanor och åsikter och den sista delen fokuserar på Åbo flygplats och respondenternas rekommendationer på tjänster. Respondenten reflekterar igenom enkäten över sina resvanor, eget arbete och slutligen de behov de har under sina resor. För att minimera mängden obesvarade frågor i undersökningen är frågorna utformade så tydligt som möjligt och på ett sådant sätt att respondenter fyller i ett alternativ per fråga i den första delen av formuläret. Den andra delen använder sig av flervals och vinjettfrågor för att undersöka respondenternas åsikter och vanor som är viktiga vid tjänsteutveckling. I den tredje och sista delen används vinjettfrågor, en flervalsfråga samt en öppen fråga för att undersöka ifall affärsresenärernas behov möts och vilka rekommendationer som borde ges åt flygplatsen. Enkäten tar cirka fem minuter att besvara, eftersom det lönar sig att hålla en enkät både tydlig och kort (Bryman & Bell 2003, s. 165). Orsaken till detta är att respondenterna är stressade under affärsresan, och därför inte nödvändigtvis har tid eller lust att besvara ingående enkätintervjuer.

I den första delen av enkäten (se bilaga 1) ville jag undersöka respondenternas bakgrund. I frågorna 1 och 2 ber jag respondenterna fylla i kön och ålder eftersom jag ville undersöka ifall könsfördelningen och åldern bland respondenterna motsvarar informationen jag har hittat i teorin. I frågorna 3-4 ombeds respondenten fylla i sitt hemland och anställningsform. Detta på grund av att jag ville undersöka dels hur respondenterna fördelar sig i enlighet med påståendet att affärsresenärer är nyckelpersoner inom företags verksamhet (Verhelä 2000, s. 9-12) och dels ifall hemlandet påverkar svar som berör exempelvis tull och gränsfrågor som stressfaktorer på flygplatser. För att minska tolkningsfriheten av svaren vid analys av hur länge de varit affärsresenärer ombeds respondenterna i fråga 5 svara på hur många år de flugit i sitt arbete, vilket kan hjälpa mig

att identifiera vilka typer av affärsresenärer som förekommer på flygplatsen. Svartalternativen är fördelade i femårs-intervall.

I frågorna 6-9 frågar jag respondenterna hur ofta de flyger i sitt arbete, hur långa affärsresorna är, samt hur ofta de flugit från Åbo flygplats under 2012. Dessa frågor besvarar hur van affärsresenären är, vilken typ av affärsresor respondenterna gör och hur väl respondenten känner till Åbo flygplats. Mängden årliga affärsresor kan hjälpa till att bestämma vilken typ av affärsresenärrespondenten är. Dessutom vill veta om respondenternas resor motsvarar det årliga medeltalet på 12-15 vilket riktgivande kan bekräfta teorin (Travelpulse 2011). Eftersom affärsresenärer flitigt använder datorer och telefoner under sina resor för att hållas uppdaterade och boka resor (BTN 2012, s.26) bad jag respondenterna i fråga 10 att välja de elektroniska apparater de använder sig för att arbeta med och hållas uppdaterade under affärsresorna.

Frågorna 11-12 behandlar konsumtionsvanor på flygplatser som är intressant information vid utveckling av rekommendationer. I fråga 11 svarar respondenterna på hur mycket pengar de spenderar per flygavgång genom färdiga alternativ. Fråga 12 är formulerad så att respondenten kan välja bland de produkter han/hon vanligen spenderar pengar på under sin resa från flygplatser. För att ge respondenten en möjlighet att välja ett annat alternativ erbjuds alternativet ”other” (annat) som svarsalternativ. För att undersöka hur respondenterna ser på sitt affärsresande ombeds de i fråga 13 att välja det alternativ som motsvarar respondentens ställningstagande till sex olika påståenden. Med stöd av Bryman & Bell (2003) som anser att frågor som berör attityder gärna kan hållas korta är mina vinjettfrågorutformade korta så att undersökningens sturktur bibehålls och så att respondenterna inte skall slopa frågorna.

I den tredje och sista delen av enkäten undersöks respondenternas åsikter om flygplatsen och dess tjänsteutbud. Svaren är viktiga för att förstå hur och varför respondenten svarar på frågor som berör rekommendationer på nya tjänster, och ifall flygplatsen bemöter affärsresenärens behov. I fråga 14 ombeds respondenterna välja tre stressfaktorer från en lista. Utifrån dessa kan urskiljas hur flygplatsen kunde minska på affärsresenärens stress genom att motarbeta de förekommande stressfaktorerna. Fråga 15 är precis som fråga 13 formulerad som en sluten vinjettfråga, indelad i flera delfrågor. Dessa frågor utgör en form av utvärdering av Åbo flygplats atmosfär, tjänsteutbud efter säkerhetskontrollen,

kundbetjäning och personalens språkkunskaper. Respondenterna väljer det alternativ som motsvarar deras ställningstagande till påståendet.

För att precisera svaren i fråga 16 som egentligen berör forskningsfrågorna och forskningsproblemet har jag gjort upp en tudelad, öppen fråga var respondenterna skall lista upp tre sätt som Åbo flygplats möter deras behov som affärsresenärer och även lista upp tre sätt som flygplatsen inte möter deras behov. Frågorna 17-18 berör de tjänster som respondenterna skulle rekommendera att utvecklades och togs i bruk vid flygplatsen. En lista med färdiga alternativ höjer på svarsprocenten i frågan och därför lönar det sig att ge alternativ istället för använda en öppen fråga (Bryman & Bell 2003, s. 189). I fråga 18 ombeds respondenten ta ställning till ifall han/hon vore beredd att betala för tjänsten som nyss rekommenderades, eftersom större satsningar i tjänster förutsätter att det finns ett kundunderlag.

6.3 Pilottestning av enkäten

Innan en undersökning utförs bör det i mån om möjlighet testa enkäten i en pilotundersökning. På så sätt säkerställer sig forskaren om att frågorna fungerar med helheten. Speciellt viktigt blir pilottestning av enkäter för stora målgrupper eftersom det vanligen inte finns någon intervjuare som kan svara på oklarheter (Bryman & Bell 2003, s. 191). Under processen med formande av enkäten testades frågornas relevans och respondenternas tolkning av frågorna i en pilotundersökning under tre separata tillfällen, på tre olika respondenter. Responsen från frågorna bidrog till omformuleringar i vinjettfrågor och vissa svarsalternativ gällande tidpunkter. På samma gång kunde även tidsåtgången för svarandet av enkäten mätas för att bekräfta att enkäten hölls inom den planerade längden.

6.4 Genomförande av undersökning

Undersökningen genomfördes på morgonavgångarna 10 – 11 december 2012 bland avresande affärsresenärer före följande avgångar med typiska affärsresenärer (Personlig kommunikation med serviceförman 12.11.2012):

06:20 Åbo – Helsingfors/Vanda, Finnair/Flybe

06:25 Åbo - Stockholm/Arlanda, SAS/Golden Air

06:40 Åbo - Köpenhamn/Kastrup, SAS

07:30 Åbo – Riga, Air Baltic

08:50 Åbo - Stockholm/Arlanda, SAS/Golden Air

13:15 Åbo - Köpenhamn/Kastrup, SAS

Enkäterna delades ut åt respondenterna direkt efter säkerhetskontrollen, dels för att försäkra mig om att respondenterna var på utresa, men också på grund av att jag på så sätt kunde garantera undersökningens reliabilitet genom att försäkra mig om att alla respondenterna var affärsresenärer på resa. Genom en personlig närvaro under båda undersökningsdagarna möjliggjordes att respondenterna kunde fråga mig om hjälp vid oklarheter. Detta möjliggjorde att missförstånd kunde förebyggas och att respondenterna kunde få svarsinstruktioner vid behov. Dagen innan förbeddes en plansch (se bilaga 2) som hängdes upp på olika ställen på flygplatsen för att fånga affärsresenärernas uppmärksamhet. Totalt erhöles under undersökningsdagarna 147 besvarade enkäter som efteråt kodades till programmen SPSS och Microsoft Office Excel för ett åskådliggörande av undersökningens resultat. I följande kapitel redogörs detta resultat.

7 Resultatredovisning

Könsfördelningen i svaren av enkäten visar en fördelning på nästan 75 % män och 25 % kvinnor. Av respondenterna som svarade var representationen 110 män och 37 kvinnor vilket innebär att svarsprocenten i denna fråga var 100 %.

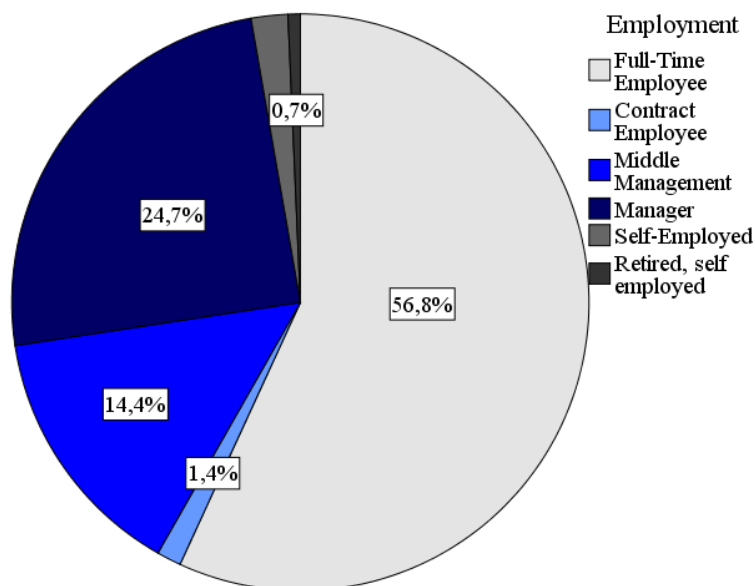
Den största gruppen av respondenter (55 personer) i denna undersökning visade sig vara i åldern 35-44 år (55 personer eller 37 %). Nästan lika många befann sig i åldern 45-54 år (51 personer eller 35 %). Respondenter i åldern 25-34 representerades av 29 respondenter

(19 %) och respondenter i åldern 55-64 representerades av 9 personer (6 %). I de andra åldersgrupperna var respondenter yngre än 25 år (1 person) samt respondenter äldre än 65 (2 personer) minst representerade i undersökningen. Svarsprocenten på denna fråga var 100 % vilket ger en överskådlig blick av åldersfördelningen av respondenterna.

En tydlig majoritet, 131 personer (89 %) av respondenterna är bosatta i Finland. Andra nationaliteter som representerades i undersökningen var Sverige (6 personer eller 4 %), Tyskland (3 personer eller 2 %) och Norge (2 personer eller 1 %). Andra nationaliteter som representerades av enskilda respondenter var: Belgien (1), Danmark (1), Kanada (1), Luxemburg (1) och USA (1). I frågan fanns inget bortfall vilket ger denna fråga en svarsprocent på 100 %.

I

Figur 7 åskådliggörs fördelningen av respondenternas position i arbetsgivarens organisation. Resultatet i frågan visar att 83 respondenter (56 %) är heltidsanställda eller full-time employee, vilket gör gruppen till den mest representerade i undersökningen. Den näst största gruppen representeras av företagets ledning med 36 (24 %) respondenter. Förmän på mellannivå representerades av 21 respondenter (14 %) och visstidsanställda av 2 respondenter (1 %). Bland resten av respondenterna svarade 3 personer (2 %) att de var egenföretagare medan 1 person (<1 %) svarade att hen var pensionerad egenföretagare. Totalt svarade 146 respondenter på frågan vilket ger frågan en svarsprocent på 99,3 %.



Figur 7: Respondenternas arbetsuppgifter

I figur 8 åskådliggörs svaren för frågan hur ofta affärsresenären reser i arbetssyfte årligen. I svaren, grupperade enligt anställningsform ser svaren ut på följande vis: Den största gruppen respondenter flyger 4-7 gånger årligen representeras av 39 personer (26 %). Respondenter som reser oftare än 20 gånger årligen representeras i undersökningen av 35 personer (24 %). Andra större grupper i undersökningen är de som reser 12-15 gånger årligen (23 personer eller 15 %) och de som reser 1-3 gånger årligen (22 eller 15 %). De något mindre representerade grupperna i denna fråga är de som reser 8-11 gånger årligen (14 personer eller 9 %) och 16-19 gånger årligen (12 eller 8 %). I denna fråga erhöles 145 svar vilket ger en svarsprocent på 98,6 %.

	Employment						Total
	Full-Time Employee	Contract Employee	Middle Management	Manager	Self-Employed	Retired, self employed	
Interval of flying							
1-3 Times Annually	15	2	1	4	0	0	22
4-7 Times Annually	21	0	7	10	1	0	39
8-11 Times Annually	10	0	1	3	0	0	14
12-15 Times Annually	14	0	5	3	0	1	23
16-19 Times Annually	8	0	0	3	1	0	12
More Than 20 Times Annually	15	0	6	13	1	0	35
Total	83	2	20	36	3	1	145

Figur 8: Figur över respondenternas årliga flygresor, grupperade enligt arbetsuppgift.

Näst redovisas resultatet för frågan hur länge respondenterna tillbringar tid på sina affärsresor. Den mest förekommande längden på affärsresor bland respondenterna är 2-3 dagar (85 personer eller 57 %). Andra vanliga längder på affärsresor är 4-5 dagar (26 personer eller 17 %) eller 1 dag (25 personer eller 17 %). Andra förekommande längder representeras av affärsresor längre än 8 dagar (5 personer eller 3 %) och 6-7 dagar (4 personer eller 3 %). De erhållna svaren i frågan var 145 vilket ger en svarsprocent på 98,6.

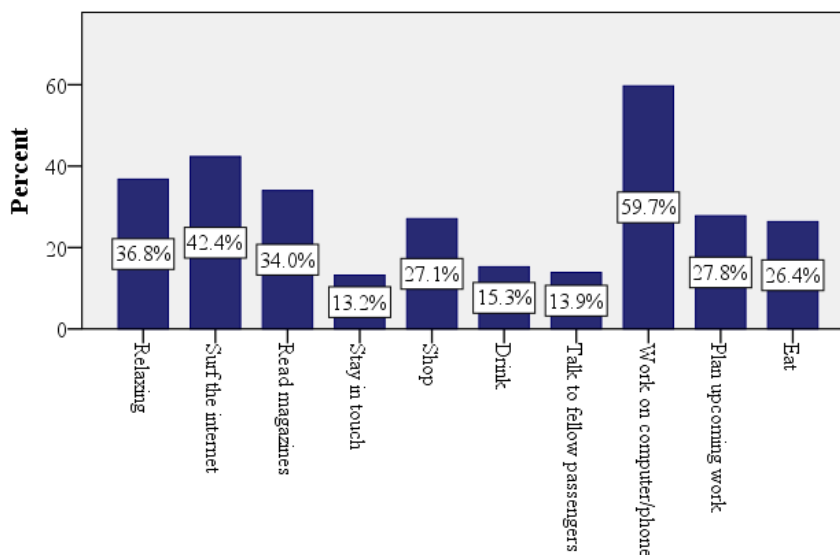
I frågan hur ofta respondenterna reste från Åbo flygplats under året 2012 svarade de följande: Den största delen av respondenterna flög år 2012 från Åbo flygplats 2-5 gånger (52 personer eller 36 %). Respondenter som reste 6-9 gånger och fler än 18 gånger representerades av lika stora grupper (26 personer eller 18 % i respektive grupp). Andra förekommande antal resor från flygplatsen år 2012 var 10-13 gånger (17 personer eller 11 %) och 14-17 gånger (9 personer eller 6 %). Av respondenterna svarade 16 (10 %) att svarstillfället var deras första besök på flygplatsen år 2012. Totalt svarade 146 respondenter på frågan vilket ger den en svarsprocent på 99,3 %.

I svaren för figur 9 på följande sida ställdes respondenterna frågan vilka elektroniska apparater de använder för att arbeta och hållas uppdaterade med under sina resor. Respondenterna ombads kryssa för de alternativ för elektroniska apparater som de använder under sina resor. Svaren har i figuren grupperats enligt respondentens ålder. Resultatet visar att de mest använda apparaterna bland affärsresenärerna är smarttelefoner och bärbara datorer eftersom 104 respondenter (72 %) respektive 117 (81 %) valde alternativen. Pekplattor användes av 38 respondenter (26 %) och förekom i alla åldrar, men representerades bäst bland 35-44 och 45-54-åringar. Totalt svarade 144 respondenter på frågan vilket ger svarsprocenten 98 %.

		Age					Total		
		Less than 25 years	25-34 years	35-44 years	45-54 years	55-64 years		65 years or older	
devices ^a	Smart-phones	Count	1	17	41	38	6	1	104
	Tablets	Count	0	7	17	11	2	1	38
	Laptops	Count	1	23	41	44	8	0	117
	Other devices	Count	0	0	0	1	0	1	2
Total		Count	1	28	53	51	9	2	144

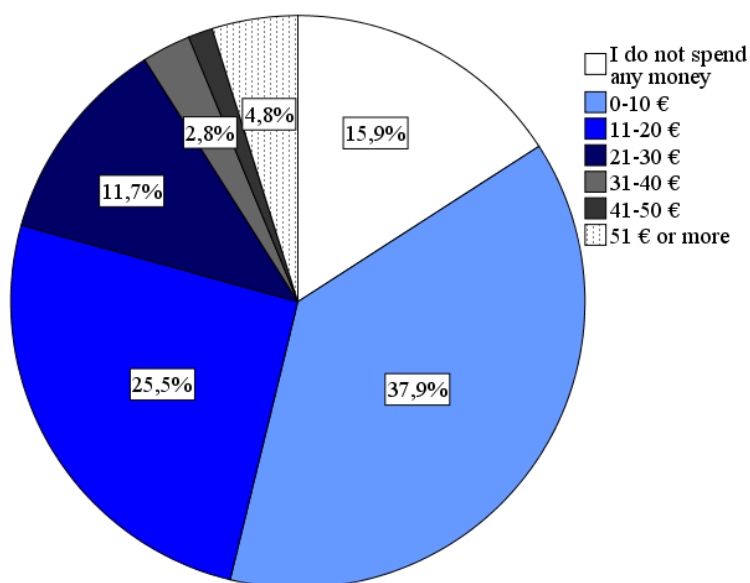
Figur 9: Respondenternas användning av elektroniska apparater under resorna

I Figur 10 (nästa sida) visas svaren för en flervalsfrågan vilka aktiviteter respondenterna brukar ägna sig åt medan de väntar på *boarding*. Av respondenterna svarade 86 (60 %) att de arbetar på datorn medan 61 personer (42 %) svarade att de surfar på internet. En annan förekommande aktivitet vid väntan på *boarding* är att slappna av som valdes 53 personer (36 %). Dessutom svarade 49 personer (34 %) att de läser tidningar och 40 personer (28 %) att de planerar kommande arbete vid väntan. Övriga förekommande aktiviteter vid väntan på *boarding* inkluderar shopping (39 personer eller 27 %), ätande (38 personer eller 26 %) och att dricka (22 personer eller 15 %). Mindre förekommande aktiviteter inkluderar att tala med andra passagerare (20 personer eller 14 %) och att hålla kontakt med familj och vänner (19 personer eller 13 %). Svaren i denna fråga var 144 vilket ger svarsprocenten 98,0%.



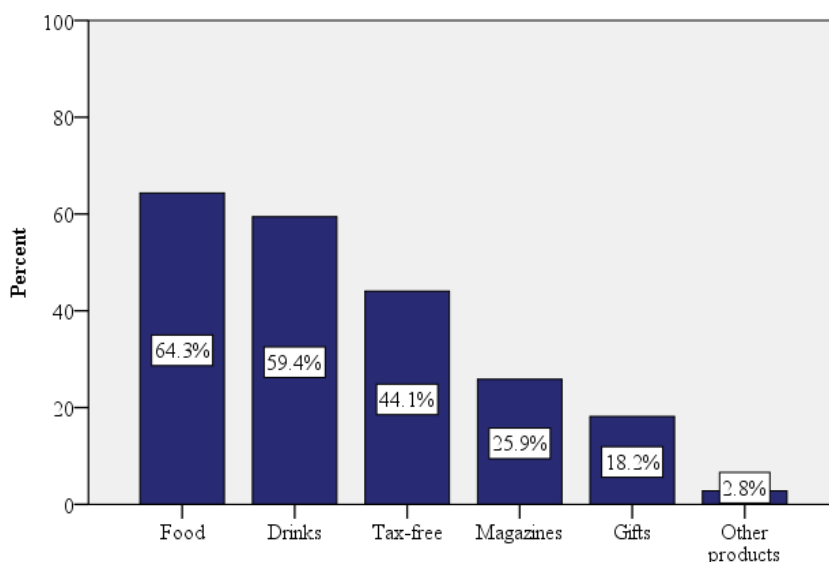
Figur 10: Respondenternas aktiviteter på flygplats vid väntan på boarding.

I Figur 11 redogörs svaren för frågan hur mycket affärsresenärerna vanligen spenderar per avgång. Majoriteten av respondenterna (55 personer eller 38 %) spenderar 0-10 € per avgång. Andra förekommande summor är 11-20 € (37 personer eller 26 %), 21-30 € (17 personer eller 12 %) och 51 € eller mera per avgång (7 personer eller 5 %). Av respondenterna svarade 23 personer (16 %) att de inte spenderar något överhuvudtaget och sammanlagt 6 personer (7 %) att de spenderar mellan 31-50 € per avgång. I denna fråga var svarsprocenten 98,6 % med ett bortfall av tre svar.



Figur 11: Fördelning över hur mycket respondenterna spenderar på flygplatser.

I Figur 12 är svaren åskådliggjorda för frågan vilka produkter respondenterna köper på flygplatser. Av respondenterna svarade 92 respondenter (64 %) att de köper mat medan 85 respondenter (59 %) svarade att de köper drycker på flygplatser. Övriga tjänster inkluderade Tax-free-produkter (63 personer eller 44 %), tidningar (37 personer eller 26 %) och gåvor 26 personer eller 18 %). Respondenter som valde alternativet ”Övrigt” valde att köpa böcker var 3 stycken (2 %). Totalt besvarades frågan av 143 respondenter vilket ger svarsprocenten 97,3%.



Figur 12: De produkter eller tjänster som respondenterna köper på flygplatser.

Detta resultat beskriver fördelningen av svaren i vinjettfrågan ”Jag anser mig själv vara en van flygresenär”. Majoriteten, eller 75 av respondenterna (51 %) anser sig vara vana flygresenärer. Av respondenterna var 43 personer (32 %) något av samma åsikt medan 12 respondenter (9 %) ställde sig neutrala till påståendet. Av respondenterna var 4 (3 %) något av annan åsikt medan enbart 1 person (< 1 %) var helt av helt annan åsikt. Frågan besvarades av 134 respondenter vilket ger frågan en total svarsprocent på 91,8 %.

I Figur 13 på nästa sida har svaren för vinjettfrågan ”jag är en krävande resenär” åskådliggjorts. Svaren grupperades enligt hur länge affärsresenärerna har flugit i sitt arbete. Resultatet visar att största delen (61 personer eller 46 %) av ställer sig neutrala till påståendet. Av respondenterna är 39 (29 %) personer något av samma åsikt, medan 15 (11 %) svarade att de håller med påståendet. Spridningen av de som ställde sig negativt gentemot påståendet visar att 13 (10 %) är något av annan åsikt medan 5 personer (4 %) var helt av annan åsikt. Svaren i denna fråga var 133 med en svarsprocent på 90,5 %.

		History of flying						Total
		0-5 Years	6-10 Years	11-15 Years	16-20 Years	21-25 Years	26 Years or more	
Demanding traveler	I Disagree	1	0	1	3	0	0	5
	I Somewhat Disagree	7	2	1	1	1	1	13
	Neutral	12	18	13	6	5	7	61
	I Somewhat Agree	3	11	6	7	5	7	39
	I Agree	1	1	2	4	4	3	15
Total		24	32	23	21	15	18	133

Figur 13: Fördelning av respondenternas åsikt till påstående ”krävande resenär”, grupperat enligt år som flygresenär i arbete.

Resultatet för vinjettfrågan ”Det är viktigt för mig att sitta i en lounge medan jag väntar på ombordstigning” visar följande: Av respondenterna svarade 39 personer (29 %) att de var något av samma åsikt medan 27 personer (20 %) var helt av samma åsikt. Bland resten av respondenterna ställde sig 28 personer (21 %) neutrala, medan 21 personer (16 %) var något av annan åsikt och 19 personer (14 %) helt av annan åsikt. Svarsprocenten i denna fråga var 91,2 % med 134 svar.

I Figur 14 är vinjettfrågan ”Det är viktigt för mig att jag får möjligheten att slappna av från mitt arbete innan ombordstigning” grupperat och åskådliggjort enligt ålder. Resultatet visar att av respondenterna var 19 personer (14 %) helt av samma åsikt och 44 personer (29 %) något av samma åsikt. Av respondenterna ställde sig 43 personer (28 %) neutrala till påståendet medan 20 personer (15 %) var något av annan åsikt. Av respondenterna var 9 personer (7 %) helt av annan åsikt. Frågan besvarades av 135 respondenter vilket ger den en svarsprocent på 91,8%.

		Age						Total
		Less than 25 years	25-34 years	35-44 years	45-54 years	55-64 years	65 years or older	
Important to be able to relax	I Disagree	0	0	5	3	1	0	9
	I Somewhat Disagree	0	4	6	8	2	0	20
	Neutral	0	7	17	15	3	1	43
	I Somewhat Agree	1	14	9	17	3	0	44
	I Agree	0	2	11	5	0	1	19
Total		1	27	48	48	9	2	135

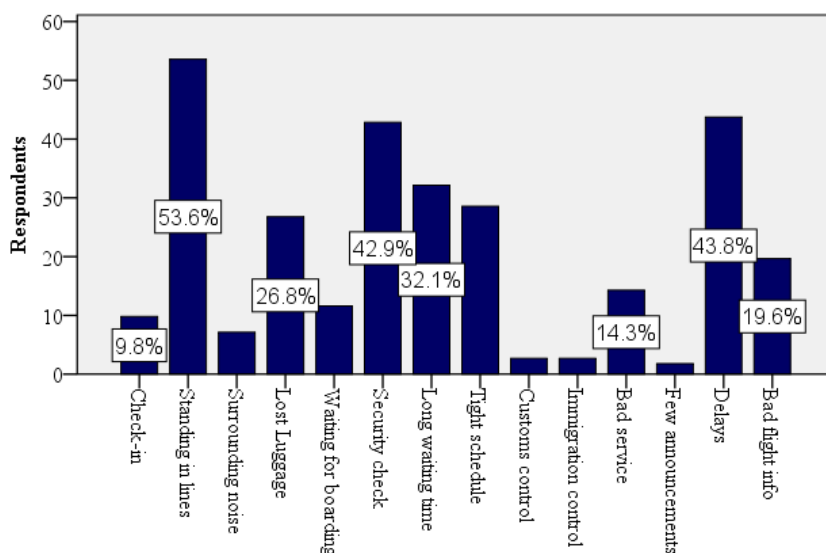
Figur 14: Fördelning av respondenterna till åsikt för påstående, ”viktigt att slappna av före boarding”, grupperat enligt ålder.

I Figur 15 åskådliggörs resultatet, grupperat enligt hur många år respondenterna har flugit i sitt arbete för vinjettfrågan ”Jag finner affärsresande stressande”. Resultatet visar att Största delen av svaren (48 personer eller 36 %) i denna fråga var neutrala ställningstaganden. Av respondenterna svarade 40 personer (30 %) att de höll något med påståendet medan 30 personer (22 %) var något av annan åsikt. Av respondenterna var 11 personer (3 %) helt av annan åsikt medan 4 (3 %) personer var helt av samma åsikt. Det totala antalet svar som erhöles i denna fråga var 133 med en svarsprocent på 90,5%.

		History of flying						Total
		0-5 Years	6-10 Years	11-15 Years	16-20 Years	21-25 Years	26 Years or more	
BT stressful	I Disagree	2	5	2	2	0	0	11
	I Somewhat Disagree	5	7	2	8	4	4	30
	Neutral	11	7	10	6	7	7	48
	I Somewhat Agree	5	13	8	4	4	6	40
	I Agree	1	1	0	1	0	1	4
Total		24	33	22	21	15	18	133

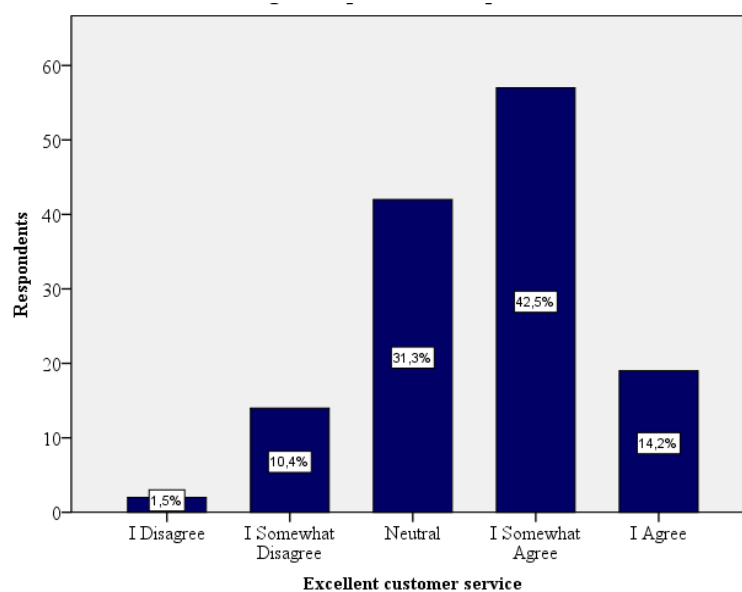
Figur 15: Fördelning av respondenternas åsikt till påstående ”affärsresandet är stressande”, grupperat enligt år som flygresenär i arbete.

I flervalsfrågan, åskådliggjord i Figur 16 (nästa sida) ombads respondenterna att välja tre stressfaktorer på flygplatser i allmänhet. Resultatet visar att den mest förekommande stressfaktorn är köande och valdes av 60 personer (53 %). Den näst mest förekommande stressfaktorn är förseningar, som valdes av 49 respondenter (44 %). Den tredje mest förekommande stressfaktorn är säkerhetskontroller som valdes av 48 respondenter (43 %). Övriga, vanligen förekommande stressfaktorer som valts är *lång väntetid* (36 personer eller 32 %), *snäv tidtabell* (32 personer eller 29 %), *försvunnet bagage* (30 personer eller 27 %) samt *dåligt med information om flygen* (22 personer eller 20 %). Andra stressfaktorer som fått mindre understöd har i figur 16 inte uppmärksammats med procentenheter, och därför kan det vara skäl att nämna att de har ett understöd < 15 % av totala antalet svar. Det totala antalet svarande respondenter i frågan var 112 stycken och ger på så sätt en svarsprocent på 76,2 %.



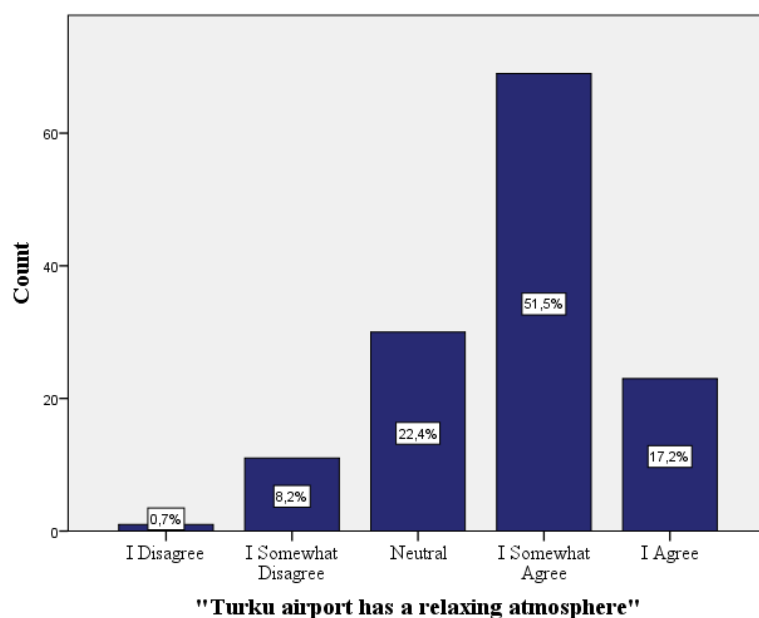
Figur 16: Bland respondenterna de mest förekommande stressmomenten på flygplatser.

I Figur 17 på följande sida åskådliggörs svaren för vinjettfrågan ”Åbo flygplats erbjuder utmärkt kundbetjäning”. Resultatet visar att 19 personer (14 %) var helt av samma åsikt medan 57 personer (43 %) var något av samma åsikt. Respondenter som ställde sig negativt till påståendet fördelade sig på följande vis: 14 personer (10 %) var något av annan åsikt medan 2 personer (< 1 %) var helt av annan åsikt. Av respondenterna ställde sig 42 personer (31 %) neutrala till påståendet.. Frågan hade 134 svarande respondenter vilket ger frågan en svarsprocent på 91,2 %.



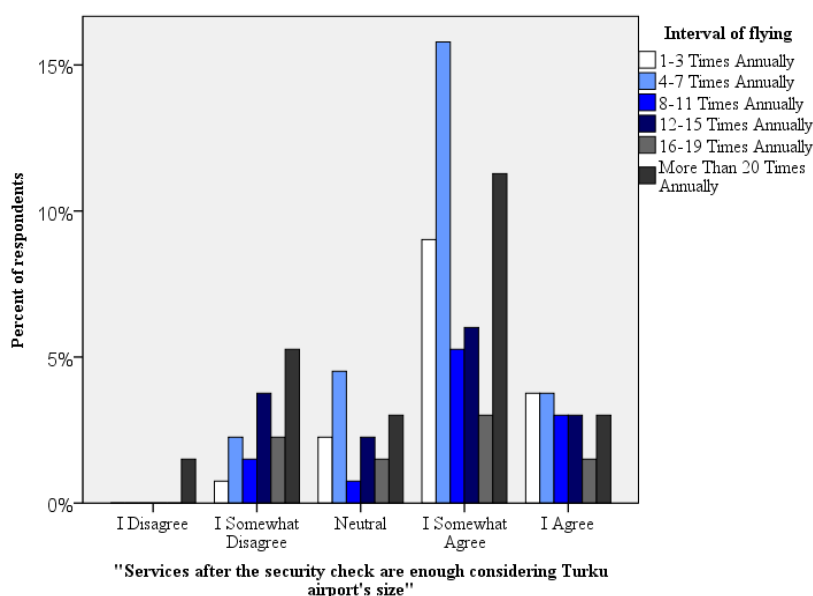
Figur 17: Fördelning av respondenternas åsikt till påstående ”kundbetjäningen på Åbo flygplats är utmärkt”.

I Figur 18 åskådliggörs svaren för vinjettfrågan ”Åbo flygplats har en avslappnad atmosfär”. Av respondenterna var 69 (51 %) något av samma åsikt, medan 23 (17 %) var helt av samma åsikt. Enbart 1 person (>1%) var helt av annan åsikt, och 11 personer (8 %) något av annan åsikt. Av respondenterna ställde sig 30 personer (22 %) neutrala till påståendet. Frågan besvarades av 134 respondenter vilket ger frågan en svarsprocent på 91,2 % .



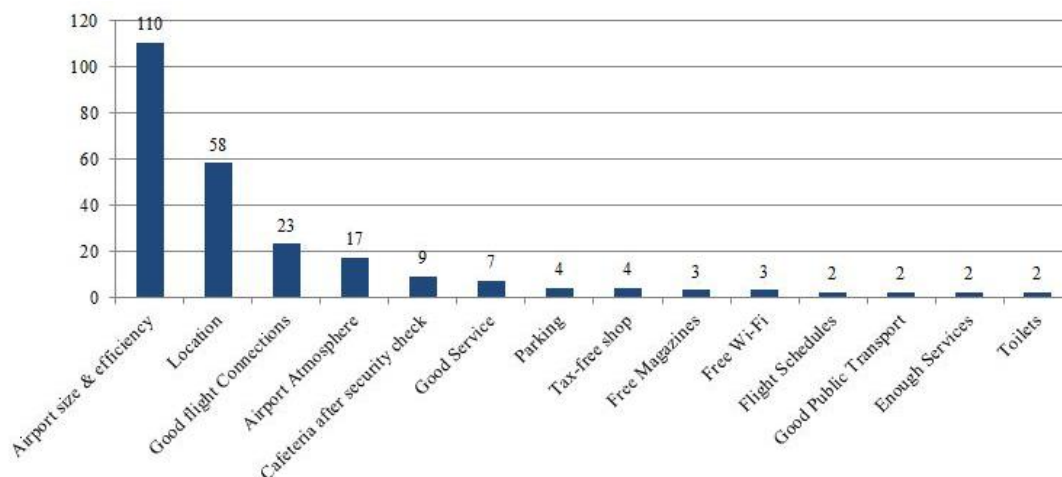
Figur 18: Fördelning av respondenternas åsikt till påstående ”Åbo flygplats atmosfär är avslappnande”, grupperat enligt åsikter om att affärsresande är stressigt.

I Figur 19 åskådliggörs svaren (grupperade enligt respondenternas årliga affärsresor) för vinjetfrågan ”Tjänsterna efter säkerhetskontrollen på Åbo flygplats är tillräckliga när flygplatsens storlek beaktas”. Av respondenterna var 68 personer (51 %) av samma åsikt, medan 24 personer (18 %) var helt av samma åsikt. Av respondenterna ställde sig 19 personer (14 %) neutrala till påståendet, medan 21 personer (16 %) respektive 2 personer (>1 %) var något eller helt av annan åsikt. Totalt besvarade 133 respondenter på frågan, vilket ger en svarsprocent på 90,4 %.



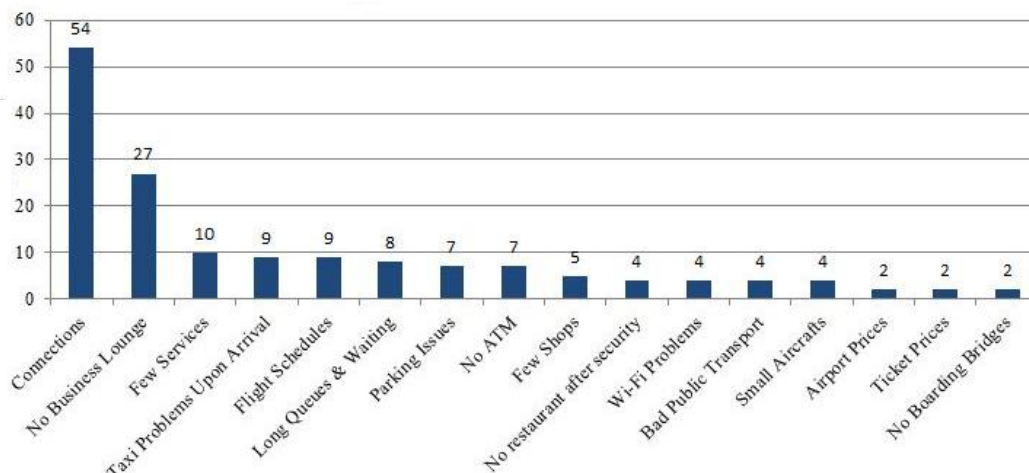
Figur 19: Fördelning av respondenternas åsikt till påstående ”tjänsterna på Åbo flygplats är tillräckliga”, grupperat enligt årliga flygresor.

Figur 20 på nästa sida visar det första delresultatet i den öppna fråga som besvarar frågan ”På vilka sätt bemöter Åbo flygplats Era behov som affärsresenär”. Av totala antalet svar var 110 (45 %) alternativ relaterade till storleken och effektiviteten av flygplatsen. Det näst mest förekommande sättet var 58 (24 %) svar relaterade till flygplatsens läge. En ytterligare faktor som valdes var goda flygförbindelser (23 svar eller 9 %) till närliggande flygplatser. Flygplatser som uppskattades var bland andra Stockholm-Arlanda och Köpenhamn. Av inkomna svaren var 17 (7 %) att atmosfären på Åbo flygplats är lugn och stressfri eller att man inte behöver förflytta sig långa avstånd till utgången. I 4 (< 1 %) av svaren var parkeringsplatserna ett av de sätt som flygplatsen möter respondenternas behov. En sista viktig faktor som nämndes var nära tillgången till toaletterna på Åbo flygplats. Frågan besvarades av 101 respondenter och fick 246 svar, vilket ger den en svarsprocent på 68,7 % och ett bortfall på 46 respondenter.



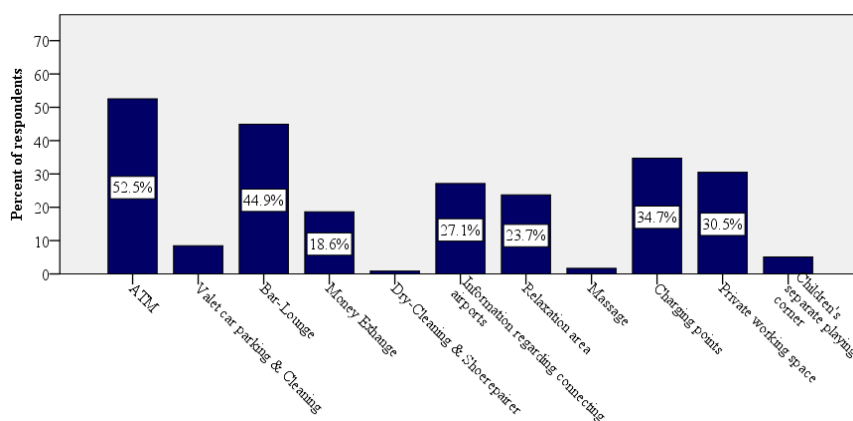
Figur 20: Sätt på vilka Åbo flygplats möter respondenternas behov.

Figur 21 på följande sida visar det andra delresultatet i frågan hur Åbo flygplats bemöter affärsresenärers behov. I denna delfråga ombads respondenterna nämna tre sätt på vilka Åbo flygplats inte bemöter deras behov. Det mest tydliga sättet som Åbo flygplats inte bemöter respondenternas behov är genom för få direktflyg till (Europeiska) destinationer. Alternativet framkom i 54 (34 %) av det totala antalet svar som gavs i denna delfråga. Som exempel nämndes Ryanairs avslutande av ruten till London-Stansted och bristen på direkta flygrutter till resten av Europa. Följande nackdel var bristen på en *Business-lounge*: 27 (17 %) av svaren nämnde detta som en brist. Den tredje största bristen på flygplatsen var för få tjänster som nämndes i 10 (6 %) svar. En annan brist som kommit upp i frågan och på övriga kommentarer var för få taxin vid sena ankomster. Detta alternativ nämndes i 9 svar. Bland de andra alternativen önskades förbättringar med parkeringsarrangemangen i form av garageparkering och förbättringar med betalningsautomaten i 7 (4 %) svar och en penningautomat i 7 (4 %) av svaren. Frågan besvarades av 86 respondenter vilket betyder att svarsprocenten i frågan var 58,5 %.



Figur 21: Sätt på vilka Åbo flygplats inte möter respondenternas behov.

I Figur 22 åskådliggörs svaren för frågan vilka tjänster respondenterna skulle rekommendera att utvecklades/togs i bruk på Åbo flygplats. Bland de tjänster som föreslogs fick en penningautomat mest understöd med 62 svar (53 %). Andra förslaget som fick stöd var en *Bar-Lounge* som rekommenderades med 53 svar (45 %). Andra rekommendationer var fler laddningspunkter för elektroniska apparater (41 svar eller 35 %), ställen var affärsresenärer kan arbeta ostört (36 respondenter eller 30 %). Totalantalet svar på denna fråga var 118 med en svarsprocent på 80,3 %.



Figur 22: Tjänster som respondenterna rekommenderar för utveckling och ibruktage.

Avslutningsvis frågades respondenterna i enkäten ”skulle du vara beredd att betala för de tjänster du rekommenderat?”. Av respondenterna svarade 88 (69,3 %) nekande till frågan och 39 (30,7 %) svarade jakande. Totalt svarade 127 respondenter (svarsprocent 86,3%) på frågan.

8 Analys

Resultatet av undersökningen bekräftar många delar i den teoretiska referensramen av detta examensarbete. De delar av resultatet som verkar intressanta lyfts upp i analysen och behandlas i skilda delar. De centrala delar som kommit fram och behandlas nedan är: affärsresenärer på Åbo flygplats, deras behov av service och flygplatsens utbud av tjänster.

8.1 Affärsresenärer

Könsfördelningen av respondenterna visar att den långt motsvarar fördelningen enligt Accors (2011) studie. Resultatet av undersökningen bevisar att andelen kvinnliga affärsresenärer i jämförelse med manliga är väldigt låg med tanke på att segmentet har väntats växa sedan 2001 (Swarbrooke & Horner 2001, s 228). Detta innebär att en tillväxt av kvinnliga affärsresenärer kan väntas i framtiden.

Åldersfördelningen av affärsresenärerna på flygplatsen visar att medelåldern ligger mellan 38-46 år vilket stöder påståendet om att affärsresenärer vanligen är män i åldern 30-49 år (U.S. Department Of Transportation 2003). Den största delen av respondenterna arbetade som heltidsanställda, förmän eller entreprenörer vilket stöder påståendet om att många affärsresenärer arbetar som nyckelpersoner inom företagets verksamhet (Accor 2011) eftersom över 39 % arbetar inom förmenskap eller ledning.

Affärsresenärerna på Åbo flygplats reser i snitt 10-12 gånger årligen vilket stöder riktgivande informationen att affärsresenären enligt GBTA reser mellan 11-16 gånger årligen (GBTA 2011). Av dessa resor skedde 7-9 resor från Åbo flygplats år 2012. Detta innebär att respondenterna som besvarade enkäten är vana resenärer på Åbo flygplats och känner till serviceutbudet. Detta skulle bevisa att affärsresenärerna använde flygplatsen för vid de flesta affärsresorna under 2012. Ytterligare kan det konstateras att affärsresenärer på Åbo flygplats tillbringar i genomsnitt 2-3 dagar under sina resor. Vid jämförelse med GBTA:s resultat som visar en medellängd på 3-6 nätter kan slutsatsen dras, att affärsresenärerna på Åbo flygplats tillbringar kortare tid på affärsresor än medeltalet.

De flesta typer av affärsresenärer (enligt GBTA) kan kännas igen på Åbo flygplats. Utifrån de karakteristiska drag som presenterats i teorin, och de svar som getts angående åldersfördelning och hög elektronikanvändning kan *veteranen*, *high-tech-resenären* och *rekryten* främst urskiljas ur resultatet. *De trötta* kan urskiljas genom sina passiva svar och

svar gällande attityder gentemot affärsresande (Travelpulse 2011; GBTA 2011). Användningen av elektronik är hög i alla grupper, men kan noteras bäst som ett användande av bärbara datorer och pekplattor bland affärsresenärer under 34 år.

8.2 Behov av service

Den största delen av affärsresenärer använder sig av program till sina telefoner och datorer för att arbeta under sina resor (BTN 2012, s.26), något som tydligt kan urskiljas i form av resultaten berörande teknikanvändning och respondenternas förbättringsförslag. Bland de aktiviteter som utförs vid väntan på *boarding* kan urskiljas att affärsresenärerna på Åbo flygplats hellre arbetar på datorn eller surfar på internet istället för att äta. Dessutom svarade nästan 35 % att de önskar fler laddningsplatser för elektroniska apparater, vilket betyder att elektroniken spelar en stor roll i affärsresenärens vardag. Resultatet av undersökningen visar dock det att respondenterna spenderar över 10 € på flygplatser per avgång, och att de vid väntan på *boarding* äter de hellre än de dricker. Utifrån detta kan slutsatsen dras, att det kunde finnas ett behov för varm mat eller på *Airside*.

Den vanligaste stressituationen uppstår vid köandet på flygplatser. Detta förebygger Finavia exempelvis genom projektet *For smooth traveling*. Bland äldre affärsresenärer förekommer stress oftare än bland yngre resenärer. Detta stöder påståendet om att äldre affärsresenärer upplever stress oftare än yngre kollegor (BTN 2012, s.14). De flesta av affärsresenärerna är av samma åsikt i frågan att det är viktigt att de kan slappna av från arbetet på flygplatsen. Detta behov stöds av påståendet att nästan 24 % önskade någon form av område för att slappna av på flygplatsen.

Andra förbättringar som önskats möjliggör ett smidigt resande från flygplatsen, vilket stöder påståendet om att affärsresenärer föredrar tjänster som möjliggör snabba resor (Verhelä 2000, s. 10-14). Behovet av smidighet belyses av mängden respons som den tidiga incheckningen på morgonen har fått: flera av respondenterna har valt att kommentera i svaren att de inte förstår varför det är nödvändigt att checka in långt innan avgång.

Resultatet visar att Åbo flygplats bemöter affärsresenärers behov, men att vissa områden borde utvecklas. Flygplatsens läge och effektivitet uppskattas av affärsresenärerna till följd grund av det faktum att Åbo flygplats kunder bor i närområdet av flygplatsen. Medellängden på affärsresorna är i genomsnitt 2-3 dagar vilket innebär ett tydligt behov av

direkta flygrutter till Europa något, som troligen flygbolaget Ryanairs rutter fyllde innan rutterna lades ner 2012.

Utifrån de behov som nämnts kan följande konstateras: affärsresenärerna på flygplatsen är vana med de tjänster som Åbo erbjuder eftersom de använder flygplatsens tjänster ofta. Affärsresenärernas behov möts genom tillgången till gratis internet, flygplatsens storlek (och därmed smidighet) samt dess utbud av flygrutter.

8.3 Utbudet av tjänster

På flygplatsen erbjuds flera tjänster som uppskattas av affärsresenärerna. Dessa är bland annat kaféet efter säkerhetskontrollen, gratis tillgång till Internet, parkering nära terminalen samt toaletter nära *Gaterna*. Detta stöder flygplatschef Aaltonens (2012) påstående att affärsresenärerna på flygplatsen är målmedvetna i vad de gör, och hur de rör sig på flygplatsen eftersom en smidig avresa ligger i deras intresse. Som nämdes i tidigare stycke så uppskattas och används flygplatsens direkta rutter av affärsresenärer. Flera av de 10-15 avgångar som sker dagligen trafikeras mestadels morgon och kvällstid (se figur 1) och vikten av dessa rutter stöds av de 17 % respondenter som svarat att de vanligen är en dag på affärsresa. Detta innebär att direktflyg är ett av flygplatsens indirekta tjänsteutbud som uppskattas.

Avsaknaden av direkta flygrutter är en svaghet på flygplatsen idag. Bortsett från missnöjet med få, direkta flygrutter anser affärsresenärerna att en annan brist på flygplatsen är att det inte erbjuds en *Business-lounge*. Nästan 45 % av respondenterna vill se en *lounge* på flygplatsen. Eftersom affärsresenärer använder lojalitetsprogram under sina affärsresor är många vana med att använda *business-lounger* och andra förmåner under avresan från flygplatser (Swarbrooke & Horner 2001, s.147-148). Behovet av en *lounge* stöds av önskemål om område för att slappna av och att äta, vilket i sin tur åter knyter ihop resultatet från frågorna om stress och behovet av att koppla av från arbetet under resorna, samt det faktum att vissa typer av affärsresenärer upplever stress lättare än andra (Accor 2011).

En brist som lyfts upp både muntligt och skriftligt är avsaknaden av transportmedel vid sena ankomster (natttid). Som lösning på detta rekommenderas bättre samarbete med taxicentralen och en fungerande kollektivtrafik under tidiga morgnar och sena kvällar. Resultatet i figur 19 (sid. 39) visar att i det stora hela så är affärsresenärer på Åbo

flygplats nöjda med tjänster som erbjuds på *Airside*, men de flesta av svaren lämnar ändå utrymme för förbättringar eftersom stor del svarat ”I somewhat agree” (jag är något av samma åsikt) på frågan.

8.4 Utvecklingsförslag

Av de utvecklingsområden som jag har valt att lyfta fram så är laddningsplatser och arbetspunkter den mest förekommande rekommendationen. Enligt Aaltonen (2012) väntar affärsresenärerna kvällstid i kaféet innan säkerhetskontrollen. Därför rekommenderar jag att affärsresenärerna skulle kvällstid få möjlighet att delta ostört i möten på nätet i Hello café (*Landside*) och att vid de flesta bord i kaféen (*Landside & Airside*) kunde det erbjudas laddningsplatser vid de flesta av borden. Alternativt kunde (det icke offentliga) VIP-konferensrummet, beläget på första våningen erbjudas som ett alternativ för möten över internet åt enskilda eller större grupper av affärsresenärer på flygplatsen.

Jag föreslår även att behovet av att erbjuda affärsresenärerna möjligheten till att slappna av och möjligheten till ostört arbete kunde slås ihop och åtgärdas som en integrerad lösning. Genom att erbjuda någon form av *Business-lounge* med tillgång till varm mat (exempelvis *À la Carte*) på *Airside* kunde affärsresenärerna erbjudas möjlighet till att slappna av och arbeta ostört och äta vid väntan på *boarding*. Utifrån det faktum, att många affärsresenärer ofta reser från Åbo flygplats skulle jag rekommendera att ett lojalitetsprogram skulle införas eller tillämpas. Lojalitetsprogrammet kunde förverkligas så att ett medlemskap medförde tydliga fördelar såsom: betalning av parkering på flygplatsen (med kreditkort eller för stamkunder på faktura), fri tillgång till (den förslagna) *Business-loungen* på *Airside*, ett program i telefonen för beställning av Taxi på förhand samt tillgång till andra subventionerade tjänster på flygplatsen. På detta sätt skapas mervärde för resan för hos affärsresenären. Eftersom öppnande av flygrutter inte enbart beror på Finavia, rekommenderar jag inte i detta arbete öppnande av nya rutter, men understryker behovet av att en ny rutt kunde utifrån affärsresenärsperspektivet trafikeras till en större, Europeisk industristad.

Ifall antalet kvinnliga affärsresenärer väntas öka i framtiden (Swarbrooke & Horner 2001, s 228) kunde Åbo flygplats forska i ämnet för att förebygga stress hos kvinnliga affärsresenärer och på så sätt möta det växande segmentets behov i framtiden. På så sätt

kunde tjänsteutvecklingsmodellen av Tax & Stuart (1997) och informationen om tjänsteutveckling som presenterats i detta arbete tillämpas på ett konkret sätt.

8.5 Diskussion

De 147 respondenter som svarat på enkäten ger en bred bild av situationen bland affärsresenärer på Åbo flygplats och därmed en god reliabilitet för undersökningen. Varför undersökningen gjorts enbart på morgonavgångar kan ifrågasättas. Detta var ändå det bästa sättet att nå ett stort antal affärsresenärer på flygplatsen (Personlig kommunikation med serviceförman 12.11.2012). Enkäten gjordes upp innan hela teoretiska referensramen för examensarbetet var färdiggjort vilket försvårade framtagningen av en riktigt bra enkät. Genom att skjuta upp tidpunkten för undersökningen kunde en mer djupgående enkät ha gjorts upp.

Flera frågor kunde ha förbättrats eller formulerats om för en lättare analys eller indelning av respondenterna enligt en viss typ av affärsresenärer. Vissa svar är otydliga, vilket troligen kan bero på dåliga val av svarsalternativ i vinjettfrågorna (se bilaga 1).

Undersökningens validitet kan ifrågasättas på vissa punkter eftersom respondenter kan ha missförstått frågan, men de har kunnat fråga mig personligen vid problem. Nackdelen med att utföra en undersökning på morgonen var att precis som antaget så var resenärerna stressade och hade bråttom. Flera av de svar som uteblev var på grund tidsbrist och även sannolikt bristande intresse. Trots detta var helhetsresponsen för undersökningen mycket positiv och flera affärsresenärer valde att berömma enkäten. Den goda responsen leder mig till att tro att det ligger i affärsresenärernas intresse att utveckla tjänsteutbudet på Åbo flygplats så att affärsresenärerna kan fortsätta att använda flygplatsens tjänster i framtiden.

9 Avslutning

Arbetet har undersökt affärsresenärerna på Åbo flygplats, på vilket sätt deras behov av service mötts på flygplatsen och har på basis av resultatet från undersökningen gett Finavia rekommendationer på förbättringsområden för att flygplatsen skall kunna fortsätta med en egen tjänsteutvecklingsprocess.

Arbetet har genomförts som ett beställningsarbete för intressenten Mia Lindell, serviceförman på Finavia, Åbo flygplats. Undersökningen genomfördes på Åbo flygplats datumen 10-11.12.2012 under morgonavgångarna på avresande affärsresenärer. Enkäten byggdes upp på basis av information från olika böcker, artiklar och muntliga referenser men eftersom det finns dåligt med information att finna för affärsresenärer fanns det problem med informationssökningen. De områden som behandlades i arbetet beaktade Finavia, Åbo flygplats, olika typer av affärsresenärer och även tjänster och tjänsteutveckling.

Resultatet av undersökningen visar att affärsresenärer och affärsresandet på Åbo flygplats motsvarar långt genomsnittet som teorin visar. Utifrån resultatet kan man sluta sig till att användningen av teknik under affärsresor blir mer vanligt. Affärsresenärerna på flygplatsen är nöjda med den nivå av service som erbjuds på flygplatsen, men önskar ändå se förbättring. De främsta sätt som Åbo flygplats bemöter sina affärsresenärers behov är flygplatsens storlek och effektivitet samt utbudet av direkta flygrutter. På grund av affärsresenärernas genomsnittliga längd på resor finns det ett behov för flera direkta rutter till Europa, och för att göra vistelsen på flygplatsen mer angenäm önskas lösningar som motverkar problem med produktivitet och stress.

De rekommendationer som ges i slutet av detta arbete gäller sådana lösningar som är del av affärsresenärens vardag. För ett kommande behov presenteras även idén om en undersökning av kvinnliga affärsresenärer och reserelaterad stress för att möta detta växande segment i framtiden.

Källförteckning

Aaltonen, Juha: Flygplatschef, Åbo flygplats. Diskussion 26.11.2012 på Åbo flygplats.

Accor (2011) *Asia-Pacific business travellerresearch 2011*

http://www.accor.com/fileadmin/user_upload/Contenus_Accor/Presse/Country/Asia_Pacific/PR_2011/201108_Survey_Accor_Business_Traveller_Research_2011_Report.pdf
(hämtat 10.02.2013)

Airpro (2013) *Airpro konserni*

<http://www.airpro.fi/airpro-konserni>(hämtat 10.04.2013)

Bell E., Bryman A. (2003) *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Malmö: Liber Ab

Business Travel News (2012) *Understanding your travel population*

http://www.businesstravelnews.com/uploadedFiles/White_Papers/BTN_Concur_0412_FINAL.pdf(hämtat 10.04.2013)

Davidson B., Patel R. (1994) *Forskningsmetodikens grunder – Att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. Studentlitteratur, Lund

Davidson R. (1994) *Business travel. 6:e upplagan*. Essex: Pearson education Ltd

Eliasson A. (2010) *Kvantitativ metod från början*. Lund: Studentlitteratur Ab

Finavia (2003a) *Tampere-Pirkkalan lentoaseman lowcost-terminaali avattiin 4.4*

https://www.finavia.fi/medialle/tiedotearkisto/finavia_tiedotteet/finavia_tiedote?id=1090966(hämtat 10.2.2013)

Finavia (2003b) *Turusta vuoden 2003 lentoasema*

http://www.finavia.fi/lentoasemat/lentoasema_turku?pg=news&tid=2&nid=1095121(hämtat 17.10.2012)

Finavia (2007) *Turun lentoasemalle lowcost?terminaali (sic.)*

https://www.finavia.fi/medialle/tiedotearkisto/finavia_tiedotteet/finavia_tiedote?id=1091497(hämtat 10.02.2013)

Finavia (2008) *Matkustajat 12/08*

http://www.finavia.fi/files/finavia2/matkustajat_pdf/0_INET_matk_lentoasemittain_joulu08.pdf(hämtat 29.10.2012)

Finavia (2009) *Matkustajat*

2009http://www.finavia.fi/files/finavia2/matkustajat_pdf/Matkustajat_lentoasemittain_suo-fi.pdf%201209 (hämtat 29.10.2012)

Finavia (2011a)

http://www.finavia.fi/medialle/tiedotearkisto/finavia_tiedotteet/finavia_tiedote?id=7037697888(hämtat 17.10.2012)

Finavia (2011b) *Finavian vuosikertomus 2011*

http://www.finavia.fi/files/finavia2/vuosikertomukset_pdf/105621_Finavia_vsk2011_FI_LR.pdf(hämtat 13.10.2012)

Finavia (2012c) *Finavia Oyj tilinpäästötiedote*

2012http://www.finavia.fi/medialle/tiedotearkisto/finavia_tiedotteet/finavia_tiedote?id=10607866 (hämtat 22.11.2012)

Finavia (2012b) *Strategia*

<http://www.finavia.fi/tietoafinaviasta/finavia-yrityksena/strategia>
(hämtad 22.11.2012)

Finavia (2012a) *Finavia yrityksenä*

<http://www.finavia.fi/tietoafinaviasta/finavia-yrityksena> (hämtat 22.11.2012)

Finavia(2013a) *Asiakaskokemus*

<http://www.finavia.fi/tietoafinaviasta/finavia-yrityksena/asiakaskokemus>(hämtat 10.02.2013)

Finavia (2013b) *Finavia uudistaa lentoasemien turvatarkastuspisteitä*

http://www.finavia.fi/medialle/tiedotearkisto/finavia_tiedotteet/finavia_tiedote?id=10295090(hämtat10.2.2013)

Finavia (2013c) *Finavian julkaisut*

<http://www.finavia.fi/medialle/julkaisut>(hämtat 18.04.2013)

Finavia (2013d) *Lentoasemaverkosto*

<http://vuosikertomus.finavia.fi/fi/2012/liiketoiminta/lentoasemat/lentoasemaverkosto/>
(hämtat10.4.2013)

Finnair (2013a) *About finnair plus*

<http://www.finnair.com/FI/FI/plus/about-finnair-plus/lounges> (hämtat 10.04.2013)

Finnair (2013b) *What is finnair plus*

<http://www.finnair.com/FI/FI/finnair-plus/what-is-finnair-plus/membership-tiers>(hämtad 10.04.2013)

Global business travel association (2012) *GBTA sees business travel in developed economies slow while emerging markets soar*

<http://www.gbta.org/foundation/pressreleases/Pages/rls072312.aspx>(hämtat 10.02.2013)

Hospitality net (2011) *The business traveler of today: New study profiles corporate travelers and their needs while in transit*

<http://www.hospitalitynet.org/news/4052332.html>(hämtat 12.11.2012)

Hakola M. (2007) *Aika matka kiitotiellä – The FinaviaStory*. 1:a upplagan. Helsingfors: Multikustannus

Horner S. Swarbrooke J. (2001) *Business Travel and Tourism*. 2:a upplagan. Oxford: Butterworth Heinemann

Jalonen, Päivi: Airpro-förman, Åbo flygplats. Diskussioner 29.01.2013 & 18.4.2013 över telefon.

Kamfjord G. (1999) *Turism och affärsresande*. Oslo: Reiselivskompetanse AS

Kinnunen, R. (2003) *Palvelujen suunnittelu*. Vanda: Werner Söderström Ab

Lentoasemakiinteistö (2013) *LAK – Lentoasemakiinteistö Oyj*
<http://www.lak.fi/yritysesittely> (hämtat 10.4.2013)

Lindell, Mia: Serviceförman, Åbo flygplats. Diskussion 12.11.2012 på Åboflygplats

Ravald A., Grönroos C. (1996) *The value concept and relationship marketing*
<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=853424&show=abstract> (hämtat 18.04.2013)

Tax S., Stuart I. (1997) *Designing and implementing new services: the challenges of integrating service systems*
http://www.producao.ufrgs.br/arquivos/disciplinas/508_tax_stuart_1997%5B1%5D.pdf
(hämtat 10.04.2013)

Tuominen, Jouni: Airpro-loadmaster, Åbo flygplats. Diskussion 18.4.2013 över telefon.

Travelpulse(2011) *Business travelers use tech to travel "smarter", connect with home*
<http://www.travelpulse.com/business-travelers-use-tech-to-travel-smarter-connect-with-home.html>(hämtat 10.02.2013)

U.S. department of transportation (2003) *America on the go – U.S. Business travel*
http://www.rita.dot.gov/bts/sites/rita.dot.gov.bts/files/publications/america_on_the_go/us_business_travel/pdf/entire.pdf (hämtat 18.04.2013)

Verhelä P.(2000) *Liikematkailu*. Helsingfors: Oy edita Ab

BILAGA 1 – ENKÄT (1/2)



FINAVIA

Business traveler survey 10-11 December 2012

Dear respondent,

My name is Tony Hiltunen and I am a student of tourism at Novia UAS. This survey is part of my Bachelor's thesis written for Finavia and aims at developing suggestions for new services at Turku airport. By filling out this survey you provide valuable information which will help determine what kind of services will be suggested for the airport in order to ensure a smooth journey for the business travelers from the terminal. Thank you for your co-operation!

Tick the box that corresponds to your current situation:

1. **Gender**

Male Female

2. **Age**

Less than 25 years 25-34 years 35-44 years 45-54 years 55-64years 65 years or older

3. **Country of residence**

Finland Sweden Denmark Norway Other: _____

4. **Your current level of employment**

Full-time employee Contract employee Middle Management
Manager Self-employed Other: _____

5. **How many years have you been flying for work purposes?**

0-5 years 6-10 years 11-15 years 16-20 years 21-25 years 26 years or more

6. **How often do you fly in your work?**

1-3 times annually 4-7 times annually 8-11 times annually
12-15 times annually 16-19 times annually More than 20 times annually

7. **What is the average duration of your business trips?**

One day 2-3 days 4-5 days 6-7 days 8 days or more

8. **How many times have you flown from Turku Airport in 2012?**

This is my 1st time 2-5 times 6-9 times 10-13 times 14-17 times 18 times or more

9. **What electronic devices do you use in order to work and stay updated as you travel?**

A smart-phone a tablet-computer a laptop-computer Other: _____

10. **What do you usually do at the airport while waiting to board the aircraft? (you may choose several options)**

Relax Surf on the Internet Read magazines Stay in touch with friends and family Shop
Drink Talk to fellow travelers Work on the computer/smart-phone Plan upcoming work
Eat Other: _____

11. **How much money do you usually spend before a departure at airports?**

I do not spend any money 0-10 € 11-20 € 21-30€ 31-40 € 41-50 € 51 € or more

12. **What kinds of services do you usually spend money on at airports? (you may choose several options)**

Food Drinks Duty-free products Magazines Gifts Other: _____

BILAGA 1 – ENKÄT (2/2)

13. Fill out the alternative that corresponds best to your opinion.

Statement:	I Disagree	I Somewhat Disagree	Neutral	I Somewhat Agree	I Agree
I consider myself an experienced flyer.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I am a demanding traveler.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
It is important for me to sit in a lounge while I wait for boarding.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
It is important for me to be able to relax from my work before boarding	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
It is important to be able to work undisturbed before boarding the flight.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I find Business traveling stressful.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. Select three (3) stress factors at airports from the list below.

- Check-in
 Standing in lines
 Surrounding noise
 Lost luggage
 Waiting for boarding
 Security check
 Long waiting time
 Tight schedule
 Customs control
 Immigration control
 Bad service
 Few announcements
 Delays
 Bad/Late flight information
 Other: _____

15. Fill out the alternative that corresponds best to your opinion.

Statement:	I Disagree	I Somewhat Disagree	Neutral	I Somewhat Agree	I Agree
Turku airport has a relaxing atmosphere.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Services after the security check are enough considering Turku airport's size.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Turku airport provides excellent customer service.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
The staff at Turku airport generally has good language skills.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

16. Name three (3) ways in which Turku airport meets your needs as a business traveler.

+ 1. _____ 2. _____ 3. _____

Name three (3) ways in which Turku airport does not meet your needs as a business traveler.

- 1. _____ 2. _____ 3. _____

17. What service or services would you suggest to be developed at Turku airport?

- Cash dispenser/ATM
 Valet parking and car cleaning
 Separate bar lounge after the security check
 Money exchange
 Fast dry-cleaning and shoe repairer
 Information about the connecting airports
 Relaxation area
 Massage
 Electronic device charging points
 Private working space
 Separate children's play-corner
 Other: _____

18. Would you be prepared to pay for the service suggested above?

Yes No

OTHER COMMENTS:

THANK YOU

BUSINESS - TRAVELER!

Do you want to
help us improve
The airport?

SPEND 5 MINUTES TO ANSWER THE
BUSINESS TRAVEL SURVEY 10-11.12.2012.



FINAVIA

NOVIA

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES