



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

Oppiaine	Ltt. Kansainvälinen liiketoiminta	Päivämäärä	18.10.2007
Tekijä(t)	Jussi Nummelin	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	149
Otsikko	Pienen erikoiskaupan kansainvälistyminen verkkokaupan avulla. Toimitusketjun hallinta Partiovaruste Oy:ssä		
Ohjaaja(t)	KTT Niina Nummela, KTM Mélanie Raukko		

Tiivistelmä

Tämän konstruktiivisen tapaustutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, miten Partiovarusteen tulee kansainvälistyä verkkokaupan avulla. Tutkimuksen osaongelmissa selvitettiin, mikä Partiovarusteessa muuttuu kansainvälistymisen myötä, mitkä ovat sen verkkokaupan kriittiset menestystekijät ja mitä kansainvälistyminen verkkokaupan avulla edellyttää sen toimitusketjun hallinnalta. Tavoitteena oli laatia Partiovarusteelle kansainvälistymissuunnitelma sekä täyttää tutkimuksellinen aukko verkkokaupan pk-yrityksen kansainvälistymisen alueella.

Tutkimuksessa todettiin, etteivät perinteiset kansainvälistymismallit suoraan sovi verkkokaupan yrityksille, joten yhdistelmämallin laatiminen oli välttämätöntä. Tutkimuksen keskeisinä tuloksina voidaan esittää, että yleisellä tasolla Partiovarusteen tulee aloittaa kansainvälistyminen prosessimallin mukaisesti lähimarkkinoilta, mutta kehittyä nopeasti monikansalliseksi kauppiaaksi. Asemia kansainvälisissä verkostoissa tulee kehittää pyrkien omaan maahantuontiin ja turhien väliportaiden poistamiseen. Integroinnit kansainvälisten kumppaneiden järjestelmiin ovat avainasemassa. Partiovarusteen tulee noudattaa markkinastrategiaa sekä kehittää kansainvälistä liiketoimintaansa yhtäältä systemaattisesti ja toisaalta myös spontaanisti ja radikaalisti. Tämä edellyttää tietojärjestelmien ja organisaation joustavuutta.

Verkkokaupan kriittisiksi menestystekijöiksi kohdeyrityksen kannalta nousi viisi tekijää: 1. Luottamuksen rakentamiseen liittyvä innovatiivisuus kauppapaikan teknisissä ominaisuuksissa ja käytettävyydessä sekä partiolaisuuden käyttö eettisenä kilpailuetuna, 2. skandinaaviin laatubrandeihin pohjautuva tuotestrategia, 3. brandien integraatioon liittyvät kysymykset, 4. Yrityksen markkinointikonseptin rakentaminen ja verkkokaupan tai -kauppojen asema siinä, sekä innovatiivinen markkinointi hakukoneissa, kumppanien sivustoilla ja yhteisöllisyytenä ja 5. verkkokaupan näkeminen Partiovarusteen tapana tehdä kansainvälistä kauppaa.

Toimitusketjun hallinnan osalta Partiovaruste kehittää johdettuja suhteitaan erityisesti Haltin, Haglöfsin ja Greendoorin kanssa ja erityisesti Haltin kanssa tutkitaan mahdollisuutta lähettää asiakkaalle suoraan valmistajan varastosta. Lisäksi yritys etsii uusia potentiaalisia skandinaavisia kumppaneita. Jakelun kokonaisuuden ylläpito ja parantaminen on lähinnä operatiivinen asia, mutta asiakaspalvelun osuus korostuu jokaisella osa-alueella.

Tutkimuksen luotettavuutta arvioitiin yleisesti hyväksi: Siirrettävyys ja riippuvuus ovat tutkielman laadun suhteen jopa ansiokkaita ja uskottavuus hyvä. Tarkistettavuus oli tyydyttävää tasoa. Ratkaisu läpäisi konstruktiivisen tutkimusotteen heikon markkinatestin, eli tutkimustulokset otettiin käyttöön kohdeyrityksessä. Niinpä tutkimusta voidaan pitää sekä tieteellisessä käytännön liikkeenjohdollisessa mielessä onnistuneena.

Asiasanat	Kansainvälistyminen, pk-yritys, verkkokauppa, toimitusketjun hallinta, kriittiset menestystekijät
Muita tietoja	Toimeksiantotutkimus Partiovaruste Oy:lle

