



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

Oppiaine	LTT, Tietojärjestelmätiede	Päivämäärä	5.3.2008
Tekijä(t)	Sami Seppälä	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	123
Otsikko	Strategia ja uuden liiketoiminnan suunnittelu. Paikallisen maahantuontiorganisaation haasteet		
Ohjaaja(t)	KTT Jussi Puhakainen		

Tiivistelmä

Kaupankäynnin kansainvälistyminen, maiden rajojen avautuminen, yhteinen valuutta ja Internetin kehitys aiheuttavat haasteita paikallisille maahantuonti- ja myyntiorganisaatioille. Kansainvälinen kilpailu ja verkkokaupankäynti pienentävät paikallisten yritysten saavutettavissa olevaa markkinapotentiaalia ja kiristävät kilpailua. Paikallisen yrityksen pysyessä omalla alueella ja toimialalla, ovat sen kasvumahdollisuudet rajallisia.

Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää uuden liiketoiminnan suunnitteluun tarvittava tietämys. Tietämystä sovelletaan tutkimuksen kohdeyritykseen. Tutkielman kohdeyrityksen ongelmana on yrityksen asiakaspotentiaalin väheneminen, joka on aiheuttanut rajoitteita liiketoiminnan kasvulle. Tutkielmassa pyritään tietämykseen perustuen suunnittelemaan strategia, jonka avulla kohdeyrityksen asiakasmäärä lisääntyy, yritys saa uusia liiketoimintamahdollisuuksia sekä uuden konkreettisen tuotteen tai palvelun. Tutkimus toteutettiin laadullisena tutkimuksena, ja tutkielman painopiste oli toiminnan strategisessa suunnittelussa, elektronisessa kaupankäynnissä, kohdeyrityksen ja sen toimialalta kerätyn aineiston tulosten analysoinnissa ja tulkinnassa.

Tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että yritys tarvitsee vahvan strategian, jolla määritellään ne toiminnan osa-alueet, joilla yritys voi menestyä. Strateginen suunnittelu on tärkeää, oli organisaatio kooltaan suuri tai pieni. Yrityksen analysoinnin ja luovan sekä vahvan strategian avulla yrityksen on mahdollista löytää oma roolinsa kiristyviltä markkinoilta. Tämä vaatii omien vahvuuksien ja heikkouksien rehellistä tunnistamista, ja sitä kautta kilpailukykyisten konseptien luomista. Riittävän strategisesta suunnittelusta tulee luoda omat toimintamallit sekä konkreettinen palvelutuote, joka onnistuessaan mahdollistaa yritykselle asiakasmäärän ja liiketoiminnan kasvattamisen. Lisäksi tutkimuksen tuloksena havaittiin elektronisen kaupankäynnin mahdollisuudet liiketoiminnan tukemiseen. Tutkimuksen tuloksena oli myös se, että elektronisesta kaupankäynnistä ei nähdä olevan kilpailuetua ilman vahvaa strategiaa. Elektroninen kaupankäynti on nopeasti kasvava myyntikanava, missä tutkimuksen kohdeyrityksellä nähdään olevan hyvät mahdollisuudet toimia.

Asiasanat	strategia, kilpailuetu, verkkokauppa
Muita tietoja	