



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

Aine	Liiketaloustiede: markkinointi	Päivämäärä	6.5.2003
Tekijä(t)	Mari Hellman	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	105
Otsikko	DESIGN MANAGEMENT SUOMALAISEN HUONEKALUALAN YRITYKSEN KILPAILUSTRATEGIASSA		
Ohjaaja(t)	KTT Pekka Tuominen ja KTM Arja Lemmetyinen		

Tiivistelmä

Kilpailun kiristyessä ja tuotteiden ollessa suuremmissa määrin toistensa kaltaisia, asiakkaan valintaperusteet löytyvät yhä harvemmin puhtaasti tosiasioista. Yrityskuvan merkitys kasvaa asiakkaan valitessa ne yritykset, joista hänellä on positiivinen mielikuva. Yrityskuva saa uudenlaisen merkityksen: selkeän yrityskuvan omaava yritys erotetaan ja tunnistetaan kilpailijoista ja näin valinta osuu markkinoilla kilpailijoita todennäköisemmin siihen. Hallitun yrityskuvan keskeiset profiilitekijät ovat tuote, viestintä ja ympäristö ja nämä kolme elementtiä yhdessä muodostavat design managementin sisällön. Design managementilla tarkoitetaan yrityksen tuotteisiin, viestintään ja toimintaympäristöön kohdistuvan muotoilun hallintaa ja tämän hallinnan koordinoimista osaksi yrityksen strategiaa.

Tämän tutkielman tarkoituksena on kuvata design managementia suomalaisen huonekalualan yrityksen kilpailustrategiassa ja analysoida, voiko yritys muotoilun näkökulmat huomioon ottaen parantaa kilpailullista asemaansa markkinoilla. Tutkimuksen tarkoituksesta voidaan johtaa seuraavat osaongelmat: 1. Mitä on design ja design management? 2. Mistä syntyy kilpailukyky liiketoiminnassa? ja 3. Miten design management sijoittuu tutkimuksen kohteeksi valitun suomalaisen designalan yrityksen kilpailustrategiaan? Case-yritykseksi tähän tutkimukseen valittiin PST-Moduli Oy, joka valmistaa ja markkinoi Muurame-huonekaluja. Tutkimusote oli toiminta-analyttinen ja tietojenkeruumenetelmänä käytettiin pääasiassa teemahaastattelua.

Muuramessa toteutetaan johdonmukaisesti design managementia. Yrityksen tarkoituksena on luoda ja ylläpitää yrityskuvaa, joka tukee laadukkaiden tuotteiden myyntiä. Näin design management on vahvasti mukana yrityksen kilpailustrategiassa. Tuotedesign on selvästi korostunut niin toimialan design-luonteen kuin itse fyysisen tuotteen vuoksi. Kuitenkin yrityksessä otetaan huomioon myös viestintädesign ja toimintaympäristödesign yrityskuvaan liittyvinä tekijöinä. Erityisen merkittävää on se, että design managementin peruseräite kaikkien yksityiskohtien merkityksellisyydestä on sisäistetty. Yrityskuvaa pyritään siis muokkaamaan haluttuun suuntaan nimenomaan selkeällä, johdonmukaisella yrityskokonaisuudella, mutta kokonaisuudessa otetaan huomioon kaikki pienet tekijät.

Asiasanat	design management, muotoilujohtaminen, kilpailukyky
Muita tietoja	