



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

Oppiaine	Liiketaloustiede, markkinointi	Päivämäärä	11.4.2010
Tekijä(t)	Pia Klemets	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	83
Otsikko	Sisustus- ja huonekalukaupan mikroyritysten menestyminen Turun seudulla		
Ohjaaja(t)	KTT Heli Marjanen, KTM Kaisa Saastamoinen		

#### Tiivistelmä

Tutkielman tarkoituksena oli tarkastella tekijöitä, jotka vaikuttavat pienen sisustus- ja huonekalukaupan menestykseen markkinoilla. Tutkimuksen taustalla olivat pienyritysten heikentyneet menestymisen mahdollisuudet muuttuvan toimintaympäristön ja vallitsevan taloudellisen tilanteen vuoksi. Tutkimuksen suorittamista ohjasi seuraava tutkimuskysymys: mistä tekijöistä muodostuu sisustus- ja huonekalukaupan mikroyrityksen kilpailukyky? Tutkielman teoreettinen viitekehys muodostui menestyvää liiketoimintaa ja pienyrityksen kilpailukykyä käsittelevistä teorialuvuista.

Tutkimus toteutettiin kvalitatiivisena tutkimuksena ja aineisto kerättiin teemahaastattelulla. Haastatteluiden kohderyhmäksi valittiin viisi yksityistä omistajayrittäjävetoista mikroyritystä, jotka myivät korkealuokkaisia kodinsisustustuotteita Turun talousalueella. Yritysten valintakriteerinä pidettiin yli kymmenen vuoden toimimista alalla.

Tulosten perusteella merkittävimäksi menestymiseen vaikuttavaksi tekijäksi nousi yksilöllinen ja asiantunteva palvelu. Hyvä palvelu oli kokonaisvaltaista ja lähti asiakkaiden tarpeista käsin. Laadukas palvelu loi pitkäaikaisia asiakassuhteita, joita pidettiin olennaisina yritysten menestymiselle. Myös tuotteilla ja myymäläympäristöllä oli suuri merkitys alan pienyritykselle. Tärkeimpiä tuotteiden ominaisuuksia olivat laadukkuus ja yksilöllisyys. Myös tunnetut brändit olivat merkityksellisiä yritysten asiakkaille ja niiden todettiin auttavan asiakasta arvioimaan tuotteesta saatavia hyötyjä, kuten laatua ja kestävyyttä. Myymäläympäristön tuli tukea osaltaan tuotteita ja luoda inspiraatiota sisustamiseen. Yrityksissä päivittäin työskentelevät omistajat olivat keskeinen tekijä menestymisen taustalla. Vahvan sitoutumisen ja motivaation nähtiin auttavan toiminnan hoitamisessa ja menestyksen saavuttamisessa. Yrittäjien toimiminen asiakasrajapinnassa mahdollisti asiakkaiden tarpeista lähtevän päätöksenteon. Pienyrityksen etuna pidettiin päätöksenteon nopeutta ja joustavuutta. Yrityksen sijainti muiden saman alan liikkeiden läheisyydessä ja sijainnin merkitys yrityksen imagolle nousi tärkeäksi. Muiden läheisyydessä toimiminen toi vetovoimaa yrityksille. Jotta sijainnista muiden lähellä oli hyötyä, oli tärkeää, että tarjottava tuotevalikoima oli riittävän erilaista.

Yrityksen kilpailukykyyn ja menestyksen kannalta olennaisinta on tarjota asiakkaalle arvoa kilpailijoita paremmin. Arvoa asiakkaalle syntyy eri tekijöiden yhteisvaikutuksena ja arvon taustalla vaikuttavat asiakkaan sen hetkiset tarpeet. Mitä suuremmat asiakkaan saamat hyödyt ovat uhrauksiin nähden, sitä enemmän arvoa asiakas kokee saavansa. Lähtökohta arvonluonnille ja sen kehittämiseksi on yrityksen omistaja, joka tuntee oman yrityksensä asiakaskunnan ja sen tarpeet.

Asiasanat	Erikoiskauppa, pienyritykset, kilpailukyky, menestys, sisustus- ja huonekalukauppa
Muita tietoja	