



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

Oppiaine	Ltt, markkinointi	Päivämäärä	26.06.2008
Tekijä(t)	Vilja Mäkelä	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	125
Otsikko	Kukonaskeleen muita edellä? Laitilan Wirvoitusjuomatehtaan innovatiivisuus		
Ohjaaja(t)	KTT Juha Panula, KTM Petteri Ojala		

Tiivistelmä

Luovuus ja innovatiivisuus edistävät kilpailukykyä, ja niitä voidaan löytää kaiken kokoisista yrityksistä. Suurin vaikutus niillä on ehkä kuitenkin pieniin yrityksiin. Tutkimuksen tarkoituksena on tarkastella, miten innovatiivisuus voi ilmetä pk-yrityksessä. Ongelmaa tutkitaan seuraavien osaongelmien avulla:

- Mistä lähteistä innovatiivisuus voi saada alkunsa ja mitä riskejä innovatiivisuuteen voi liittyä?
- Mikä on yrittäjän ja verkostojen rooli yrityksen innovatiivisuudelle?
- Miten yritys voi saavuttaa kasvua innovatiivisuudella?
- Mitä eri ulottuvuuksia innovatiivisuudella on?

Tutkielmassa käytetään Sawhneyn, Wolcottin ja Arronizin vuonna 2006 kehittämää innovaatiotutkaa, joka käsittää 12 eri innovatiivisuusulottuvuutta. Tutkielman empiriaosuudessa tarkastellaan Laitilan Wirvoitusjuomatehtaan innovatiivisuutta. Laitilan Wirvoitusjuomatehdas on Laitilassa sijaitseva vuonna 1995 perustettu panimo, jonka tuotevalikoimaan kuuluvat oluet, siiderit, long drink -juomat ja virvoitusjuomat. Yrityksen innovatiivisuus on näkynyt lukemattomilla eri tavoilla. Esimerkkeinä mainittakoon omaperäiset tuotenimet ja tuotteiden design, erilaiset markkinointitavat ja -kanavat sekä täysin uusi tuote, keliakikoille sopiva gluteeniton täysmallasolut Kukko-pils.

Tutkimusongelmaa lähestyttiin kvalitatiivisilla eli laadullisilla tutkimusmetodeilla. Aineistona käytettiin vuosina 1995–2008 caseyrityksestä julkaistuja lehtiartikkeleita ja www-sivuilla olevaa aineistoa. Lisäksi tutkija haastatteli yrityksen nykyistä toimitusjohtajaa, yrityksen mainostoimiston toimitusjohtajaa ja yrityksen entistä toimitusjohtajaa. Haastattelumuotona käytettiin teemahaastattelua. Kaikki aineisto teemoiteltiin ja tyypiteltiin. Tutkimuksessa havaittiin, että yritys on ollut innovatiivinen kaikilla ulottuvuuksilla. Lisäksi se on ollut erityisen innovatiivinen markkinointiviestinnässään. Tämä ulottuvuus puuttuu kokonaan innovaatiotutkasta ja tutkijan mielestä se tulisikin lisätä tutkaan. Sawhney ym. ovat tutkineet innovaatiotutkan toimivuutta vain suurten yritysten osalta, mutta tämä tutkielma osoittaa tutkan toimivuuden myös pk-yrityksessä.

Vaikka yritykset painottavat luovuutta ja innovatiivisuutta teemoissaan, kuitenkin vain harvat löytävät todellisen innovatiivisuuden. Luovuus ja innovatiivisuus eivät ole tulevaisuuden kilpailuvaltteja, vaan ne ovat nykyaikaa, eikä niiden tulisi elää vain sanahelinänä. Ne ovat myös tärkeitä yrityksen tuottavuuden osatekijöitä ja menestystekijöitä tulevaisuuden globaaleilla markkinoilla. Luovuus ja innovatiivisuus ovat tämän päivän yrityksen tärkeimpiä voimavaroja. *Luo tai luovuta!*

Asiasanat	Alkoholimainonta, innovatiivisuus, innovaatiot, innovatiivinen markkinointiviestintä, luovuus, yrittäjyys
Muita tietoja	