



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

Oppiaine	Kansainvälinen liiketoiminta	Päivämäärä	15.2.2004
Tekijä	Mikko Manninen 8410	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	100
Otsikko	Mynthon-pastillien uudelleenlanserauksen mahdollisuuksista Unkarissa ja Romaniassa		
Ohjaajat	VTT Urpo Kivikari ja KTM Elina Pelto		

Tutkielman tarkoituksena on selvittää, millaiset mahdollisuudet Unkari ja Romania tarjoavat Mynthon-pastillien uudelleenlanseraukselle selvittämällä mitkä tekijät tulisi huomioida Leaf Oy:n mahdollisesti tulevaisuudessa toteuttamaa lanserausta suunniteltaessa. Tavoitteena on kartoittaa kohdemaiden kulutustuotelanseraukseen vaikuttavia erityispiirteitä analysoimalla niiden pastillimarkkinoita toimintaympäristöinä. Lisäksi tutkielmassa tarkastellaan Mynthonin ja sen kanssa kilpailevien merkittävimpien pastillimerkkien käyttämiä kilpailukeinoja.

Turkulaisen Leaf Oy:n tuottamat Mynthon-pastillit ovat jo pitkään kuuluneet Suomen suosituimpien makeisten joukkoon ja olleet kiistaton markknajohtaja pastillien sarjassa. Myös Venäjän ja muiden entisen Neuvostoliiton alueen ja Baltian maiden markkinoilla Mynthon on menestynyt erittäin hyvin. Useimpien itäisen Keski-Euroopan maiden tapaan myös Unkarissa ja Romaniassa Mynthonia on ollut Leaf Oy:n puolalaisen sisaryrityksen tuottamana ja markkinoimana tarjolla jo kahdeksan vuoden ajan. Toiminta ei ole ollut kovinkaan menestyksestä varsin merkittävästä markkinapotentiaalista huolimatta.

Kuten useimpien Itä-Euroopan siirtymätalouseksiin, myös Unkarin ja erityisesti Romanian merkkinoille levittäytymisen ja niillä toimimisen ongelmaksi nousee kuluttajien ostovoiman alhaisuus. Näin ollen hyvän jakelupeiton hankinta tuotteelle maiden varakkaammilla alueilla ja suurimmissa kaupungeissa on erityisen merkityksellistä.

Romanian mahdolliselle Mynthonin uudelleenlanseraukselle tarjoamia mahdollisuuksia parantaa maan pastillimarkkinoiden alhaisempi kilpailu. Vaikka Unkarin ostovoima onkin merkittävästi Romaniaan korkeampi, on maassa myös enemmän kilpailevia pastillimerkkejä.

Mikäli pastillien uudelleenlanseraus itäiseen Keski-Eurooppaan toteutetaan, vaaditaan tuotteeseen ja siihen olennaisesti liittyviin tekijöihin merkittäviä muutoksia. Unkarissa sokerittomuudella ja muilla mahdollisilla terveysvaikutteisilla ominaisuuksilla voi olla Mynthonin imagoa ja myyntiä tehokkaasti parantava vaikutus. Romaniassa sitä vastoin sokeripohjaiset pastillit tullevat pysymään markkinajohtajina vielä pitkään. Ero johtuu pääosin eroista maiden kehittyneisyydessä ja kuluttajakäyttäytymisessä.

Merkittävin osa Mynthonin mahdollista uudelleenlanserausta Unkariin ja Romaniaan on toimivan yhteistyön kehittäminen paikallisten markkinointi-, jakelu ja vähittäismyyntiyritysten kanssa. Ilman paikallista, maan toimintatavat tuntevaa yhteistyökumppania tuloksellinen toiminta ei ole mahdollista. Myös oikean kohderyhmän löytäminen ja saavuttaminen on tärkeää. Tämä on mahdollista vain toimivan tutkimustyön, tuotevalikoiman kehittämisen ja viestinnän avulla.

Asiasanat	Mynthon-pastillit, uudelleenlanseraus, Unkari, Romania, kuluttajakäyttäytyminen
Muita tietoja	-