



<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Oppiaine	Liiketaloustiede, markkinointi	Päivämäärä	17.4.2009
Tekijä(t)	Hanna-Maarit Nieminen	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	79
Otsikko	Kasvun ja muotoilun vuoropuhelu pienyrityksen alkutaipaleella Pienyritys Oy:n tarina ja sen analyysi		
Ohjaaja(t)	KTT Juha Panula KTM Hannu Makkonen		

#### Tiivistelmä

Pro gradu - tutkielmani on tapaustutkimus, jossa kohteyrityksenä on pieni ja kasvuhaluinen Pienyritys Oy. Yritys pyrkii asemiin korkealuokkaisten designtuotteiden suunnittelijaksi ja valmistajaksi, minkä vuoksi yritys ei halua kasvaa muotoilun kustannuksella. Tutkielman tarkoituksena on selvittää, *miten kasvun ja muotoilun vuoropuhelu näkyy Pienyritys Oy:n alkutaipaleella*. Tutkielman tarkoituksena on päästään vastaamalla osaan ongelmiin: Miten muotoilu on edesauttanut Pienyritys Oy:n kasvua? Miten muotoilu on hidastanut yrityksen kasvupyrkimyksiä?

Tutkielman teoreettinen viitekehys koostuu kahdesta kokonaisuudesta. Ensimmäinen käsittelee yrityksen kasvua; kasvun hyötyjä, kasvun eri tapoja ja kasvun mittareita. Kasvun jälkeen tarkastellaan muotoilua ja sen merkitystä liiketoiminnassa. Muotoilun osa-alueista keskitytään teolliseen muotoiluun, koska sillä on tutkielman kohteyrityksen tuotteissa keskeinen rooli. Tutkielman empiirisessä osassa kerrotaan Pienyritys Oy:n tarina yrityksen perustamisesta, eli kevästä 2007, syyskuun 2008 loppuun. Tarina on jaettu kahteen osaan: ensin kerrotaan yrityksen perustamisvaiheesta, minkä jälkeen tarkastellaan yrityksen markkinointia yhden vuoden ajalta. Tarina analysoidaan kasvun ja muotoilun näkökulmista.

Pienyritys Oy:n alkutaival on ollut tasapainoilua kasvun ja muotoilun välillä. Muotoilusta on ollut yritykselle paljon hyötyä, ja se on avannut uusia ovia yrityksen kasvulle. Hyvin muotoiltujen tuotteiden vuoksi Pienyritys Oy on kiinnostanut sisustusalan ammattilaisia, kuluttajia ja mediaa. Muotoilu on tuonut näkökyvyyttä, tyydytystä ja lisääntyneen myyntiä. Muotoilun avulla yritys on päässyt myös jälleenmyyjänsä tuotevalikoimiin ja saanut yhteistyöehdotuksia isoilta toimijoilta. Muotoilu ei ole kuitenkaan pelkästään edesauttanut Pienyritys Oy:n kasvua: pieni yritys on joutunut välillä luopumaan kasvun mahdollisuuksista, jotta se säilyttäisi muotoilunsa ja brandi-imagonsa. Osa Pienyritys Oy:n saamista yhteistyöehdotuksista olisi tarjonnut väylän kasvulle, mutta yritys olisi tällöin kasvanut muotoilun kustannuksella. Samoin jälleenmyyjien kyselyt yksinmyyntioikeudesta ja yksinoikeudesta omaan tuotemalliin olisivat hidastaneet ja rajoittaneet yrityksen kasvua.

Asiasanat	kasvu, kasvuyritykset, muotoilu, pienyritykset, narratiivisuus, teollinen muotoilu
Muita tietoja	