



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

Oppiaine	Markkinointi	Päivämäärä	20.2.2009
Tekijä(t)	Anna-Leena Vasamo	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	94
Otsikko	Tuotteen teollisen muotoilun haasteet kansainvälisillä markkinoilla		
Ohjaaja(t)	KTT Leila Hurmerinta-Peltomäki		

Tiivistelmä

Globalisaation ja tiukentuneen kilpailun seurauksena kansallisten rajojen ylittämistä on tullut yrityksille yhä tärkeämpää kilpailukyvyä säilyttämiseksi. Kansainvälisen kaupan avauduttua yritykset ovat joutuneet etsimään uusia tapoja saavuttaa kestävä kilpailuetua. Vaihtoehtoisten markkinointikanavien lisääntyä ja perinteisen mainonnan tehon heikennyttyä yksi jäljelle jäävistä keinoista erottua kilpailussa ja viestiä asiakkaille on teollinen tuotemuotoilu. Menestyminen kansainvälisillä markkinoilla edellyttää myös kohdemarkkinoiden erityispiirteiden tuntemusta. Tässä tutkimuksessa tutkittiin sitä, miten näihin kansainvälisten kohdemarkkinoiden tuotteelle asettamiin haasteisiin on mahdollista vastata teollisen muotoilun keinoin.

Tutkimuksen empiirinen osa pohjautui teollisen muotoilun ja kansainvälisen markkinoinnin alojen aikaisemman tutkimuksen perusteella muodostettuun teoreettiseen viitekehukseen. Tutkimusongelmaa tutkittiin laadullisin tutkimusmenetelmin. Tutkimuksen kohdeyrityksenä oli kulutushyödykkeitä valmistava, laajasti kansainvälisillä markkinoilla kilpaileva yritys, ja tutkimusongelmaa tarkasteltiin havainnollistavaksi esimerkkituotteeksi valitun partakoneen näkökulmasta. Aineistonkeruumenetelminä käytettiin teemahaastatteluja, sekundääristä dokumenttiaineistoa ja havainnointia. Teemahaastattelujen avulla tutkittiin sitä, mitä haasteita kansainväliset kohdemarkkinat asettavat tuotteelle teollisen muotoilun näkökulmasta. Sekundääriseen dokumenttiaineiston avulla tehtiin vertaileva tuoteanalyysi, jossa tutkittiin sitä, miten kohdemarkkinoiden erityispiirteiden tuotteelle asettamiin haasteisiin voidaan vastata konkreettisin teollisen muotoilun keinoin. Aineistojen analyyseissä käytettiin hyväksi myös tutkimuksen tekijän henkilökohtaisia havaintoja kohdeyrityksen muotoilutoiminnasta.

Kansainvälisten kohdemarkkinoiden erityispiirteistä erityisesti kohdemarkkinoiden taloudellisen tilan, tuotteen tilan elinkaarella sekä kohdemarkkinoiden kulttuurin voitiin nähdä asettavan haasteita tuotteen teolliselle muotoilulle. Kohdemarkkinoiden taloudellinen tila asettaa haasteita materiaalien käytölle sekä grafiikoiden toteutukselle. Väri on muotoiluelementeistä vähiten investointeja vaativa erilaistamiskeino. Tuotteen tila elinkaarella asettaa haasteita tuotteen viestinnällisyydelle: käytettävyyden korostamisella on suurempi merkitys elinkaaren alkuvaiheissa, kun taas elinkaaren myöhemmissä vaiheissa tuotemuotoilun symboliikan merkitys kasvaa. Kohdemarkkinoiden kulttuuri asettaa haasteita tuotegrafiikoiden ymmärrettävyydelle. Myös kulttuuriperäiset erot tuotteiden käyttötavoissa asettavat haasteita tuotteiden teolliselle muotoilulle käytettävyyden suhteen.

Asiasanat	Kulutushyödykkeet, teollinen muotoilu, kansainväliset markkinat
Muita tietoja	