



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

Oppiaine	Tietojärjestelmätiede	Päivämäärä	12.12.2005
Tekijä(t)	Hannu-Pekka Kultra	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	145
Otsikko	Kytkykauppa matkapuhelinoperaattoreiden strategisena kilpailukeinona		
Ohjaaja(t)	KTT Jussi Puhakainen, KTT Jonna Järveläinen		

#### Tiivistelmä

Matkapuhelimien ja matkapuhelinliittymien kytkykauppa on hyvin ajankohtainen aihe matkaviestinmarkkinoilla, koska kytkykauppa tullaan hyvin todennäköisesti sallimaan Suomessa lähitulevaisuudessa viestintämarkkinalain muutoksella. Tutkielman tavoitteena on tuottaa tietoa siitä, miten suomalaisten matkapuhelinoperaattorien tulisi varautua lainmuutokseen.

Tutkielmassa keskitytään erityisesti siihen, minkälaisia strategisia keinoja operaattorit voivat käyttää kytkypakettien eli matkapuhelimen ja matkapuhelinliittymän muodostaman kokonaisuuden hinnoittelussa. Tutkielman tavoitteena on myös tuottaa tietoa siitä, minkälaisia muutoksia kytkykauppa tulee aiheuttamaan matkapuhelimien ja liittymien jakeluketjuun.

Empiriaosio koostuu markkinatutkimuksesta sekä haastatteluista. Markkinatutkimukseen valittiin yhteensä 15 matkapuhelinoperaattoria Iso-Britanniasta, Itävallasta ja Tanskasta. Se toteutettiin dokumenttianalyysinä, jonka pääasiallisena tietolähde oli ulkomaisten operaattoreiden www-sivut. Haastatteluilla selvitettiin kahden merkittävän matkapuhelimien ja liittymien jakelijan (Gigantti Oy ja Sonit Oy) näkemykset kytkykaupan vaikutuksista heidän toimintaansa.

Markkinatutkimuksesta nähtiin, että operaattorit käyttävät useita hinnoittelumenetelmiä kytkypakettien hinnoittelussa. Operaattoreiden subventointistrategioissa on eroja, mutta useimmiten subventoinnin määrään vaikuttaa kaksi asiaa: asiakkaan valitseman liittymäsopimuksen pituus ja liittymän kuukausimaksu. Haastatteluista ilmeni, että kytkykauppa luo haasteita päätelaitteiden ja liittymien jakeluun ja tulee vaatimaan enemmän yhteistyötä päätelaittevalmistajien ja operaattoreiden kanssa.

On nähtävissä, että osa operaattoreista pyrkii erilaistumaan tarjoamalla lisäarvoa tuottavia mobiilipalveluja, kun taas osa pyrkii kilpailemaan peruspalvelujen hinnoilla. Operaattorit voivat erilaistaa tarjontansa käyttämällä asiakaspalkitsemisohjelmia, joita tarkasteltiin markkinatutkimuksessa. Kokonaisuudessa tutkielma osoitti, että kytkykauppa luo useita uusia strategisia mahdollisuuksia erityisesti hinnoitteluun ja asiakkaiden sitomiseen liittyen.

Asiasanat	Kytkykauppa, matkaviestinpalvelut, teleoperaattorit, hinnoittelu, matkapuhelimet, markkinatutkimus
Muita tietoja	