



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

Oppiaine	Kansainvälinen liiketoiminta	Päivämäärä	30.7.2004
Tekijä(t)	Jonna Koivuniemi	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	98
Otsikko	Yrityksen ostokäyttäytyminen liikesuhteen eri kehitysvaiheissa Case: Elintarviketeollisuus/Ravintoraisio Oy		
Ohjaaja(t)	KTT Esa Stenberg, KTM Elina Pelto		

#### Tiivistelmä

Tutkimuksen tarkoituksena oli ymmärtää ja kuvailla, miten myyjä- ja ostajayrityksen välisen liikesuhteen kehitysvaihe muuttua ostavan osapuolen ostokäyttäytymistä. Jotta tähän tutkimuksen pääongelmaan löydettäisiin vastauksia, ensin pohdittiin, miten yritystenväliset liikesuhteet alkavat ja kehittyvät, kuinka yrityksen ostokäyttäytymistä voidaan tarkastella ja jäsentää sekä millaista on liikesuhteessa tapahtuva ostaminen.

Tutkimuksen teoreettinen viitekehys rakentui aikaisemmalle tutkimukselle organisaatioiden ostokäyttäytymisestä sekä yritystenvälisistä liikesuhteista. Liikesuhteen kehitysvaiheet, tietoisuus, arviointi ja kokeilu, kehittyminen sekä vakaa vaihe, käytiin läpi erilaisten tasomallien tarkastelun jälkeen. Yrityksen ostokäyttäytymistä pohdittiin ostopäätöksentekijöiden, ostoprosessin sekä ostokäyttäytymiseen vaikuttavien tekijöiden näkökulmista.

Tutkielman empiirisen osan strategiaksi valittiin tapaustutkimus ja case-yritykseksi Ravintoraisio Oy. Tarkastelun kohteena oli erityisesti Raision Margariini -toimialan kasvyravintoraisiojuustojen valmistukseen käytettävien pakattujen raaka-aineiden ostotoiminta prosessiin osallistuvien henkilöiden näkökulmista. Aineistonkeruun menetelmänä käytettiin teemahaastattelua ja haastatellut valittiin harkinnanvaraisesti tapausyrityksen ostoryhmän jäsenistä. Analysointimenetelminä käytettiin teemoittelua sekä malliin sovittamista.

RavintoRaision juustonvalmistukseen raaka-aineita hankkivaan ostoryhmään kuuluvat ostaja, tuoteriippumäärästä, tuotekehityspäällikkö, tuotantovastaava sekä raaka-ainevalvoja. Ostoryhmän todettiin pienenevän ja päätävävallan keskittyvän liikesuhteen edistyessä ongelmitta sekä ostettavan raaka-aineen pysyessä samana ja ollessa jo tuotantoon hyväksytty. Ylintä päätösvaltaa ryhmässä käyttävät ostaja, tuoteriippumäärästä tai molemmat yhdessä ostoprosessista riippuen. Tapausyrityksen ostoprosessi on monimutkaisimmillaan liikesuhteen arviointi- ja kokeiluvaiheessa ja yksinkertaisimmillaan sen vakaassa vaiheessa. Kuitenkin tuotetekijöillä näyttäisi olevan suurempi merkitys ostoprosessin monimutkaisuudelle kuin liikesuhteen kehitysvaiheilla. Ostoprosessin eri vaiheiden tärkeys tapausyrityksessä poikkesi jonkin verran ennalta oletetusta mallista.

Ostoprosessin eri vaiheissa tehtävien päätösten lopputuloksiin liikesuhteen kehitysvaiheella näytti olevan paljonkin merkitystä. Suurimpana syynä kehittymis- tai vakaaseen vaiheeseen edenneiden toimittajien suosimiselle voidaan pitää ostoryhmän riskienvälittämispyrkimystä. Pitkäaikaisia, luottamuksellisia liikesuhteita pidetään arvokkaina, sillä elintarvikealalla ei haluta ottaa riskejä raaka-aineiden laadun suhteen. Toisaalta yhtenä alan nykytrendinä on panostus tutkimukseen ja tuotekehitykseen, mikä antaa tilaa myös uusien toimittajien ideoille ja raaka-aineille.

Asiasanat	yritysten ostokäyttäytyminen, liikesuhteiden kehitys, elintarviketeollisuus
Muita tietoja	