

| | |
|---|-----------------------------|
| Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala | |
| Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma | |
| Työn tekijä(t) Henri Seppälä, Kalle Tikkanen | |
| Työn nimi Juomavedenjakeluratkaisujen kysynnän selvittäminen, Case: Oy Carlotron Ltd. | |
| Päiväys 22.3.2012 | Sivumäärä/Liitteet 82+10 |
| Ohjaaja(t) Antti Iire, Mäkelä Pentti | |
| Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Oy Carlotron Ltd. / Kari Miettinen | |
| Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää yritysten kysynnän määrä vesijohtoverkkoon liitettäviin juomavedenjakelijoihin sekä minkälaiset kilpailutekijät vaikuttavat juomavedenjakelijan valitsemiseen. Tutkimuksen toimeksiantaja oli Oy Carlotron Ltd., joka maahantuo italialaisen Cosmetal Ltd:n valmistamia vesijohtoautomaatteja. Tutkimuksen tavoitteena oli tuottaa tietoa siitä, millainen on juomavedenjakelijoiden kysyntä ja mitkä tekijät vaikuttavat yritysten ostopäätöksiin kyseistä tuotetta hankittaessa.</p> <p>Kvantitatiivinen tutkimus toteutettiin puolistrukturoidulla kyselylomakkeella ja tiedonkeruumenetelmänä käytettiin Internetin välityksellä toimivaa TYPALA -ohjelmistoa. Kysely lähetettiin sähköpostitse 342 yritykselle Pohjois-Savon alueella. Vastauksia saimme 94 kappaletta ja vastausprosentiksi muodostui 27,5 prosenttia.</p> <p>Teoriaosuus muodostuu kysynnän, kilpailun ja olennaisten kilpailukeinojen teoriasta sekä juomavesiratkaisuja tuottavien yritysten ja tutkimuksen case-yrityksen Oy Carlotron Ltd:n toimialan määrittelystä. Pohjustuksena opinnäytetyön empiiriseen osuuteen, teoria osuudessa teorian ohella käsitellään tutkimuksen kohteena olleen yrityksen Oy Carlotron Ltd:n toimintaa.</p> <p>Tutkimuksesta selvisi, että Pohjois-Savon alueella löytyy kysyntää vesijohtoverkkoon liitettäville juomavedenjakelijoille. Juomavedenjakelijaa hankittaessa pääasiallisina kriteereinä toistuvat hinta ja laatu. Yritykset, jotka omistavat juomavedenjakelijan, ovat tyytyväisiä juomavedenjakelijaan ja sen tuottamaan lisäarvoon. Jatkotutkimuksena voitaisiin tarkemmin tutkia yritysten halukkuutta kokonaisvaltaiseen palveluun ja olisiko palvelu yritysten mielestä parempi vaihtoehto ostaa vai vuokrata.</p> | |
| Avainsanat kysyntä, markkinatutkimus, kvantitatiivinen, juomavesiratkaisut | |
| | |

| | | | |
|---|-----------|------------------|-------|
| Field of Study Social Sciences, Business and Administration | | | |
| Degree Programme Degree Programme in Business and Administration | | | |
| Author(s) Henri Seppälä, Kalle Tikkanen | | | |
| Title of Thesis Demand research of drinking water solutions, Case: Oy Carlotron Ltd. | | | |
| Date | 22.3.2012 | Pages/Appendices | 82+10 |
| Supervisor(s) Antti Iire, Pentti Mäkelä | | | |
| Client Organisation/Partners Oy Carlotron Ltd. / Kari Miettinen | | | |
| <p>Abstract</p> <p>The aim of our study was to find out how much demand there would be for point of use water coolers in companies and which competitive factors affect the choice of water coolers. The research was commissioned by Oy Carlotron Ltd., which imports water coolers manufactured by Italian Cosmetal Ltd. The research objective was to provide information about the demand for water coolers and the factors that influence companies' decision to purchase this particular product.</p> <p>The quantitative survey was conducted with a half-structured query form and the data collection method used over the Internet was TYPALA – software. The query was sent by e-mail to 342 companies in the Pohjois-Savo region. 94 replies were received and the response rate was 27.5 per cent.</p> <p>The theoretical part consists of theory of demand, competition and essential marketing tactics as well as definition of the industry of companies providing drinking water solutions. Additionally, introduction of the case-company Oy Carlotron Ltd. and its activities are discussed in the theory part of the research.</p> <p>The study showed that there is demand for plumbed-in water coolers in the North Savo region. The main criteria for purchasing a water cooler are price and quality. The companies which have water coolers are satisfied with them and the added value they bring to the company. Further research could examine the incentives for companies to rely on a complete service and the preferred option of either to buy or lease a water cooler.</p> | | | |
| <p>Keywords</p> <p>demand, market research, quantitative, drinking water solutions</p> | | | |
| | | | |