

Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala	
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma	
Työn tekijä(t) Juho-Pekka Rissanen	
Työn nimi Oy Scantarp Ab:n jälleenmyyntikanavien kehittäminen	
Päiväys	4.4.2016
Sivumäärä/Liitteet	33
Ohjaaja(t) Jari Niemelä, Pentti Mäkelä	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Oy Scantarp Ab	
Tiivistelmä	
<p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli saada selville onko Suomen jälleenmyyjien keskuudessa kiinnostusta Oy Scantarp Ab:n tuotteille. Oy Scantarp Ab on Pohjois-Euroopan johtava päällystettyjen kankaiden valmistaja. Kankaat päällystetään erilaisilla thermoplastisilla polymeereillä asiakkaiden toiveiden mukaan. Yritys valmistaa myös jatkojalosteita eli valmiita tuotteita, työssäni keskityin vain jatkojalosteisiin. Tarkemmin sanoen, keskityin vain kierätysmateriaalista valmistettuihin avainlippupeitteisiin. Tällä hetkellä yrityksellä ei ole jälleenmyyjiä tuotteilleen, vaan myynti tehdään tehtaalta suoraan loppukäyttäjille.</p> <p>Jotta sain vastaukset edellä mainittuihin kysymyksiin, loin ja toteutin haastattelututkimuksen. Tutkimus toteutettiin puhelimitse ja sähköpostilla potentiaalisten tulevien yhteistyökumppaniyrityksien ostohenkilöstön keskuudessa. Tällaisia yrityksiä olivat jälleenmyyjäketjut, jotka ovat erikoistuneet rakennus-, ja puutarhatarvikkeiden kauppaan ja rautakauppaan. Tutkimuksessa keskityttiin siihen miten tuote tulisi toimittaa jälleenmyyjille, pakattuna lavoille vai valmiissa kuluttajakaukussa. Tutkimuksessa oli myös kysymykset pakkauselosteesta ja sen sisällöstä, sekä tuotteen koosta ja siihen liittyvistä toivomuksista jälleenmyyjän osalta. Luonnollisesti tärkeimpänä kysymyksenä oli onko kuluttajakaupassa kiinnostusta tällaiselle tuotteelle. Mikäli vastaus oli ei, asiaan pyydettiin tarkennusta lisäkysymyksillä, kuten mitä tuotteesta tulisi muuttaa kiinnostuksen herättämiseksi.</p> <p>Teoria osa on rakennettu jakelukanavien ympärille, tarkastelussa on mitä ne ovat, miten niitä tehdään ja miten ne vaikuttavat teollisuusalan yrityksen toimintaan ja myyntiin. Tutkimuskohteena ovat myös jakelukanavien kehittäminen ja niiden vaikutus kilpailuun. Hypoteesina on, enemmän jakelukanavia on enemmän myyntiä. Tämän opinnäytetyöprosessin aikana toteutetaan yritys syvemmän ymmärryksen saavuttamiseksi asiasta.</p> <p>Tutkimuksen lopputuloksena tuli vahva käsitys siitä, että tällaiselle tuotteella todellakin voi olla kysyntää kuluttajakaupassa, kunhan hinta on kohdallaan. Vain yhdellä haastatelluista yrityksistä oli valikoimissaan vastaavaa tuotetta. Opinnäytetyö voi tulevaisuudessa päästä tavoitteeseensa jälleenmyyntikanavien luomisesta, toistaiseksi sopimuksia ei ole syntynyt.</p>	
Avainsanat Toimitusketju, jälleenmyyjä, jälleenmyyntikanava, myynti, B2B myynti	

Field of Study Social Sciences, Business and Administration			
Degree Programme Degree Programme in Business and Administration			
Author(s) Juho-Pekka Rissanen			
Title of Thesis Creation of new resale channels for Ltd Scantarp			
Date	4.4.2016	Pages/Appendices	33
Supervisor(s) Jari Niemelä, Pentti Mäkelä			
Client Organisation /Partners Ltd Scantarp			
<p>Abstract</p> <p>The primary goal of this thesis was to find out whether there is an interest for Ltd Scantarp's products amongst the retailers in Finland. Ltd Scantarp is a leading producer of coated technical fabrics in the Northern Europe. The fabrics are coated with a variety of thermoplastic polymers to meet the needs of the customers. The company also fabricates finished products. More specifically; only tarpaulin made out of recycled material that has been awarded with a certificate for being domestic. Currently the factory has no retailer for the products, so all sales are done by transporting the products directly to the buyer from the factory.</p> <p>To elicit answers to the aforementioned questions, a survey was executed. The research in question was conducted via phone and E-mail by contacting the persons responsible of purchases from companies that deal in re-sales of construction and gardening equipment, as well as hardware. The research focus was placed on how the product should be delivered to the retailers, if the product should be packed on pallets or in a ready-to-go consumer package. Furthermore, under scrutiny were questions such as what kind of product information is necessary for this kind of product in consumer sales and would there be certain size for the tarpaulins or are they all acceptable. Naturally, the most important question to be addressed was if an interest exists for this kind of product. Upon receiving a negative response, further questions were posed concerning what needs to be changed in the product to make it an appealing article for retailing.</p> <p>The theory part is constructed around channels of distribution, more accurately what they are, how they affect the operation and sales of industrial companies and how they are made. The research also investigates the aspects of developing the channels of distribution and what kind of competitive impact that can have. The hypothesis is that more distribution channels result in increased sales. During this thesis project, an attempt is made to gain more in-depth knowledge of the matter.</p> <p>The results of the conducted survey indicated that there can be real interest for this kind of product, if the price can be fixed to be attractive for consumers. All but one of the companies that were interviewed, did not have an equal product in their selections. The goal of the thesis may be accomplished in the future, for now contracts are yet to be signed.</p>			
Keywords Supply chain, retailer, resalechannel, sales, b2b sales			