

Role of References in International Industrial Marketing – A Theory-Building Case Study about Supplier’s Processes of Utilizing References

DI Risto Salmisen väitöskirja ”Role of References in International Industrial Marketing – A Theory-Building Case Study about Supplier’s Processes of Utilizing References” tarkastettiin Lappeenrannan teknillisessä korkeakoulussa 16.12.1997. Vastaväittäjänä toimi professori Kimmo Alajoutsijärvi (Oulun yliopisto) ja valvojana apulaisprofessori Seppo Pitkänen.

Näyttäisi siltä, ettei tieteellisiä tutkimuksia referensseistä ole olemassa. Kuitenkin referenssien hyödyntäminen on tärkeää monelle sellaiselle yritykselle, joka markkinoi tuotteitaan / palveluksiaan toisille yrityksille. Tämän tutkimuksen tarkoituksena on lisätä ymmärtämystä referenssien hyödyntämisestä kansainvälisessä teollisessa markkinoinnissa konstruomalla niukasta olemassaolevasta tiedosta markkinoivan yrityksen referenssikäyttämistä kuvaava teoreettinen viitekehys. Tutkimuksessa on etsitty vastausta kysymyksiin, millaisia referenssien käyttötapoja on olemassa, mitkä tekijät vaikuttavat yrityksen referenssikäyttämiseen ja kuinka referenssejä todella hyödynnetään.

Tämä tutkimus on exploratiivisen ja teoriaa luovan luonteensa vuoksi monivaiheinen: teoria ja yhdessä yrityksessä tehdyt empiiriset tutkimukset vuorottelevat. Tutkimuksen alustava viitekehys ohjasi pilot-case tutkimusta, jonka tulokset suuntasivat seuraavaksi tehdyn kirjallisuuskatsauksen mielekkäisiin markkinoinnin osa-alueisiin. Kirjallisuuskatsauksen perusteella konstruointiin ensin referenssikäyttämistä kuvaava rakenneviitekehys ja sitten prosessiviitekehys, jotka yhdistettiin yhdeksi holistiseksi viitekehyyksi. Tämän jälkeen tutkimuksen toinen empiirinen vaihe toteutettiin case-yrityksessä käyttäen päätösanalyttistä tutkimusmenetelmää (Decision Systems Analysis). Sen avulla tunnistettiin, kuvailtiin vuokaavioina ja analysoitiin case-yrityksen neljä päätösprosessia, joissa referenssejä hyödynnetään. Vuokaavioiden analysoinnin jälkeen ehdotettiin teoreettiseen viitekehyyseen uusia konstruktioita ja tehtiin olettamuksia (propositions) viitekehyyksen kehittämiseksi edelleen.

Referenssin käsitteellinen ydin on asiakassuhde riippumatta siitä, millaisin konkreettisin tavoin referenssin käsitettä käytännössä käytetään. Referensseillä on, erilaisista konteksti- ja tilannetekijöistä riippuen erilaisia tehtäviä. Näistä tehtävistä näyttäisi muodostuvan referensseille neljä roolia: 1) myynnin ja myynninjohtamisen tehokkuuden lisääminen, 2) liiketoiminnan tehokkuuden lisääminen, 3) markkinointi-toimenpiteiden tehokkuuden lisääminen ja 4) tehokkuuden lisääminen asiakassuhteiden muodostamisessa, ylläpitämisessä ja kehittämisessä. Referensseillä siis on paitsi yrityksen ulkoisia myös yrityksen sisäisiä tehtäviä.

Referenssejä näyttäisi voitavan hyödyntää jatkuvana, koko yrityksen läpäisevänä päätöksentekoprosessina, jossa on monia eri hyödyntämistapoja. Yrityksille, joille referenssien hyödyntäminen on tärkeää, suosittelaa erityisen referenssipolitiikan luomista.

Tutkimuksessa on siis ehdotettu referenssille määritelmä, kehitetty referenssikäyttämisen teoriaa ja tunnistettu referenssien hyödyntämisen neljä roolia.