



Bik Bok Sellon toimintaympäristön kasvunäkymät

Nora Niemenoja

Opinnäytetyö
Företagsekonomi
2017

OPINNÄYTE	
Arcada	
Koulutus:	Liiketalous
Tunnistenumero:	
Tekijä:	Nora Niemenoja
Työn nimi:	Bik Bok Sellon toimintaympäristön kasvunäkymät
Työn ohjaaja:	Linda Puukko
Toimeksiantaja:	Bik Bok Sello
<p>Tiivistelmä:</p> <p>Tämä opinnäytetyö on toimeksianto Bik Bok Sellolle. Työn tavoitteena on selvittää mahdollisia muutoksia, joita liikkeen ulkoisessa toimintaympäristössä tulee tapahtumaan seuraavan kolmen vuoden aikana sekä niiden mahdollisia vaikutuksia myymälään.</p> <p>Opinnäytetyö koostuu teoreettisesta viitekehyksestä, tutkimusmetodista, empiirisestä analyysistä sekä tutkimuksen pohjalta syntyneistä johtopäätöksistä. Tutkimusmenetelmänä työssä käytetään kvalitatiivista haastattelua. Haastateltavina ovat Bik Bokin aluepäällikkö, Bik Bok Sellon myymäläpäällikkö sekä vastuumyyjä.</p> <p>Haastattelujen lisäksi tutkimuksessa käytetään apuna sekundääritietoa. Sekundääritieto saadaan sekä sisäisiä että ulkoisia lähteitä hyödyntäen. Sisäisenä lähteenä toimii toimeksiantajalta saatu tieto. Ulkoisina lähteinä käytetään aiheeseen liittyvää kirjallisuutta sekä internetistä löytyvää materiaalia. Työn viitekehyksenä käytetään PESTLE-analyysia.</p> <p>Tutkimuksessa selvisi, että haastateltavat kokivat suurimpina muutoksen kohteina myymälän kannalta ekologisuus –trendin jatkumisen ja vahvistumisen sekä taloudelliset päätökset uusista kauppakeskuksista ja niiden sijoittelusta Sellon toimintaympäristöön tai sen läheisyyteen. Osa haastateltavista mainitsi myös länsimetron avautumisen tekijänä, jonka he uskovat olevan uhka myymälälle. Toisaalta yhtenä etuna nähtiin Sellon sijainti junaradan varrella. Verkkokaupan kasvu on ollut suurta lähivuosina. Haastateltavista kuitenkin vain yksi näki verkkokaupat tulevaisuuden kannalta uhkana tavallisille kivijalkamyymälöille. Tämä oli lopputyön kirjoittajalle suurin yllätys työtä tehdessä.</p> <p>Avaintekijänä monessa muutoksessa nähdään se, kuinka Sellon kauppakeskus reagoi tuleviin muutoksiin. Muutoksien vaikutus voi olla joko negatiivinen tai positiivinen riippuen kauppakeskuksen vastauksesta muutokseen. Kaikkia tekijöitä on siis vaikea luokitella joko uhka tai mahdollisuus kategoriaan, sillä oikealla reagoinnilla, voi uhkana koetun tekijän vaikutus ollakin päinvastainen. Bik Bokin kannalta on tärkeää, että Sello pysyy mielenkiintoisena ja miellyttävänä kauppakeskuksena, jonne on helppo tulla. Ulkoisena tekijänä koko Sellon asiakasvirta on liikkeelle todella olennainen. Tällöin liikkeellä on mahdollisuus saada asiakkaita ostoksille ja tehdä aktiivista myyntityötä hyvän liikevaihdon ja tuloksen toivossa.</p>	
Avainsanat:	Bik Bok Sello, toimintaympäristö, ulkoinen toimintaympäristö, liikevaihto
Sivumäärä:	39
Kieli:	Suomi
Hyväksymispäivämäärä:	

DEGREE THESIS	
Arcada	
Education:	Business administration
Identification number:	
Author:	Nora Niemenoja
Title:	Changes in Bik Bok Sello's operational environment
Supervisor:	Linda Puukko
Commissioned by:	Bik Bok Sello
<p>Abstract:</p> <p>This thesis is commissioned by Bik Bok Sello. The aim of the thesis is to find out the possible changes in the store's external operational environment during the next three years as well as the possible impacts of them.</p> <p>This thesis consists of theoretical framework, research method, empirical analysis and conclusions made based on the research. Research method in this thesis is qualitative interview. As interviewees are Bik Bok's regional chef, Bik Bok Sello's store manager and responsibility vendor.</p> <p>In addition to interviews also secondary data is being used. Secondary data is gathered through internal and external sources. As an internal source is the information given by Bik Bok. As external resources are literature and internet sources. Theoretical framework for the thesis is PESTLE-analysis.</p> <p>Research findings concluded that the interviewees see enhancement of ecological values and new shopping centres as the most prominent factors for a change. Two of the interviewees also think that länsimetro will be a threat to Bik Bok Sello. On the other hand, they also think that one of Sello's biggest advantages is its location by the railway. Online stores have been growing rapidly during the past years. However, only one of the interviewees see them as a threat for original stores. This was the biggest surprise for the interviewer when conducting the thesis.</p> <p>As a key factor in many changes is seen the way that shopping center Sello responses to them. The impact of the change can be either positive or negative depending on Sello's reaction. For this reason, it is difficult to categorize the changes as being negative or positive. For Bik Bok, it is important that Sello will remain as an interesting, pleasant and easily accessible shopping centre. As an external factor, Sello's customer flow is extremely important for Bik Bok, and will be that also in the future, because that way it has a change to practise active selling and try to impact on revenue.</p>	
Keywords:	Bik Bok Sello, operational environment, external environment, revenue
Number of pages:	39
Language:	Finnish
Date of acceptance:	

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	8
1.1	Toimeksiantajan esittely	8
1.2	Tutkimusongelman taustalla	9
1.3	Tutkimuksen tavoite.....	9
1.4	Työn rajaukset.....	10
2	TUTKIMUSMENETELMÄ	10
2.1	Haastattelu.....	11
2.2	Työn viitekehys.....	12
2.3	Tiedonkeruumenetelmä.....	12
3	TYÖN LUOTETTAVUUSARVIOINTI	13
3.1	Työn validiteetti	13
3.2	Työn reliabiliteetti.....	14
3.3	Jatkotutkimus	14
4	TOIMINTAYMPÄRISTÖ JA SEN ANALYSOINTI	15
4.1	Sisäinen toimintaympäristö.....	16
4.2	Mikroympäristö.....	16
4.3	Makroympäristö.....	17
5	PESTLE	18
5.1	Poliittiset tekijät	19
5.2	Ekonomiset tekijät	20
5.3	Sosiokulttuuriset tekijät	20
5.4	Teknologiset tekijät.....	20
5.5	Lainsäädännölliset tekijät.....	21
5.6	Ekologiset tekijät	21
5.7	Kritiikkiä	22
6	EMPIIRINEN OSUUS	23
6.1	Poliittiset tekijät	23

6.2	Ekonomiset tekijät	23
6.3	Sosiokulttuuriset tekijät	26
6.4	Teknologiset tekijät.....	27
6.5	Lainsäädännölliset tekijät.....	28
6.6	Ekologiset tekijät	28
7	JOHTOPÄÄTÖKSET	30
8	LÄHTEET	33
9	LIITTEET	37
9.1	Liite 1: Teemahaastattelun kysymysrunko	37
9.2	Liite 2: Sammandrag på svenska	38

Kuvio 1. Toimintaympäristön vaikutus organisaatioon.....	16
Kuvio 2. Toimintaympäristön osa-alueet.....	18
Kuvio 3. PESTLE -analyysi.....	19

Taulukko 1. Bik Bokin kohderyhmään kuuluvat asukkaat Espoossa (Tilastokeskus. 2017)27

1 JOHDANTO

Yritys ei koskaan toimi tyhjiössä, sillä sen ympärillä on aina paljon erilaisia tekijöitä, jotka sen on otettava huomioon. (Suomen Yrittäjät. 2016) Jotta yritys pystyy säilyttämään kilpailukykyänsä jatkuvasti muuttuvilla ja kehittyvillä markkinoilla, tarvitsee se kykyä reagoida muutoksiin. On tärkeää ymmärtää muutosten seuraukset ja sopeutettava oma toiminta vaatimuksiin, joita ympäristö asettaa. (Johnson et al. 2015 s. 27)

Hyvin tehdyn toimintaympäristö –analyysin avulla yritys voi valmistautua tulevaisuuteen tehokkaasti. Toimintaympäristön analyysiä käytetään hahmottamaan yrityksen nykyinen toimintaympäristö ja siinä odotettavissa olevat muutokset. (Johnson et al. 2015 s. 22)

Tämän opinnäytetyön aiheena on tutkia Bik Bok Sellon toimintaympäristössä tapahtuvia mahdollisia muutoksia sekä niiden mahdollisia vaikutuksia myymälän liikevaihtoon. Opinnäytetyössä tullaan esittämään tutkimuksen teoreettinen viitekehys, tutkimusmetodi, empiirinen analyysi tutkimustuloksista sekä tutkimuksen pohjalta syntyneet johtopäätökset. Opinnäytetyön kirjoittaja kiinnostui aiheesta, sillä hän työskentelee itse kyseisessä myymälässä ja on viikoittain tekemisissä toimintaympäristön vaikutusten kanssa.

1.1 Toimeksiantajan esittely

Työ toteutetaan toimeksiantona Bik Bok Sellon myymälälle. BikBok on norjalainen, nuorten naisten vaateliike, joka on osa VARNER -ketjua. Bik Bok perustettiin vuonna 1973. Ensimmäinen liike avattiin Oslossa, vuonna 1978. (Bik Bok. 2017) Suomeen ensimmäinen BikBok –myymälä avattiin vuonna 2012 kauppakeskus Kamppiin. Espoon Leppävaarassa sijaitsevaan Kauppakeskus Selloon liike avattiin helmikuussa 2014. Yritys on siis vielä melko uusi Suomessa.

Nykyään BikBok on yksi Pohjoismaiden johtavista nuorille naisille suunnatuista muotiketjuista. BikBok –liikkeitä on yhteensä yli 200 Norjassa, Ruotsissa, Suomessa, Tanskassa sekä Itävallassa. Bik Bokin missio on inspiroida sekä luoda itsevarmuutta ja onnellisuutta yli muodin. Visiona Bik Bokilla on olla kansainvälinen muotikohde. (Bik Bok. 2017)

''Our goal at Bik Bok is that every customer will be acknowledged, feel welcomed and be inspired. We love to make her day!'' (Bik Bok. 2017)

1.2 Tutkimusongelman taustalla

Toimintaympäristön nykytilanteen tiedostaminen auttaa yritystä pysymään ajan tasalla. Sen analysointi auttaa valmistautumaan tulevaisuuden muutoksiin ajoissa, jotta yritys pysyisi kilpailukykyisenä ja näin asiakkaille houkuttelevana vaihtoehtona markkinoilla.

Sekä toimeksiantaja että opinnäytetyön tekijä kokevat aiheen erityisen akuutiksi juuri Bik Bok Sellon myymälälle, sillä sen toimintaympäristössä tapahtuu ja tulee lähitulevaisuudessa tapahtumaan useita muutoksia.

1.3 Tutkimuksen tavoite

Opinnäytetyön tavoitteena on ensin selvittää Bik Bok Sellon toimintaympäristön nykyinen tila. Tämän jälkeen on työn päämääränä luoda arvio toimintaympäristössä tapahtuvista muutoksista ja siitä tulevatko ne vaikuttamaan liikkeeseen positiivisesti, neutraalisti vai negatiivisesti.

Opinnäytetyön tavoitteena on määrittää Sellon myymälälle sen toimintaympäristössä tapahtuvista muutoksista koostuvia uhkia sekä mahdollisuuksia ja niiden kautta auttaa myymälää hahmottamaan sen toimintaympäristö ja olla tukena vähentämällä näistä muutoksista johtuvia riskejä.

Työssä pyritään vastaamaan seuraaviin tutkimuskysymyksiin: Mitä muutoksia Bik Bok Sellon ulkoisessa toimintaympäristössä tulee tapahtumaan lähitulevaisuudessa sekä ovatko muutokset uhkia vai mahdollisuuksia yritykselle?

1.4 Työn rajaukset

Opinnäytetyö tehdään Bik Bok Sellon myymälän osalta, sillä toimeksianto on tullut heiltä.

Työssä tarkastellaan toimintaympäristön ulkoisten tekijöiden muutoksia makrotasolla. Työ on rajattu näihin tekijöihin, sillä kaikkia mahdollisia tekijöitä on mahdotonta selvittää. On keskityttävä toiminnan kannalta tärkeimpiin tekijöihin. Tämä edellyttää kykyä tunnistaa ympäristössä tapahtuvien muutosten olennaisimmat tekijät sekä organisoida niiden jatkuva seuranta. (Johnson et al. 2015 s. 25)

Sekä opinnäytetyön kirjoittaja että toimeksiantaja kokevat makroympäristössä tapahtuvat muutokset toiminnan kannalta akuuteimmiksi tekijöiksi liikkeen kannalta tällä hetkellä. Tästä syystä työssä ei tarkastella muutoksia muilla toimintaympäristön osa-alueilla.

Tarkasteltavina ovat kolme seuraavaa vuotta. Bik Bokin standardin mukaisesti toimintasuunnitelma laaditaan kolmelle vuodelle kerralla ja tästä syystä myös tässä opinnäytetyössä käytetään kyseistä ajanjaksoa.

2 TUTKIMUSMENETELMÄ

Tässä opinnäytetyössä käytetään laadullista, eli kvalitatiivista tutkimusmenetelmää. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa pyritään selvittämään kohteen laatua, ominaisuuksia sekä merkitystä kokonaisvaltaisesti. (Saaranen-Kauppinen ja Puusniekka. 2006) Laadullisen tutkimuksen vastaparina on määrällinen eli kvantitatiivinen tutkimus, joka perustuu kohteen kuvaamiseen ja tulkitsemiseen numeroiden sekä tilastojen avulla. (Jyväskylän yliopisto. 2015)

Työn tutkimusmenetelmäksi soveltuu kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä, sillä tietoa halutaan saada rajatulta ryhmältä ihmisiä, tässä tapauksessa Bik Bokin henkilökunnalta. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa haastateltavat on usein valittu satunnaisesti, kun taas kvalitatiivisessa tutkimuksessa puolestaan haastatellaan valittuja yksilöitä. Kyse on sekä lukumäärän että valintatavan erosta. (Saaranen-Kauppinen ja Puusniekka. 2006) Kvantitatiivisen datan kerääminen ja tarpeeksi suuren otannan saaminen tietyltä ihmisryhmältä osoittautui liian haastavaksi.

Haastattelujen lisäksi tutkimuksessa käytetään apuna sekundääritietoa. Sekundääritieto saadaan sekä sisäisiä että ulkoisia lähteitä hyödyntäen. Sisäisenä lähteenä toimii toimeksiantajalta saatu tieto. Ulkoisina lähteinä käytetään aiheeseen liittyvää kirjallisuutta sekä internetistä löytyvää materiaalia. Viitekehyksenä työlle toimii PESTLE –analyysi.

2.1 Haastattelu

Haastattelu on yksi käytetyimpiä tiedonkeruutapoja. Haastattelussa tutkija ja haastateltava keskustelevat haastattelutyypistä riippuen enemmän tai vähemmän strukturoidusti tutkimusaiheeseen liittyvistä aiheista ja kysymyksistä. (Saarinen-Kauppinen ja Puusniekka. 2006)

Haastattelutyyppejä on useita ja haastatteluja voidaan kategorisoida eri perustein. Yksi käytetyimmistä luokitteluista perustuu siihen, kuinka jäsenneily haastattelu on, eli kuinka paljon liikkumatilaa haastateltavalle annetaan ja kuinka tarkasti haastattelukysymykset esitetään. (Saaranen-Kauppinen ja Puusniekka. 2006)

Tässä opinnäytetyössä käytetään kvalitatiivista teemahaastattelua. Teemahaastattelua voidaan kutsua myös puolistrukturoiduksi haastatteluksi. Teemahaastattelu on keskustelua, jolla on etukäteen päätetty tarkoitus. Teemahaastattelussa on erittäin tärkeää, että haastattelun rakenne pysyy haastattelijan hallinnassa. (Saarinen-Kauppinen ja Puusniekka. 2006) Teemahaastattelun etu on siinä, että kerättävä aineisto rakentuu aidosti haastateltavan henkilön kokemuksista käsin. Tutkijan etukäteen suunnittelemaat vastausvaihtoehdot eivät rajaa aineistoa, mutta silti tutkijan etukäteen valitsemaat teemat sitovat keskustelun haluttuun tutkimusongelmaan. (Virtual Statistics. 2017)

Tässä työssä käytetään teemahaastattelua, sillä sen avulla on mahdollista luoda syvällistä keskustelua. Se antaa haastateltavalle vapauden vastata itse sekä selittää ja selventää vastaustaan. Haastattelija kokee saavansa näin eniten tietoa haastateltavista.

Haastateltaviksi valikoitui Bik Bokin henkilökunta, sillä haastattelija kokee heillä olevan asiasta olennaista ja työn kannalta arvokasta tietoa. Lisäksi aihe koskettaa heidän työtään keskeisesti.

Haastateltavina työssä ovat Bik Bokin Pääkaupunkiseudun aluepäällikkö, Bik Bok Sellon myymäläpäällikkö sekä Bik Bok Sellon vastuumyyjä.

2.2 Työn viitekehys

Työn viitekehukseksi hahmottui PESTLE -analyysi. Sen käyttö työn viitekehysenä on perusteltua, koska se on yleisesti käytetty metodi kartoittamaan makroympäristössä tapahtuvia muutoksia. (Johnson et al. 2015 s.22) Ennen viitekehysten lopullista valintaa, kävi opinnäytetyön kirjoittaja läpi useamman vaihtoehdon työn viitekehukseksi. Muita vaihtoehtoja olivat skenaarioiden luonti – menetelmä sekä Porterin viiden kilpailuvoiman malli. Opinnäytetyön kirjoittaja päätyi PESTLE – analyysiin, sillä sen avulla saadaan kattava ja kokonaisvaltainen kuva makroympäristössä tapahtuvista muutoksista.

PESTLE -analyysin avulla luodaan arvio Bik Bok Sellon toimintaympäristön ja liikevaihdon tulevaisuudennäkymistä erottamalla muutosten avaintekijöitä. PESTLE-analyysistä saadulla tiedolla määritetään uhkia ja mahdollisuuksia Bik Bok Sellon toiminnalle. PESTLE -analyysi käydään tarkemmin läpi työn myöhemmässä vaiheessa.

2.3 Tiedonkeruumenetelmä

Tämän tutkimuksen haastattelut toteutettiin yksilöhaastatteluina, joka on haastattelumetodeista yleisin. Ensimmäinen haastatteluista toteutettiin 26.10.2017, jolloin haastateltavana oli Bik Bok Sellon myymäläpäällikkö. Haastattelu käytiin kasvokkain sekä nauhoitettiin. Toinen haastatteluista toteutettiin 1.11.2017, jolloin haastateltavana toimi Bik Bok Sellon vastuumyyjä. Haastattelu toteutettiin kasvokkain sekä nauhoitettiin. Kolmas haastattelu toteutettiin puhelimitse 8.11.2017. Haastateltavana oli Bik Bokin aluepäällikkö.

Ennen haastattelujen aloittamista, selvensi haastattelija haastateltaville, mitä opinnäytetyön on tarkoitus tutkia. Heille selvennettiin myös, mitä ulkoisilla tekijöillä tässä työssä tarkoitetaan sekä käytiin läpi PESTLE –analyysin eri tekijät, jotta heillä olisi tarvittava tieto kysymyksiin vastaamiseksi.

Teemahaastattelussa oli valittuna kolme teemaa. Nämä teemat olivat haastateltavan tausta, Bik Bok Sellon nykytilanne sekä tulevaisuus. Jokaisen teeman alla oli 2-4 avointa haastattelukysymystä, mutta haastattelutilanteessa syntyi jatkokysymyksiä. Haastattelutilanteet pyrittiin pitämään keskustelumaisina. Haastattelurunko löytyy työn liitteistä.

3 TYÖN LUOTETTAVUUSARVIOINTI

Tutkimusta tehdessä on tärkeää varmistaa sen luotettavuus. Seuraavissa kappaleissa tarkastellaan mitä tarkoitetaan tutkimuksen valideetilla sekä reliabiliteetillä. Lopuksi esitetään mahdollinen jatkotutkimus tälle opinnäytetyölle.

3.1 Työn valideetti

Validiteetti kertoo, miten hyvin tutkimuksessa käytetty tutkimusmenetelmä mittaa juuri sitä, mitä on tarkoitus mitata. Validiteetti on hyvä, jos tutkimuksen kohderyhmä sekä kysymykset ovat oikeita. Validiteetin arviointi kohdistaa yleensä huomionsa kysymykseen, kuinka hyvin tutkimuksessa käytetyt menetelmät vastaavat sitä, mitä halutaan tutkia. Mikäli työllä ei ole valideettia on tutkimus arvoton. Tällöin tutkitaan todellisuudessa aivan muuta asiaa kuin kuvitellaan tai on alun perin ollut tarkoitus tutkia. Puutteellinen valideetti merkitsee sitä, että empiiriset havainnot ja koko tutkimus itsessään kohdistuu enemmän tai vähemmän sivuun siitä, mikä oli tarkoituksena. (Hiltunen. 2009)

Tämän opinnäytetyön tutkimusmenetelmänä käytettiin haastattelua. Haastattelun kysymykset olivat avoimia, jotta haastateltavalta saataisiin mahdollisimman paljon tietoa aiheesta. Haastateltavaa ei myöskään haluttu johdatella vastauksissa, jonka takia kysymyksille ei annettu vastausvaihtoehtoja. Haastattelut toteutettiin yksilohaastatteluina, jotta muiden haastateltavien mielipiteet eivät vaikuttaisi toisiinsa ja näin ollen saataisiin mahdollisimman todenmukaiset vastaukset jokaiselta haastateltavalta.

3.2 Työn reliabiliteetti

Reliabiliteetti näyttää, miten luotettavasti ja toistettavasti tutkimuksessa käytetty tutkimusmenetelmä tutkii juuri haluttua asiaa. Tutkimuksen reliabiliteetti tarkoittaa mittaus – tai tutkimustuloksen toistettavuutta, eli sitä, että tulos ei ole ollut sattumanvarainen. Kun tutkimuksen tulos on jokaisen testauksen jälkeen lähes sama, on tutkimus ollut reliaabeli. Jos taas tutkimuksen tulos olisi joka kerralla erilainen poiketen ensimmäisestä, olisi kyse satunnaisesta tuloksesta. (Hiltunen. 2009)

Mikäli tutkimuksen reliabiliteetti on alhainen, voi se kertoa esimerkiksi siitä, että käytetty tutkimusväline on ollut virheellinen tai sitä on tulkittu väärin. Tutkimuksessa voi syntyä satunnaisvirheitä monista eri syistä. Esimerkiksi haastattelutilanteessa voi vastaaja muistaa jonkin vastauksen väärin tai ymmärtää kysymyksen väärin. Vaikka tutkimuksen tavoitteeksi tulee aina asettaa mahdollisimman hyvä reliaabeli, ei puutteellinen reliabiliteetti välttämättä ole tutkimukselle tuhoisa. (Hiltunen. 2009)

Tätä tutkimusta voidaan pitää luotettavana. Tutkimuksessa käytetty aineisto on peräisin niin sähköisistä –kuin kirjallaisista lähteistä. Lähteiden valinnassa on oltu kriittisiä ja tutustuttu kirjoittajaan sekä sivustoon ennen niiden käyttämistä työssä. Lisäksi työssä on käytetty tietoa laajasti eri lähteistä. Tutkimuksen tulokset on kerrottu johdonmukaisesti. Tutkimuksen reliabiliteettia mitattaessa on kuitenkin otettava huomioon se, että haastateltavien vastaukset ovat subjektiivisia.

Opinnäytetyö rajaa tutkimusta jonkin verran. Tutkijoiden määrä oli rajoitettu, jonka takia tässä työssä oli vain yksi tutkija. Useamman tutkijan työssä on reliabiliteetti suurempi, sillä tuloksilla on tällöin useampi arvioija. Molemmat tutkimuksen tekijät olisivat näin ollen tehneet omat tulkintansa tuloksista ja jälkikäteen ne olisivat olleet verrattavissa keskenään.

3.3 Jatkotutkimus

Opinnäytetyön kirjoittaja kokee, että tälle lopputyölle voisi olla relevanttia toteuttaa jatkotutkimus, jotta Bik Bok Sellon toimintaympäristön muutokseen osattaisiin varautua entistä paremmin.

Tutkimus voisi liittyä siihen, miten muutoksiin kannattaa reagoida, jotta niiden vaikutus liikkeelle olisi mahdollisimman positiivinen.

Mikäli resursseja jatkotutkimuksen tekoon olisi tarpeeksi, voisi tutkimuksen toteuttaa kvantitatiivisena kyselynä. Kyselyn kohteena voisi olla Kauppakeskus Sellon asiakaskunta. Kyselyn avulla voitaisiin selvittää syitä sille, miksi asiakkaat ovat valinneet Sellon asiointipaikakseen ja mitä he Selloilta jatkossa toivoisivat, jotta he säilyttäisivät asiointipaikkanaan juuri Sellon.

4 TOIMINTAYMPÄRISTÖ JA SEN ANALYSOINTI

Toimintaympäristö määrittää yrityksille niiden toimintaedellytykset. Organisaation päätökset ja liikestrategiat muodostuvat yleisesti toimintaympäristön vaikutuksen alaisena. Tästä syystä yritysten on oltava selvillä siitä, mitä niiden ympärillä tapahtuu nyt ja tulevaisuudessa.

(Cherunilam. 2010 s. 9)

Ympäristöanalyysin teettäminen organisaatiossa ja sitä kautta toiminnan kehittäminen on vaikea, mutta tärkeä tehtävä. Siihen tarvitaan kykyä ymmärtää, mitkä asiat tulevat vaikuttamaan yrityksen toimintaan, millaisia seuraamuksia niillä on sekä miten tarttua tilaisuuksiin ja miten vastata uhkiin.

(Nelke. 2011 s. 1)

Sekä ulkoiset että sisäiset tekijät vaikuttavat merkittävästi siihen, mitä päätöksiä yrityksen on toiminnassaan tehtävä, jotta se saa sopeutettua oman toimintansa ympäristöön ja siinä jatkuvasti tapahtuviin muutoksiin. (Cherunilam. 2010 s. 9) Hyvin suunniteltu ja tehty ympäristöanalyysi vähentää riskiä yllätyksille sekä auttaa yritystä valmistautumaan tulevaisuuteen tehokkaasti. (Johnson et al. 2015 s. 22) Seuraavassa kuviossa on havainnollistettu toimintaympäristön vaikutus koko organisaatioon.



Kuvio 1. Toimintaympäristön vaikutus organisaatioon

Toimintaympäristö koostuu monista eri tekijöistä, joilla voi olla joko negatiivinen, positiivinen tai neutraali vaikutus yritykseen ja sen toimintaan. (Cherunilam. 2010 s. 1) Toimintaympäristöstä puhuttaessa viitataan usein ulkoisiin tekijöihin. Todellisuudessa toimintaympäristö jakautuu kuitenkin sekä ulkoisiin, että sisäisiin tekijöihin. Ulkoiset tekijät puolestaan jakautuvat edelleen mikro- ja makroympäristöön. (Cherunilam. 2010 s. 5)

“Internal factors are organisational factors and external factors are factors outside the organisation. Both contribute to the survival of the organisation.” (Cherunilam. 2010 s.2)

4.1 Sisäinen toimintaympäristö

Sisäiset tekijät ovat niitä, jotka tapahtuvat organisaation sisällä ja joihin yritys itse pystyy vaikuttamaan. Esimerkkejä sisäisistä tekijöistä ovat henkilöstöhallinto, yrityksen missio sekä sisäiset voimasuhteet. Ne ovat tekijöitä, joita yritys pystyy itse kontrolloimaan niin, että ne sopivat yhteen ympäristön kanssa. (Cherunilam. 2010 s. 2)

Sisäiset tekijät ovat yrityksen omia päätöksiä sekä valintoja. Ne perustuvat osittain ulkoisten tekijöiden vaikutukseen. Esimerkkinä tästä on aloitteleva yritys, joka voi löytää omalle toiminnalleen oikean paikan markkinoilla havainnoimalla muiden yritysten tarjontaa sekä arvioimalla muutoksia asiakkaiden arvoissa ja asenteissa. (Schwarz. 2013 s.8)

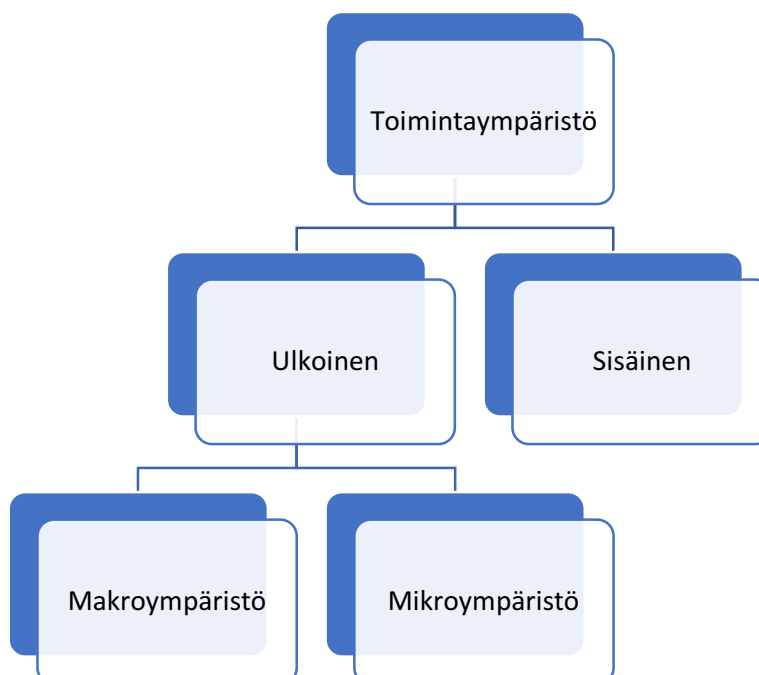
4.2 Mikroympäristö

Mikroympäristö, joka kulkee myös nimellä operatiivinen ympäristö, on toinen ulkoisen toimintaympäristön osa-alue. Siinä tapahtuvat tekijät ovat myös usein yrityksen kontrolloitavissa, sillä ne ovat välittömässä tai melko välittömässä yhteydessä yritykseen. Niiden vaikutus on suora. Esimerkkejä mikroympäristöön kuuluvista tekijöistä ovat tavarantoimittajat, asiakkaat sekä rahoittajat. (Cherunilam. 2010 s. 7)

4.3 Makroympäristö

Makroympäristö on toimintaympäristön uloin kerros. Siihen kuuluvat muutokset tapahtuvat organisaation ulkopuolella sekä ovat usein epäsuorassa vaikutuksessa yritykseen. Makroympäristö sekä luo mahdollisuuksia että asettaa uhkia yrityksille ja niiden toiminnalle. (Johnson et al. 2009 s.21)

Makroympäristöön kuuluvat tekijät ovat kontrolloimattomampia kuin mikroympäristöön kuuluvat tekijät. Koska tekijöitä ei voi kontrolloida, yrityksen menestys riippuu siitä, kuinka hyvin se pystyy sopeuttamaan toimintansa ympäristöön, jossa se operoi. (Cherunilam. 2010 s. 8) Makroympäristö muodostuu kuudesta eri tekijästä, jotka käydään läpi seuraavassa kappaleessa. Alla olevassa kuviossa on havainnollistettu, miten toimintaympäristö jakautuu.



Kuvio 2. Toimintaympäristön osa-alueet

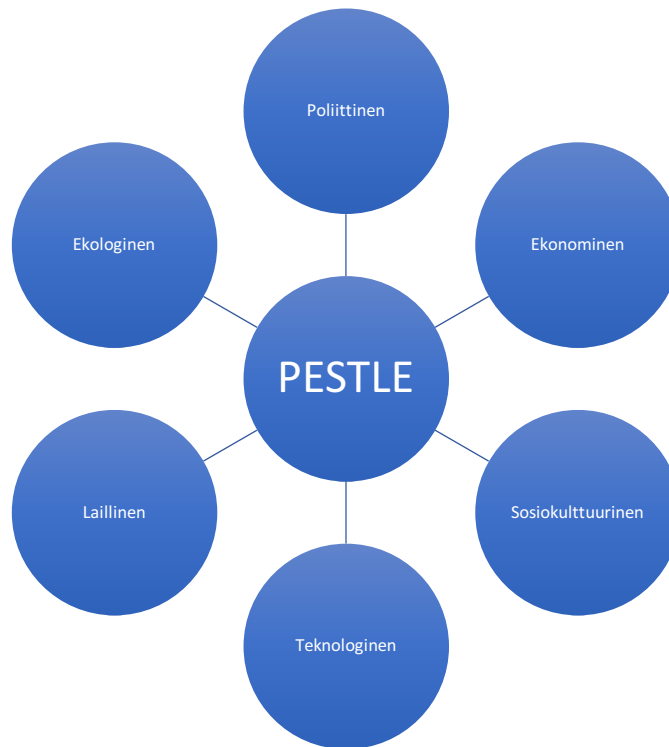
5 PESTLE

Ulkoisessa toimintaympäristössä tapahtuvia muutoksia ja niiden mahdollisia vaikutuksia organisaatioon voidaan tutkia PESTLE-analyysin avulla, kuten tässä opinnäytetyössä. PESTLE – analyysi selvittää organisaation poliittisia(P), ekonomisia (E), sosiaalisia (S), teknologisia (T), lainsäädännöllisiä (L) sekä ekologisia (E) tekijöitä. Näistä kuudesta tekijästä koostuu yrityksen makroympäristö. Useat tekijät ovat keskenään yhteydessä, kuten lainsäädännölliset sekä ekologiset tekijät. Esimerkkinä tästä on se, että tietyt lait ajavat ekologisuutta yritystoiminnassa. (Johnson et al. 2015 s. 22)

PESTLE-analyysi tarjoaa tietoa mahdollisista ulkoisista ongelmista, joihin yrityksen tulee kiinnittää huomiota sekä mahdollisuuksista, joita yrityksen näköpiirissä on. (Cheverton. 2004 s. 72) Sen avulla voidaan tunnistaa muutoksen avaintekijöitä. Näiden avaintekijöiden avulla voidaan rakentaa erilaisia skenaarioita yrityksen mahdollisista tulevaisuudennäkymistä. (Johnson et al. 2015 s. 22)

''PESTLE analysis can be used to uncover issues likely to have a major impact upon the future of the industry, region or market.'' (Johnson et al. 2015 s.27)

Hyvin toteutetun PESTLE-analyysin avulla voidaan saavuttaa etulyöntiasema kilpailussa muita yrityksiä vastaan tunnistamalla ja ymmärtämällä muutosten merkitys sekä reagoimalla niihin. (Cheverton. 2004 s.72) Seuraavaksi esitettävässä kuviossa, on havainnollistettu PESTLE -analyysin osa-alueet.



Kuvio 3. PESTLE -analyysi

5.1 Poliittiset tekijät

PESTLE-analyysiä tehdessä, voidaan poliittisten tekijöiden kohdalla kysyä ”Minkälainen poliittinen tilanne maassa on ja miten se voi mahdollisesti vaikuttaa talouteen?” Poliittiset tekijät korostavat valtion roolia ja määrittävät, missä laajuudessa valtio voi vaikuttaa tietyn alan talouteen. Ne viittaavat poliittisen ympäristön vakauteen ja poliittisten puolueiden asenteisiin tai liikkeisiin. (Oxford learning lab. 2015)

Esimerkkejä poliittisista tekijöistä ovat verotus, ympäristöä koskevat säädökset, rajoitukset kaupankäynnissä sekä markkinointiin ja kuluttajansuojaan liittyvät säännökset. (Hopkin. 2012, s. 157) Poliittisten tekijöiden suurimmat vaikutukset näkyvät poliittisessa vakaudessa sekä riskien minimoinnissa. (Bush. 2016) Muutokset hallituksessa saattavat kertoa esimerkiksi yhteiskunnan arvojen muutoksesta. Muutokset voivat olla mittavia tai pienessä mittakaavassa tapahtuvia. (Cheverton. 2010 s. 73) Poliittisilla tekijöillä on merkittävä vaikutus organisaatioihin ja siihen, miten ne harjoittavat liiketoimintaa, koska on tärkeää, että yritykset mukauttavat toimintansa vastaamaan normeja ja käytäntöjä. (Professional academy. 2017)

5.2 Ekonomiset tekijät

Talouden tila sekä talouspolitiikka ovat tärkeät ulkoiset tekijät, jotka muodostavat yrityksen taloudellisen, eli ekonominen ympäristön. Esimerkkejä taloudellisista tekijöistä ovat: talouden kasvu, korot, palkkataso, taantumet, työajat, työttömyysaste sekä elämisen kulut. (Hopkin. 2012 s. 157) Esimerkiksi taloudellinen taantuma saattaa muuttaa asiakkaiden ostokäyttäytymistä, jonka johdosta yritykset voivat joutua esimerkiksi alentamaan hintojaan. (Bush. 2016)

Hallituksen tekemillä poliittisilla muutoksilla on suuri vaikutus yrityksiin, mutta vaikutukset vaihtelevat eri alojen välillä. Esimerkiksi maahantuonnin rajoituksista saattavat hyötyä yritykset, jotka kilpailevat maahantuojia vastaan. Mikäli säännöksiä hellitettäisiin, vaikuttaisi se taas negatiivisesti näihin yrityksiin. (Cherunilam. 2010 s. 15)

5.3 Sosiokulttuuriset tekijät

Esimerkkejä sosiokulttuurisista tekijöistä ovat kulttuurille ominaiset normit ja odotukset, väestönkasvu, ikäjakauma sekä työhön liittyvät asenteet. (Hopkin. 2012 s. 157) Mikäli yritys ei ota huomioon sosiokulttuurisia tekijöitä yritystoiminnassaan, voi sillä olla suuret haitat yrityksen kannattavuudelle. Ihmisten ostotottumukset, makumieltymykset, uskomukset, arvot ja perinteet vaikuttavat kaikki yritykseen ja sen toimintaan. (Cherunilam. 2010 s. 16)

Silloinkin, kun ihmiset eri kulttuureista käyttävät täysin samaa tuotetta, heidän käyttötarkoituksensa saattaa vaihdella niin huomattavasti, että sen markkinoinnin on oltava täysin erilaista kulttuurista riippuen. Jotta yritys voi menestyä, sen strategian tulee olla sovelias sosiokulttuurisessa ympäristössä mitattuna. (Cherunilam. 2010 s. 16)

5.4 Teknologiset tekijät

PESTLE analyysissä teknologisilla tekijöillä viitataan tekijöihin, jotka ovat yhteydessä teknologian olemassaoloon, saatavuuteen tai kehittymiseen. Esimerkkejä teknologisista tekijöistä ovat automaatio sekä internetyhteys. (Bush. 2016)

Yritykset toimivat maailmassa, joka muuttuu koko ajan. Työelämä ja työmarkkinat ovat nopeassa muutoksessa. Suuri ja merkittävä työelämää muokkaava tekijä on teknologian kehitys. (Suomen Yrittäjät. 2017) Tietoliikenneteknologia on muokannut markkinointia ja vienyt markkinoita globaalimmaksi. (Cherunilam. 2010 s. 13)

Teknologia ei kuitenkaan tarkoita ainoastaan tietoa tai tapoja, jotka ovat välttämättömiä nykyisen tuotannon ja tuotteiden kehittämiseen ja jakeluun. Se mahdollistaa myös ”know-how” –tiedon kehittämisen ja eteenpäin jakamisen. (Cherunilam. 2010 s. 13)

5.5 Lainsäädännölliset tekijät

Lainsäädännölliset tekijät ovat ulkoisia tekijöitä, jotka vaikuttavat suuresti siihen, miten yritys operoi sekä siihen, miten asiakkaat käyttäytyvät. Lainsäädännölliset tekijät määräävät myös sen, onko tiettyjen tuotteiden takana yritys vai ei sekä vaikuttavat siihen, miten yritys toimii kuluttajien kanssa. Esimerkkinä alasta, jonka takana ei voi laillisesta näkökulmasta toimia mikään yritys on huumekauppa. (Bush. 2016)

Useimmissa maissa on monia lakeja, jotka säätelevät yritystoiminnan harjoittamista sekä asettavat standardeja esimerkiksi tuotteille ja niiden pakkauksille. Lakeja, jotka säätelevät vahvasti organisaatioiden toimintaa ovat esimerkiksi työsopimuslaki, tekijänoikeuslaki sekä kuluttajansuojalaki. (Cherunilam. 2010 s. 18)

5.6 Ekologiset tekijät

PESTLE-analyysissa ekologisia tekijöitä voidaan kutsua myös ympäristöllisiksi tekijöiksi. (Bush. 2016) Ekologiset tekijät ovat nykyään tärkeä osa yrityksiä. Luonnonvarojen väheneminen, ilmastonsaasteet sekä luonnon tasapainon järkkäminen ovat aiheuttaneet suurta huolta. Hallituksen säädökset koskien luonnon suojelua ja sen puhtaana pitämistä ovat lisänneet organisaatioiden vastuuta. Jotkut näistä säädöksistä saattavat lisätä tuotantokuluja yrityksille. (Cherunilam. 2009 s. 13) Myös kuluttajat ovat jatkuvasti yhä tietoisempia ympäristövaikutuksista ja vaativat yrityksiltä ekologisia vaihtoehtoja sekä ekologista yritystoimintaa. Nyky-yhteiskunnassa voi ekologisuus olla suuri kilpailuvaltti yrityksille.

Sää ja ilmasto –tekijät voivat myös vaikuttaa suuresti siihen minkälaisia tuotteita myydään. Esimerkiksi maissa, joissa lämpötila on korkea ympäri vuoden, on kysyntää viileille ja auringolta suojaaville vaatteille. Suomessa näille vaatteille on vain marginaalinen kysyntä. (Cherunilam. 2010 s. 13)

5.7 Kritiikkiä

Kuten kaikilla analyyseillä, on myös PESTLE -analyysillä tietyt rajoituksensa.

Vaikka ympäristöanalyysit vähentävät yllättävien tapahtumien riskiä huomattavasti, eivät ne kuitenkaan täysin pysty ennustamaan tulevaisuutta tai poistamaan epävarmuutta.

(Aswathappa. 2008 s. 21)

Ulkoiset asiat, joita PESTLE -analyysi mittaa saattavat muuttua nopealla tahdilla. Koska muutokset saattavat syntyä lyhyellä varoitusajalla, voi niiden ennustaminen olla jopa mahdotonta. Tämä voi johtaa siihen, ettei tutkimuksessa olla osattu ottaa huomioon tiettyjä tekijöitä, joilla saattaa olla suurikin vaikutus yritykseen. (Schwarz. 2013 s.15)

Päivitetyn tiedon löytäminen voi myös olla hankalaa. Tämä johtaa yhteen ongelmaan – analysoinnissa saatetaan tehdä liikaa oletuksia oikeiden faktojen sijasta. Tämä saattaa puolestaan johtaa siihen, että yrityksen tulevaisuuden suunnittelu ei onnistu oikealla tavalla ja seuraukset voivat johtaa tappioihin liikevaihtoissa. Relevantin tiedon kerääminen onkin yksi PESTLE –analyysin suurimmista haasteista, sillä tutkimuksen tehokkuus riippuu kerätystä aineistosta. (Schwarz. 2013 s.15)

6 EMPIIRINEN OSUUS

Tässä kappaleessa esitetään lopputyön empiirinen osio. Empiirisessä osiossa käydään läpi teemahaastattelujen tulokset sekä analysoidaan niitä. Analyysi perustuu tuloksiin teemahaastatteluista Bik Bokin henkilökunnan kanssa sekä internet –lähteistä löytyvään dataan. Vastaukset käydään läpi PESTLE –analyysin avulla.

6.1 Poliittiset tekijät

Haastateltavista kukaan ei osannut sanoa suoraa poliittista muutosta, jolla olisi vaikutus myymälään. Toisaalta Suomen poliittista ilmapiiriä voidaan kuvata vakaaksi eikä siinä nähdä tapahtuvan muutoksia seuraavan kolmen vuoden sisällä. Suomen hallitus harjoittaa ohjelmaa, jonka tarkoituksena on kasvattaa talouden kestäväää kasvua ja kehitystä. Ohjelmaan kuuluu työllisyyden kasvattaminen, kilpailun edistäminen, ympäristöystävällisien metodien lisäys sekä digitaalisuuden kehittäminen. (MarketLine. 2016) Mikäli hallitus onnistuu tavoitteissaan, voi Bik Bok Sello olettaa asiakaskunnan ostovoiman tasaista kasvamista. Ostovoiman suureneminen puolestaan loisi liikkeelle mahdollisuuden liikevaihdon kasvattamiseen.

6.2 Ekonomiset tekijät

Jokainen haastateltavista näkee Sellon suurimpana uhkana Matinkylässä sijaitsevan Iso Omenan niin tällä hetkellä kuin lähitulevaisuudessakin. Iso Omenassa vuonna 2016 tehdyn remontin ja laajennuksen myötä on kauppakeskukseen avautunut 70 uutta liikettä sekä 30 uutta ravintolaa. Remontin myötä Iso Omena on nyt Suomen toiseksi suurin kauppakeskus. (Rissanen. 2016)

Bik Bokin aluepäällikkö on työskennellyt tehtävässään neljä vuotta, ja kartuttanut näin kokemustaan ja tietoaan liittyen alueen toimintaympäristöön. Hänen mukaansa tämän hetken suurin uhka Bik Bok Sellolle on Iso Omena. Sen laajentuminen on näkynyt negatiivisesti Sellon myymälän asiakasluvuihin ja tämän seurauksena myös liikevaihdossa. Hän kokee, että asiakkaat näkevät Iso Omenan tällä hetkellä kiinnostavampana kauppakeskuksena kuin Sellon sen uusien liikkeiden ja kattavan ruokamaailman takia. Hänen mukaansa on tulevaisuuden vaikutusta kuitenkin hankala arvioida, sillä Iso Omenan tämän hetkiseen suosioon saattaa myös liittyä uutuuden viehätystä. Jonkin asteista pysyvää negatiivista vaikutusta hän uskoo kuitenkin olevan. Bik Bokin aluepäällikkö mainitsee Sellon etuna sen isot marketit, Finnkinon sekä parkkipaikat, sillä ne tekevät kauppakeskuksesta perheystävällisen, jonka vuoksi moni kokee Sellon helppona kauppakeskuksena.

Bik Bok Sellon vastuumyyjä mainitsi uhkana myös Ainoan remontin. Hän kokee, että Sello on kolmesta Espoon suurimmasta kauppakeskuksesta ainoa, jota ei olla hetkeen remontoitu tai uudistettu ja on tästä syystä jäänyt muista jälkeen. Bik Bok Sellon vastuumyyjä on työskennellyt Sellon liikkeessä lähes kaksi vuotta. Hänen mukaansa laskun asiakasmäärissä on huomannut Iso Omenan remontin jälkeen. ”Sellon pitäisi varmaan tehdä jotain. Asiakasmäärät sekä myynnit Iso Omenan remontin jälkeen ovat laskeneet, ja se ei johdu itse tuotteista tai palvelusta”, hän toteaa.

Bik Bok Sellon vastuumyyjä nosti erityisesti ruokapaikkojen tason esille. Hän painottaa, että ostoskeskuksen ruokamahdollisuudet saattavat vaikuttaa siihen, mihin ostoskeskukseen asiakas päättää mennä ostoksille.

Sellosa ravintoloita ja kahviloita on noin 30 mikä on huomattavasti vähemmän kuin Isossa Omenassa, jossa niitä on noin 50. Näin ollen ainakin määrällisesti ruokapaikkojen tarjonta Isossa Omenassa on laajempi. Ison Omenan tarjonnan voidaan myös olettaa olevan laadukkaampi syksyllä 2016 valmistuneen remontin johdosta.

”Jos mä oon ite shoppailija, niin en mä halua mennä ostoskeskukseen, missä ruokavalikoimat on huonoja.”

-Bik Bok Sellon vastuumyyjä

Bik Bok Sellon myymäläpäällikkö sekä vastuumyyjä mainitsivat myös tulevaisuuden kannalta 18.11.2017 avautuvan länsimetron haastajana, sillä metrolla tulee jatkossa pääsemään suoraan Matinkylän Iso Omena esimerkiksi Helsingin keskustasta tai Espoon Tapiolasta, mutta Leppävaara ei kuulu sen reitille. Toisaalta Bik Bok Sellon myymäläpäällikkö sekä vastuumyyjä kokevat Bik Bok Sellon yhtenä suurimmista eduista verrattuna Ainoaan ja Iso Omena sen sijainnin. Kauppakeskus Sello on ostoskeskuksista ainoa, joka sijaitsee junaradan varrella, aivan juna-aseman vieressä. Lähijunien lisäksi Leppävaarassa pysähtyy myös Turun juna. Helsingin keskustasta junamatka Selloon kestää vain 12 minuuttia. He mainitsivat myös etuna sen, että Leppävaarassa on kaksi eri ammattikorkeakoulua, jotka tuovat mukanaan asiakkaita muilta paikkakunnilta. Samoin työliikenne on Leppävaarassa runsasta junayhteyden vuoksi.

Viimeisimmät tilastot asiakasluvusta ovat vuodelta 2015. Silloin Kauppakeskus Sello on ollut Suomen toiseksi vilkkain kauppakeskus heti Helsingin keskustassa sijaitsevan kauppakeskus Kampin jälkeen 23 miljoonalla kävijällään. Iso Omena oli sijalla kuusi 9 miljoonalla asiakkaallaan. (Helsingin Uutiset. 2016) Sellon suurta kävijämäärää selittää varmasti junaradan läheisyys.

Kaikki haastateltavat näkevät Pasilan juna-aseman viereen vuonna 2019 valmistuvan kauppakeskus TRIPLAn vaikuttavan niihin asiakkaisiin, jotka kulkevat junalla töihin ja joiden työmatkan varrella Sello on. Jatkossa nämä asiakkaat saattavatkin poiketa uudempaan ja isompaan TRIPLAan Sellon sijasta. Muuten he eivät koe uuden kauppakeskuksen kilpailevan Sellon kanssa. He eivät usko, että Sellon nykyisestä asiakaskunnasta asiakkaat lähtisivät varta vasten TRIPLAan Sellon sijasta. TRIPLAan rakennetaan kauppakeskuksen lisäksi asuntoja, hotelli sekä toimistotiloja.

Bik Bokin aluepäällikkö mainitsee uhkana myös mahdolliset uudet nuorille naisille suunnatut vaateketjut, jotka saattavat rantautua Suomeen lähivuosina. Esimerkkeinä hän kertoo Bershkan ja Stradivariuksen, joiden kohderyhmä on sama kuin Bik Bokilla.

Mikäli mahdolliset uudet liikkeet rantautuisivat Selloon, houkuttelisivat ne mahdollisesti myös uusia asiakkaita, mikä olisi etu myös Bik Bokin myymälälle, sillä tällöin voidaan olettaa Sellon asiakasmäärän kasvavan. Vastaavasti, jos uudet ketjut avaisivat ovensa vain ympärillä olevissa ostoskeskuksissa, saattaisi se vähentää Sellon kiinnostavuutta ja vaikuttaa asiakasmääriin negatiivisesti.

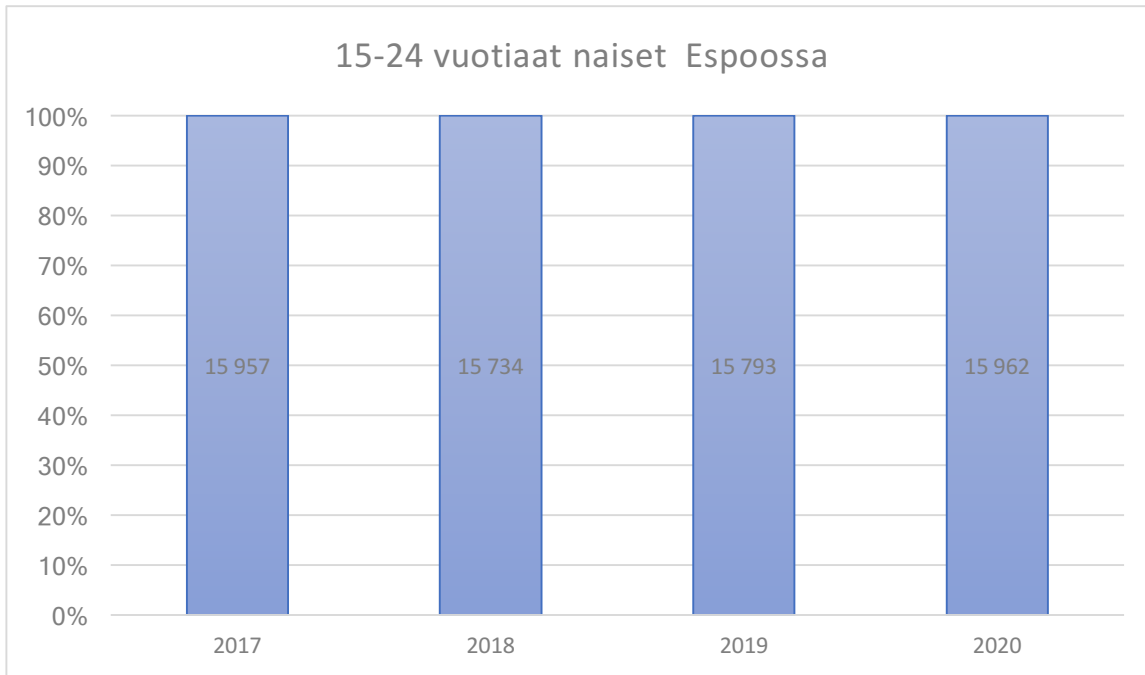
6.3 Sosiokulttuuriset tekijät

Sosiokulttuurisista uhista kaksi haastateltavista nosti esille nettikaupan ja sen kasvun. Bik Bok Sellon myymäläpäällikön mukaan se on jo tällä hetkellä, sekä tulee myös jatkossa suurenevissa määrin olemaan uhka yksittäisille myymälöille. Myymäläpäällikön mukaan, nettikauppojen helppous on uhkana tavallisille kivijalkamyymälöille, sillä ostosten tekemisen voi helposti hoitaa kotoa käsin.

Bik Bok Sellon vastuumyyjän mukaan nettikaupat eivät ole uhka Sellon myymälälle yleisesti, hän uskoo niiden vaikutuksen olevan melko neutraali. Joistakin tuotteista voi kuitenkin löytyä suurempi koko -tai värivalikoima www.bikbok.com -sivuston kautta, jolloin tilaus tapahtuu mitä luultavammin internetin kautta. Tuotevalikoimaan liikkeessä myymälä voi kuitenkin vaikuttaa paljon itse. Ainoa este voi olla liiketilan koko. Liiketilan ollessa liian pieni, voi kauppakeskuksessa kuitenkin olla täyttä eikä mahdollisuutta sen vaihtoon. Vastuumyyjä ei kuitenkaan usko, että nettikaupat tulisivat vaikuttamaan suurella volyymilla Bik Bok Selloon nyt tai lähitulevaisuudessa.

Vuonna 2016 suomalainen verkkokauppa kasvoi 40 prosenttia. (PayTrail. 2017) Lisäksi sen suosion arvioidaan kasvavan Suomessa noin 10 prosentin vuosivauhtia. (Kaleva. 2017) Nämä muutokset kertovat ihmisten positiivisesta asenteesta sekä luottamuksesta verkkokauppoja kohtaan. Vuonna 2016, 93 prosenttia suomalaisista oli internetin käyttäjiä. (MarketLine. 2016) Toisaalta, Bik Bok Sellon kohderyhmään voidaan nähdä kuuluvan asiakkaat, jotka ovat tottuneita internetin käyttäjiä. Tämän vuoksi netissä tapahtuvan kaupan voidaan olettaa kiristävän kilpailutilannetta Bik Bok Sellon osalta entisestään tulevaisuudessa.

Bik Bokin vision mukaisesti on heidän kohderyhmänään nuoret naiset. Myös haastateltavat henkilöt vahvistavat tämän. Suurin osa Bik Bok Sellon asiakkaista ovat teini-ikäisiä tyttöjä. Sellon suurimpana asiakaskuntana nähdään espoolaiset nuoret naiset.



Taulukko 1. Bik Bokin kohderyhmään kuuluvat asukkaat Espoossa (Tilastokeskus. 2017)

Kuten oheisesta kaaviosta huomaa, ei Bik Bokin kohderyhmään kuuluvien ihmisten määrän arvioida muuttuvan huomattavasti seuraavan kolmen vuoden aikana. Vuonna 2017 on Leppävaaran asukasluku 67 814. Leppävaara on asukasluvultaan Espoon suurin sekä vilkkain alue. Sen väkiluku on kasvanut tasaisesti. (Tilastokeskus. 2017) Bik Bok Sellon myymälän kannalta on positiivista, että sen ympäristö pysyy elovoimaisena eikä ostovoimassa tapahdu muutosta huonompaan. On toki huomioitava, että Sellon ostoskeskus houkuttelee asiakkaita huomattavasti laajemmalla alueella, mutta erityisesti uusien kauppakeskusten valmistuessa, on alueellinen elinvoima tärkeää.

6.4 Teknologiset tekijät

Vaikka verkkokaupan suosion kasvamista käsiteltiin edellisessä kappaleessa, otetaan se esille myös teknologisten tekijöiden kohdalla, sillä teknologian kehitys on luonut ja mahdollistanut verkkokauppojen ja niiden suosion nopean kasvun. Teknologia on kehittynyt viime vuosikymmeninä nopeaa tahtia ja sen voidaan uskoa kehittyvän jatkossakin. Haastateltavat eivät ottaneet teknologisten tekijöiden kohdalla esiin muita uhkia tai mahdollisuuksia.

Lopputyön kirjoittaja kuitenkin uskoo, että teknologian kehitys voi luoda paljon mahdollisuuksia Sellon myymälälle. Tulevia teknologisia innovaatioita on kuitenkin vaikeaa arvioida, sillä niiden kehitys on tähän mennessä ollut niin suurta suhteellisen lyhyen ajan sisällä. Esimerkiksi vielä viisi vuotta sitten harva olisi uskonut, että puhelimella kaupassa maksaminen olisi mahdollista, nykyään tämä on jo arkipäivää monille.

Vastaavanlaiseen teknologiseen kehitykseen onkin tärkeää kyetä reagoimaan. Osana suurta kansainvälistä konsernia Bik Bok Sellolla voidaan olettaa olevan riittävät valmiudet ja resurssit reagoida teknologisiin muutoksiin.

6.5 Lainsäädännölliset tekijät

Laillisista tekijöistä ei kukaan haastateltavista osannut arvioida mahdollisia muutoksia tai niiden vaikutuksia Sellon myymälälle. Tätä voi osaltaan selittää se, että lailliset tekijät eivät välttämättä ole näkyvissä liikkeen jokapäiväisessä toiminnassa, vaan vaikuttavat taustalla sen vakiintuneisiin toimintatapoihin.

Kaupallisen alan yrityksenä Bik Bok Sellon liiketoimintaan vaikuttaa luonnollisesti lukuisia eri lakeja. Suomi maana tarjoaa yritykselle vakaan oikeusvaltion toimintaympäristöksi, jonka voidaan olettaa myös pysyvän vakaana laillisten tekijöiden osalta. Lakien muuttaminen ja uusien lakien luominen tulevaisuudessa on toki mahdollista, mutta tutkimuksen aikarajaus huomioon ottaen on epätodennäköistä, että Suomessa tapahtuisi laillisia muutoksia, jotka vaikuttaisivat Bik Bok Sellon toimintaympäristöön merkittävästi ilman pidempää keskustelua ja valmisteluprosessia.

6.6 Ekologiset tekijät

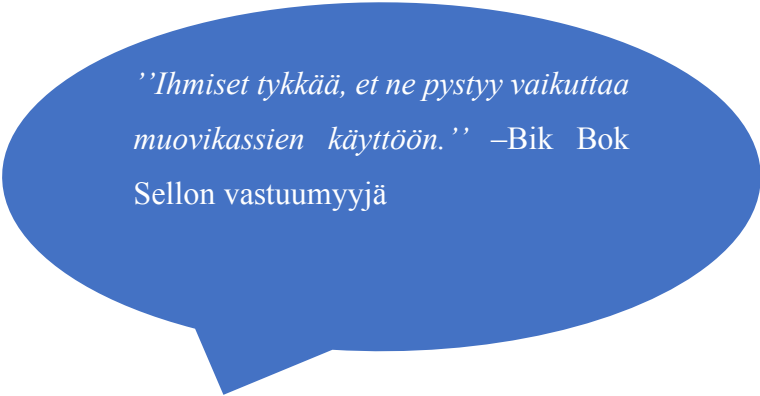
Ympäristöministeriö on solminut vuonna 2016 Kaupan liiton kanssa vapaaehtoisuuteen perustuvan Green deal –sopimuksen, joka kulkee myös nimellä sopimus 2050. Sopimus on voimassa vuoden 2025 loppuun. Sen avulla pyritään varmistamaan, että EU:n asettama direktiivi koskien muovikassien

kulutuksen vähentämistä saavutetaan Suomessa. Tavoitteena sopimuksella on, että käytettyjen muovikassien määrä henkilöä kohti olisi 40 kappaletta vuoden 2025 loppuun mennessä. Tämä tavoite koskee kaikkia kauppojen myyntipisteissä tarjottavia muovikasseja. (Ympäristöministeriö. 2016)

Bik Bok on vastannut tähän ”The Better Bag Initiative”-projektin avulla. Tämä tarkoittaa sitä, että Bik Bokin myymälät ovat siirtyneet maksullisiin muovikasseihin lokakuussa 2017. Muovikassin tarvetta kysytään jokaiselta asiakkaalta erikseen sen sijaan, että ostokset pakattaisiin muovikassiin automaattisesti.

”The Better Bag Initiativen” avulla pyrimme aktiivisesti vähentämään muovikassien kulutusta ja toimimaan ympäristömme hyväksi. Kannustamme asiakkaitamme ostamaan kestävämmän kassin.”
(Bik Bok. 2016)

Bik Bok Sellon vastuunmyyjän mukaan asiakkaat suhtautuvat muovikassien maksullisuuteen hyvin. Moni jättää muovikassin ostamatta ja kertoo olevansa tyytyväinen siihen, ettei turhaa muovijätettä tuoteta, hän toteaa. Tässä on nähtävissä ei ainoastaan EU direktiivin asettama vaatimus, vaan myös kuluttajien asenne ekologista toimintaa kohtaan. Kyseessä on siis sekä ekologinen että sosiokulttuurinen tekijä. Vain pieni osa näkee muutoksen negatiivisena. He kokevat, että muovikassi tulisi saada maksutta, kertoo Sellon myymälän vastuunmyyjä. Uudistuksesta ei koidu liikkeelle ylimääräisiä kuluja.



”Ihmiset tykkää, et ne pystyy vaikuttaa muovikassien käyttöön.” –Bik Bok Sellon vastuunmyyjä

Bik Bok Sellon vastuunmyyjä sekä myymäläpäällikkö uskovat, että jatkossa ekologisuus -trendi tulee jatkumaan sekä kasvamaan entisestään. Syynä tähän voidaan uskoa olevan ilmastonmuutos ja tietoisuuden lisääntyminen sen vaikutuksista yhteiskunnassa. He näkevät Sellon ostoskeskuksen etuna sen ekologisuuden, sillä se on Euroopan ekologisin kauppakeskus. Kauppakeskus Sellolle on myönnetty platinatason LEED-ympäristösertifikaatti toiminnasta, joka on ekologisesti kestävä.

Sello on ensimmäinen kauppakeskus Euroopassa, jolle tämä sertifikaatti on myönnetty. (Kauppakeskus Sello. 2017)

Vastuunmyyjän mukaan Sellon tulisi kuitenkin markkinoida tätä enemmän, jotta se voisi olla Sellon liikkeille kilpailuvaltti. Bik Bok Sellolle voisi olla kannattavaa myös itse markkinoida oman liikkeensä ekologisia arvoja. Yhdessä Sellon vihreiden arvojen kanssa se voisi auttaa luomaan tarpeeksi vahvaa viestiä asiakkaille. Mikäli liike osaa vastata ekologisuus -trendiin oikein, voi se olla suuri mahdollisuus liikkeelle parantaa imagoaan ja sen seurauksena saada enemmän kiinnostuneita asiakkaita sekä kasvattaa myymälän liikevaihtoa.

Bik Bok Sellon vastuunmyyjä nosti ekologisten vaikutuksien kohdalla esiin myös sään. Hän kertoo, että eron asiakasmäärissä huomaa riippuen säästä. Yleisesti ottaen liike on vilkkaampi kesällä kuin talvella. Säällä ei kuitenkaan koeta olevan merkittävää vaikutusta, sillä liikkeen omaa valikoimaa säähän mukauttamalla, voi liikevaihtoon vaikuttaa.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän opinnäytetyön tärkein tavoite oli vastata kysymykseen siitä, mitä mahdollisia muutoksia Bik Bok Sellon ulkoisessa toimintaympäristössä tulee tapahtumaan kolmen vuoden sisällä ja miten ne tulevat myymälään mahdollisesti vaikuttamaan. Suurimpina muutoksen kohteina haastateltavat näkivät ekologisuus –trendin jatkumisen ja vahvistumisen sekä taloudelliset päätökset uusista kauppakeskuksista ja niiden sijoittelusta Sellon toimintaympäristöön tai sen läheisyyteen.

Haastateltavista vain yksi pitää nettikauppoja suurena uhkana liikkeen tulevaisuuden kannalta. Kuten empiirisessä osiossa esitettiin, on nettikaupoille kuitenkin suuri kysyntä ja niiden suosio on kasvanut nopealla tahdilla. Onkin yllättävää, että kaksi muuta haastateltavaa eivät maininneet nettikauppoja mahdollisena uhkana Bik Bok Sellolle.

Ennen tutkimuksen tekoa, oli opinnäytetyön tekijän ennako-oletus se, että länsimetro nähtäisiin haastateltavien keskuudessa yhtenä suurimmista uhista Bik Bok Sellolle. Vaikka haastateltavista kaksi mainitsikin tämän tekijän uhkana, näkivät he toisaalta yhtenä Sellon eduista sen sijainnin junaradan varrella. Opinnäytetyön tekijä näkee etuna myös Sellon maantieteellisen sijainnin, sillä Leppävaara sijaitsee aivan Espoon, Vantaan ja Helsingin rajalla. Näin ollen asiakkaita voidaan uskoa

tulevan myös Espoon rajojen ulkopuolelta. Espoon väkiluvun ennusteet näyttävät myös positiiviselta myymälän kannalta, sillä liikkeelle on tärkeää, ettei sen toimintaympäristön ostovoima heikkene.

Haastateltavat kokevat, että kaksi suurinta haastajaa Sellolle ovat Iso Omena sekä TRIPLA. Haastateltavat kuitenkin uskovat niiden vaikuttavan Sellon myymälään hieman eri tavalla. Opinnäytetyön tekijä uskoo, että Iso Omena koetaan suurempana uhkana, sillä sen vaikutus voidaan nähdä negatiivisena asiakkaisiin, jotka asioivat säännöllisesti Sellossa. Pasilan uuteen kauppakeskus TRIPLAn, joka tulee sijaitsemaan Sellon tavoin junaradan varressa, sen sijaan uskotaan vievän satunnaisia, työ –tai koulumatkallaan olevia asiakkaita, jotka eivät välttämättä muuten tulisi ostoksille Selloon. Tähän asti Sello on ollut ainoa suuri kauppakeskus saman junaradan varrella, mutta tulevaisuudessa sen tulee haastamaan isompi ja uudempi kauppakeskus.

Poliittiset ja lainsäädännölliset tekijät puolestaan tuntuivat olevan haastateltaville etäisiä.

Opinnäytetyön tekijä kokee, että Bik Bok Sellon henkilökunnan voisi olla tärkeää ja hyödyllistä perehtyä enemmän näihin tekijöihin, sillä niillä saattaa olla suurikin vaikutus liikkeeseen ja sen toimintaan. Yrityksissä saattaa myös olla palkattuna henkilö hoitamaan juuri tätä sektoria eikä jokaisen työntekijän olekaan tarve omata tietoa näistä tekijöistä. Toisaalta Suomen talouden voidaan olettaa pysyvän melko samana lähivuosina, sillä maan tilanne on vakaa, jonka vuoksi muutoksia näissä tekijöissä suuressa mittakaavassa ei välttämättä tule tapahtumaan tai niiden arvioiminen voi olla haastavaa.

Vaikka poliittisista tekijöistä haastateltavat eivät osanneet kertoa esimerkkejä, myötäilivät heidän vastauksensa muiden tekijöiden kohdalla vahvasti Suomen hallituksen ohjelmaa kestävään kehitykseen. Poliittisten tekijöiden vaikutukset olivat siis nähtävissä heidän vastauksissaan koskien muita PESTLE –analyysin kohtia.

On hienoa, että Bik Bokin henkilökunta näkee ekologisuuteen panostamisen tärkeänä tekijänä. Sillä nähdään olevan suuri vaikutus siihen, miten asiakkaat näkevät Bik Bokin. Mikäli Sello sekä Bik Bok, molemmat osaavat reagoida ekologisuus –trendiin oikein, voi liikkeen imago parantua entisestään asiakkaiden silmissä ja voi se nostaa kunnioitusta sekä luottamusta asiakkaiden keskuudessa. Kauppakeskuksena Sello on tämän aspektin toteuttamiseen ideaali sen ekologisuuden takia. Opinnäytetyön tekijä uskoo ekologisuuden merkityksen asiakkaille kasvavan tulevaisuudessa, sillä tietoisuus siitä, että luonnonvaroja käytetään yli resurssien, on tiedostettu ongelma ja sen seuraukset näkyvät maapallolla koko ajan enemmän ja enemmän, kuten Suomessa lämpenevät ja vähälumiset talvet. Myös paine ekologisten arvojen toteuttamiseksi saattaa hyvin

lisääntyä lakien muodossa, sillä Suomen hallitus harjoittaa tälläkin hetkellä kestävästä kaupankäyntiä. Sopimus 2050:n kaltaisille direktiiveille tulee jatkossakin olemaan tarvetta ympäristön kuormittamisen vähentämiseksi.

Avaintekijänä monessa muutoksessa nähdään se, miten Sellon kauppakeskus reagoi tuleviin muutoksiin. Muutoksien vaikutus voi olla joko negatiivinen tai positiivinen riippuen kauppakeskuksen vastauksesta muutokseen. Kaikkia tekijöitä on siis vaikea luokitella joko uhka tai mahdollisuus kategoriaan, sillä oikealla reagoinnilla, voi uhkana koetun tekijän vaikutus ollakin päinvastainen. Haastateltavat kokevat Sellon roolin Bik Bokin myymälälle suurena.

Opinnäytetyön tekijä kokee, että mikäli Sello pitää itsensä ajan tasalla, uudistamalla itseään ja houkuttelemalla uusia trendikkäitä vaateketjuja sinne, voi uusien kauppakeskusten, kuten Iso Omenan, vaikutus olla melko pieni. Myös hyvä ruokamaailma on tervetullut, jolloin kaikki löytyisi saman katon alta. Bik Bokin kannalta on tärkeää, että Sello pysyy mielenkiintoisena ja miellyttävänä kauppakeskuksena, jonne on helppo tulla. Ulkoisena tekijänä koko Sellon asiakasvirta on liikkeelle todella olennainen. Tällöin liikkeellä on mahdollisuus saada asiakkaita ostoksille ja tehdä aktiivista myyntityötä hyvän liikevaihdon ja tuloksen toivossa.

8 LÄHTEET

Aswathappa, K. 2008, *Essentials of Business Environment*, Global Media. ProQuest Ebook Central, s. 21. Saatavissa: Ebrary. Haettu 2.4.2017

Bush, Thomas. 2016, *Pestle analysis: legal factors affecting business*, Pestle analysis. Saatavissa: <http://pestleanalysis.com/legal-factors-affecting-business/> Haettu 14.03.2017

Bush, Thomas. 2016, *Pestle analysis: Environmental factors affecting business*, Pestle analysis. Saatavissa: <http://pestleanalysis.com/environmental-factors-affecting-business/> Haettu 14.03.2017

Cherunilam, Francis. 2010, *Business Environment*, Himalaya Publishing House. ProQuest Ebook Central, s. 1-2, s. 5, s. 7, s. 9, s. 13, s. 15-16, s. 18.

Cheverton, Peter. 2004, *Key Marketing Skills 2*, Kogan Page. ProQuest Ebook Central, s. 72-73. Saatavissa: Ebrary. Haettu 15.4.2017

Country Analysis Report: Finland, 2016. MarketLine. Saatavissa: <http://advantage.marketline.com.ez-scv.statsbiblioteket.dk:2048/Product?pid=ML00002-011&view=5> Haettu 10.11.2017

Green deal -sopimukset, 2016. Ympäristöministeriö Saatavissa: http://www.ymparisto.fi/FI/Ymparisto/Jatteet/Green_deal_sopimukset Haettu 4.11.2017

Hiltunen, Leena. 2009, *Validiteetti ja reliabiliteetti*, Jyväskylän Yliopisto

Saatavissa: http://www.mit.jyu.fi/ope/kurssit/Graduryhma/PDFt/validius_ja_reliabiliteetti.pdf

Haettu 9.11.2017

Hopkin, Paul. 2012, *Fundamentals of Risk Management*, Kogan Page, ProQuest Ebook Central, s. 157. Saatavissa: Ebrary. Haettu 22.4.2017

Johnson, Gerry; Whittington, Richard; Scholes, Angwin, Duncan; Regner, Patrick. 2015, *Fundamentals of strategy*, third edition, United Kingdom: Pearson, s. 22, s. 25, s. 27.

Kierrätys ja ympäristö, 2017. Kauppakeskus Sello.

Saatavissa: <http://www.sello.fi/kierratys-ja-ymparisto>

Haettu 2.11.2017

Laadullinen tutkimus. 2015, Jyväskylän yliopiston avoin yliopisto. Saatavissa:

<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/laadullinen-tutkimus>

Haettu 24.4.2017

Marketing resources, PESTLE – macro environmental analysis. 2015, Oxford learning lab.

Saatavissa: http://www.oxlearn.com/arg_Marketing-Resources-PESTLE---Macro-Environmental-Analysis_11_31

Haettu 12.03.2017

Marketing theories – PESTLE analysis. 2017, Professional academy.

Saatavissa: <http://www.professionalacademy.com/blogs-and-advice/marketing-theories---pestel-analysis>

Haettu 18.03.2017

Nelke, Margareta & Ray, S.C. 2011, *Strategic Business Development for Information Centres and Libraries*, Elsevier Science. ProQuest Ebook Central, s.1. Saatavissa. Ebrary. Haettu 10.4.2017

Posti luopuu ruohonleikkauksesta, 2017. Kaleva

Saatavissa: <http://www.kaleva.fi/uutiset/kotimaa/posti-luopuu-ruohonleikkauksesta-jai-lyhyeksi-kokeiluksi/775375/>

Haettu 8.11.2017

Rissanen, Virve. 2016, *Metro ei tullut, laajennus tuli – Iso Omena kasvaa nyt Suomen toiseksi suurimmaksi kauppakeskukseksi*, Helsingin Sanomat.

Saatavissa: <https://www.hs.fi/kaupunki/art-2000002915064.html>

Haettu 26.11.2017

Saaranen-Kauppinen, Anita. & Puusniekka, Anna. 2006, *KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto*, Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto.

Saatavissa: <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus>

Haettu 15.3.2017

Schwarz, Eric; Hunter, Jason; Lafleur, Alan. 2013, *Advanced theory and practice in sport marketing*, Second edition, New York, s.8, s.15.

Teemahaastattelu, 2017. Virtual Statistics.

Saatavissa: <https://www.stat.fi/virsta/tkeruu/04/03/>

Haettu 25.4.2017

The better bag initiative, 2016. Bik Bok.

Saatavissa: <https://bikbok.com/fi/a-better-fashion-future/>

Haettu 2.11.2017

Tietoa Bik Bokista. 2017, Bik Bok.

Saatavissa: <https://bikbok.com/fi/corporate/about-bik-bok/about-bikbok/>

Haettu 25.3.2017

Verkkokaupan vuosi 2016 lukuina, 2017. PayTrail

Saatavissa: <https://www.paytrail.com/blog/verkkokaupan-vuosi-2016-lukuina>

Haettu 8.11.2017

Väestö iän (1-v.) ja sukupuolen mukaan alueittain 1972 - 2016, laaja alueluokitus, 2017.

Tilastokeskus.

Saatavissa:

http://pxnet2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin_vrm_vaerak/statfin_vaerak_pxt_004.px/table/tableViewLayout1/?rxid=6ab0b9df-116d-4ba2-8f42-b8861f5c229e

Haettu 2.11.2017

Yrittäjän ABC, 2016. Suomen yrittäjät.

Saatavissa: <https://www.yrittajat.fi/yrittajan-abc-316123>

Haettu 10.03.2017

Haastattelu 26.10.2017 Helsinki.

Haastattelu 1.11.2017 Helsinki.

Haastattelu 8.11.2017 Espoo.

9 LIITTEET

9.1 Liite 1: Teemahaastattelun kysymysrunko

Teema 1 Haastateltavan tausta

- Työtehtävä
- Työvuosien määrä Bik Bokilla

Teema 2 Nykytilanne

- Mitä uhkia näet Bik Bok Sellon ulkoisessa toimintaympäristössä tällä hetkellä?
- Entä mitä mahdollisuuksia?

Teema 3 Tulevaisuus

- Mitä uhkia näet Bik Bok Sellon ulkoisessa toimintaympäristössä seuraavan kolmen vuoden sisällä?
- Miten uskot näiden uhkien vaikuttavan myymälään?
- Mitä mahdollisuuksia näet Sellon myymälän ulkoisessa toimintaympäristössä seuraavan kolmen vuoden sisällä?
- Miten uskot näiden mahdollisuuksien vaikuttavan myymälään?

9.2 Liite 2: Sammandrag på svenska

Uppdragsgivaren för detta examensarbetet är Bik Bok Sello. Bik Bok grundades år 1973 i Norge och är nuförtiden en del av VARNER -group. Bik Bok öppnade sin första butik år 1978 i Oslo. Idag har Bik Bok 200 butiker i Finland, Sverige, Norge, Danmark och Österrike. Bik Boks målsättning är att vara modedestination för unga kvinnor. Bik Bok Sello öppnades i februari, år 2015, i Alberga, Esbo. Finlands första Bik Bok var Bik Bok Kampen i Helsingfors centrum som öppnades år 2012.

Företaget agerar aldrig i tomrum utan påverkas av många olika faktorer som måste tas i beaktan. (Suomen Yrittäjät. 2016) För att företaget skall kunna hålla sin konkurrensförmåga på en marknad som ändras hela tiden, behöver det en förmåga att reagera snabbt till dessa ändringar. Det är viktigt att förstå följder och anpassa verksamheten enligt dom. (Johnson et al. 2015 s. 27)

Verksamhetsmiljön består av interna och externa faktorer. Syftet med detta arbetet är att reda ut hurdana ändringar kommer att ske i Bik Bok Sellos externa verksamhetsmiljön och hur kommer dessa ändringar möjligtvis påverka Bik Bok Sello inom de tre kommande åren. Denna undersökningen är begränsad till dessa faktorer, för att det är omöjligt att reda ut alla eventuella orsaker. Det är viktigt att koncentrera sig på faktorer som är mest avgörande för företagets verksamhet.

I denna undersökningen används en kvalitativ semistrukturerad temaintervju som forskningsmetod. I detta arbetet intervjuas Bik Bok Sellos ansvars försäljare, butikschef och regionchef, eftersom skribenten upplever att de har relevant information gällande arbetets syfte. Intervjuarna är individuella. Intervjun består av tre olika teman, deltagarnas bakgrund, Bik Bok Sellos dagsläge och butikens framtid. Varje tema har 2-4 intervjufrågor men under intervjuens gång uppstod det mera frågor.

Utöver temaintervjun används det interna och externa källor. Det externa materialet fås från litteratur och internet. Det interna materialet är information som fås från uppdragsgivaren. Den teoretiska referensramen bygger sig på PESTLE-analys.

PESTLE –analys står för politiska, ekonomiska, sociala, teknologiska, lagliga och ekologiska faktorer. PESTLE-analys är ett allmänt sätt att undersöka ändringar i den externa verksamhetsmiljön. PESTLE-analys används av företag och andra organisationer för strategisk analys och planering. Med hjälp av analysen kan företag hitta faktorer i den externa miljön som påverkar verksamheten.

De intervjuade tror att i framtiden kommer ekologitrenden att fortsätta och växa ytterligare. Anledningen till detta kan vara klimatförändringen och ökad medvetenhet i samhället. Om både Sello och Bik Bok tar i beaktan ekologitrenden är det möjligt att butikens image kommer ytterligare att förbättras i kundens ögon. Som ett köpcentrum är Sello idealiskt för att genomföra denna aspekt på grund av sin miljövänlighet.

Alla av de intervjuade anser Mattbys Iso Omena som det största hotet för Sello, både nu och i framtiden. Dess expansion har påverkat negativt antalet kunder i Sellos butik och därmed även butikens omsättning. De intervjuade anser att kunder finner Iso Omena som ett mer intressant köpcentrum på grund av sina nya butiker och moderna exteriör.

Alla deltagare anser att köpcentrum TRIPLA, som kommer att bli klar år 2019 vid Böles tågstation, kommer att inverka på kunder som åker till jobb med tåget via Sello. I framtiden kan dessa kunder avvika till den nyare och större TRIPLA istället för att besöka Sello.

Bara en av de intervjuade anser att utvecklingen av e-handeln kommer att påverka negativt Bik Bok Sello. Slutarbetes skribent tycker att det är överraskande att de andra intervjuade inte anser denna faktorn som ett hot för Bik Bok Sello. År 2016 växte den finska webbutiken med 40%. (PayTrail. 2017) E-handels popularitet förväntas öka i Finland med cirka 10 % per år. (Kaleva, 2017) Dessa förändringar speglar människors positiva inställning och deras förtroende för e-handel. Bik Bok Sellos kundkrets består av generation y som är vana att använda internet. På grund av detta är dom också potentiella webbutikers kunder. År 2016 var 93% av finländarna internet användare. (MarketLine. 2016) Potentialen för online shopping är därför stor.

Politiska och juridiska faktorer var svåra för de intervjuade att identifiera. Skribenten anser att för Bik Boks personal skulle det vara viktigt och användbart att lära sig mer om dessa faktorer, eftersom de kan ha stor inverkan på Bik Bok Sellos framtida verksamhet. Den finska ekonomin kan förväntas att hålla sig stabil och där med är det troligt att stora förändringar kommer inte att ske inom de tre kommande åren.

En nyckelfaktor är Sellos förmåga att reagera på dessa framtida förändringar. Effekten av förändringarna kan vara antingen positiv eller negativ beroende på köpcentrets reaktion. Det är därför Svårt att kategorisera alla faktorer som antingen ett hot eller en möjlighet, för att med rätt reaktion kan slutresultatet vara positiv.