

Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala	
Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma	
Työn tekijä(t) Miisa Ruotsalainen	
Työn nimi Oston esteet erikoiskaupan alalla – Case Iittala outlet	
Päiväys	6.2.2017
Sivumäärä/Liitteet	57/1
Ohjaaja(t) Sirpa Vauhkonen	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Fiskars Finland Oy Ab, Iittala outlet Kuopio	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää asiakkaiden kokemia oston esteitä Iittala outlet -myymälöissä. Toimeksiantajana työllä toimi Fiskars Finland. Työn avulla kartoitettiin Iittala outlet -myymälöissä asiakkaiden kokemia oston esteitä ja syitä ostopäätöksen syntymättä jäämiselle. Ostopäätökseen negatiivisesti vaikuttavia tekijöitä tutkimalla yritys voi tehostaa toimintaansa, lisätä myyntiä sekä kasvattaa asiakastytyväisyyttä.</p> <p>Opinnäytetyö rakentuu teoriaosuudesta sekä empiirisestä osuudesta. Työn teoriapohja koostuu ostopäätökseen vaikuttavista tekijöistä sekä osto- ja myyntiprosessista. Empiirisessä osuudessa esitellään työn toimeksiantaja, analysoidaan sen toimintaa Kuopion Iittala outletin näkökulmasta, esitellään tutkimuksen toteutus. Salassapidollisista syistä tutkimustulokset ja niiden pohjalta tehdyt johtopäätökset eivät ole julkaistavaa tietoa.</p> <p>Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän avulla kuudessa Iittala outlet -kauppakeskusmyymälässä 15.6.-31.8.2016. Tutkimukseen osallistuneet myymälät olivat Kuopio, Palokka, Humppila, Lappeenranta, Kyyjärvi ja Vaasa. Tutkimus toteutettiin kirjallisena tutkimuslomakkeena, joka koostui asiakkaan taustatiedoista, asiointia koskevista kysymyksistä, varsinaisiin oston esteisiin liittyvästä kysymyksestä sekä vapaasta kommentointimahdollisuudesta. Vastauksia kerättiin asiakkailta, jotka olivat asioineet Iittala outletissa, mutta eivät olleet kyseisellä asiointikerralla tehneet ostoksia. Tavoitteena oli kerätä jokaisessa myymälässä 100 vastausta ei-ostaneilta asiakkailta. Tämän lisäksi Kuopion myymälässä toteutettiin 20 strukturoitua haastattelua ei-ostaneille asiakkaille ajalla 21.7.-26.7.2016. Haastattelut tehtiin kirjallisen tutkimuslomakkeen pohjalta.</p> <p>Kirjallisen tutkimuslomakkeen avulla vastauksia kerättiin yhteensä 750, joista 560 oli ei-ostaneiden asiakkaiden vastauksia. Loput 190 vastausta kerättiin asiakkailta, jotka olivat tehneet ostoksia.</p> <p>Opinnäytetyön tulosten perusteella toimeksiantaja voi kehittää toimintaansa niin, että mahdollisimman harva myymälään saapuva asiakas kokee ostopäätöksen tekemiselle esteitä ja päätyy lopulta tekemään ostoja. Tämä lisää asiakastytyväisyyttä ja auttaa tehostamaan ja kohdentamaan työntekijöiden työskentelyä entistä paremmin.</p>	
Avainsanat oston esteet, ostokäyttäytyminen, ostopäätösprosessi, kuluttajakäyttäytyminen	

Field of Study Tourism, Catering and Domestic Services			
Degree Programme Degree Programme in Tourism			
Author(s) Miisa Ruotsalainen			
Title of Thesis Purchase obstacles in specialty retailing – Case Iittala outlet			
Date	6.2.2017	Pages/Appendices	57/1
Supervisor(s) Sirpa Vauhkonen			
Client Organisation /Partners Fiskars Finland Oy Ab, Iittala outlet Kuopio			
<p>Abstract</p> <p>The purpose of the thesis was to find out the purchase obstacles the customers meet in Iittala outlets. The client organisation of the thesis was Fiskars Finland. The thesis was used to survey the purchase obstacles and reasons why the buying decision was not made. Through studying the factors negatively affecting the buying decision process, the client organisation is able to increase their sales, customer satisfaction as well as their performance as a whole.</p> <p>The thesis consists of a theoretical part and an empirical part. The theoretical framework is composed of the factors influencing the buying decision process and the buying and selling processes. In the empirical part the client organisation is introduced and its operations are being analysed from the point of view of Kuopio Iittala outlet. The implementation of the research is also found in the empirical part of the thesis. Due to confidentiality reasons, the results of the research cannot be published.</p> <p>The research was conducted with quantitative method in six different Iittala outlets on 15.6.-31.8.2016. The outlets participating in the research were Kuopio, Palokka, Humppila, Lappeenranta, Kyyjärvi and Vaasa. The research form consisted of customers' demography, their buying behaviour, the purchase obstacles they met and the opportunity to comment freely. Answers were collected from customers who had visited the Iittala outlet but had not made any purchases. Each participating outlet was expected to collect 100 answers from those customers. In addition to the research, structured interviews were done in Iittala outlet Kuopio on 21.7.-26.7.2016 for 20 customers who visited the store but did not buy anything. The interviews were made using the same research form as in the quantitative research.</p> <p>A total of 750 answers were received from the written research, of which 560 came from customers who had not bought anything and the remaining 190 from customers who had made purchases.</p> <p>By using the results of the thesis, the client organisation will be able to improve their operations in a way that as few incoming customers as possible meet any purchase obstacles for their buying decision and end up making purchases. This will increase their customer satisfaction and help them organise and allocate their processes even better and more effectively.</p>			
Keywords purchase obstacles, buying behaviour, buying decision process, consumer behaviour			