

**PÄIVITTÄISTAVARAKAUPAN PALVELUJEN SAAVUTETTAVUUS
LIIKUNTAVAMMAISTEN KULUTTAJIEN NÄKÖKULMASTA**

Anna-Maija Kohijoki

Sarja/Series KR-2:2010



Turun kauppakorkeakoulu
Turku School of Economics

Copyright © Anna-Maija Kohijoki & Turun kauppakorkeakoulu

ISBN 978-952-249-116-9 (nid.) 978-952-249-117-6 (PDF)

ISSN 0357-4687 (nid.) 1459-7632 (PDF)

UDK 336.1

658.89

658.87

364.262

Uniprint, Turku 2011

TIIVISTELMÄ

Tutkimus käsittelee liikuntarajoitteisuuden vaikutusta päivittäistavarakaupan palvelujen saavutettavuudelle liikuntavammaisten kuluttajien näkökulmasta. Kuluttajakyselyn perusteella selvitetään, miten liikuntavammaiset kuluttajat kokevat palvelujen saavutettavuuden, ja mistä mahdolliset hankaluudet johtuvat. Tarkoituksena on selvittää, ovatko liikuntavammaiset palvelujen saavutettavuuden suhteen epäedullisessa asemassa olevia kuluttajia.

Tulosten perusteella suurella osalla liikuntavammaisista on hankaluuksia saavutettavuudessa, mutta siitä huolimatta he ovat melko tyytyväisiä tapaan, jolla suomalainen päivittäistavarakauppa heidät huomioi. Yksittäisten myymälöiden esteettömyyteen liittyvien seikkojen lisäksi suurin ongelma, jonka liikuntarajoitteisuus aiheuttaa, on muiden kuluttajien ennakkoluulot ja asenteet.

Palvelujen saavutettavuuden turvaaminen ei ole pelkästään päivittäistavarakaupan vastuulla vaan osa vastuusta kuuluu kuluttajille ja koko yhteiskunnalle. Tämän vuoksi tietoa eri tavalla liikuntarajoitteisten palvelutarpeista ja toiveista sekä näkemyksiä saavutettavuudesta on saatava sekä eri ryhmien välistä kommunikointia lisäävä.

Asiasanat: liikuntarajoitteisuus, liikuntavammaisuus, päivittäistavarakauppa, saavutettavuus

Sisällysluettelo

1	JOHDANTO	6
2	KÄSITTEET JA AIKAISEMPI TUTKIMUS	8
2.1	Liikuntarajoitteisuus ja liikuntavammaisuus	8
2.2	Palvelujen saavutettavuus	9
2.2.1	Esteetön ympäristö ja palvelujen saavutettavuus	9
2.2.2	Palvelujen saavutettavuuden suhteen epäedullisessa asemassa olevat kuluttajat	10
2.3	Aikaisemmat tutkimukset liikuntavammaisista kuluttajista	11
3	KYSELYTUTKIMUS PÄIVITTÄISTAVARAKAUPAN PALVELUJEN SAAVUTETTAVUUDESTA LIIKUNTAVAMMAISTEN NÄKÖKULMASTA	14
3.1	Kyselytutkimuksen kuvaus	14
3.2	Kyselyyn osallistuneiden kuvaus	15
4	LIIKUNTAVAMMAISTEN OSTOKÄYTTÄYTYMINEN JA NÄKEMYKSIÄ PÄIVITTÄISTAVARAKAUPAN PALVELUJEN SAAVUTETTAVUUDESTA	17
4.1	Päivittäistavarakaupan valinta ja ostokäyttäytyminen	17
4.2	Päivittäistavarakaupan palvelujen koettu saavutettavuus	19
4.3	Palvelujen saavutettavuutta parantavat toimenpiteet	20
5	JOHTOPÄÄTÖKSET	23
	LÄHTEET	26

LIITE 1 Kyselylomake

Taulukkuluettelo

Taulukko 1	Tutkimukseen osallistuneiden liikuntavammaisten (N = 320) sosio-ekonominen tausta ja liikkumiskyky.....	16
Taulukko 2	Tutkimukseen osallistuneiden liikuntavammaisten (N = 320) ostokäyttäytyminen ja kulutavat.....	18

1 JOHDANTO

Palvelujen vaivaton saavutettavuus on yksi hyvän ja esteettömän elinympäristön edellytyksistä (MRL 1999). Yhteiskunnassa tapahtuneet muutokset, kuten yhdyskuntarakenteen hajaantuminen, lisääntynyt autorippuvuus sekä muuttuneet kulutustottumukset, ovat johtaneet kaupan rakennemuutokseen, jossa toiminnan tehostamiseksi kaupan palveluverkko on harventunut ja suuryksiköitynyt (PTY 2009, 27). Tämän seurauksena kaupunkirakenteeseen on syntynyt päivittäistavarakaupan palveluaukoja, eli asuinalueita, joilta riittävät lähipalvelut puuttuvat. Kuluttajien mahdollisuudet saavuttaa tarpeitaan tyydyttävät palvelut ovat siten eriarvoistuneet. Erityisesti ikääntyminen, pienituloisuus ja/tai liikkumisrajoitteisuus altistavat palvelujen saavutettavuuden suhteen epäedulliseen asemaan joutumiselle. Tulevaisuudessa väestön ikääntyminen ja sen myötä liikuntarajoitteisuuden lisääntyminen nostavat palvelujen saavutettavuuden entistä tärkeämmäksi kysymykseksi. (Bromley & Thomas 1995; Guy, Clarke & Eyre 2004; Westlake 1993; Whelan, Wrigley, Warm & Cannings 2002; Woodliffe 2007.) Peruspalveluihin lukeutuvan päivittäistavarakaupan palvelujen turvaaminen sekä kuluttajien edellytykset selviytyä itsenäisesti arjen rutiineista on yhteiskunnallinen tavoite (LKM 2007; Vammaispalvelulaki 1987), joka edellyttää eri elämäntilanteissa olevien kuluttajien tarpeiden ja toimintakyvyn tuntemista.

Palvelujen saavutettavuuden määrittely on haastavaa. Saavutettavuutta tarkastellaan usein fyysisen etäisyyden kautta (esim. Guy & David 2004; Koistinen & Väliniemi 2007), mutta vaivattoman saavutettavuuden edellytyksiin vaikuttavat toisaalta kuluttajakohtaiset kokemukset ja toisaalta palvelukohtaiset ominaisuudet. Sen lisäksi, että palvelujen luo on päästävä, niiden on myös vastattava kuluttajien tarpeita (STM 2006, 9). Saavutettavuuteen voivat siten vaikuttaa fyysiset, taloudelliset sekä kuluttajien henkilökohtaiset tekijät, jotka kaikki on huomioitava palvelujen saavutettavuutta tarkasteltaessa. (Kohijoki 2008; Spåre & Pulkkinen 1997; Wilson, Alexander & Lumbers 2004; Whelan et al. 2002.)

Tutkimuksessa tarkastellaan liikuntarajoitteisuuden vaikutusta päivittäistavarakaupan palvelujen saavutettavuuteen liikuntavammaisten näkökulmasta. Keskeinen näkökulma on palvelujen koettu saavutettavuus. Liikuntarajoitteisuus on monimerkityksinen käsite, mutta tässä tutkimuksessa sillä viitataan liikuntavaman aiheuttamaan rajoittuneeseen kykyyn liikkua tai toimia erilaisissa tilanteissa.

Tarkastelun teoreettinen viitekehys rakentuu kaupan rakennemuutoksen vaikutuksesta päivittäistavarakaupan palvelujen saavutettavuuteen ja sen suhteen epäedulliseen asemaan joutumiseen. Kansainvälisissä tutkimuksissa (Westlake

1993; Woodliffe 2007) liikuntavammaiset ovat olleet yksi esimerkki epäedullisessa asemassa olevista kuluttajista (*disadvantaged consumers*). Harvassa tutkimuksessa on kuitenkaan tarkasteltu saavutettavuutta liikuntavammaisten näkökulmasta ja näissä tutkimuksissa on usein keskitytty vain pyörätuolissa istuvien ostokokemuksiin (Bromley & Matthews 2007; McClain 2000).

Suomessa päivittäistavarakaupan palvelujen saavutettavuutta on tutkittu vähän liikuntavammaisten näkökulmasta (Laurinkari 1987; Pihkala 2009), vaikka tutkimuksia julkisten palvelujen saavutettavuudesta sekä rakennusten esteettömyydestä on tehty varsin paljon (STM 2003; Tiehallinto 2002). Tutkimus tarjoaakin monipuolisemman näkökulman saavutettavuuden tutkimiseen tarkastelemalla eri tavalla liikuntavammaisia kuluttajia ja heidän ostokokemuksiaan. Tutkimuksessa tuodaan myös esille liikuntavammaisten ehdotuksia saavutettavuuden parantamiseksi. Tutkimusaihe on siten tärkeä suomalaisen yhteiskunnan ja kaupan näkökulmasta nykyisten palvelumuotojen kehittämiseksi ja suuntaamiseksi mahdollisimman monen kuluttajan saavutettavaksi.

Tutkimus tehtiin yhteistyössä Suomen Nivelyhdistys ry:n kanssa, liikuntavammaisille jäsenille suunnatun kuluttajakyselyn muodossa. Kyselyaineiston perusteella tutkimuksessa selvitetään: *miten liikuntavammaiset kuluttajat kokevat päivittäistavarakaupan palvelujen saavutettavuuden*. Mikäli he kokevat saavutettavuuden hankalaksi, selvitetään, *johtuvatko hankaluudet heidän liikuntarajoitteisuudestaan vai jostain muusta syystä?* Lisäksi selvitetään, *ovatko liikuntavammaiset päivittäistavarakaupan palvelujen saavutettavuuden suhteen epäedullisessa asemassa olevia kuluttajia*. Näihin kysymyksiin vastaaminen edellyttää myös liikuntavammaisten kuluttajien ostokäyttäytymisen tarkastelua.

Tutkimus etenee määrittelemällä ensin tutkimuksen keskeisimmät käsitteet; liikuntarajoitteisuuden ja liikuntavammaisuuden sekä paneutuu sen jälkeen palvelujen saavutettavuus-käsitteeseen, sen fyysiseen ja koettuun puoleen sekä epäedullisessa asemassa oleviin kuluttajiin. Tämän jälkeen tarkastellaan aikaisempia tutkimuksia liikuntavammaisista kuluttajista. Tutkimuksen empiirinen osa jakautuu kyselytutkimuksen ja siihen osallistuneiden kuvaukseen, ostopaikan valintaan ja ostokäyttäytymiseen, palvelujen koettuun saavutettavuuteen sekä liikuntavammaisten esittämiin saavutettavuutta parantaviin toimenpiteisiin. Johtopäätöksissä yhdistetään kyselytutkimuksen anti teoreettiseen viitekehykseen.

2 KÄSITTEET JA AIKAISEMPI TUTKIMUS

2.1 Liikuntarajoitteisuus ja liikuntavammaisuus

Liikuntarajoitteiset ovat heterogeeninen ryhmä, mutta yhteistä heille on vaikeutunut kyky liikkua sairauden, vamman, synnynnäisen vian tai muun syyn takia. Muu syy voi olla esimerkiksi autottomuus tai ylipainoisuus. Liikuntarajoitteisuus voi olla joko tilapäistä tai pitkäaikaista. Leikkauksesta toipuvat tai raskaita ostoskassuja kantavat eivät välttämättä ole pitkäaikaisesti liikuntaesteisiä. Liikuntarajoitteisuus koskee siten huomattavaa osaa väestöstä. On arvioitu, että ihmiset ovat elinajastaan keskimäärin 40 prosenttia liikkumisrajoitteisia. Vamman aiheuttamana pitkäaikaisesti liikuntarajoitteisia on kymmenys väestöstä. (Tiehallinto 2002; Vammaispalvelulaki 1987.) Liikkumiskyky voi heiketä myös ikääntymisen seurauksena. Tulevaisuudessa liikuntarajoitteisten määrä tulee lisääntymään erityisesti väestön ikääntymisen vuoksi. Vuoteen 2030 mennessä liikuntarajoitteisten määrän arvioidaan kasvavan kolmella neljänneksellä nykyisestä. (Martelin, Sainio & Koskinen 2004.)

Tässä tutkimuksessa liikuntarajoitteisuudella tarkoitetaan tuki- ja liikuntaelimiin kohdistuneesta vammasta johtuvaan pitkäaikaiseen liikkumis- ja toimintaesteisyyteen. Liikuntavammaiset ovat yksi kolmesta vammaisryhmästä aisti- ja kehitysvammaisten ohella. Tarkasteltaessa liikuntavammaisia kuluttajia on syytä huomioida heidän moninaisuutensa. Liikuntavammat voivat olla eriasteisia ja kohdistuneina kehon eri osiin, millä on vaikutuksensa ostostenteosta saatuihin kokemuksiin.

2.2 Palvelujen saavutettavuus

2.2.1 Esteetön ympäristö ja palvelujen saavutettavuus

Esteetön elinympäristö on kaikkien saavutettavissa. Siihen vaikuttavat fyysiset, sosiaaliset, taloudelliset sekä psyykkiset seikat. Esteettömyydellä viitataan usein rakennetun ympäristön, kuten rakennusten (RakMk F1 2005), asumisen tai joukkoliikenteen toimivuuteen. Laajempaan käsitteenä esteettömyydellä tarkoitetaan esteetöntä osallistumista yhteiskunnan toimintoihin, kuten työntekoon, harrastuksiin, kulttuuriin sekä opiskeluun. Esteettömyys mahdollistaa myös palvelujen saavutettavuuden, välineiden käytettävyyden, tiedon ymmärrettävyyden, ennakkoluulottoman ympäristön sekä osallisuuden päätöksentekoon. Esteetön ympäristö lisää omatoimisuutta, tasa-arvoa ja yhteiskuntaan kuuluvuutta. (Eduskunta 2006, 8; Rauhala-Hayes, Topo & Salminen 1998,13.) Esteettömyydestä puhuttaessa viitataan usein erilaisiin vammaisryhmiin, mutta elinympäristön esteettömyys ja palvelujen saavutettavuus on kaikkien etu, se on ekologisesti kestävä ja kustannustehokasta (Rauhala-Hayes et al. 1998,13; STM 2006, 9). Maankäyttö- ja rakennuslain (MRL 1999) tavoitteena onkin luoda edellytykset hyvälle elinympäristölle sekä edistää ekologisesti, taloudellisesti, sosiaalisesti ja kulttuurisesti kestävä kehitystä. Hyvä elin- ja toimintaympäristö on turvallinen, terveellinen, viihtyisä, sosiaalisesti toimiva ja eri väestöryhmät huomioiva kokonaisuus, jossa erilaiset palvelut ovat kaikkien saatavilla.

Saavutettavuutta käytetään usein esteettömyys-käsitteen synonyyminä, mikä aiheuttaa sekaannusta käsitteiden tarkoituksissa. Saavutettavuudella tarkoitetaan usein tuotteiden, palvelujen ja tiedon saatavuutta (esim. Rauhala-Hayes et al. 1998). Tässä tutkimuksessa saavutettavuudella tarkoitetaan päivittäistavarakaupan palvelujen saatavuutta, kun tarkastellaan, miten liikuntavammaiset kykenevät toimimaan erilaisissa ostosprosessiin liittyvissä tilanteissa ja paikoissa sekä minäkälaisena he palvelujen saavutettavuuden kokevat (ks. Kaufman 1995). Rakennetun ympäristön esteettömyys on siten osa palvelujen saavutettavuutta. Kauppapalvelujen saavutettavuuteen voivat vaikuttaa fyysiset (esim. etäisyys ja liikenneyhteydet), taloudelliset (esim. hintataso ja ostovoima) ja/tai henkilökohtaiset tekijät (esim. elämäntilanne ja ruokavalio) (Kohijoki 2008; Späre & Pulkkinen 1997; Wilson et al. 2004).

2.2.2 Palvelujen saavutettavuuden suhteen epäedullisessa asemassa olevat kuluttajat

Tasapuolisesti saavutettavissa olevan palveluverkon muodostaminen ja ylläpito on haastavaa. Yhteiskunnassa tapahtuneet muutokset, kuten yhdyskuntarakenteen hajaantuminen, lisääntyvä autoistuminen sekä muutokset kulutustottumuksissa, ovat vaikuttaneet kaupan rakennemuutokseen, jossa toiminnan tehostamiseksi myymäläverkko on harventunut ja suuryksiköitynyt (PTY 2009, 27). Vaikka rakennemuutos on lisännyt kuluttajien valinnan vapautta ja itsenäisyyttä ostosten-teossa, ilmiö on eriarvostanut kuluttajien mahdollisuuksia saavuttaa tarpeitaan tyydyttävät kaupan palvelut. Kuluttajat, joilla on hankaluuksia palvelujen saavutettavuudessa, ovat epäedullisessa asemassa olevia kuluttajia. (Bromley & Thomas 1995; Kirkup, De Kervenoael, Hallsworth, Clarke, Jackson & Perez del Aguila 2004; Kohijoki 2008.) Hankaluudet saavutettavuudessa voivat liittyä ostoprosessin eri vaiheisiin kaupan ulko- ja sisäpuolella (vrt. Hare, Kirk & Lang 1999). Kaupan ulkoisiin tekijöihin, kuten liikenneyhteyksiin, kuluttajien ostovoimaan tai kulutusmieltyyksiin, kauppa ei suoranaisesti pysty vaikuttamaan. Sisäisiin tekijöihin, kuten aukioloaikoihin, hintoihin sekä palvelutasoon, kauppa taas pystyy vaikuttamaan. Palvelujen saavutettavuuden turvaaminen ei siten ole yksinään kaupan vastuulla, mutta myös kuluttajien ja koko yhteiskunnan tehtävä.

Aikaisemmat tutkimukset päivittäistavarakaupan saavutettavuudesta ja epäedullisessa asemassa olevista kuluttajista ovat usein keskittyneet fyysisen etäisyyden ja/tai kuluttajien sosio-ekonomisen taustan tarkasteluun (Guy & David 2004; Koistinen & Väliniemi 2007). Fyysinen saavutettavuus on määritelty etsimällä kaupunkirakenteesta asuinalueita, joista on yli 500 metriä lähimpään päivittäistavarakauppaan (esim. Guy & David 2004). Taustalla on ajatus, että ihan-teellisessa urbaanissa yhdyskuntarakenteessa palvelujen pitäisi sijaita kävelyetäisyyden päässä kodista. Kävelyetäisyys on kuitenkin subjektiivinen käsite, joten saavutettavuutta on tutkittu myös suomalaisen yhdyskuntarakenteeseen paremmin soveltuvan 1000 metrin saavutettavuusalueiden avulla (Kohijoki 2008; Koistinen & Väliniemi 2007). Kaukana palveluista asuvien kuluttajien on todettu olevan palvelujen saavutettavuuden suhteen epäedullisessa asemassa (Guy et al. 2004; Whelan, et al. 2002). Hankaluuksia saavutettavuudessa on havaittu olevan erityisesti pienituloisilla kuluttajilla, joilla on rajoittuneet liikkumismahdollisuudet. (ks. Guy & David 2004; Westlake 1993; Whelan et al. 2002; Woodliffe 2007.)

Kuluttajat, joilla on hankaluuksia palvelujen saavutettavuudessa, voivat kuitenkin asua eripuolilla kaupunkirakennetta. Myös palvelujen lähellä asuvilla on todettu oleva hankaluuksia. (Guy et al. 2004; Kohijoki 2008.) Lähipalvelut eivät aina vastaa tarjonnaltaan tai hintatasoltaan kulutustarpeita. Ne kuluttajat, joilla on

mahdollisuus valita, suuntaavat ostoksensa tarjonnaltaan monipuolisempiin tai edullisempiin myymälöihin. Kyseessä ovat usein kaukana kodista sijaitsevat kaupan suuryksiköt, jolloin ostosten tekoon kuluva aika voi tuottaa haasteita arjesta selviytymiselle. Toisaalta, pienet taloudet saattavat kokea hankaluuksia suurten markettien perhekeskeisyyden vuoksi. (Guy & David 2004; Kirkup et al. 2004; Wilson et al. 2004.) Joillekin kuluttajille jo kotiovesta ulospääseminen saattaa tuottaa vaikeuksia, jolloin kaupan sijainnilla tai koolla ei ole suurta merkitystä palvelujen saavuttamiseksi.

Saavutettavuuden suhteen epäedulliseen asemaan joutuminen on siten moninainen ilmiö, se on vahvasti henkilökohtaisiin ominaisuuksiin sekä aikaan ja paikkaan sidoksissa. Hankaluudet eivät aina ole pysyviä vaan ne voivat johtua hetkellisestä elämäntilanteesta. Tämän vuoksi pelkän sosio-ekonomisen taustan tutkiminen tai kuluttajan ostosmatkan laskeminen lähimpään kauppaan eivät määrittele saavutettavuutta. Käsiteltäessä kaupan palvelujen saavutettavuutta on huomioitava kuluttajakohtaiset näkemykset. Sen lisäksi että palvelujen luo on päästävä, niiden on vastattava kuluttajien tarpeita. (Kirkup et al. 2004; Kohijoki 2008; STM 2006; Woodliffe 2007.)

2.3 Aikaisemmat tutkimukset liikuntavammaisista kuluttajista

Päivittäistavarakaupan palvelujen saavutettavuutta ja sen suhteen epäedullisessa asemassa olevia kuluttajia on tutkittu kansainvälisesti paljon (Bromley & Thomas 1995; Westlake 1993; Whelan et al. 2002; Woodliffe 2007), mutta tutkimuksia on tehty vähemmän suomalaisessa kontekstissa (Kohijoki 2008, Koistinen & Väliniemi 2007; Spåre & Pulkkinen 1997). Kansainväliset ja suomalaiset tutkimukset liikuntavammaisista liittyvät lähinnä rakennetun ympäristön esteettömyyteen, julkisten palvelujen ja liikenteen saavutettavuuteen tai vammaisten ihmisten terveyden ja hyvinvoinnin parantamiseen (LVM 2003; Schmöcker, Quddus, Noland & Bell 2008; STM 2003; Tiehallinto 2002). Useat kaupan alan tutkimukset kohdistuvat liikuntavammaisiin kuluttajiin sähköisen kaupankäynnin asiakkaina (Heikkilä, Kallio, Saarinen, & Tuunainen 1999; Childers & Kaufman-Scarborough 2009), mutta tutkimuksia liikuntavammaista fyysisen kaupan, erityisesti päivittäistavarakaupan asiakkaina on tehty varsin vähän (Bromley & Matthews 2007; Kaufman 1995; Laurinkari 1987; Pihkala 2009).

Aikaisemmissa tutkimuksissa (Bromley & Matthews 2007; Westlake 1993) liikuntavammaisuuden on todettu altistavan epäedulliseen asemaan joutumiseen tarkasteltaessa päivittäistavarakaupan saavutettavuutta. Vamman laatu ja vaikeus vaikuttavat oleellisesti kaupan palveluiden käyttöön, niistä saatuihin kokemuksiin ja siinä kohdattuihin ongelmiin (Laurinkari 1987). Liikuntarajoitteisuuden

lisäksi keskimääräistä alhaisempi tulotaso, erityisesti vaikeasti vammautuneiden keskuudessa, hankaloittavat ostostentekoa kokonaisvaltaisesti (STM 2006, 13). Vaikeasti vammautuneen on mahdollista hyödyntää yhteiskunnan tarjoamia kuljetuspalveluja ja avustajia (Vammaispalvelulaki 1987), mutta suurimman osan liikuntavammaisista on itse järjestettävä tarvittavat tukitoimet. Liikuntavammaiset ovat hyvin autoriippuvaisia kuluttajia. Vaikka julkisen liikenteen esteettömyyteen on panostettu, liikuntavammaiset kokevat tämän liikkumismuodon heille sopimattomina. Henkilöauto toimii ensiarvoisena liikkumisen apuvälineenä, mutta myös ostosten kantovälineenä. (Kaufman-Scarborough 1999; LVM 2003; Schmöcker et al. 2008.)

Liikuntavammaisiin kohdistuneiden kansainvälisten tutkimusten lähtökohtina ovat olleet kaupan rakennemuutoksen ja erilaisten esteettömyyslakien (esim. The Disability Discrimination Act – DDA 1995) vaikutukset palvelujen ja eri kauppapaikkojen saavutettavuuteen. Päivittäistavarakaupan rakennemuutoksen nähdään itse asiassa helpottaneen liikuntavammaisten mahdollisuuksia saavuttaa palvelut. On esimerkiksi todettu, että liikuntavammaisten, erityisesti pyörätuolissa istuvien, on helpointa asioida isoissa automarketeissa kun pienet myymälät ovat hankalimmin saavutettavia niiden ahtauden ja puutteellisten paikoitustilojen vuoksi (Bromley & Matthews 2007). Erilaisista kauppapaikoista kauppa- ja ostoskeskusten esteettömyyttä on tarkasteltu paljon (Kaufman 1995; McClain 2000). Uusimpien keskusten on todettu täyttävän esteettömyyslakien vaatimukset parhaiten erityisesti pysäköinnissä, sisäänkäynneissä sekä WC-tiloissa. Yksittäisissä liiketiloissa esteettömyys on sen sijaan jäänyt vähemmälle huomiolle. Erityisesti tavaroiden ja mainosten asettelu ahtaille käytäville ja sovituskoppien pienuus estävät liikuntavammaisten asioimisen myymälässä. Pienten yksityiskohtien laiminlyönti johtaa siihen, että kaupat menettävät osan asiakkaistaan.

Saavutettavuus ei kuitenkaan ole vain lain asettamia kulkuliuskoja, leveitä käytäviä tai ovensuita eikä hyviä paikoitustiloja, vaan kauppiaiden ja kuluttajien näkemysten yhdistämistä. Hankaluudet saavutettavuudessa johtuvat usein siitä, että kauppiaat eivät ymmärrä kuluttajien todellisia tarpeita, tunteuksia ja kokemuksia. (Kaufman-Scarborough 1999; Pihkala 2009.) Usein liikuntavammaiset ovat jääneet vähemmälle huomiolle kuluttajina, mutta jatkossa heihin on kiinnitettävä huomio palvelujen tasapuolisemman saavutettavuuden järjestämiseksi.

Sähköinen päivittäistavarakauppa nähdään eräänä ratkaisuna palvelujen saavutettavuuden parantamiseksi. Nettikaupan ylläpito kuitenkin vaatii kauppiaalta ylimääräisiä resursseja, eivätkä kuluttajat ole vielä halukkaita maksamaan palvelusta. Lisäksi monelle ostoksilla käynti on päivän ainoa sosiaalinen tapahtuma ja keino ylläpitää kuntoa (Rasmus & Nielsen 2005). Päivittäisistä rutiineista halutaan selvittää itsenäisesti mahdollisimman pitkään. Tämä on myös yhteiskunnan pyrkimys ja sähköistä kauppaa tulisikin kehittää esimerkiksi kotipalvelun avuksi. Se edellyttää laitteiden ja tietotaidon hallintaa, mutta säästää aikaa ja kustannuk-

sia. (Heikkilä et al. 1999.) Tulevaisuuden kuluttajat tulevat olemaan nykyistä tottuneempia käyttämään tietotekniikkaa, jolloin sähköisestä asioinnista muotoutuu arkipäivän rutiini.

Suomessa tehtiin 1980-luvun lopulla kotitalouskyselyyn perustuva tutkimus (Laurinkari 1987) vammaisista päivittäistavara-kaupan asiakkaina. Tutkimuksessa havaittiin, että kauppaa valitessaan, myymälöiden fyysiset ominaisuudet ja suunnitteluun liittyvät asiat olivat liikuntavammaisille tärkeitä. He asioivat mieluiten pienissä myymälöissä, mutta suosivat myös automarketteja huomattavasti enemmän kuin tutkimuksessa käytetty verrokkiryhmä. Eniten hankaluuksia koettiin kaupassa liikkumisessa. Uusi tutkimus liikuntavammaisten ostokäyttäytymisestä ja -kokemuksista on tarpeen, koska yli 20 vuodessa suomalainen päivittäistavara-kauppa on muuttunut muun muassa kaupan rakennemuutoksen seurauksena. Lisäksi lait vammaisten paremmasta huomioon ottamisesta sekä palvelujen saavutettavuudesta ovat muuttaneet vammaisten asemaa kaupan asiakkaina. Ei voida myöskään olettaa, että Suomessa liikuntavammaisten ostoskokemukset olisivat samanlaisia kuin muissa maissa. Kaupan erilaiset toimintaympäristöt ja toimintatavat voivat muodostaa toisistaan poikkeavia ostoskokemuksia.

3 KYSELYTUTKIMUS PÄIVITTÄISTAVARA- KAUPAN PALVELUJEN SAAVUTETTAVUU- DESTA LIIKUNTAVAMMAISTEN NÄKÖ- KULMASTA

3.1 Kyselytutkimuksen kuvaus

Tutkimuksessa tarkasteltiin sellaisia liikuntavammaisia, jotka pystyivät tekemään ostoksensa itse tai avustajansa seurassa. Ostokäyttäytymistä kartoittava tutkimusaineisto kerättiin vuoden 2008 kesä–elokuussa Internetissä täytettävänä Webropol-kyselyllä (LIITE 1), johon kutsuttiin 1788 Suomen Nivelyhdistys ry:n jäsentä. Kysymyslomake oli puolistrukturoitu, eli siinä oli valmiiden vastausvaihtoehtojen lisäksi avoimia kohtia vastausten tarkentamiseksi. Koska kysely suunniteltiin nopeasti täytettäväksi (10 min.), kaikkia asioita ei pystytty tiedustelemaan halutulla tarkkuudella. Avoimet vastaukset toivat kuitenkin esiin arvokkaita näkökulmia, joita ei kyselyä tehtäessä osattu huomioida. Tyypillisemmät avoimet vastaukset esitellään suorina lainauksina tutkimustulosten yhteydessä.

Kyselylomake jakautui seuraaviin aihepiireihin: vastaajien sosio-ekonomisen taustan, vamman laadun sekä liikkumiskyvyn määrittelyyn; ostopaikan valinnan ja ostokäyttäytymisen tarkasteluun; liikuntavammaisten näkemyksiin palvelujen saavutettavuudesta sekä liikuntavammaisten huomioimisesta päivittäistavarakaupassa. Aineistoa käsiteltiin pääasiassa kvantitatiivisin menetelmin hyödyntäen SPSS for Windows -ohjelmiston frekvenssianalyyysitoimintoa.

Yhden karhukierroksen jälkeen vastauksia kertyi 558, eli vastausprosentiksi muodostui 32 prosenttia. Vastausprosentti jäi alhaiseksi, koska tietokoneen käyttö osoittautui hankalaksi osalle kuluttajista. Siten osa halukkaiden äänistä jäi kuulematta. Tutkimuksen ulkopuolelle jätettiin myös muutama ristiriitainen tapaus, joissa vastaajan taustatietoihin ja terveyteen liittyviin kysymyksiin liikuntavammaisen vastasi omasta puolestaan, mutta ostostentekoon ja siellä saatuihin kokemuksiin vastattiin niitä tekevän, samassa taloudessa asuvan ”terveen” henkilön näkökulmasta. Tutkimuksen kannalta oli tärkeää, että ostokokemukset saatiin liikuntavammaisilta kuluttajilta itseltään.

3.2 Kyselyyn osallistuneiden kuvaus

Kyselyyn osallistuneet olivat taustaltaan hyvin erilaisia, mutta yhteistä heillä oli tuki- ja liikuntaelimiin kohdistunut sairaus tai vamma. Vastaajista 60 prosentilla fyysinen vamma oli niin suuri, että se rajoitti heidän arkiaskareitaan. Tutkimuksessa tarkastellaan jatkossa näitä 320 liikuntavammaista, joita osallistui kyselyyn 113 kunnasta. Pääsääntöisesti liikuntavammaiset asuivat kahden hengen talouksissa, yksin asuvia oli neljännes (Taulukko 1). Suurin osa oli naisia, iältään 45–65-vuotiaita. Puolet vastaajista oli eläkkeellä. Koska eläkeikäisiä (yli 64-vuotiaat) oli vain viidennes vastaajista, suhteellisen moni oli jättäytynyt pois työelämästä ennen virallista eläköitymisikää. Tämä on vaikuttanut liikuntavammaisten ostovoiman alenemiseen. Kulutusyksikköä kohden lasketujen tulojen mukaan taloudet olivat suuremmaksi osaksi keskituloisia. Pienituloisia oli kuitenkin huomattavasti enemmän kuin suurituloisia.

Tutkimukseen osallistuneet liikuntavammaiset olivat hyvin erikuntoisia. Neljänneksellä oli jokin liikkumisen apuväline kuten kävelykeppi, kyynär- tai kainalosauva. Jokunen joutui tukeutumaan henkilökohtaiseen avustajaan ja muutama liikkui pyörätuolilla tai rollaattorilla. Suurella osalla vastaajista oli käytettävissään ainakin yksi auto, mutta vaikeasti vammaiselle henkilölle tarkoitetun pysäköintiluvan haltijoita oli vain viidennes.

Palvelujen saavutettavuutta tarkasteltaessa ja liikuntarajoitteisuutta määriteltäessä tärkeä kriteeri on etäisyys, jonka kuluttajat pystyvät kävelemään. Yhdyskuntasuunnittelussa ja monissa tutkimuksissa kävelyetäisyytenä pidetty 500 metriä (Koistinen & Väliniemi 2007; Whelan et al. 2002) toimi tässä tutkimuksessa vedenjakajana, koska puolet vastaajista arvioi pystyvänsä kävelemään yli 500 metrin ja puolet enintään 500 metrin ostosmatkan. Kuitenkin vain viidennes teki ostoksensa kävelen, joten ostoksilla käynti oli hyvin autoriippuvaista (Taulukko 2).

Vastaajien sosio-ekonomisen taustan perusteella ei voida yksiselitteisesti päätellä, että liikuntavammaiset kuluttajat olisivat sosio-ekonomisesti huono-osaisia, vaikka osa heistä olikin pienituloisia eläkeläisiä. Koska suurella osalla oli auto käytettävissään, oletamus epäedullisessa asemassa olemisesta perustuukin vamman aiheuttamaan liikuntarajoitteisuuteen. Seuraavassa tarkastellaan tutkimukseen osallistuneiden liikuntavammaisten ostospaikan valintaa, palvelujen saavutettavuudessa koettuja ongelmakohtia sekä keinoja niiden poistamiseksi.

Taulukko 1 Tutkimukseen osallistuneiden liikuntavammaisten (N = 320) sosio-ekonominen tausta ja liikkumiskyky.

	N	%
sukupuoli (N=317)		
nainen	277	13 %
mies	40	87 %
ikä luokiteltuna (N=319)		
18–44 v.	31	10 %
45–54 v.	97	30 %
55–64 v.	132	41 %
yli 64 v.	59	19 %
pääasiallinen toiminta (N=317)		
työvoimaan kuuluva	146	46 %
eläkeläinen	161	51 %
muu	10	3 %
talouden koko (N=310)		
yhden hengen talous	79	25 %
kahden hengen talous	182	59 %
kolmen tai useamman hengen talous	49	16 %
talouden tulot/kulutusyksikkö (N=297)		
< 13 000 €	72	24 %
13 000–23 999 €	124	42 %
24 000–36 999 €	95	32 %
≥ 37 000 €	6	2 %
autojen määrä taloudessa (N=316)		
ei autoa	46	14 %
yksi auto	179	57 %
kaksi tai useampi auto	91	29 %
vammaisen pysäköintilupa (N=320)		
	63	20 %
liikkumisen apuväline (N=316)		
kävelykeppi, kyynär- tai kainalosauva	61	19 %
pyörätuoli, rollaattori tai inva-auto	7	2 %
avustaja	12	4 %
ei tarvitse apuvälinettä	236	75 %
kauppatkatka, jonka kykenee kävelemään (N=318)		
< 250 m	60	19 %
250–500 m	96	30 %
501–1 000 m	62	19 %
≥ 1 001 m	95	30 %
ei kykene kävelemään lainkaan	5	2 %

4 LIIKUNTAVAMMAISTEN OSTOKÄYTTÄYTYMINEN JA NÄKEMYKSIÄ PÄIVITTÄISTAVARAKAUPAN PALVELUJEN SAAVUTETTAVUUDESTA

4.1 Päivittäistavarakaupan valinta ja ostokäyttäytyminen

Palvelujen fyysistä ja koettua saavutettavuutta tarkasteltaessa on selvittävää, missä kaupassa kuluttajat tekevät ostoksensa ja mitkä kriteerit vaikuttavat heidän ostopaikan valintaansa. Kysymyslomakkeessa yleisimmät Suomessa toimivat päivittäistavarakaupat oli karkeasti jaoteltu kauppatyyppeihin (LIITE 1, Taulukko 2), joista vastaajien oli helppo valita useimmin käyttämänsä kauppa. Myymälän valintasyitä tiedusteltiin ensisijaisesti valmiiden vastausvaihtoehtojen avulla, mutta avoimet vastaukset täydensivät kriteerejä. Toisin kuin aikaisemmissa tutkimuksissa (Bromley & Matthews 2007), kerätyn aineiston perusteella liikuntavammaiset suosivat pieniä tai keskisuuria päivittäistavarakauppoja. He asioivat hypermarketeissa muuta väestöä vähemmän (vrt. Laurinkari 1987). Kuten suomalaiset kuluttajat (PTY 2009: 8), liikuntavammaiset tekivät päivittäistavaraostoksia keskimäärin muutaman kerran viikossa.

Liikuntavammaiset kuluttajat olivat hinta- ja laatutietoisia ja he arvostivat ostosteen vaivattomuutta. Oli tärkeää, että kaikki ostokset oli mahdollista tehdä samassa paikassa. Myymälässä liikkumisen helppous oli myös yksi tärkeimmistä valintakriteereistä. Liikuntavammaiset suosivat tiettyjä liikkeitä, koska tutussa myymälässä tavaroiden etsiminen ei kuluttanut voimia. Muita tärkeitä valintasyitä olivat kaupan sijainti lähellä kotia sekä hyvät pysäköintitilat. Sen sijaan hyvät linja-autoyhteydet ja kaupan kotiinkuljetuspalvelu vaikuttivat vähiten myymälän valintaan. Kotiinkuljetuspalvelu nähtiin hyvänä vaihtoehtona, joskin harvasta päivittäistavarakaupasta oli mahdollista tilata tuotteita kotiin.

Vastaajien omaan arvioon perustuen suurimmalla osalla oli päivittäistavara-kauppa varsin lähellä kotia, enintään kilometrin päässä. Noin puolet myös asioivat tässä myymälässä. Parhaimmaksi ja vaivattomimmaksi ostospaikaksi mainittiinkin oman asuinalueen lähikauppa. Syyt lähikaupassa asiointiin voidaan kiteyttää seuraavaan kommenttiin:

”Miksipä mennä merta edemmäs kalaan :-)”

Taulukko 2 Tutkimukseen osallistuneiden liikuntavammaisten (N = 320) ostokäyttäytyminen ja kulutavat.

	N	%
suosituin kauppatyyppi (N=314)		
hypermarket	76	24 %
supermarket	143	45 %
valintamyymälä	90	29 %
pienmyymälä, kioski tai huoltoasema	5	2 %
tekee päivittäistavaraostoksia (N=320)		
joka päivä	29	9 %
kolme kertaa viikossa	229	72 %
kerran viikossa	49	15 %
harvemmin	13	4 %
kulkuväline päivittäistavarakauppaan (N=316)		
kävellen tai pyörätuolilla	62	20 %
polkupyörä	23	7 %
julkinen liikenneväline	13	4 %
oma auto	205	65 %
ystävän/avustajan auto	13	4 %

Lähikaupan valikoima koettiin riittäväksi ja myymälän tuttavallinen ilmapiiri teki ostosten teon miellyttäväksi. Lähikaupalla tarkoitettiin usein omassa asuinlähiössä sijaitsevaa pientä myymälää, koska moni esimerkiksi arvosti sitä, että autolla pääsee kaupan ulko-oven eteen ja pysäköinti on ilmaista. Kaupunkikeskustoissa pysäköinti kaupan lähituntumaan ei aina ole itsestäänselvyys. Lähikauppa ei kuitenkaan aina ollut oman asuinalueen pikkukauppa:

”En pidä hehtaarihalleista. Mulla korttelin päässä iso kauppakeskus. Kuitenkin käyn n. 5km päässä pikkukaupassa. – Käyn silloin tällöin tuossa isossa – huom. en ruokaostoksilla. Kahvilla, R-kioskissa, kirjakaupassa”.

Lähikaupassa käytiin myös siitä syystä, että palvelun toivottiin pysyvän alueella jatkossakin. Lähikaupassa asiointi koettiin myös ekologiseksi teoksi:

”Aikaa menee vähän, tuttu kauppa, ei tule autonsaasteita. Ei turhia heräteostoja.”

Kauppakeskusten ja hypermarkettien on todettu tarjoavan hyvän ostosympäristön liikuntarajoitteisille kuluttajille (Bromley & Matthews 2007; Pihkala 2009). Kolmannes tutkimukseen osallistuneista suosi kauppakeskuksia, koska päivittäistavaraostosten lisäksi niissä oli mahdollista hoitaa erikoistavaraostoksia ja käyttää julkisia palveluja. Liikuntavammaiset eivät pitäneet itseään ”himoshoppaajina”, mutta ostaakseen muitakin kuin päivittäistavaroita he valitsivat mahdollisimman monipuolisen kauppapaikan. Vaikka keskustan ulkopuolella

sijaitsevien kauppakeskusten etuna nähtiin ilmainen paikoitus ja ruuhkattomuus, kaupunkikeskustojen kauppakeskukset koettiin kuitenkin helpommin saavutettaviksi. Keskustoissa on enemmän muita palveluja ja tarvittaessa sinne pääsee julkisella liikenteellä.

Vaikka kymmenes vastaajista oli kokeillut Internetiä päivittäistavaraostosten tekemiseen, sähköinen päivittäistavarakauppa koettiin vieraaksi asiointimuodoksi. Sen sijaan jopa kaksi kolmasosaa vastaajista oli ostanut erikoistavaroita netti-kaupoista. Päivittäistavaraostosten tekoon liittyvä hyötyliikunta ja sosiaalisten kontaktien ylläpito olivat tärkeitä syitä fyysisten kauppojen suosimiselle. Eräät vastaajat mainitsivatkin, että:

”kaupassakäynti on ohjelmanumero.”

”...kaupamatka rollaattorilla käy myös päivittäisestä lenkistä...”

4.2 Päivittäistavarakaupan palvelujen koettu saavutettavuus

Tutkimukseen osallistuneilta tiedusteltiin, olivatko he kokeneet hankaluuksia päivittäistavaraostosten teossa, ja mikäli olivat, heitä pyydettiin arvioimaan, miten paljon annetut vaihtoehdot hankaluuksia aiheuttivat. Hankaluuksien syyt liittyivät saavutettavuuden fyysisiin, taloudellisiin ja henkilökohtaisiin tekijöihin. Tämän lisäksi kysyttiin erikseen myymälöiden sisätiloihin liittyvistä hankaluuksista.

Liikuntarajoitteisuudestaan huolimatta suurin osa koki päivittäistavarakaupan saavutettavuuden hyvänä. Moni koki saavutettavuuden hyvänä, koska he saivat kyydin ja mahdollisesti myös apua ostostentekoon ystäviltaan, puolisoiltaan tai henkilökohtaiselta avustajaltaan. Jopa 38 prosenttia vastaajista oli kuitenkin kokenut hankaluuksia palvelujen saavutettavuudessa. Heistä 75 prosentilla ostoksilla käynti oli hankaloitunut viimeisen 5–10 vuoden aikana. Hankaluuksien syiksi mainittiin palvelujen häviäminen kodin läheisyydestä sekä oman terveydentilan heikkeneminen. Heidät voidaan siten luokitella palvelujen saavutettavuuden suhteen epäedullisessa asemassa oleviksi kuluttajiksi. Hankaluuksia kokeneiden määrä on merkittävä verrattuna esimerkiksi Turussa tehtyyn tutkimukseen, jonka mukaan hankaluuksia koki 23 prosenttia kaupunkilaisista. Loppujen lopuksi vain kahdeksan prosenttia kuluttajista luokiteltiin epäedullisessa asemassa oleviksi. (Kohijoki 2008.)

Liikuntavammaisten kokemukset saavutettavuudesta olivat autoriippuvaisia. Auton omistajat eivät kokeneet, että pitkät kaupamatkat tai huonot liikenneyhteydet tuottaisivat heille suuria ongelmia. Kävellessä kaupassa asioivilla sen sijaan oli suhteellisesti enemmän hankaluuksia myymälöiden fyysisessä saavutettavuudessa. Heikko taloudellinen tilanne hankaloitti myös ostostentekoa. Syiksi luettiin mm. ruuan ja polttoaineen korkeat hinnat. Useimmiten hankaluudet kuitenkin

kohdattiin myymäläympäristössä. Erityisesti isoissa myymälöissä asioiminen koettiin epämiellyttäväksi, koska ostosten tekeminen vaatii paljon liikkumista myymälätilassa. Kaupan koosta riippumatta, myymälään sisään pääseminen tuotti vaikeuksia, koska ulko-ovet olivat monesti liian raskaita avata, pyöröovissa kulkeminen oli hankalaa sekä rollaattorilla ja pyörätuolilla oli vaikea päästä kumimattojen yli. Myymän sisätiloissa hankaluuksia tuottivat hyllyjen, ostoskärryjen, punnitusvaakojen sekä kassojen korkeus. Näiden lisäksi tuotteiden epäselvät tai puutteelliset hintamerkinnot nähtiin ostosten tekoa hankaloittavana tekijöinä.

Suurimmat ongelmat palvelujen saavutettavuudessa johtuivat ostosten kantamisesta kaupassa ja niiden kuljettamisesta kotiin. Vaikka ostoksille mentiin omalla autolla, kantamisongelmat ilmenivät kaupan paikoitusalueella tai kotipihalla:

”En jaksa kantaa enkä nostaa kasseja. Liikkumaan pystyn muuten. Miten saisi kassit autosta kotiin, kun parkkipaikka kotona on kerrostalon pihalla melko kaukana ja täytyy nousta osin portaita. Siinä on ihan samantekevää käynkö lähikaupassa vai marketissa.”

Kävellen liikkujat saattoivat asioida kaupassa useita kertoja viikossa, jopa päivässä, koska kerralla oli mahdotonta kantaa suurempia ostosmääriä kotiin:

”Kauppaan on lyhyt matka ja käyn joka päivä, kun en voi kantaa paljon kerralla.”

Pakkauskoost aiheuttivat siten ristiriitaisen ongelman. Pienet pakkaukset olisi helpompi kantaa, mutta niiden hinnat ovat suuria pakkauskojoja suhteellisesti korkeammat. Suosimalla isoja, mutta raskaampia pakkauksia kaupassa ei tarvitsisi käydä usein. Kotiinkuljetuspalvelun kehittäminen olisi ratkaisu helpottamaan raskaiden ostosten kantamista. Kuluttajat haluavat kuitenkin olla itse valitsemassa tuotteensa, eikä jättää sitä kaupan tehtäväksi sähköisen palvelun muodossa.

4.3 Palvelujen saavutettavuutta parantavat toimenpiteet

Kyselytutkimuksen yhtenä tarkoituksena oli kerätä tietoa, miten liikuntavammaiset voitaisiin ottaa paremmin huomioon päivittäistavarakaupassa. Vaikka liikuntavammaiset olivat melko tyytyväisiä tapaan, jolla suomalainen päivittäistavara-kauppa heidät huomioi, he nostivat esille pieniä mutta tärkeitä ja toteutettavissa olevia parannusehdotuksia. Ehdotukset liittyivät lähinnä myymälöiden esteettömyyteen. Mikäli hyllyjen korkeutta ei voida laskea, tukevia jakkaroita toivottiin lisättävän käytäville. Ostosten teon lomassa on toisinaan tarve levähtää, joten istuimia tulisi lisätä eri puolille myymälää. Istuinten täytyy kuitenkin olla sillä korkeudella, että niistä on myös helppo nousta ylös. Sekä WC-tilojen että sovituskoppien kokoon toivottiin kiinnitettävän huomiota. On tärkeää, että molemmissa ovet aukeavat ulospäin. Kassojen toivottiin olevan tilavampia ja matalam-

malla tasolla. Kassoille myös toivottiin pakkausapua tai parempaa tilaa pakata ostoksensa itse. Kyselyyn osallistuneet toivoivat myös kaupan tarjoamia avustajia ostosten tekemiseksi.

”Käsiongelmien vuoksi kiireinen asioiminen kassoilla tuottaa hankaluuksia. Riittävän tilavat pakkauspisteet ja vähemmän ruuhkaiset kaupat auttaisivat asiaa.”

”...Ovet ja kynnykset ovat hankalia, samoin liian isot ostoskärryt ja kiireen tuntu kassalla. Kassat voisivat (isoissakin marketeissa) avustaa pakkaamisessa, kun syvästä ostoskärrystä on vaikea nostaa tavaroita hihnalle ja sitten taas kassiin. Isoissa marketeissa pitäisi olla korkeampia penkkejä, joissa voisi levähtää. Nykyisin niin matalia ettei niihin voi istahtaa.”

Myymälöissä toivottiin olevan tarjolla kauppakorein varusteltuja rollaattoreita ja pyörätuoleja. Erityisesti kauppakeskuksiin toivottiin apuvälinepalvelua ja olemassa olevien palvelujen toivottiin olevan helpommin saavutettavissa. Vammaispysäköinti on helpottanut palvelujen saavutettavuutta, mutta pysäköintipaikkoja toivottiin lisää. Toisinaan vammaispaikat ovat liian etäällä pääovelta tai muut asiakkaat pysäköivät niihin. Vammaisen henkilön pysäköintilupa helpottaisi monen liikuntavammaisen asiointia kauppoissa, mutta suurella osalla vammaisuusaste ei riitä luvan saamiseen. Joku ehdottikin perheparkkien kaltaisia ”senioriparkkeja”, joihin voisi pysäköidä ne liikuntarajoitteiset vanhukset, joilla ei ole vammaisten pysäköintilupaa.

Haasteellisimman muutosehdotuksen liikuntavammaiset kohdistivat muiden asiakkaiden virheellisten asenteiden oikaisemiseen. Koska moni liikuntavammaisen liikkuu ja toimii hitaasti, he kokivat jäävänsä muiden kuluttajien jalkoihin. Kassalla asioiminen koettiin erityisen epämiellyttäväksi selän takana omaa vuoroaan jonottavien vuoksi. Välinpitämättömyys taas ilmeni luvattomana pysäköintinä vammaisille tarkoitetuille paikoitusalueille tai liikuntarajoitteisille tarkoitettujen ostoskärryjen tai WC-tilojen käyttönä. Osittain tästä syystä pienet myymälät koettiin paikoiksi, joissa monet liikuntavammaiset selviävät itsenäisesti ja vaivattomasti ostoksistaan. Vaikka pienten myymälöiden tarjonta ja hintataso eivät tyydyttäneet kaikkia tutkimukseen osallistuneita, niiden ruuhkattomuus ja mukava ilmapiiri koettiin kuitenkin houkuttelevaksi.

Liikuntavammaiset eivät olleet jääneet odottamaan, että päivittäistavarakaupan palvelut tulisi heidän luokseen vaan he olivat helpottaneet palvelujen saavutettavuutta muuttamalla itse sopivien palvelujen luo:

”Omalla kohdallani olen tilanteeseen tyytyväinen. Olen muuttanut kaupungin keskustaan palvelujen saavutettavuuden vuoksi.”

Kuluttajille, joilla oli auto käytettävissään, kaupan sijainnilla ei ollut suurta merkitystä kaupan valinnassa. Kaupan kuitenkin toivottiin pysyvän kodin lähi-tuntumassa. Liikuntavammaiset olivat loppujen lopuksi varsin tyytyväisiä omaan

tilanteeseensa, mutta he olivat huolissaan tulevaisuudesta, varsinkin, jos he eivät enää kykenisi ajamaan autoa. Auto luo vapauden tunnetta ja valinnanmahdollisuutta, joista pelättiin jouduttavan luopumaan kunnan heikennyttyä.

*”Olen tyytyväinen nykytilanteeseen niin kauan kuin
pystyn ajamaan autoa.”*

Tätä tilannetta pidemmälle vastaajat eivät halunneet vielä ajatella.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimuksessa tarkasteltiin liikuntarajoitteisuuden vaikutusta liikuntavammaisten kuluttajien ostoskokemuksiin päivittäistavarakaupassa sekä heidän näkemyksiin palvelujen saavutettavuudesta. Liikuntavammaiset ovat yksi liikuntarajoitteisiin lukeutuva ryhmä. Arviolta kymmenyksellä väestöstä on liikkuminen tai toimintakyky pysyvästi rajoittunut, mutta satunnaisesta liikuntarajoitteisuudesta kärsii huomattavasti useampi. (Tiehallinto 2002.) Liikuntarajoitteisuus koskee siten suurta osaa väestöstä jossakin vaiheessa elämää. Kyseessä on kuluttajaryhmä, jonka tarpeisiin ja toiveisiin on syytä kiinnittää huomio, jotta palvelujen yhdenvertainen saavutettavuus saataisiin turvattua.

Vaikka päivittäistavarakaupan palvelut kuuluvat niihin peruspalveluihin, joiden pitäisi olla kaikkien saavutettavissa, osalla väestöllä on hankaluuksia saavuttaa haluamansa palvelut. Hankaluudet nähdään johtuvan kaupan rakennemuutoksesta, jonka seurauksena myymäläverkko on harventunut ja suuryksiköitynyt. Erityisiä ongelmia on havaittu olevan pienituloisilla ja liikuntarajoitteisilla kuluttajilla, jotka asuvat kaukana palveluista. Liikuntavammaiset luokitellaan siten yhdeksi palvelujen saavutettavuuden suhteen epäedullisessa asemassa oleviksi kuluttajiksi. (Westlake 1993; Whelan et al. 2002.) Tämän tutkimuksen perusteella varsin moni kyselyyn osallistunut liikuntavammaisen koki hankaluuksia palvelujen saavutettavuudessa, mutta kaikkia liikuntavammaisia ei kuitenkaan voida kutsua epäedullisessa asemassa oleviksi kuluttajiksi.

Tutkimuksessa nousi esiin tärkeää tietoa liikuntavammaista kuluttajista suomalaisessa päivittäistavarakaupassa. Tulokset vastaavat pääsääntöisesti kansainvälisissä tutkimuksissa esiin tulleita havaintoja. Liikuntavammaisia kuluttajia tarkasteltaessa on kuitenkin huomioitava, että heidän vammansa laatu ja aste vaihtelevat paljon. Tällä on merkitys kaupan palveluiden käyttöön, siitä saatuihin kokemuksiin ja siinä kohdattuihin ongelmiin (Laurinkari 1987). Kaikilla esimerkiksi ei ole alaraajaan kohdistuneista vammoja, vaan liikuntarajoitteisuus voi joutua esimerkiksi käsien vajaatoiminnasta.

Tutkimuksen mukaan ostosten kantamisessa myymälässä ja kotiin kuljettamisessa koettiin eniten hankaluuksia. Liikuntavammaiset joutuvatkin tukeutumaan omaan autoon lyhyilläkin kauppatunneilla. Tämä on ristiriidassa sen näkemyksen kanssa, että hyvä yhdyskuntarakente on autoton ja jossa palvelut sijaitsevat kävelyetäisyyden päästä väestöstä. Liikuntavammaisille kuluttajille eläminen autottomassa yhdyskunnassa olisi haasteellista, koska julkisen liikenteen palvelut ovat monen heidän saavuttamattomissa.

Autoriippuvaisuuden vuoksi pitkiä ostosmatkoja ei koettu suurimmiksi esteiksi päivittäistavarakaupan palvelujen saavutettavuudelle. Sen sijaan saavutettavuuden esteitä olivat vammasta välillisesti johtuva heikko taloudellinen tilanne, mutta myös omien henkilökohtaisten tarpeiden tyydyttäminen. Nämä tekijät ovat kaupan ulkoisia tekijöitä, joihin kauppa ei pysty suoranaisesti vaikuttamaan. Sen sijaan, liikuntavammaiset kokivat hankaluuksia kaupan sisäisissä tekijöissä, kuten myymälän esteettömyydessä sekä palvelussa, joihin kauppa pystyy halutesaan vaikuttamaan. (vrt. Hare et al. 1999.)

Useissa, etenkin uusissa myymälöissä, on esteetön liikkumien huomioitu varsin hyvin, mutta tutkimukseen osallistuneet liikuntavammaiset toivovat silti esteettömyyden parantamista. Kaupan suuryksiköityminen on itse asiassa helpottanut liikuntavammaisten kuluttajien ostostentekoa (vrt. Bromley & Matthews 2007). Parhaiten liikuntavammaiset todettiin otettavan huomioon hypermarketeissa ja kauppakeskuksissa, joissa kaikki ostokset on mahdollista tehdä samalla kertaa, paikoitusalueet ovat tilavat ja myymälätiloissa on esteetöntä liikkua. Tämän tutkimuksen mukaan etenkin hypermarketeissa liikuntavammaiset eivät viihtyneet. Tämä on mielenkiintoinen ja lisää tutkimusta vaativa tulos. Ilmeisesti liian isot myymälätilat väentungoksineen ei miellyttänyt kyselyyn osallistuneita, vaikkakin näiden myymälöiden tiedettiin olevan kaikista esteettömmimpiä.

Liikuntavammaiset suosivat pieniä ja keskisuuria myymälöitä, joissa he kokiivat saavansa palvelua ja pystyivät paremmin hallitsemaan myymälätilan. Tarpeita tyydyttävien palvelujen luo saatettiin tehdä pitkiäkin ostosmatkoja. Kaupan palvelujen saavutettavuus ei siten ole hyvä, vaikka kuluttajilla olisi kauppa kävelyetäisyyden päässä kodista. Kaupan on myös tyydytettävä kulutustarpeet. Koska osa liikuntavammaisista kuitenkin teki ostoksensa kävellen, päivittäistavarakaupan lähipalvelut ovat ensisijaisen tärkeitä monen liikuntavammaisen arjesta selviytymiseksi. Ostoksilla käytiin useasti viikossa, koska yhdellä kertaa oli hankala kantaa kaikkia ostoksia kotiin. Lähikaupan suosiminen ja sinne käveleminen koettiin usein hyötyliikuntana sekä ekologisena tekona. Osa oli kuitenkin pakotettu asioimaan kaupassa kävellen vaihtoehdoisen kulkumuodon puuttuessa, jolloin ostoksilla käynti koettiin vaikeaksi. Kotiinkuljetuspalvelu nähtiinkin kehityskelpoisena liikeideana.

Liikuntavammaiset arvostivat ostostenteon sujuvuutta. Kauppakeskukset mahdollistivat liikuntavammaisille helposti saavutettavan ostosympäristön silloin, kun oli tarve ostaa päivittäisten tavaroiden lisäksi erikoistavaroita tai käyttää julkisia palveluja. Koska isoissa tiloissa liikkuminen koettiin haastavaksi, erityyppisiä apuvälineitä toivottiin vuokrattavaksi. Vaikka osalla liikuntavammaisista on omat apuvälineensä, niitä ei ole aina mahdollista kuljettaa mukana. Iso-Britannissa toimivan *Shopmobility* -järjestelmän kaltaista palvelua toivottiin Suomeenkin. Kauppakeskuksissa, kaupunkikeskustojen keskeisimmissä paikoissa sekä vapaa-ajan viettopaikassa sijaitsevista palvelupisteistä voi ilmaiseksi lai-

nata pyörätuolin tai skootterin. Toimipisteitä mainostetaan kaupunkikuvassa samaan tapaan kuin autojen paikoitusalueita, joten tämä palvelu on helposti kaikkien tarvitsevien saavutettavissa, myös taloudellisesti.

Palvelujen saavutettavuus ei kuitenkaan ole vain rakennusteknistä esteettömyyttä, mutta myös asenteellista huomioimista. Ehkäpä suurin este, jonka liikuntavammaisten liikuntarajoitteisuus aiheuttaa, on juuri muiden ihmisten asenteet, joihin voi törmätä kaupan ulko- ja sisäpuolella. Vammaisuus oudoksuttaa siihen tottumattomia, mikä saattaa johtaa kanssakäymisen välttelyyn. (vrt. Pihkala 2009.) Esteettömyyden ja saavutettavuuden parantaminen edellyttää lainsäädännöllisiä toimia ja ohjausta, mutta enimmäkseen kuitenkin asennemuutosta. Liikuntarajoitteettoman henkilön on vaikea ymmärtää palvelujen saavutettavuuden ongelmia, koska kyseessä voi olla hyvinkin pieni este. Tämän vuoksi myös kommunikointia ja tiedon saavutettavuutta on lisättävä.

Kaiken kattavaa vastausta kysymykseen, miten liikuntavammaiset kuluttajat voitaisiin paremmin huomioida päivittäistavarakaupassa, ei osattu antaa. Vaikka pääsääntöisesti kaikki kertoivat omista kokemuksistaan, liikuntavamman tyypistä ja asteesta riippumatta he nostivat esille samantyyppisiä muutosehdotuksia. Myymälöiden varustelu- ja palvelutasoon toivottiin kohennusta. Vastaajat olivat kuitenkin melko tyytyväisiä liikuntavammaisten huomioimiseen päivittäistavarakaupassa. Suurin osa oli huolissaan omasta tulevaisuudestaan ja erityisesti tilanteesta, jossa autoa ei enää pysty itse ajamaan ja arjen rutiineista selviytyminen jää lähipiirin tai yhteiskunnan varaan. Vastauksista pystyi kuitenkin päättämään, että vastaajat olivat sinut vammansa kanssa eivätkä he syyttäneet kaupaa huonosta saavutettavuudesta. He olivat tyytyväisiä omaan elämäänsä ja osaansa päivittäistavarakaupan asiakkaina.

LÄHTEET

- Bromley, R. D. F. – Thomas, C. J. (1995) Small town shopping decline: dependence and inconvenience for disadvantaged. *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, Vol. 5, No. 4, 433–456.
- Bromley, R. D. F. – Matthews, D. L. (2007) Reducing Consumer Disadvantage: Reassessing Access in the Retail Environment. *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, Vol. 17, No. 5, 485–501.
- Childers, T. L. – Kaufman-Scarborough, C. (2009) Expanding opportunities for online shoppers with disabilities. *Journal of Business Research*, Vol. 62, No. 5, 572–578.
- The Disability Discrimination Act – DDA* (1995) British Government. <<http://www.direct.gov.uk/en/index.htm>>, haettu 30.11.2010.
- Eduskunta (2006) *Eduskunnan esteettömyys- ja saavutettavuusselvitys, Demokratiaa kaikille – Demokrati för alla*, Eduskunta: Eduskunnan kanslian julkaisuja 5/2006.
- Guy, C. – Clarke, G. – Eyre, H. (2004) Food retail change and the growth of food deserts: a case study of Cardiff. *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 32, No. 2, 72–88.
- Guy, C. M. – David, G. (2004) Measuring physical access to ‘healthy foods’ in areas of social deprivation: a case study in Cardiff. *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 8, No. 3, 222–234.
- Hare, C. – Kirk, D. – Lang, T. (1999) Identifying the expectations of older food consumers. More than a “shopping list” of wants. *Journal of Marketing Practice: Applied Marketing Science*, Vol. 5, No. 6/7/8, 213–232.
- Heikkilä, J. – Kallio, J. – Saarinen, T. – Tuunainen, V. K. (1999) EC of groceries for elderly and disabled. A comparison of alternative service models. *Information Technology & People*, Vol. 12, No. 4, 389–402.
- Kaufman, C. F. (1995) Shop ‘til you drop: tales from a physically challenged shopper. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 12, No. 3, 39–55.
- Kaufman-Scarborough, C. (1999) Reasonable Access for Mobility-Disabled Persons is More Than Widening the Door. *Journal of Retailing*, Vol. 75, No. 4, 479–508.
- Kirkup, M. – De Kervenoael, R. – Hallsworth, A. – Clarke, I. – Jackson, P. – Perez del Aguila, R. (2004) Inequalities in retail choice: exploring consumer experiences in suburban neighbourhoods. *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 32, No. 11, 511–522.

- Kohijoki, A.-M. (2008) Päivittäistavarakaupan saavutettavuus Turussa. *Yhdyskuntasuunnittelu*, Vol. 46, No. 2, 9–25.
- Koistinen, K. – Väliniemi, J. (2007) *Onko lähikauppa lähellä? Päivittäistavarakaupan saavutettavuus Turun, Lahden ja Mikkelin kaupunkiseuduilla 1995–2003*. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus: Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisuja 2007/4.
- LKM, *Laki kunta- ja palvelurakennemuutoksesta* (2007) Suomen säädöskokoelma 169/2007.
- Laurinkari, J. (1987) *Vammaisen kaupan palvelujen käyttäjänä*, Sosiaalipoliittisen yhdistyksen tutkimuksia 1987/49, Helsinki: Yliopistopaino.
- LVM, Liikenne- ja viestintäministeriö (2003) *Kohti esteetöntä liikkumista, Liikenne- ja viestintäministeriön esteettömyysstrategia*, Ohjelmia ja strategioita 2/2003.
- Martelin, T. – Sainio, P. – Koskinen, S. (2004) Ikääntyneen väestön toimintakyvyn kehitys. Teoksessa: *Ikääntyminen voimavarana*, toim. Kautto, M., 117–131. Tulevaisuusselonteon liiteraportti 5. Valtioneuvoston julkaisusarja 2004/33. Helsinki: Edita Prima Oy.
- McClain, L. (2000) Shopping Centre Wheelchair Accessibility: Ongoing Advocacy to Implement the Americans with Disabilities Act of 1990. *Public Health Nursing*, Vol. 17, No. 3, 178–186.
- MRL, *Maankäyttö- ja rakennuslaki* (1999) Suomen säädöskokoelma 132/1999.
- Pihkala, M. (2009) Erilaisuuden hyväksyminen luo esteettömyyttä. Teoksessa: *Kaupasta kaikille*, toim. Koistinen, K. – Lammi, M. – Raijas, A., 100–108. Kuluttajatutkimuksen kirjoja 5/2009. Tampere: Yliopistopaino.
- PTY (2009) *Päivittäistavarakauppa Suomessa 2009–2010*. Päivittäistavarakauppa ry:n julkaisuja, Helsinki: Erweko.
- RakMk FI (2005) Suomen rakentamismääräyskokoelma F1 Esteetön rakennus - Määräykset ja ohjeet 2005.
- Rauhala-Hayes, M. – Topo, P. – Salminen, A.-L. (1998) *Kohti esteetöntä tietoyhteiskuntaa*. Sitran julkaisusarja, SITRA 172/1998.
- Rasmus, K. – Nielsen, N. A. (2005) Online grocery retailing: what do consumer think? *Internet Research*, Vol. 15, No. 3, 335–352.
- Schmöcker, J.-D. – Quddus, M. A. – Noland, R. B. – Bell, M. G.H. (2008) Mode choice of older and disabled people: a case study of shopping trips in London, *Journal of Transport Geography*, Vol. 16, No. 4, 257–267.
- Spåre, H. – Pulkkinen, M. (1997) *Päivittäistavaroiden kauppapalvelujen koettu saavutettavuus*, Helsinki: Liiketaloustieteellinen tutkimuslaitos, Sarja B 139.
- STM (2003) *Yksilölliset palvelut, toimivat asunnot ja esteetön ympäristö. Vammaisten ihmisten asumispalveluiden laatusuositus*, Sosiaali- ja terveysministeriön oppaita 2003/4. Helsinki: Edita Prima Oyj.
- STM (2006) *Valtioneuvoston selonteko vammaispolitiikasta 2006*, Sosiaali- ja terveysministeriön julkaisuja 2006/9, Helsinki.
- Tiehallinto (2002) *Esteetön ympäristö kaikille. Miten huomioimme ikääntyneet sekä liikkumis- ja toimintaesteiset tienpidossa*, Helsinki: Tiehallinto.

- Vammaispalvelulaki – Laki vammaisuuden perusteella järjestettävistä palveluista ja tukitoimista* (1987) Suomen säädöskokoelma 380/1987.
- Westlake, T. (1993) The disadvantaged consumer: problems and policies. Teoksessa: *Retail Change: Contemporary Issues*, toim. Bromley, R. D. F. – Thomas, C. J., 172–191. London: UCL Press.
- Whelan, A. – Wrigley, N. – Warm, D. – Cannings, E. (2002) Life in a ‘Food Desert’. *Urban Studies*, Vol. 39, No. 11, 2083–2100.
- Wilson, L. C. – Alexander, A. – Lumbers, M. (2004) Food access and dietary variety among older people. *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 32, No. 2, 109–122.
- Woodliffe, L. (2007) An Empirical Re-Evaluation of Consumer Disadvantage. *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, Vol. 17, No. 1, 1–21.

LIITE 1 Kyselylomake

1) Onko teillä jokin fyysinen vamma, josta on haittaa arkiaskareissanne? (myös ostoksilla käydessänne)

- Kyllä Ei

2) Mitä seuraavista apuvälineistä ensisijaisesti tarvitsette arkiaskareissanne? (myös ostoksilla käydessänne)

- Pyörätuoli
 Kävelyteline ("rollaattori")
 Inva-auto
 Kävelykeppi
 Kyynär-/kainalosauva
 Henkilökohtainen avustaja
 Pärjään ilman apuvälineitä

3) Kuinka pitkän yhdensuuntaisen kauppamatkan pystytte tekemään jalkaisin?

- Alle 250 metriä
 250-500 metriä
 501-1000 metriä
 Yli 1000 metriä
 En pysty kävelemään lainkaan

4) Onko jollain taloutenne jäsenellä inva-pysäköintilupa?

- Kyllä Ei

5) Kotikuntanne?

6) Kuinka usein teette päivittäistavaraostoksia?

- Joka päivä
 Muutama kerta viikossa
 Kerran viikossa
 Kerran kahdessa viikossa
 Kerran kuukaudessa
 Harvemmin

Tämän sivun kysymykset (7-11) koskevat sitä päivittäistavara kaupaa, jossa useimmin asioitte (suositte)

7) Minkälaisessa päivittäistavara kaupassa useimmin teette ostoksenne? (sulkeissa olevat kaupat ovat esimerkkejä kauppatyypeistä)

- Hypermarket (Citymarket, Euromarket, Prisma)
- Supermarket (K-supermarket, Lidl, S-market, Stockmann Herkku, suuri Valintatalo)
- Valintamyymälä (Alepa, K-extra, K-market, Sale, Siwa, Tarmo, pieni Valintatalo)
- Pienmyymälä ja elintarvikeliikese (R-kioski, 10-kioski)
- Huoltoasema- ja liikennemyymälä (ABC-liikennemyymälä, Esso Snack & Shop, Neste Quick Shop, Shell Select)

8) Kuinka paljon arvioitte seuraavien tekijöiden vaikuttavan suosimaanne päivittäistavara kaupaa valintaan?

	ei merkitystä	vaikuttaa vähän	vaikuttaa jonkin verran	vaikuttaa paljon	vaikuttaa erittäin paljon
Tuotteet on helppo löytää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minun on helppo liikkua myymälässä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saan kaiken tarvitsemani samasta paikasta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ostosten kotiinkuljetuspalvelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kauppan laaja tuotevalikoima	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kauppan korkealaatuiset tuotteet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eduellinen kokonaishintataso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saan henkilökohtaista palvelua	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minulla on liikkeen kanta-asiakaskortti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kauppa sijaitsee kotini lähellä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kauppa sijaitsee työpaikkani lähellä tai matkan varrella	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kauppa sijaitsee harrastus-/ vapaa-ajanpaikkani lähellä tai matkan varrella	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hyvät yhteydet linja-autolla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hyvät pysäköintitilat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pysäköinti on ilmaista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kauppa huomioi toiminnassaan myös ympäristöasiat (esim. luomu)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viihtyisä ostoympäristö	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mahdollisuus tavata tuttuja kauppamatkalla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oheispalvelut (esim. veikkaus, posti- ja pankkipalvelut)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9) Kuinka pitkä yhdensuuntainen matka arvioitte olevan suosimaanne päivittäistavara kauppaan tietä pitkin?

- Alle 500 metriä 500-1000 metriä 1001-2000 metriä Yli 2000 metriä

10) Millä kulkuneuvolla useimmin kuljette suosimaanne päivittäistavara kauppaan?

- Kävelen
- Polkupyörällä
- Linja-autolla tai muulla julkisella kulkuneuvolla
- Taksilla
- Omalla autolla
- Kaksipyöräisellä moottoriajoneuvolla
- Ystävän/avustajan autolla
- Pyörätuolilla
- Käytän kotiinkuljetuspalvelua

11) Missä yhteydessä teette päivittäistavaraostokset suosimassanne kaupassa?

- Työmatkan yhteydessä Kotoa käsin Matkalla vapaa-ajan toimintaan Muussa yhteydessä

Tämän sivun kysymykset (12-15) koskevat sitä päivittäistavara kaupaa, joka sijaitsee kotianne lähinnä

12) Mikä seuraavista päivittäistavara-kaupoista on kotianne lähinnä oleva kauppa?

- Kotiani lähinnä oleva päivittäistavara-kauppa on se sama kauppa, jossa useimmin asioin (kysymys 7)
- Hypermarket (Citymarket, Euromarket, Prisma)
- Supermarket (K-supermarket, Lidl, S-market, Stockmann Herkku, suuri Valintatalo)
- Valintamyymälä (Alepa, K-extra, K-market, Sale, Siwa, Tarmo, pieni Valintatalo)
- Pienmyymälä tai elintarvikeliikeseinäkioski (R-kioski, 10-kioski)
- Huoltoasema- ja liikennemyymälä (ABC-liikennemyymälä, Esso Snack & Shop, Neste Quick Shop, Shell Select)

13) Kuinka usein asioitte kotianne lähinnä olevassa päivittäistavara-kaupassa?

- En koskaan
- Joka päivä
- Muutama kerta viikossa
- Kerran viikossa
- Kerran kahdessa viikossa
- Kerran kuukaudessa
- Harvemmin

14) Millä kulkuneuvolla useimmin kuljette (mikäli kuljette) kotianne lähinnä olevaan päivittäistavara-kauppaan?

- Kävelen
- Polkupyörällä
- Linja-autolla tai muulla julkisella kulkuvälineellä
- Taksilla
- Omalla autolla
- Kaksipyöräisellä moottoriajoneuvolla
- Ystävän/avustajan autolla
- Pyörätuolilla
- Käytän kotiinkuljetuspalvelua

15) Kuinka pitkä yhdensuuntainen matka arvioitte olevan kotianne lähinnä olevaan päivittäistavara-kauppaan tietä pitkin?

- Alle 500 metriä 500-1000 metriä 1001-2000 metriä Yli 2000 metriä

Tämän sivun kysymykset koskevat ostosten tekemistä yleisesti

16) Missä seuraavissa ostopaikoissa asioitte mieluiten?

- Kaupunkikeskustoissa sijaitsevilla kauppakeskuksissa
 Asuinalueen lähikaupassa
 Kaupunkikeskustojen pienliikkeissä
 Kaupunkikeskustojen ulkopuolella sijaitsevilla (kehäteillä) kauppakeskuksissa
 Internetissä (nettikaupat)
 Postimyynnin avulla
 Torilla

17) Miksi?

18) Mitä mieltä olette seuraavista väittämistä?

	täysin eri mieltä	melko paljon eri mieltä	osittain eri mieltä	melko paljon samaa mieltä	täysin samaa mieltä
Kauppakeskuksissa on helppo asioida, koska samalla kertaa voi hoitaa erilaisia ostoksia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lähikaupassa on helppo asioida	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
En asioi lähikaupoissa, koska niiden tuotevalikoima on suppea	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lähikaupan hintataso on suuria marketteja kalliimpi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kauppakeskuksiin on hankala päästä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kaupungin keskustassa on hankala liikkua	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Keskustojen päivittäistavaroitten hintataso on korkea	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suosin kauppakeskuksia enemmän kuin keskustojen yksittäisiä liikkeitä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asioin lähikaupassa kävelen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kauppakeskuksissa on kätevä asioida, jos on auto käytettävissään	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asioin arkisin lähikaupassa ja viikonloppuisin suuremmissa marketeissa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kaikkien ruokakauppojen pitäisi olla auki sunnuntaisin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olen tyytyväinen asuinalueen ruokakauppojen tarjontaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kauppakeskuksia pitäisi olla enemmän	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kalliin polttoaineen vuoksi en voi/halua tehdä pitkiä kauppamatkoja ruokaostosten tekemiseksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minusta on kiva "shoppailla"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19) Oletteko hankkineet päivittäistavaroita internetin (nettikauppa) kautta?

- Säännöllisesti Joskus Aiemmin, mutta en enää En koskaan

20) Oletteko hankkineet erikoistavaroita internetin (nettikauppa) kautta? (erikoistavaroita ovat mm. pukeutumisen ja vapaa-ajan tuotteet, kodintekniikka, asumisen ja sisustamisen tuotteet)

- Säännöllisesti Joskus Aiemmin, mutta en enää En koskaan

Tämän sivun kysymykset koskevat ostoksilla mahdollisesti koettuja hankaluuksia

21) Onko teillä hankaluuksia päivittäistavaraostosten teossa?

Kyllä Ei

22) Mikäli teillä on hankaluuksia päivittäistavaraostosten teossa, mikä niitä lähinnä aiheuttaa?

	ei aiheuta ongelmia	aiheuttaa vähän ongelmia	aiheuttaa jonkin verran ongelmia	aiheuttaa melko paljon ongelmia	aiheuttaa paljon ongelmia
Pitkä matka lähimpään myymälään	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Myymälässä liikkuminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hankalat liikenneyhteydet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ostosten kotiin kuljettaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Myymälän aukioloajat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lähimyymälöiden riittämättömät tuotevalikoimat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tuotteiden heikko laatu lähimyymälöissä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oman tai perheenjäsenen erikoisruokavalio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oma taloudellinen tilanne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kaupassa käyntiin kuluu liikaa aikaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökohtaisen palvelun puute	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Myymälän kiireinen ilmapiiri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tuotteiden löytäminen kaupassa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tuotteiden puutteelliset/liian pienet hintamerkinnot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

23) Aiheuttaako joku seuraavista tekijöistä hankaluuksia myymälässä asioidessanne?

	ei aiheuta ongelmia	aiheuttaa vähän ongelmia	aiheuttaa jonkin verran ongelmia	aiheuttaa melko paljon ongelmia	aiheuttaa paljon ongelmia
WC-tilat ovat liian ahtaat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sovituskopit ovat liian ahtaat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hissit puuttuvat tai niitä on liian vähän	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hyllyt ovat liian korkealla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ulko-ovet toimivat hankalasti (esim. pyöröovet ja raskaasti avattavat ovet)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Käytävät ovat liian ahtaat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Myymälät ovat liian isoja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Myymälöissä on vain rappusia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ostoksia on hankala kantaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ostoskärryt ovat hankalia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Muut asiakkaat (esim. tungos)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Autolla ei pääse ulko-oven läheisyyteen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Muutosehdotuksia

24) Miten paljon seuraavat tekijät helpottaisivat asiointianne päivittäistavara-kaupoissa?

	ei helpota	helpottaa hiukan	helpottaa jonkin verran	helpottaa melko paljon	helpottaa hyvin paljon
Kotiinkuljetuspalvelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Päivittäistavara-kaupan sijainti lähempänä kotia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nettikauppojen monipuolistuminen ja palvelun halventuminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uuden automarketin (hypermarket) rakentaminen kotiseudulleni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Keskustan saavutettavuuden parantaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Polttoainehintojen alentuminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paremmat julkisen liikenteen yhteydet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Päivittäistavaroiden myyntihintojen alentuminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Inva-pysäköintipaikkojen lisääminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

25) Miten päivittäistavaraostoksilla käyntinne on muuttunut viimeisten 5-10 vuoden aikana?

- Helpottunut Vaikeutunut Pysynyt ennallaan

26) Miten liikuntarajoitteiset kuluttajat on mielestänne huomioitu päivittäistavara-kaupoissa?

- Ei mitenkään Jotenkuten Melko hyvin Erittäin hyvin

27) Missä seuraavissa ostopaikoissa liikuntarajoitteisten kuluttajien liikkuminen on mielestänne parhaiten järjestetty?

- Hypermarketeissa Lähikaupoissa Toreilla
 Kauppakeskuksissa Internetissä (nettikaupat) Kunta- tai kaupunkikeskuksissa

28) Kertokaa vielä, mitä mieltä olette päivittäistavara-kaupan saavutettavuudesta? Oletteko tyytyväinen nykyiseen tilanteeseen vai onko teillä jotain muutosehdotuksia?

Lopuksi muutama taustakysymys**29) Ikäluokka**

- Alle 18 -vuotiaat
- 18-24 -vuotiaat
- 25-34 -vuotiaat
- 35-44 -vuotiaat
- 45-54 -vuotiaat
- 55-64 -vuotiaat
- Yli 64 -vuotiaat

30) Sukupuoli

- Nainen Mies

31) Koulutustaso (valitse ylin)

- Perus-/keski-/kansakoulu
- Ylioppilas/lukio
- Ammattikoulu
- Opistotaso
- Ammattikorkeakoulu
- Yliopisto/korkeakoulu

32) Sosioekonominen asema

- Yrittäjä
- Johtavassa asemassa oleva
- Ylempi toimihenkilö
- Alempi toimihenkilö
- Työntekijä
- Eläkeläinen
- Opiskelija
- Työtön
- Kotiäiti
- Muu

33) Talouden koko (henkilömäärä)

- 1 2 3 4 Yli 5

34) Alle 18-vuotiaiden määrä taloudessa

- 0 1 2 3 Yli 4

35) Kotitalouden yhteenlasketut vuositulot veroja vähentämättä

- Alle 13 000 €
 13 000-23 999 €
 24 000-36 999 €
 37 000-55 999 €
 Yli 56 000 €

36) Onko taloudessanne henkilöauto?

- Ei 1 auto 2 autoa 3 tai useampi auto

37) Asumismuoto

- Kerrostalo Rivitalo Paritalo Omakotitalo

38) Kyselyyn vastanneiden kesken arvotaan TEMPUR®-Istuintyyny (arvo 109€)

Istuintyynyn ansiosta paino jakautuu tasaisesti koko istumapinta-alan päälle, ja näin tyynyn päällä voi istua mukavasti pitkiäkin aikoja. Istuintyynyn koko: 40x42x5cm

- Haluan osallistua arvontaan
 En halua osallistua arvontaan

39) Mikäli haluatte osallistua arvontaan, täyttäkää yhteystietonne. Voittajalle ilmoitetaan voitosta henkilökohtaisesti.

Nimi

Osoite

Postinumero

Postitoimipaikka



**TURUN KAUPPAKORKEAKOULUN JULKAISUSARJASSA
KESKUSTELUA JA RAPORTTEJA OVAT VUODESTA 2008 LÄHTIEN
ILMESTYNEET SEURAAVAT JULKAISUT**

- KR-1:2008 Heli Marjanen (toim.)
Lisää leipää – turkulaisia näkemyksiä leivän ostamisesta ja
kulutuksesta
- KR-2:2008 Maria Halme
Joulurauhaa maailman turuilla ja toreilla? Turku Suomen
Joulukaupunki -hankkeen vaikutusten muutokset erityisesti
matkailun kannalta vuosien 2004 ja 2007 välisenä aikana Turun
keskustan yrittäjien näkökulmasta
- KR-3:2008 Outi Sarpila
Viideltä saunaan ja kuudelta kuorintaan? Miesten ulkonäöstä
huolehtiminen ja ulkonäköön kuluttaminen 2000-luvun
Suomessa
- KR-4:2008 Timo Toivonen – Maria Halme (toim.)
Kulttuurin, luonnon ja liiketoiminnan näkökulmia matkailuun
- KR-1:2009 Piia Mustonen
Social media – a new way to success?
- KR-1:2010 Niina Nummela & Mélanie Raukko (eds.)
Many faces of cross-border mergers and acquisitions, vol. 2
- KR-2:2010 Anna-Maija Kohijoki
Päivittäistavarakaupan palvelujen saavutettavuus
liikuntavammaisten kuluttajien näkökulmasta

Kaikkia edellä mainittuja sekä muita Turun kauppakorkeakoulun
julkaisusarjoissa ilmestyneitä julkaisuja voi tilata osoitteella:

KY-Dealing Oy
Rehtorinpellonkatu 3
20500 Turku
Puh. (02) 333 9422
E-mail: ky-dealing@tse.fi

All the publications can be ordered from

KY-Dealing Oy

Rehtorinpellonkatu 3

20500 Turku, Finland

Phone +358-2-333 9422

E-mail: ky-dealing@tse.fi