



X

Oppiaine	Markkinointi	Päivämäärä	12.12.2005
Tekijä	Ulla Kauhanen	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	86
Otsikko	Turun keskustan asiakaskunnan muutokset vuosina 1990-2001		
Ohjaajat	KTT Aino Halinen-Kaila, KTM Harri Terho		

### Tiivistelmä

Tässä tutkimuksessa pyritään selvittämään, miten Turun keskustassa asioiva asiakaskunta on muuttunut vuosien 1990 ja 2001 välisenä aikana ja miten näitä muutoksia voidaan kuvata demografisilla, psyko-grafisilla ja käyttäytymistä kuvaavilla tekijöillä. Ensimmäisessä teoriakappaleessa pyritään kuvaamaan keskustaa ostospaikkana ja selvittämään millaisia muutoksia sen menestystekijöissä on tapahtunut viimeisten vuosikymmenien aikana. Tarkasteluun otettiin näistä tekijöistä väestössä, kaupan rakenteessa ja keskustan kehittämisohjelmien suosiossa tapahtuneet muutokset.

Toisessa teoriakappaleessa pyritään selvittämään asiakaskunnan kuvaamisessa käytettyjä ominaisuuksia, kuten demografisia, psykografisia ja käyttäytymistä kuvaavia tekijöitä. Nämä ominaisuudet valittiin tarkastelun kohteeksi, koska kuluttajien demografisten ja psykografisten ominaisuuksien tunteminen on avainasemassa pyrittäessä kuvaamaan kuluttajia ja selittämään, miksi kuluttaja valitsee tietyn myymälän tai ostoskeskuksen ostopaikakseen. Käyttäytymistä kuvaavilla tekijöillä puolestaan pyritään selvittämään, millainen vaikutus esimerkiksi tilannetekijöillä on ostopäätökseen.

Tutkimuksessa käytetty kvantitatiivinen aineisto oli kerätty vuosina 1990 ja 2001 postikyselyllä Turun kauppa korkeakoulun markkinoinnin laitoksen toimesta Länsikeskus- ja Mylly-tutkimuksissa, joiden tavoitteena oli selvittää Turussa ja sen lähikunnissa asuvien talouksien ostokäyttäytymistä ja siinä tapahtuneita muutoksia. Koska näissä tutkimuksissa kerätty aineisto mahdollisti myös keskustan asiakaskunnassa tapahtuneiden muutosten tutkimisen, oli näiden aiemmin kerättyjen aineiston ottaminen uudelleen käyttöön perusteltua. Aineistoja ei kuitenkaan otettu tarkasteluun kokonaisuudessaan vaan tarkempaan tarkasteluun otettiin ne taloudet, jotka täyttivät keskustan asiakaskunnan kriteerin. Tässä tutkimuksessa keskustan asiakaskunnan kriteeriksi määritettiin vähintään puolten päivittäistavara-ostoksista tekemistä keskustan liikkeistä. Tämän kriteerin täytti vuoden 1990 aineistossa 646 taloutta ja vuonna 2001 684 taloutta.

Tutkimustuloksista selvisi, että Turun keskustan asiakaskunnassa oli tapahtunut joitakin muutoksia tutkimusaikana. Esimerkiksi ikärakenne oli muuttunut nuoremaksi, koulutustaso oli noussut, yhden hengen taloudet olivat lisääntyneet, autottomien määrä oli lisääntynyt, asiointimatkat olivat lyhentyneet ja ostokerrat olivat harventuneet. Osa näistä muutoksista on samansuuntaisia teoriassa käsiteltyjen yleisten väestöllisten muutosten kanssa. Keskustan asiakaskunnassa tapahtuneita muutoksia verrattiin myös kaikkien vuosina 1990 ja 2001 kyselyyn vastanneiden arvoihin. Tällä tavalla voitiin selvittää, että osa keskustan asiakaskunnan muutoksista oli havaittavissa myös kaikkien kyselyyn vastanneiden kohdalla, jolloin tuloksia ei voitu yleistää koskemaan vain keskustan asiakaskuntaa.

Asiasanat	kaupunkikeskusta, keskusta, ostokäyttäytyminen, muutos, asiakkaat
Muita tietoja	