



<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Oppiaine	Taloussosiologia	Päivämäärä	10.11.2010
Tekijä(t)	Eija Seppä	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	112 + liitteet
Otsikko	Ostosmatkalla kauppa- ja ostoskeskuksessa – elämyksiä ja hybridikuluttamista?		
Ohjaaja(t)	VTT Pekka Räsänen, KTM Kaisa Saastamoinen		

Tiivistelmä

Tutkielman aiheena on erikoistavarakauppaan liittyvä elämyskuluttaminen ja hybridikuluttaminen eli kuluttamisen monimuotoisuus kauppa- ja ostoskeskuksissa. Tutkielma tutkii ensinnäkin sitä, minkälaiset tekijät vaikuttavat ostosalueen valintaan. Toiseksi tavoitteena on selvittää, liittykö ostosmatkoihin ja ostosalueen valintaan elämyskuluttamisen ja hybridikuluttamisen piirteitä. Kolmanneksi tarkastellaan elämyskuluttamisen ilmenemistä eri sosiodemografisissa ryhmissä.

Tutkielman teoreettisena lähtökohtana ovat teoriat ja keskustelu elämyskuluttamisesta ja hybridikuluttamisesta nykypäivän yhteiskunnassa. Keskusteluissa on osoitettu, että kuluttajat etsivät ostokokemukseltaan paitsi tavaraa myös elämyksiä, viihdettä ja vapaa-ajan aktiviteetteja. Tutkielman empiria tehtiin Turun kauppakorkeakoulun vuonna 2006 Turun alueella tekemän Mylly-tutkimuksen aineiston pohjalta. Aineistoa tarkasteltiin sellaisten kysymysten kautta, joiden voidaan ajatella heijastavan teoriassa esitettyjä ja tutkimuskysymyksissä määriteltyjä asioita. Aineistosta käytetyt kysymykset liittyivät vastaajien mielipiteisiin erilaisten tekijöiden vaikutuksista ostosalueen valintaan sekä erilaisten asioiden ja aktiviteettien liittymistä ostosmatkoihin. Tutkimusmetodeina käytettiin faktorianalyysia ostosalueen valintatekijöiden, elämyskuluttamisen ja hybridikuluttamisen selvittämiseksi. Varianssianalyysin avulla tarkasteltiin sukupuolen, koulutuksen, iän ja tulojen mahdollista yhteyttä faktorianalyysin tuloksena syntyneisiin elämys- ja hybridikuluttamisen faktoreihin. Kaikki tarkastellut muuttujat selittivät vain hieman ostosalueen valintaa elämyskuluttamisen osalta. Kun tarkasteltiin muiden asioiden ja aktiviteettien liittymistä ostosmatkoihin, niin arkena sukupuoli ja tulot selittivät merkittävinä muuttujina vain vähän ja vapaa-ajalla sukupuoli ja ikä selittivät jonkin verran elämyskuluttamista. Hybridikuluttamisen idea näkyi tutkimuksen tuloksista selkeimmin ostosalueen valinnassa. Sukupuoli, koulutus ja ikä selittivät jonkin verran ostosalueen valintaan liittyvää hybridikuluttamista. Arkisin tehtävillä ostosmatkoilla sukupuoli, koulutus ja ikä selittivät hybridikuluttamista vain vähän. Vapaa-ajan ostosmatkoilla kaikki tarkastellut muuttujat selittivät hybridikuluttamista hieman. Sosiodemografisia tekijöitä tutkittaessa tutkimuksen tulokset antoivat viitteitä elämyskuluttajan profiilista. Tulokset ovat samankaltaisia tutkielmassa esiteltyjen muiden tutkimusten tulosten kanssa.

Tutkimustulokset viittaavat siihen, että kuluttajien ostosalueen valintaan ja ostosmatkoihin liittyvä ostosten teon lisäksi jonkin verran elämyksellisiä vapaa-ajanviihtöaktiviteetteja sekä eri kulutusmuotojen yhdistämistä.

Asiasanat	Elämyskuluttaminen, hybridikuluttaminen, kauppakeskus, ostoskeskus
Muita tietoja	