



# Sastamalan kaupunki

## Ostovirtatutkimus, kesä 2017

### Aineiston tulosityhteenvedonraportti

Tämä tutkimusmateriaali on tarkoitettu ainoastaan tilaajan omaan käyttöön. Tutkimuksen julkaisu, uudelleen käyttö tai tutkimusmateriaalin luovuttaminen tai lainaaminen kolmansille osapuolille on kielletty ilman Suomen Kyselytutkimus Oy:n lupaa.

Lisätietoa tutkimuksesta: Suomen Kyselytutkimus Oy,  
Samu Lagerström (samu.lagerstrom@suomenkyselytutkimus.fi)

Suomen Kyselytutkimus Oy noudattaa markkinatutkimusalan ISO 20252:2006-laatustandardia

**Sastamalan kaupunki**  
Tulosityhteenvedonraportti syyskuu 2017



## Sisällys

	Dia/sivu
<b>1. Yleistä tutkimuksen toteuttamisesta</b>	<b>4</b>
<b>2. Tutkimuksessa käytetyt tilastolliset käsitteet</b>	<b>6</b>
<b>3. Tutkimuksen kysymyskohtaiset tulokset ja niiden tulkinta</b>	<b>7</b>
<b>4. Aineiston rakenne</b>	<b>8</b>
<b>5. Tarkastelualueen ostokäyttäytymisestä yleisesti (yhteenveto)</b>	<b>9</b>
5.1 Kaupan palvelujen käytön useus	10
5.2 Ostovirtojen alueellinen suuntautuminen	13
5.3 Ostokäyttäytymiseen eniten vaikuttavat asiat	16
<b>6. Sastamala ostospaikkakuntana (yhteenveto)</b>	<b>19</b>
6.1 Sastamalaan suuntautunut asioiminen	21
6.2 Sastamalasta ostetut tuotteet ja palvelut	22
6.3 Sastamalan keskuksat ja asiointi	25
6.4 Tyytyväisyys Sastamalan kaupan palvelutarjontaan	26
6.5 Sastamalaan toivotut kaupan palvelutarpeet	28
6.6 Sastamalan kaupan palveluiden kouluarvosana	32
6.7 Sastamalan kaupan palveluiden suosittelu	33
6.8 Syyt asioimattomuuteen	34
6.9 Asioinnin siirtäminen Sastamalaan	37
<b>7. Verkkokauppa (yhteenveto)</b>	<b>39</b>
7.1 Verkkokaupan käyttö	41
7.2 Päivittäistavarat ja verkkokauppa	42
7.3 Erikoistavarat ja verkkokauppa	43
7.4 Verkkokauppaostosten maantieteellinen suuntautuminen	44
7.5 Syyt verkkokauppaostosten tekemiseen	45

## Sisällys

7.6 Sastamalassa sijaitsevien verkkokauppojen käyttö	48
7.7 Verkkokauppamahdollisuuden tarjoaminen	49
<b>8. Yhteenveto tuloksista</b>	<b>51</b>

**Dia/sivu**

48

49

**51**

Liite1. Kyselylomake

Liite2. Taustamuuttujakohtaiset prosentti- ja keskiarvotaulukot

8.9.2017

## 1. Yleistä tutkimuksen toteuttamisesta

- Tutkimuksella selvitettiin yli kuntarajojen suuntautuvaa ostokäyttäytymisestä ja siihen vaikuttavia tekijöitä. Tutkimuksen päähuomioalueena oli Sastamalaan suuntautuva ostokäyttäytyminen. Osana tutkimusta selvitettiin lisäksi kuluttajien tapaa käyttää verkkokauppaa sekä päivittäis- että erikoistavarakaupan osalta.
- Tutkimuksen kokonaisotos (n) oli yhteensä 600 suoritettua haastattelua. Otos muodostettiin yksinkertaisella satunnaisotannalla etukäteen määriteltyjen postinnumeroalueiden sisällä. Tutkimuksen ikäkohderyhmäksi rajattiin 15-79-vuotiaat.

<u>Postinnumeroalue</u>	<u>Haastattelumäärä</u>
38200 Sastamala, Vammala	200
37100 Nokia, keskusta	134
32700 Huittinen	133
39100 Hämeenkyrö, keskusta	133
<b><u>YHTEENSÄ</u></b>	<b>600 haastattelua</b>

- Tutkimuksen tiedonkeruumenetelmänä käytettiin puhelinhaastattelututkimusta. Puhelinhaastattelut suoritettiin tietokoneavusteisen haastattelujärjestelmän (CATI) välityksellä 27.7.2017 – 22.8.2017 välisenä aikana.

- Kyselylomake laadittiin yhteistyössä Sastamalan kaupungin ja Suomen Kyselytutkimus Oy:n kesken (liite1).
- Kokonaisotoksen (n=600) tilastollinen virhemarginaali on 95 prosentin luotettavuustasolla enintään  $\pm 3,9$  prosenttiyksikköä suuntaansa.



## 2. Tutkimuksessa käytetyt tilastolliset käsitteet

➤ Yhteenvetoraportin tuloksissa käytetään seuraavia tilastollisia käsitteitä:

### **Vastausten prosenttijakauma**

Vastausten prosentuaalinen jakautuminen kunkin vastausvaihtoehdon ympärille.

### **ka = Keskiarvo**

Keskiarvo (ks. aritmeettinen keskiarvo) on ns. keskiluvuista kaikkein tavallisin. Se ilmoittaa, mihin kohtaan muuttujan jakauman keskikohta mitatulla ulottuvuudella sijoittuu.

### **sd = Keskihajonta**

Keskihajonta on tärkein ja käytetyin hajonnan mitta. Keskihajonta kuvaa havaintoarvojen keskimääräistä etäisyyttä keskiarvosta. Mitä pienempi on keskihajonta, sitä tiiviimmin havaintoaineisto on keskittynyt keskiarvon ympärille (vastaajat yksimielisiä).

### **Md = Mediaani**

Mediaani on arvo, jota pienempiä ja suurempia on puolet (50 %) arvoista.

### **Mo = Moodi**

Moodi eli tyyppiarvo on se arvo, joka esiintyy aineistossa useimmiten (ilmoitettu kuvaajien yhteydessä useimmiten ympäröitynä).

Lähde: Tilastokeskus 2017



### 3. Tutkimuksen kysymyskohtaiset tulokset ja niiden tulkinta

Taustamuuttujakohtaiset tulokset (*mm. sukupuoli ja ikäryhmä*) on esitetty erillisessä tämän raportin mukana toimitetussa liitetaulukossa (*liite 2*).

Yhteenvetoraportissa kysymyksen yhteydessä mainittu (n) kuvaa potentiaalista vastaajamäärä eli kaikkien niiden henkilöiden lukumäärää, joille kysymys on esitetty. Kysymyksen yhteydessä kenoviivan jälkeen mainittu (/n) tai erillisessä laatikossa oleva (n) kuvaa sitä vastaajamäärää, joka kysymykseen on lopullisesti vastannut.

Taustamuuttujakohtaisia tilastointeja tarkasteltaessa tulee huomioida, että osaryhmäkohtaisena minimiluotettavuustasona voidaan vastaavissa tutkimuksissa pitää tyypillisesti vähintään 30 vastausta. Riittävän luotettavuustason mahdollistamiseksi suosittelemme tulosten tarkastelua kokonaismääräisinä.

## 4. Aineiston rakenne (n=600)

Sukupuoli	n	%
Miehiä	276	46,0 %
Naisia	324	54,0 %
Yhteensä	600	100,0 %

Ikäryhmä	n	%
15-24	33	5,5 %
25-34	42	7,0 %
35-44	54	9,0 %
45-54	75	12,5 %
55-64	124	20,7 %
65-79	272	45,3 %
Yhteensä:	600	100,0 %

Ammattiasema	n	%
Opiskelija	25	4,2 %
Eläkeläinen	314	52,3 %
Työtön	14	2,3 %
Työntekijä	133	22,2 %
Toimihenkilö	50	8,3 %
Johtavassa asemassa toisen...	14	2,3 %
Yrittäjä	39	6,5 %
Maanviljelijä	5	0,8 %
Muu	6	1,0 %
Yhteensä:	600	100,0 %

Ylin koulutus	n	%
Kansakoulu tai peruskoulu	144	24,2 %
Ammattitutkinto	190	31,9 %
Ylioppilastutkinto	33	5,5 %
Opistotason tai AMK-tutkinto	172	28,9 %
Yliopisto- / korkeakoulututkinto	47	7,9 %
Muu	9	1,5 %
Yhteensä:	595	100,0 %

Taloudessa alle 18-vuotiaita lapsia	n	%
Kyllä	120	20,0 %
Ei	479	80,0 %
Yhteensä	599	100,0 %

Auton käyttömahdollisuus	n	%
Kyllä	487	81,4 %
Ei	111	18,6 %
Yhteensä	598	100,0 %





## 5. Tarkastelualueen ostokäyttäytymisestä yleisesti

Kaikista vastaajista peräti 61,5 prosenttia käytti päivittäistavarakaupan palveluita päivittäin tai lähes päivittäin. Tarkastelualuekohtaiset erot olivat pieniä, joskin nokialaiset (postinumeroalue 37100) käyttivät päivittäistavarakaupan palveluita jonkin verran muita vastaajia useammin. Erikoistavarakaupan palveluita käytettiin tyypillisesti kuukausittain (38,7 prosenttia kaikista vastaajista), tarkastelualuekohtaisten erojen ollessa lähes olemattomia. Tilaa vaativan erityiskaupan palvelujen käyttö tapahtui harvemmin kuin muutaman kuukauden välein (74,5 prosenttia kaikista vastaajista). Tarkastelualuekohtaiset erot olivat todella pieniä, vaikka huittislaiset (postinumeroalue 32700) käyttivät palveluita aavistuksen muita useammin.

Vastaajien ostovirrat suuntautuivat tyypillisesti sekä omaan että muihin kuntiin (60,5 prosenttia kaikista vastaajista), mutta tarkastelualuekohtaisia erojakin löytyi. Huittislaisista lähes puolet (45,9 prosenttia) ilmoitti asioivansa ainoastaan omassa kunnassaan, kun taas hämeenkyröläisten (postinumeroalue 39100) osalta vastaava osuus oli 18,8 prosenttia. Hämeenkyröläiset asioivatkin muita vastaajia useammin sekä omassa että muissa kunnissa. Keskeisinä syinä oman kunnan ulkopuolelle suuntautuvaan palveluasioimiseen mainittiin mm. muualla oleva parempi valikoima, hintataso sekä asioinnin suuntautuminen muutenkin oman kunnan ulkopuolelle mm. työn-, tai sukulaisten vuoksi.

Vastaajien ostovirrat suuntautuivat oman kunnan ulkopuolelle tyypillisesti kuukausittain (36,1 prosenttia kaikista vastaajista). Hämeenkyröläiset kävivät muissa kunnissa ostoksilla muiden tarkastelualueiden vastaajia useammin, kun taas sastamalalaisten (postinumeroalue 38200) osalta tilanne oli päinvastainen eli muihin kuntiin kohdistuvaa palveluasiointia oli muita harvemmin.

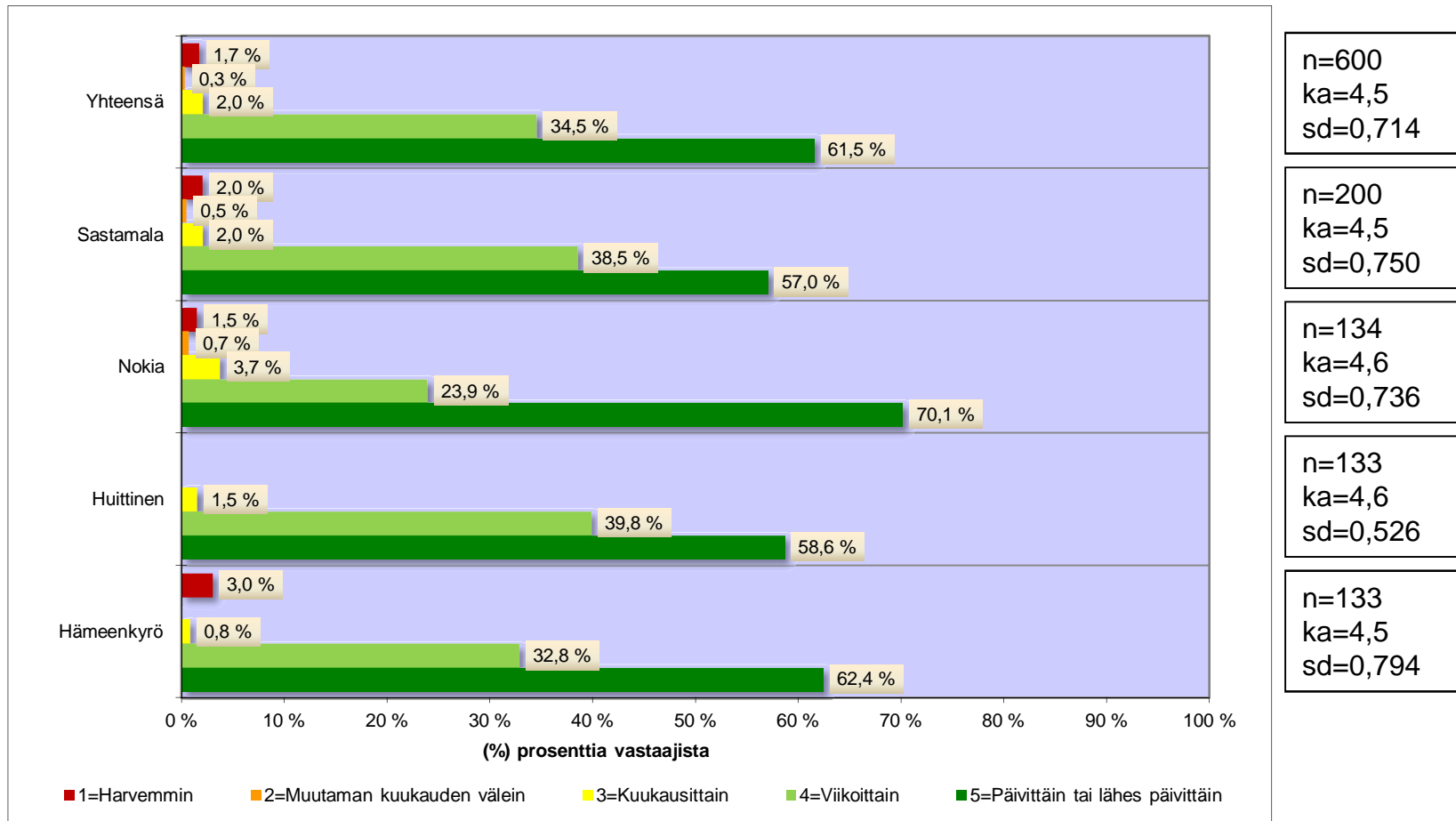
Kolme eniten ostokäyttäytymiseen vaikuttavaa asiaa olivat: hinta (54,6 prosenttia vastaajista), riittävä valikoima (39,7 prosenttia vastaajista) sekä asiantunteva ja hyvä palvelu (33,5 prosenttia vastaajista). Etäisyys arvoitettiin neljänneksi tärkeimmäksi asiaksi (31,2 prosenttia vastaajista). Sekä nokialaisten että hämeenkyröläisten osalta etäisyys kuului kuitenkin kolmen tärkeimmän asian joukkoon, kun taas asiantunteva ja hyvä asiakaspalvelu arvoitettiin vasta neljänneksi. Prosentuaaliset erot näiden kahden tekijän välillä olivat kuitenkin melko pieniä.



## 5.1 Kaupan palvelujen käytön useus 1/3

### 1. Kuinka usein käytät päivittäisarokaupan (elintarvikkeet, ja pienet kulutustavarat) palveluita?

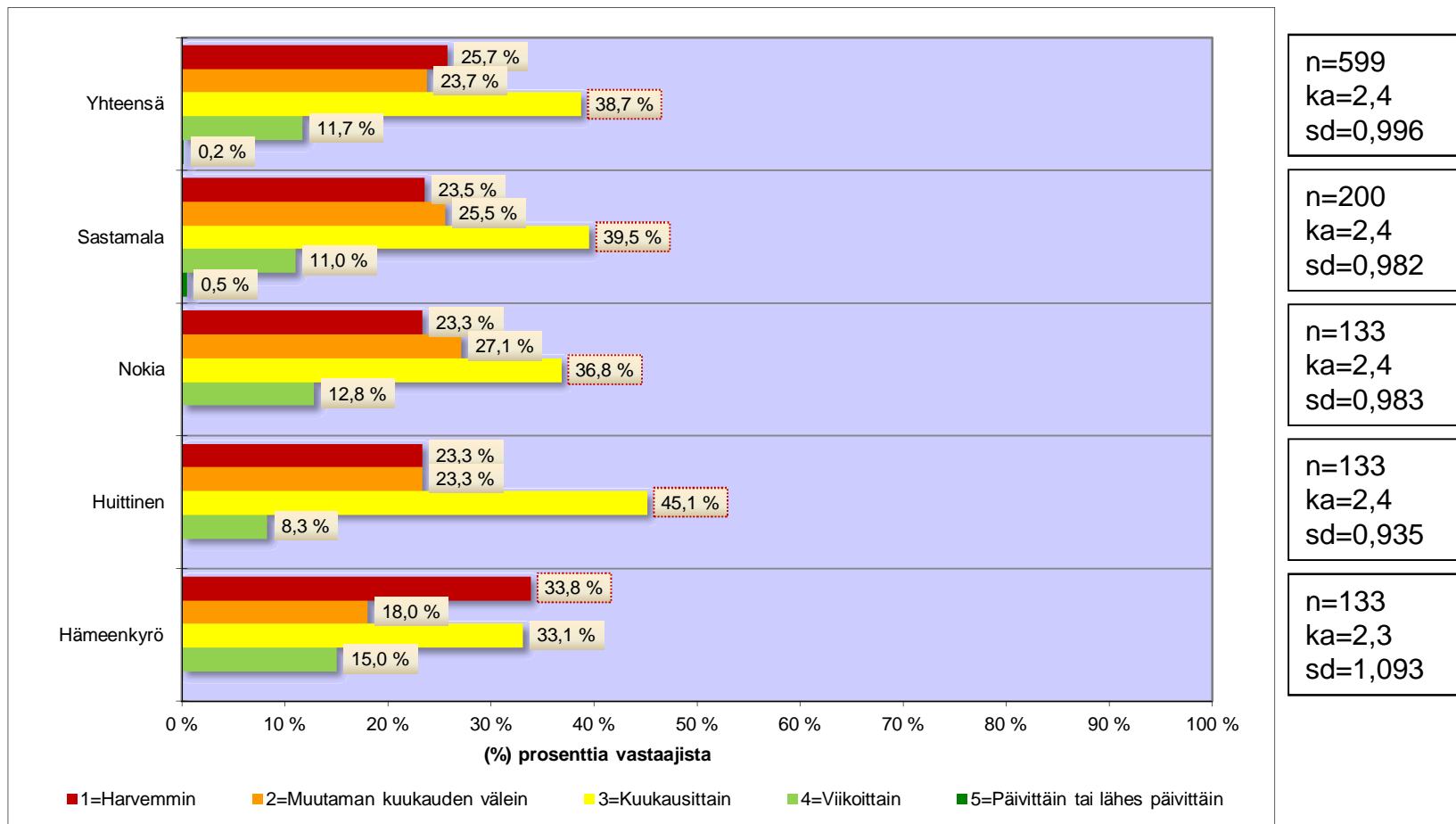
Kaikki vastaajat (n=600) %



## 5.1 Kaupan palvelujen käytön useus 2/3

### 1. Kuinka usein käytät erikoistavarakaupan ml. muoti palveluita?

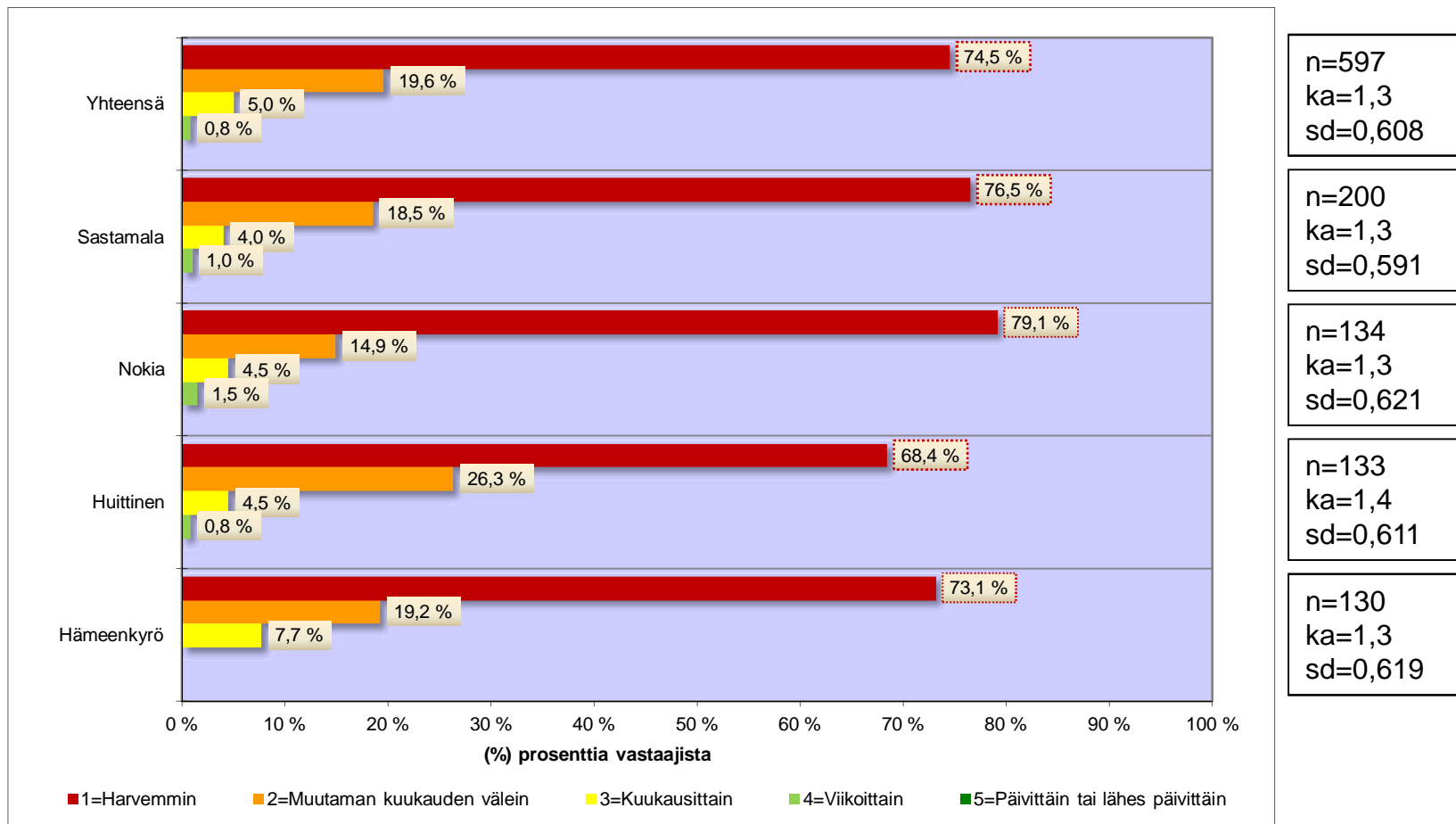
Kaikki vastaajat (n=600) %



## 5.1 Kaupan palvelujen käytön useus 3/3

### 1. Kuinka usein käytät tilaa vaativan erityiskaupan (kodinkoneet, huonekalut yms.) palveluita?

Kaikki vastaajat (n=600) %

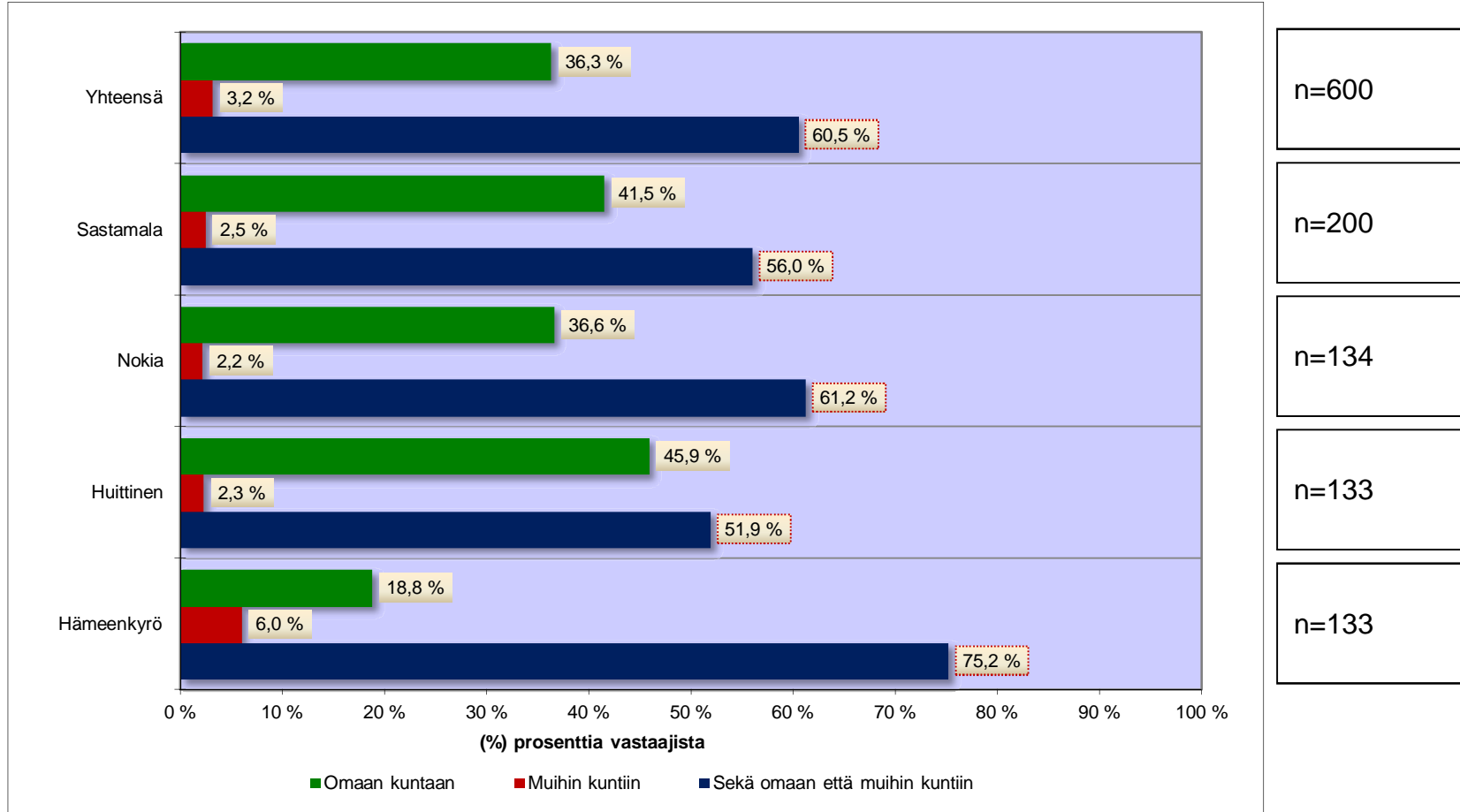




## 5.2 Ostovirtojen alueellinen suuntautuminen 1/3

### 2. Suuntautuuko ostoskäyttäytymisesi?

Kaikki vastaajat (n=600) %





## 5.2 Ostovirtojen alueellinen suuntautuminen 2/3

### 2b. Miksi ostokäyttötymisesi suuntautuu myös oman kunnan ulkopuolelle?

Kaikki vastaajat, joiden ostokäyttötymisen suuntautuu myös oman kunnan ulkopuolelle (n=374 / n=382)

#### Keskeisinä vastauksina mm.

38200 (Sastamala)

- Paremmen valikoiman vuoksi / omasta kunnasta ei löydy kaikkea
- Asiointia muutenkin muualle esimerkiksi työn-, tai sukulaisten vuoksi
- Hintataso muualla edullisempi

37100 (Nokia)

- Paremmen valikoiman vuoksi / omasta kunnasta ei löydy kaikkea
- Asiointia muutenkin muualle esimerkiksi työn-, tai sukulaisten vuoksi

32700 (Huittinen)

- Paremmen valikoiman vuoksi / omasta kunnasta ei löydy kaikkea
- Vaihtelun vuoksi
- Asiointia muutenkin muualle esimerkiksi työn-, tai sukulaisten vuoksi

39100 (Hämeenkyrö)

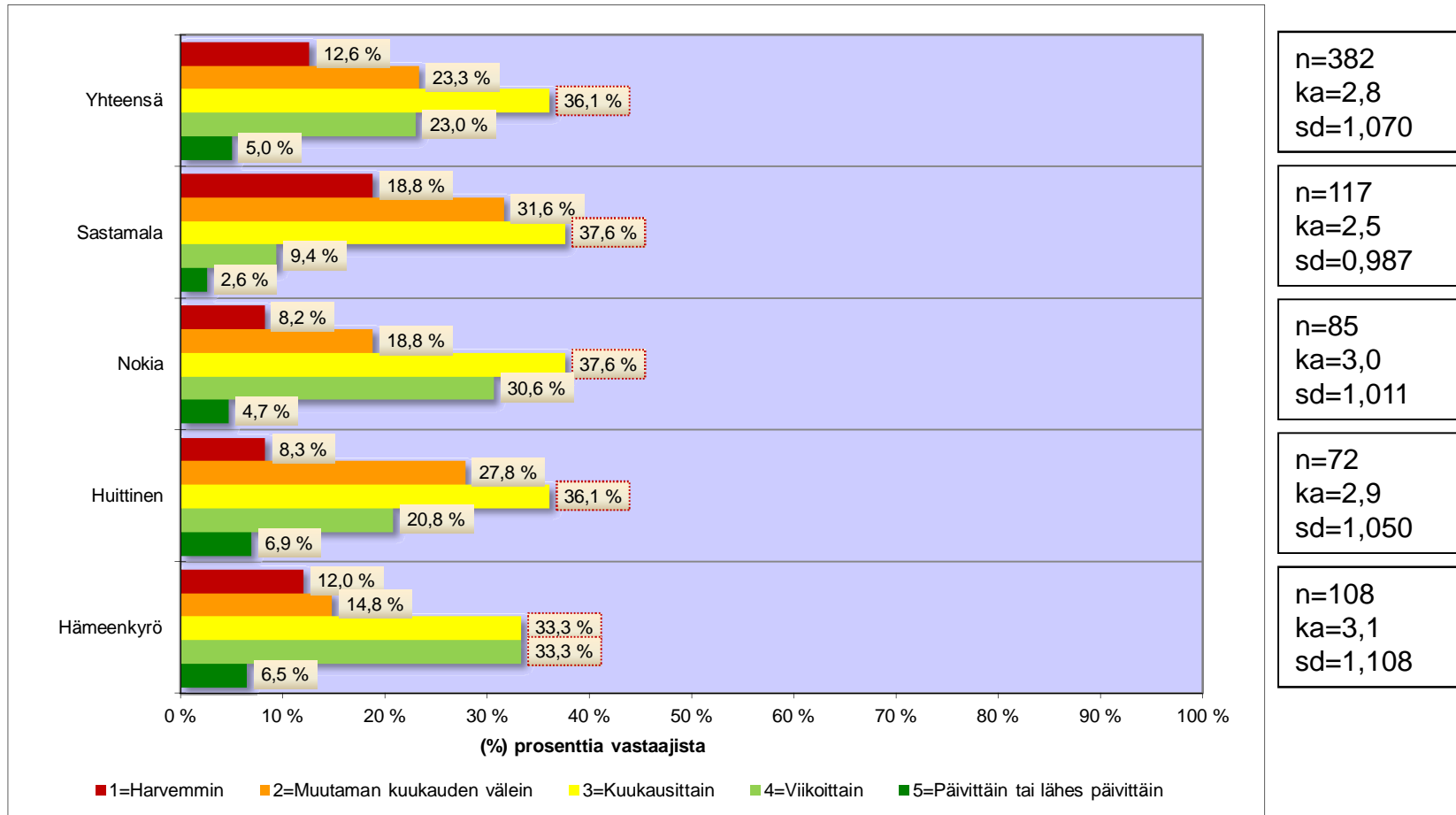
- Paremmen valikoiman vuoksi / omasta kunnasta ei löydy kaikkea
- Asiointia muutenkin muualle esimerkiksi työn-, tai sukulaisten vuoksi
- Hintataso muualla edullisempi



## 5.2 Ostovirtojen alueellinen suuntautuminen 3/3

### 2c. Kuinka usein ostokäyttätymisesi suuntautuu oman kunnan ulkopuolelle?

Kaikki vastaajat, joiden ostokäyttätymisen suuntautuu myös oman kunnan ulkopuolelle (n=382) %

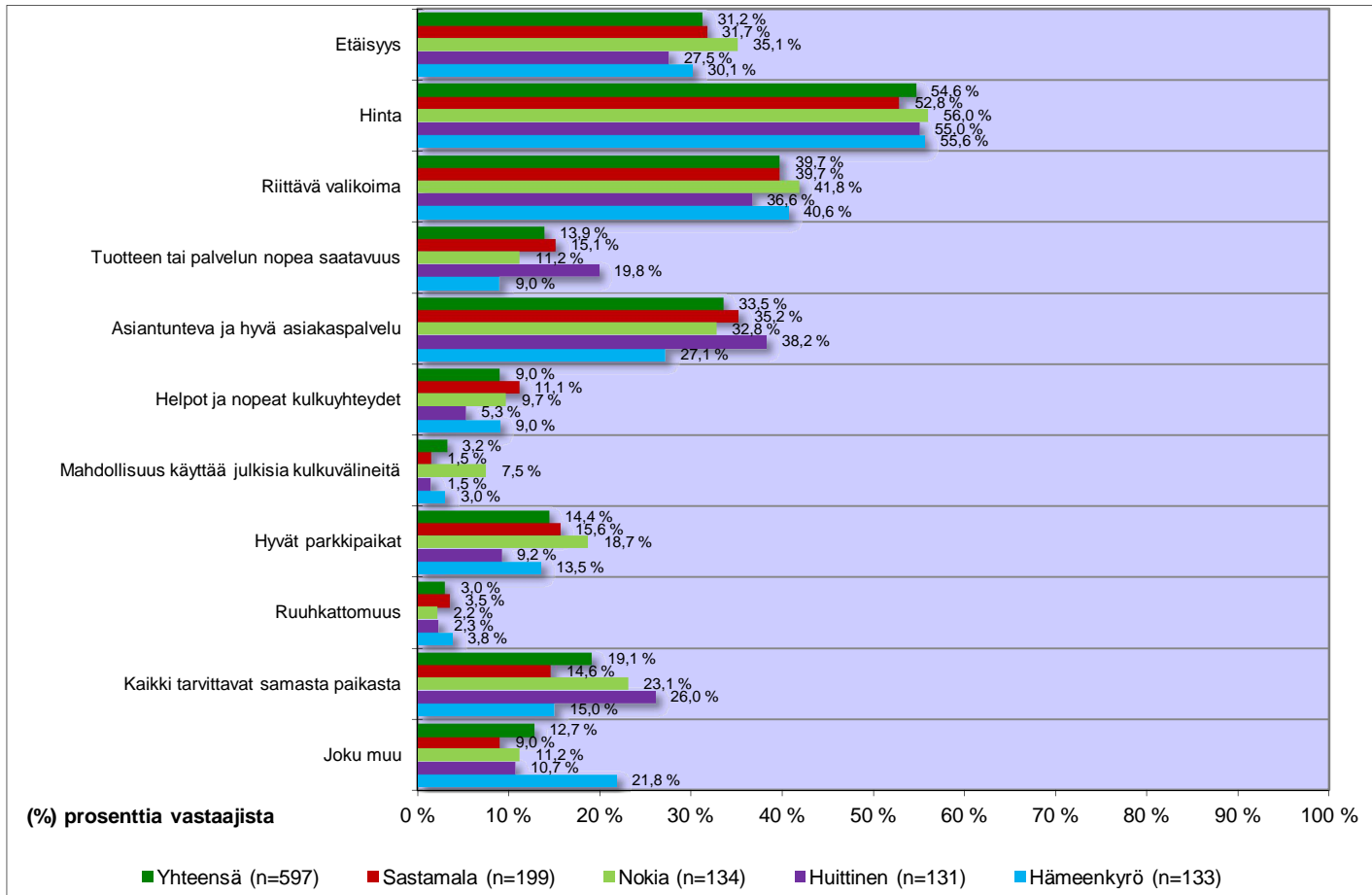


## 5.3 Ostokäyttäytymiseen eniten vaikuttavat asiat 1/3

MONIVALINTAMAHDOLLISUUS

### 3. Mitkä seuraavista asioista vaikuttavat ostokäyttäytymiseesi eniten? Valitse enintään kolme merkittävintä asiaa.

Kaikki vastaajat (n=600) %





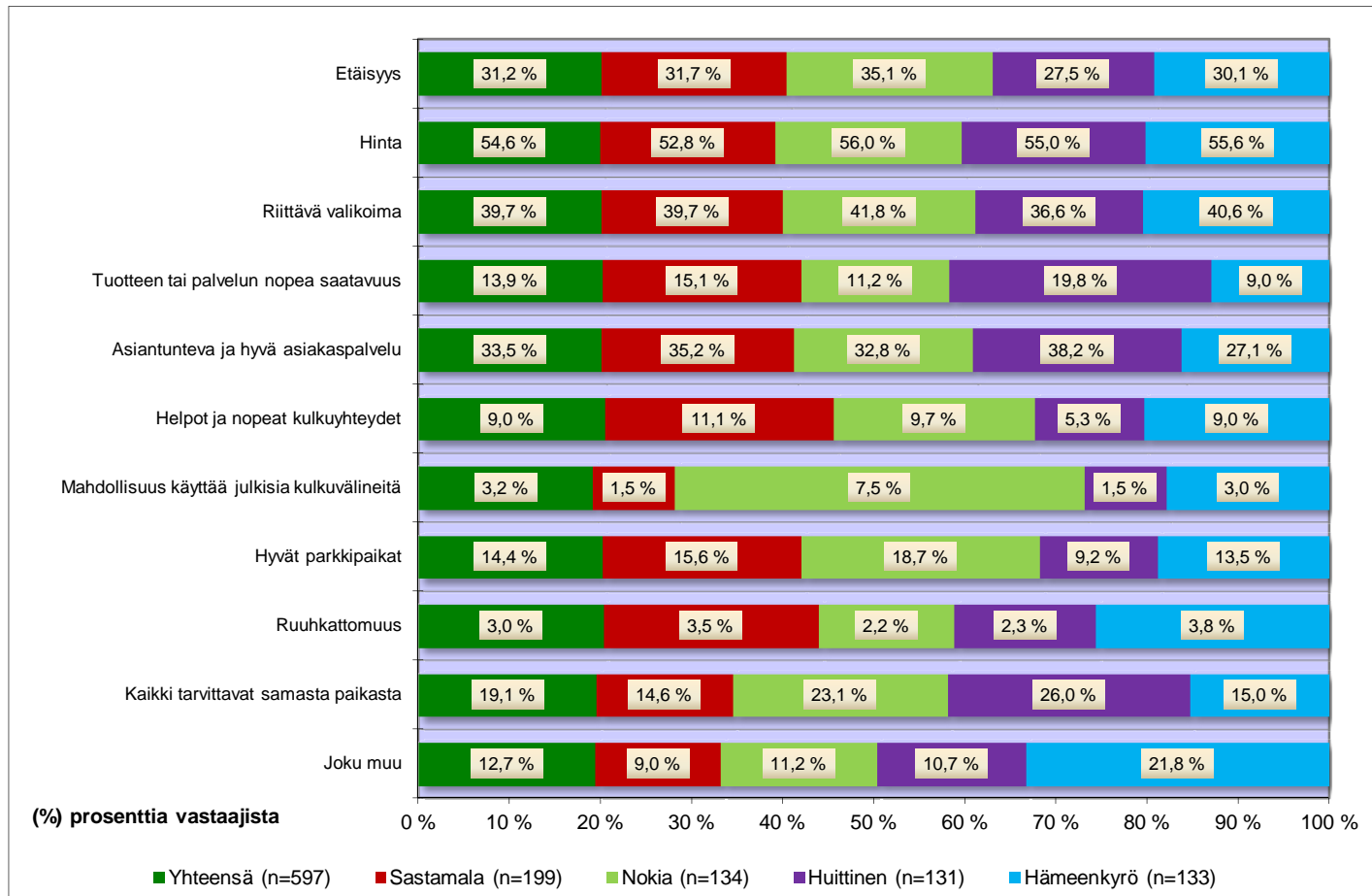


## 5.3 Ostokäyttäytymiseen eniten vaikuttavat asiat 2/3

MONIVALINTAMAHDOLLISUUS

### 3. Mitkä seuraavista asioista vaikuttavat ostokäyttäytymiseesi eniten? Valitse enintään kolme merkittävintä asiaa.

Kaikki vastaajat (n=600) %



100%:n pinottu palkkikaavio Vertaa kunkin arvon prosenttiosuutta kokonaisuuteen eri luokkien välillä.



## 5.3 Ostokäyttäytymiseen eniten vaikuttavat asiat 3/3

MONIVALINTAMAHDOLLISUUS

### 3. Mitkä seuraavista asioista vaikuttavat ostokäyttäytymiseesi eniten? Valitse enintään kolme merkittävintä asiaa.

Kaikki vastaajat, jotka vastasivat "joku muu" (n=76 / n=76)

#### Keskeisinä vastauksina mm.

38200 (Sastamala)

- Tuotteiden laatu
- Hinta-laatu-suhde

37100 (Nokia)

- Tuotteiden laatu
- Tuotteiden kotimaisuus

32700 (Huittinen)

- Tuotteiden laatu

39100 (Hämeenkyrö)

- Tuotteiden laatu
- Työmatkan varrella



## 6. Sastamala ostospaikkakuntana

Kaikista vastaajista yli puolet (58,3 prosenttia) oli käyttänyt Sastamalassa sijaitsevien päivittäistavarakauppojen, erikoistavarakauppojen tai tila vaativien erityiskauppojen palveluiden edellisen 6 kuukauden aikana. Tulosta tarkasteltaessa tulee kuitenkin huomioida, että mukana oli yhteensä 200 sastamalalaista vastaajaa, joista 98,5 prosenttia oli Sastamalan palveluita myös käyttänyt. Huittislaisista Sastamalan kaupan palveluita oli edellisen 6 kuukauden aikana käyttänyt 56,4 prosenttia, hämeenkyröläisistä 35,3 prosenttia ja nokialaisista 23,1 prosenttia vastaajista.

Elintarvikkeiden ohella (90,0 prosenttia vastaajista) vähintäänkin puolet vastaajaryhmän vastaajista ilmoitti ostaneensa Sastamalasta myös kahvila- ja ravintolapalveluita (65,4 prosenttia vastaajista), apteekkituotteita (63,4 prosenttia vastaajista), puutarhatuotteita sekä kukkia erikoistavarakaupasta (53,1 prosenttia vastaajista), tori- ja markkinakaupan palveluita (51,1 prosenttia vastaajista) sekä vaatteita erikoistavarakaupasta (50,0 prosenttia vastaajista). Kuntakohtaisina mielenkiintoisuuksina voidaan poimia muun muassa se, että nokialaiset ostivat muita ulkokuntalaisia useammin Sastamalasta tori- ja markkinakaupan palveluita, puutarhatuotteita sekä kukkia erikoistavarakaupasta, rautakauppa tai maatalouskauppatuotteita erikoistavarakaupasta sekä käyttivät Alkon palveluita, hämeenkyröläiset kampaamo- ja kauneudenhoitopalveluita ja huittislaiset taas vaatteita erikoistavarakaupasta.

Vastaajien asiointi tapahtui useimmiten Vammalan keskustan (77,1 prosenttia vastaajista) ja Roismalan alueen liikkeissä (41,5 prosenttia vastaajista), joskin hämeenkyröläisten osalta asiointi tapahtui useimmiten Häijään alueen liikkeissä (83,0 prosenttia vastaajista) ja nokialaisetkin asioivat Roismalan aluetta useammin, niin ikään Häijään puolella (61,3 prosenttia vastaajista). Vastaajien asuinpaikkakunta vaikutti siten oleellisesti siihen, missä Sastamalan keskuksista asiointi tapahtui.

Vastaajat olivat melko tyytyväisiä Sastamalan kaupan palvelutarjontaan, sillä kaikista vastaajista peräti 83,2 prosenttia oli palvelutarjontaan melko tai jopa erittäin tyytyväinen. Keskiarvolla mitaten tyytyväisimpiä olivat nokialaiset ja tyytymättömiä sastamalalaiset. Tilanne on melko tyypillinen vastaavissa ostovirtatutkimuksissa ja tätä selittää se, että sastamalalaiset asuvat Sastamalassa, kun taas ulkopaikkakunnilta Sastamalaan lähdetään silloin, kun oma kunta ei pysty kattamaan palvelutarpeita. Sastamalalaisten tyytymättömyyteen vaikutti ennen kaikkea hintataso ja valikoiman riittämättömyys.



## 6. Sastamala ostospaikkakuntana

Kaikista vastaajista yhteensä 30,6 prosenttia nimesi palvelutarpeita, joita olisi tarvinnut, mutta joita ei toistaiseksi ollut Sastamalasta saatavilla tai joita pitäisi olla nykyistä enemmän. Aktiivisimmin palvelutarpeita nimesivät sastamalalaiset (43,1 prosenttia vastaajista) ja vähiten hämeenkyröläiset (8,5 prosenttia vastaajista). Palvelutarpeina mainittiin useimmiten vaatekaupat sekä kenkäkaupat (ks. sivut 29-31).

Vastaajien arvioidessa Sastamalan palveluita kouluasteikolla 4-10, muodostui kaikkien vastaajien yhteenlasketuksi keskiarvoksi hyvä 8,0. Keskiarvollisesti erot eri tarkastelualueiden välillä olivat lähes olemattomia.

Osana tutkimusta vastaajia pyydettiin ilmoittamaan, kuinka todennäköisesti he suosittelisivat Sastamalaa ostopaikkakunnaksi sukulaisille tai tuttaville asteikolla 0-10. Suosittelijoihin (9-10) kuului yhteensä 22,9 prosenttia ja arvostelijoihin (0-6) 23,4 prosenttia kaikista vastaajista. Mikäli suosittelijoiden %-osuudesta vähennetään arvostelijoiden %-osuus, muodostuu erotukseksi ja siten suositteluindeksiksi -0,5 prosenttia. Indeksia voidaan pitää välttävänä. Kriittisimmin suositteluun suhtautuivat sastamalalaiset (indeksi = - 6,1%) ja positiivisimmin nokialaiset (indeksi = + 25,8%).

Osion lopuksi kaikkia niitä vastaajia, jotka eivät olleet asioineet Sastamalassa edellisen 6 kuukauden aikana, pyydettiin valitsemaan syitä asioimattomuuteen. Ylivoimaisesti keskeisimpänä syynä pidettiin sitä, että tarvittut palvelut sai myös kotikunnasta (51,8 prosenttia vastaajista). Toiseksi keskeisin syy oli se, ettei vastaajilla ollut muuta asiointitarvetta Sastamalaan (41,0 prosenttia vastaajista). Kolmanneksi keskeisimpänä syynä vastaajat pitivät liian pitkää etäisyyttä (28,1 prosenttia vastaajista). Varsinkin huittislaiset arvioivat saavansa tarvitsemansa palvelut myös kotikunnasta, kun taas nokialaisten osalta etäisyyden painoarvo oli muita ulkopaikkakuntia suurempi.

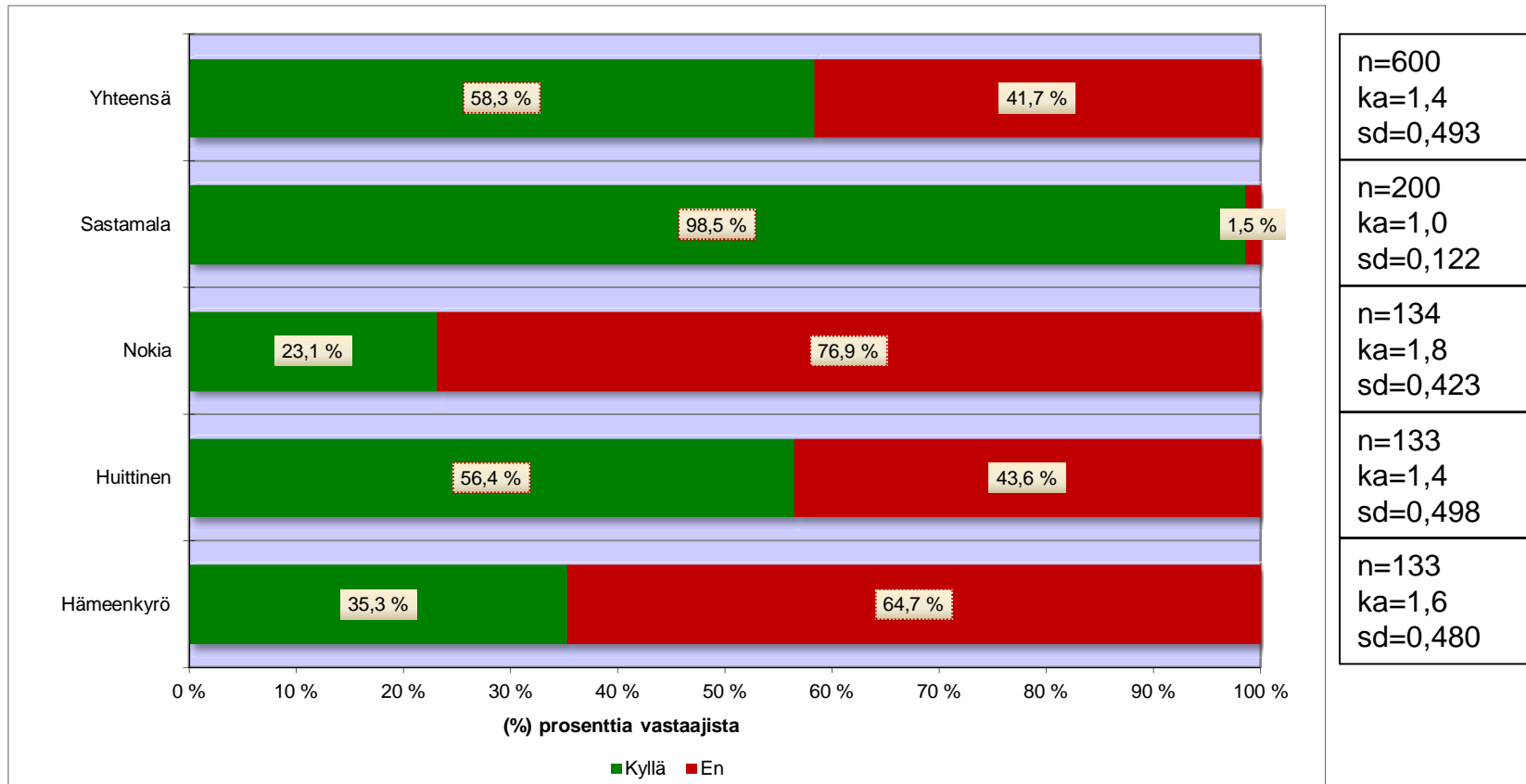
Vastaajat eivät juurikaan osanneet nimetä asioita, joilla heidät saisi asioimaan myös Sastamalaan. 250 tarkasteluryhmään kuuluneesta vastaajasta tällaisen asian osasi mainita ainoastaan 38 vastaajaa. Keskeisenä mainintana oli iso ja kokonaisvaltainen kauppakeskus. Toisaalta, tutkimuksen piilotietona voidaan todeta, että asioimattomuuden syynä ei ollut jonkun palvelun puuttuminen Sastamalasta, vaan se, että tarvittut palvelut sai myös omasta kotikunnasta, muuta asiointitarvetta ei ollut tai etäisyys oli liian pitkä.



## 6.1 Sastamalaan suuntautunut asiointi

4. Oletko käyttänyt Sastamalassa sijaitsevien päivittäistavarakauppojen, erikoistavarakauppojen tai tilaa vaativien erityiskauppojen palveluita edellisen 6 kuukauden aikana? Sastamalaan kuuluu myös entinen Vammala, Mouhijärvi ja Äetsä sekä Suodenniemi ja Kiikoinen?

Kaikki vastaajat (n=600) %

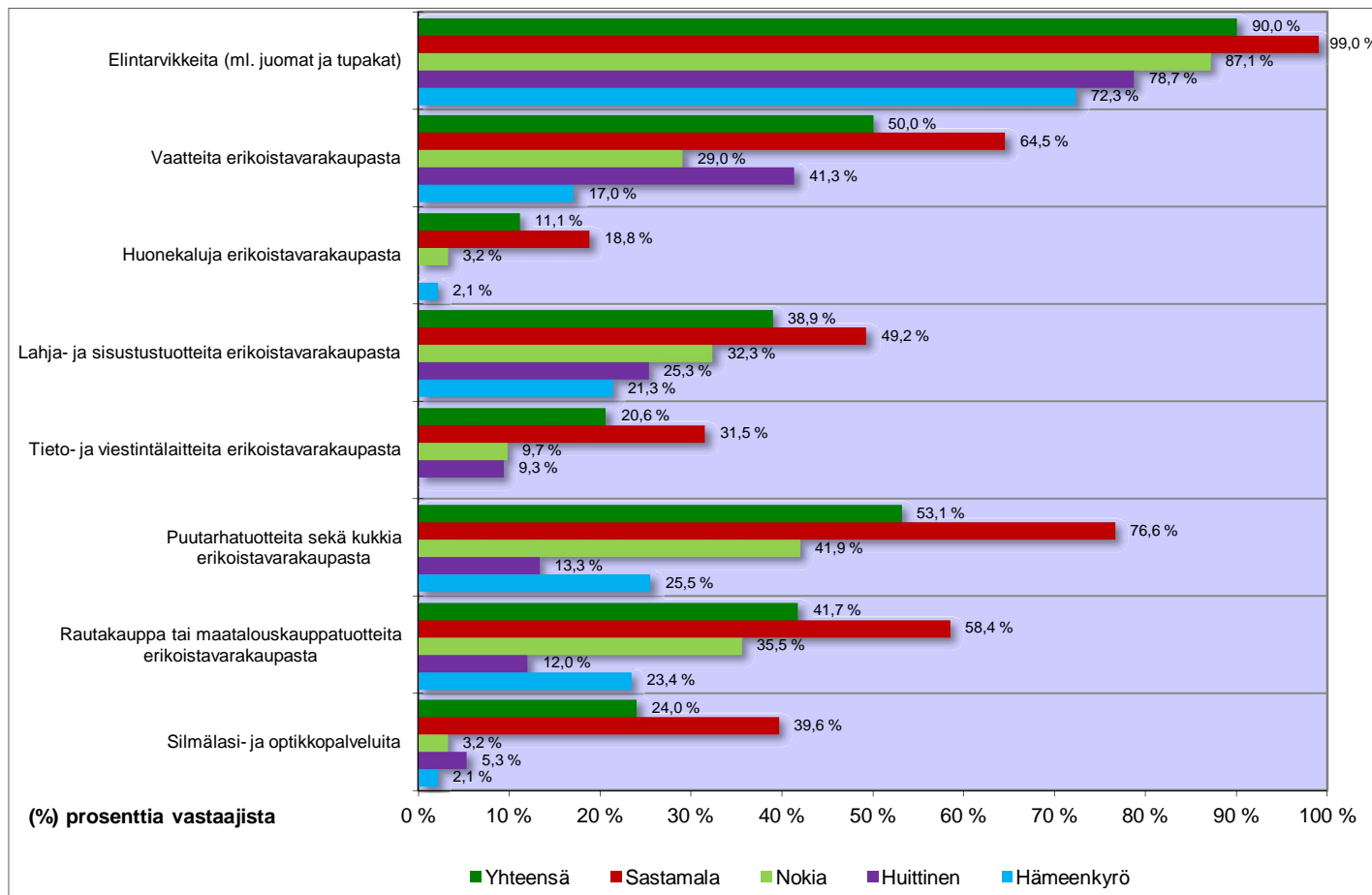


## 6.2 Sastamalasta ostetut tuotteet ja palvelut 1/3

MONIVALINTAMAHDOLLISUUS

### 5. Mitä seuraavista tuotteista ja palveluista olet ostanut Sastamalasta edellisen 6 kuukauden aikana?

Kaikki vastaajat, jotka asioineet Sastamalassa edellisen 6 kuukauden aikana (n=350) %



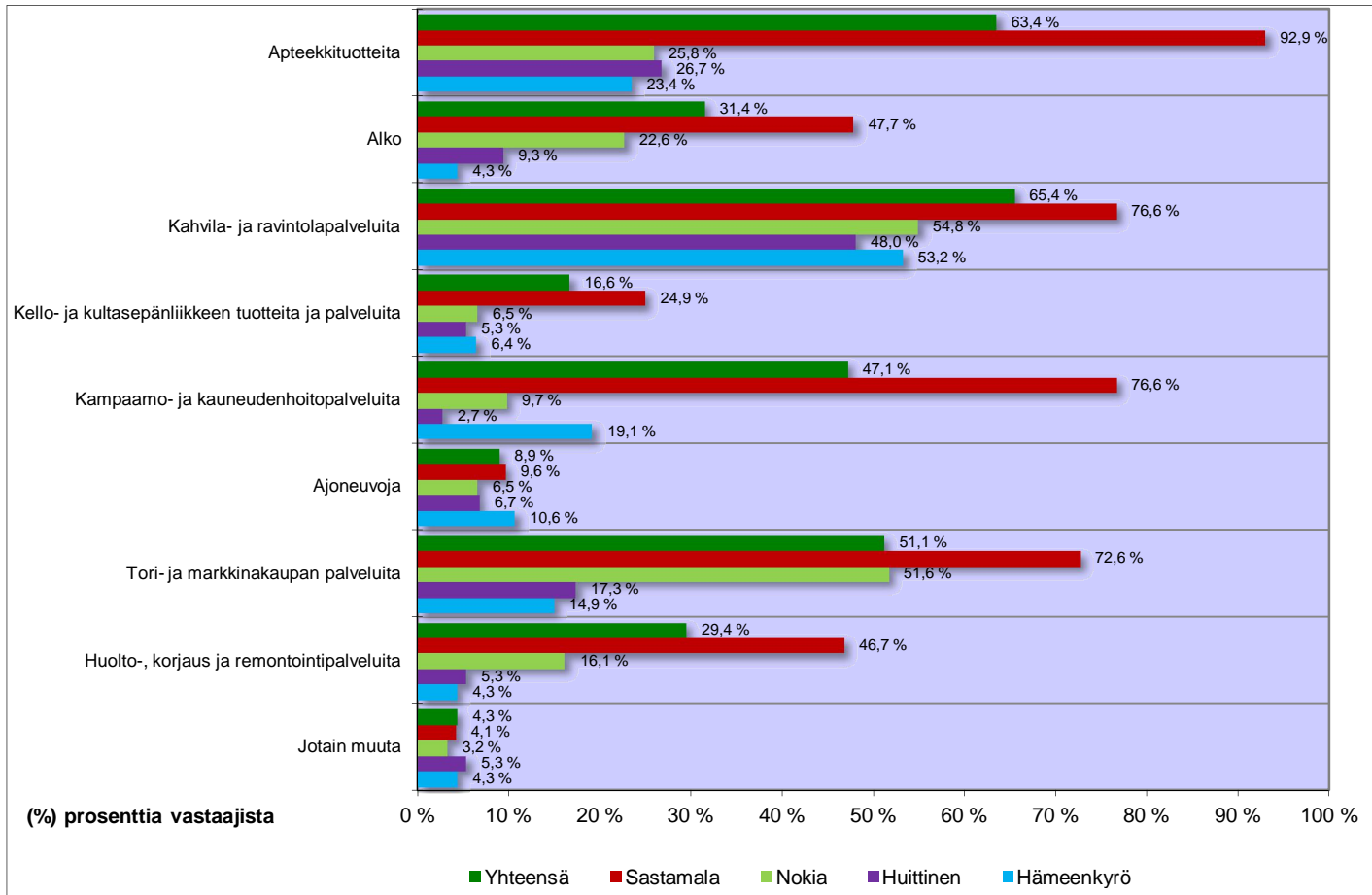
"kyllä"-osuudet.

## 6.2 Sastamalasta ostetut tuotteet ja palvelut 2/3

MONIVALINTAMAHDOLLISUUS

### 5. Mitä seuraavista tuotteista ja palveluista olet ostanut Sastamalasta edellisen 6 kuukauden aikana?

Kaikki vastaajat, jotka asioineet Sastamalassa edellisen 6 kuukauden aikana (n=350) %



*"kyllä"-osuudet.*



## 6.2 Sastamalasta ostetut tuotteet ja palvelut 3/3

### 5. Mitä seuraavista tuotteista ja palveluista olet ostanut Sastamalasta edellisen 6 kuukauden aikana?

Kaikki vastaajat, jotka vastasivat kysymykseen 5 "jotain muuta" (n=14 / n=15)

#### **Kaikki vastaukset.**

38200 (Sastamala)

- Urheilutarvikkeita (2x)
- Eläinkauppa
- Kaasupulloja, (takka)puita
- Kirjoja
- Kodinkoneita
- Polttoaineita

37100 (Nokia)

- Ruohonleikkuri, päältä ajettava

32700 (Huittinen)

- Eläinlääkäri, josta saa tarvikkeita
- Onkia
- Pesula
- Renkaita

39100 (Hämeenkyrö)

- Nesteen bensaa
- Urheilutarvikkeita



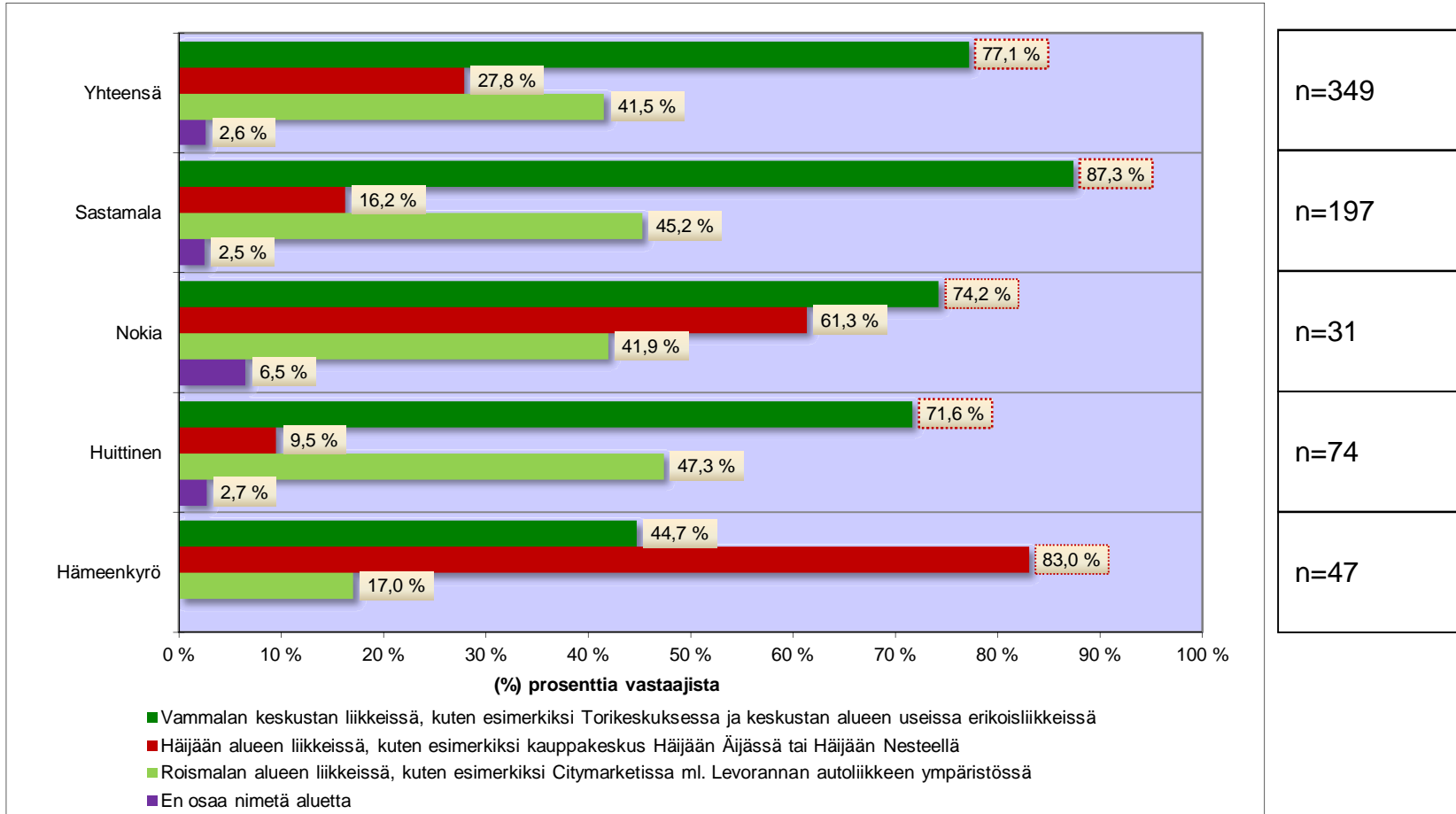


## 6.3 Sastamalan keskuksset ja asiointi

MONIVALINTAMAHDOLLISUUS

### 6. Missä seuraavista Sastamalan keskuksista asiointisi tapahtuu?

Kaikki vastaajat, jotka asioineet Sastamalassa edellisen 6 kuukauden aikana (n=350) %

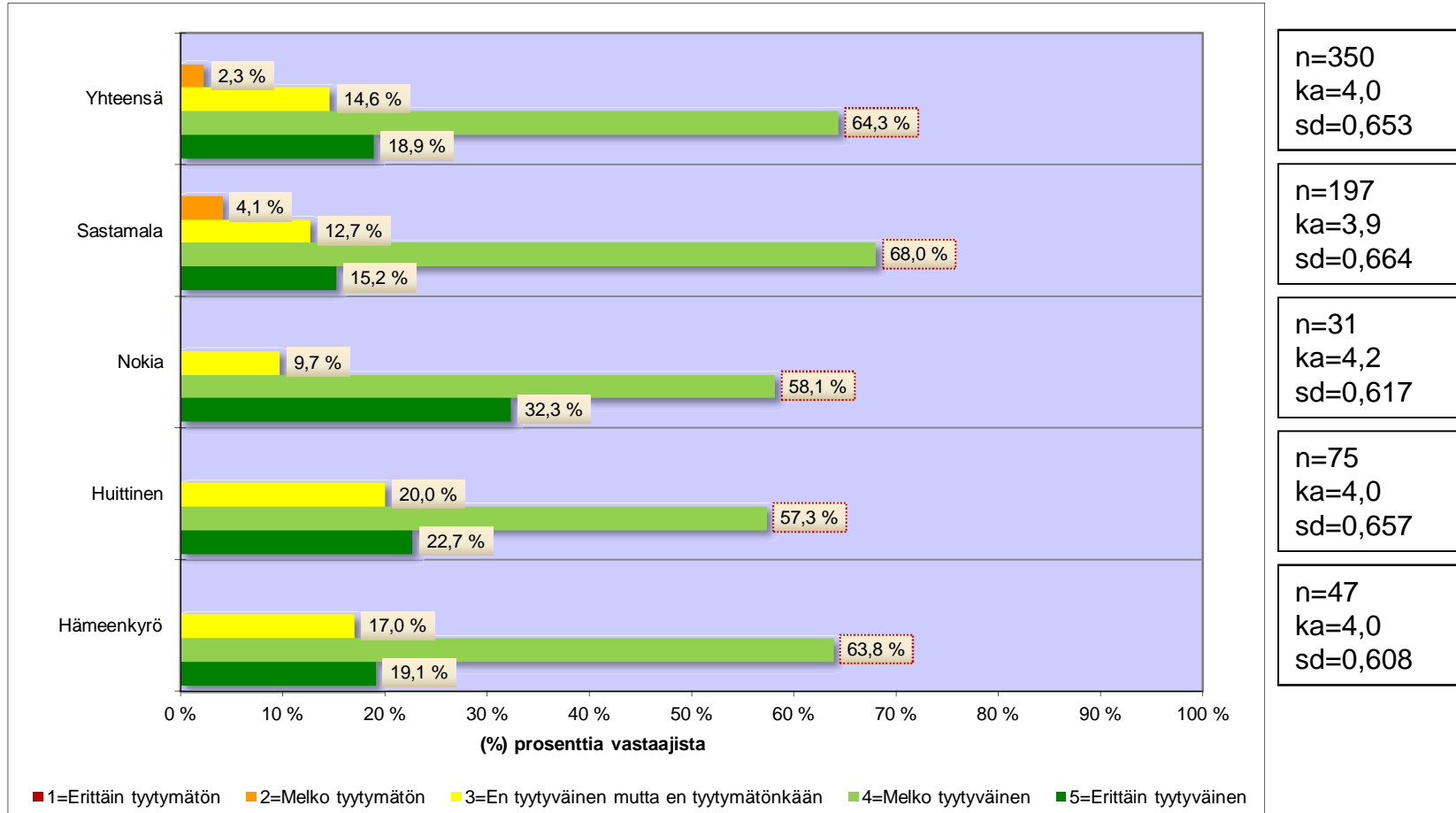




## 6.4 Tyytyväisyys Sastamalan kaupan palvelutarjontaan 1/2

### 7. Kuinka tyytyväinen olet Sastamalan nykyiseen kaupan palvelutarjontaan tarvitsemiesi palvelujen osalta?

Kaikki vastaajat, jotka asioineet Sastamalassa edellisen 6 kuukauden aikana (n=350) %





## 6.4 Tyytyväisyys Sastamalan kaupan palvelutarjontaan 2/2

### 7b. Miksi olet palvelutarjontaan melko tai erittäin tyytymätön?

Kaikki vastaajat, jotka vastasivat kysymykseen 7 "erittäin tai melko tyytymätön" (n=7 / n=8)

#### **Kaikki vastaukset.**

38200 (Sastamala)

- Hintapolitiikka on yksi asia joka askarruttaa.
- Hintataso ja valikoima.
- Lastenvaatteista tosi huono valikoima, perustarpeet pitäisi löytyä omasta kylästä, mutta ei löydy.
- Pienet valikoimat, ei kilpailua.
- Tarjonta ei ole riittävän laaja.
- Vaatepalveluita puuttuu, samoin kahviloita ja ruokapaikkoja. Kenkäkauppoja saisi myös olla lisää.
- Valikoima pieni

37100 (Nokia)

---

32700 (Huittinen)

---

39100 (Hämeenkyrö)

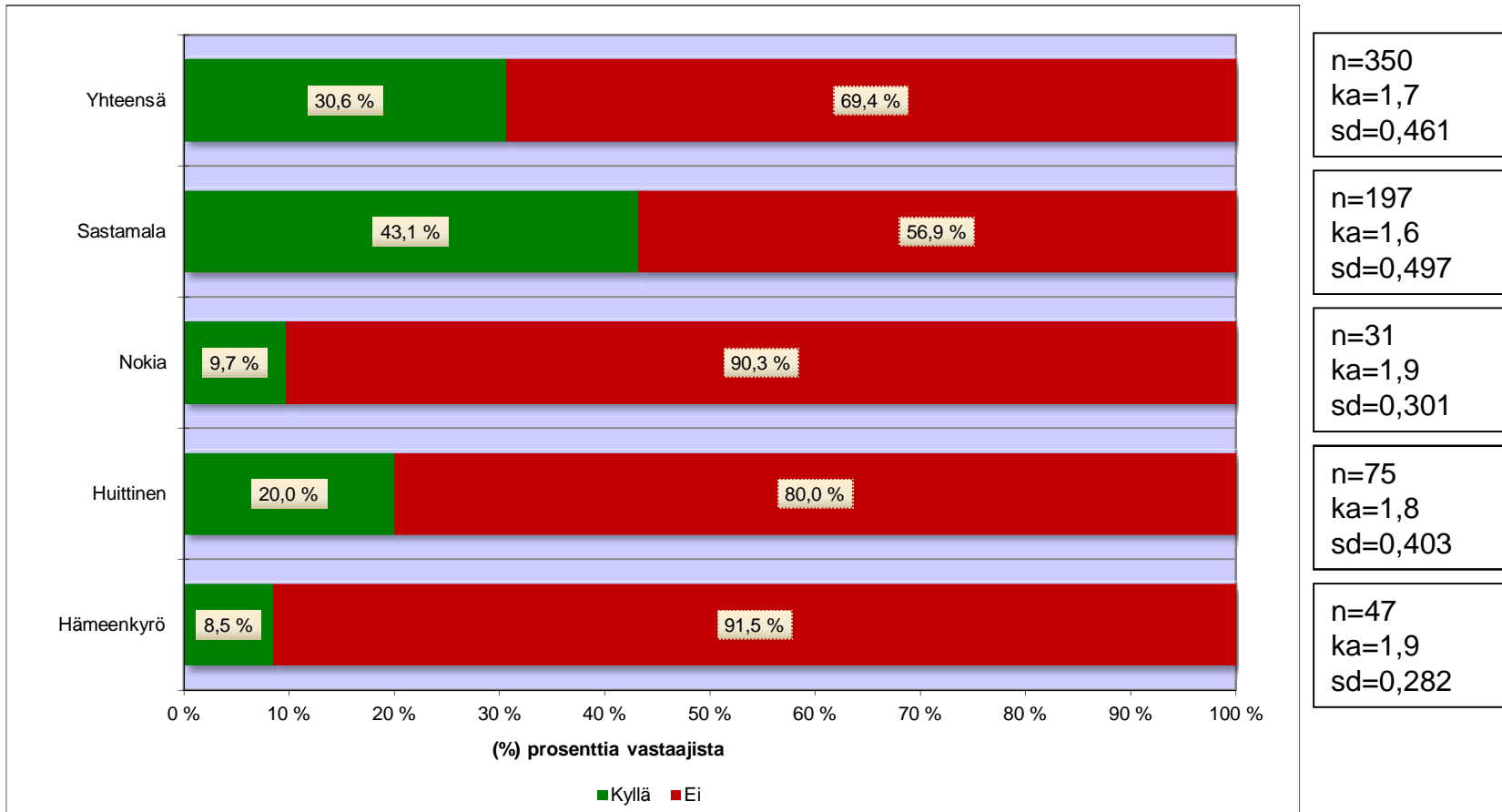
---



## 6.5 Sastamalaan toivotut kaupan palvelutarpeet 1/4

### 8. Tuleeko mieleesi kaupan palveluita, joita tarvitsisit, mutta joita ei toistaiseksi ole Sastamalassa saatavilla tai palveluita pitäisi olla nykyistä enemmän?

Kaikki vastaajat, jotka asioineet Sastamalassa edellisen 6 kuukauden aikana (n=350) %





## 6.5 Sastamalaan toivotut kaupan palvelutarpeet 2/4

### 8b. Mitä tällaiset palvelut olisivat?

Kaikki vastaajat, jotka vastasivat kysymykseen 8 "kyllä" (n=107 / n=107)

#### **Kaikki vastaukset.**

38200 (Sastamala)

- Vaatekauppoja yleisesti (39x)
- Miesten vaatekauppoja (13x)
- Kenkäkauppa (10X)
- Naisten vaatekauppoja (8x)
- Lasten ja nuorison vaatekauppoja (7x)
- Kodinkoneliikkeitä (6x)
- Urheiluvaatteita ja tarvikkeita (5x)
- Musiikkitarvikkeita (4x)
- Uimahalli (3x)
- Kodin sisustaminen ja tarvikkeet (3x)
- Huonekaluliikkeitä (2x)
- Tietotekniikkaliikkeitä (2x)
- Vieraskieliset aikakauslehdet
- Kahvila, auton merkkikohtaiset liikkeet
- Etniset tuotteet
- Hevostarvikkeet
- Jokin isompi kauppakeskus, nuorisolle lisää monenlaisia vapaa-ajan liikuntamahdollisuuksia ja miksei aikuisillekin.
- Karavaaniliike (aiemmin on ollut).
- Käsityöalan liikkeitä, erikoisliikkeiden aukioloajat myös vaikeat (työssäkäyvä ei ehdi käydä), viikonloppuna kiinni. -
- Laadukkaat lakanat yms.



## 6.5 Sastamalaan toivotut kaupan palvelutarpeet 3/4

### 8b. Mitä tällaiset palvelut olisivat?

Kaikki vastaajat, jotka vastasivat kysymykseen 8 "kyllä" (n=107 / n=107)

- *Lapsen palvelut (HopLop tyylinen sisähuvipuisto esim.)*
- *Lasten lelut, kaupan aukioloajat voisivat olla pidemmät illalla, kahvilapalvelut viikonloppuisin surkeat, kodin valaisimet, liinavaatteet.*
- *Maa-, metsätalouspuolen tuotteet.*
- *Maataloustuotteet*

37100 (Nokia)

- *Naisten pukeutuminen.*
- *Prisma.*
- *Vammalan alueella saisi olla kirjakauppa.*

32700 (Huittinen)

- *Vaatekauppoja (6x)*
- *Kenkäkauppa (3x)*
- *Naisten vaateliike puuttuu*
- *Hemtex, Lindex ja muut lastenvaatekaupat*
- *Elektroniikkaliike, esim. Gigantti, Elektrolux.*
- *Hesburger, MC Donalds.*
- *Kangaskauppoja lisää.*
- *Kuntosalit, liikunta, keilaus*
- *Urheiluliikkeitä*



## 6.5 Sastamalaan toivotut kaupan palvelutarpeet 4/4

### 8b. Mitä tällaiset palvelut olisivat?

Kaikki vastaajat, jotka vastasivat kysymykseen 8 "kyllä" (n=107 / n=107)

39100 (Hämeenkyrö)

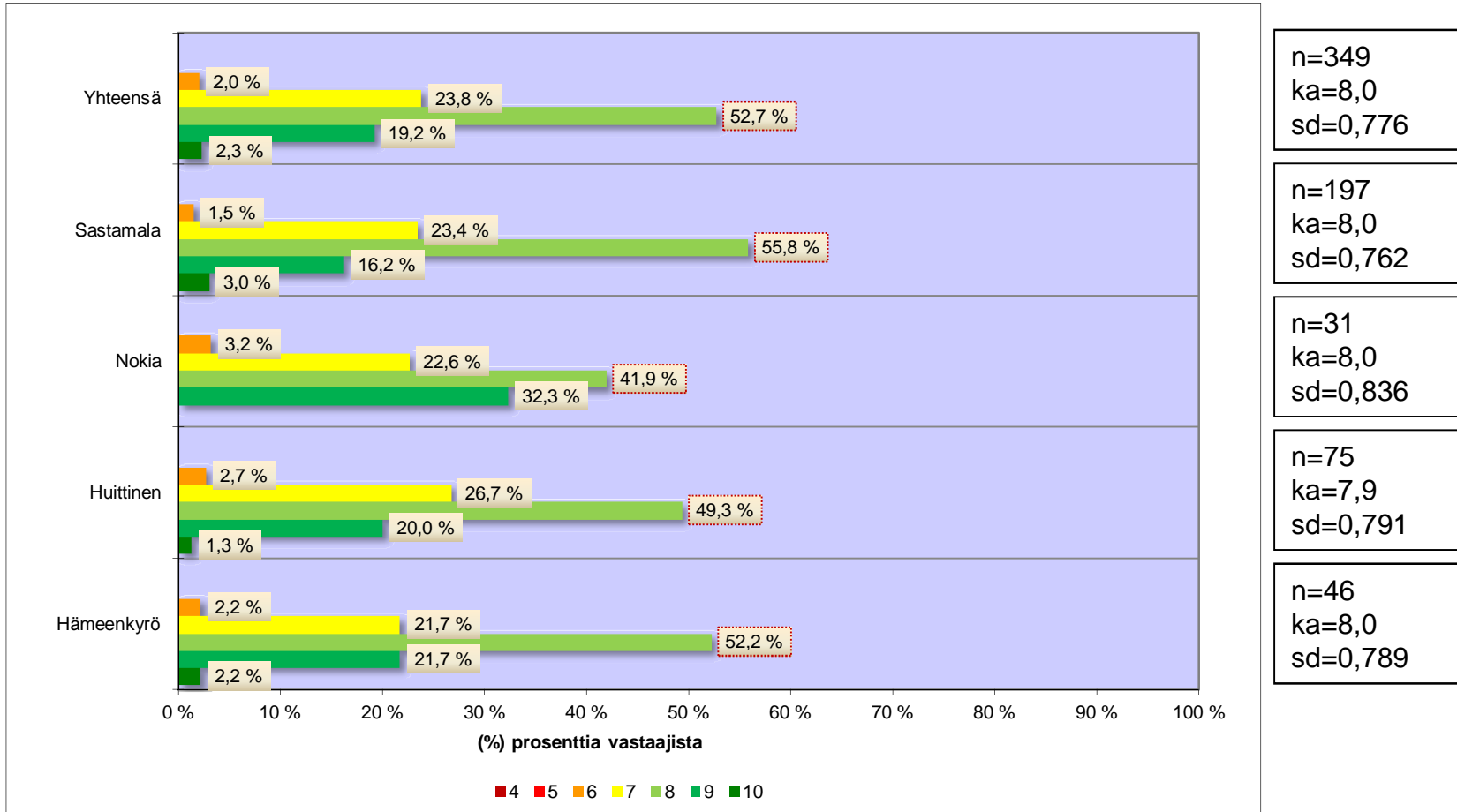
- Kalastusliikkeet
- Kodinkoneiden myynti ja niihin liittyvät palvelut yms..
- Lidlä ei tietääkseni ole Sastamalassa, mutta jos ei ole, saisi tulla.
- Suutariliike, avainliike, vanhempien autojen avaimia myös.



## 6.6 Sastamalan kaupan palveluiden kouluarvosana

### 9. Minkä yleiskouluarvosanan antaisit ylipäättänsä Sastamalan palveluille kouluasteikolla 4-10?

Kaikki vastaajat, jotka asioineet Sastamalassa edellisen 6 kuukauden aikana (n=350) %





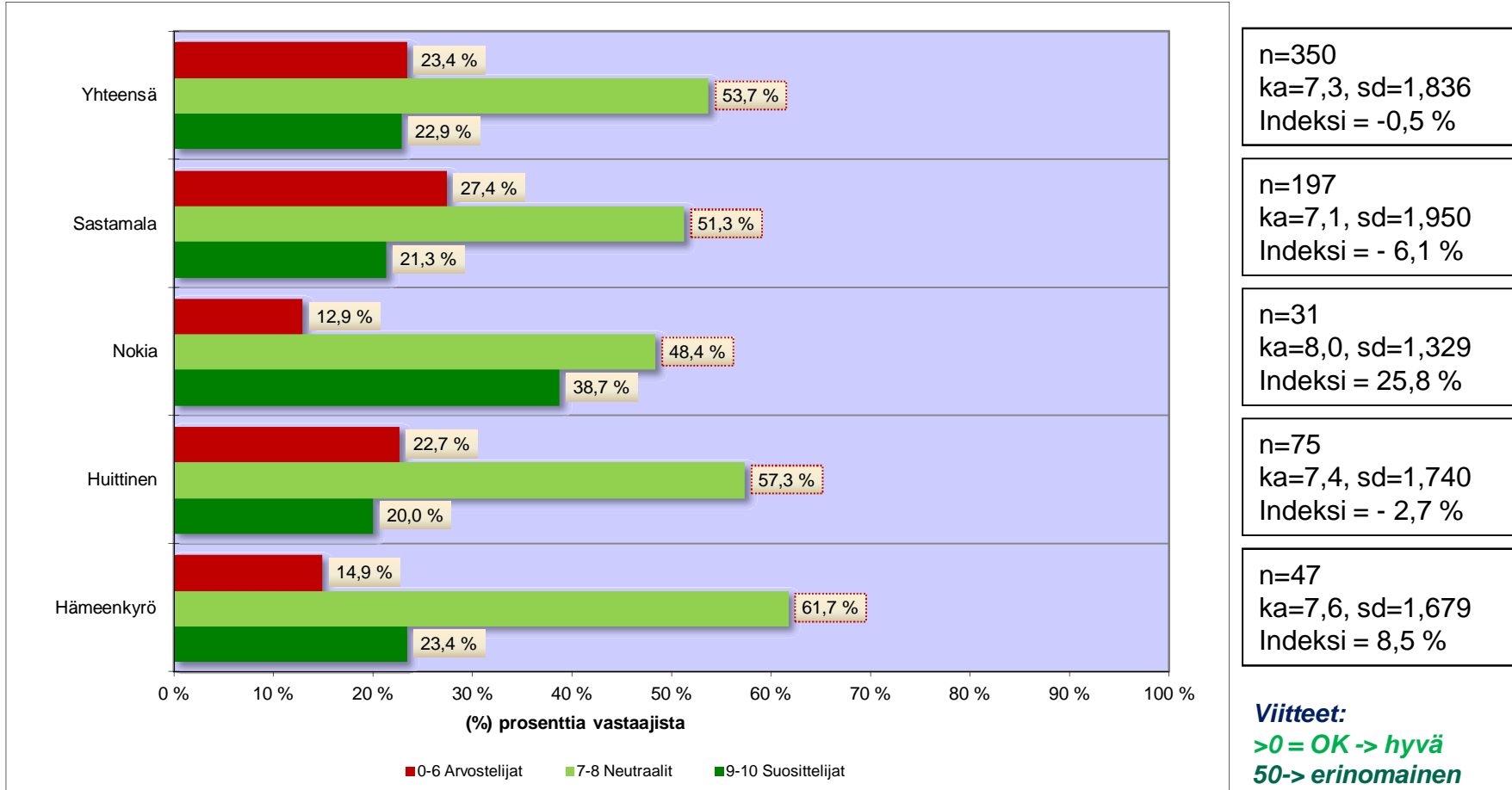


## 6.7 Sastamalan kaupan palveluiden suosittelu

Suositteluindeksi (suosittelijat % - arvostelijat %)

### 10. Kuinka todennäköisesti suosittelisit Sastamalaa ostopaikkakunnaksi sukulaisille tai tuttaville asteikolla 0-10?

Kaikki vastaajat, jotka asioineet Sastamalassa edellisen 6 kuukauden aikana (n=350) %

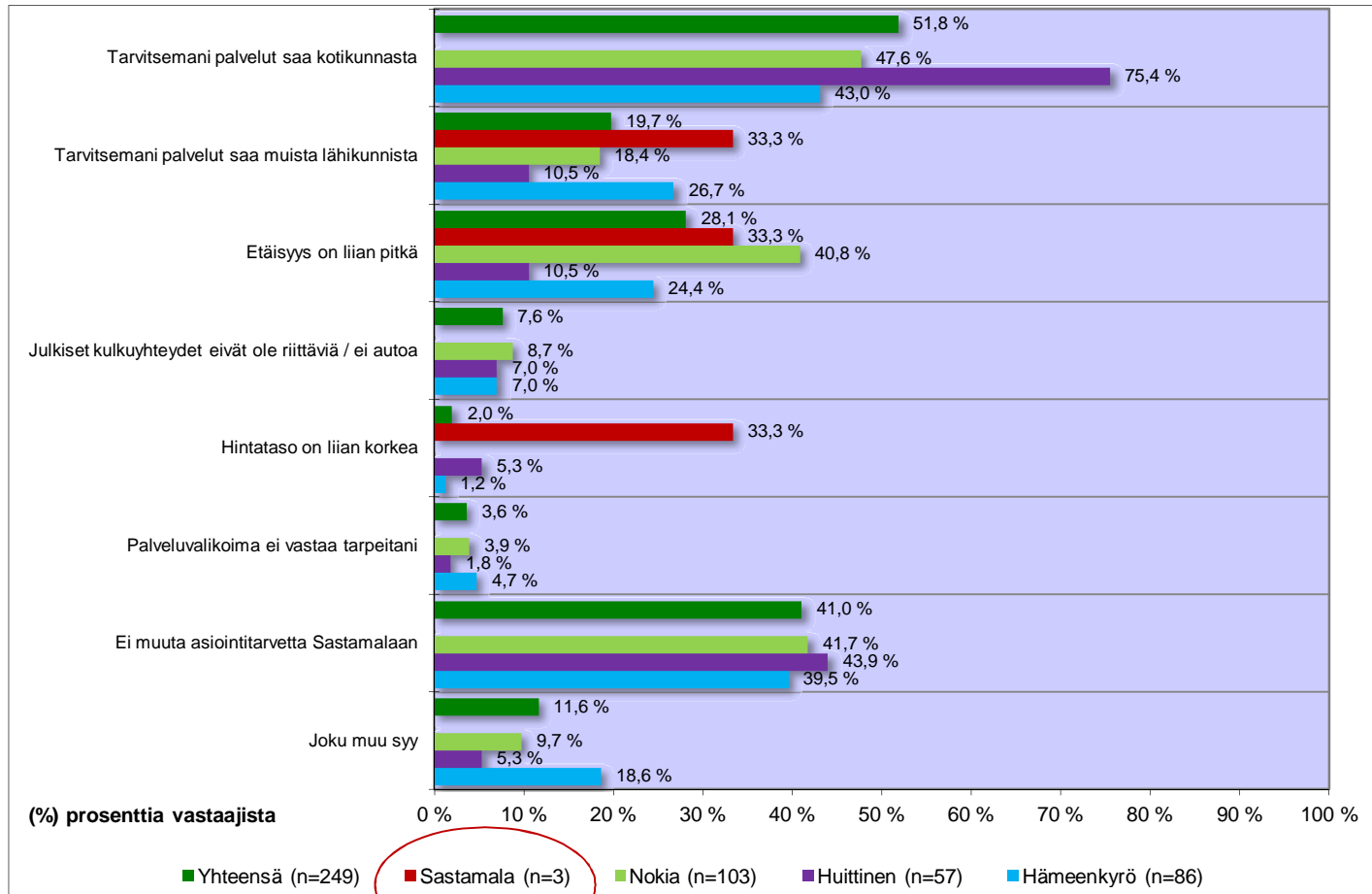


## 6.8 Syyt asioiduttomuuteen 1/3

MONIVALINTAMAHDOLLISUUS

### 11. Miksi et asioi Sastamalassa päivittäis- tai erikoistavarakaupan palvelujen osalta?

Kaikki vastaajat, jotka eivät ole asioineet Sastamalassa edellisen 6 kuukauden aikana (n=250) %



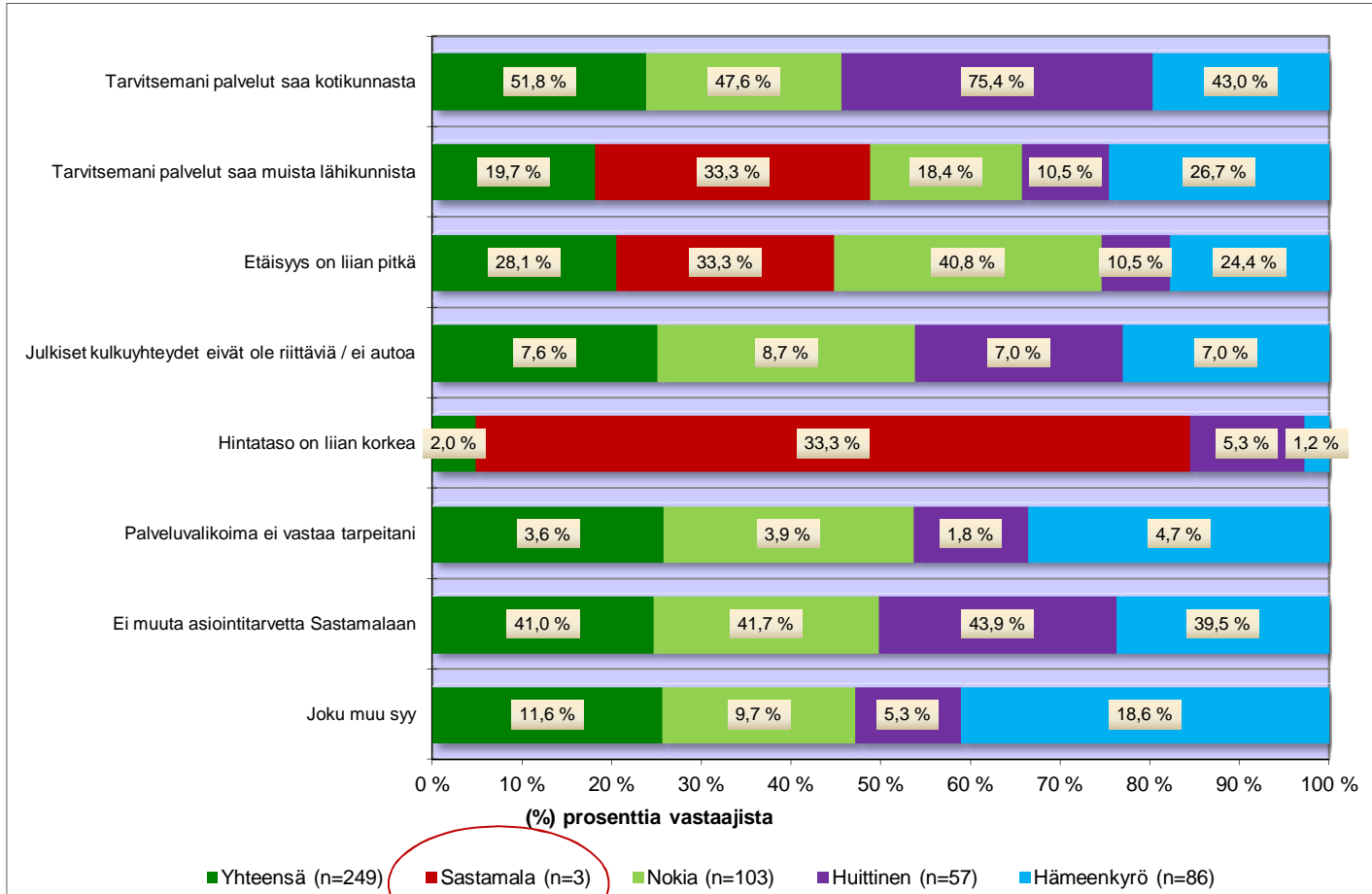


## 6.8 Syyt asioiduttomuuteen 2/3

MONIVALINTAMAHDOLLISUUS

### 11. Miksi et asioi Sastamalassa päivittäis- tai erikoistavarakaupan palvelujen osalta?

Kaikki vastaajat, jotka eivät ole asioineet Sastamalassa edellisen 6 kuukauden aikana (n=250) %





## 6.8 Syyt asioiden toteutumiseen 3/3

### 11. Miksi et asioi Sastamalassa päivittäis- tai erikoistavarakaupan palvelujen osalta?

Kaikki vastaajat, jotka vastasivat kysymykseen 11 "joku muu" (n=28 / n=29)

#### **Kaikki vastaukset.**

38200 (Sastamala)

---

37100 (Nokia)

- Tampere on lähempänä ja siellä paremmat palvelut / liikkumissuunta Tampereelle (5x)
- Vieras paikka (2x)
- En käy juuri ollenkaan koskaan kaupassa, vanhempani käyvät.
- En ole tottunut siellä käymään, ei näy tarjouksia eikä mainoksia täällä sieltä.

32700 (Huittinen)

- En käy paljon missään muuallakaan kaupassa itse, joskus käyn.
- Käyn kaupoissa työmatkalla.
- Omaan kylään rahat

39100 (Hämeenkyrö)

- Pääasiallinen liikkumissuunta Tampereelle / Tampere isompi (7x)
- Väärällä suunnalla / ei kulkureitin varrella (3x)
- Joku muu hoitaa asioinnin (2x)
- Tie Sastamalaan ei ole niin laadukas (kuin Tampereelle), muualla paremmat palveluvalikoimat.
- Ennen oli paremmat valikoimat Sastamalassa
- Vieras paikkakunta
- Matkakustannukset



## 6.9 Asiainn siirtäminen Sastamalaan 1/2

### 12. Mitä kaupan palveluita Sastamalasta pitäisi saada, jotta siirtäisit asiointia myös Sastamalaan?

Kaikki vastaajat, jotka eivät ole asioineet Sastamalassa edellisen 6 kuukauden aikana (n=38 / n=250)

#### **Kaikki vastaukset.**

38200 (Sastamala)

-Miesten vaateliike.

37100 (Nokia)

- Isompi kauppakeskus, jossa monipuolisia liikkeitä (2x)
- Edullista ja palvelut Nokian rajalle.
- Ehkä jos olisi vaikka Gigantti tai oikein iso Prisma tai iso houkutteleva kauppakeskus.
- Ei kaupan palvelu, vaan poliisin lupapalvelu vetäisi sinne.
- Eri harrastusalojen liikkeitä.
- Hyvä autokauppa.
- Kodinkoneet, Gigantin palvelut
- Laadukas huonekaluliike.
- Laadukas jäätelökioski kesäaikaan (Nokialta ei löydy)

32700 (Huittinen)

- Iso tavaratalo (2x)
- Prisma.
- Edullinen lemmikkieläinkauppa.
- Ehkä jotain kesälomailuun liittyvää.
- Hyvinvointiin liittyviä palveluita, vanhusten virkistykseen.
- Hyvät terveydenhoitopalvelut siellä, niitä voisi lisätä ja monipuolistaa.
- Kahvinkeitin osat ja urheilutarvikkeet, niitä ei saa riittävästi Huittisista.

8.9.2017



## 6.9 Asiainnin siirtäminen Sastamalaan 2/2

MONIVALINTAMAHDOLLISUUS

### 12. Mitä kaupan palveluita Sastamalasta pitäisi saada, jotta siirtäisit asiointia myös Sastamalaan?

Kaikki vastaajat, jotka eivät ole asioineet Sastamalassa edellisen 6 kuukauden aikana (n=38 / n=250)

#### **Kaikki vastaukset.**

- *Käsityömateriaalit.*
- *Vaatekauppa*

39100 (Hämeenkyrö)

- *Iso ja kokonaisvaltainen kauppakeskus (2x).*
- *Terveystenhoitoon liittyviä palveluita (2x).*
- *Kylpylä (2x).*
- *Isommat tavaratalot.*
- *Halpahalli.*
- *Autokauppa ja hyvät tarjoukset.*
- *Elektroniikka ja kodinkoneet ynnä muut sellaiset.*
- *Ennen Sastamalassa oli paljon pieniä vaateliikkeitä ja hyvät kenkäkaupat, pienellä säteellä oli laaja valikoima hyviä liikkeitä. Vastaavanlaista palvelua jos tulisi, se voisi vetää Sastamalaan.*
- *Huvikeskus.*
- *Hyvällä valikoimalla ja halvoilla hinnoilla varustettu ostoskeskus.*
- *Viihdettä.*
- *Kunnon urheilukauppa (jos on laaja valikoima, esim. jääkiekkotarvikkeet).*
- *Lähes kaikkea (elektroniikka, huonekalut, vaateliikkeit).*
- *Merkkivaatekauppa.*
- *Suosin omaa kunta ehdottomasti, hyvä tori voisi houkutella ja markkinatoiminta kerran kuussa.*



## 7. Verkkokauppa

Kaikista vastaajista yhteensä 28,7 prosenttia oli tehnyt verkkokauppaostoksia joko päivittäis- tai erikoistavarakaupan osalta edellisten 6 kuukauden aikana. Aluekohtaiset erot olivat pieniä, joskin nokialaiset olivat tehneet ostoksia aavistuksen muita vähemmän.

Vastaajien verkko-ostokset eivät kohdistuneet juurikaan päivittäistavarakaupan palveluihin, vaan ennen kaikkea erikoistavarakauppaan. Verkkokauppaa käyttäneistä vastaajista yhteensä 64,5 prosenttia ilmoitti erikoistavaran verkkokauppaosuuden olevan kaikista erikoistavarakaupan ostoksista noin 10-40 prosenttia ja 26,2 prosenttia vastaajista 50-100 prosenttia. Aluekohtaiset erot jäivät myös tässä tarkastelussa pieniksi. Pienin erikoistavaran verkkokauppaosuus oli sekä sastamalalaisilla että nokialaisilla, kun taas huittislaisten osuus oli suurin. Erot olivat kuitenkin melko mitättömiä. Käytännössä, pienillä paikkakunnilla verkkokaupan käyttö erikoistavarakaupan osalta on usein aktiivisempaa kuin sellaisilla paikkakunnilla, jossa palvelutarjontaa on runsaammin.

Verkkokauppaostoksia tehneet vastaajat käyttivät useimmiten kotimaisia verkkokauppoja (54,4 prosenttia vastaajista). Aluekohtaisesti pelkästään kotimaisten verkkokauppojen käyttö oli suurinta sastamalalaisten keskuudessa (62,7 prosenttia) ja pienintä hämeenkyröläisten keskuudessa (34,1 prosenttia vastaajista). Hämeenkyrö muodosti vertailussa selvän poikkeuksen myös sen osalta, että verkkokauppaostokset suuntautuivat muita tarkastelualueita useammin sekä kotimaisiin että ulkomaisiin verkkokauppoihin (48,8 prosenttia vastaajista).

Vastaajien mainitsemat keskeiset syyt verkkokaupan käyttöön olivat: ostamisen helppous ja vaivattomuus (48,5 prosenttia vastaajista), tuotevalikoiman kattavuus (45,6 prosenttia vastaajista) sekä tuotteiden edullisempi hinta (45,0 prosenttia vastaajista). Huittislaisten osalta tuotteiden parempi saatavuus arvoitettiin tuotevalikoiman kattavuutta korkeammalle.

Lähes yhdeksän vastaajaa kymmenestä (87,2 prosenttia) ei ollut käyttänyt Sastamalassa sijaitsevien yritysten verkkokauppoja edellisen 6 kuukauden aikana. Nokialaisten ja hämeenkyröläisten osalta sastamalalaisten verkkokauppojen käyttäjiä oli puhdas nolla, kun taas huittislaisista ja sastamalalaisista niitä oli käyttänyt muutama.



## 7. Verkkokauppa

Yhteensä 52,4 prosenttia kaikista tutkimukseen vastanneista kuluttajista piti päivittäistavarakaupan osalta mahdollisuutta verkkokauppaostosten tekemiseen ylipäättänsä erittäin pienenä tai merkityksettömänä. Negatiivisimmin asiaan suhtautuivat sastamalalaiset, kun taas nokialaisten osalta vastaava osuus oli ainoastaan 24,2 prosenttia.

Erikoistavarakaupan osalta ainoastaan 16,1 prosenttia piti mahdollisuutta verkkokauppaostosten tekemiseen erittäin pienenä tai merkityksettömänä. Merkityksen arvioitiin oleva keskiarvollisesti silti melko neutraalia. Positiivisimmin erikoistavarakaupan verkkokauppamahdollisuuden tarjoamiseen suhtautuivat nokialaiset ja negatiivisimmin puolestaan huittislaiset.

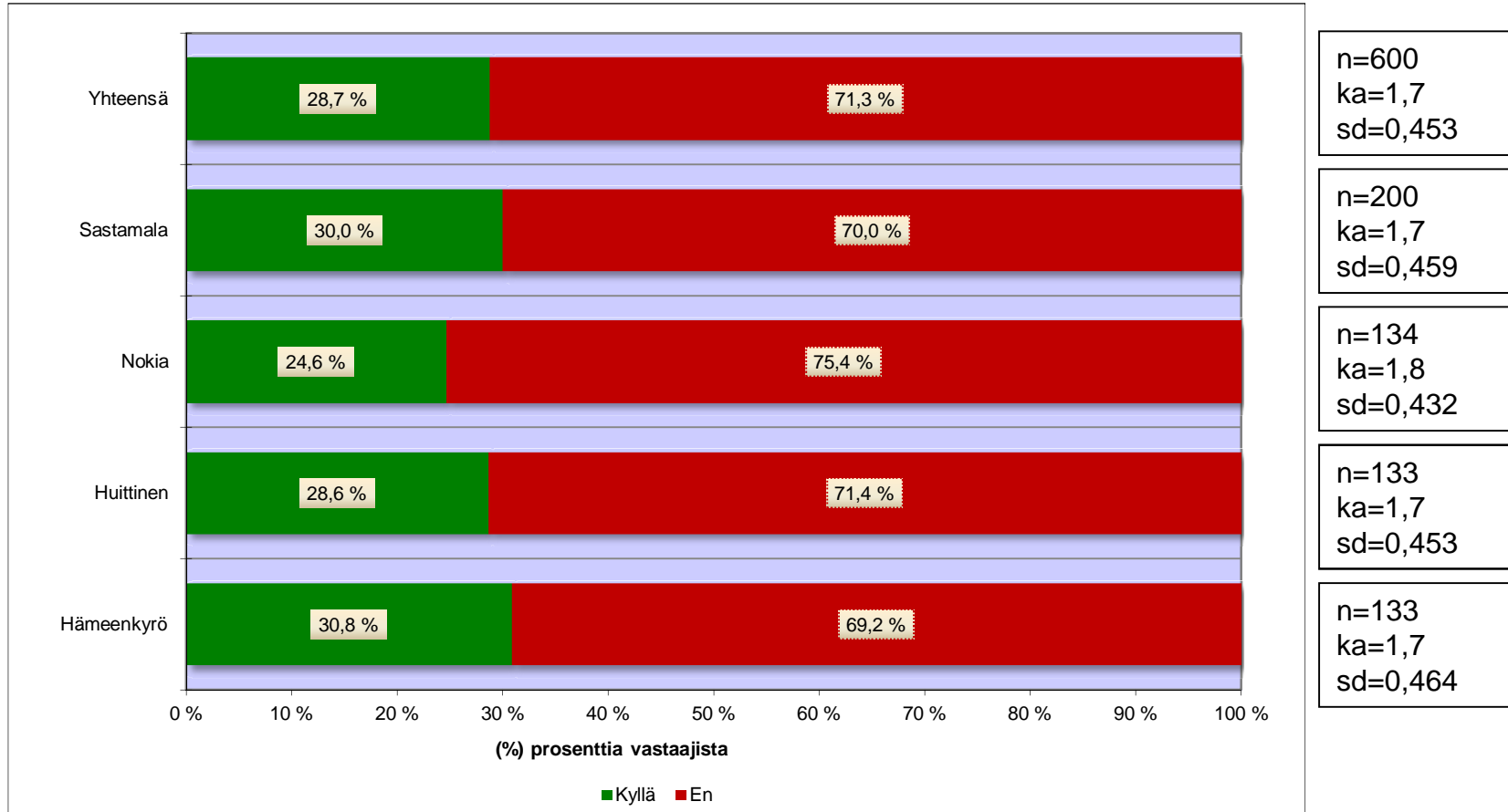




## 7.1 Verkkokaupan käyttö

### 13. Oletko käyttänyt verkkokauppaa päivittäistavarakaupan tai erikoistavarakaupan ostoksiin edellisen 6 kk:n aikana?

Kaikki vastaajat (n=600) %

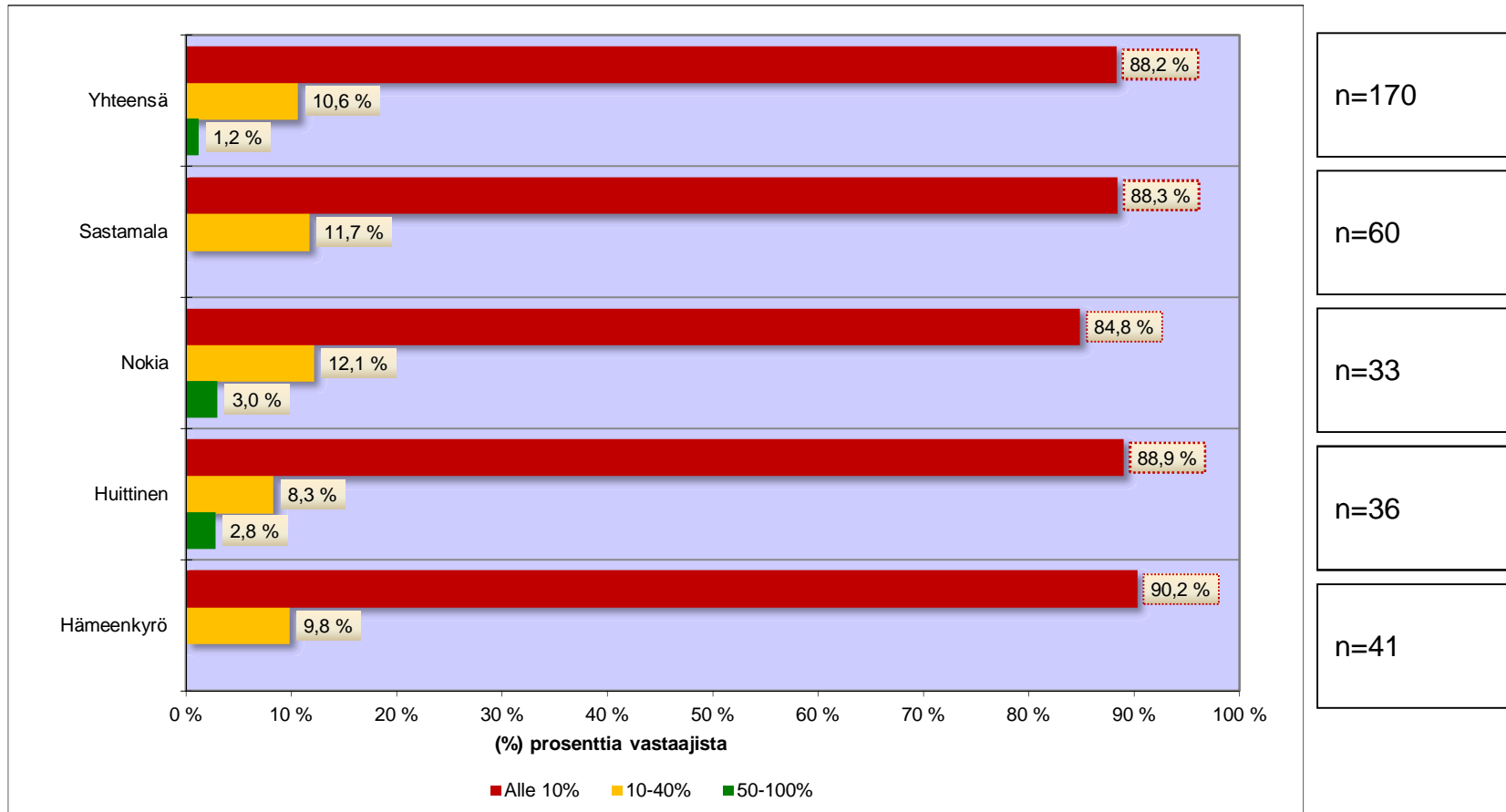




## 7.2 Päivittäistavarat ja verkkokauppa

### 14. Jos ajattelet päivittäistavarakaupan ostoksiasi, niin kuinka suuren osuuden ostat niistä verkkokaupan välityksellä?

Kaikki vastaajat, jotka tehneet verkkokauppaostoksia edellisen 6 kuukauden aikana (n=172) %

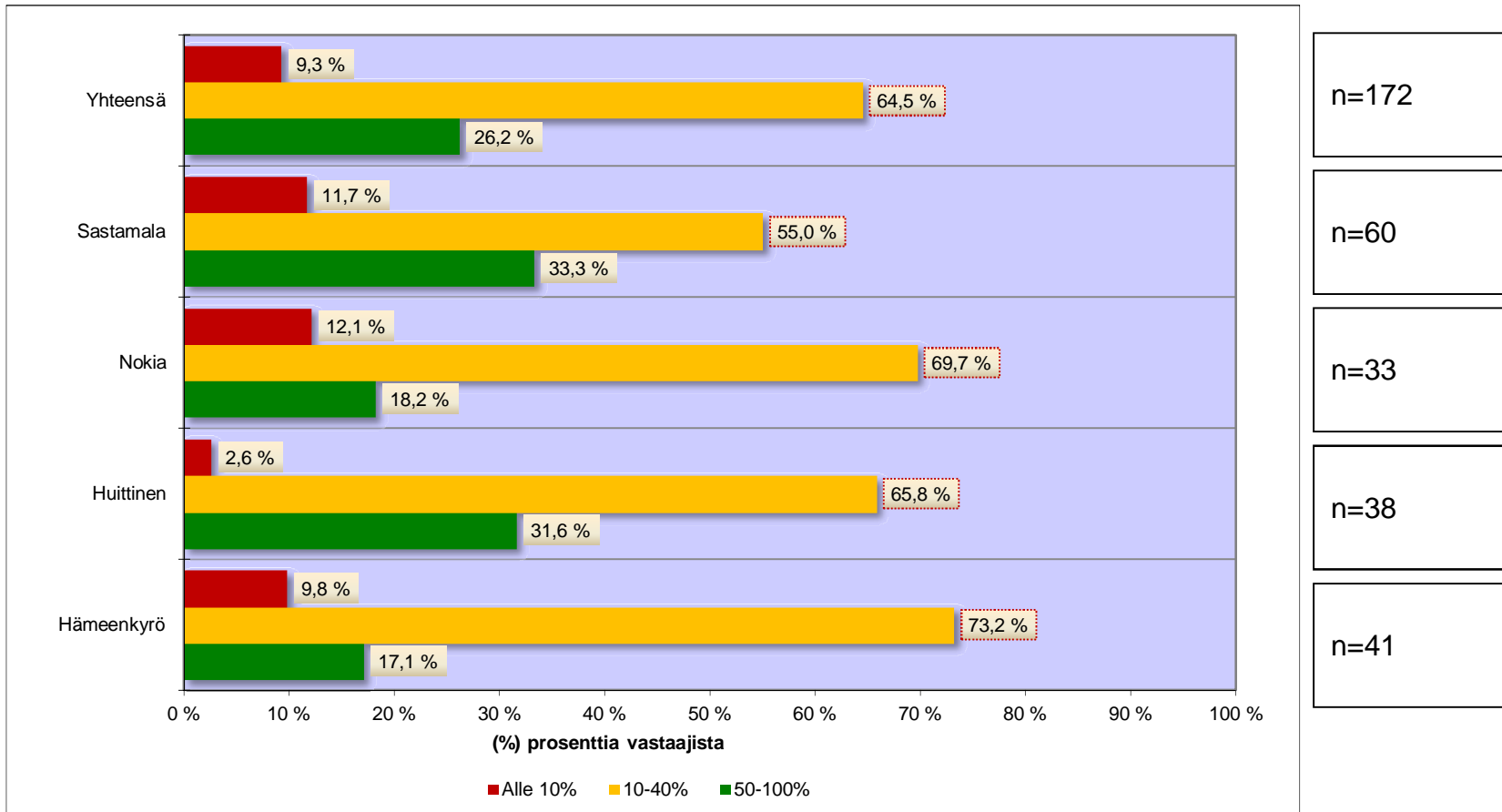




## 7.3 Erikoistavarat ja verkkokauppa

### 15. Jos ajattelet erikoistavarakaupan ostoksiasi, niin kuinka suuren osuuden ostat niistä verkkokaupan välityksellä?

Kaikki vastaajat, jotka tehneet verkkokauppaostoksia edellisen 6 kuukauden aikana (n=172) %

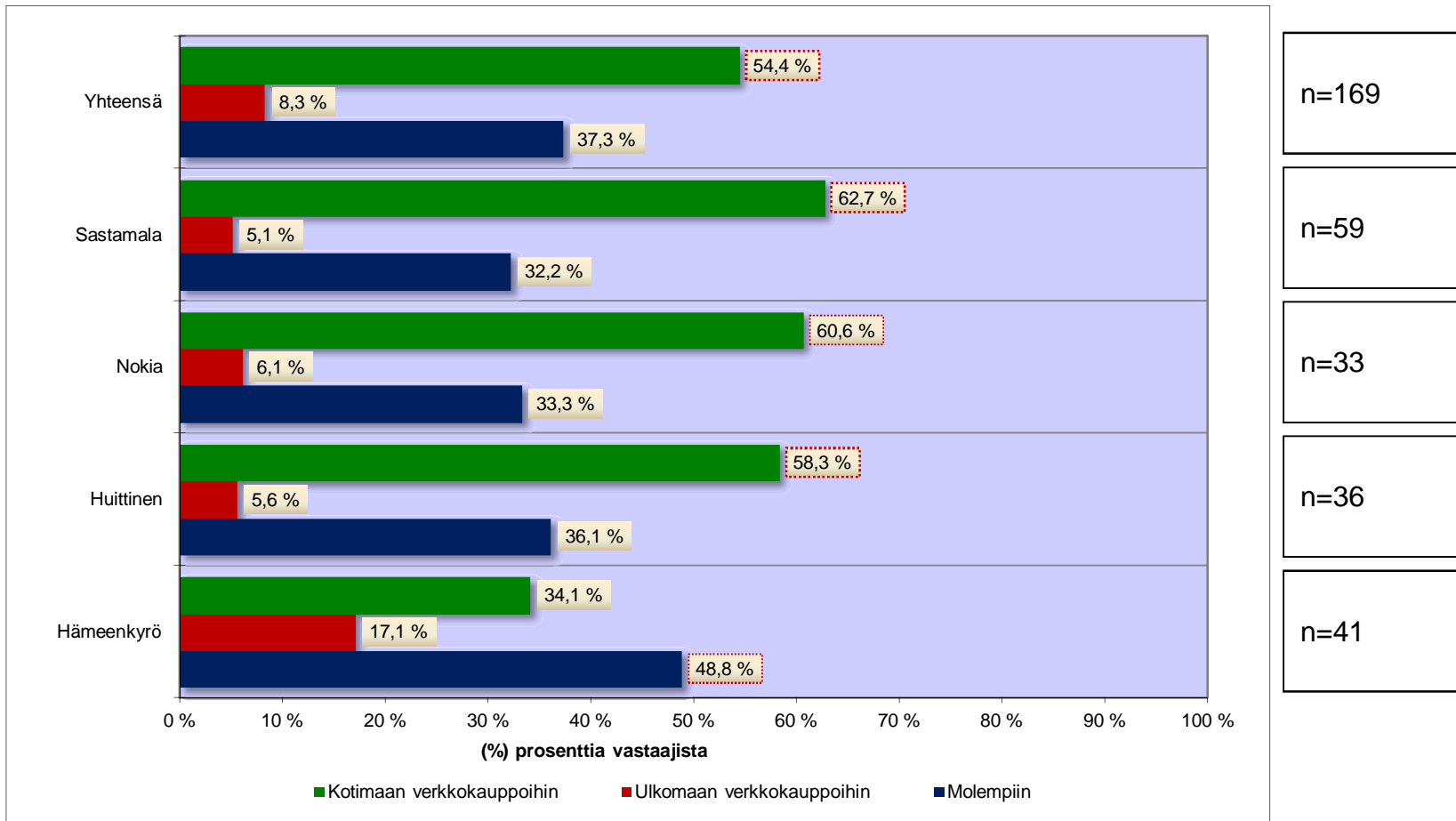




## 7.4 Verkkokauppaostosten maantieteellinen suuntautuminen

### 16. Suuntautuuko verkkokauppaostoksesi useimmiten?

Kaikki vastaajat, jotka tehneet verkkokauppaostoksia edellisen 6 kuukauden aikana (n=172) %

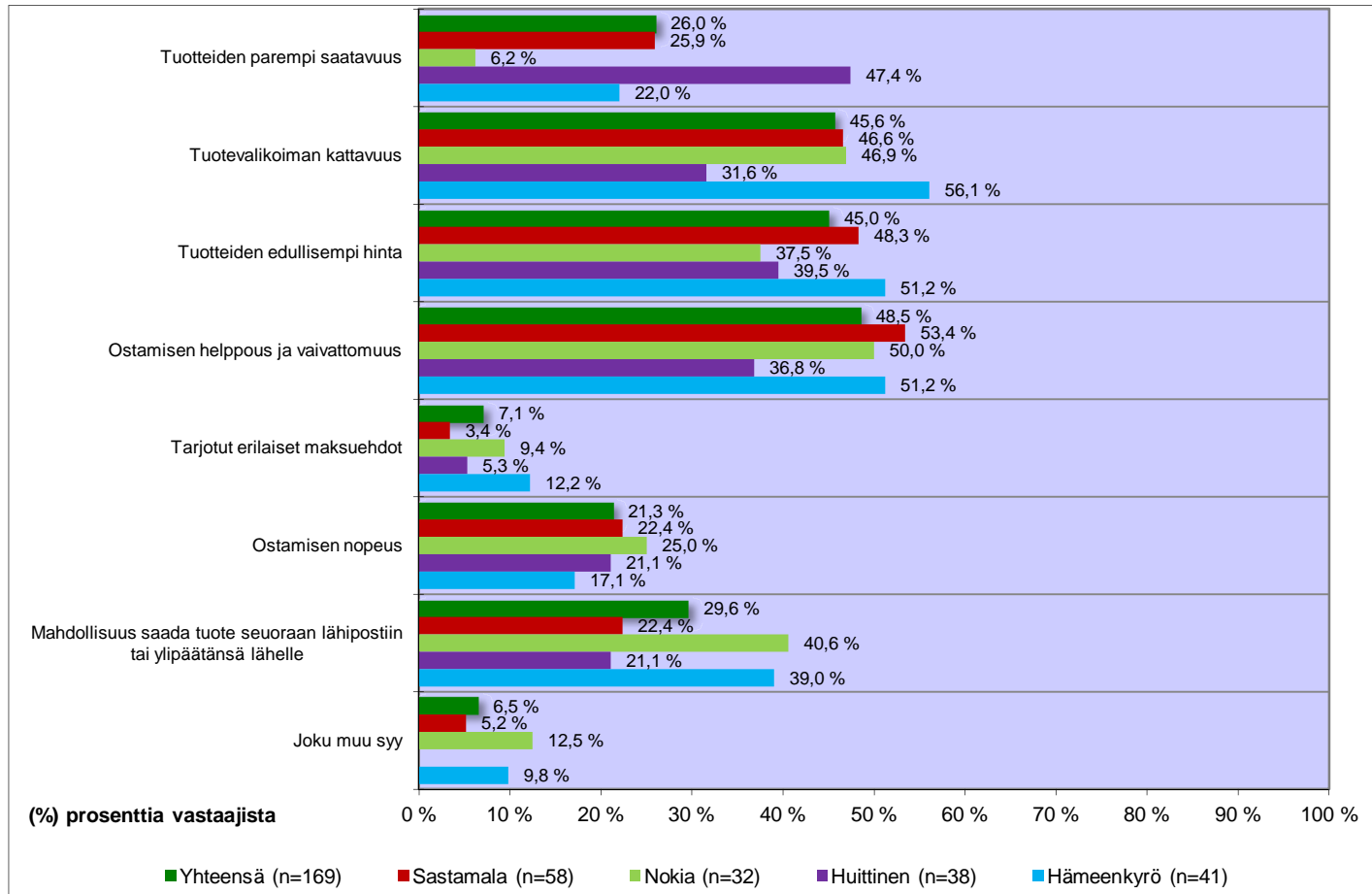


## 7.5 Syyt verkkokauppaostosten tekemiseen 1/3

MONIVALINTAMAHDOLLISUUS

### 17. Mitkä seuraavista asioista vaikuttavat siihen, että teet verkkokauppaostoksia?

Kaikki vastaajat, jotka tehneet verkkokauppaostoksia edellisen 6 kuukauden aikana (n=172) %

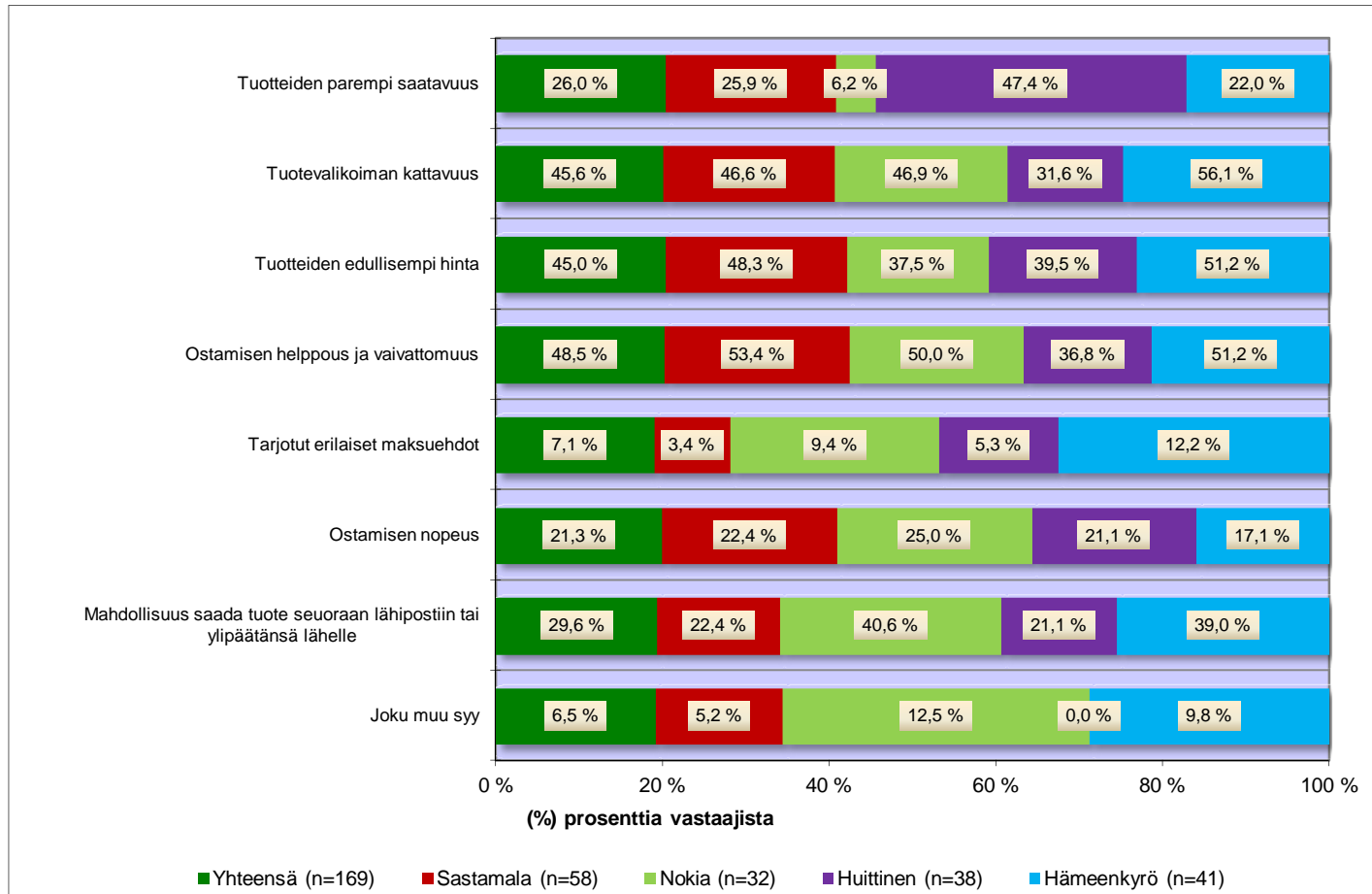


## 7.5 Syyt verkkokauppaostosten tekemiseen 2/3

MONIVALINTAMAHDOLLISUUS

### 17. Mitkä seuraavista asioista vaikuttavat siihen, että teet verkkokauppaostoksia?

Kaikki vastaajat, jotka tehneet verkkokauppaostoksia edellisen 6 kuukauden aikana (n=172) %





## 7.5 Syyt verkkokauppaostosten tekemiseen 3/3

### 17. Mitkä seuraavista asioista vaikuttavat siihen, että teet verkkokauppaostoksia?

Kaikki vastaajat, jotka vastasivat kysymykseen 17 "joku muu" (n=10 / n=11)

#### **Kaikki vastaukset.**

38200 (Sastamala)

- Postin kautta toimitus halpaa.
- Tuotteen laatu.

37100 (Nokia)

- Kaikkia tuotteita ei saa/löydy kaupoista, helpommin löytää netistä (2x)
- Tuotteita ei saa Suomesta/läheltä.
- Tuodaan kotiin ja kilpailutus helppoa.

32700 (Huittinen)

---

39100 (Hämeenkyrö)

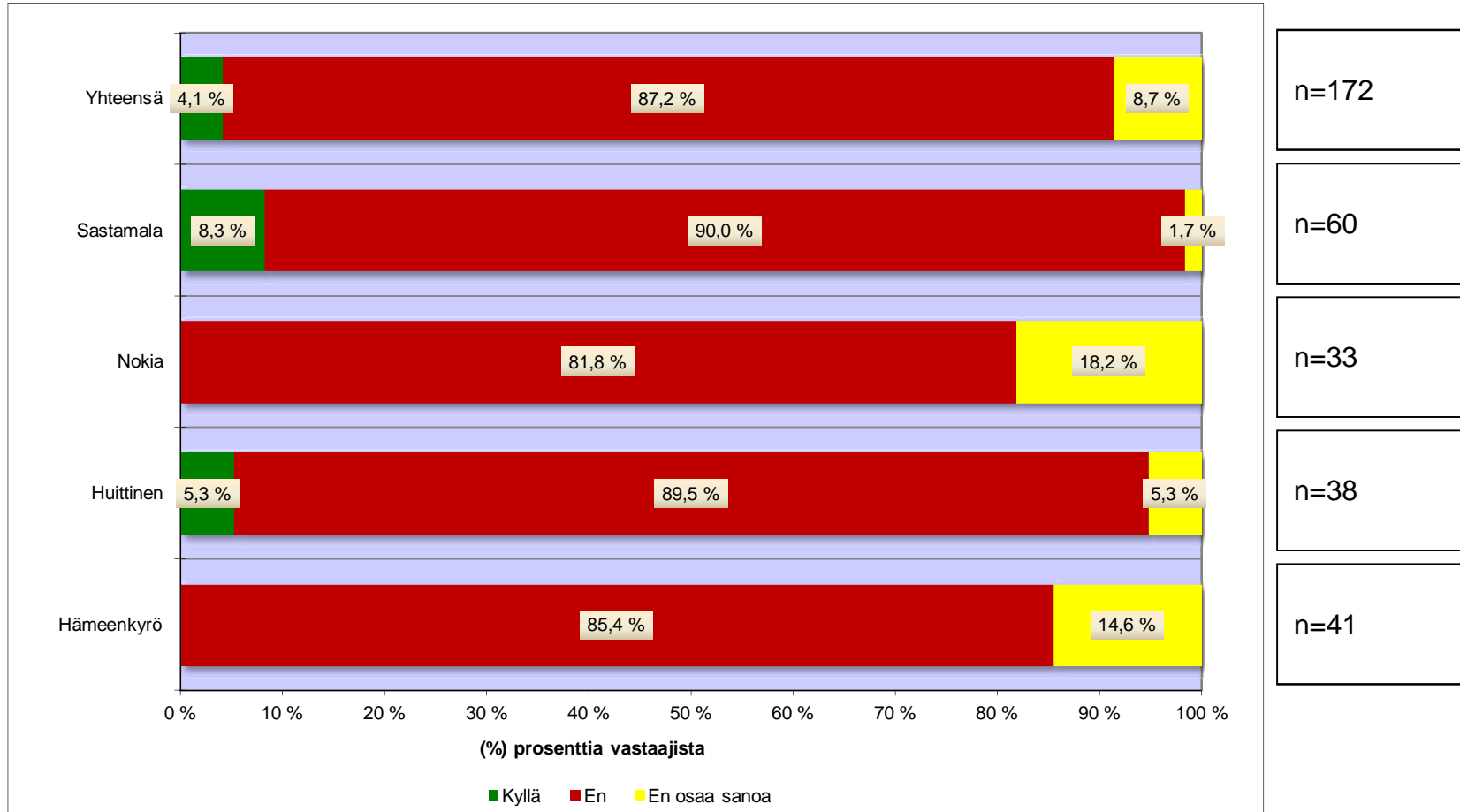
- Hintojen vertailun helppous (2x).
- Joitakin tuotteita ei saa kuin netistä.
- Kotipaikkakunnalta ei löydy ja on liian pitkä matka lähteä hakemaan.



## 7.6 Sastamalassa sijaitsevien verkkokauppojen käyttö

### 18. Oletko käyttänyt Sastamalassa sijaitsevien yritysten verkkokauppoja edellisen 6 kk:n aikana?

Kaikki vastaajat, jotka tehneet verkkokauppaostoksia edellisen 6 kuukauden aikana (n=172) %

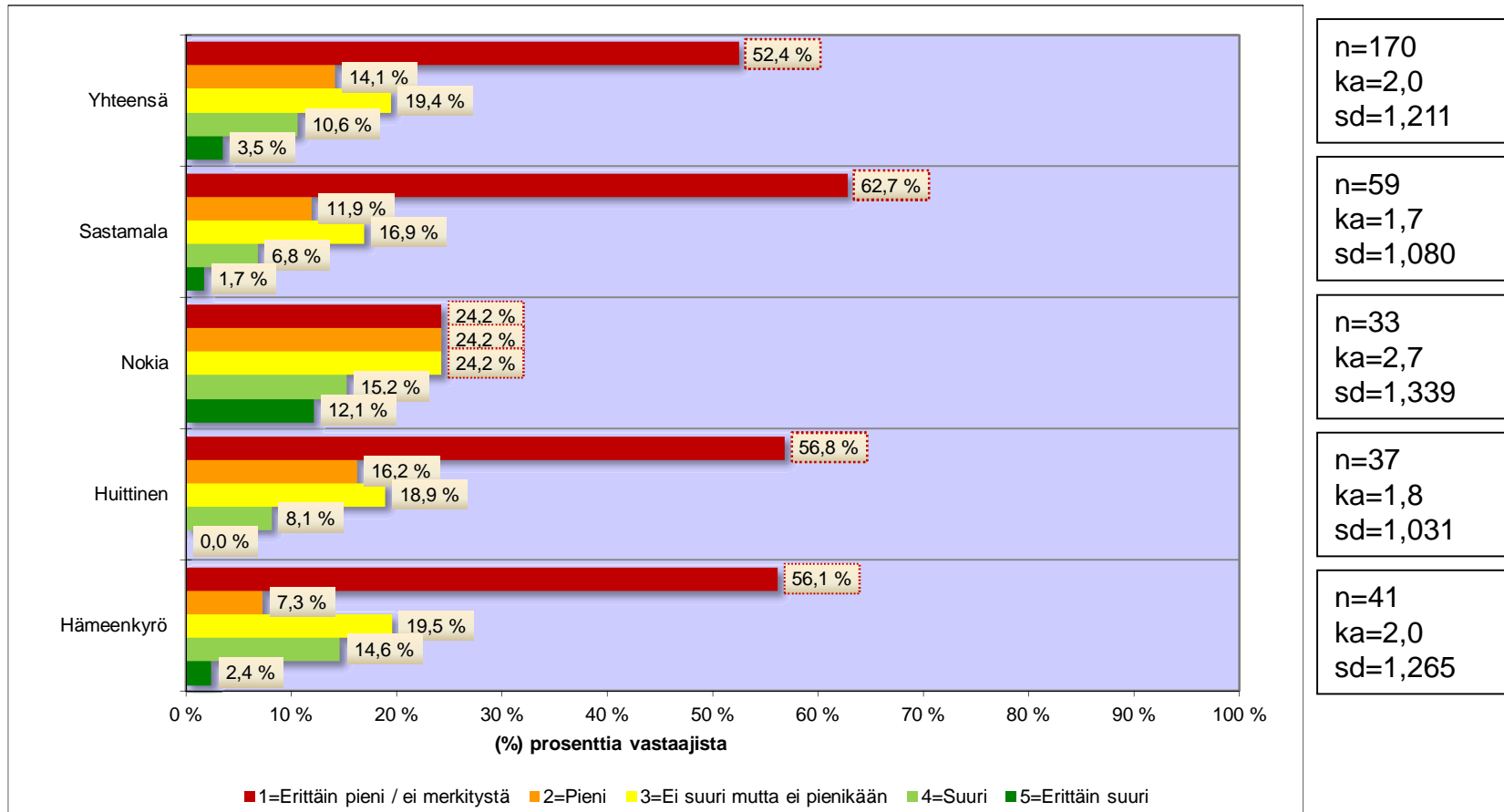




## 7.7 Verkkokauppamahdollisuuden tarjoaminen 1/2

### 19. Kuinka suuri merkitys sinusta on ylipäättänsä sillä, että yritys tarjoaa mahdollisuutta verkkokauppaostokseen: päivittäistavarakaupan osalta?

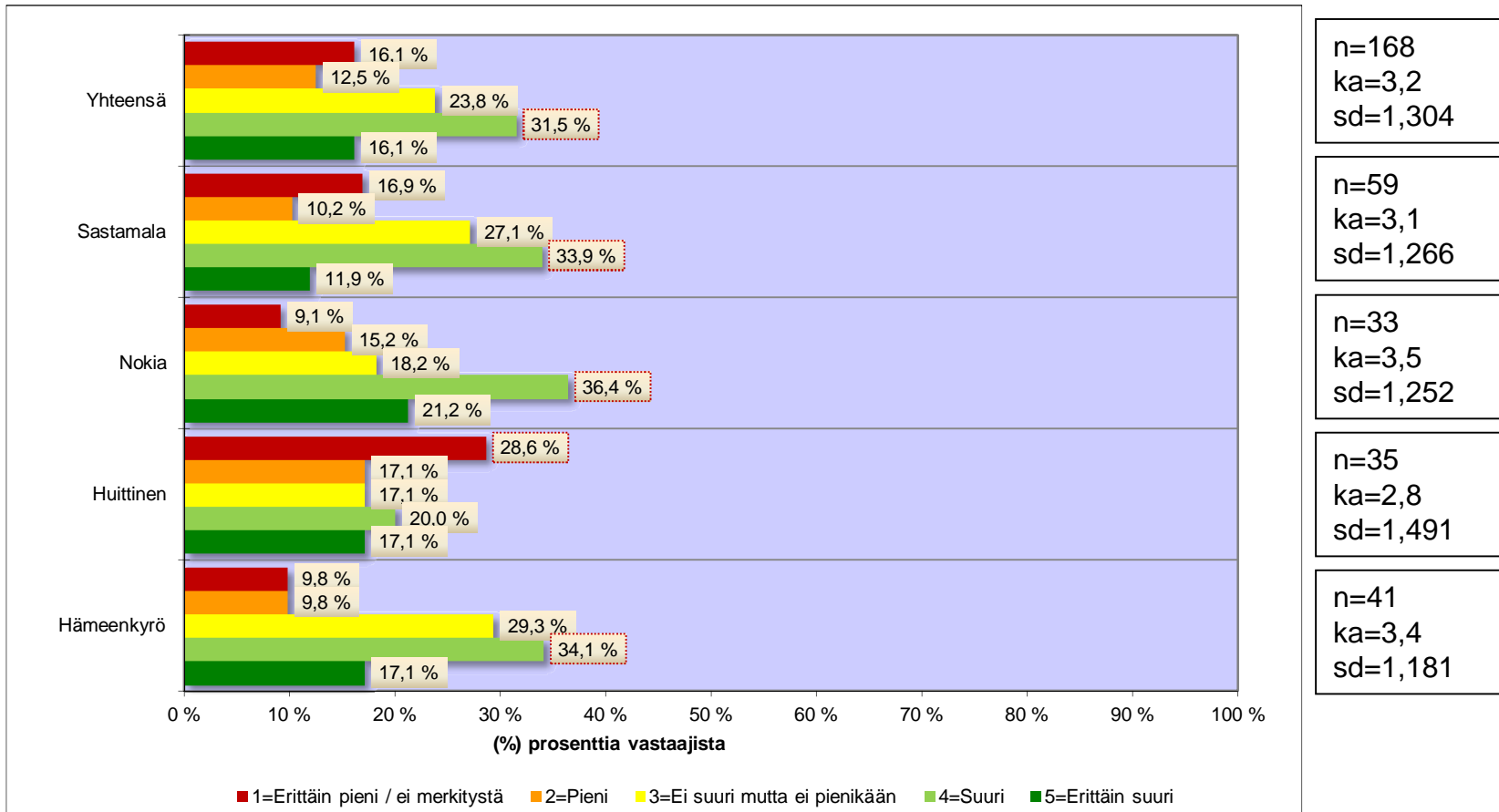
Kaikki vastaajat, jotka tehneet verkkokauppaostoksia edellisen 6 kuukauden aikana (n=172) %



## 7.7 Verkkokauppamahdollisuuden tarjoaminen 2/2

### 19. Kuinka suuri merkitys sinusta on ylipäätensä sillä, että yritys tarjoaa mahdollisuutta verkkokauppaostokseen: erikoistavarakaupan osalta?

Kaikki vastaajat, jotka tehneet verkkokauppaostoksia edellisen 6 kuukauden aikana (n=172) %





## 8. Yhteenveto tuloksista

Suomen Kyselytutkimus Oy toteutti Sastamalan kaupungin toimeksiannosta ostovirtatutkimuksen heinä-elokuussa 2017. Tutkimusta varten haastateltiin yhteensä 600 vastaajaa etukäteen valituilta postinumeralueilta.

Enemmistö vastaajista asioi päivittäistavarakaupan parissa päivittäin tai lähes päivittäin. Erikoistavarakaupan osalta palveluita käytettiin kuukausittain tai jopa harvemmin. Tilaa vaativan erityiskaupan osalta harvemmin kuin muutamia kertoja kuukaudessa. Postinumerokohtaiset (kuntakohtaiset) erot olivat kauttaaltaan pieniä.

Vastaajien ostovirratt suuntautuivat tyypillisesti sekä omaan että muihin kuntiin, mutta tarkastelualuekohtaisia erojakin löytyi. Huittislaiset (postinumeroalue 32700) asioivat muita tarkastelualueita useammin omassa kunnassaan. Hämeenkyröläisillä (postinumeroalue 39100) ostovirtojen suuntautuminen sekä omaan että muihin kuntiin oli taas muita tarkastelualueita selvempää. Syinä oman kunnan ulkopuolelle tapahtuvaan palveluasioimiseen mainittiin mm. muualla oleva parempi valikoima, hintataso sekä asiointin suuntautuminen muutenkin oman kunnan ulkopuolelle työmatkapendelöinnin tai sukulaisten vuoksi. Ostovirtojen suuntautuminen oman kunnan ulkopuolelle oli tyypillisesti kuukausittaista, joskin hämeenkyröläisten osalta jopa hieman useamminkin tapahtuvaa. Sastamalan (postinumeroalue 38200) vastaajat taas siirsivät ostosasioimistaan oman kuntansa ulkopuolelle muita tarkastelualueita harvemmin.

Kolme eniten ostokäyttäytymiseen vaikuttavaa asiaa olivat hinta, riittävä valikoima sekä asiantunteva ja hyvä palvelu. Sekä nokialaisten (postinumeroalue 37100) että hämeenkyröläisten osalta etäisyys arvotettiin kolmen tärkeimmän asian joukkoon, kun taas asiantunteva ja hyvä asiakaspalvelu arvotettiin vasta neljänneksi.

Sastamalassa sijaitsevien päivittäistavarakauppojen, erikoistavarakauppojen sekä tilaa vaativien erityiskauppojen palveluita oli edellisen 6 kuukauden aikana käyttäneet mitatuista ulkokuntalaisista eniten huittislaiset ja vähiten nokialaiset. Elintarvikkeiden ohella Sastamalasta ostettiin myös runsaasti kahvila- ja ravintolapalveluita, apteekkituotteita, puutarhatuotteita sekä kukkia, tori- ja markkinakaupan palveluita sekä vaatteita. Nokialaiset ostivat muita ulkokuntalaisia useammin tori- ja markkinakaupan palveluita, puutarhatuotteita sekä kukkia, rautakauppa tai maatalouskauppatuotteita sekä käyttivät Alkon palveluita. Hämeenkyröläiset taas kampaamo- ja kauneudenhoitopalveluita ja huittislaiset muita useammin vaatteita.



## 8. Yhteenveto tuloksista

Vastaajien asiointi tapahtui useimmiten Vammalan keskustan ja Roismalan alueen liikkeissä, joskin vastaajan kotikunta määrittä myös käytettyä maantieteellistä asiointikeskusta.

Vastaajat olivat melko tyytyväisiä Sastamalan nykyiseen kaupan palvelutarjontaan. Tyytyväisimpiä tarjontaan olivat nokialaiset, kun taas sastamalalaiset olivat vähiten tyytyväisiä. Tilanne on tyypillinen vastaavissa ostovirtatutkimuksissa ja sitä selittää se, että ulkopaikkakunnilta lähdetään tyypillisesti kohdekuntaan silloin, kun oma kunta ei pysty kattamaan palvelutarpeita.

Aktiivisemmin Sastamalaan kohdistuvia palvelutarpeita nimesivät sastamalalaiset ja vähiten hämeenkyröläiset. Keskeisinä palvelutarpeina mainittiin mm. vaatekaupat sekä kenkäkaupat (ks. sivut 29-31). Sastamala arvioitiin kouluarvosanakeskiarvolla kaupan palvelujen osalta kahdeksikon arvoiseksi ja aluekohtaiset erot vastaajien arvioissa olivat kauttaaltaan pieniä. Suositteluindeksillä mitattuna Sastamalaa suosittelisivat ostospaikkakunnaksi useimmiten nokialaiset, kun taas sastamalalaisista löytyi eniten arvostelijoita.

Vastaajat, jotka eivät olleet asioineet Sastamalassa edellisten 6 kuukauden aikana, mainitsivat keskeisimpänä syynä asioimattomuuteen sen, että tarvittut palvelut sai myös omasta kotikunnasta. Muina syinä mainittiin mm. muun Sastamalaan kohdistuvan asiointitarpeen (esimerkiksi työ tai sukulaiset ja ystävät) puuttuminen sekä liian pitkä etäisyys. Nokialaisten osalta etäisyyden painoarvo oli muita tarkastelualueita suurempi ja huittislaiset arvioivat saavansa muita useammin tarvittavat kaupan palvelut myös kotikunnastaan. Vastaajat eivät juurikaan osanneet nimetä asioita, jolla heidät saisi asioimaan Sastamalaan.

Useampi kuin joka neljäs vastaaja oli tehnyt verkkokauppaostoksia päivittäis- tai erikoistavarakaupan osalta edellisten 6 kuukauden aikana. Verkkokauppaostosten teko kohdistui ennen kaikkea erikoistavarakauppaan. Aluekohtaiset erot olivat melko pieniä, joskin nokialaiset olivat tehneet verkkokauppaostoksia aavistuksen muita vähemmän.

Ostoksia tehtiin useimmiten kotimaisista verkkokaupoista, joiden käyttö oli suurinta sastamalalaisten ja pienintä hämeenkyröläisten keskuudessa. Hämeenkyröläiset muodostivat selvän poikkeuksen myös sen osalta, että verkkokauppaostokset suuntautuivat muita useammin sekä kotimaisiin että ulkomaisiin verkkokauppoihin.

Syynä verkkokaupan käyttöön oli useimmiten: ostamisen helppous ja vaivattomuus, tuotevalikoiman kattavuus sekä tuotteiden edullisempi hinta.



## 8. Yhteenveto tuloksista

Lähes yhdeksän vastaajaa kymmenestä ei ollut käyttänyt Sastamalassa sijaitsevien yritysten verkkokauppoja edellisen 6 kuukauden aikana. Sastamalalaisten yritysten verkkokauppoja oli käyttänyt ainoastaan muutama huittislainen ja sastamalalainen vastaaja.

Päivittäistavarakaupan ostosten teko verkkokaupan välityksellä ei juurikaan kiinnostanut vastaajia, mutta erikoistavarakaupan osalta mahdollisuutta pidettiin keskimääräistä merkityksellisempänä. Erikoistavarakaupan verkkokauppaostamisen mahdollisuuden näki merkityksellisimpänä nokialaiset, kun taas huittislaisten osalta merkitys oli vähäisempää.

Lyhyenä loppuyhteenvetona voidaan todeta, että Sastamala nähdään houkuttelevana ostospaikkakuntana myös ulkopaikkakuntalaisten silmin. Varsinkin huittislaisten osalta yli puolet oli käyttänyt Sastamalassa sijaitsevien päivittäistavarakauppojen, erikoistavarakauppojen tai tilaa vaativien erityiskauppojen palveluita edellisen 6 kuukauden aikana. Kaupan palvelutarjontaan oltiin melko tyytyväisiä, mutta vaate- sekä kenkäkauppoja toivottiin lisää. Kouluarvosanalla mitattuna Sastamala sai kaupan palveluiden osalta hyvän kahdeksikon. Erikoistavarakaupan siirtyminen verkkokauppaan oli monelle vastaajista jo arkipäivää, mutta sastamalalaisten verkkokauppojen käyttö oli toistaiseksi ja tämän tutkimuksen valossa vähäistä.

Nyt toteutettu tutkimus käsitti ainoastaan muutaman postinumeroalueen. Koska ostovirtapotentiaalia ulkopaikkakunnilta selvästi löytyy, voisi postinumeroalueiden määrää kasvattaa entisestään. Tätä kautta kuntakohtaisten yhteenvetojen tekeminen olisi vielä tarkempaa.