



KÄYTTÄJIEN PALVELUTOIVEET LUTAKON KEHITTÄMISYMPÄRISTÖSSÄ

**Elina Muurmäki
ja
Heta Närhi**

**Opinnäytetyö
Helmikuu 2009**

Matkailu-, ravitsemis- ja talousala



**JYVÄSKYLÄN
AMMATTIKORKEAKOULU**

Tekijä(t) MUURMÄKI, Elina NÄRHI, Heta	Julkaisun laji Opinnäytetyö	
	Sivumäärä 87	Julkaisun kieli suomi
	Luottamuksellisuus <input type="checkbox"/> Salainen _____ saakka	
Työn nimi KÄYTTÄJIEN PALVELUTOIVEET LUTAKON KEHITTÄMISYMPÄRISTÖSSÄ		
Koulutusohjelma Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) KUHA, Maisa		
Toimeksiantaja(t) Matkailun ja elämystuotannon osaamisklusteri, Jyväskylän osaamiskeskus		
Tiivistelmä <p>Työn tavoitteena oli saada tietoa Lutakon alueella liikkuvien vapaa-ajan käytöstä ja toiveista viettää vapaa-aikaa. Tavoitteen saavuttamiseksi selvitettiin palveluiden potentiaalisimmat käyttäjät. Kohderyhmäksi valittiin Lutakon asukkaat ja alueen iltatapahtumien käyttäjät. Työn tarkoituksena oli saada työkaluja Lutakon alueen käyttäjälähtöiseen kehittämiseen.</p> <p>Tutkimusmenetelmänä työssä käytettiin haastattelua ja molemmille kohderyhmille laadittiin omat haastattelulomakkeensa. Haastattelut suoritettiin marras-joulukuussa 2008 Lutakon alueella. Haastatteluista saatua aineistoa käsiteltiin sekä kvalitatiivisesti että kvantitatiivisesti. Haastatteluiden otos oli 625. Lutakon asukashaastattelussa otos oli 337 ja iltatapahtuma-asiakashaastattelussa 288. Vastaukset kirjattiin SPSS 16.0 -ohjelmaan joulukuussa 2008, ja tulokset analysoitiin tammikuussa 2009.</p> <p>Tulokset osoittivat, että Lutakon alueella liikkuvat ihmiset harrastavat liikuntaa ja kulttuuria. Lisäksi Lutakon alueella liikkuvat käyttävät monipuolisesti ravintolapalveluita. Tulosten perusteella Lutakkoon kaivataan liikunta- ja ravintolapalveluita sekä musiikki-tarjontaan monipuolisuutta. Kohderyhmät olivat taustatietojen perusteella erilaisia, minkä vuoksi tulokset erosivat toisistaan jonkin verran.</p> <p>Tutkimus on ainutkertainen, koska sen avulla saadaan paikallista tietoa vapaa-ajasta eikä tällaisia tutkimuksia ole juuri tehty valtakunnallisestikaan. Työn merkitys on suuri Living Lab Lutakolle ja sen työlle palveluiden kehittämisessä sekä alueelle aikoville palveluntuottajille. Tutkimuksesta hyötyvät myös alueen palveluiden käyttäjät, koska heidän toiveitaan on mahdollista kuunnella palveluiden kehittämistyössä.</p>		
Avainsanat (asiasanat) vapaa-aika, käyttäjälähtöisyys, innovaatio, Lutakko, Living Lab, kehittämissympäristö		
Muut tiedot CD-levy		

Author(s) MUURMÄKI, Elina NÄRHI, Heta	Type of Publication Bachelor's Thesis	
	Pages 87	Language Finnish
	Confidential <input type="checkbox"/> Until _____	
Title Consumers' wishes concerning service in the Lutakko development environment		
Degree Programme Degree Programme in Service Management		
Tutor(s) KUHA, Maisa		
Assigned by Tourism and Experience Management Cluster, Jyväskylä Centre of Expertise		
Abstract <p>The aim of thesis was to acquire information of people who spend time in Lutakko. The purpose was to study their free-time activities and expectations of how they wish to spend it. The residents of Lutakko and customers in the evening events were chosen as the target group. The purpose of thesis was to find some tools for a user-oriented development of the Lutakko area.</p> <p>Interviews were used as the research method. Both target groups had their own interviews which were conducted in the Lutakko area. Interviews were done in November and December of 2008. The data received from the interviews was processed in qualitatively and quantitatively. The sample of resident interviews was 337 and of the evening event customer interviews 288. The replies were documented by the SPSS 16.0 –programme in December 2008 and the results were analyzed in January 2009.</p> <p>The results of the research showed that people spending time in Lutakko are interested in exercise and culture. Restaurant services were also extensively used. The results showed that exercise and restaurant services are missed in the Lutakko area. The results differ from each other because the target groups' background information equally differed.</p> <p>The research is unique because the information on the residents of Lutakko spend their free-time is local and because this kind of research has not been conducted nationwide before. The significance of thesis is important for development of the services in Lutakko. The users of the area's services benefit from the study because it is possible to take their wishes into account in development of the services.</p>		
Keywords free-time, user-oriented, innovation, Lutakko, Living Lab, development environment		
Miscellaneous CD		

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	6
2	LUTAKKO KEHITTÄMISYMPÄRISTÖNÄ	8
2.1	Asukkaat	9
2.2	Nykyinen palvelutarjonta	10
2.3	Alueen kehittämishankkeet.....	12
3	PALVELUIDEN KEHITTÄMINEN	13
3.1	Innovaatio.....	13
3.2	Living Lab -kehittämisympäristö	15
3.3	Käyttäjälähtöisyys.....	18
3.4	Käyttäjäryhmät kulutustottumusten mukaan.....	19
3.5	Tulevaisuuden näkymät	21
4	AIKUISTEN KULUTTAMINEN JA VAPAA-AIKA	23
4.1	Ajankäytön rakenne.....	24
4.2	Harrastamiseen käytetty aika	28
5	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	34
5.1	Tutkimuksen lähtökohta ja kohderyhmät	34
5.2	Tutkimusote.....	35
5.3	Aineiston keruu.....	35
5.3.1	Haastattelulomakkeiden laadinta	37

5.3.2	Haastattelu Lutakon asukkaille	38
5.3.3	Haastattelu Paviljongin iltatapahtuma-asiakkaille	39
6	TUTKIMUSTULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET	40
6.1	Lomakkeiden käsittely	39
6.2	Haastateltujen taustatiedot	40
6.3	Miten Lutakon alueella liikkuvat ihmiset viettävät vapaa-aikaansa illalla?	46
6.4	Millaisia palveluita Lutakossa halutaan käyttää iltaisin?	65
7	POHDINTA.....	75
	LÄHTEET	82
	LIITTEET	85
	LIITE 1. Haastattelulomake Lutakon asukkaille.....	85
	LIITE 2. Haastattelulomake iltatapahtuma-asiakkaille	87
 TAULUKOT		
	TAULUKKO 1. 20–74-vuotiaiden naisten ajankäytön rakenne eri maissa....	24
	TAULUKKO 2. 20–74-vuotiaiden miesten ajankäytön rakenne eri maissa...	25
	TAULUKKO 3. Naisten ajankäyttö iloa tuottavaan tekemiseen vuosina 1999– 2000	29
	TAULUKKO 4. Miesten ajankäyttö iloa tuottavaan tekemiseen vuosina 1999– 2000	29
	TAULUKKO 5. 20–74-vuotiaiden naisten vapaa-ajankäyttö	25

TAULUKKO 6. 20–74-vuotiaiden miesten vapaa-ajankäyttö	26
TAULUKKO 7. 20–74-vuotiaiden naisten eri paikoissa viettämä aika	32
TAULUKKO 8. 20–74-vuotiaiden miesten eri paikoissa viettämä aika	27
TAULUKKO 9. Kuluttajien käyttämä aika ravintoloissa, kahviloissa ja pubeissa ikäryhmittäin	33
TAULUKKO 10. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden harrastukset ikäryhmittäin.	50
TAULUKKO 11. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden harrastukset sukupuolen mukaan.	51
TAULUKKO 12. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden ravintolassa käynnin syyt ikäryhmittäin.....	52
TAULUKKO 13. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden ravintolassa käynnin syyt sukupuolen mukaan.....	53
TAULUKKO 14. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden suosituimmat ravintolatyypit ikäryhmittäin.	54
TAULUKKO 15. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden suosituimmat ravintolatyypit sukupuolen mukaan.	55
TAULUKKO 16. Paviljongin iltatapahtuma-asiakkaiden harrastukset ikäryhmittäin.	59
TAULUKKO 17. Paviljongin iltatapahtuma-asiakkaiden harrastukset sukupuolen mukaan.	60
TAULUKKO 18. Paviljongin iltatapahtuma-asiakkaiden ravintolassa käynnin syyt ikäryhmittäin.....	61
TAULUKKO 19. Paviljongin iltatapahtuma-asiakkaiden ravintolassa käynnin syyt sukupuolen mukaan.	62

TAULUKKO 20. Paviljongin iltatapahtuma-asiakkaiden suosituimmat ravintolatyypit ikäryhmittäin.	63
TAULUKKO 21. Paviljongin iltatapahtuma-asiakkaiden suosituimmat ravintolatyypit sukupuolen mukaan.	64
TAULUKKO 22. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden toivomat viihtymispalvelut ikäryhmittäin.	67
TAULUKKO 23. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden toivomat viihtymispalvelut sukupuolen mukaan.	68
TAULUKKO 24. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden toivomat ravintola-aktiviteetit ikäryhmittäin.....	69
TAULUKKO 25. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden toivomat ravintola-aktiviteetit sukupuolen mukaan.....	70
TAULUKKO 26. Paviljongin iltatapahtuma-asiakkaiden toivomat palvelut konsertti-iltoina ikäryhmittäin.	73
TAULUKKO 27. Paviljongin iltatapahtuma-asiakkaiden toivomat palvelut konsertti-iltoina sukupuolen mukaan.	74

KUVIOT

KUVIO 1. Käyttäjälähtöinen innovaatioprosessi	15
KUVIO 2. Living Lab –peruskonsepti.....	16
KUVIO 3. Käyttäjälähtöinen neloskierre	17
KUVIO 4. Toimialojen lähentyminen.....	10
KUVIO 5. 20–74-vuotiaiden sosiaaliseen toimintaan käyttämä aika.....	30
KUVIO 6. 20–74-vuotiaiden liikuntaan käyttämä aika.....	31
KUVIO 7. 20–74-vuotiaiden viihteeseen ja kulttuuriin käyttämä aika.....	32

KUVIO 8. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden sukupuolijakauma. ...	41
KUVIO 9. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden ikäjakauma.	42
KUVIO 10. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden asuinpaikka.....	43
KUVIO 11. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden sosiaalinen asema.	44
KUVIO 12. Paviljongin iltatapahtuma-asiakkaiden sukupuolijakauma.	44
KUVIO 13. Paviljongin iltatapahtuma-asiakkaiden ikäjakauma.	45
KUVIO 14. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden harrastukset.....	47
KUVIO 15. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden ravintolassa käynnin syyt.....	48
KUVIO 16. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden suosituimmat ravintolatyypit.	49
KUVIO 17. Paviljongin iltatapahtuma-asiakkaiden harrastukset.....	56
KUVIO 18. Paviljongin iltatapahtuma-asiakkaiden ravintolassa käynnin syyt	57
KUVIO 19. Paviljongin iltatapahtuma-asiakkaiden suosituimmat ravintolatyypit.	58
KUVIO 20. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden toiveet viihtymispalveluista.....	65
KUVIO 21. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden suosituimmat harrastukset ravintolassa.....	66
KUVIO 22. Paviljongin iltatapahtuma-asiakkaiden mainitsemat syyt tulla viettämään iltaa Lutakkoon.....	71
KUVIO 23. Paviljongin iltatapahtuma-asiakkaiden toivomat palvelut konsertti- iltoihin.....	72

1 JOHDANTO

Käyttäjälähtöisyys ja innovatiivisuus ovat palveluiden kehittämisen nykyisiä suuntauksia. Palveluiden monipuolistuva tarjonta luo haasteita niiden tuottajille. Palveluiden käyttäjälähtöisyyden ja uusien palvelukonseptien merkitykset kilpailutekijöinä korostuvat. Palvelutuotteiden kehittämiseksi Lutakon alueelle on perustettu uudenlainen kehittämissympäristö, Living Lab Lutakko. Living Labin tarkoituksena on palveluiden innovointi, tuotekehitys ja testaaminen yhteistyössä kaikkien alueen toimijoiden kesken. Living Lab -kehittämissympäristöt ovat verkostoja, joissa yhteistyössä toimivat mahdollistajat, käyttäjät, hyödyntäjät ja kehittäjät. Tämä työ on osa Lutakon kehittämissanketta. Työn tavoitteena oli saada tietoa Lutakon alueella liikkuvien vapaa-ajan käytöstä ja toiveista viettää vapaa-aikaa. Tavoitteen saavuttamiseksi selvitettiin palveluiden potentiaalisimmat käyttäjät ja kohderyhmiksi valittiin Lutakon asukkaat sekä alueen iltatapahtumien käyttäjät.

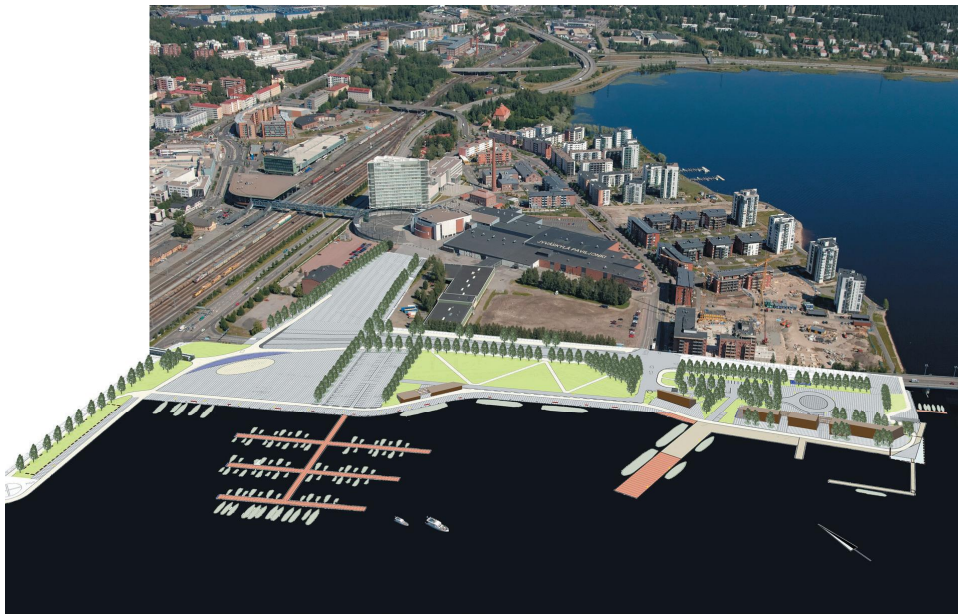
Tämän työn tarkoituksena on hakea ratkaisua palveluiden kehittämiseen haastattelututkimuksen avulla. Kehittämisen lähtökohtana työssä on käyttäjälähtöisyys ja innovaatiot osana kehittämistyötä. Tutkimusmenetelmänä työssä käytettiin haastattelua, ja molemmille kohderyhmille laadittiin omat haastattelulomakkeensa. Haastattelututkimuksen tarkoituksena on saada käyttäjät itse mukaan kehittämistyöhön. Tutkimusotoksesta pyrittiin saamaan mahdollisimman kattava, jotta tulokset olisivat yleistettävissä. Tutkimuksesta saa pohjatietoja konkreettisiin palveluihin, joiden kehittämisessä käyttäjä on ollut mukana.

Työn merkitys on suuri Lutakon palveluiden kehittämiseksi sekä alueelle aikoville potentiaalisille palveluntuottajille. Tutkimustulosten lopullisia hyötyjiä ovat alueen palveluiden käyttäjät, koska heidän toiveitaan kuullaan palveluiden kehittämistyössä. Kun palveluiden tarjoajat ja palveluiden käyttäjät tekevät yhteistyötä ja ovat kontaktissa palveluiden suunnitteluprosesseista lähtien, tulee suhteesta kestävämpi ja paremmin molempia osapuolia palveleva.

Tässä työssä palveluiden kehittämistä tarkastellaan kolmen menetelmän avulla. Tulevaisuuden ennakointi on eräs menetelmä, jonka avulla voidaan ratkaista kehittämisongelmia. Tilastotietoja tutkimalla saadaan yleiskuva esimerkiksi vapaa-ajan viettotavoista, kuluttajien palveluiden käyttämisestä sekä palveluiden nykytilasta. Kolmas työssä käsitelty palveluiden kehittämismenetelmä on Living Lab -kehittämisympäristöt.

2 LUTAKKO KEHITTÄMISYMPÄRISTÖNÄ

Lutakko on Jyväskylän ydinkeskustan, Matkakeskuksen ja sataman tuntumassa sijaitseva suhteellisen uusi kaupunginosa. Lutakko on uudenaikainen, tiiviisti rakennettu kaupunkimiljö, jossa yhdistyvät asuminen, tapahtuma- ja liikematkailu, opiskelu sekä työn tekeminen. Asuinrakentaminen Lutakossa aloitettiin vuonna 1990. Lutakon kehittyminen alkoi konkreettisesti vuonna 1994, kun alueella lopetettiin teollinen toiminta, ja kaupunginvaltuusto hyväksyi osayleiskaavan. Kehittyminen on ollut todella nopeaa, sillä vuonna 1997 Lutakossa asui 400 henkilöä, mutta kymmenen vuoden kuluttua asukasmäärä oli yli 2 000, työpaikkoja oli noin 1 000 ja opiskelupaikkoja noin 1 000. (Häkkinen 2008, 43–44.)



KUVIO 1. Lutakko sataman yleissuunnitelman toteutuksen jälkeen. (Jyväskylän kaupunki, Lutakon sataman yleissuunnitelma 2008)

2.1 Asukkaat

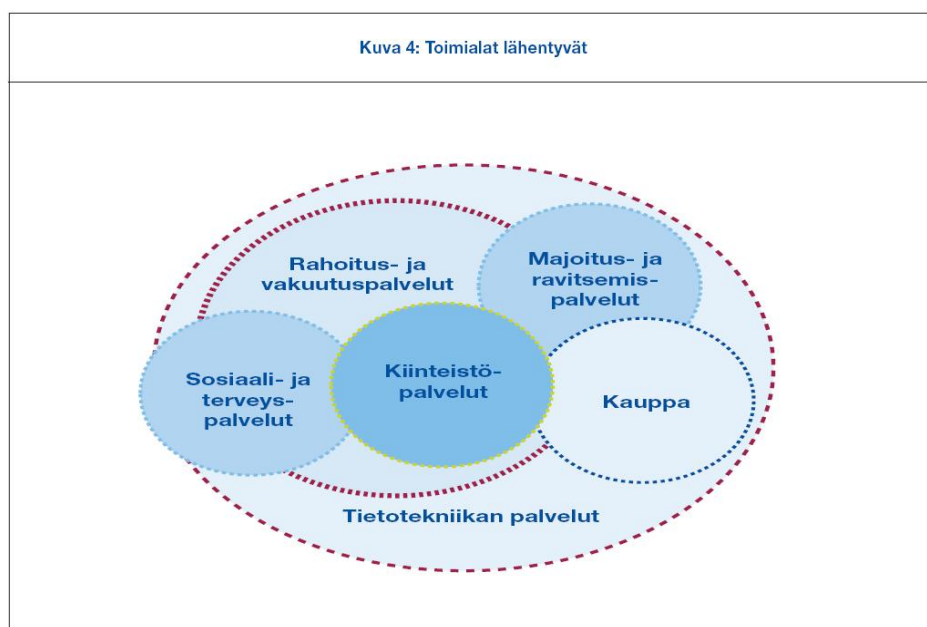
Asukkaita Lutakon alueella on noin 2 270. Jyväskylän ydinkeskustassa lähi-alueineen on noin 12 870 asukasta. Lutakon väestöstä on naisia noin 1 240 (55 %) ja vastaavasti miehiä 1 030 (45 %). (Tuosa 2008.) Lutakon asukkaiden ikäjakaumassa on 18–34-vuotiaita keskimääräistä suurempi osuus. Varhaisessa keski-iässä olevia, 35–54-vuotiaita, on keskimääräistä vähemmän. Ikääntyneiden osuus on normaali. Lapsia ja teini-ikäisiä Lutakon alueella on melko vähän. Ikäjakaumaa ei voida pitää poikkeuksellisena, sillä kyseessä on yliopistokaupungin keskustan läheisyydessä oleva asuinalue. On luonnollista, että alue houkuttelee opiskelijoita ja vastavalmistuneita. Toisaalta alue houkuttelee myös ikääntyneitä, joilla on varaa ostaa asunto palveluiden läheltä lapsien lähdeyttä kotoa. (Jokinen 2008.)

Lutakossa työssäkäyvien osuus on melko suuri kaupungin yleiseen työttömyystilanteeseen nähden. Suurin osa asutokunnista sijoittuu joko tuloryhmään ”alle 25 000 euroa vuodessa” tai ”25 000–49 999 euroa vuodessa”. Kun otetaan huomioon, että nuoria aikuisia ja opiskelijoita on kohtuullisen paljon alueella, luvut ovat tyypilliset. Suurimmalla osalla asukkaista on keski- tai perusasteen koulutus. Asukkaat ovat etupäässä Suomen kansalaisia. Lutakon asumisväljyys on reilut 30 neliometriä per henkilö. Lutakon alueella asuu paljon naimattomia ja perheettömiä henkilöitä, myös lapsettomia avo- ja aviopareja on paljon. Nämä seikat ovat tyypillisiä keskustakaupunginosassa ja väestössä, jossa on paljon nuoria aikuisia, kuten opiskelijoita. Naimisissa olevien, leskien ja eronneiden lukumäärä on tavanomainen. (Mt.)

Asukkaiden kanssa yhteistyössä Lutakosta halutaan kehittää uudenlainen ja edistysellinen kaupunginosa. Kun rakennetaan uutta kaupunginosaa, julkinen sektori tuo peruspalvelut ja -rakenteet. Yksityinen sektori tuo omat palvelunsa uuteen kaupunginosaan, varsinkin vapaa-ajan palvelut. Kaikkien palveluiden muodostumiseen ja tarjontaan vaikuttavat alueen väestörakenne ja sijainti. Tässä työssä keskitytään yksityisen sektorin tarjoamiin vapaa-ajan palveluihin, erityisesti aikuisille suunnattuun toimintaan.

2.2 Nykyinen palvelutarjonta

Tulevaisuudessa toimialat lähenevät toisiaan (kuvio 2) ja yhteistyön merkitys lisääntyy. Palveluiden kehittämisessä tästä on hyötyä, sillä yhteistyön kautta saadaan laajat asiantuntijuusalueet useiden sektoreiden käyttöön. Lutakon kehittämistyössä tätä kannattaisi hyödyntää alusta alkaen, jotta saatu hyöty olisi maksimaalinen.



KUVIO 2. Toimialojen lähentyminen (Elinkeinoelämän keskusliitto 2006, 11)

Tällä hetkellä Lutakon alueella toimii pääasiassa ravintola- ja kokouspalveluja tuottavia palvelualan yrityksiä. Suurin toimija on Jyväskylän Paviljonki. Paviljongin kokonaisuuden muodostavat Jyväskylän Messut Oy, Jyväskylän Kongressikeskus Oy sekä Keskimaa Osk:n Paviljonki Ravintolat. Pääravintolan lisäksi näyttelyhalleissa on erilaisia ravintoloita, jotka voidaan ottaa käyttöön tapahtumien luonteen mukaisesti. Paviljonki tarjoaa monipuolisesti kokous- ja kongressipalveluja. Kokous- ja kongressitiloja on 8 hengen VIP-tilasta aina 1 200 hengen auditorioon. Paviljongissa järjestetään konsertteja ja muita ilta-

viihdetapahtumia, esimerkiksi kabareita ja näytelmiä. Seudun suurimmat messut järjestetään Paviljongissa. (Jyväskylän paviljonki 2008.)

Lutakossa sijaitseva Ravintola Blomstedt on ruokaravintola, jossa on tarjolla à la carte -listan lisäksi lounasbuffet ja päivittäin vaihtuvat lounasannokset. Ravintola Blomstedtin palveluihin kuuluvat lounaat, à la carte -annokset, yritys- ja perhejuhlien järjestäminen sekä catering-palvelut. Blomstedtissa on A-oikeudet, ja siellä on 80 asiakaspaikkaan. (Blomstedt 2008.) Blomstedtin yhteydessä toimii myös Lutakon Leidi, joka tarjoaa kokouspalveluita sekä juhla- ja catering-palveluita. Leidissä on asiakaspaikkoja noin 50. Lisäksi Leidissä on 15 hengelle saunaosasto, jonka yhteydessä on kuuma lähde hierovine poreineen. Lutakon Leidin piha-alueella voi järjestää kesäjuhlia, ja siellä on anniskeluoikeudet 800 henkilölle. Tilaisuudet suunnitellaan yhdessä Keski-Suomen Tapahtumapalvelun kanssa. (Lutakon Leidi 2008.)

Ravintolaidea on lounas- ja tilausravintola Lutakossa. Se on Jyväskylän ammattikorkeakoulun omistama ravintola, joka toimii samalla oppimisympäristönä opiskelijoille. Ravintolaideassa on arkipäivisin kolme lounasvaihtoehtoa sekä kahvilapalveluita. Lisäksi siellä on tarjolla kokous- ja juhlapalveluita. Ravintolaideassa on noin 80 asiakaspaikkaa ja A-oikeudet. Saunatilat on rakennettu vanhaan tehtaan piippuun, ja siellä on tilaa 10 hengelle. (Ravintolaidea 2008.)

Innova-talon Elosella on arkisin tarjolla buffetlounasta sekä kahvilapalveluita. Ravintolalla on A-oikeudet, ja se tarjoaa catering-palveluita sekä omissa että asiakkaan tiloissa. Elonen toimittaa catering-palvelut Innovassa sijaitseviin kokous- ja neuvottelutiloihin sekä edustussaunatiloihin, jotka ovat Technopolis Oy:n omistuksessa. Kokous- ja neuvottelutiloja on 8 – 90 hengen tarpeisiin. Edustussaunatilat sijaitsevat 15. kerroksessa. (Elonen 2008.)

Lutakossa IT-Dynamossa toimii Katri Antellin opiskelija- ja henkilöstöravintola. Antellissa on saatavilla buffetlounas- ja kahvilapalveluita. Antellilta on myös mahdollista tilata juhlapalveluita erilaisiin tilaisuuksiin. (Katri Antell 2008.) Lisäksi Lutakossa on Pizza Best, josta on saatavilla pizzoja, kebabeja ja salaateja. Pizzeriassa ei ole anniskeluoikeuksia. (Pizza Best 2008.)

Lutakossa ei ole varsinaista hotellia, mutta siellä sijaitsee huoneistohotelli Ada ja Alex, joka tarjoaa majoittumispalveluita. Huoneistohotelli tarjoaa tasokkaita, kalustettuja asuinhuoneistoja, jotka sijaitsevat vain muutaman minuutin kävelymatkan päässä Jyväskylän messu- ja kongressikeskus Paviljongista. (Huoneistohotelli Ada & Alex 2009.) Myös keskustan hotellit sijaitsevat kävelymatkan etäisyydellä. Keskustassa on monia ketjujen omistamia isoja hotelleja ja pari yksityisomisteista hotellia. Myös Jyväsjärven rannalla sijaitseva Hotelli Alba on helposti saavutettavissa Lutakosta.

Lutakossa on pieni päivittäistavara- ja elintarvikeliike. Lisäksi Lutakossa sijaitsee sisäkarting-rata, jollaisia ei muualla Keski-Suomen alueella ole. Jyväskylä Karting Centerissä voi järjestää ryhmätilaisuuksia, kuten yritysten virkistyspäiviä, pikkujouluja tai kartingin ajo voi olla osa esimerkiksi polttaripäivää. Sinne on mahdollista mennä ajamaan ilman varausta aukioloaikoina, jos tiloissa ei ole yksityistilaisuutta. (Jyväskylä Karting Center 2008.)

Lutakon päiväkeskus on yksityinen päiväkeskus, jolta kaupunki ostaa palveluita. Lutakon lähipalvelutalossa tuotetaan vanhusten tehostettua palveluasumista, päiväkeskustoimintaa ja kotihoitoa Lutakon alueen asukkaille. Palvelutalon yhteydessä on päiväkotia. (Jyväskylän kaupunki, sosiaali- ja terveystalot 2008.)

2.3 Alueen kehittämishankkeet

Palveluiden kehittämisen kannalta merkittävä tekijä on sataman kehittämishanke. Lutakon sataman yleissuunnitelmaan sisältyvät Rantaväylän, Satamakadun ja Jyväsjärven rajoittama alue, Lutakon aukio sekä Satamakatu Lutakon aukion ja Schaumanin puistotien väliseltä osuudelta. Kyseessä on alustavien arvioiden mukaan lähes 9 miljoonan euron projekti, eikä tässä arviossa ole mukana satamalaitteiden, huoltorakennusten eikä kahvila- ja ravintolarakennuksen rakennuskustannuksia. (Häkkinen 2008, 39.)

Tulevaisuudessa alueen toritilat, Messutori, Lutakon aukio ja Satama-aukio, muodostavat kokonaisuuden. Toritiloilla on tarkoitus järjestää esimerkiksi kateattereita ja iltatoreja sekä messujen ja muiden isojen tapahtumien aikaan toimintoja myös ulkona. Vanha satamapaviljonki on suojeltu rakennus, joten sen ulkoasua ei saa muuttaa ja se ei sovellu ympärivuotiseen käyttöön. Satamapaviljongin itäpuolelle rakennetaan uusia, ympärivuotisia kahvila- ja ravintolarakennuksia. Tähän yhteyteen valmistuu huoltorakennus laivojen ja veneiden palvelutarpeisiin. (Jyväskylän kaupunki, Lutakon sataman yleissuunnitelma 2008).

Toinen merkittävä kehityshanke alueella on Paviljonki Master Plan 2015. Kehittämisinvestointeja on budjetoitu 30 – 40 miljoonaa euroa. Paviljongin messuhalleja tullaan laajentamaan 5 000 m². Suunnitelman mukaan rakennetaan akustinen konserttisali parantamaan kulttuuritarjontaa. Kongressihotellin valmistuminen alueelle lisää suur tapahtumien, kuten rallien ja suurten kongressien, palvelutarjontaa, sillä aiemmin alueella ei ole ollut majoitusmahdollisuutta. Lisäksi alueelle rakennetaan pysäköintitalo. (Häkkinen 2008, 38.)

3 PALVELUIDEN KEHITTÄMINEN

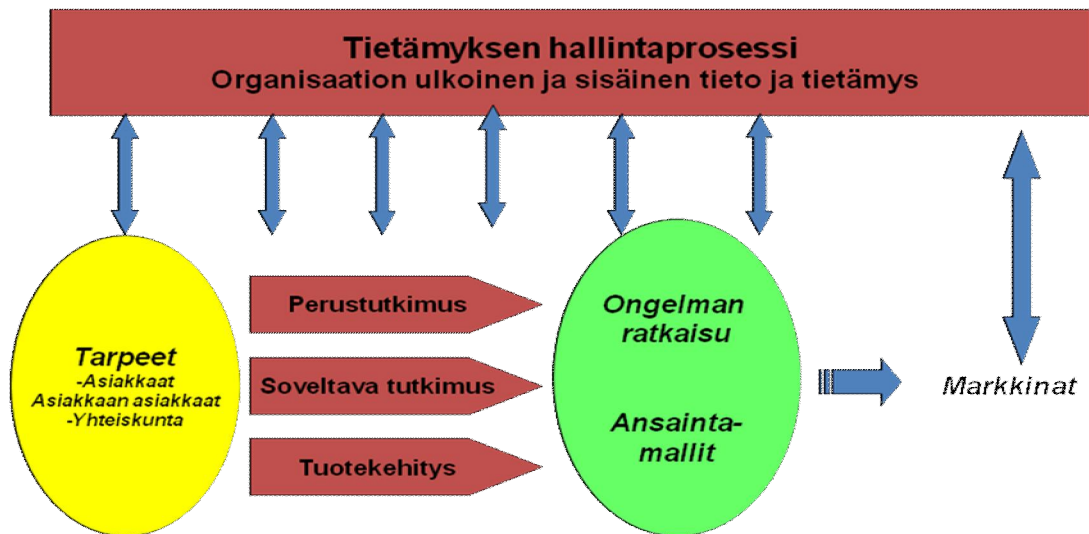
3.1 Innovaatio

”Innovointi on uuden luomista, ja sen ymmärretään olevan olennainen osa tuotteiden ja palveluiden kehittymistä. Innovointi voi olla jatkuvaa ja vähittäin etenevää, tai kertaluontoista.” (Häkkinen 2008, 11.) Innovointi voi olla osa kaikenlaista kehitystyötä, olipa kyseessä sitten kunnan, pienemmän alueen tai yrityksen kehittäminen. Innovaatio on Lutakon alueen kehittämisessä olennainen osa, koska ollaan suunnittelemassa kokonaan uusia palveluita ja kehittämässä nykyisiä.

Innovaatio tulee nähdä kehitysprosessina, jossa talouden kasvukeino on sen osien jatkuvaa uudelleenjärjestelyä. Innovaatio on osa kehitystä, jolloin se ei aina ole radikaalia ja ennennäkemätöntä. Tällä tarkoitetaan, että imitoijat onnistuvat paremmin kuin muutosjohtajat, koska he ehtivät muokata innovaation markkinoille sopivaksi. Innovaatio on sosiaalinen prosessi, joka ei sisällä ai-noastaan yhtä toimenpidettä, vaan useita toisiinsa vaikuttavia ja toisiinsa su-lautuvia alaprosesseja. (Mts. 11.)

Innovaatiot voidaan luokitella kahteen ryhmään niiden uutuuden ja vaikutusten mukaan. Innovaatiot joko sisältävät uutta tietoa, joka voi muuttaa markkinara-kenteita radikaalisti, tai vaikuttavat vanhoihin tuotteisiin, teknologioihin, palve-luihin tai toimintatapoihin. Luovuus liittyy kiinteästi innovaatioihin sekä niiden kehittymiseen ja se voidaan nähdä innovaatioprosessin edellytyksenä ideoi-den tuottamisvaiheessa. Innovatiivisten palvelukonseptien avulla palveluiden kilpailukyky ja tuottavuus paranevat huomattavasti. Täydellinen innovaatiopro-sessi päättyy uuden idean käytäntöön viemiseen. (Teknologia ja uudistuva liiketoiminta – menestymisen edellyttämiä osaamistarpeita, 22.)

Innovaatioprosessi ja tietämyshallinta (KM)

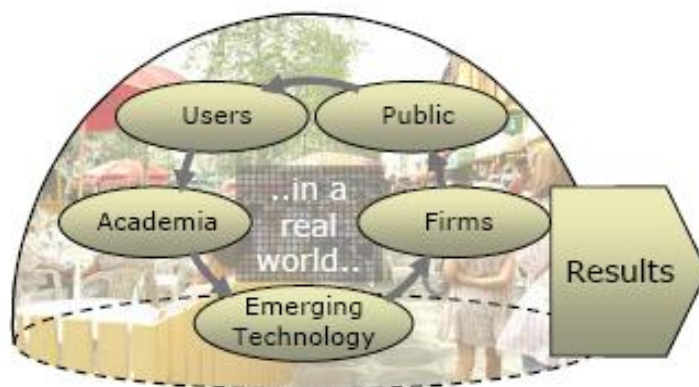


KUVIO 3. Käyttäjälähtöinen innovaatioprosessi. (VTT 2004, 15)

Kuviosta 3 näkee innovaatioprosessin rakenteen ja etenemisen. Tässä työssä tehdään tutkimusta ensimmäisen vaiheen käyttäjien tarpeista. Prosessi keskittyy alkuvaiheen tiedonhankintaan, eikä ongelman ratkaisuun ja ansaintamalleihin edetä vielä tässä vaiheessa. On tärkeää, että pohjatyö on tehty huolellisesti ennen siirtymistä seuraavaan vaiheeseen.

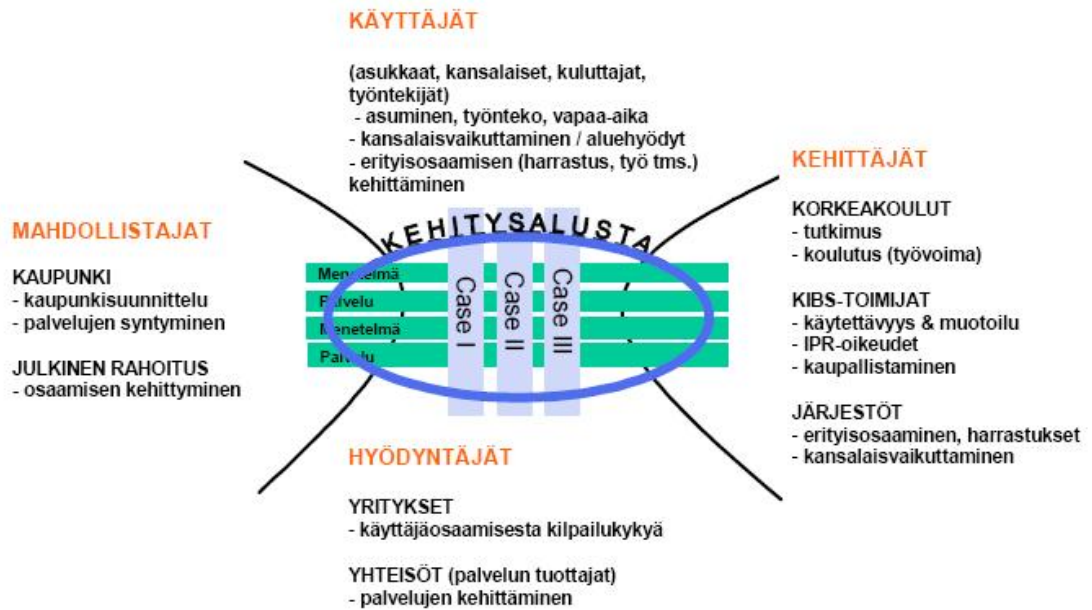
3.2 Living Lab -kehittämisympäristö

Lutakon palveluiden kehittämiseksi on perustettu Living Lab Lutakko, jonka tavoitteena on kehittää Lutakon palveluita käyttäjälähtöisesti. Living Lab -toiminnan tavoitteena on saada Lutakosta toimiva nykyaikainen kaupunginosa palveluineen. Palveluiden kehittäminen vieään aivan uudelle tasolle, ja alueelle suunnitellaan nykyaikaisia innovaatioita.



KUVIO 4. Living Lab -peruskonsepti. (Häkkinen 2008, 22)

Living Lab -konseptissa (kuvio 4) ympäristö toimii kehitysalustana käyttäjien, tutkimuksen, yritysten, julkisen sektorin ja laajenevien teknologioiden yhteisölle. Yhteistyöprosessi on jatkuva, ja sen avulla saadaan aikaan haluttuja tuloksia. Living Lab -konseptissa hyödynnetään jatkuvuutta, avoimuutta, realismia, käyttäjien mielipiteitä ja spontaaniutta. (Häkkinen 2008, 22.)



KUVIO 5. Käyttäjälähtöinen neloskierte. (Häkkinen 2008, 24)

Neloskierteen mukaan (kuvio 5) Living Lab -ympäristön toimijat voidaan jakaa neljään ryhmään. Lutakon tapauksessa työryhmän mahdollistajiin kuuluvat Jyväskylän kaupunki, Jyväskylän seudun kehittämissyhtiö Jykes sekä Keski-Suomen TE -keskus. Projektin hyödyntäjinä ovat kaikki Lutakon alueen yritykset ja suurimpina kehittäjinä työryhmässä ovat Jyväskylän ammattikorkeakoulu, ja Jyväskylän yliopisto. Käyttäjiä ovat alueen asukkaat ja työntekijät, kuntalaiset ja vierailijat. (Häkkinen 2008, 24.) Tämän työn lähtökohtana ovat kuntalaiset ja heidän tarpeitaan vastaavien palveluiden kehittämisprosessi. Prosessin alkuvaiheessa selvitetään kuntalaisten tarpeet ja odotukset uusien palveluiden suhteen. Tutkimuksen avulla palveluiden käyttäjille annetaan mahdollisuus vaikuttaa palveluiden tarjontaan ja kehittämiseen.

3.3 Käyttäjälähtöisyys

Käyttäjälähtöisyys on yksi yritysten tärkeimmistä arvoista. Käyttäjälähtöisyydessä toiminnan lähtökohtana ovat asiakkaan tarpeet ja toiveet. Palveluntuottajan pitkän aikavälin tavoitteet, kuten myynninkasvu, saavutetaan käyttäjälähtöisellä toiminnalla.

Käyttäjälähtöisyyden osa-alueet:

- Kokonaisvaltainen yrityksen tarjonnan tarkastelu
 - aineelliset tuotteet
 - palvelut
 - brandi
 - imago
 - muotoilu
- Käyttäjän syvälinen tuntemus
- Käyttäjän tarpeista lähtevä tuote- ja palvelukehitys
- Palveluiden räätälöintiosaaminen
- Kohdemarkkinoiden tuntemus

Nämä käyttäjälähtöisyyden osa-alueet ovat liiketoimintaosaamisen kehityshaasteita. Liiketoiminnan kehittämisen on tärkeää tarkastella yrityksen tarjontaa kokonaisvaltaisesti. Käyttäjän syvälinen tuntemus ja hänen tarpeistaan lähtevä palvelukehitys on olennaista kehitystyössä. Kohdemarkkinat on tunnettava hyvin ja palvelut osattava suunnitella käyttäjälähtöisesti. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2005, 23.)

Tarjonnan tulee vastata käyttäjän tarpeisiin. Tuotteet ja palvelut on määriteltävä käyttäjälähtöisesti. Tässä työssä auttaa tuntemus palveluiden ja tuotteiden käyttäjästä, johon päästään syvämminkin erilaisin tutkimuksin ja kyselyin.

Markkinoiden tuntemus on erittäin tärkeää, ja tätä varten on tehtävä suhteellisen laaja markkina-analyysi. Markkina-analyysin avulla saadaan ajantasaista tietoa kokonaismarkkinoista, toimintaympäristöstä, asiakkaista ja brandeista.

(Lotti 2001, 27.) Käyttäjälähtöisessä palveluiden kehittämisessä on tärkeää huomioida väestönrakenne ja sen muutokset sekä maailmalla vallitsevat suuntaukset. Toimialakohtaisten trendien perusteella saadaan tietoa toimialan arvostuksista ja kehitymisestä. (Häkkinen 2008, 19.)

Yhtä tärkeää on selvittää potentiaaliset palveluiden käyttäjät ja sen jälkeen tehdä tutkimusta heidän käyttäytymisestään ja toiveistaan. Käyttäjälähtöinen palveluiden kehittäminen palvelee paremmin sekä yritystä että asiakasta. Kun tuotteiden ja palveluiden käyttäjät pääsevät itse vaikuttamaan heille tarjottuihin palveluihin, he myös sitoutuvat yritykseen tiiviimmin. Aktiivisen asiakkaan kanssa voidaan yhdessä kehittää liiketoimintaa ja lisätä sen arvoa. Kun tuote ja palvelu suunnitellaan yhdessä ja otetaan huomioon molempien odotukset ja tavoitteet, koulutaudutaan ja opitaan molemmin puoleisesti. (Lotti 2001, 64.)

3.4 Käyttäjäryhmät kulutustottumusten mukaan

Asiakkaiden tarpeiden ja kulutustottumusten tuntemuksen perusta on, että palveluiden ja tuotteiden kehittäjät tiedostavat asiakkaiden erilaisuuden. Lampikoski & Lampikoski (2000, 181–185.) jakavat kuluttajat ryhmiin heidän kulutustottumustensa mukaan. Kuluttajat voivat tuote- ja palvelualasta riippuen kuulua useaan kategoriaan eli käyttäytyä eri tavoin eri alojen asiakkaana.

Tekniset uudistajat tuntevat mielenkiintoa laitteisiin ja koneisiin sekä tekniikan uudistuksiin. He käyttävät niihin liittyviä palveluja ja hankkivat uutuudet muita kuluttajia nopeammin. Tekniset uudistajat osaavat käyttää nykyteknologiaa yhteydenpitoon, tietävät automaailman uudet tuulet sekä tuntevat energiatehokkuuteen suunnitellut laitteet. He tuntevat taloudelliset voimavaransa ja ymmärtävät monimutkaista teknistä tietoutta.

Sosiaaliset uudistajat ovat kiinnostuneita elämänlaadusta, terveydestä sekä fyysisestä ja henkisestä tilastaan. He käyttävät palveluita laajasti eri sektoreilta, uskonnollisista viihdepalveluihin. Teknisten uudistajien ollessa kosmopoliit-

tisesti orientoituneita, ovat sosiaaliset uudistajat sekä kosmopoliittisesti että paikallisesti orientoituneita.

Kekseliäät uudistajat ratkaisevat kotitalouden ongelmia luovasti. He rakentavat itse tarvitsemiaan laitteita ja tuotteita. Työttömyys ja lama lisäävät näiden uudistajien määrää. Nykykuluttajan lisääntynyt vapaa-aika mahdollistaa myös osaltaan kekseliäisyyden käytön arkielämän tilanteissa.

Varhaiset omaksujat ovat uudistajia varovaisempia kuluttajia, he haluavat varmistua tuotteesta ennen ostopäätöstä. Tietoa uutuustuotteista varhaiset omaksujat hakevat asiantuntijatahoilta. Tuotteilla on heille ammatillista merkitystä ja niillä haetaan helpotusta elämään. Usein varhaiset omaksujat ovat erikoistuneet pitkälle urallaan.

Keskinopeat omaksujat tutustuvat uutuustuotteisiin sen jälkeen kun ystävät ja kollegat ovat ottaneet ne jo käyttöön. Keskinopeat omaksujat harkitsevat tarkkaan tarpeensa, joten omaksumisaika pitenee. Kuluttajina he seuraavat muiden mallia ja luottavat kokemukseen. Keskinopeat omaksujat ovat harvoin johtoasemassa urallaan.

Hitaat omaksujat tutustuvat uutuuksiin keskimääräistä myöhemmin. Hitaus saattaa olla laskelmointia: tuotteen vanhettua sen hinta on alhaisempi. Hitaille omaksujille ominaista on skeptisyys ja varovaisuus. Hitaat omaksujat ovat usein kouluttamattomia ja pienituloisia.

Vitkastelijat voidaan jakaa kolmeen alaryhmään: pakosta, perinteestä ja periaatteesta vitkasteleviin. Pakosta vitkastelevilla ei ole varaa uutuustuotteisiin, vaikka he niitä haluaisivatkin. Perinteestä vitkastelevat ovat epäluuloisia uutuuksia kohtaan ja periaatteesta vitkastelevat eivät hyväksy uutuuksia arvo maailmansa pohjalta.

3.5 Tulevaisuuden näkymät

Tulevaisuuden ennakointi on yksi menetelmä, jota käytetään palveluiden kehittämistyössä. Palveluiden kehittämisessä on tärkeää ajatella tulevaisuuden asiakasta. Tässä työssä tulevaisuuden ennakointi perustuu Elinkeinoelämän keskusliiton tulevaisuusluotaimessa esitelyihin megatrendeihin. Tulevaisuusluotaimessa esitellään kuusi klusteria ja niiden kehityssuuntia. Nämä kaikki suunnat ovat voimakkaasti esillä myös palveluiden tulevaisuuden trendeissä ja ne kannattaa ottaa huomioon palveluiden kehittämisprosessissa. Tulevaisuusluotaimessa klusterilla tarkoitetaan toimittajien, tuottajien, asiakkaiden ja kilpailijoiden muodostamaa keskittymää, joka edistää tehokkuutta, kasvattaa erikoistumista ja on kilpailuedun lähde. Klusteri on verkostojen muodostama verkosto, jossa on sekä yhteistyötä että kilpailua. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2004, 17.)

Ikääntyminen

Väestön ikääntyminen on ajankohtainen ilmiö. Tulevaisuusluotaimessa painotetaan, eläköitymisen lisäksi, ikääntyvän väestön ostovoimaista kysyntäpotentiaalia sekä yrityksille avautuvia uusia liiketoimintamahdollisuuksia. Tähän asti ikäihmiset ovat jääneet vähälle huomiolle kuluttajina, vaikka ovat merkittävä kuluttajaryhmä. Tulevaisuudessa eläkeläiset ovat aiempaa terveempiä ja maksukykyisempiä. Ikääntyvien arvot muuttuvat, he haluavat käyttää vapaa-aikaansa matkusteluun, opiskeluun, omasta terveydestä ja hyvinvoinnista huolehtimiseen sekä uusien elämysten kokemiseen. Markkinoilla on tilaa tälle segmentille suunnatuille korkealaatuisille tuotteille ja palveluille. (Mts.18.)

Globalisaatio

Globalisaatio on aikamme merkittävimpiä megatrendejä. Megatrendi on usein globaali, yhteiskuntien rakenteita syvällisesti muuttava ilmiö. Globalisaatiossa valtioiden rajojen merkitys vähenee ja ilmiö on nähtävissä samaan aikaan lähes kaikkialla maailmassa, kaikilla yhteiskunnan sektoreilla. Yritykset ovat kiinnostuneita uusista, nousevista talouksista. Erityisesti Aasiassa tapahtuu

valtavaa taloudellista kasvua. Volyymit Aasian markkinoilla ovat valtavat. (Mts. 19.)

Osaamisesta on tullut vahva kilpailutekijä globalisaation myötä. Siitä on muodostunut samanlainen liikkuva tuotannontekijä kuin pääomasta. Tulevaisuuden haaste on saada Suomeen pysyvästi kansainvälisen tason osaajia, koska osaamisen siirtäminen ja osaajien siirtyminen maasta toiseen on aiempaa helpompaa. Globaalissa kilpailussa korostuvat korkeatasoinen tutkimus- ja kehitystoiminta sekä vahva osaaminen. Profiloituminen, erityisosaaminen, kansainvälinen verkostoituminen ja kustannustehokkuus ovat suomalaisten vahvuuksia. Suomalaiset yritykset ovat tähän asti hyötäneet merkittävästi globalisaatiosta, ja Kiina-ilmiön aiheuttamista uhkakuvista huolimatta globalisaatio nähdään suurena mahdollisuutena. Kiina-ilmiössä on kyse länsimaisten yritysten tuotannon ja työpaikkojen siirtymisestä matalien tuotantokustannusten maihin. Globalisaation myötä vienti kasvaa ja monipuolistuu entisestään. Menestymisessä tärkeää on kansainvälinen yhteistyö ja se, että osataan hyödyntää globalisaatiota oikein. (Mts. 19.)

Verkostoituminen

Verkostoitumisessa yhteistyöyritysten tieto, osaaminen ja arvot yhdistetään lisäarvoa tuottavaksi toiminnaksi. Verkostoitumalla haetaan mahdollisuuksia ja ratkaisuja ongelmiin, joihin omat voimavarat eivät riitä, tai niiden käyttö ei ole taloudellisesti järkevää. Verkosto on voimavara, jonka osaamispotentiaalia ei voida verrata yksittäisen yrityksen osaamiseen. Verkostoituminen on osaamista kehittävää strategista kumppanuutta, jossa oppiminen on väline tulevaisuuden taloudellisten hyötyjen saavuttamisessa. Verkostoituminen on muuttanut yritysten toimintalogiikkaa ja kilpailuympäristöä. Tulevaisuudessa verkostoituminen etenee ja muuttuu yhä monimuotoisemmaksi sekä rikkoo toimiala- ja sektorirajoja. (Mts. 20.)

Palveluiden tuotannon kasvu

Palveluiden tuotanto on merkittävä kasvun painopistealue. Palveluiden kehittäminen teknologisten ratkaisujen ympärille on tapa kasvattaa markkinoita ja

kehittää uusia innovaatioita, kun teknologia on jo huipputasoista ja tuotemarkkinat kypsiä. Uutuusarvo vanhoihin tuttuihin tuotteisiin tulee palveluista. Tuotteesta tulee todella kilpailukykyinen ja vaikeasti kopioitava siihen liittyvän palvelukonseptin ansiosta. Uudet sukupolvet tulevat käyttämään palveluita eri tavalla kuin edeltäjänsä. Palveluiden tarjontapaikat ja -järjestelmät muuttuvat, sähköisten palveluiden tarjonta kasvaa ja monipuolistuu huomattavasti. Palvelutarjonta myös eriytyy eri hinta- ja laatutasoihin. Tuote- ja palveluprosessit eivät enää ole erillään toisistaan. Palveluiden kehittäminen tulee olemaan aiempaa selkeämmin osa innovaatiotoiminnan ydintä. Teknologiaosaamisen rinnalla myös palveluosaamisen merkitys kasvaa ja osaamiset voivat myös yhdistyä. (Mts. 20.)

Viihde ja vapaa-aika – tulevaisuuden nousijat

Viihde ja vapaa-aika ovat alueita, joissa on suuri mahdollisuus kasvuun ja liiketoiminnassa menestymiseen. Vapaa-ajan määrä lisääntyy, ja ihmiset ovat valmiita käyttämään rahaa vapaa-ajalla viihtymiseen. Kysyntä kasvaa muun muassa harrastusten, hyvinvoinnin sekä vapaa-ajan asumiseen liittyvien tuotteiden ja palveluiden saralla. Trendinä on myös tarjota asiasisällöt viihteellisessä muodossa, esimerkiksi pelien käyttö lisääntyy opetuksessa. (Mts. 21.)

4 AIKUISTEN KULUTTAMINEN JA VAPAA-AIKA

Tutkimuksen käynnistämisvaiheessa tutkittiin aikuisten kuluttamista ja vapaa-aikaa tilastoina. Tilastoja etsittiin ihmisten vapaa-ajanviettotavoista sekä ajan käytön rakenteesta. Näin saatiin tietoa siitä, miten ja missä ihmiset yleensä viettävät vapaa-aikaansa, ja kuinka paljon heillä on vapaa-aikaa käytettävissään. Tietoja kerättiin sekä kotimaisista että kansainvälisistä tutkimuksista, jotta saatiin myös globaalia tietoa. Vapaa-aikaa tarkasteltiin lisäksi kuluttajan näkökulmasta.

Tutkimusten mukaan elämän laatu ja sisältö tulevat materiaa tärkeämmiksi arvoiksi ansiotason noustessa, jolloin voidaan kuluttaa enemmän vapaa-aikaan. Ajankäyttötutkimuksen perusteella kuluttajat voidaan jakaa kahteen ryhmään. Toisille vapaa-aikana tärkeää on lepääminen ja rentoutuminen, toisille se on aikaa haastaville harrastuksille. Kulutusmenojen ja varallisuustilastojen perusteella suomalaiset käyttävät vaurastuessaan enemmän rahaa asumiseen, liikkumiseen ja kommunikointiin. (Timonen 2005, 21.)

4.1 Ajankäytön rakenne

Kuluttajien vapaa-ajan määrä on lisääntynyt työajan lyhenemisen ja eliniän pidentymisen myötä. Nykyään korostetaan elämysten ja yksilöiden omia tunteuksia valinnoissa. Ihmisten hyvinvointi, positiiviset tunteet ja elämykset nousevat esille kuluttamisessa. Elämisyhteiskunnasta puhuttaessa kuluttajien erottautuminen ja toimiminen yhteiskunnassa korostuvat. (Timonen 2005, 4.)

TAULUKKO 1. 20–74-vuotiaiden naisten ajankäytön rakenne eri maissa (Tilastokeskus 2004, 6).

	BE	DE	EE	FR	HU	SI	FI	SE	UK	NO
Vapaa-aika	4:50	5:24	4:36	4:08	4:38	4:29	5:29	5:03	5:05	5:52
Ateriat, henkilökoht.huolto	2:43	2:43	2:08	3:02	2:19	2:08	2:06	2:28	2:16	1:58
Nukkuminen	8:29	8:19	8:35	8:55	8:42	8:24	8:32	8:11	8:27	8:10
Matkustaminen	1:19	1:18	1:06	0:54	0:51	1:02	1:07	1:23	1:25	1:11
Kotityöt	4:32	4:11	5:02	4:30	4:57	4:57	3:56	3:42	4:15	3:47
Ansiotyö, opiskelu	2:07	2:05	2:33	2:31	2:32	2:59	2:49	3:12	2:33	3:03
Yhteensä	24.	24.	24.	24.	24.	24.	24.	24.	24.	24.

Taulukossa 1 yläsarakkeessa käytetään maiden nimien lyhenteitä (BE on Belgia, DE Tanska, EE Viro, FR Ranska, HU Unkari, SI Slovenia, FI Suomi, SE Ruotsi, UK Iso-Britannia ja NO vastaa Norjaa). Taulukossa 1 näkyy, kuinka paljon naiset käyttävät aikaa, tunteissa ja minuuteissa, päivittäiseen tekemi-

seen. Taulukon mukaan 20–74-vuotiailla suomalaisnaisilla on vapaa-aikaa keskimäärin 5,5 tuntia vuorokaudessa. Suomalaisnaisten vapaa-ajan määrä näyttäisi olevan keskiarvoa suurempi.

TAULUKKO 2. 20–74-vuotiaiden miesten ajankäytön rakenne eri maissa. (Tilastokeskus 2004, 8)

	BE	DE	EE	FR	HU	SI	FI	SE	UK	NO
Vapaa-aika	5:22	5:53	5:28	4:46	5:29	5:34	6:08	5:24	5:30	6:03
Ateriat, henkilökoht.huolto	2:40	2:33	2:15	3:01	2:31	2:13	2:01	2:11	2:04	1:47
Nukkuminen	8:15	8:12	8:32	8:45	8:31	8:17	8:22	8:01	8:18	7:57
Matkustaminen	1:35	1:27	1:17	1:03	1:03	1:09	1:12	1:30	1:30	1:20
Kotityöt	2:38	2:21	2:48	2:22	2:39	2:39	2:16	2:29	2:18	2:22
Ansiotyö, opiskelu	3:30	3:35	3:40	4:03	3:46	4:07	4:01	4:25	4:18	4:31
Yhteensä	24.	24.	24.	24.	24.	24.	24.	24.	24.	24.

Taulukossa 2 näkyy, kuinka paljon miehet käyttävät aikaa, tunteissa ja minuuteissa, päivittäiseen tekemiseen. Taulukon mukaan 20–74-vuotiailla suomalaismiehillä on vapaa-aikaa keskimäärin 6 tuntia vuorokaudessa, mikä on eniten vertailussa olleista.

TAULUKKO 3. 20–74-vuotiaiden naisten vapaa-ajankäyttö. (Tilastokeskus 2004, 84)

	BE	DE	EE	FR	HU	SI	FI	SE	UK	NO
TV ja videot	2:09	1:41	2:11	1:55	2:49	1:44	2:02	1:40	2:09	1:39
Sosiaalinen toiminta	0:50	1:09	0:37	0:44	2:37	0:57	0:54	1:07	1:00	2:04
Lukeminen	0:26	0:38	0:38	0:23	0:40	0:23	0:47	0:35	0:25	0:39
Liikunta	0:15	0:28	0:17	0:23	0:22	0:26	0:28	0:25	0:11	0:28
Lepo	0:28	0:20	0:18	0:06	0:13	0:30	0:20	0:25	0:23	0:12
Harrastukset ja pelit	0:14	0:25	0:06	0:11	0:22	0:07	0:13	0:19	0:15	0:15
Vapaaehtoistyö	0:10	0:15	0:13	0:14	0:08	0:06	0:16	0:12	0:14	0:10
Viihde ja kulttuuri	0:09	0:14	0:05	0:05	0:03	0:04	0:05	0:06	0:06	0:06
Muut	0:09	0:09	0:10	0:05	0:07	0:10	0:11	0:09	0:10	0:14
Yhteensä	4:50	5:19	4:35	4:06	4:40	4:27	5:16	4:57	4:53	5:47

Taulukosta 3 näkyvä keskimääräinen vapaa-aika naisilla on noin 4-5 tuntia päivässä. Television katselu vie suurimman ajan vapaa-ajasta. Seuraavana tulee perheen ja ystävien kanssa vietetty aika, lukemiseen ja urheiluun sekä ulkoiluun käytetty aika on suunnilleen sama. Suomalaisnaisten vapaa-ajankäyttöä ei näytä erityisesti eroavan muiden tilaston maiden naisten vastaavasta.

TAULUKKO 4. 20–74-vuotiaiden miesten vapaa-ajankäyttö (Tilastokeskus 2004, 85)

	BE	DE	EE	FR	HU	SI	FI	SE	UK	NO
TV ja videot	2:23	1:59	2:39	2:08	2:49	2:12	2:25	1:58	2:37	2:06
Sosiaalinen toiminta	0:42	1:03	0:36	0:43	0:49	0:59	0:50	0:57	0:50	1:39
Lukeminen	0:31	0:37	0:39	0:23	0:27	0:155	0:44	0:30	0:26	0:33
Liikunta	0:22	0:29	0:28	0:36	0:21	0:36	0:37	0:32	0:18	0:33
Lepo	0:26	0:17	0:22	0:06	0:25	0:38	0:24	0:22	0:17	0:11
Harrastukset ja pelit	0:25	0:41	0:09	0:18	0:14	0:16	0:20	0:30	0:24	0:25
Vapaaehtoistyö	0:11	0:17	0:17	0:18	0:13	0:11	0:16	0:12	0:10	0:10
Viihde ja kulttuuri	0:11	0:14	0:06	0:05	0:04	0:05	0:06	0:05	0:07	0:07
Muut	0:12	0:09	0:13	0:07	0:08	0:12	0:13	0:11	0:11	0:15
Yhteensä	5:23	5:46	5:29	4:44	5:30	5:32	5:55	5:17	5:20	5:59

Keskivertopäivänä miehillä on vapaa-aikaa 5-5,5 tuntia, joka on noin puoli tuntia enemmän kuin naisilla (taulukko 4). Television katseluun käytetty aika on lähes sama kuin naisilla. Toiseksi eniten aikaa vie sosiaalinen toiminta, johon käytetty aika on aavistuksen verran pienempi kuin naisilla. Useimmissa tutkimuksissa lukeminen vie kolmanneksi eniten miesten vapaa-ajasta. Liikunnan osuus miesten vapaa-ajasta on suurempi kuin naisilla. Suomalaismiesten vapaa-ajan määrä lukeutuu vertailussa olleiden maiden keskitasolle.

TAULUKKO 5. 20–74-vuotiaiden naisten eri paikoissa viettämä aika. (Tilastokeskus 2004, 107)

	BE	DE	EE	HU	SI	FI	SE	NO
Koti	17:48	17:02	17:14	18:48	17:50	16:30	15:55	16:13
Kakkosasunto	0:04	0:10	0:31	0:05	0:19	0:32	0:20	0:36
Työpaikka/koulu	1:57	1:54	3:02	2:23	2:47	2:30	2:58	2:52
Muiden koti	0:37	0:56	0:42	0:43	0:34	1:14	0:58	1:14
Ravintola, kahvila, pubi	0:17	0:10	0:03	0:08	0:08	0:11	0:09	0:11
Matkat	1:19	1:17	1:01	0:51	1:16	1:10	1:21	1:14
Määrittelemätön paikka	1:58	2:28	1:26	1:02	1:07	1:54	2:19	1:40
Yhteensä	24.	24.	24.	24.	24.	24.	24.	24.

Taulukon 5 mukaan naiset viettävät enemmän kuin 2/3 ajastaan kotona. Naiset Unkarissa, Sloveniassa ja Belgiassa viettävät eniten aikaa kotonaan kun taas naiset Suomessa, Ruotsissa ja Norjassa viettävät vähiten aikaa kotonaan. Suomalaiset ja norjalaiset viettävät eniten aikaa kylässä.

TAULUKKO 6. 20–74-vuotiaiden miesten eri paikoissa viettämä aika. (Tilastokeskus 2004, 108).

	BE	DE	EE	HU	SI	FI	SE	NO
Koti	16:00	15:25	15:17	16:41	16:06	14:51	14:27	14:32
Kakkosasunto	0:03	0:12	0:39	0:08	0:21	0:35	0:15	0:38
Työpaikka/koulu	3:12	3:21	4:20	3:41	3:50	3:19	4:06	4:16
Muiden koti	0:36	0:51	0:42	0:58	0:35	1:11	0:57	1:00
Ravintola, kahvila, pubi	0:23	0:12	0:06	0:22	0:13	0:17	0:11	0:10
Matkat	1:35	1:26	1:13	1:03	1:30	1:27	1:33	1:29
Määrittelemätön paikka	2:11	2:30	1:44	1:08	1:24	2:20	2:32	1:56
Yhteensä	24.	24.	24.	24.	24.	24.	24.	24.

Taulukon 6 mukaan miehet viettävät vähemmän käytettävissä olevasta ajastaan kotona kuin naiset. Miehet viettävät vastaavasti enemmän aikaa työpaikallaan kuin naiset ja hieman enemmän aikaa ravintoloissa, kahviloissa tai pubeissa kuin naiset. Miehet myös käyttävät enemmän aikaa matkustamiseen

kuin naiset. Vapaa-ajan asunnolla ja kylässä vietetty aika on kutakuinkin sama molemmilla sukupuolilla.

Tilastoja tutkimalla voidaan tehdä päätelmiä Lutakon alueella liikkuvien ajankäytöstä. Tilastoiden perusteella voidaan päätellä, että myös Lutakon alueella liikkuvilla naisilla on vapaa-aikaa keskimäärin viisi ja puoli tuntia ja miehillä noin kuusi tuntia vuorokaudessa. Naiset tekevät töitä tai opiskelevat tilastoiden perusteella noin kolme tuntia ja miehet puolestaan noin neljä tuntia. Lutakon alueella liikkuvat naiset käyttävät kotitöihin aikaa oletettavasti noin neljä tuntia ja miehet noin kaksi tuntia vuorokaudessa.

Tilastoiden perusteella voidaan olettaa, että myös Lutakon alueella liikkuvat naiset käyttävät television ja videoiden katseluun aikaa noin kaksi tuntia ja miehet noin kaksi ja puoli tuntia. Naiset ja miehet käyttävät sosiaaliseen toimintaan noin 50 minuuttia vuorokaudessa. Tilastoiden perusteella voidaan olettaa, että Lutakon alueella liikkuvat ihmiset viettävät eniten aikaansa kotona. Toiseksi eniten ihmiset oletettavasti viettävät aikaansa töissä tai koulussa. Ravintoloissa naiset viettävät tilastoiden mukaan hieman vähemmän aikaansa kuin miehet.

4.2 Harrastamiseen käytetty aika

Ihmiset hakevat vapaa-ajallaan vastapainoa työlle. Elämykset antavat mahdollisuuden irtautua arjesta, ja niiden kautta elämän laadun koetaan paranevan. Vapaa-ajan tekemisen tulee myös tuottaa iloa ja mielihyvää. Lisäksi tärkeää on myös itsensä toteuttaminen ja haastaminen sekä autonomia (Timonen 2005, 21).

TAULUKKO 7. Naisten ajankäyttö iloa tuottavaan tekemiseen vuosina 1999–2000. (Timonen 2005, 7)

Vapaa-ajan toimet	ikä 15–24 vuotta tuntia, minuuttia vuorokaudessa	ikä 25–44 vuotta tuntia, minuuttia vuorokaudessa	ikä 45–64 vuotta tuntia, minuuttia vuorokaudessa	ikä yli 65 vuotta tuntia, minuuttia vuorokaudessa
kodin askareet	2,14	3,35	3,36	4,09
ulkoilu	0,20	0,31	0,51	1,19
liikunta	0,23	0,17	0,15	0,13
median seuraam.	2,46	2,16	3,09	4,31
vrt. ansiotyö	1,30	3,30	3,07	0,07

Naiset käyttävät aikaansa pääasiassa kodin askareisiin (taulukko 7). Ulkoilun ja median seuraamisen määrä nousee iän myötä kun taas liikunnan osuus vähenee. Kodin askareisiin taas käytetään enemmän aikaa iän noustessa. Työssä oloon eniten käyttävät aikaansa 25–64-vuotiaat, mikä on luonnollista työikäiselle.

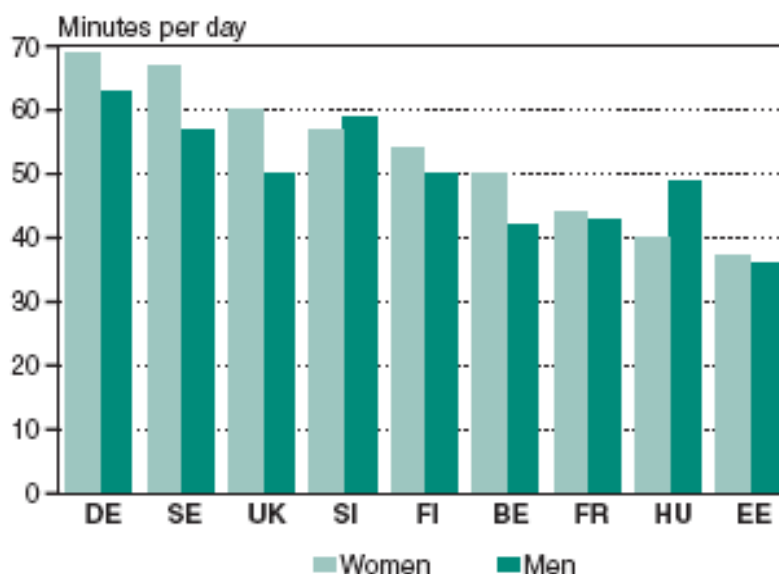
TAULUKKO 8. Miesten ajankäyttö iloa tuottavaan tekemiseen vuosina 1999–2000. (Timonen 2005, 7)

Vapaa-ajan toimet	ikä 15–24 vuotta tuntia, minuuttia vuorokaudessa	ikä 25–44 vuotta tuntia, minuuttia vuorokaudessa	ikä 45–64 vuotta tuntia, minuuttia vuorokaudessa	ikä yli 65 vuotta tuntia, minuuttia vuorokaudessa
kodin askareet	2,48	2,50	2,41	3,00
ulkoilu	0,18	0,38	1,02	1,18
liikunta	0,40	0,23	0,23	0,14
median seuraam.	2,40	2,47	3,31	4,55
vrt. ansiotyö	2,03	5,10	4,10	0,19

Työikäiset, 25–66-vuotiaat, miehet käyttävät luonnollisesti eniten aikaa työhön (taulukko 8). Median seuraaminen lisääntyy iän mukana, samoin kodin askareiden teko. Liikuntaa harrastavat nuoret enemmän ja ulkoilua taas vanhemmat.

Taulukoista 7 ja 8 näkee hyvin sukupuolten väliset erot. Työikäisten miesten ajankäyttö eroaa radikaalisti samanikäisten naisten kanssa eritoten työhön käytetyssä ajassa. 25–44-vuotiaat miehet käyttävät ajastaan lähes kaksi tuntia enemmän työntekoon kuin samanikäiset naiset. Naiset taas vastavuoroisesti käyttävät enemmän aikaansa kodinaskareisiin. Taulukoiden perusteella voidaan todeta, että ihmisten vapaa-aikaa vievät eniten kodinaskareet ja median seuraaminen. Vapaa-aikaa vietetään näin ollen paljon kotona.

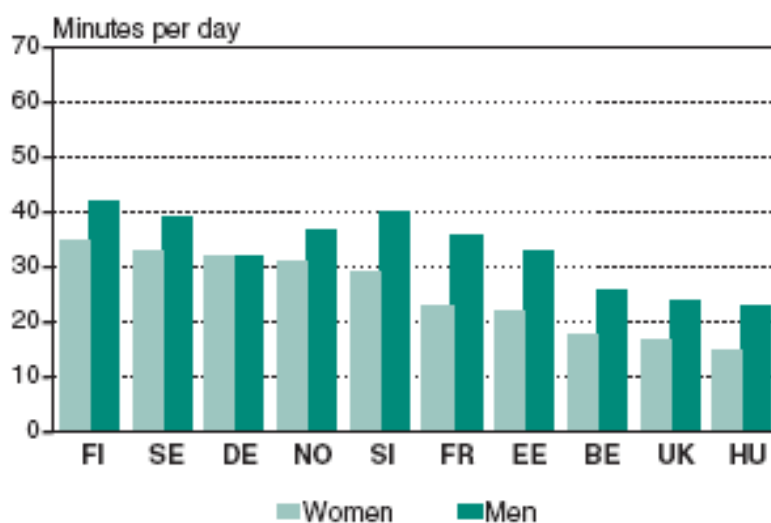
Seuraavissa tilastoissa vapaa-aika on määritelty aikana, joka jää kun nukkuminen, ruokailu, matkat, kuten työmatka, kotitaloustyö ja ansiotyö vähennetään kokonaisajasta. Taulukoissa käytetyt maiden lyhenteet ovat samat kuin taulukoissa 1 ja 2.



KUVIO 6. 20–74-vuotiaiden sosiaaliseen toimintaan käyttämä aika (Tilastokeskus 2004, 91)

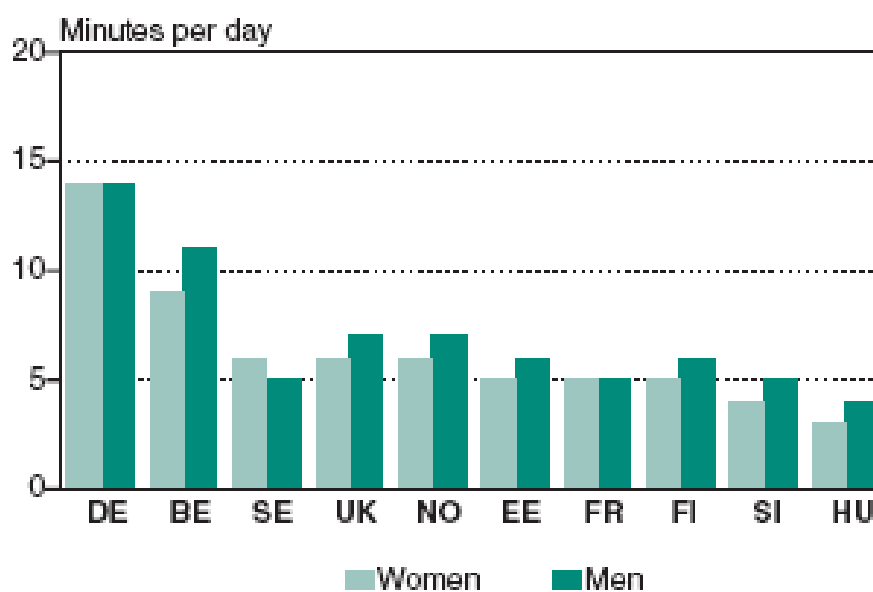
Kuviossa 6 sosiaalisella toiminnalla tarkoitetaan kyläilyä ja juhlia, puheluita ja keskusteluja perheen, sukulaisten ja ystävien kanssa, kun muita aktiviteetteja ei ole mainittu. Sosiaaliseen toimintaan käytetty aika on ilmaistu minuutteina

vuorokaudessa. Sosiaalinen toiminta unohdetaan helposti, kun kuvaillaan, kuinka ihmiset viettävät vapaa-aikaansa, vaikka se vie viidenneksen koko vapaa-ajasta. Useimmissa maissa naiset käyttävät enemmän aikaa sosiaaliseen toimintaan kuin miehet. Suomessa naisten ja miesten väliset erot eivät eroa muista maista.



KUVIO 7. 20–74-vuotiaiden liikuntaan käyttämä aika. (Tilastokeskus 2004, 95)

Kuvion 7 mukaan miehet ovat aktiivisempia liikunnan harrastajia kuin naiset. Miehet käyttävät liikuntaan 23–42 minuuttia vuorokaudessa, kun taas naiset käyttävät liikuntaan aikaa 15–35 minuuttia vuorokaudessa. Nämä luvut eivät sisällä hyötyliikuntaa, kuten kävelyä ja pyöräilyä töihin. Suomessa, Saksassa, Sloveniassa, Ruotsissa ja Norjassa käytetään enemmän aikaa liikuntaan kuin muissa vertailun maissa. Suomalaiset käyttävät tutkimuksen mukaan eniten aikaa liikuntaan vertailussa olleista maista.



KUVIO 8. 20–74-vuotiaiden viihteeseen ja kulttuuriin käyttämä aika. (Tilastokeskus 2004, 103)

Kuviossa 8 viihteellä ja kulttuurilla tarkoitetaan elokuvissa, teatterissa, konserteissa, näyttelyissä, museoissa ja urheilutapahtumissa käyntiä. Tähän sisältyy myös eläintarhoissa ja vapaa-ajan puistoissa käynti. Saksalaiset ja belgialaiset käyttävät enemmän aikaa viihde- ja kulttuuripalveluihin kuin muut tutkimukseen osallistuneet. Muut maat ovat suunnilleen tasavertaisia. Miesten ja naisten välillä ei ole huomattavia eroja. Viihteeseen ja kulttuuriin suomalaiset käyttävät vähän aikaa verrattuna muihin tutkimuksen maihin.

TAULUKKO 9. Kuluttajien käyttämä aika ravintoloissa, kahviloissa ja pubeissa ikäryhmittäin. (Tilastokeskus 2004, 114)

	BE	DE	EE	HU	SI	FI	SE	UK	NO
15-24									
Yhteensä	0:25	0:13	0:14	0:23	0:26	0:21		0:30	0:15
Naiset	0:24	0:14	0:13	0:16	0:22	0:21		0:28	0:15
Miehet	0:26	0:12	0:15	0:29	0:29	0:21		0:31	0:15
25-44									
Yhteensä	0:22	0:11	0:05	0:17	0:09	0:18	0:12	0:22	0:11
Naiset	0:17	0:10	0:03	0:10	0:07	0:13	0:10	0:17	0:11
Miehet	0:26	0:12	0:06	0:24	0:12	0:23	0:15	0:27	0:11
45-64									
Yhteensä	0:17	0:12	0:03	0:12	0:09	0:09	0:07	0:17	0:08
Naiset	0:16	0:10	0:02	0:05	0:06	0:07	0:07	0:13	0:09
Miehet	0:19	0:13	0:04	0:19	0:11	0:13	0:07	0:21	0:08
65+									
Yhteensä	0:11	0:08	0:00	0:03	0:03	0:05	0:02	0:09	0:03
Naiset	0:09	0:08	0:01	0:01	0:01	0:04	0:02	0:07	0:03
Miehet	0:14	0:10	0:00	0:07	0:05	0:06	0:03	0:13	0:04

Taulukosta 9 näkee ikäryhmien väliset erot heidän ravintoloissa käymises-
sään. Ihmiset viettävät vähän aikaa ravintoloissa, kahviloissa ja pubeissa,
mutta tutkittujen maiden välillä on merkittäviä eroja. Nuoret viettävät enemmän
aikaa ravintoloissa, kahviloissa ja pubeissa kuin vanhemmat ikäryhmät. Nuo-
rimmassa ikäryhmässä miehet ja naiset viettävät lähes saman verran aikaa
ravintoloissa. Suomessa vanhemmat miehet viettävät hieman enemmän aikaa
ravintoloissa kuin naiset.

Tilastoiden perusteella voidaan tehdä päätelmiä koskien Lutakon alueella liik-
kuvien ihmisten harrastuksiin käyttämää aikaa. Naiset käyttävät hieman
enemmän aikaa sosiaaliseen toimintaan kuin miehet. Miehet puolestaan käyt-
tävät enemmän aikaa liikuntaan kuin naiset. Tilastoiden perusteella voidaan
päättellä, että myös Lutakon alueella liikkuvat naiset käyttävät viihteeseen ja
kulttuuriin enemmän aikaa kuin miehet. Taulukon 9 mukaan nuoret viettävät
vanhempia ihmisiä enemmän aikaa ravintoloissa, kahviloissa ja pubeissa.

Tämän perusteella voidaan olettaa, että Lutakossa olisi kysyntää ravintolapalveluille, koska Lutakossa asuu keskimääräistä enemmän nuoria.

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

5.1 Tutkimuksen lähtökohta ja kohderyhmät

Tutkimuksen lähtökohta oli Lutakon palveluiden kehittämisympäristön suunnittelu. Kehittämisprosessiin valittiin käyttäjälähtöinen näkökulma, jonka vuoksi tutkittiin ihmisten vapaa-ajan viettotapoja ja -toiveita. Tässä työssä vapaaajalla tarkoitetaan arkena olevaa vapaa-aikaa. Tutkimuksessa ei selvitetty loman viettotapoja. Tutkimuksen tavoitteena oli saada työkaluja alueen palveluiden käyttäjälähtöiseen kehittämiseen. Pääpaino työssä oli ravintolapalveluiden kehittämistarpeen selvittämisessä. Tutkimusongelmiksi määriteltiin kaksi keskeisintä kysymystä:

- Miten Lutakon alueella liikkuvat ihmiset viettävät vapaa-aikaansa illalla?
- Minkälaisia palveluita Lutakossa halutaan käyttää iltaisin?

Yhdeksi kohderyhmäksi valittiin Lutakon asukkaat, koska he ovat Lutakon palveluiden potentiaalisimmat käyttäjät. Toiseksi kohderyhmäksi valittiin Paviljongin iltatapahtuma-asiakkaat, koska heillä oletettiin olevan potentiaalia käyttää Lutakon palveluita aiempaa monipuolisemmin. Vastaukset haluttiin suoraan Lutakossa liikkuvilta ihmisiltä itseltään, jotta esille nousevat kehittämissuunnitelmat palvelisivat mahdollisimman hyvin kohderyhmiä. Tutkimuksen tavoitteena oli saada viisisataa haastattelua molemmilta kohderyhmiltä.

5.2 Tutkimusote

Tutkimusmetodiksi valittiin puolistrukturoitu haastattelu. Puolistrukturoidussa haastattelussa kysymysten muotoilu ja järjestys on kaikille sama. Metodi perustuu siihen, että kysymyksillä on sama merkitys kaikille vastaajille. Valmiita vastausvaihtoehtoja ei anneta, vaan haastateltava saa vastata omin sanoin. (Eskola & Suoranta 1999, 87.) Tiedonkeruutavaksi valittiin haastattelu, koska vastaukset kysymyksiin tuli saada nopeasti. Aikaa haastatteluun oli vähän, koska ne tehtiin ulkona, ja useat haastateltavat olivat matkalla esimerkiksi töihin tai viihdetapahtumaan. Tiedonkeruutavan valintaan vaikutti myös se, miten aiheesta saa mahdollisimman paljon ja mahdollisimman syvällistä tietoa. Haastattelua voidaan käyttää sekä kvantitatiivisessa eli määrällisessä että kvalitatiivisessa eli laadullisessa tutkimuksessa (Mts. 87). Haastattelut tarjoavat ihmisen itsensä kertomaa tietoa omista uskomuksista, asenteista ja käyttäytymisestä (Frey, Botan & Kreps 2000, 100).

Tutkimusote tässä työssä on osaksi kvalitatiivinen, mutta lomakkeiden avulla saatua informaatiota tarkastellaan myös kvantitatiivisesti. Kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen tutkimuksen yhdistämistä nimitetään monistrategiseksi tutkimukseksi (Hirsjärvi & Hurme 2001, 28). Tutkimus on osaltaan kvalitatiivinen, koska tutkijan ja tutkittavan suhde on läheinen haastattelumetodin myötä. Toisaalta tutkimus on kvantitatiivinen, koska haastattelukysymykset suunniteltiin niin, että kuka tahansa voi toimia haastattelijana. Haastattelua ohjasi kysymyslomake, ei haastattelija. Tutkimusstrategia oli puolistrukturoitu, joten tältäkin osalta tutkimus sijoittuu kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen tutkimuksen väli- maastoon. (Hirsjärvi ym. 2007, 126.)

5.3 Aineiston keruu

Tutkimuksen aineiston keruuseen osallistui ryhmiä Jyväskylän ammattikorkeakoulun tutkimuksen tekoon liittyvältä opintojaksolta. Haastattelijoita oli noin

sata, joka mahdollisti suuren otoksen saamisen. Opiskelijoita ohjeistettiin kontaktitunneilla tutkimuksen taustoihin, lomakkeen sisältöön ja haastattelutekniikkaan. Tällä varmistettiin tutkimuksen luotettavuus toteutustavan suhteen. Tutkimus toteutettiin Lutakossa kuutena eri päivänä. Haastatteluja tehtiin Jyväskylän Paviljongin viihdetapahtuma-asiakkaille sekä Lutakon asukkaille. Otosten koko oli yhteensä 625, jolla voidaan sanoa olevan merkitystä.

Paviljongin ilta-tapahtuma-asiakkaiden haastattelut

Paviljongin asiakkaita haastateltiin lauantaina 15.11., keskiviikkona 19.11. ja torstaina 20.11.2008. Tapahtumat näinä iltoina olivat Äly vapaalla -kabaree ja Juha Tapion sekä Mattilan sisarusten konsertit. Haastattelut ajoitettiin alkamaan noin tuntia ennen tapahtumien alkamista eli kello 18. Aineiston keruu suoritettiin Paviljongin lähiympäristössä julkisilla alueilla, koska lupaa Paviljongin alueelle ei saatu. Haastattelijat ohjattiin ennalta suunnitelluille paikoille. Nämä paikat olivat Schaumanin Puistotie, Piippukatu, Jyvä-Parkki Oy:n Lutakon pysäköintialue sekä Matkakeskuksesta johtavan kävelysillan pää. Paikat valittiin, koska niiden oletettiin olevan suosituimmat kulkuväylät Paviljonkiin. Pysäköintialue ja kävelysillan pää osoittautuivat parhaimmiksi haastattelupaikoiksi, kuten ennalta arvioitiin. Piippukadulta saatiin haastatteluja ennakoitua enemmän. Schaumanin Puistotieltä saatiin vain muutama haastattelu, koska ilmeisesti suurin osa Paviljongin viihdetapahtuma-asiakkaista tuli autolla kauempaa.

Otoksen koko oli 288, joka jäi tavoitteesta noin 200. Aineiston keruu oli hankalaa, koska Paviljongin asiakkailta ei ollut paljon aikaa vastata kysymyksiin. Asiakkaat tulivat myöhään paikalle, joten heillä oli kiire tapahtumaan. Näin ollen aineisto jäi alkuperäisestä suunnitelmasta poiketen pienemmäksi.

Lutakon asukashaastattelut

Lutakon asukkaita haastateltiin maanantaina 24.11., torstaina 27.11. ja perjantaina 28.11.2008. Haastattelut ajoitettiin iltapäivälle kello 15 alkaen, koska oletettiin, että alueella liikkuu tuolloin paljon ihmisiä, jotka palaavat esimerkiksi töistä. Aineiston keruu suoritettiin Lutakossa Schaumanin Puistotiellä, Matka-

keskukselta johtavan kävelysillan päässä sekä asuintalojen pysäköintialueilla. Suurin osa haastatteluista saatiin tehtyä Schaumanin Puistotien varrella, kuten ennalta oletettiin.

Tutkimusotos on 337 ja se jäi tavoitteesta noin 150. Lutakon asukkaiden haastattelu oli helpompaa ja nopeampaa kuin Paviljongin asiakkaiden, koska haastateltavaksi kävivät kaikki vastaantulijat, eikä tarvinnut valita tiettyä kohderyhmää. Otos jäi aiottua pienemmäksi, koska osa haastatteliijoista ei ollut käytettävissä kyseisenä ajankohtana.

5.3.1 Haastattelulomakkeiden laadinta

Haastattelulomakkeiden laadinta alkoi tutkimusongelmien määrittelemisestä. Molemmille kohderyhmille tehtiin omat haastattelulomakkeensa, jotta saatiin tarkoituksenmukaista tietoa valituilta kohderyhmiltä. Kohderyhmät eroavat toisistaan esimerkiksi tarpeidensa ja kuluttajakäyttäytymisensä puolesta. Iltatahtuma-asiakkaan palveluntarve kertaluontoisempaa, kun taas lutakkolaisella palveluntarve on jatkuvaa. Haastattelulomakkeen laadinnassa noudatettiin Lotin (1998, 76) ohjeita. Lotin mukaan kysymykset eivät saa olla johdattelevia, eivätkä liian pitkiä. Kysymysten tulee olla yksinkertaisia, yksiselitteisiä ja selviä, lisäksi kysytään vain yhtä asiaa kerrallaan. Kysymyksissä ei käytetä sivistyssanoja, slangia eikä outoja sanoja.

Haastattelulomake koostuu kahdesta osasta, jotka ovat identifikaatio-osa eli henkilötieto-osa ja tieto-osa, joka sisältää varsinaiset kysymykset (Kaljonen & Tähtinen 1996, 23). Tutkimuksen molemmissa haastattelulomakkeissa identifikaatio-osassa annettiin ikäarvio ja todettiin sukupuoli, lisäksi asukashaastattelussa kysyttiin asuinpaikkaa sekä sosiaalista statusta.

5.3.2 Haastattelu Lutakon asukkaille

Harrastuksia kysymällä selvitettiin ihmisten mielenkiinnon kohteita ja vapaa-ajan viettotottumuksia. Tavoitteena oli saada selville kolme haastateltavan tärkeimmäksi luokittelemaa harrastusta. Tällä tavalla pyrittiin saamaan monipuolisia vastauksia eikä pelkästään lenkkeilyä ja tv:n katselua. Ravintolassa käynnin syitä kysymällä selvitettiin, miten ihmiset saadaan käyttämään ravintolapalveluita.

Asukkailta kysyttiin, mitä viihtymispalveluita he haluaisivat käyttää alueella iltaisin. Tämän kysymyksen keskeisen sisällön lisäksi kysymyksen avulla saadaan selville myös palveluiden nykytila. Jos tuloksista nousee jokin asia usein esille, voidaan olettaa, että asiaa ei ole huomioitu palvelutarjonnassa.

Lutakon asukkailta kysyttiin, kuinka usein he käyvät ravintolassa iltaisin. Tällä kysymyksellä selvitettiin henkilön potentiaalia ravintola-asiakkaana. Potentiaalia selvitettiin myös kysymällä asuinpaikkaa. Jatkokysymyksenä Lutakon ulkopuolella asuvilta kysyttiin, kuinka usein he käyvät Lutakossa iltaisin. Näiden henkilöiden asuinpaikkaa ei kysytty, koska sillä ei ollut merkitystä, vaan tärkeänä tutkimuksen kannalta pidettiin Lutakossa käyntien määrää.

Lutakon asukkailta kysyttiin, mitä he haluaisivat harrastaa ravintolassa iltaisin. Tämän kysymyksen vastauksia verrattiin haastateltavien muihin harrastuksiin ja selvitettiin eroavatko ne toisistaan. Kysymyksen avulla saatiin tietoa siitä, millaisia lisä- ja ohjelmapalveluita ravintoloihin ja muuhun iltatoimintaan kaivataan. Viimeiseksi asukkailta kysyttiin, missä ravintolassa he käyvät useimmiten iltaisin. Tämä kysymys esitettiin viimeisenä, jottei se johdattelisi haastateltavaa ajattelemaan yksipuolisesti. Kysymyksen avulla saatiin tietoa siitä, millaiselle ravintolalle Lutakossa voisi olla kysyntää.

5.3.3 Haastattelu Paviljongin iltatapahtuma-asiakkaille

Yhteisiä kysymyksiä Paviljongin iltatapahtuma-asiakkaille ja Lutakon asukkaille olivat harrastukset, syyt käydä ravintolassa sekä ravintolassa käyntitiheys. Iltatapahtuma-asiakkailta kysyttiin, minkä tyyppisissä ravintoloissa he käyvät useimmiten iltaisin. Kysymys luokiteltiin samalla periaatteella kuin Lutakon asukashaastattelun kysymys missä ravintolassa käyt useimmiten iltaisin. Kysymyksellä selvitettiin, millaiselle ravintolalle olisi kysyntää Lutakossa.

Iltatapahtuma-asiakkailta kysyttiin syitä, joiden vuoksi he tulisivat viettämään iltaa Lutakkoon. Tällä kysymyksellä selvitettiin, millaisia tapahtumia ja aktiviteetteja alueelle kaivataan. Heiltä kysyttiin myös, mitä muita palveluita he haluaisivat käyttää Lutakossa käydessään Paviljongin iltatapahtumissa. Tällä kysymyksellä selvitettiin, mitä muita palveluita alueella kannattaa tarjota, jotta alueellinen palvelukokemus olisi nykyistä kattavampi.

5.4 Lomakkeiden käsittely

Laadullisesta tutkimuksesta erotetaan kaksi vaihetta, havaintojen pelkistäminen ja arvoituksen ratkaiseminen. Nämä vaiheet voi erottaa myös haastattelu-tutkimuksessa. Ensin määritellään muuttujat ja koodit, koodataan kerätty aineisto ja tehdään tilastolliset aineistot. Sen jälkeen tulokset tulkitaan. Tulkintapuna käytetään muuta tietoa, kuten aiempia tutkimustuloksia. (Alasuutari 1994, 41.)

Havaintojen tuottamiseksi ja selittämiseksi on kaksi vaihetta, jotka eivät välttämättä ajallisesti seuraa toisiaan (Mts. 41). Merkitystulkintojen tekeminen on laadullisen tutkimuksen ydin, mutta laadullinen tutkimus voi sisältää kvantitatiivisia osatarkasteluja. Erillinen aineisto voidaan koodata muuttujien mukaan taulukkomuotoon tarpeeksi usein toistuvien havaintoyksiköiden osalta. (Mts. 44.)

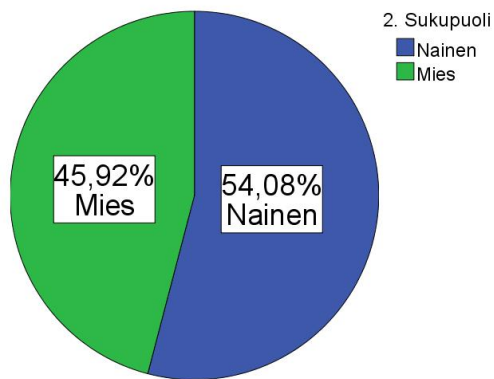
Lomakkeiden käsittely aloitettiin syöttämällä vastaukset Digium Enterprise -ohjelmaan. Digium on web-pohjainen tiedonkeruuohjelma, jolla vastaukset saatiin sähköiseen muotoon. Vastausten syöttämisen jälkeen avoimet kysymykset luokiteltiin aineistolähtöisesti. Tämän jälkeen luokittelun tulokset syötettiin Digiumiin. Kun kaikki vastaukset oli saatu Digium-ohjelmaan, siirrettiin ne Exceeliin, jotta data saatiin taulukkomuotoon. Excelistä vastaukset siirrettiin SPSS-ohjelmaan, jolla tuloksista tehtiin yhteenvetoja.

6 TUTKIMUSTULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET

6.1 Haastateltujen taustatiedot

Haastattelun aluksi haastateltavien ikä arvioitiin ja merkittiin haastattelulomakkeeseen. Tuloksia tarkastellessa on syytä huomioda, että kyseessä on arvio, eivätkä tulokset näin ollen ole sataprosenttisen luotettavia iän osalta. Taustatietokohtaan merkittiin myös haastateltavan sukupuoli. Lutakon asukashaastattelussa kysyttiin lisäksi myös sosiaalista asemaa sekä asuinpaikkaa.

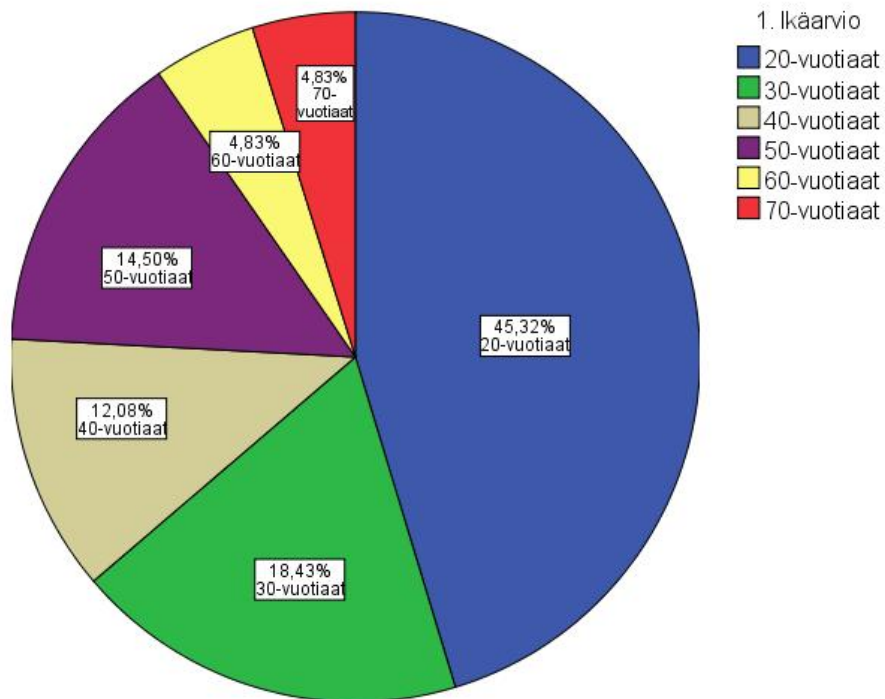
Lutakon asukashaastattelut



N= 337

KUVIO 9. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden sukupuolijakauma

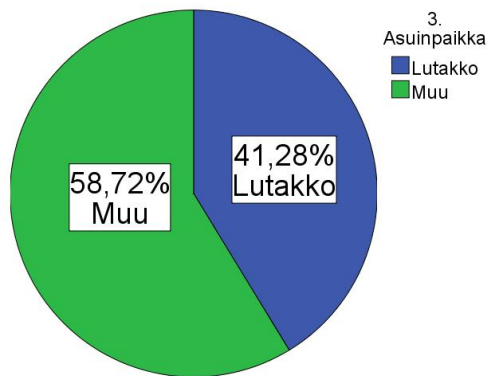
Kuvio 9 osoittaa, että Lutakon asukkaiden haastatteluun vastanneista naisia oli 54,08 % (n= 179) ja miehiä 45,92 % (n= 152). Haastatteluun vastanneiden sukupuolijakauma on Lutakon väestön sukupuolijakauman kaltainen.



N= 337

KUVIO 10. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden ikäjakauma

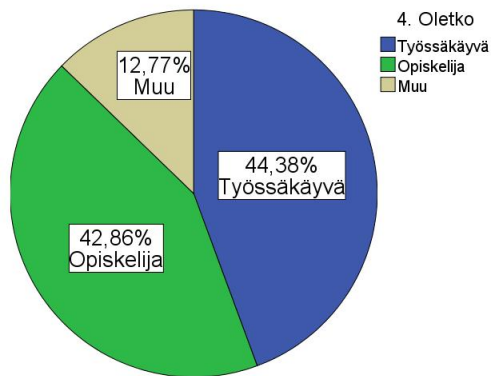
Kuviosta 10 käyvät ilmi Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden ikäryhmät. Haastateltujen ikä arvioitiin kymmenen vuoden tarkkuudella. 20-vuotiaiden osuus oli kaikista suurin, 45,32 % (n= 150) ja seuraavaksi eniten oli 30-vuotiaita, joiden osuus oli 18,43 % (n= 61). 40-vuotiaita oli 12,08 % (n= 40) ja 50-vuotiaita 14,50 % (n= 48). 60-vuotiaiden osuus oli yhtä suuri kuin 70-vuotiaiden eli 4,83 % (n= 16). Vastajien keski-ikä oli 33 vuotta. Ikäjakauma vastaa Lutakon todellista ikäjakaumaa. Ikäjakaumasta nähdään opiskelijoiden ja työkäisten suuri osuus haastatteluun vastanneista. Tämä selittyy sillä, että Lutakon alueella on paljon työllistäviä yrityksiä sekä Jyväskylän ammattikorkeakoulun yksiköitä.



N= 337

KUVIO 11. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden asuinpaikka

Haastattelussa kysyttiin, missä haastateltava asuu (kuvio 11). Jos haastateltava asui jossain muualla kuin Lutakossa, ei kuitenkaan kysytty, missä hän asuu. Haastatteluun vastanneista 41,28 % (n= 135) oli Lutakon asukkaita, ja muualla asuvia oli 58,72 % (n= 192). Tuloksista käy ilmi, että Lutakossa liikkuu paljon muualla asuvia ihmisiä. Tämä johtunee työ- ja opiskelupaikkojen laajasta tarjonnasta. Haastattelut tehtiin sellaiseen aikaan, että ihmiset olivat juuri päässeet töitä ja koulusta, joten senkin vuoksi muualla asuvien osuus vastanneista oli suurempi kuin Lutakossa asuvien.

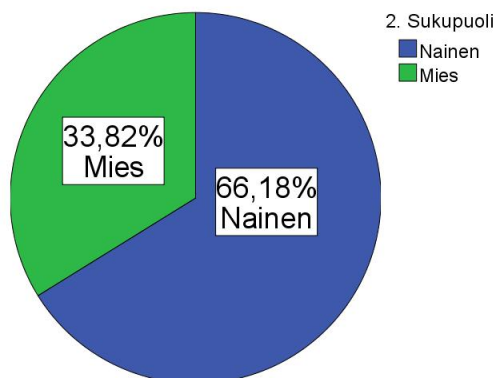


N= 337

KUVIO 12. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden sosiaalinen asema

Haastatteluun vastanneista 44,38 % (n= 146) oli työssä käyviä ja 42,86 % (n= 141) opiskelijoita. 12,77 % (n = 42) edusti muuta sosiaalista statusta, jota ei kysytty tai määritelty (kuvio 12). Kuten sukupuoli- ja ikäjakaumasta jo pääteltiin, myös sosiaalisen aseman tulosten pohjalta nähdään alueen merkittävyys työllistäjänä ja koulutuksen tarjoajana.

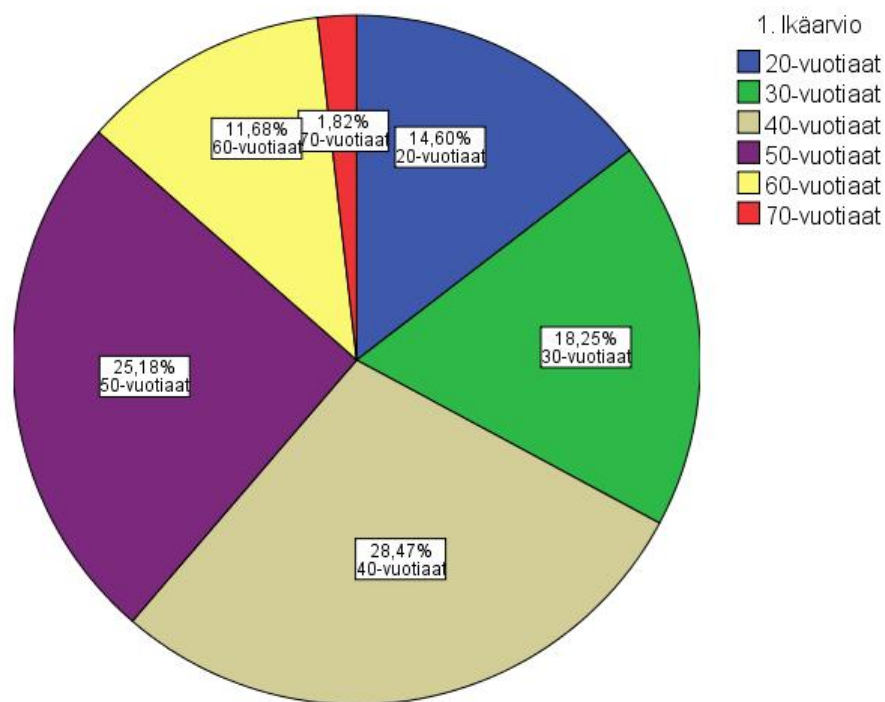
Paviljongin iltatapahtuma-asiakashaastattelut



N= 272

KUVIO 13. Paviljongin iltatapahtuma-asiakkaiden sukupuolijakauma

Kuviosta 13 näkee, että haastateltavista naisia oli 66,18 % (n= 180) ja miehiä 33,82 % (n= 92). Koko väestöstä naisia on enemmän, mutta se ei kokonaan selitä naisten suurta osuutta. On oletettavissa, että naiset käyvät miehiä useammin yhdessä iltaviihdetapahtumissa. Viihdetapahtumat myös kiinnostavat oletettavasti enemmän naisia kuin miehiä. Lisäksi tapahtumat, joiden aikaan haastattelut tehtiin, olivat enemmän naisille suunnattuja.



N= 288

KUVIO 14. Paviljongin iltatapahtuma-asiakkaiden ikäjakauma

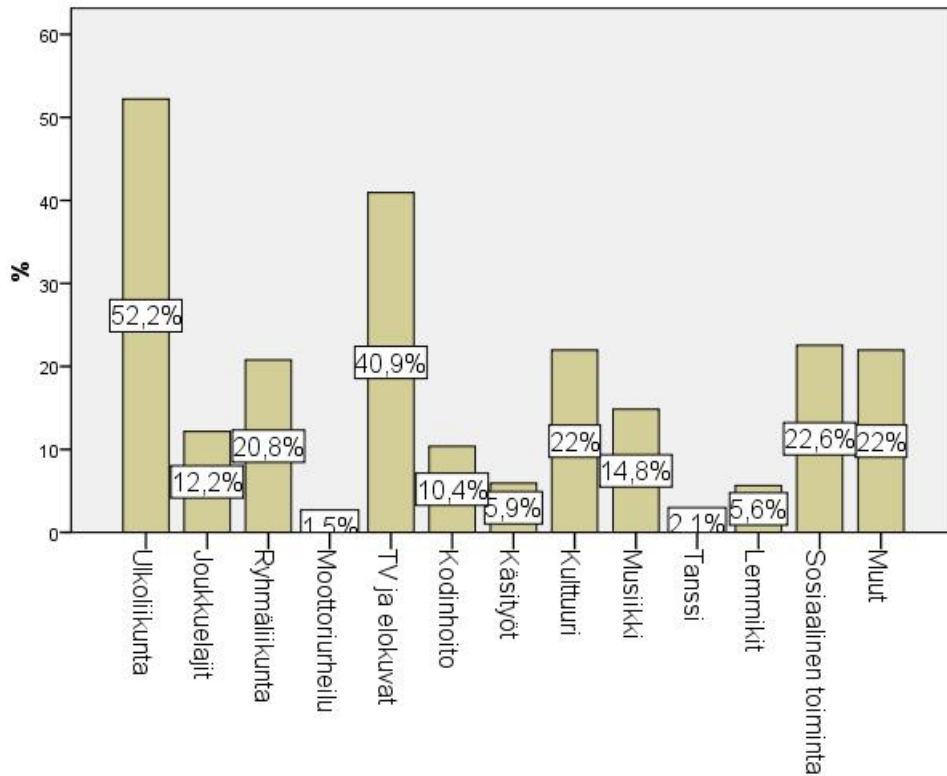
Haastateltavien ikä arvioitiin kymmenen vuoden tarkkuudella (kuvio 14). Vastanneista 20-vuotiaita oli 14,60 % (n= 54) ja 30-vuotiaita 18,25 % (n= 50). 40-vuotiaiden osuus oli 28,47 % (n= 78) ja 50-vuotiaiden 25,18 % (n= 69). 60-vuotiaita haastatelluista oli 11,68 % (n= 32) ja 70-vuotiaita 1,82 % (n= 5). Kaikkien vastanneiden keski-ikä oli 41 vuotta. Vastanneiden ikäjakaumaa voidaan selittää sillä, että pikkujouluaikaan iltatapahtumissa käy paljon yritysasi-

akkaita, joten vastanneet ovat työiässä olevia. 20-vuotiaita on hieman pienempi osuus, koska monet sen ikäiset ovat vielä opiskelijoita tai eivät ole vakituksessa työsuhteessa. Vanhemmat henkilöt ovat jo saattaneet jäädä eläkkeelle, eivätkä siksi ole pikkujoulu-aikaan asiakkaina.

6.2 Miten Lutakon alueella liikkuvat ihmiset viettävät vapaa-aikaansa illalla?

Vapaa-ajan viettotapojen tutkimiseksi haastateltavilta kysyttiin harrastuksia ja ravintolassa käyntisyytiä, sekä millaisissa ravintoloissa he käyvät. Haastattelukysymykset olivat avoimia eli valmiita vastausvaihtoehtoja ei annettu. Saadut vastaukset luokiteltiin aineistolähtöisesti. Tulokset esitetään kuvioina ja taulukoina alkaen kokonaisotoksen vastauksista. Lisäksi tulokset taulukoitiin sukupuolittain ja ikäryhmittäin. Sukupuolittain ja ikäryhmittäin taulukoituja tuloksia verrattiin kokonaisotokseen.

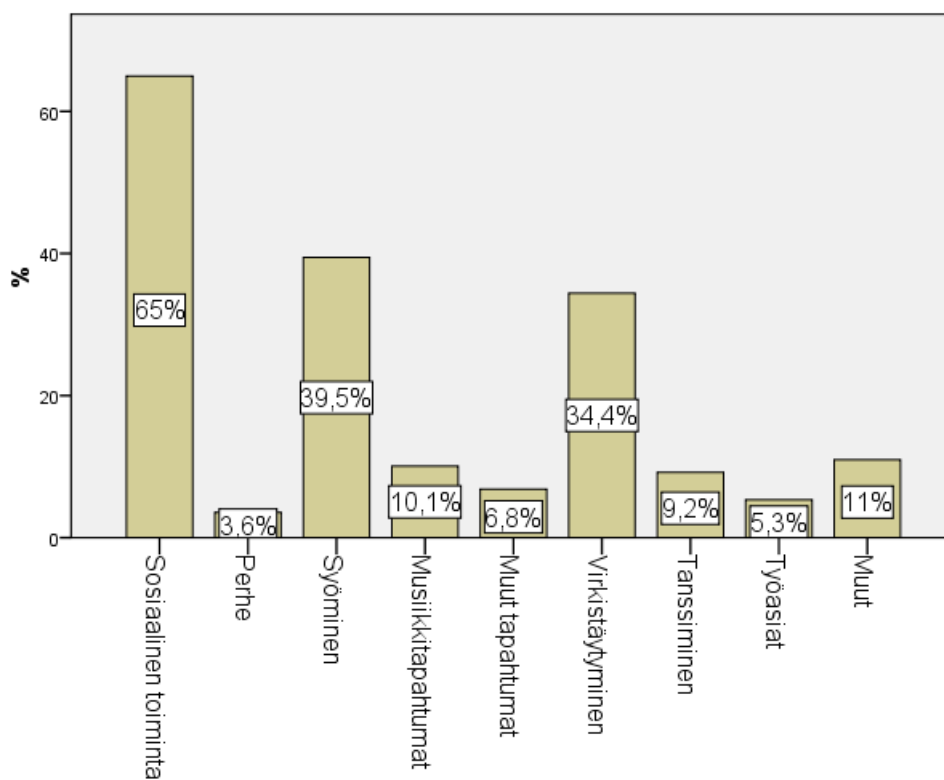
Lutakon asukashaastatteluiden tulokset



N= 337

KUVIO 15. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden harrastukset

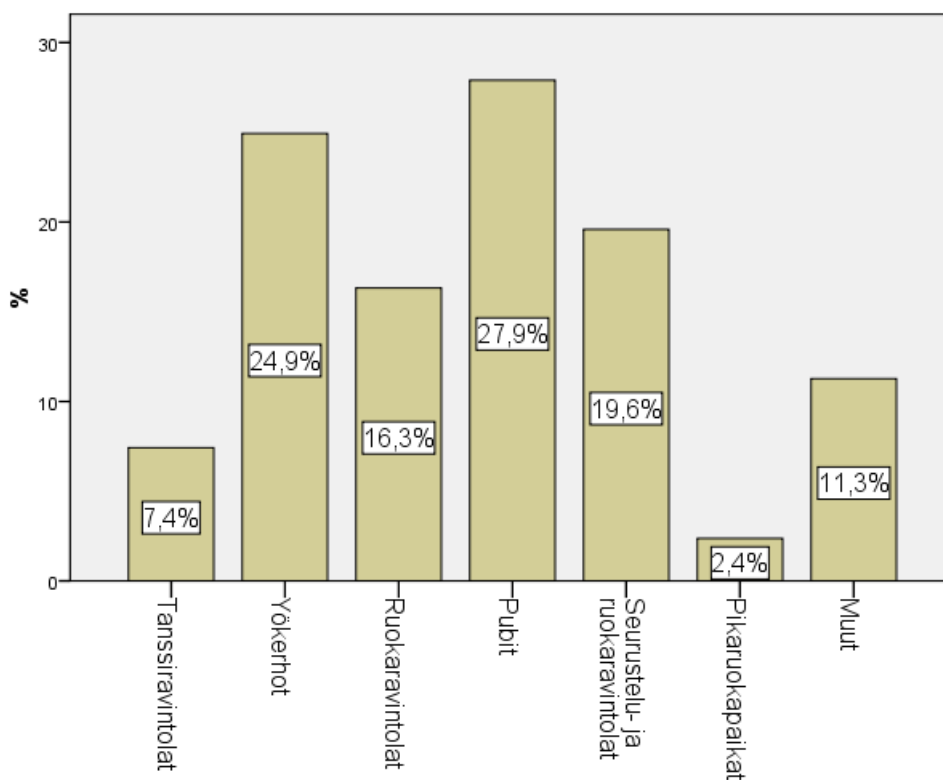
Kuviosta 15 näkee, että haastattelun perusteella kolme suosituinta harrastusta olivat ulkoliikunta (52,20 %), television ja elokuvien katselu (40,90 %) ja sosiaalinen toiminta (22,60 %). Sosiaalisella toiminnalla tässä tutkimuksessa tarkoitetaan ajan viettämistä kavereiden kanssa, ravintolassa käyntiä ja kyläilyä. Ryhmäliikunnan (20,60 %), kulttuurin (22,00 %) ja muun toiminnan (22,00 %) suosio oli lähes samalla tasolla kuin sosiaalisen toiminnan. Muuhun toimintaan tutkimuksessa luettiin muihin luokituksiin kuulumattomat harrastukset, esimerkiksi Internetin ja tietokoneen käyttöön liittyvät asiat.



N= 337

KUVIO 16. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden ravintolassa käynnin syyt

Kuvion 16 mukaan kolme tärkeintä syytä käydä ravintolassa olivat sosiaalinen toiminta (65,00 %), syöminen (39,50 %) ja virkistäytyminen (34,40 %). Nämä kolme syytä nousivat esille selvästi muista tuloksista. Tulosten perusteella ihmiset hakevat ravintolasta pääasiallisesti virkistävyyttä hyvän ruuan ja seuran parissa.



N= 337

KUVIO 17. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden suosituimmat ravintolatyypit

Kuviosta 17 voi nähdä, että haastattelussa suosituimmiksi ravintolatyypeiksi ilmenivät pubit (27,90 %), yökerhot (24,90 %) ja seurustelu- ja ruokaravintolat (19,60 %). Tässä tutkimuksessa seurustelu- ja ruokaravintoloilla tarkoitetaan yhdistelmäravintoloita, joissa voi sekä seurustella että ruokailla. Tuloksista näkee hyvin sen, että haastateltujen keski-ikä oli 33 vuotta, ja vastaajista lähes puolet oli arvioitu 20-vuotiaaksi.

TAULUKKO 10. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden harrastukset ikäryhmittäin

	20- vuotiaat	30- vuotiaat	40- vuotiaat	50- vuotiaat	60- vuotiaat	70- vuotiaat
HARRASTUS						
Ulkoliikunta	48,0 %	44,3 %	62,5 %	68,8 %	50,0 %	43,8 %
Joukkuelajit	16,0 %	14,8 %	10,0 %	6,2 %	6,2 %	0,0 %
Ryhmäliikunta	22,0 %	27,9 %	22,5 %	10,4 %	25,0 %	6,2 %
Moottoriurheilu	0,7 %	3,3 %	0,0 %	2,1 %	6,2 %	0,0 %
TV ja elokuvat	44,7 %	31,1 %	40,0 %	33,3 %	50,0 %	43,8 %
Kodinhoito	6,7 %	23,0 %	17,5 %	2,1 %	6,2 %	12,5 %
Käsityöt	2,7 %	6,6 %	5,0 %	8,3 %	18,8 %	18,8 %
Kulttuuri	14,0 %	13,1 %	30,0 %	35,4 %	43,8 %	50,0 %
Musiikki	19,3 %	21,3 %	2,5 %	10,4 %	0,0 %	0,0 %
Tanssi	1,3 %	0,0 %	0,0 %	8,3 %	0,0 %	6,2 %
Lemmikit	4,0 %	4,9 %	12,5 %	4,2 %	12,5 %	6,2 %
Sosiaalinen toiminta	34,0 %	13,1 %	17,5 %	10,4 %	12,5 %	12,5 %
Muut	30,0 %	21,3 %	12,5 %	8,3 %	6,2 %	12,5 %

N= 337

Ulkoliikunta oli suosittua kaikissa ikäryhmissä, suosituinta se oli 40–60-vuotiaiden keskuudessa (taulukko 10). Nuoremmat ikäluokat harrastavat vanhempaa väestöä enemmän joukkuelajeja ja ryhmäliikuntaa. Vanhemmat ihmiset ovat puolestaan nuoria kiinnostuneempia kulttuuritarjonnasta ja käsitöistä. 20-vuotiaat myös harrastavat huomattavasti muita ikäryhmiä enemmän sosiaalista toimintaa ja muuta toimintaa. Tämä selittyy sillä, että nuoret viettävät aikaa enemmän ystävien kanssa, kuin muut ikäryhmät. Kodinhoito vie huomattavan osan vain 30–40-vuotiaiden ajasta, muilla ikäryhmillä sen osuus on vähäisempi.

TAULUKKO 11. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden harrastukset sukupuolen mukaan

	Naiset	Miehet
HARRASTUS		
Ulkoliikunta	59,8 %	43,4 %
Joukkuelajit	6,7 %	19,1 %
Ryhmäliikunta	18,4 %	23,7 %
Moottoriurheilu	0,0 %	3,3 %
TV ja elokuvat	45,3 %	34,2 %
Kodinhoito	14,5 %	5,9 %
Käsityöt	10,1 %	1,3 %
Kulttuuri	22,3 %	21,7 %
Musiikki	12,3 %	17,1 %
Tanssi	1,7 %	2,6 %
Lemmikit	8,9 %	2,0 %
Sosiaalinen toiminta	22,9 %	22,4 %
Muut	11,7 %	32,2 %

N= 337

Naisten ja miesten väliset erot harrastuksissa olivat huomattavasti ikäryhmävertailua suuremmat. Sukupuoliroolit erottuvat hyvin tuloksista (taulukko 11). Naiset harrastavat selvästi miehiä enemmän ulkoliikuntaa, television ja elokuvien katselua ja käsityötä sekä kodin- ja lemmikkien hoitoa. Miehet puolestaan harrastavat naisia enemmän joukkuelajeja. Miehillä myös muun toiminnan osuus on suuri, koska he harrastavat naisia enemmän tietokoneita. Muissa harrastuksissa ei ole mainittavia eroja.

TAULUKKO 12. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden ravintolassa käynnin syyt ikäryhmittäin

	20- vuotiaat	30- vuotiaat	40- vuotiaat	50- vuotiaat	60- vuotiaat	70- vuotiaat
RAVINTOLASSA KÄYNNIN SYY						
Sosiaalinen toiminta	78,7 %	72,1 %	65,0 %	43,8 %	31,2 %	6,2 %
Perhe	0,7 %	3,3 %	12,5 %	6,2 %	6,2 %	0,0 %
Syöminen	32,0 %	39,3 %	40,0 %	54,2 %	56,2 %	43,8 %
Musiikkitapahtumat	11,3 %	9,8 %	15,0 %	4,2 %	6,2 %	6,2 %
Muut tapahtumat	4,7 %	3,3 %	12,5 %	12,5 %	6,2 %	12,5 %
Virkistäytyminen	46,7 %	39,3 %	20,0 %	16,7 %	6,2 %	0,0 %
Tanssiminen	10,0 %	4,9 %	5,0 %	16,7 %	0,0 %	6,2 %
Työasiat	2,0 %	4,9 %	12,5 %	12,5 %	0,0 %	6,2 %
Muut	12,7 %	16,4 %	5,0 %	6,2 %	0,0 %	12,5 %

N= 337

Taulukon 12 perusteella voidaan päätellä, että syyt käydä ravintolassa jakautuivat rajusti ikäryhmien välillä. Nuorilla suurin syy käydä ravintolassa on sosiaalinen toiminta, kun taas 70-vuotiaalla se on pienimpiä syitä. Vanhempi väestö käy pääasiallisesti ravintolassa syömässä ja jonkin verran tapahtumien takia. Nuoret käyvät ravintolassa virkistäytymässä, kun taas 70-vuotiailla ei ole syy käydä ravintolassa ollenkaan. Tanssimisen suosio vaihteli paljon ikäryhmien mukaan. 20- ja 50-vuotiaalla se oli huomattavasti suurempi syy kuin muilla ikäryhmillä. Myös työasiat jakoivat ryhmiä kahtia. Työasiat olivat merkittävä syy käydä ravintolassa vain 40–50-vuotiailla. Tämä selittyy sillä, että tätä vanhemmat eivät ole enää työelämässä ja sitä nuoremmat taas eivät vielä ole sen tason asemassa, että työasioissa mentäisiin ravintolaan. Myös muiden syiden kohdalla esiintyi hajontaa jonkin verran. Tässä luokassa oli muun muassa juominen ja flirttailu, joita ei luokiteltu erikseen vähäisen kannatuksen vuoksi.

TAULUKKO 13. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden ravintolassa käynnin syyt sukupuolen mukaan

	Naiset	Miehet
SYY		
Sosiaalinen toiminta	64,8 %	65,1 %
Perhe	3,9 %	3,3 %
Syöminen	42,5 %	35,5 %
Musiikkitapahtumat	8,9 %	11,2 %
Muut tapahtumat	9,5 %	3,9 %
Virkistäytyminen	27,9 %	40,1 %
Tanssiminen	12,3 %	4,6 %
Työasiat	6,1 %	4,6 %
Muut	10,6 %	11,2 %

N= 337

Sukupuolten väliset erot ovat huomattavasti ikäryhmä eroja pienemmät (taulukko 13). Eroja tuli oikeastaan vain virkistäytymisessä, tanssimisessä ja syömisessä. Naiset käyvät miehiä enemmän ravintolassa syömässä ja tanssimassa, ja miehet puolestaan naisia enemmän virkistäytymässä. Muissa syissä ei ole mainittavia eroja. Naiset haluavat ravintolassa käydessään enemmän toiminnallista tekemistä, kun taas miehet menevät ravintolaan lähinnä viettämään aikaansa.

TAULUKKO 14. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden suosituimmat ravintolatyypit ikäryhmittäin

	20- vuotiaat	30- vuotiaat	40- vuotiaat	50- vuotiaat	60- vuotiaat	70- vuotiaat
RAVINTOLATYYPPI						
Tanssiravintolat	0,0 %	11,5 %	17,5 %	20,8 %	6,2 %	0,0 %
Yökerhot	40,0 %	32,8 %	2,5 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
Ruokaravintolat	6,0 %	8,2 %	30,0 %	33,3 %	43,8 %	31,2 %
Pubit	46,7 %	21,3 %	2,5 %	14,6 %	0,0 %	0,0 %
Seurustelu- ja ruokaravintolat	20,7 %	29,5 %	17,5 %	18,8 %	6,2 %	0,0 %
Pikaruokapaikat	3,3 %	3,3 %	2,5 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
Muut	10,7 %	8,2 %	15,0 %	8,3 %	25,0 %	18,8 %

N= 337

Ravintolatyypien suosimisessa ikäryhmien väliset erot olivat huomattavia. Kuten odottaa saattaa nuoret suosivat yökerhoja ja pubeja ja vanhempi väestö tanssi- ja ruokaravintoloita (taulukko 14). Yökerhossa käyminen loppuu tutkimustulosten mukaan 40-vuotiaana, koska 50-vuotialta ei saatu yhtään yökerho-vastausta. Pubeissa käynti näyttää loppuvan hieman myöhemmin, 50-vuotiaana. Tanssiravintolassa puolestaan aletaan käydä 30-vuotiaana ja niissä käyminen loppuu 70 ikävuoteen mennessä. Ruokaravintolat ovat edustettuna kaikissa ikäryhmissä, mutta niiden suosio suurenee iän myötä. Myös muissa, luokittelemattomissa ravintoloissa käydään kaikista ikäryhmistä. Tähän ryhmään kuuluvat esimerkiksi henkilöstö- ja opiskelijaravintolat. Seurustelu- ja ruokaravintoloissa käydään kaikissa muissa ikäryhmissä, paitsi 70-vuotiaana ja niiden suosio on suurinta nuorilla. Pikaruokapaikkojen suosio on vähäistä kaikissa ikäryhmissä.

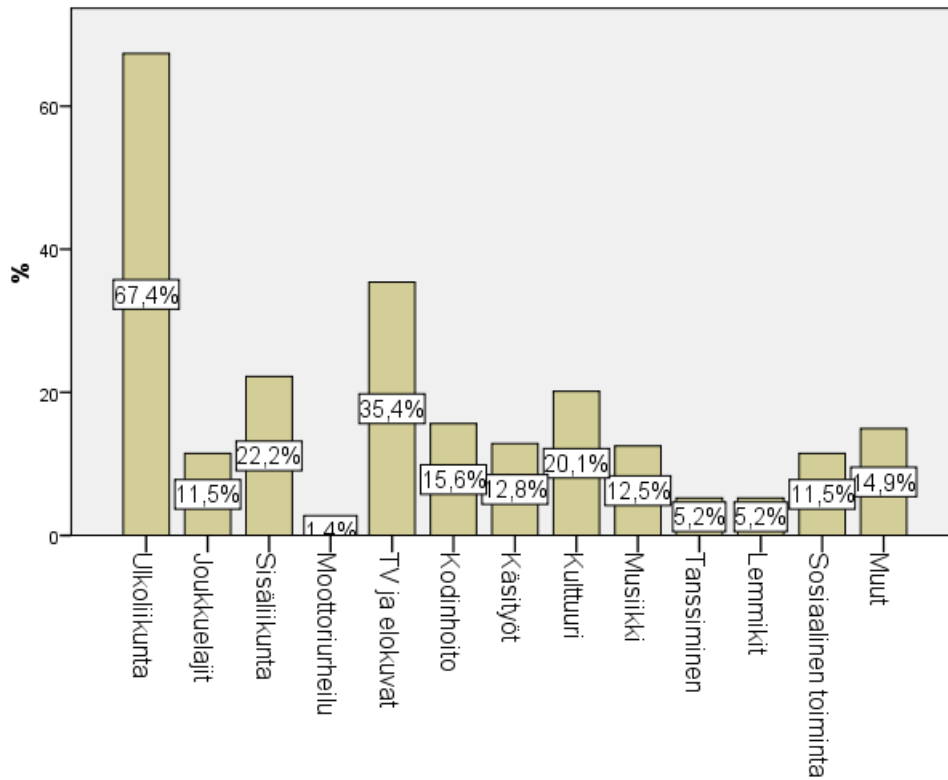
TAULUKKO 15. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden suosituimmat ravintolatyypit sukupuolen mukaan

	Naiset	Miehet
RAVINTOLATYYPPI		
Tanssiravintolat	7,8 %	7,2 %
Yökerhot	22,3 %	27,0 %
Ruokaravintolat	20,7 %	11,2 %
Pubit	21,8 %	34,2 %
Seurustelu- ja ruokaravintolat	21,2 %	18,4 %
Pikaruokapaikat	2,2 %	2,6 %
Muut	10,6 %	12,5 %

N= 337

Taulukon 15 mukaan miesten ja naisten välillä eroja ilmeni lähinnä ruokaravintoloiden ja pubien kohdalla. Naiset käyvät miehiä enemmän ruokaravintoloissa ja miehet puolestaan naisia enemmän pubeissa. Miehet käyvät myös yökerhoissa jonkin verran naisia enemmän. Kuten taulukosta 13 kävi ilmi, naiset käyvät ravintolassa syömisen vuoksi, joten he myös käyvät enemmän ruokaravintoloissa kuin miehet. Miehet mainitsivat usein ravintolassa käynnin syyksi virkistäytymisen (taulukko 13), joten on loogista, että he käyvät naisia enemmän pubeissa ja yökerhoissa.

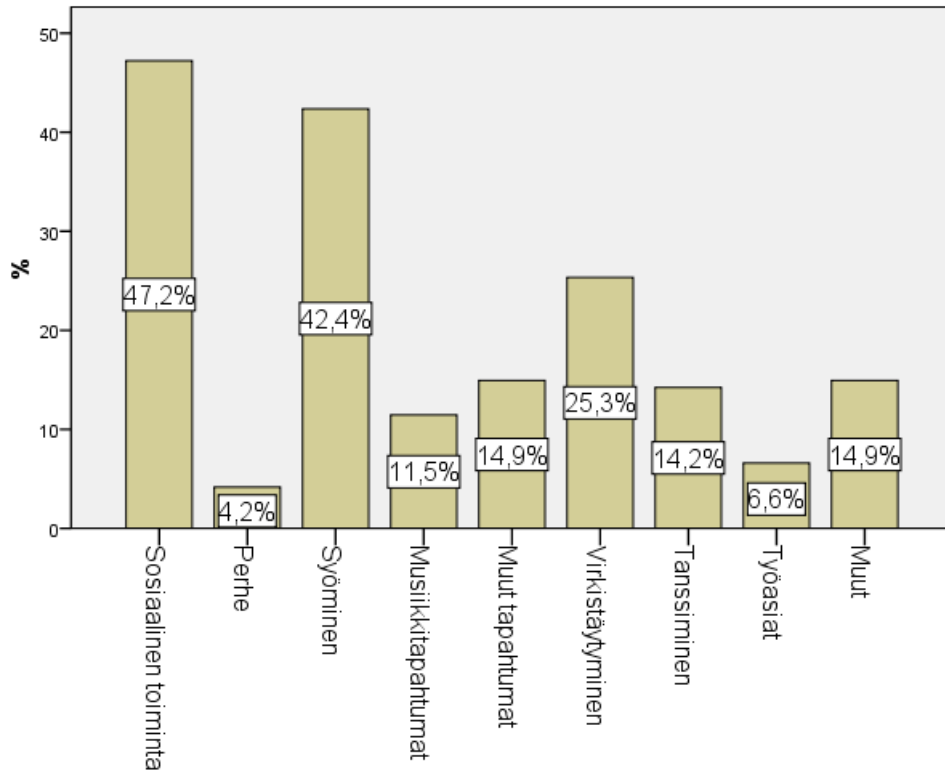
Paviljongin iltatapahtuma-asiakashaastatteluiden tulokset



N= 288

KUVIO 18. Paviljongin iltatapahtuma-asiakkaiden harrastukset

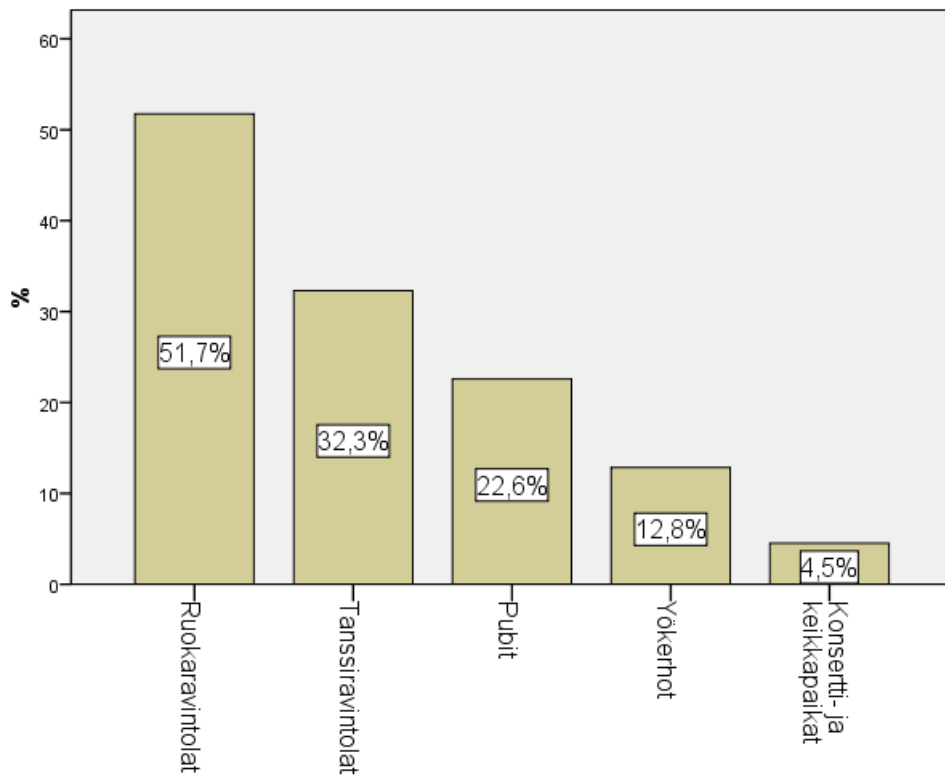
Taulukosta 18 näkee, että haastatelluista suurin osa mainitsi harrastukseensa ulkoliikunnan (67,40 %), television ja elokuvien katselu (35,40 %) oli toiseksi suosituin harrastus. Sisäliikunta (22,20 %) ja kulttuuri (20,10 %) olivat seuraavaksi suosituimpia harrastuksia.



N= 288

KUVIO 19. Paviljongin iltatapahtuma-asiakkaiden ravintolassa käynnin syyt

Kuvion 19 mukaan yleisimmät syyt ravintolassa käyntiin ovat sosiaalinen toiminta (47,20 %) ja syöminen 42,40 %). Virkistäytyminen (25,30 %) oli kolmanneksi suosituin vastaus. Virkistäytyminen liittyy kiinteästi sosiaaliseen toimintaan ja syömiseen, joten oli luonnollista, että monet vastanneista mainitsivat sen.



N= 288

KUVIO 20. Paviljongin iltatapahtuma-asiakkaiden suosituimmat ravintolatyypit

Eniten haastateltavat mainitsivat kuvion 20 mukaan käyvänsä ruokaravintoloissa (51,70 %), toiseksi eniten mainittiin tanssiravintolat (32,30 %) ja lähes neljänneksessä vastauksista oli mainittu pubit (22,60 %).

TAULUKKO 16. Paviljongin iltatapahtuma-asiakkaiden harrastukset ikäryhmittäin

	20- vuotiaat	30- vuotiaat	40- vuotiaat	50- vuotiaat	60- vuotiaat	70- vuotiaat
HARRASTUS						
Ulkoliikunta	60,0 %	66,0 %	70,5 %	62,5 %	71,9 %	80,0 %
Joukkuelajit	12,5 %	20,0 %	10,3 %	8,7 %	6,2 %	0,0 %
Ryhmäliikunta	25,0 %	36,0 %	24,4 %	10,1 %	18,8 %	40,0 %
Moottoriturheilu	0,0 %	2,0 %	2,6 %	1,4 %	0,0 %	0,0 %
TV ja elokuvat	32,5 %	22,0 %	42,3 %	37,7 %	31,2 %	60,0 %
Kodinhoito	7,5 %	24,0 %	19,2 %	11,6 %	12,5 %	0,0 %
Käsityöt	7,5 %	10,0 %	9,0 %	13,0 %	34,4 %	20,0 %
Kulttuuri	20,0 %	14,0 %	16,7 %	26,1 %	25,0 %	20,0 %
Musiikki	17,5 %	18,0 %	9,0 %	15,9 %	3,1 %	0,0 %
Tanssi	2,5 %	8,0 %	2,6 %	8,7 %	3,1 %	0,0 %
Lemmikit	2,5 %	8,0 %	6,4 %	5,8 %	3,1 %	0,0 %
Sosiaalinen toiminta	25,0 %	12,0 %	7,7 %	10,1 %	6,2 %	0,0 %
Muut	25,0 %	12,0 %	12,8 %	15,9 %	9,4 %	20,0 %

N= 288

20- ja 30-vuotiailla sosiaalisen toiminnan osuus on suurempi kuin vanhemmissa ikäryhmissä (taulukko 16). Nuoret viettävät enemmän aikaa kavereiden parissa kuin vanhemmat henkilöt. Monet perustavat perheen vasta noin 30 vuoden ikäisinä, jolloin sosiaalinen toiminta jää vähemmälle. 40-vuotiaat harrastavat ulkoliikuntaa ja katsovat televisiota ja elokuvia enemmän kuin muut ikäryhmät. Joukkuelajeja ja ryhmäliikuntaa harrastetaan nuoremmissa ikäryhmissä enemmän kuin vanhemmissa. Kodinhoitoa harrastavat eniten 30–40-vuotiaat.

TAULUKKO 17. Paviljongin iltatapahtuma-asiakkaiden harrastukset sukupuolen mukaan

	Naiset	Miehet
HARRASTUS		
Ulkoliikunta	70,6 %	60,9 %
Joukkuelajit	5,6 %	22,8 %
Ryhmäliikunta	26,7 %	14,1 %
Moottoriurheilu	0,6 %	3,3 %
TV ja elokuvat	33,9 %	37,0 %
Kodinhoito	18,9 %	8,7 %
Käsityöt	18,3 %	3,3 %
Kulttuuri	23,3 %	14,1 %
Musiikki	11,1 %	16,3 %
Tanssi	4,4 %	6,5 %
Lemmikit	7,2 %	1,1 %
Sosiaalinen toiminta	12,8 %	7,6 %
Muut	10,6 %	22,8 %

N= 288

Taulukko 17 osoittaa, että naiset harrastavat ulko- ja ryhmäliikuntaa miehiä enemmän. Miehet taas vastaavasti ovat aktiivisempia joukkuelajien ja moottoriurheilun harrastajia kuin naiset. Kodinhoito, kulttuuri ja lemmikit ovat enemmän naisten kuin miesten harrastuksia. Miehillä on musiikkiin liittyviä harrastuksia hieman enemmän kuin naisilla, kun taas sosiaalisen toiminnan osuus on suurempi naisten kuin miesten harrastuksissa. Miehet näyttävät harrastavan sosiaalista toimintaa muiden harrastusten ohella, esimerkiksi joukkuelajien muodossa.

TAULUKKO 18. Paviljongin iltatapahtuma-asiakkaiden ravintolassa käynnin syyt ikäryhmittäin

	20- vuotiaat	30- vuotiaat	40- vuotiaat	50- vuotiaat	60- vuotiaat	70- vuotiaat
RAVINTOLASSA KÄYNNIN SYY						
Sosiaalinen toiminta	72,5 %	60,0 %	50,0 %	31,9 %	18,8 %	20,0 %
Perhe	0,0 %	2,0 %	5,1 %	4,3 %	12,5 %	0,0 %
Syöminen	45,0 %	50,0 %	39,7 %	40,6 %	40,6 %	40,0 %
Musiikkitapahtumat	15,0 %	12,0 %	11,5 %	8,7 %	15,6 %	0,0 %
Muut tapahtumat	7,5 %	2,0 %	14,1 %	20,3 %	31,2 %	20,0 %
Virkistäytyminen	37,5 %	40,0 %	21,8 %	15,9 %	18,8 %	20,0 %
Tanssiminen	7,5 %	16,0 %	12,8 %	14,5 %	21,9 %	0,0 %
Työasiat	5,0 %	10,0 %	3,8 %	11,6 %	3,1 %	0,0 %
Muut	15,0 %	14,0 %	14,1 %	13,0 %	18,8 %	60,0 %

N= 288

Sosiaalinen toiminta ravintolassa käynnin syynä vähenee iän noustessa, 20-vuotiaista 72,5 % mainitsee sosiaalisen toiminnan syyksi, kun 60- ja 70-vuotiailla sen osuus on enää 20 %:n luokkaa (taulukko 18). Virkistäytyminen on myös nuoremmilla suosittu syy käydä ravintolassa kuin vanhemmissa ikäryhmissä. Tanssiminen taas on yleisempi ravintolassa käynnin syy vanhemmissa ikäryhmissä kuin nuoremmassa. Syöminen on yleinen ravintolassa käynnin syy kaikissa ikäryhmissä, kun taas perhe on syy käydä ravintolassa lähinnä 40–60-vuotiailla.

TAULUKKO 19. Paviljongin iltatapahtuma-asiakkaiden ravintolassa käynnin syyt sukupuolen mukaan

	Naiset	Miehet
RAVINTOLASSA KÄYNNIN SYY		
Sosiaalinen toiminta	51,1 %	35,9 %
Perhe	4,4 %	4,3 %
Syöminen	45,6 %	37,0 %
Musiikkitapahtumat	11,7 %	10,9 %
Muut tapahtumat	15,6 %	13,0 %
Virkistäytyminen	23,9 %	27,2 %
Tanssiminen	16,7 %	9,8 %
Työasiat	6,1 %	7,6 %
Muut	15,6 %	15,2 %

N= 288

Naisten ja miesten välillä vastauksissa ei ole kovin merkittäviä eroja, naiset tosin käyvät yleisemmin tanssimisen ja sosiaalisen toiminnan vuoksi ravintolassa kuin miehet (taulukko 19). Naiset myös käyvät enemmän syömisen takia ravintolassa kuin miehet, ja miehet käyvät jonkin verran naisia enemmän virkistäytymässä ravintoloissa. Sukupuolten väliset erot olivat hyvin paljon samanlaiset kuin Lutakon asukashaastattelussa (taulukko 13).

TAULUKKO 20. Paviljongin iltatapahtuma-asiakkaiden suosituimmat ravintolatyypit ikäryhmittäin

	20- vuotiaat	30- vuotiaat	40- vuotiaat	50- vuotiaat	60- vuotiaat	70- vuotiaat
RAVINTOLATYYPPI						
Tanssiravintolat	15,0 %	28,0 %	32,1 %	37,7 %	43,8 %	20,0 %
Ruokaravintolat	35,0 %	68,0 %	46,2 %	52,2 %	59,4 %	80,0 %
Yökerhot	42,5 %	22,0 %	5,1 %	1,4 %	0,0 %	0,0 %
Pubit	32,5 %	36,0 %	24,4 %	11,6 %	3,1 %	0,0 %
Konsertti- ja keikkapaikat	7,5 %	2,0 %	3,8 %	5,8 %	3,1 %	0,0 %

N= 288

Taulukon 20 mukaan ruokaravintolat ovat suosittuja kaikissa ikäryhmissä, mutta selvästi eniten ruokaravintoloissa käyvät 70-vuotiaat. 20-vuotiaat käyvät eniten yökerhoissa, 30-vuotiaista 22,0 % kertoi kävänsä usein yökerhoissa. Vanhimmissa ikäryhmissä yökerhoissa käynti on vähäistä ja se loppuu kokonaan 50-vuotiaana. Pubeissa käynti laskee tasaisesti vastaajien iän noustessa, kun taas tanssiravintoloissa käynti nousee iän myötä. Konsertti- ja keikkapaikat mainittiin muutamia kertoja kaikissa ikäryhmissä.

Kuten taulukosta 18 nähtiin, nuoret käyvät pääasiallisesti ravintolassa tapaa-
massa ystäviä, syömässä ja virkistäytymässä. Oikeita paikkoja tällaiseen ovat yökerhot, pubit ja ruokaravintolat. Vanhemmat ihmiset käyvät ravintoloissa syömässä, joten luonnollisesti he käyvät eniten ruokaravintoloissa. 60-vuotiailla tanssiminen oli toiseksi suurin syy käydä ravintolassa, joten he käyvät myös paljon tanssiravintoloissa.

TAULUKKO 21. Paviljongin iltatapahtuma-asiakkaiden suosituimmat ravintolatyypit sukupuolen mukaan

	Naiset	Miehet
RAVINTOLATYYPPI		
Tanssiravintolat	31,7 %	31,5 %
Ruokaravintolat	50,6 %	56,5 %
Yökerhot	13,3 %	7,6 %
Pubit	20,6 %	23,9 %
Konsertti- ja keikkapaikat	5,6 %	2,2 %

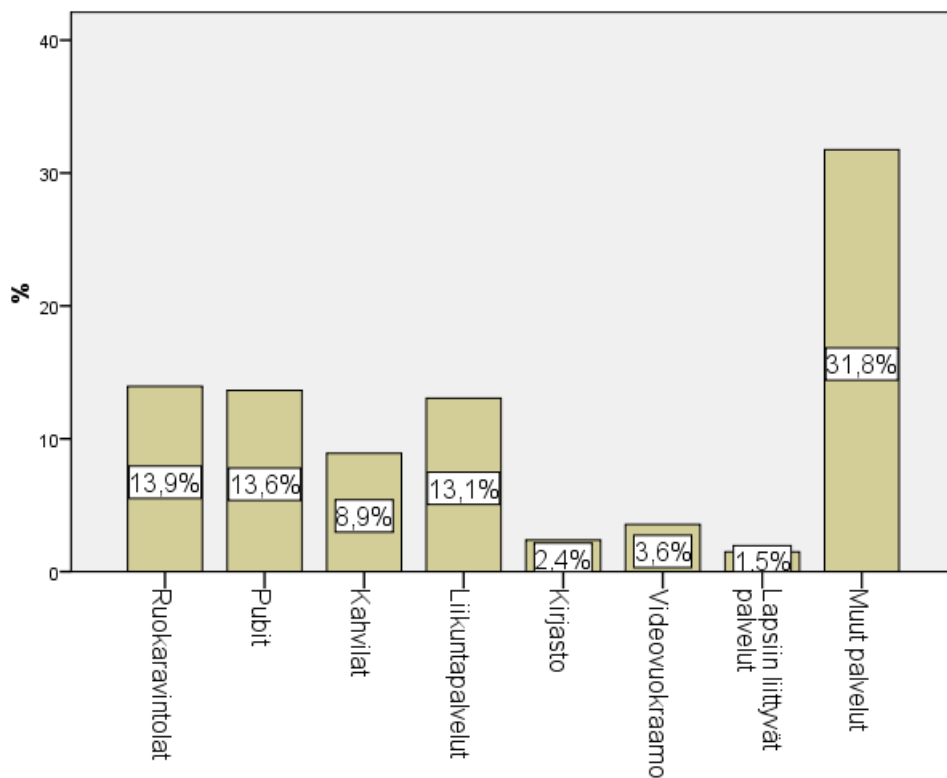
N= 288

Naisten ja miesten välillä ei ole merkittäviä eroja suosituissa ravintolatyypeissä (taulukko 21). Miehet käyvät jonkin verran naisia enemmän ruokaravintoloissa ja pubeissa ja naiset vastaavasti jonkin verran miehiä enemmän yökerhoissa ja konserteissa. Lutakon asukashaastattelussa tulokset ruokaravintoloiden ja yökerhojen kohdalla olivat päinvastaiset (taulukko 14). Kohderyhmien ikäjakauman erilaisuus ilmenee siinä, millaisissa ravintoloissa vastaajat käyvät. Paviljongin iltatapahtuma-asiakkaiden keski-ikä oli korkeampi kuin Lutakon asukashaastatteluun osallistuneilla. Tutkimustulosten perusteella voidaan päätellä, että vanhemmat miehet käyvät enemmän ruokaravintoloissa kuin nuoremmat miehet suhteessa samanikäisiin naisiin. Vastaavasti vanhemmat naiset käyvät enemmän yökerhoissa kuin nuoremmat naiset suhteutettuna samanikäisiin miehiin.

6.3 Millaisia palveluita Lutakossa halutaan käyttää iltaisin?

Palveluiden tarjonnan kehittämistä tutkittiin kysymällä Lutakon asukkailta viihtymispalveluita, joita he haluaisivat käyttää Lutakossa iltaisin sekä, mitä he haluaisivat harrastaa ravintolassa iltaisin. Paviljongin iltatapahtuma-asiakkailta kysyttiin, miksi he tulisivat viettämään iltaa Lutakkoon, ja mitä muita palveluita he haluaisivat käyttää tullessaan iltatapahtumaan. Tulokset esitetään samalla tavalla kuin ensimmäisen tutkimusongelman kohdalla.

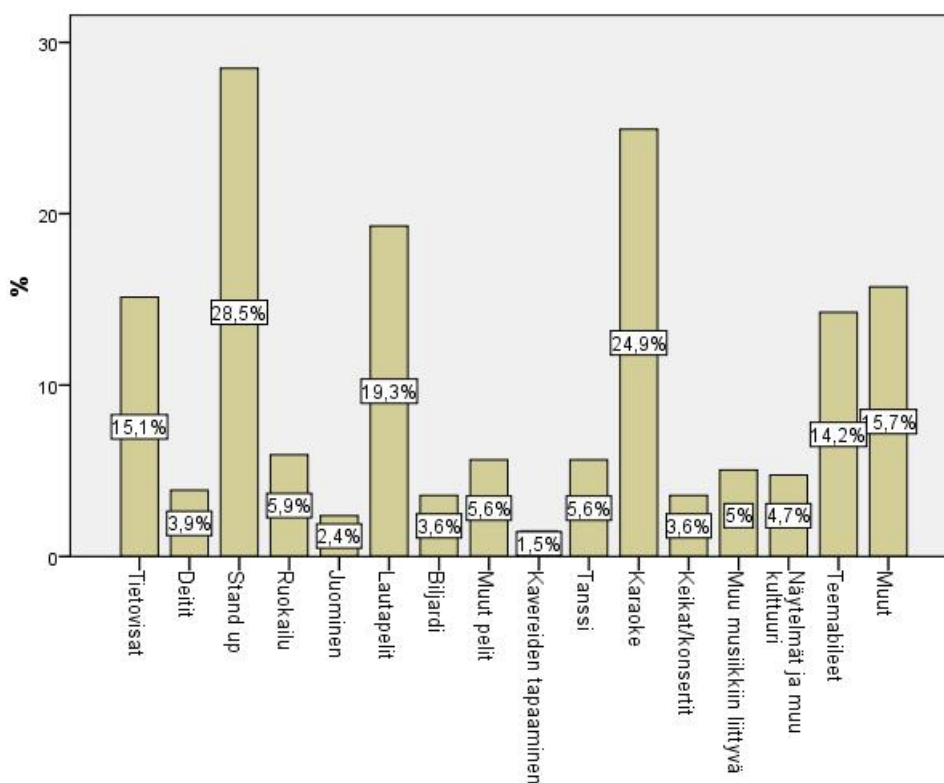
Lutakon asukashaastatteluiden tulokset



N= 337

KUVIO 21. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden toiveet viihtymispalveluista

Kuvio 21 osoittaa, että kolme halutuinta viihtymispalvelua Lutakkoon olivat muut palvelut (31,80 %), ruokaravintolat (13,90 %) ja pubit (13,60 %). Koska ruokaravintoloita toivotaan paljon, voidaan olettaa, että nykyiset palvelut eivät miellytä tai niistä ei olla tietoisia. Muiden palveluiden osuus nousi suhteellisen suureksi, koska siihen luokiteltiin kaikki vastaukset, jotka eivät olleet viihtymispalveluita eivätkä sopineet muihin luokkiin. Muihin palveluihin luokiteltiin esimerkiksi parkkipaikka-, pankkiautomaatti- ja koirapuistotoiveet. Myös liikunta-palveluita (13,10 %) haluttiin alueelle.



N= 337

KUVIO 22. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden suosituimmat harrastukset ravintolassa

Tutkimustulosten perusteella ihmiset haluavat ravintolaan myös erilaisia viihdykkeitä (kuvio 22). Näistä suosituimmiksi nousivat stand up (28,50 %), kara-

oke (24,90 %) ja lautapelit (19,30 %). Tietovisat (15,10 %), teemabileet (14,20 %) ja muut aktiviteetit (15,70 %) saivat myös huomattavaa kannatusta. Muihin aktiviteetteihin luokiteltiin muihin ryhmiin sopimattomat vastaukset, joita oli vähän esimerkiksi pokerin pelaaminen ja televisiopelit. Tulosten perusteella voidaan päätellä, että Lutakon alueella liikkuvat kaipaavat ravintoloihin ruuan ja juoman lisäksi myös muunlaista tuotetta tai palvelua. Harrastukset, joita he haluaisivat harrastaa ravintolassa, viittaavat tyyliltään publi- tai seurustelu- ja ruokaravintolatyyliin paikkaan.

TAULUKKO 22. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden toivomat viihtymispalvelut ikäryhmittäin

	20- vuotiaat	30- vuotiaat	40- vuotiaat	50- vuotiaat	60- vuotiaat	70- vuotiaat
VIIHTYMISPALVELU						
Ruokaravintolat	13,3 %	21,3 %	12,5 %	12,5 %	12,0 %	6,2 %
Pubit	20,7 %	11,5 %	5,0 %	8,3 %	0,0 %	0,0 %
Kahvilat	9,3 %	8,2 %	10,0 %	12,5 %	6,2 %	0,0 %
Liikuntapalvelut	14,0 %	11,5 %	17,5 %	14,6 %	0,0 %	6,2 %
Kirjasto	0,0 %	1,6 %	0,0 %	8,3 %	6,2 %	12,5 %
Videovuokraamo	4,7 %	3,3 %	2,5 %	2,1 %	0,0 %	0,0 %
Lapsiin liittyvät palvelut	0,0 %	1,6 %	7,5 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
Muut palvelut	31,3 %	19,7 %	30,0 %	43,8 %	50,0 %	37,5 %

N= 337

Viihtymispalvelutoiveissa havaittiin ikäryhmille tyypillisiä eroja (taulukko 22). Esimerkiksi pubeja ja liikuntapalveluita kaipaavat nuoret, 20–30-vuotiaat huomattavasti vanhempaa väestöä enemmän. Kirjastoa taas toivottiin vanhemmissa ikäryhmissä enemmän kuin nuoremmissa. Videovuokraamo esiintyi 20–50-vuotiaiden toiveissa, mikä on ymmärrettävää, koska vanhempi väestö ei tämänkaltaiseen palveluun ole tottunut.

Muiden palveluiden osuus toiveista oli suhteellisen suuri kaikissa ikäryhmissä. Tämä johtuu siitä, että kysymys ymmärrettiin väärin ja esimerkiksi vastaukset

”pankkiautomaatti” ja ”parkkipaikat” laitettiin muut palvelut luokitukseen, koska kysymyksellä haettiin nimenomaan *viihtymispalvelua*. Ruokaravintolat ja kahvilat esiintyivät yhtä paljon kaikkien ikäryhmien toiveissa. Tämä on mielenkiintoinen seikka, koska Lutakossa on ruokaravintolapalveluita, mutta niitä ei käytetä.

TAULUKKO 23. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden toivomat viihtymispalvelut sukupuolen mukaan

	Naiset	Miehet
VIIHTYMISPALVELU		
Ruokaravintolat	15,6 %	12,5 %
Pubit	10,6 %	16,4 %
Kahvilat	12,3 %	5,3 %
Liikuntapalvelut	11,7 %	14,5 %
Kirjasto	2,2 %	2,6 %
Videovuokraamo	3,9 %	2,6 %
Lapsiin liittyvät palvelut	1,1 %	1,3 %
Muut palvelut	30,2 %	34,2 %

N= 337

Sukupuolten väliset erot olivat suhteellisen pienet. Taulukon 23 mukaan ainoat mainittavat erot olivat publi- ja kahvilatoiveissa. Miehet haluavat enemmän pubeja kuin naiset, ja naiset puolestaan haluavat miehiä enemmän kahvilapalveluita. Miehet haluaisivat käyttää liikuntapalveluita hieman naisia enemmän. Kuten taulukossa 14 havaittiin, naiset käyvät miehiä enemmän ruokaravintoloissa ja miehet naisia enemmän pubeissa, voidaan taulukosta 23 nähdä, että sama asia on havaittavissa myös palveluissa, joita alueelle toivotaan. Naiset ovat aktiivisempia television ja elokuvien katselijoita kuin miehet (taulukko 10), joten naiset myös kaipaavat siihen liittyvää palvelua, kuten videovuokraamoja, enemmän kuin miehet.

TAULUKKO 24. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden toivomat ravintola-aktiviteetit ikäryhmittäin

	20- vuotiaat	30- vuotiaat	40- vuotiaat	50- vuotiaat	60- vuotiaat	70- vuotiaat
AKTIVITEETTI RAVINTOLASSA						
Tietovisat	13,3 %	16,4 %	15,0 %	20,8 %	12,5 %	12,5 %
Deitit	2,7 %	9,8 %	5,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
Stand Up	37,3 %	44,3 %	17,5 %	6,2 %	6,2 %	0,0 %
Ruokailu	5,3 %	3,3 %	10,0 %	8,3 %	6,2 %	6,2 %
Juominen	2,0 %	1,6 %	0,0 %	8,3 %	0,0 %	0,0 %
Lautapelit	26,7 %	23,0 %	10,0 %	4,2 %	6,2 %	0,0 %
Biljardi	6,0 %	1,6 %	0,0 %	4,2 %	0,0 %	0,0 %
Muut pelit	4,7 %	8,2 %	2,5 %	8,3 %	0,0 %	12,5 %
Kavereiden tapaaminen	1,3 %	1,6 %	0,0 %	4,2 %	0,0 %	0,0 %
Tanssi	3,3 %	3,3 %	5,0 %	14,6 %	12,5 %	0,0 %
Karaoke	26,0 %	32,8 %	22,5 %	25,0 %	12,5 %	0,0 %
Keikat/konsertit	3,3 %	3,3 %	0,0 %	8,3 %	6,2 %	0,0 %
Muu musiikkiin liittyvä	3,3 %	6,6 %	5,0 %	12,5 %	0,0 %	0,0 %
Näytelmät ja muu kulttuuri	3,3 %	1,6 %	12,5 %	8,3 %	6,2 %	0,0 %
Teemabileet	26,0 %	8,2 %	2,5 %	2,1 %	0,0 %	0,0 %
Muut	8,0 %	16,4 %	22,5 %	20,8 %	37,5 %	25,0 %

N= 337

Taulukon 24 mukaan ravintola-aktiviteettien suosiossa ilmeni huomattavia eroja ikäryhmien välillä. Stand up, lautapelit ja teemabileet kiinnostavat nuorta väestöä huomattavasti vanhempia enemmän. Koska stand up ja teemabileet ovat suhteellisen uusia ilmiöitä, nuoret ovat tietoisempia niistä ja siksi mainitsivat ne useammin kuin vanhemmat henkilöt. Lautapeliin suosio nuorten keskuudessa selittyy sillä, että sosiaalinen toiminta on suosittu ajanviete nuorten parissa (taulukko 9). Stand upin, lautapeliin ja teemabileiden kiinnostavuus vähenee keskimäärin 40-vuotiaana ja vastaavasti muiden pelien ja muun toiminnan kiinnostavuus nousee. Karaoke on suosittua kaikissa muissa ikäryhmissä paitsi 70-vuotiaalla. Suosituinta se on 30-vuotiaiden keskuudessa. Tanssiminen nousee esiin 50–60-vuotiailla niin halutuissa ravintola-aktiviteeteissa kuin suosituimmista harrastuksista (taulukko 9).

Keikat ja konsertit ravintolassa kiinnostavat lähinnä 50–60-vuotiaita, mitä voitaneen pitää pienoisenä yllätyksenä, kun muiden tulosten perusteella nuoret ovat olleet kiinnostuneempia musiikista kuin vanhempi väki. Iän myötä aktiviteettien kaipuu vähenee ja ravintolasta haetaan lähinnä seuraa tietovisojen ja ruokailun ohella.

TAULUKKO 25. Lutakon asukashaastatteluun vastanneiden toivomat ravintola-aktiviteetit sukupuolen mukaan

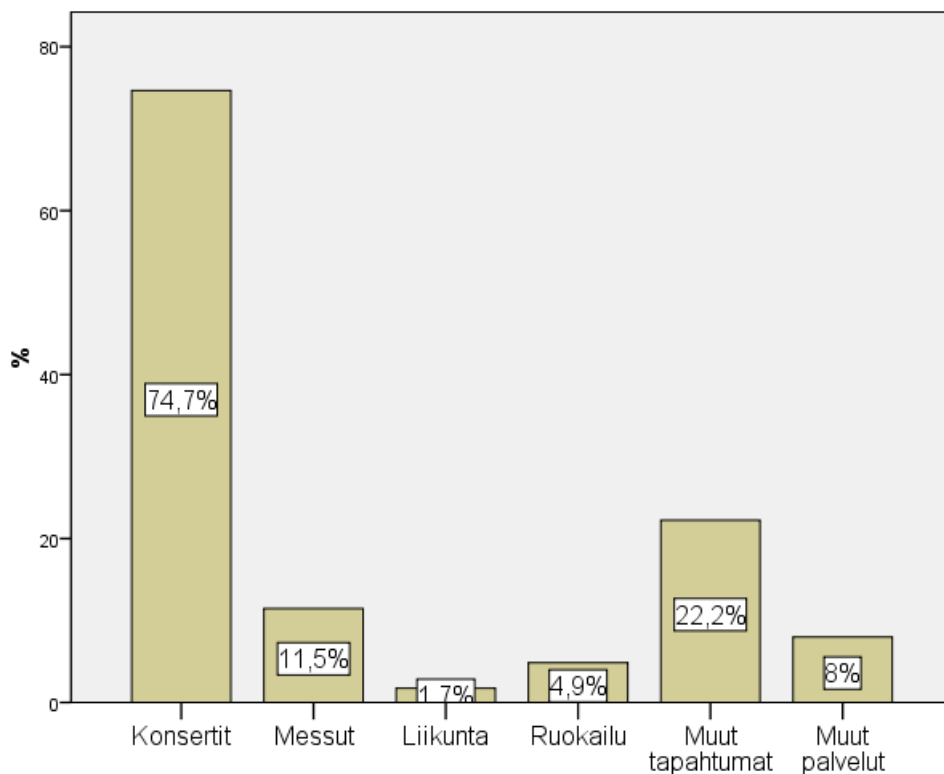
	Naiset	Miehet
AKTIVITEETTI		
Tietovisat	15,1 %	15,1 %
Deitit	3,4 %	3,9 %
Stand Up	26,3 %	30,9 %
Ruokailu	5,0 %	7,2 %
Juominen	2,2 %	2,6 %
Lautapelit	19,0 %	17,8 %
Biljardi	2,2 %	5,3 %
Muut pelit	7,8 %	3,3 %
Kaverien tapaaminen	1,7 %	1,3 %
Tanssi	6,1 %	4,6 %
Karaoke	21,8 %	28,3 %
Keikat/konsertit	4,5 %	2,6 %
Muu musiikkiin liittyvä	6,1 %	3,9 %
Näytelmät ja muu kulttuuri	5,6 %	3,9 %
Teemabileet	17,9 %	9,2 %
Muut	15,6 %	15,1 %

N= 337

Sukupuolten väliset erot ovat huomattavasti ikäryhmien välisiä tasaisemmat (taulukko 25). Mainittavia eroja ilmenee vain teemabileiden, karaoken, muiden pelien ja stand up: n kohdalla. Naiset haluavat viihdyttää itseään miehiä enemmän muilla peleillä ja teemabileillä ja miehet puolestaan ovat kiinnostuneempia karaokesta ja stand upista kuin naiset. Tulosten perusteella voidaan päätellä, että naiset toivovat laadukkaampia musiikillisia palveluita kuin

miehet. Miehet haluavat karaokea enemmän, kun taas naiset kaipaavat elävää musiikkia ja tanssimismahdollisuutta. Tanssimismahdollisuuteen, varsinkin vakiotansseihin, liittyy usein elävä musiikki.

Paviljongin iltatapahtuma-asiakashaastatteluiden tulokset

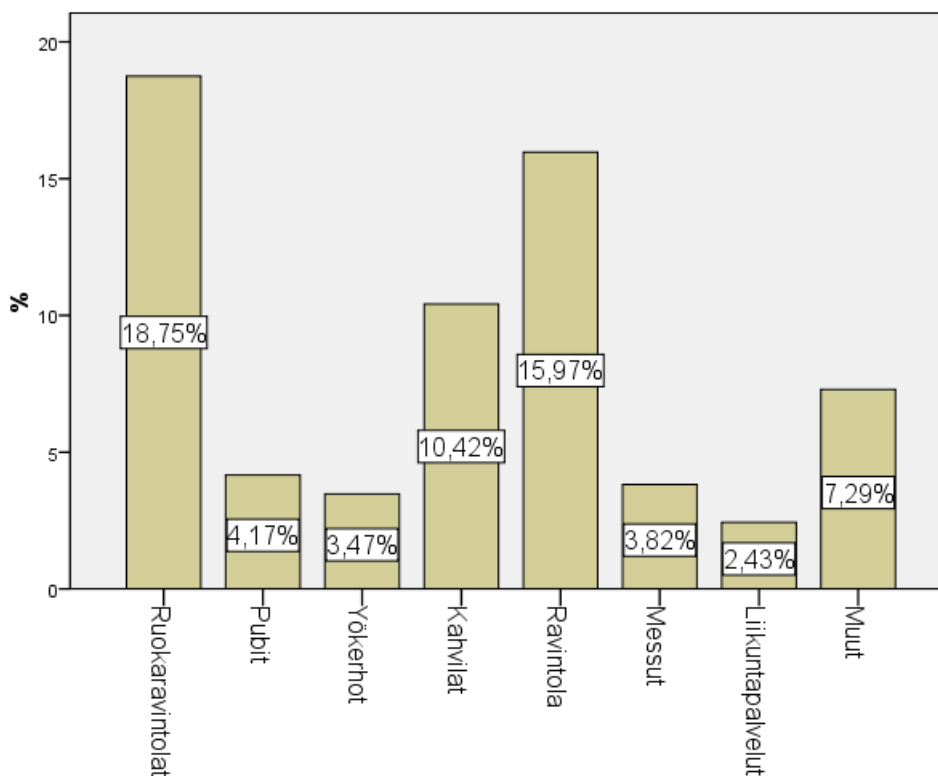


N= 288

KUVIO 23. Paviljongin iltatapahtuma-asiakkaiden mainitsemat syyt tulla viettämään iltaa Lutakkoon

Konsertit (74,70 %) mainittiin ylivoimaisesti useimmiten syyksi tulla viettämään iltaa Lutakkoon (kuvio 23). Vastauksissa ei saatu eroja sukupuolten ja ikäryhmien välillä, joten ikäryhmien välisiä eroja ei tämän kysymyksen kohdalla taulukoitu. Lähes kaikki vastaukset olivat identtisiä kaikkien vastanneiden tuloksiin verrattuna, vain prosentin parin eroja havaittiin. Vastauksista huomaa, että

haastateltavilla oli ilmeisesti mielessä pelkästään konserttiin liittyvät asiat, koska kaksi kolmesta haastattelukerrasta toteutettiin konsertti-iltoina. Haastateltavat saattavat myös mieltää koko Lutakon alueen pelkästään Paviljongin palveluiksi.



N= 288

KUVIO 24. Paviljongin iltatapahtuma-asiakkaiden toivomat palvelut konsertti-iltoihin

Kuvion 24 mukaan konsertti-iltoina Lutakossa halutaan eniten käydä ruokaravintoloissa (18,75 %). Vastauksia, joissa ravintolatyyppeä ei ollut eritelty, oli 15,97 %. Kahvilat (10,42 %) oli kolmanneksi suosituin palvelu. Paviljongi tarjoaa ravintolapalveluita tapahtumien ohessa, mutta ilmeisesti asiakkaat haluavat käydä ruokailemassa muualla. Paviljongin ravintolat ovat avarat ja neut-

raalit, joten ihmiset eivät ehkä halua sen takia ruokailla siellä, vaan haluavat tunnelmallisempaan ravintolaan syömään.

TAULUKKO 26. Paviljongin iltatapahtuma-asiakkaiden toivotat palvelut konsertti-iltoina ikäryhmittäin

	20- vuotiaat	30- vuotiaat	40- vuotiaat	50- vuotiaat	60- vuotiaat	70- vuotiaat
MUUT PALVELUT						
VIIHDETAPAHTUMAILTOINA						
Ruokaravintolat	25,0 %	30,0 %	11,5 %	15,9 %	21,9 %	0,0 %
Pubit	5,0 %	4,0 %	6,4 %	4,3 %	0,0 %	0,0 %
Yökerhot	5,0 %	6,0 %	2,6 %	4,3 %	0,0 %	0,0 %
Kahvilat	5,0 %	4,0 %	9,0 %	20,3 %	12,5 %	20,0 %
Ravintola	20,0 %	10,0 %	19,2 %	11,6 %	15,6 %	20,0 %
Messut	2,5 %	4,0 %	5,1 %	5,8 %	18,8 %	0,0 %
Liikuntapalvelut	2,5 %	2,0 %	2,6 %	4,1 %	0,0 %	0,0 %
Muut	15,0 %	8,0 %	12,8 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %

N= 288

Kokonaisuudessaan ravintolapalveluita toivottiin eniten iltatapahtumien yhteyteen (taulukko 26). Kahvilapalveluita haluavat eniten käyttää vanhempiin ikäryhmiin kuuluvat henkilöt kuin nuoret. Tulokset ovat epätarkkoja, koska vastauksia, joissa mainittiin pelkästään ravintola, oli 20,0 %. Näissä vastauksissa ravintolatyyppejä ei ollut eritelty, joten sillä voidaan tarkoittaa mitä ravintolatyyppejä tahansa. Yleisesti ottaen vanhemmat ihmiset kaipaavat viihdetapahtumailtoihin vähemmän muita palveluita kuin nuoret. Nuoret käyvät paljon yökerhoissa ja pubeissa (taulukko 19), mutta eivät ole kiinnostuneita käyttämään kyseisiä palveluita viihdetapahtumailtoina. Tämä johtunee siitä, että määrittelemättömiä ravintola-vastauksia oli paljon. Vanhemmat ikäryhmät käyvät eniten ruokaravintoloissa ja haluavat käydä niissä myös viihdetapahtumailtoina.

TAULUKKO 27. Paviljongin iltatapahtuma-asiakkaiden toivomat palvelut konsertti-iltoina sukupuolen mukaan

	Naiset	Miehet
MUUT PALVELUT		
VIIHDETAPAHTUMAILTOINA		
Ruokaravintolat	20,6 %	16,3 %
Pubit	3,3 %	5,5 %
Yökerhot	3,3 %	4,4 %
Kahvilat	11,7 %	8,7 %
Ravintola	16,7 %	12,0 %
Messut	3,9 %	4,4 %
Liikuntapalvelut	1,1 %	3,3 %
Muut	6,7 %	8,7 %

N= 288

Taulukosta 27 näkyvät sukupuolten väliset erot palveluiden tarpeessa olivat pienet. Naiset haluavat hieman miehiä enemmän ruokaravintolapalveluita, kahvilapalveluita ja määrittelemättömiä ravintolapalveluita. Miehet kaipaavat jonkin verran naisia enemmän pubeja, yökerhoja, liikuntapalveluita ja muuta. Taulukon 20 mukaan miehet käyvät ruokaravintoloissa ja pubeissa naisia enemmän, mutta viihdetapahtumailtoihin toivotuissa palveluissa tilanne on päinvastainen. Naiset käyvät yökerhoissa miehiä enemmän, mutta miehet haluavat niihin viihdetapahtumailtoina enemmän kuin naiset.

7 POHDINTA

Tutkimustuloksista ilmenee, että Lutakon alueella liikkuvat ihmiset viettävät vapaa-aikaansa ulkona liikkuen, televisiota ja elokuvia katsellen sekä kulttuurin ja sosiaalisen toiminnan parissa. Ravintolassa käynti on tärkeä osa sosiaalista toimintaa. Lisäksi ravintolassa käydään virkistäytymässä ja syömässä. Ravintoloista suosituimpia ovat sellaiset, joissa voi syödä tai viettää aikaa ihmisten parissa, myös tanssimismahdollisuus on tärkeä. Tulevaisuudessa Lutakkoon odotetaan saatavaksi monipuolisia liikunta- ja ravintolapalveluita. Alueelle kaivataan lisäksi erilaisia tapahtumapalveluita ja teemailtoja.

Taustatiedot

Haastatteluiden tulokset erosivat toisistaan melkoisesti, jo taustatiedoissa ilmeni eroavaisuuksia. Kun Lutakon asukashaastattelussa vastaajien sukupuolijakauma meni lähes tasan, iltatapahtuma-asiakkaiden haastattelussa oli selvä ero sukupuolten välillä. Iltatapahtuma-asiakkaista naisia oli selvästi miehiä enemmän. Tämä selittynee sillä, että iltatapahtumat vetävät paikalle enemmän naisia, kun taas Lutakon alueen työpaikat ovat pääasiallisesti miesvaltaisia. Myös ikäjakaumat erosivat toisistaan huomattavasti. Lutakon asukashaastatteluun vastanneista lähes puolet oli 20-vuotiaita, kun taas iltatapahtuma-asiakkaista 20-vuotiaita oli vain noin 15 %. Iltatapahtuman asiakkaat olivat muutenkin selvästi vanhempaa väkeä kuin Lutakon asukashaastatteluun osallistuneet. Paviljongin asiakkaiden keskimääräinen ikä oli 41 vuotta, kun taas Lutakon asukashaastatteluun osallistuneiden 33 vuotta. Ikäjakaumien poikkeavuudet johtuvat kyseessä olevien iltatapahtumien esiintyjätarjonnasta ja Lutakon väestö- ja työpaikkarakenteesta.

Miten Lutakon alueella liikkuvat ihmiset viettävät vapaa-aikaansa?

Kohderyhmien harrastuksien suosiossa ei huomattavia eroja ilmennyt. Molempien ryhmien kolme suosituinta harrastusta olivat ulkoliikunta, television ja elokuvien katselu sekä kulttuuri. Ilta-asiakkaat tosin harrastavat ahkerammin

ulkoliikuntaa ja vastaavasti vähemmän television ja elokuvien katselua kuin Lutakon asukashaastatteluun vastanneet. Kulttuurin osuus harrastuksista oli molemmilla lähes sama. Lutakon asukashaastatteluun vastanneet harrastavat iltatapahtuma-asiakkaita jonkin verran enemmän sosiaalista toimintaa ja musiikkia. Ilta-asiakkaat taas harrastavat lutakkolaisia enemmän käsitöitä ja kodinhoitoa. Nämä erot ovat luonnollisia, koska Lutakon asukashaastatteluun vastanneet olivat nuorempia kuin iltatapahtuma-asiakkaat.

Myös ravintolassa käynnin syyt olivat molemmilla kohderyhmillä hyvin samankaltaiset. Kolme tärkeintä syytä käydä ravintolassa olivat molemmilla sosiaalinen toiminta, syöminen ja virkistäytyminen. Paviljongin asiakkaat käyvät Lutakon asukashaastatteluun vastanneita enemmän muissa tapahtumissa, mikä on ymmärrettävää, koska he olivat juuri menossa viihdetapahtumaan. Ilta-asiakkaat käyvät myös Lutakkolaisia enemmän tanssimassa. Muuten syyt jakautuivat melko tasaisesti.

Suosituimmat ravintolat tekivät selvän eron kohderyhmien välille. Lutakon asukkaat käyvät eniten pubeissa, yökerhoissa ja seurustelu- ja ruokaravintoloissa tässä järjestyksessä. Paviljongin ilta-asiakkaat käyvät eniten ruokaravintoloissa, tanssiravintoloissa ja pubeissa. Iltatapahtuma-asiakkaat eivät käy juuri lainkaan yökerhoissa, ja Lutakon asukashaastatteluun osallistuneet käyvät hyvin vähän tanssiravintoloissa. Kummatkaan kohderyhmät eivät juuri käy pikaruokaravintoloissa. Nämä tulokset ovat hyvin tyypillisiä, kun otetaan huomioon kohderyhmien ikäjakauma.

Mitä palveluita Lutakossa halutaan käyttää iltaisin?

Kohderyhmiltä kysyttiin tulevaisuuden palvelutoiveita hieman erityyppisillä kysymyksillä. Näin ollen vastaukset eivät ole täysin samankaltaisesti luokiteltuja, eikä vertailu ole yhtä absoluuttinen kuin vapaa-aikaa koskevissa kysymyksissä, joissa kysymykset olivat molemmille kohderyhmille samanlaiset. Vastauksista saa kuitenkin kuvan miten toiveet mahdollisesti eroavat toisistaan vai eroavatko ne ollenkaan.

Molempien kohderyhmien toiveissa esiintyi liikuntapalveluiden saaminen Lutakkoon. Molemmat kohderyhmät kaipasivat myös ravintola- ja kahvilapalveluita sekä musiikillista tarjontaa. Tämä ei tarkoita vain elävää musiikkia, vaan myös karaokea ja ravintolan taustamusiikkia. Alueelle kaivattiin myös erilaisia tapahtumia, asukashaastattelusta nousi esille muun muassa teemabileet. Asukashaastattelussa tutkittiin tarkemmin mitä alueella haluttaisiin tehdä ja nimenomaan ravintolassa. Esille nousi vahvasti stand up, lautapelit sekä karaoke. Iltatapahtuma-asiakkailta vastaavia kysyttiin suurpiirteisemmin ja heidän vastauksistaan esille nousi nimenomaan kattavat ravintolapalvelut.

Lutakon palveluiden käyttäjäprofiilit 2010

Lutakon palveluille profiloitiin kolme käyttäjätyyppiä. Profiloinnissa käytettiin tutkimustuloksia sekä tietoperustassa esiteltyjä kuluttajatyyppejä ja tulevaisuuden trendejä. Profiloinnissa huomioitiin käyttäjän harrastukset, kiinnostuksen kohteet ja vaatimusten taso. Profileja voidaan käyttää osana tuotteiden ja palveluiden kehittämisprosesseja, jolloin niihin saadaan käyttäjälähtöinen näkökulma.

Teknoeläytyjä

Teknoeläytyjä on iältään 20–30-vuotias. Hänen harrastuksensa liittyvät sosiaaliseen toimintaan ja yhdessä tekemiseen. Teknologia on ollut koko hänen elämänsä osa arkipäivää, joten on luonnollista, että se näkyy hänen käyttämissään tuotteissa ja palveluissa. Hän on kiinnostunut koneista ja laitteista sekä tekniikkaan liittyvistä uutuuksista. Teknologia toimii hänelle suunnatussa markkinoinnissa kilpailutekijänä. Elämyksellisyys ja uusien tunteiden kokeminen saavat hänet vaikuttamaan tuotteen tai palvelun toimivuudesta. Lutakon alueelle on hyvä kehittää tämän kuluttajatyypin vaatimia tuotteita ja palveluita, sillä kaikki on mahdollista, koska palvelujen markkinointi on vasta alkuvaiheessa.

Sohvis

Sohvis on iältään 40–50-vuotias. Hän harrastaa ulkoliikuntaa ja television ja elokuvien katselua sekä käsitöitä, joiden ohjeet hän haluaa lainata kirjastosta.

Ulkoliikuntaa lukuun ottamatta tämä henkilö on melkoinen sohvaperuna. Tämä asiakastyyppe ei maksa turhasta ja käyttää rahansa viisaasti. Hän on melko passiivinen kuluttaja. Hän ei tiedä nykyteknologian hienouksista, eikä edes välitä tutustua niihin. Uutuuksia hän ei uskalla kokeilla ennen kuin ystävät ja naapurit ovat jo niitä kokeilleet. Hän harkitsee tarkkaan tarpeitaan ennen ostopäätöksen tekemistä. Hän on tyytyväinen saadessaan perustason tuotteen tai palvelun, eikä osaa tai halua vaatia muuta. Hänelle tuotteen tai palvelun hinta ei kerro sen laadusta vaan se yksinkertainen asia, että tuotteella tai palvelulla hänen tarpeensa tyydyttyvät.

Eliksiirinen kulturisti

Eliksiirinen kulturisti on yli 60-vuotias. Hän on ikäisenään aiempia sukupolvia virkeämpi ja maksukykyisempi. Kiinnostuksen kohteena hänellä on erityisesti kulttuuriin liittyvät asiat. Käyttämältään palvelulta hän vaatii tasokkuutta. Edellisestä sukupolvesta hän eroaa siten, ettei ole vaatimaton, vaan vaativa. Hän arvostaa vanhoja tuttuja tuotteita. Tuttuihin tuotteisiin tulee arvo palvelusta, joka tekee tuotteista kilpailukykyisiä. Palvelun laadulta hän odottaa ensiluokkaisuutta ja palvelun tulee perustua tarkasti suunniteltuun konseptiin. Hyvinvointipalvelut kiinnostavat häntä erityisesti, sillä hänellä on aikaa itselleen ja hän on tietoinen elämänlaadustaan, terveydestään sekä fyysisestä ja henkisestä tilastaan.

Kritiikki ja luotettavuus

Lähdemateriaalina käytettiin paljon Internet-lähteitä, koska työssä tarvittiin paljon ajankohtaista ja tulevaisuutta koskevaa tietoa. Teemojen oikea valinta oli tärkeää, jotta saatiin tarkoituksenmukaista tietoa, joka tukee tulosten analysointia. Tietoperustan tilastollisen aineiston saaminen oli hankalaa, koska vastaavanlaisia tutkimuksia ei joko löytynyt tai ne olivat väärässä muodossa tai väärille kohderyhmille.

Haastattelu tutkimusmenetelmänä oli mielenkiintoinen ja osittain haastava. Suuren haastattelijamäärän hallitseminen ja ohjaaminen vaati työskentelyn tarkkaa suunnittelua ja aikataulutusta. Koska haastattelijoiden määrä oli suuri,

oli huomioitava, että haastattelijoita oli tasaisesti kaikkina haastattelukertoina. Oli myös tärkeää, että haastattelijoita ei ollut kerralla liikaa, jotta työ oli sujuvaa ja haastateltavat löytyivät helposti. Koska haastattelijoita oli paljon, oli tärkeää perehdyttää haastattelijat työn teemoihin ja tutkimusmenetelmään.

Työ toteutettiin nopealla aikataululla. Haastattelut suoritettiin kahden viikon aikana ja esityöt vastausten käsittelyä varten aloitettiin heti. Tutkimuksen tiedon keruu ja tallennus sekä aineiston järjestäminen saatiin kokonaisuudessaan tehtyä kuukauden aikana. Tämän jälkeen aloitettiin tietoperustan kerääminen ja kirjoittaminen sekä tulosten analysointi.

Tutkimustuloksia voidaan pitää luotettavina otoksen koon perusteella. Verrattaessa otosten kokoa Lutakon asukasmäärään ja siihen, kuinka paljon Paviljongin konserttisaliin mahtuu yleisöä, otoksen koko oli kattava. Iltatapahtumien yleisökapasiteetti oli 2 400 henkilöä ja otoksen koko 288. Lutakossa on asukkaita noin 2 200 ja haastatteluun vastasi 337 henkilöä. Tutkimuksen luotettavuutta voidaan arvioida Hirsjärven, Remeksen ja Sajavaaran (2007, 227) mukaan myös olosuhteiden, aineiston keruupaikkojen ja käytetyn ajan avulla. Lisäksi määrittelyn apuna voidaan käyttää mahdollisia virhetulkintoja ja häiriötekijöitä sekä haastattelijan omaa arviointia tilanteesta. Tässä tutkimuksessa sääolot vaikuttivat jonkin verran tutkimusotokseen ja -tuloksiin. Sade ja pakkasvaivat vaikuttivat osaltaan haastatteluiden suorittamiseen. Paviljongin iltatapahtuma-asiakkaiden haastatteluun käytetty aika oli lyhyt, koska heillä oli kiire tapahtumaan. Sen vuoksi vastaukset saattoivat jäädä puutteellisiksi ja pintapuolisiksi.

Aineiston keruupaikan merkitys tutkimuksen suorittamiselle näkyi erityisen hyvin iltatapahtuma-asiakkaiden haastatteluissa. Haastattelut suoritettiin julkisilla paikoilla sen sijaan, että ne olisi tehty Paviljongin alueella. Tämä vaikutti tutkimusotokseen negatiivisesti. Lutakon asukashaastattelun kohdalla aineiston keruuta helpotti, että Lutakko alueena on selkeästi keskittynyt yhden kadun ympärille. Näin haastattelut oli helppo suorittaa kadulta käsin. Aineiston järjestämisvaiheessa huomattiin, että kysymys *”Mitä viihtymispalveluita haluaisit käyttää Lutakon alueella iltaisin?”* oli ymmärretty joidenkin vastaajien

kohdalla väärin. Haastateltavat olivat vastanneet tässä kohdin esimerkiksi pankkiautomaatti ja parkkihalli, joita ei voi luokitella viihtymispalveluiksi. Tämä vääristää kyseisen kysymyksen tuloksia, eikä niitä näin ollen voida pitää täysin pätevinä.

Jatkotoimenpiteet

Tutkimus on hyvä alku Lutakon käyttäjälähtöiselle kehittämiselle. Tutkimustuloksia voidaan hyödyntää Lutakon kehittämissuunnitelmassa, jota Living Lab Lutako -työryhmä työstää. Tutkimuksesta saadaan laaja kuva alueella liikkuvien ikärakenteesta ja vapaa-ajan viettotavoista ja toiveista. Saatujen tutkimustulosten pohjalta Lutakosta voidaan kehittää käyttäjälähtöinen ja innovatiivinen palveluympäristö. Lutakon palveluiden kehittämisessä on tärkeää ottaa käyttäjät mukaan työhön, sillä näin palvellaan paremmin sekä palveluntuottajia että käyttäjiä. Kun kehittämissuunnitelma etenee seuraavaan vaiheeseen, olisi tutkimusta hyvä syventää hakemalla yksityiskohtaisempaa tietoa alueella liikkuvien toiveista. Tutkimusta voidaan käyttää apuna esimerkiksi suunniteltaessa uudenlaista ravintolakonseptia ja nykyaikaisia vapaa-ajan palveluita.

Ravintolakonseptin voisi suunnitella 60-vuotialle, koska heille ei ole suunnattu tyylikkää ravintolapalveluita kantakaupungin alueella. Heille suunnattujen palveluiden avainasioita ovat tyyli, laatu ja tunnelma. Ravintolan palveluiden tulee olla monipuoliset, mutta tarkasti segmentoidut. Kolme tärkeintä tekijää ovat ruoka, musiikki ja kulttuuri. Ruokatuotteessa olennaista on yksinkertaisuus ja tieto raaka-aineiden alkuperästä. Ruuan tulee olla itse valmistettua ja tyylikästä. A la carten lisäksi tarjolla tulee olla kahvilatuotteita, joiden tulee olla tuoreita ja itse tehtyjä. Ravintolassa on aina pöytiintarjoilu. Musiikki on tärkeä osa ilmapiiriä ja se tekee ravintolasta viihtyisän. Ravintolassa on säännöllisesti elävää musiikkia ja mahdollisuus tanssia. Kulttuuritarjonnalla on suuri merkitys konseptille. Ravintolassa järjestetään esimerkiksi runonlausunta- ja improvisaatioteatteri-iltoja. Ravintolassa on esillä taidetta vaihtelevien näyttelyiden muodossa. Ravintolassa järjestetään bingoja ja tietovisoja päiväaikaan. Bingoissa ja tietovisoissa on palkintoina design-tuotteita liittyen vaihteleviin näyt-

telyihin. Ravintolakonseptin tulee olla tarkkaan harkittu ja siihen tulee liittää käyttäjälähtöinen näkökulma.

20–30-vuotiaille rakennetaan elämyskeskus, jossa on nykyaikaista teknologiaa ja uudenaikaiset tilat. Elämyskeskuksen toimintaperiaatteet ovat yhdessä tekeminen, liikkuminen ja elämyksellisyys. Elämyskeskus tuottaa elämys- ja ohjelmopalveluita tilauksesta. Keskus toimii myös kuntokeskuksena, joka on auki vuorokauden ympäri. Elämys- ja ohjelmopalvelut ovat ryhmille suunnattuja ja niihin on mahdollista liittää ruoka- ja juomapalvelut. Tätä varten keskuksessa on keittiö ja anniskeluoikeudet.

Elämyskeskuksen tilat on jaettu neljään osaan. Kaksi neljänestä on varattu liikunnalle, toisessa osassa on kuntosali ja toisessa ryhmäliikuntatilat. Liikuntatiloissa on suuret valkokankaat, joilta esitetään esimerkiksi elokuvia ja spinning-tunnilla videoita, joiden avulla luodaan tunnelma maastossa pyöräilystä. Yksi osa on pelitila, jossa voi pelata erilaisia konsolipelejä. Konsolipelit ovat liikunnallisia ja musiikillisia. Esimerkiksi kerran kuukaudessa järjestetään kaikille avoimia pelitapahtumia, muuten tila on auki tilauksesta. Neljäs osa on ravintola, jossa muun aktiviteetin ohella voi tavata muita ihmisiä ja nauttia ruoka- ja juomatuotteista. Sataman ja järven läheisyys hyödynnetään elämystoiminnassa. Järvellä on talvella mahdollista järjestää rusettiluistelutapahtumia ja kesällä kalastusretkiä, jotka on tuotteistettu ja paketoitu tarkkaan suunnitellen. Satamaan voisi rakentaa esimerkiksi ulkokeilailuradan, jota voi käyttää sekä talvella että kesällä. Elämyskeskuksen suunnitteluun tarvitaan innovaatiota ja kohderyhmien syvällisempää tuntemusta.

Yritysideat nousivat esiin tutkimustuloksista. Tutkimuksen perusteella alueen potentiaalisimmat palveluiden käyttäjät ovat 20–30-vuotiaat ja noin 60-vuotiaat. Liikeideoiden loppuun viemiseksi on kerättävä tarkempaa segmentti-kohtaista tietoa, jotta käyttäjälähtöisyys pysyy kiinteänä osana kehittämistyötä. Yhteistyö Living Labissa palveluiden tuottajien ja käyttäjien välillä takaa kehittämistyön jatkuvuuden ja edistää palveluiden toimivuutta.

LÄHTEET

Alasuutari, P. 1994. Laadullinen tutkimus. 2. uudistettu painos. Tampere: Vastapaino.

Blomstedt. Viitattu 2.1.2009. <http://www.blomstedt.fi>.

Elinkeinoelämän keskusliitto. 2004. Tulevaisuusluotain. Menestysklustereita tänään ja 2015: Faktaa ja visioita osaamisen ennakoinnin tueksi. Väliraportti I.

Elinkeinoelämän keskusliitto. 2006. Tulevaisuusluotain. Palvelut 2020 – Osaaminen kansainvälisessä palveluyhteiskunnassa. Loppuraportti.

Elinkeinoelämän keskusliitto. 2005. Tulevaisuusluotain. Teknologia ja uudistuva liiketoiminta – menestymisen edellyttämiä osaamistarpeita. Väliraportti II.

Elonen. Viitattu 2.1.2009. <http://www.elosenleipomo.fi>, Innova.

Eskola, J. & Suoranta, J. 1999. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. 3. p. Tampere: Vastapaino.

Frey, L. R; Botan, C. H. & Kreps, G. L. 2000. Investigating Communication. An Introduction to Research Methods. 2. p. Boston: Allyn and Bacon.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2001. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. 13. p. osin uud. laitos. Helsinki: Tammi.

Huoneistohotelli Ada & Alex. Viitattu 22.1.2009. <http://www.ada-alex.fi>.

Häkkinen, R. 2008. Living Lab Lutakko. Potentiaalikartoitus. Jyväskylän ammattikorkeakoulu, Matkailu-, ravitsemis- ja talousala.

Jokinen, K. Lutakko-tutkimus. Viitattu 2.1.2009. <http://www.lutakko.com>, tutkimus.

Jyväskylä Karting Center. Viitattu 5.1.2009. <http://www.jklkarting.fi>, Jyväskylä Karting Center, sisärata, Paviljonki.

Jyväskylän kaupunki, sosiaali- ja terveysterveystoimet. Viitattu 5.1.2009. <http://www.jkl.fi>, palvelut, sosiaali- ja terveysterveystoimet, ikääntyvät, päiväkeskukset, Lutakon päiväkeskus.

Jyväskylän kaupunki, Lutakon sataman yleissuunnitelma. Viitattu 5.1.2009. <http://www3.jkl.fi/yhdyskuntatoimi/kapu/investoinnit/lutakonsatama>, yleissuunnitelmaselostus 31.1.2008.

Jyväskylän Paviljonki. Viitattu 2.1.2009. <http://www.jklpaviljonki.fi>, palvelut, ravintola.

Jyväskylän Paviljonki. Viitattu 2.1.2009. <http://www.jklpaviljonki.fi>, palvelut, kokoukset ja kongressit, kokouspaketit.

Kaljonen, A. & Tähtinen, J. 1996. Tilastollisen analyysin perusteita kasvatus-tieteellisessä tutkimuksessa. Turku: Turun opettajankoulutuslaitos.

Katri Antell. Viitattu 2.1.2009. <http://www.antell.fi>, catering, henkilöstöravintolat, Jyväskylä, Ravintola IT-Dynamo, Jyväskylä.

Lampikoski, K. & Lampikoski, T. 2000. Kuluttajavisiot – näköaloja kuluttajakäyttäytymisen tulevaisuuteen. Porvoo: WSOY.

Lotti, L. 1998. Markkinointitutkimuksen käsikirja. Porvoo: WSOY.

Lotti, L. 2001. Tehokas markkina-analyysi. Helsinki: WSOY.

Lutakon Leidi. Viitattu 2.1.2009. <http://www.lutakonleidi.fi>.

Pizza Best. Viitattu 2.1.2009. <http://www.pizzeriabest.com>.

Ravintolaidea. Viitattu 2.1.2009. <http://www.jamk.fi>, palvelut yleisölle, Ravintolaidea.

Tilastokeskus. 2004. Viitattu 7.1.2009. <http://www.stat.fi>, tilastot aakkosittain, ajankäyttötutkimus, linkit, how Europeans spend their time, everyday life of women and men, eurostat pocketbook

Timonen, P. 2005. Kuluttajien vapaa-ajan haaveet ja elämysklusteri. Kuluttajatutkimuskeskus.

Tuosa, M. 2008. Tilastotietoja Lutakon väestöstä. Sähköposti. Jyväskylä: Jyväskylän kaupunki.

Valtion teknillinen tutkimuskeskus. 2004. Kirjasto, asiakkuudet ja palvelujen markkinointi. Prosessien kehittäminen. Helecon Tietokeskus.

LIITTEET

LIITE 1. Haastattelulomake Lutakon asukkaille

Haastattelu Lutakon asukkaille

Kyseessä on Jyväskylän ammattikorkeakoulun matkailu-, ravitsemis- ja talousalan yksikön toteuttama Lutakon palveluiden kehittämisprojekti. Kyselyllä tutkitaan ihmisten toiveita ja nykyisiä tottumuksia viettää vapaa-aikaa.

- | | | | | | | |
|----------------|------|----------|-----------|--------|-------|------|
| 1. Ikäarvio | 1 20 | 2 30 | 3 40 | 4 50 | 5 60 | 6 70 |
| 2. Sukupuoli | | 1 nainen | | 2 mies | | |
| 3. Asuinpaikka | | | 1 Lutakko | | 2 Muu | |

Kuinka usein käyt Lutakossa vapaa-aikana iltaisin?

- | | | | |
|-----------|---------------|--------------|-------|
| 4. Oletko | 1 työelämässä | 2 opiskelija | 3 muu |
|-----------|---------------|--------------|-------|

5. Mainitse kolme tärkeintä harrastusta, joita harrastat useimmiten iltaisin.

6. Mitä viihtymispalveluja haluaisit käyttää Lutakon alueella iltaisin?

(Liite 1 jatkuu)

7. Kuinka usein käyt ravintolassa iltaisin?

viikossa

kuukaudessa

vuodessa

8. Mistä syystä yleensä käyt ravintolassa illalla? Mainitse kolme tärkeintä syytä.

9. Mitä haluaisit harrastaa ravintolassa illalla?

pikadeitit

teemabileet

lautapelit

keskustelutilaisuudet

ruuanlaitto

bingo

tietovisa

näytelmäkerho

karaoke

stand up

10. Missä ravintolassa käyt nykyään useimmiten iltaisin?

LIITE 2. Haastattelulomake iltatapahtuma-asiakkaille

Haastattelu iltatapahtuma-asiakkaille

Kyseessä on Jyväskylän ammattikorkeakoulun matkailu-, ravitsemis- ja talousalan yksikön toteuttama Lutakon palveluiden kehittämisprojekti. Kyselyllä tutkitaan ihmisten toiveita ja nykyisiä tottumuksia viettää vapaa-aikaa.

1. Ikäarvio 1 20 2 30 3 40 4 50 5 60 6 70

2. Sukupuoli 1 nainen 2 mies

3. Mainitse kolme tärkeintä harrastustasi, joita harrastat useimmiten iltaisin.

4. Kuinka usein käyt ravintolassa iltaisin?

viikossa

kuukaudessa

vuodessa

5. Mistä syystä yleensä käyt ravintolassa illalla? Mainitse kolme tärkeintä syytä.

6. Minkä tyyppisissä ravintoloissa käyt useimmiten illalla?

7. Mistä syistä tulisit viettämään iltaa Lutakkoon?

8. Mitä muita palveluita haluaisit käyttää Lutakossa konsertti-iltoina?