

# VETOVOIMAISEMPI KAUPUNKIKESKUSTA JYVÄSKYLÄÄN

Oksanen Marjo  
Räihä Carita

Opinnäytetyö  
Marraskuu 2010

Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma  
Matkailu-, ravitsemis- ja talousala





Tekijä(t) OKSANEN, Marjo RÄIHÄ, Carita	Julkaisun laji Opinnäytetyö	Päivämäärä 01.11.2010
	Sivumäärä 68	Julkaisun kieli suomi
	Luottamuksellisuus ( ) saakka	Verkojulkaisulupa myönnetty ( X )
Työn nimi VETOVOIMAISEMPI KAUPUNKIKESKUSTA JYVÄSKYLÄÄN		
Koulutusohjelma Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) TUNKKARI-ESKELINEN, Minna		
Toimeksiantaja(t) Jyväskylän elävä kaupunkikeskusta ry		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön toimeksiantajana oli Jyväskylän elävä kaupunkikeskusta ry. Työn tarkoituksena oli selvittää Jyväskylän keskustan kehittämiskohteita sekä tutkia keskustan elinvoimaisuutta. Työn tavoitteena oli myös tutkia sitä, miten Jyväskylän keskustasta saadaan vetovoimaisempi. Keskustan vetovoimaisuutta tarkasteltiin saavutettavuuden, palvelutarjonnan, viihtyvyyden ja elinvoimaisuuden näkökulmista.</p> <p>Tavoitteiden saavuttamiseksi työssä haastateltiin eri toimialojen edustajia, jotka työskentelevät keskustan kehittämisen parissa. Työ perustuu kvalitatiiviseen tutkimustapaan. Tutkimusmenetelmänä käytettiin teemahaastattelua. Haastattelukutsut lähetettiin postitse yhdeksälle henkilölle keväällä 2010. Haastattelut toteutettiin Jyväskylän elävä kaupunkikeskusta ry:n tiloissa tai haastateltavan työpaikalla. Haastattelutilanne nauhoitettiin.</p> <p>Työ osoitti, että keskusta kaipaa kehitystä monilla osa-alueilla vetovoimaisuuden lisäämiseksi. Uusien kauppakeskusten muodostuminen keskustan ulkopuolelle tuo omat haasteensa keskustan kehittymiselle. Haastattelujen perusteella Jyväskylän keskustaan kaivattiin selkeästi lisää erikoisliikkeitä. Tuloksista kävi myös ilmi, että erityisesti keskustan esteettisyydessä, kuten kalusteissa, istutuksissa ja siisteydessä, on kehitettävää.</p> <p>Tutkimus on ajankohtainen, sillä Jyväskylän keskustassa tehdään tällä hetkellä suuria remontteja ja uudistuksia. Tulokset ovat hyödyllisiä tulevaisuuden keskustaa suunniteltaessa. Tutkimus antaa arvokasta tietoa Jyväskylän keskustan vetovoimaisuuden lisäämiseksi sekä Jyväskylän elävä kaupunkikeskusta ry:lle, paikallisille yrittäjille että kiinteistöjen omistajille.</p>		
Avainsanat (asiasanat) Kaupunkisuunnittelu, kävelykeskusta, saavutettavuus, vetovoimaisuus, keskustan kehittäminen		
Muut tiedot		



Author(s) OKSANEN, Marjo RÄIHÄ, Carita	Type of publication Bachelor's Thesis	Date 01.11.2010
	Pages 68	Language Finnish
	Confidential ( ) Until	Permission for web publication ( X )
Title MORE ATTRACTIVE CITY CENTRE IN JYVÄSKYLÄ		
Degree Programme Degree Programme in Service Management		
Tutor(s) TUNKKARI-ESKELINEN, Minna		
Assigned by Jyväskylän elävä kaupunkikeskusta ry		
Abstract <p>The thesis was commissioned by Jyväskylän elävä kaupunkikeskusta ry and its aim was to find out what should be developed in Jyväskylä city centre to make it more viable. Another aim of the thesis was to find out how attractive Jyväskylä city centre is. The perspectives of accessibility, supply of services, attractiveness and vitality were examined.</p> <p>To achieve the aims, nine persons were interviewed. The interviewees represented different kinds of fields and they all work with the developing of Jyväskylä city centre. The thesis was conducted using a qualitative study method. The research method was a theme interview. The invitations for the interviews were posted for nine persons in the spring of 2010. The interviews were held in the office of Jyväskylän elävä kaupunkikeskusta ry or at the interviewee's workplace. All interviews were recorded.</p> <p>This results of the study indicated that to increase the attractiveness, the centre needs more development in several sectors. New shopping centres are being built outside the city centre, which is challenging for the centre development. The interviewees considered that the supply of special services was not wide enough. The attractiveness of the city centre needs developing by means of street furniture, plantations and tidiness.</p> <p>The thesis is current, due to the fact that the centre of Jyväskylä is facing a lot of changes. There are several innovations and renovations going on. The study results are useful for planning the future centre. The study gives valuable information about increasing the attractiveness of Jyväskylä city centre for both Jyväskylän elävä kaupunkikeskusta ry, local entrepreneurs and property owners.</p>		
Keywords Urban planning, pedestrian city centre, accessibility, attractiveness, development of city centre		
Miscellaneous		

# SISÄLTÖ

1 TAVOITTEENA ELINVOIMAINEN KAUPUNKIKESKUSTA.....	3
2 KAUPUNKISUUNNITTELU .....	6
2.1 Kävelykeskustat .....	6
2.2 Jyväskylän keskustan kehitysvaiheet.....	7
2.3 Jyväskylän keskustavisio .....	9
2.4 Elävä kaupunkikeskusta ry .....	13
3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS .....	16
3.1 Tutkimusongelma.....	16
3.2 Tutkimusmenetelmänä teemahaastattelu.....	17
3.3 Aineistonkeruu ja analysointi .....	18
4 PALVELUMUOTOILU JA KULUTTAJAKÄYTTÄYTYMINEN .....	21
5 KAUPUNKIKESKUSTAN VETOVOIMATEKIJÄT .....	26
5.1 Keskustan sijainti ja palvelujen saatavuus.....	26
5.2 Esteettömyys, siisteys ja viihtyisyys.....	28
5.3 Katuympäristö .....	30
6 JYVÄSKYLÄN KESKUSTAN KEHITTÄMISKOHTEET.....	31
6.1 Saavutettavuus eri kulkuvälineillä.....	31
6.2 Palveluihin lisää yksilöllisyyttä .....	37
6.3 Elinvoimaa tapahtumista .....	40
6.4 Viihtyisä keskusta-alue.....	44
7 POHDINTA .....	52
7.1 Johtopäätökset SWOT-analyysina .....	52

7.2 Keskustan elävyyden esteet .....	55
7.3 Tutkimuksen luotettavuus .....	56
7.4 Tutkimuksen haasteet.....	59
7.5 Jatkotutkimusehdotukset .....	60
LÄHTEET.....	62
LIITTEET .....	65
Liite 1. Saatekirje haastateltaville .....	65
Liite 2. Teemahaastattelurunko .....	67

## **KUVIOT**

KUVIO 1. Jyväskylän ydinkeskustan vetovoimapisteen .....	11
KUVIO 2. Jyväskylän keskustan vetovoimapisteen tulevaisuudessa .....	11
KUVIO 3. Väinönkatu.....	12
KUVIO 4. Jyväskylän ydinkeskusta-alue .....	17
KUVIO 5. Täyteen ahdettu pyöräparkki .....	33
KUVIO 6. Epäsiisti Kävelykatu.....	45
KUVIO 7. Sotkuinen Kävelykatu.....	46
KUVIO 8. Terassialue Kävelykadulla.....	47
KUVIO 9. Näyteikkuna.....	50

## **TAULUKOT**

TAULUKKO 1. Haastateltavien esittely .....	19
TAULUKKO 2. Yhteenvedon tutkimustuloksista SWOT-analyysinä .....	54

# 1 TAVOITTEENA ELINVOIMAINEN KAUPUNKIKESKUSTA

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää Jyväskylän keskustan mahdollisuuksia kehittyä kaupunkikeskustana ja kartoittaa sen konkreettisia kehityskohteita. Selvitämme Jyväskylän ydinkeskustan tämänhetkistä tilannetta ja kehittymismahdollisuuksia tulevaisuudessa. Jyväskylän keskusta elää tällä hetkellä uudistumisvaihetta: keskusta-alueella on meneillään paljon erilaisia muutoksia, ja esimerkiksi uudistuvan kauppakeskus Forumin myötä Jyväskylään ollaan saamassa paljon uusia kauppoja ja ravintoloita. Kaupunkien keskustat joutuvat elämään ikuisessa muutosvaiheessa säilyttääkseen elinvoimaisuutensa.

Tutkimuskysymyksiksi työn edetessä muodostuivat:

- Mikä tekee keskustasta elävän?
- Mitä kehitettävää keskustassa on?

Käsiteltäviä aihealueita ovat keskustan saavutettavuus eri kulkuvälineillä, palvelujen tarjonta keskustassa, keskustan elinvoimaisuus sekä viihtyisyys. Tietoa hankittiin haastatteleamalla yhdeksää Jyväskylän keskustan kehittämisen parissa työskentelevää henkilöä. Tutkimus kohdistuu maantieteellisesti vain Jyväskylän ydinkeskusta-alueeseen, joka on rajattu kartan avulla kappaleessa 3.1.

Tutkimus tehtiin sellaisten eri-ikäisten henkilöiden näkökulmasta, jotka työskentelevät keskustakehittämisen parissa ja ovat samalla itsekin keskustan käyttäjiä. Heillä on usean vuoden kokemus Jyväskylän keskustan parissa työskentelemisestä ja paljon toimivia ideoita ja mielipiteitä aiheesta.

Tutkimus on ajankohtainen, sillä Jyväskylän keskusta elää parhaillaan selkeää uudistumisvaihetta. Väinönkatu on muuttumassa kävelypainotteiseksi, kaupakeskus Forum ja Sokos ovat täydessä remontissa, Alumiinitalo valmistui ja tarjosi Anttilalle uudet tilat, ja Kauppalaispihaa remontoidaan uusiin käyttötarkoituksiin. Uusia liiketiloja syntyy, mikä monipuolistaa Jyväskylän palvelutarjontaa.

Tutkimuksestamme on hyötyä erityisesti toimeksiantajallemme Jyväskylän elävä keskusta ry:lle mutta myös keskusta-alueen yrittäjille ja kiinteistöjen omistajille. Tutkimus tarjoaa tuoretta ja ajankohtaista tietoa muutoksen keskellä olevasta kaupunkikeskustasta: sen saavutettavuudesta, palveluista, elävyydestä ja viihtyisyydestä.

Tutkimusraporttimme alussa esittelemme toimeksiantajamme sekä kerromme taustatietoa kaupunkikeskustojen kehittämistyöstä Suomessa. Kuvailemme myös Jyväskylän keskustan kehitysvaiheita sekä aiemmin tehtyä tutkimusta aiheesta. Kerromme myös, kuinka tutkimus käytännössä toteutettiin. Neljännessä luvussa kerromme palvelujen saavutettavuudesta ja palvelutarjonnasta, sekä keskusta-alueen viihtyvyyteen ja elinvoimaisuuteen liittyvistä tekijöistä tietokirjallisuuden näkökulmasta. Tuomme tässä luvussa esille melko uuden käsitteen, palvelumuotoilun, koska palvelut ovat yksi tärkeimmistä kaupunkikeskustan vetovoimatekijöistä. Palvelumuotoilu tarkoittaa palvelujen kehittämistä innovatiivisesti ja käyttäjälähtöisesti (Koivisto 2009, 34). Tuomme esille myös kuluttajan ostokäyttäytymiseen vaikuttavia tekijöitä, koska tutkimuksen tuloksista lopulta hyötyvät juuri kuluttajat. Työn lopussa esittelemme tutkimusten tulokset sekä haastattelujen pohjalta syntyneet johtopäätökset.

Halusimme toteuttaa tutkimuksen juuri tästä aiheesta, koska olemme kumpikin syntyperäisiä jyvaskyläläisiä ja aktiivisia keskustan käyttäjiä. Jyväskylän

keskustalla on hyvät lähtökohdat kehittyä entistä vetovoimaisemmaksi kaupunkikeskustaksi ja houkutella lisää asiakkaita keskusta-alueen ulkopuolelta.

Jyväskylän keskustan vetovoimaisuutta on tutkittu aiemminkin: Tiina-Riitta Lappi Jyväskylän yliopistosta on julkaissut vuonna 2007 tutkimuksen, jossa selvitetään muun muassa Jyväskylän keskustan elinvoimaisuutta ja ympäristön viihtyvyyttä ja pohditaan keskustan eri alueiden ja kohteiden toimivuutta erilaisten mielipidekirjoitusten ja lehtiartikkelien perusteella. Myös Arne Nedstam on perehtynyt Jyväskylän keskustan vetovoimaisuuteen vuonna 1994 ja tehnyt kehittämissuosituksen Jyväskylän keskustan parantamiseksi Jyväskylän kaupungin toimeksiannosta. Ehdotusta käsitellään luvussa 2.4.



## 2 KAUPUNKISUUNNITTELU

### 2.1 Kävelykeskustat

Kävelykeskustalla tarkoitetaan kaupungin keskusta-aluetta, joka koostuu kävelyille omistetuista alueista, kuten kävelykaduista, aukioista ja puistoista. Suomessa kävelykeskustojen rakentaminen ja kehitys on ollut muita Pohjoismaita hitaampaa. Syynä tähän ovat olleet muun muassa rahoituksen puute ja asenteet. Suomalaisten kävelykatujen keskipituus on huomattavasti lyhyempi kuin muissa pohjoismaisissa kaupungeissa, mutta yleisilmeeltään uusimmat suomalaiset kävelykadut kestävät hyvin kansainvälistä vertailua. (Heikkilä, Santasalo & Karppinen 1996, 6, 10.)

Kaupunkikeskustojen liikenneuudistuksien myötä on nostettu esiin kaksi uutta käsitettä englannin kielestä: traffic calming ja pedestrianisation. Traffic calming tarkoittaa niitä toimenpiteitä, joilla taataan keskustan liikenneympäristön toiminnallinen ja fyysinen tarkoituksenmukaisuus sekä karsitaan liikenteen häirittejä keskustalla. Toiminnan tarkoituksena on varmistaa keskustan helppo saavutettavuus kaikilla liikennemuodoilla. Pedestrianisation tarkoittaa kävelykulttuurin tukemista keskustoissa. Käytännössä se tarkoittaa kävelykatujen rakentamista sekä keskusta-alueen liikenneympäristön toteuttamista kävelijäkeskeisesti. Käytettäviä keinoja ovat muun muassa levenetyt jalkakäytävät sekä kalusteiden ja istutusten lisääminen. (Mts. 12.)

Vuonna 1994 tehtiin puhelinhaastattelu Suomen suurimpiin kaupunkeihin. Haastattelun avulla selvitettiin, kuinka paljon kävelykulttuuria tukevia suunnitelmia on vireillä eri kaupungeissa. Käynnissä olevia hankkeita oli yhteensä yli kolmekymmentä. Haastattelussa selvitettiin myös, mitkä asiat olivat este-

nä kävelykeskustarakentamiselle. Vastaukset luokiteltiin asenteellisiin, taloudellisiin, kaupunkirakenteellisiin ja muihin esteisiin. Suurimmissa kaupungeissa pahimmat esteet olivat asenteet ja rahan puute. Pienimmissä kaupungeissa kävelykeskustat koettiin tarpeettomiksi. (Mts. 21–23.)

Suomalaisilta kaupunkikeskustoilta puuttuvat yleensä selkeät reunat mutta esimerkiksi Jyväskylässä keskusta-alue rajoittuu harjun ja rannan väliin. Keskustojen rakentamista säätelevät yleensä jo 1800-luvulla tehdyt ruutukaavat. Ruutukaavajärjestelmä aiheuttaa usein sen, että koko keskustasta tulee helposti kaavamainen ja itseään toistava. Suomalaiset kaupunkikadut ovat selkeästi keskieurooppalaisia katuja leveämpiä. Tämä johtuu puukaupunkiperinteestämme sekä paloturvallisuussyistä. (Mts. 25–28.)

## **2.2 Jyväskylän keskustan kehitysvaiheet**

Jyväskylän kaupunki perustettiin vuonna 1837. Nykyinen Kauppakatu muodostui vilkkaan läpikulkuliikenteensä takia keskustan pääkaduksi. Sen ensimmäinen nimi oli Läntinen pitkäkatu, ja se oli myös Jyväskylän historian ensimmäinen nimetty katu. Vuonna 1838 tämä katu nimettiin Kauppakaduksi. (Jäppinen & Fredrikson 1995, 5, 10.)

Vuodesta 1838 lähtien keskustan tontteja alettiin huutokaupata. Pienimmät tontit vuokrattiin lähinnä käsityöläisille ja liiketaloudellisesti parhaat tontit menivät kauppiaille. Jyväskylän rakentuminen alkoi Kauppakadun yläpäästä, mihin vaikuttivat kirkon läheisyys ja sataman sijainti. Aluksi Jyväskylän rakennuskanta oli vaatimatonta ja heikkokuntoista, koska tavoitteena oli vain saada katto asukkaiden ja kauppiaiden pään päälle. Kun hyvinvointi alkoi

näkyä katukuvassa 1870-luvulla, myös rakennusten arkkitehtuuriin alettiin kiinnittää huomiota. (Mts. 11–15.)

Vuoteen 1880 saakka Jyväskylän keskustan näkymä koostui pääasiassa matalista puutaloista, kunnes kaupunkiin rakennettiin korkea tiilikirkko (nykyinen Kaupunginkirkko). Kirkon ympäristöä kutsuttiin Kirkkotoriksi, koska siellä järjestettiin kaupallista markkinatoimintaa. Kirkkotorin ympäristöstä muodostui Jyväskylän hallinnollinen, kirkollinen, kaupallinen ja tiedonvälityksen keskus. 1800-luvun lopussa kiinnostus markkinoita kohtaan väheni. Tästä seurasi, että tori siirrettiin nykyisen Kauppatorin paikalle ja tilalle rakennettiin puisto. Sen jälkeen kyseinen alue on pysynyt rakenteeltaan lähes muuttumattomana. (Mts. 20–23.)

Jyväskylän Kauppakatu päällystettiin 1920-luvun puolivälissä, jolloin kiveykseen tehtiin kompassikuvio, joka on edelleen olemassa. Kompassista on muodostunut kaupunkilaisten kohtauspaikka. 1940-luvun lopulla alettiin kiinnittää huomiota nopeasti kasvavaan automäärään ja sen aiheuttamiin ongelmiin. Melu, ilmansaasteet, ahtaus sekä lukuisat liikennevahingot johtivat ensimmäiseen suureen ratkaisuun: Kauppakatu Kirkkopuistosta alaspäin muutettiin joukkoliikennekaduksi 1970-luvun puolivälissä. (Mts. 64–65.)

### **Kävelykatu**

Kävelykatu on ydinkeskustassa sijaitseva kävelylle ja pyöräilylle tarkoitettu katu. Se on luonteeltaan ostoskatu, ja sen varrella olevat rakennukset ovat pääasiassa vähittäiskaupan liiketiloja. Kävelykatu on Kauppakadun yksi osa, ja sillä ei ole kevyenliikenteen lisäksi muuta liikennettä. (Heikkilä, Santasalo & Karppinen 1996, 10–11.)

Jyväskylän kaupunginvaltuusto otti kantaa Jyväskylän Kauppakadun muuttamiseen kävelykaduksi jo vuonna 1976. Hanketta ei kuitenkaan voitu toteut-

taa vielä tuolloin, koska kaupungin läpikulkuliikenne piti ensin saada siirrettyä Rantaväylälle, joka oli vasta rakenteilla. Joukkoliikenne siirrettiin Kauppakadulta Vapaudenkadulle vuonna 1990, jolloin osasta Kauppakatua tuli kävelykatu. Kävelykatua alettiin rakentaa ja kalustaa tehokkaasti vuonna 1994, ja virallisia avajaisia vietettiin syksyllä 1995. (Jäppinen & Fredrikson 1995, 72–75.)

Jyväskylän Kävelykatu on nykyään 440 metriä pitkä ja pinta-alaltaan 12 300 m<sup>2</sup>, josta lähes puolet on lämmitettyä aluetta. Kävelykatua käyttää päivittäin lähes 80 000 henkilöä. Kävelykadun suunnittelussa on huomioitu erityisesti liikuntarajoitteiset sekä lastenvaunujen kanssa liikkuvat asiakkaat. Katukalusteet ovat varta vasten kadulle suunniteltuja, mikä tekee kävelykadusta viihtyisän ympäristön. (Jyväskylän elävä kaupunkikeskusta ry 2010d.)

## **2.3 Jyväskylän keskustavisio**

Jyväskylän keskustassa on alkamassa kehittämisen uusi vaihe, jota varten on suunniteltu luonnos ruutukaava-alueen kehittämisestä. Ydinkeskustassa on meneillään useita kehittämishankkeita, joiden tavoitteena on kehittää keskustan kortteleita vetovoimaisemmiksi. Hankkeiden tarkoituksena on parantaa ydinkeskustan kaupallista houkuttelevuutta esimerkiksi lisäämällä pienten erikoisliikkeiden määrää. (Sandelin 2005, 1.)

### **Jyväskylän keskustan nykytilanne**

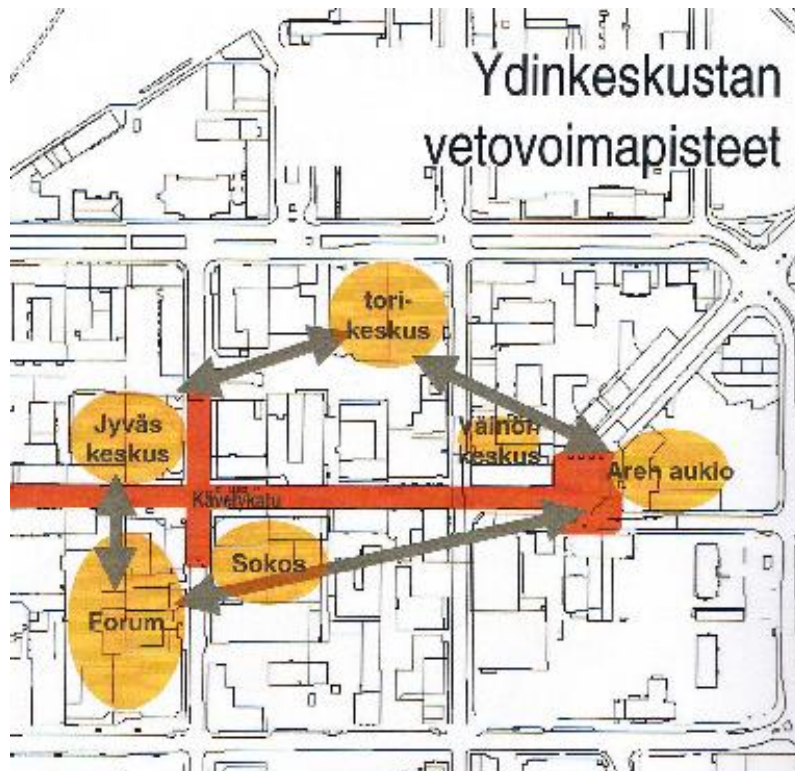
Nykyinen keskusta-alue on jaettu eriluonteisiin alueisiin siellä tarjottavien palvelujen mukaan. Näitä aluetyyppejä ovat koulutusalue, suvaitseva alue, kulttuurialue, kaupallinen alue, populaarialue, elämänlaatualue sekä hallintoalue. (Mts. 4.)

Yliopistokampukset ja ammattikorkeakoulut muodostavat keskustan koulutusalueet. Suvaitseva alue sijaitsee yläkaupungissa. Siellä tarjottavat palvelut ovat luonteeltaan rentoja ja poikkeavat vilkkaimman ostosalueen palveluista. Kulttuurialue sijoittuu Kilpisenkadulle Kirkkopuiston reunalle. Alueella on muun muassa Jyväskylän kaupunginteatteri sekä museoita. Kaupallinen alue sijoittuu ydinkeskustaan Kilpisenkadun ja Väinönkadun väliin. Tämä alue koostuu pääasiassa ruoka- ja seurusteluravintoloista, vaate-, sisustus- ja ruokakaupoista, pikaruokaravintoloista sekä kahviloista. Populaarialue sijoittuu osittain kaupallisen alueen päälle. Populaarikulttuurilla tarkoitetaan kansan suosimaa kulttuuria, kuten musiikkia, elokuvia ja kirjoja. Elämänlaatualueella ovat sisustus- ja musiikkiliikkeet, ruokaravintola sekä seurusteluravintola. Hallintoalue sijoittuu pääasiassa Hannikaisenkadulle. Alueella on muun muassa poliisilaitos, oikeusaputoimisto sekä sosiaaliasema. (Mts. 4.)

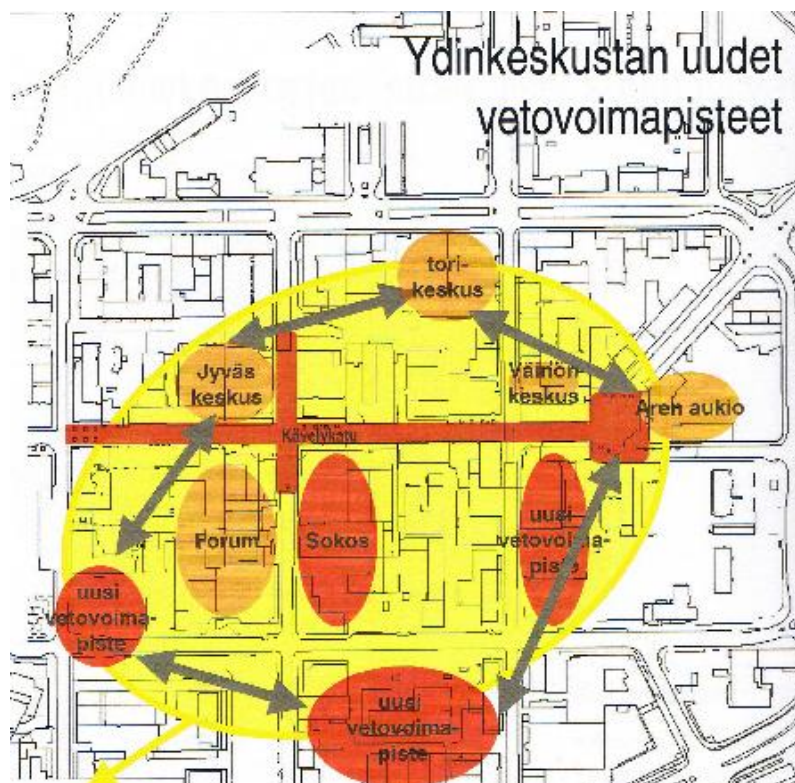
### **Jyväskylän keskustavisio 2020**

Sandelinin vuonna 2005 tekemän suunnitelman mukaan keskustan palvelut sijoittuvat tulevaisuudessa uudella tavalla. Kulttuuriakselin osuus tulee sijoittumaan huomattavasti laajemmalle alueelle Kilpisenkadun suunnassa. Ydinkeskustan kauppa- ja populaarialueet yhdistyvät ja laajenevat Hannikaisenkadulle ja Yliopistonkadulle saakka. Tällä uudella alueella korostetaan elämyksiä ja ulko-oleskelua. (Mts. 5.)

Ydinkeskustan tämän hetkiset vetovoimapistet sijoittuvat hyvin suppealle alueelle. Näitä vetovoimapisteitä ovat Forum, Jyväskeskus, Torikeskus, Sokos, Väinönkeskus ja Aren aukio. Kaikki edellä mainitut ovat kauppakeskuksia, joiden väliin sijoittuu aktiivinen kaupallinen alue. Tulevaisuudessa ydinkeskustaan luodaan kolme uutta vetovoimapistettä, jotka laajentavat ydinkeskusta-alueetta. Pienten liikkeiden on helppo sijoittua vetovoimapisteidensä väliin jäävälle kaupalliselle alueelle. (Mts. 7-8.)



KUVIO 1. Jyväskylän ydinkeskustan vetovoimapisteeet (Sandelin 2005, 7)



KUVIO 2. Jyväskylän keskustan vetovoimapisteeet tulevaisuudessa (Sandelin 2005, 8)

Jotta maanpäällisten tilojen viihtyvyyttä ja käytettävyyttä voitaisiin parantaa, tullaan maanalaisista pysäköintiä tulevaisuudessa lisäämään. Yksi visioituista maanalaisista parkkitaloista sijoittuu Kirkkopuiston alle. (Mts. 10.)

### Väinönkatu

Väinönkatua ollaan muuttamassa kävelypainotteiseksi kaduksi. Vuonna 2008 Väinönkatu muutettiin yksisuuntaiseksi. Syynä muutokseen on ollut halu vähentää autoilua Väinönkadulla. Ongelmana on myös se, etteivät linja-autot mahdu kunnolla kohtamaan kyseisellä alueella. Runsas jalankulkijoiden ja polkupyöräilijöiden määrä Väinönkadun ja Kauppakadun risteyksessä aiheuttaa vaaratilanteita. (Sandelin 2005, 11; Arola 2008.)



KUVIO 3. Väinönkatu (Oksanen & Rähä 2010)

Väinönkadusta kehitetään korkeatasoista boutique-alueita, jonka katutasossa on pääasiassa pieniä liikkeitä. Tavoitteena on luoda liikkeille korkeatasoisia,

omaperäisiä ja yksilöllisiä näyteikkunoita sekä sisäänkäyntejä. Alueelle on tarkoitus luoda aktiivinen ja korkeatasoinen iltaelämä. (Sandelin 2005, 11.)

### **Kauppalaispiha**

Uuden Kauppalaispihan tarkoitus on toimia ajanvietto- ja pysähtymispaikkana sekä kaupallisesti vetovoimaisena ulkotilana. Alueelle luodaan uusia liiketiloja, kahviloita ja terasseja sekä lasten leikkipaikka. Kauppalaispihalta halutaan luoda toimivat sisäiset ja ulkoiset yhteydet ympäröivään kävelykeskukseen. (Mts. 12.)

### **Kilpisenkadun kulttuuriakseli**

Vapaa-ajan lisääntymisen myötä kulttuurin merkitys kaupunkien kehityksessä kasvaa. Merkittävimmät muutokset näkyvät uusmedian, kulttuurimatkailun ja tapahtumatuotannon kasvuna. Alueelle halutaan luoda oleskelupaikkoja satunnaisia kohtaamisia varten. Kuluttajille halutaan tarjota kulttuuri-, shoppailu-, maku- ja tilaelämyksiä. Kilpisenkadun yläpään perustetaan pieniä luovia liikkeitä, kuten kirja- ja lelukauppoja, käsityöliikkeitä sekä kehysliikkeitä. Soneran tonttia tullaan kehittämään siirtämällä toimistotilat ylempiin kerroksiin ja muuttamalla katutasen kerrokset liiketiloiksi. (Mts. 16–18.)

## **2.4 Elävä kaupunkikeskusta ry**

Tämän opinnäytetyön toimeksiantaja on Jyväskylän elävä kaupunkikeskusta ry. Jyväskylän elävä kaupunkikeskusta ry:n toiminta perustuu Elävä kaupunkikeskusta ry:n toimintaan, joka toimii koko Suomen kaupunkien johtavana kehitysyhteisönä.



Tällä hetkellä Elävä kaupunkikeskusta ry:hyn kuuluu 31 Suomen kaupunkia. Elävä kaupunkikeskusta ry:n toiminnan tarkoituksena on toimia kaupunkikeskustojen kattojärjestönä ja edistää kaupunkikeskustojen kehitystä sekä vahvistaa yhteistyötä kaupunkikeskustojen eri osapuolten välillä. Näiden tavoitteiden toteuttamiseksi yhdistys järjestää muun muassa seminaareja, seuraa alan tutkimuksia, toimii yhteistyössä yliopistojen ja korkeakoulujen kanssa, antaa neuvontaa paikallisille projekteille ja ylläpitää kansainvälisiä kontakteja. (Elävä kaupunkikeskusta ry 2010.)

### **Jyväskylän elävä kaupunkikeskusta ry**

Jyväskylän elävä kaupunkikeskusta ry:n tarkoituksena on vahvistaa Jyväskylän keskustan vetovoimaa palvelu- ja asuinalueena sekä maakunnan keskuksena. Tavoitteena on elinvoimainen keskusta-alue, jossa on kannattavaa yrittää ja omistaa kiinteistöjä sekä helppo asioida. Tavoitteeseen päästäkseen yhdistys edistää alueella toimivien yritysten, kiinteistöomistajien, Jyväskylän kaupungin ja Jykes Oy:n keskinäistä yhteistyötä. Yhdistyksen päätehtävänä on luoda erilaisia keskustan kehittämisprojekteja ja huolehtia niiden tiedonkuluista ja koordinoinnista. (Jyväskylän elävä kaupunkikeskusta ry 2010a.)

Yhdistyksen jäseneksi voivat liittyä keskusta-alueella toimivat yritykset, yhdistykset, kiinteistöyhtiöt, asunto-osakeyhtiöt, muut yhteisöt sekä yksityiset henkilöt. Yhdistyksen päävaikuttajaryhmiä ovat kiinteistönomistajat, yrittäjät, Jykes Oy ja Jyväskylän kaupunki. Yhdistykseen kuuluvia tahoja yhdistää halu olla mukana kehittämässä liiketoimintaympäristöään. (Jyväskylän elävä kaupunkikeskusta ry 2010b.)

Yhdistys järjestää vuosittain neljä suurta tapahtumaa keskusta-alueella. Kävelykadulla järjestettävät Vappumarkkinat aloittavat kevään. Loppukesästä järjestetään RalliCity –tapahtuma sekä Kävelykatukirppis. Joulun alla järjestetään kaupungin joulunavaus sekä avataan Aren Aukion joulukylä. Yhdistys

tekee myös yhteistyötä muiden toimijoiden kanssa toteuttamalla erilaisia isompia tapahtumia. Esimerkiksi vuonna 2008 yhdistys oli mukana muun muassa Valo on Jyväskylässä 2008 -tapahtuman toteutuksessa. (Jyväskylän elävä kaupunkikeskusta ry 2010c.)

### **Keskustan kehittämiskohteet Nedstamin ja Reimersin mukaan**

Jyväskylän kaupungin yleiskaava-arkkitehti Timo Valtakari antoi ruotsalaiselle konsulttitoimisto Nordplan Ab:lle toimeksiannon kesäkuussa 1994. Toimeksiannon tarkoituksena oli laatia kehittämissuositus Jyväskylän kaupungin keskustan parantamiseksi. Ehdotuksen laativat keskustakonsultti Arne Nedstam sekä arkkitehti Rolf H Reimers. (Nedstam & Reimers 1994, 1-2.) Tätä vuonna 1994 tehtyä kehittämissuositusta on käytetty apuna tässä opinnäytetyössä. Ajatus tämän opinnäytetyön toteutuksesta lähti liikkeelle tästä Nedstamin kehittämissuosituksesta, joka kaipasi päivitystä.

Nedstamin ehdotuksessa otettiin huomioon neljä päätekijää: toimintojen ja tilojen tarjonta, saavutettavuus, rakentaminen ja ulkoinen ympäristö sekä alueen hoito ja markkinointi. Ensisijaisina tavoitteina Jyväskylän keskusta-alueen parantamiseksi oli vahvistaa keskustan asemaa alueellisena keskuksena, tehdä keskusta elävämmäksi sekä kohottaa kaupungin rakenteellista tasoa. (Nedstam & Reimers 1994, 1.)

Ehdotuksesta selvisi myös, että vuonna 1994 Jyväskylässä oli eniten kehitettävää yleisen viihtyvyyden lisäämisessä sekä liikkeiden sisäänkäyntien parantamisessa. Julkisia WC-tiloja oli keskustassa huonosti, ja niitä tulisi lisätä viihtyvyyden parantamiseksi. Myös markkinointiin, yleiseen tiedottamiseen ja opastekyltteihin tulisi kiinnittää enemmän huomiota. Osa palveluista sijaitti kortteleiden sisällä hankalasti löydettävissä, minkä vuoksi opasteita olisi lisättävä. Olematonta torikauppaa tulisi kehittää, ja aukioloaikoja olisi parannetta-

va erityisesti lauantaisin ja kesäaikoina. Kalusteita, valaistusta sekä kasvillisuutta olisi lisättävä. (Mts. 2, 12, 14.)

## **3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS**

### **3.1 Tutkimusongelma**

Tutkimusongelma rajaa opinnäytetyön aiheen ja kertoo lukijalle, mitä aiheesta halutaan tutkia ja tietää. Tutkimusongelman myötä syntyvät päätökset siitä, millaiseen tutkimusasetelmaan on päädyttävä, millaista aineistoa on tarpeen hankkia ja millaisin menetelmin aineisto hankitaan. Laadullisessa tutkimuksessa tutkimusongelma voi muuttua tutkimusprosessin edetessä. Tutkimuskysymykset auttavat tutkimusongelman ratkaisussa. (Kananen 2008, 51.)

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, millaisia ovat Jyväskylän kaupungin keskustan tämänhetkiset kehittämistarpeet, eli vastata kysymyksiin: Mikä tekee keskustasta elävän? Mitä kehitettävää keskustassa on? Mitä keskustalle ominaisia piirteitä olisi tulevaisuudessa kehitettävä ja millä keinoin? Tarkastelemme tutkimusongelmaa saavutettavuuden, palvelutarjonnan, elinvoimaisuuden sekä viihtyvyyden näkökulmista, joita käsitellään tarkemmin kappaleessa 5.

Tässä tutkimuksessa Jyväskylän keskusta rajataan etelässä yliopiston Seminarinmäen kampukseen, pohjoisessa Tourujokeen, lännessä harjuun ja idässä Lutakon satamaan.



KUVIO 4. Jyväskylän ydinkeskusta-alue (Eniro 2010)

### 3.2 Tutkimusmenetelmänä teemahaastattelu

Tutkimuksemme perustuu kvalitatiiviseen eli laadulliseen tutkimustapaan. Tämä tutkimustapa ei anna suoria tuloksia vaan vaatii tutkimusaineiston ymmärtämistä ja tulkintaa. Koska tutkimuskysymykset ovat avoimia ja tiedon luonne on subjektiivista, tutkimuksen muuttujat ovat monimutkaisia ja vaikeasti mitattavia. (Kananen 2008, 27.)

Koska haastattelu on tutkimusmenetelmänä hyvin joustava, se sopii monenlaisten tutkimusongelmien selvittämiseen. Tutkimushaastattelu voidaan tehdä monella eri tavalla. Vaihtoehtoja ovat strukturoitu haastattelu eli lomakehaastattelu, puolistrukturoitu haastattelu eli teemahaastattelu sekä strukturoimaton haastattelu eli syvähaastattelu. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 43.)

Tämän tutkimuksen toteutamme käyttämällä teemahaastattelua. Tälle menetelmälle on tyypillistä, että ainakin yksi haastattelun näkökohta on pysyvä.

Teemahaastattelun edellytys on, että kaikilla haastateltavilla on jotakin yhteistä. Tämän haastattelutyylin etu on se, ettei se tee tutkimuksesta kvalitatiivista tai kvantitatiivista, ei ota kantaa haastattelukertojen määrään eikä siihen, miten syvällisesti aihetta käsitellään. Teemahaastattelun keskeinen ajatus on siinä, että haastattelu etenee tiettyjen teemojen varassa yksityiskohtaisten kysymysten sijasta. (Mts. 47–48.)

### **3.3 Aineistonkeruu ja analysointi**

#### **Aineistonkeruu**

Saimme haastateltavien henkilöiden yhteystiedot toimeksiantajaltamme, joka oli etukäteen valinnut tehtävään sopivat henkilöt. Kaikki haastateltavat toimivat Jyväskylän kaupungin kehitystyön parissa, mutta edustavat eri toimialoja.

Alla olevassa taulukossa esittelemme haastateltavat henkilöt aakkosjärjestyksessä. Toimiala-sarakkeessa kerrotaan, minkälaisissa keskustan kehittämiseen liittyvissä tehtävissä henkilö toimii tai on toiminut. Paikkakunta-sarakkeessa kerrotaan, miltä paikkakunnalta henkilö on kotoisin ja missä tämä nykyään asuu. Tulosten käsittely -osiossa olemme lainanneet lyhyitä pätkiä haastatteluista. Olemme numeroineet haastateltavat lainauksien yhteydessä satunnaiseen järjestykseen.

## TAULUKKO 1. Haastateltavien esittely

HAASTATELTAVA	TOIMIALA	PAIKKAKUNTA
<b>Asikainen Aimo</b>	Ylikonstaapeli (eläkkeellä), Kaupungin valtuutettu, kaupunkirakennelautakunnan puheenjohtaja, Jyväskylän elävä kaupunkikeskusta ry:n hallituksen jäsen	Jyväskylä
<b>Hautamäki Antti</b>	Filosofian tohtori, innovaatio-toiminnan tutkimusprofessori, teoreettisen filosofian dosentti	Helsinki, nykyään Jyväskylä (asunut yhden vuoden)
<b>Jussila Paavo</b>	Keski-Suomen Kiinteistöyhdistys ry:n toiminnanjohtaja, Jyväskylän elävä kaupunkikeskusta ry:n hallituksen jäsen	Jyväskylä
<b>Koljonen Harri</b>	014-Kuljetus Oy:n toimitusjohtaja	Laukaa
<b>Könönen Jarkko</b>	Arkkitehti	Jyväskylä
<b>Sandelin Anne</b>	Asemakaava-arkkitehti, kaupunkisuunnittelu, Jyväskylän elävä kaupunkikeskusta ry:n hallituksen jäsen	Jyväskylä
<b>Savolin Reijo</b>	Kiinteistönvälittäjä, kaupunkirakennelautakunnan varapuheenjohtaja, kaupunginvaltuutettu, Jyväskylän elävä kaupunkikeskusta ry:n hallituksen jäsen	Kivijärvi, nykyään Jyväskylä (asunut vuodesta 1968 saakka)
<b>Ström Kari</b>	Kuntasektori / yhdyskuntatekniikka, Jyväskylän kaupungin apulaiskaupungininsinööri	Uurainen
<b>Tenhunen Teemu</b>	Opiskelija, Jyväskylän Pyöräilyseuran puheenjohtaja	Muuttanut pienemmältä paikkakunnalta Jyväskylään (asunut yhdeksän vuotta)

Lähetimme haastattelukutsut postitse yhdelletoista henkilölle, joista kahdeksan kanssa sovimme haastatteluajankohdan. Saimme pois jääneiden haastatteluvien tilalle toimeksiantajaltamme yhden uuden henkilön yhteystiedot, ja myös hänen kanssaan sovimme haastatteluajankohdan.

Teemahaastatteluun osallistui yhteensä yhdeksän henkilöä. Haastattelu pohjautuu tekemäämme haastattelurunkoon, jossa on viisi pääkysymystä sekä tarkentavia apukysymyksiä. Haastattelukysymykset suunniteltiin yhdessä Jyväskylän elävä kaupunkikeskusta ry:n toiminnanjohtajan Mari Pitkäsen kanssa. Kysymykset ohjaavat haastattelua eteenpäin tutkimuksen neljän pääteeman avulla. Haastatteluteemat ovat ne päätekijät, jotka mielestämme vaikuttavat vahvasti kaupunkikeskustan vetovoimaisuuteen. Näitä tekijöitä ovat saavutettavuus, palvelutarjonta, elinvoimaisuus ja viihtyvyys. Viides haastattelukysymys antaa haastateltavalle mahdollisuuden ilmaista tiivistetysti Jyväskylän keskustan parhaat ja harmittavimmat puolet. Apukysymyksiä käytimme vain siinä tapauksessa, että haastateltava ei itse ollut ottanut apukysymysten aiheita esille haastattelun aikana.

Suoritimme haastattelut haastateltavien toiveiden mukaan joko Jyväskylän elävä kaupunkikeskusta ry:n toimistolla tai erikseen sovituissa paikoissa yksilöhaastatteluina. Kumpikin opinnäytetyön tekijä oli mukana haastattelutilanteissa. Äänitimme haastattelut nauhurilla sekä kirjoitimme tärkeimmät kommentit muistiin haastattelun aikana. Haastattelujen kesto vaihteli viidestätoista minuutista neljäänkymmeneenviiteen minuuttiin.

### **Aineiston analysointi**

Aineiston analysointi aloitettiin litteroimalla nauhoitetut haastattelut kirjalliseen muotoon. Teemahaastattelut analysoitiin yksitellen ja haastatteluista poimitut lainaukset kerättiin yhteen aihealueittain. Vastauksia analysoitiin jakamalla tulokset kahteen ryhmään. Ensimmäiseen ryhmään koottiin ne vas-

taukset, joissa ilmeni sellaisia asioita, jotka ovat Jyväskylän keskustassa tällä hetkellä hyvin. Toiseen ryhmään kerättiin ne vastaukset, joissa ilmeni jotakin kehitettävää. Huomiota kiinnitettiin myös siihen, mitkä vastaukset toistuivat useissa haastatteluissa ja mitkä vastaukset olivat yksittäisiä.

## **4 PALVELUMUOTOILU JA KULUTTAJAKÄYTTÄYTYMINEN**

Palvelumuotoilu ja kuluttajakäyttäytyminen ovat tärkeitä käsitteitä kaupunkien kävelykeskustojen suunnittelussa. Keskustan suunnittelussa on tärkeää huomioida kuluttajien tarpeet, sillä he ovat keskustan aktiivisia käyttäjiä. Kuluttajat eli asiakkaat osallistuvat palvelumuotoiluun siten, että heidän tarpeidensa perusteella suunnitellaan keskustaan monipuolisempia palveluja. Kuluttajan ostokäyttäytymiseen vaikuttavat tekijät ovat myös tärkeä osa palvelujen suunnittelua ja innovointia.

### **Mitä on palvelumuotoilu?**

Palvelumuotoilulla (engl. service design) tarkoitetaan palvelujen innovointia, kehittämistä ja suunnittelua asiakaslähtöisesti. Sen keskeisimpänä tavoitteena on suunnitella palvelukokemuksesta mahdollisimman käyttäjälähtöinen. Palvelun on vastattava sekä käyttäjien tarpeita että palvelun tarjoajan liiketoiminnallisia tavoitteita. (Koivisto 2009, 34.)

Palvelumuotoilun avulla palvelut pyritään kuvaamaan asiakkaan näkökulmasta. Tällä pyritään siihen, että asiakkaan näkökulmasta katsottuna palvelu olisi hyödyllinen, mieluinen ja helposti käytettävä, kun taas palvelun tarjoajan



näkökulmasta palvelu on tehokas ja erottuu selvästi muista samantyyulisistä markkinoilla olevista palveluista. (Miettinen 2009, 15.)

Palvelu pyritään aina suunnittelemaan niin, että se muodostaa selkeän ja johdonmukaisen palvelukokemuksen. Palvelukokemuksen muodostumiseen vaikuttavat muun muassa asiakkaan tarpeet ja motiivit, tunnetila, ennakkoodotukset, arvostukset sekä ympäristö ja esineet. (Koivisto 2009, 34.) Palvelumuotoilun suunnitteluprosessissa on tärkeää huomioida palvelun tulevat käyttäjät. (Koivisto 2009, 35.) Jo olemassa olevien palvelujen uudistaminen palvelumuotoilun näkökulmasta on huomattavasti haastavampaa, kuin uusin palvelujen kehittäminen ja innovointi. (Miettinen 2009, 15).

Palvelumuotoilun tarkoituksena on esitellä uusia prosesseja ja menetelmiä palvelujen tuottajille. Ensimmäistä kertaa esiteltäessä palvelumuotoilun käsitettä 1990-luvulla se herätti ärtymystä akateemisella alalla. Tänä päivänä palvelumuotoilulla on kuitenkin vahva uskottavuus ja sitä käytetään opetuksessa ja tutkimuksissa eri puolilla maailmaa. (Mager 2009, 32–33.)

### **Palvelumuotoiluun liittyvät käsitteet**

Palvelumuotoilussa tärkeää on se, että nähdään miten kuluttajat kokevat ja käyttävät eri palveluja. Koiviston mukaan palvelumuotoiluun liittyy olennaisesti kolme käsitettä, joita ovat palvelutuokio (engl. Service Moments), palvelupolku (engl. Customer Journey) ja kontaktipiste (engl. Service Touchpoints). (Koivisto 2009, 142; Palvelumuotoilu 2010.)

- **Palvelutuokio:** Jokainen palvelutapahtuma koostuu hetkistä, joissa asiakas ja palvelun tuottaja kohtaavat. Näitä tapahtumia, jotka yhdessä muodostavat palvelun kokonaisuuden, kutsutaan palvelutuokioiksi. (Koivisto 2009, 142–143.) Esimerkkinä palvelutuokiosta voisi olla ruokaostosten maksaminen kassalla.

- **Palvelupolku:** Palvelupolku koostuu useista palvelutuokioista. (Koivisto 2009, 143). Asiakkaan palvelupolkuun vaikuttavat sekä suunniteltu palvelun tuotantoprosessi että asiakkaan omat valinnat. (Palvelumuotoilu 2010). Palvelutuokiossa jokainen asiakas rakentaa itse omanlaisensa palvelupolun, sillä jokainen kuluttaja käyttäytyy eri tavalla ja jokaisella on erilaiset kiinnostuksen kohteet. Esimerkkinä palvelupolusta voisi olla lentokentälle matkustaminen. Asiakas voi valita menevänsä lentokentälle joko taksilla tai omalla autolla. (Koivisto 2009, 143.)
- **Kontaktipisteet:** Jokainen palvelutuokio koostuu useista kontaktipisteistä, joiden kautta palvelu ja sen brändi koetaan ja aistitaan. Kontaktipisteet voivat olla tiloja, esineitä, prosesseja tai ihmisiä. (Mts. 145.)

Palvelutilat ovat ympäristöjä ja paikkoja, joissa palvelutuotanto tapahtuu. Ne voivat olla aineellisia (lentokone) digitaalisia (Internet) tai aineettomia (puhelinpalvelu). Esineet ovat tavaroita tai laitteita, joita asiakas itse käyttää tai tarvitsee palveluja kuluttaessaan. Näitä kontaktipisteitä voivat olla esimerkiksi kanta-asiakaskortti tai ateriat pitkällä lennolla. Prosessit määrittelevät kuinka hyvin palvelu on koettu ja tuotettu. Esimerkiksi lentokoneessa tällaisia prosesseja voivat olla ruoan tarjoilujärjestys tai miten henkilökunta tervehtii asiakkaitaan. Ihmisillä on usein keskeinen rooli palvelujen toimituksessa. Palvelumuotoilussa ihmiset jaetaan asiakkaisiin ja heitä palveleviin ihmisiin. Esimerkiksi asiakaspalvelijoiden sosiaaliset taidot, ulkonäkö ja tapa puhua vaikuttavat hyvin paljon siihen, miten asiakkaat kokevat saamansa palvelun. (Mts. 145–148.)

### **Mitä ovat palvelut?**

Palvelun kokonaistuotteen muodostaa palvelupaketti. Palvelupakettimallin mukaan palvelu kuvaillaan pakettina, joka koostuu erilaisista palveluista, jot-

ka yhdessä muodostavat kokonaistuotteen. Palvelupaketti muodostuu ydinpalvelusta ja lisäpalveluista eli liitännäispalveluista. Yrityksen imago vaikuttaa koetun palvelun laatuun. Positiivinen kuva yrityksestä parantaa kokemusta, kun taas huono kuva saattaa heikentää sitä. (Grönroos 1998, 49, 52, 117–120, 126).

Kuluttajalla on tärkeä rooli palvelupaketin muodostumisessa. Asiakas osallistuu koko palvelutuotteen syntyyn luomalla tarpeet haluamalleen palvelulle. Tämän vuoksi yrityksen on markkinoinnissaan paneuduttava entistä tarkemmin asiakkaan vaatimiin tarpeisiin. (Grönroos & Järvinen 2001, 42).

### **Kuluttajakäyttäytyminen**

Kuluttajakäyttäytymistä tutkitaan, jotta saataisiin selville, miten yksittäiset ihmiset tai ryhmät ostavat ja käyttävät hankkimiaan tavaroita ja palveluja tyydyttääkseen tarpeensa ja halunsa. Tarpeet ja halut vaihtelevat eri kulttuurien, tilanteiden ja yksilöllisten luonteenpiirteiden mukaan. Tämän takia kuluttajakäyttäytymistä voidaan tarkastella kolmen toisistaan riippuvaisen tekijän näkökulmista: kulttuuriset, sosiaaliset ja yksilölliset tekijät. (Kotler, Keller, Brady, Goodman & Hansen 2009, 224.)

- Kulttuuriset tekijät: Kulttuurit, alakulttuurit ja sosiaaliset ryhmät vaikuttavat hyvin paljon kuluttajien ostokäyttäytymiseen. Tietty kulttuuri on ratkaiseva tekijä ihmisen haluille ja käyttäytymiselle. Kulttuurin sisällä arvot ja normit määrittelevät ihmisten käyttäytymistä. Kulttuuri voi olla opittua tai omaksuttua. Jokaisen kulttuurin sisällä on pienempiä alakulttuureja, jotka antavat yksilöllisemmän kuvan jäsenistään. Alakulttuuriin kuuluvat kansallisuudet, uskonnot, vähemmistöt ja maantieteelliset alueet. Samaan sosiaaliseen ryhmään kuuluvilla ihmisillä on samanlainen arvomaailma ja samanlaisia kiinnostuksen kohteita.

ta. Näitä piirteitä voivat olla esimerkiksi koulutus, terveys, pukeutuminen ja palkkaus. (Mts. 224, 227.)

- Sosiaaliset tekijät: Sosiaalisia tekijöitä ovat esimerkiksi viiteryhmät, perhe ja yhteiskunnallinen asema. Nämä kaikki tekijät vaikuttavat kuluttajan ostokäyttäytymiseen. Viiteryhmiä ovat kaikki ne ryhmät, jotka vaikuttavat suoraan (face-to-face) tai epäsuorasti kuluttajan käyttäytymiseen tai asenteisiin. Näitä ryhmiä ovat esimerkiksi ystävät ja naapurit sekä uskonnolliset ja ammatilliset ryhmät. Viiteryhmät vaikuttavat kuluttajan käyttäytymiseen esimerkiksi tuomalla esiin uusia elämäntapoja, vaikuttamalla asenteisiin ja minäkuvaan sekä luomalla paineita esimerkiksi tuote- tai brändivalintoihin. Ihmiset saavat vaikutteita myös sellaisilta ryhmiltä, joihin eivät kuulu tai joihin haluaisivat kuulua. Ihmiset ostavat sellaisia tuotteita, jotka sopivat heidän rooleihinsa tai todelliseen tai haluttuun yhteiskunnalliseen asemaansa. Tämän vuoksi markkinoijien on oltava tietoisia statussymboleista, jotka liittyvät erilaisiin tuotteisiin ja brandeihin. (Mts. 227, 229–230.)
- Yksilölliset tekijät: Kuluttajakäyttäytymiseen vaikuttavat myös henkilökohtaiset luonteenpiirteet, joihin sisältyvät muun muassa henkilön ikä, ammatti, persoonallisuus, minäkuva, elämäntyyli ja arvot. Eri-ikäisillä ihmisillä on hyvin paljon toisistaan poikkeavia mielenkiinnonkohteita. Jotkut ihmiset taas voivat esimerkiksi viestiä valta-asemaansa tai itseluottamustaan ostamalla kalliita merkkituotteita. (Mts. 230–231.)

## 5 KAUPUNKIKESKUSTAN VETOVOIMATEKIJÄT

Kaupunkiympäristön suunnittelulla tarkoitetaan kaupunkien julkisten katu-, tori-, aukio- ja piha-alueiden kokonaisvaltaista ympäristösuunnittelua sekä ympäristön peruselementtien, kadunpäällysteiden, kadunkalusteiden ja istutusten yksityiskohtaista suunnittelua. Ympäristösuunnittelun tavoitteena on kaupunkiympäristön toiminnallisen, sosiaalisen ja kaupunkikuvallisen laadun parantaminen. (Junttila 1995, 13–15.)

Kaupunkikeskustan vetovoimaisuuteen vaikuttavat monet eri tekijät. Tässä tutkimuksessa tarkastelemme Jyväskylän keskustaa neljän vetovoimatekijän näkökulmista, joita ovat saavutettavuus, palvelutarjonta, viihtyvyys ja elinvoimaisuus.

### 5.1 Keskustan sijainti ja palvelujen saatavuus

Kaupungin keskustalla on nimensä mukaisesti oltava keskeinen sijainti ja sen saavutettavuuden on oltava parempi kuin kaupungin muilla alueilla. Yksi tärkeä saavutettavuuteen vaikuttava tekijä on keskustaan suuntautuvat liikenneyhteydet. (Heinimäki 2006, 24–25, 223.) Keskustaan suuntautuva liikenne voidaan jakaa kahteen pääryhmään: ajoneuvoliikenteeseen ja kevyeen liikenteeseen. Ajoneuvoliikenteeseen kuuluvat yksityisajoneuvoliikenne, julkinen liikenne sekä huoltoajot. Kevyeen liikenteeseen kuuluvat polkupyöräily ja jalankulku. Saapumistavan valintaan vaikuttavat esimerkiksi julkisen liikenteen linjastojen ja pysäkkien helppo hahmotettavuus ja tunnistettavuus, ajoneuvoliikennealueiden toimivuus erilaisissa sääolosuhteissa, pysäköintialuei-

den toimivuus, polkupyörätieverkoston saavutettavuus ja kunto sekä rautatieaseman sijainti. (Junntila & Koivistoinen 2002, 13–14.)

### **Palvelujen saatavuus**

Keskustaan saapumisen jälkeen kuluttaja haluaa yleensä seuraavaksi palvelujen pariin. Kuluttajat voivat kokea palvelujen saatavuuden joko helpoksi tai vaikeaksi. Palvelujen saatavuuteen vaikuttavat muun muassa yrityksen henkilöstö, liikkeen aukioloajat sekä palvelupisteiden sijainti. Myös toimitilojen ulkonäköön liittyvät seikat, kuten sisustus ja siisteys, vaikuttavat saatavuuteen. (Grönroos 1998, 121.) Palvelujen saatavuus on erittäin tärkeä osa koko palveluprosessia (Kotler, Keller, Brady, Goodman & Hansen 2009, 657).

Palvelujen hyvällä saatavuudella on erityisen suuri merkitys silloin, kun on kyse sellaisista palveluista, jotka vaativat asiakkaan läsnäoloa. Esimerkiksi hotelli- ja ravintola-alalla hyvä sijainti on erityisen tärkeä. Yleisimmät vapaa-ajan palvelut, kuten elokuvateatterit ja ravintolat, sijaitsevat lähes aina keskustalualueilla. Keskittämällä toimintansa keskustoihin, palvelut tukevat toinen toisiaan. Erilaiset palvelut vetävät yhdessä puoleensa suuremman joukon asiakkaita kuin yksittäiset palveluntarjoajat, ja näin ollen ne voivat hyötyä toistensa asiakkaista. (Ylikoski 1999, 278–279.)

Viime vuosina kauppakeskukset ovat olleet edelläkävijöitä erilaisten palvelujen yhdistämisessä samalle alueelle. Kauppakeskukset koostuvat useista eri alojen julkisista ja kaupallisista palveluntarjoajista, jotka täydentävät toinen toisiaan ja luovat kauppakeskuksen asiakasvirrat. Ne tarjoavat nykyään kuluttajille yhä elämyksellisempiä ja monipuolisempia ostos-, palvelu- ja viihtymismahdollisuuksia. Nykyaikaisesta kauppakeskuksesta saattaa löytyä kauppojen lisäksi esimerkiksi uimahalli tai curling-rata. Ydinkeskustan ulkopuolella sijaitsevat kauppakeskukset vetävät kuluttajia puoleensa monipuolisen tar-

jontansa lisäksi ilmaisilla ja tilavilla parkkialueillaan. (Heinimäki 2006, 223, 228.)

Heinimäen (2006, 230) mukaan kauppakeskuksen menestystekijöitä ovat muun muassa sen fyysiset tekijät, kuten sijainti, koko, kerroksisuus, pysäköintimahdollisuudet, näkyvyys ja saavutettavuus. Palvelutasoon ja toiminnallisuuden vaikuttavat kaupan ja palvelujen monipuolisuus, ympäristön viihtyisyys, turvallisuus ja asioinnin helppous. Kauppakeskuksen yhteiset järjestys- säännöt ja yhteismarkkinointi sekä liikeidean mukainen ja ympäristöön sopeutuva kauppakeskusarkkitehtuuri ovat osoittautuneet menestystekijöiksi. Kauppakeskuksen menestykseen vaikuttaa myös asiakkaiden mielikuva kauppakeskuksesta, sen brändistä ja laadusta. (Heinimäki 2006, 230.)

Jotta kaupungin keskusta-alue pystyisi kilpailemaan kaupungin laidoilla sijaitsevien suurten kauppakeskusten kanssa, on tärkeää, että keskusta säilyttää ja luo oman identiteetin ja erottuu sen avulla kauppakeskuksista. Keskustan on tarjottava kuluttajille jotakin sellaista, mitä suuret marketit ja kauppakeskukset eivät pysty tarjoamaan.

## **5.2 Esteettömyys, siisteys ja viihtyisyys**

Julkisessa rakentamisessa on huomioitava kaikenlaiset keskustan käyttäjät, myös liikuntarajoitteiset, vanhuksat, lapset ja lapsiperheet. Katuympäristön esteettömyyssuunnitelmassa tulee huomioida kevyen liikenteen väylien päällystemateriaalien kunto, reunatukien korkeudet, luiskat ja johdattavuus, suojateiden havaittavuus sekä kadunkalusteiden ja portaiden havaittavuus ja sijoitus niin, etteivät ne muodosta esteitä kevyen liikenteen alueilla. (Junttila & Koivistoinen 2002, 31.)

Kaupunkikeskustoissa on viime vuosina alettu kiinnittää selkeästi enemmän huomiota julkisen katu ympäristön suunnitteluun, muun muassa katujen kalusteisiin, katujen päällysteisiin ja istutuksiin. (Junttila & Koivistoinen 2002, 7). Julkisen ympäristön suunnittelulle ja rakentamiselle täytyy aina asettaa korkeat laatuvaatimukset, sillä niiden vaikutukset näkyvät kaupungeissa useita vuosikymmeniä tai jopa vuosisatoja. Katuympäristön suunnittelun päätavoitteena on aina tukea ja edistää alueen toimintoja. Ympäristösuunnittelulla ja rakentamisella vaikutetaan myös voimakkaasti kaupunkikuvaan eli kyseisen alueen imagoon. (Mts. 10–11).

Ulkoiset olosuhteet, kuten muuttuvat sääolosuhteet, vaikuttavat siihen, millaisia ympäristön perusrakenteita katusuunnittelussa voidaan käyttää. Kalusteiden kuluminen, rakenteiden vanheneminen sekä istutusten kasvu ja vanheneminen täytyy ottaa huomioon materiaali- ja pintakäsittelyvalintoja tehdessä. (Mts. 12–13).

Kävelykadun ilmettä voidaan muuttaa elinvoimaisemmaksi käyttämällä katu tilaa tuotteiden ja palvelujen mainontaan. Kadulle voidaan asettaa myytäviä tuotteita, myyntitelineitä ja mainostauluja, jotka madaltavat kynnyistä siirtyä kadulta myymälään. Ulkomainonta kuuluu kaupunkien keskustoihin ja hyvin suunniteltuna ja toteutettuna se rikastuttaa kaupunkikuvaa. Kävelykatua ja siellä järjestettäviä tapahtumia olisi hyvä markkinoida yhtenä kokonaisuutena. Jotta tämä olisi mahdollista, kävelykadulla sijaitsevat yritykset voivat perustaa esimerkiksi oman yhdistyksen yhdessä kiinteistönomistajien kanssa. (Heinimäki 2006, 214; Junttila & Koivistoinen 2002, 99.)

Jos tavallinen keskustakatu halutaan muuttaa kävelykaduksi, on siihen olemassa tietyt viihtyvyyteen liittyvät edellytykset. Kadun täytyy jo ennen kävelykaduksi muuttamista olla vilkas jalankulkukatu, jonka varrella on paljon



liikkeitä ja vapaa-ajanviettomahdollisuuksia. Katu täytyy myös konkreettisesti rakentaa kävelykaduksi, jolle ominaisia tunnuspiirteitä ovat hyväkuntoiset katupinnoitteet, katukalusteet, valaistus sekä istutukset. (Heinimäki 2006, 213–214.)

Jotta keskusta-alue pysyisi siistinä, tulee roska- ja kierrätysastioiden olla helpokäyttöisiä ja ulkoasultaan selkeästi tunnistettavissa. Astiat tulee sijoittaa niin, että ne ovat helposti havaittavissa ja saavutettavissa. Jotta roska-astiat ja niiden ympäristö pysyvät siisteinä, tulee niiden olla kooltaan riittävän tilavia ja ne täytyy tyhjentää riittävän usein. (Junttila & Koivistoinen 2002, 104.)

### **5.3 Katuympäristö**

Kadunkalusteilla tarkoitetaan kaupunkiympäristöön sijoitettuja kiinteitä tai irtaimia rakennelmia, joiden tehtävänä on edesauttaa kaupunkielämää ja toimintoja, kuten liikennettä, puhtaanapitoa ja virkistystä. Kadunkalusteita ovat esimerkiksi roskakorit, penkit, istutusalueet, mainoslaitteet sekä katokset. Näiden kalusteiden tehtävä on kaupunkiympäristön toimivuuden ja viihtyisyyden lisääminen. Vaikka kalusteilla onkin aina jokin selkeä käyttänytävä, ne vaikuttavat myös merkittävästi kaupunkikuvaan. Kalusteiden muotoilulla, värityksellä ja sijoituksella voidaan vaikuttaa ratkaisevasti kaupungin imagoon. (Junttila & Koivistoinen 2002, 72.)

Istutusten tehtävänä on joko täydentää liikenteen ulkopuolisia kadunosia tai toimia kadun suunnittelun aiheina. Olosuhteiden osalta katu on todella vaativa kasvupaikka, koska tilaa on hyvin rajallisesti ja istutusten suojaaminen on hankalaa. Myös vaihtelevat lämpötilat ja jatkuvasti ilmassa leijuvat epäpuh-

taudet ovat haitaksi kasveille. Katuistutuksissa voidaan käyttää puita, pensaita, perennoja, ryhmäkasveja ja erilaisia nurmikoita. (Mts. 132.)

Keskusta-alueen viihtyvyyteen vaikuttaa katujen kunnon, kalusteiden ja istutusten lisäksi myös muut tekijät. Viihtyvyyttä pyritään lisäämään esimerkiksi katutaiteiden, näyteikkunoiden sekä myymälöiden näyttävien julkisivujen avulla. Keskustan kaupallinen ilme vaikuttaa myös yleiseen viihtyvyyteen. (Heikkilä, Santasalo & Karppinen 1996, 101–105.)

Valaistus on hyvin merkittävä kaupunkikuvallinen tekijä ja se muodostaa yhden ympäristösuunnittelun keskeisimmistä osa-alueista. Valaistuksella on sekä tekninen että esteettinen puolensa. Katuvalaistuksen tavoitteena on luoda kaupunkien julkisille alueille valaistus, joka mahdollistaa alueen toiminnat ja edistää niitä pimeinä vuorokaudenaikoina, sekä luo alueelle turvallisuutta ja viihtyisyyttä. Nykyisten valaistusratkaisujen avulla pyritään luomaan myös erilaisia kaupunkikuva- ja tunnelmavaikutuksia keskustojen aukio- ja puistoalueille. (Junttila & Koivistoinen 2002, 14–15, 77.)

## **6 JYVÄSKYLÄN KESKUSTAN KEHITTÄMISKOHTEET**

### **6.1 Saavutettavuus eri kulkuvälineillä**

Tarkastelimme Jyväskylän keskustan saavutettavuutta eri kulkuvälineillä saavuttaessa. Pyysimme haastateltavia kertomaan mielipiteensä keskustan saavutettavuudesta, kun sinne mennään kävellen, polkupyörällä, henkilöautolla, linja-autolla, bussilla tai junalla. Kysyimme mielipiteitä myös keskustan

sisäisistä kulkureiteistä ja liikkumisesta keskustassa apuvälineiden, kuten lastenvaunujen tai rollaattorin, kanssa.

### **Keskustan saavutettavuus kävelen**

Haastattelun tuloksista kävi ilmi, että keskusta on erittäin hyvin saavutettavissa kävelen. Ainoana ongelmana esiin nousi kevyenliikenteen väylien huono kunto, johon toivottiin parannusta.

Erityisen hyvänä asiana koettiin lyhyet välimatkat keskustassa. Lyhyet välimatkat helpottavat myös vieraiden saapumista Jyväskylän keskustaan, koska matkakeskus, hotellit ja muut keskustan palvelut sijoittuvat lähelle toisiaan. Myös keskustan ruutukaava on kävelijän kannalta selkeä.

*Jyväskylään on hyvä tulla. Kun tänne tulee, niin on hotellit vieressä, ei tarvita mitään muuta kuin kävelymatka, niin ollaan paikasta toiseen. (H2)*

*Tähän voi sanoa, että tää on niinku syntynytki tää kaupunki ihan sillä tavalla valmiiksi kompaktiin muotoon...ydinkestusta on niin tiheä ja toimiva. (H7)*

### **Keskustan saavutettavuus polkupyörällä**

Haastateltavat olivat pettyneitä keskustan saavutettavuuteen polkupyörällä. He olivat tyytymättömiä sekä pyöräparkkeihin että pyöräteihin. Täyteen ahdetut pyöräparkit Kävelykadulla häiritsivät vastaajia.

*Kyllähän tässä keskustassa on parkkeja mutta kyllä nekin aika turvoksissa näkyy kesällä olevan... osan siitä torista vois pyhittää ihan pyöräparkille. (H5)*



KUVIO 5. Täyteen ahdettu pyöräparkki (Junttila & Koivistoinen 2002, 96)

Nykyisten pyöräparkkialueiden lisäksi uusia pyöräparkkeja toivottiin keskustan reuna-alueille ja esimerkiksi torille, joka on tällä hetkellä lähes tyhjillään ja ilman käyttöä. Pyörien parkkialueita toivottiin myös esimerkiksi parkkihalleihin.

*Pyöräpysäköintiä pitää viedä autojen parkkipaikkatiloihin... Se ei oo kivaa, että nää pyörät meinaa nyt täyttää tän meidän kivan oleskelutilan ja kävelyalueen. (H2)*

Useita haastateltavia häiritsi se, että pyörätiet ja kävelytiet ovat yhdistettyjä kevyenliikenteen väyliä, joilla liikkuu sekä kävelijöitä että pyöräilijöitä. Keskustaan toivottiin sujuvampia pyöräteitä, jotka olisivat pelkästään pyöräilijöiden käytössä.

*Olisi tärkeää saada noita pääpyöräreittejä kehitettyä. Suoria ja sujuvia polkupyöräreittejä ei kovin montaa ole. Yhdistetyissä kevyenliikenteen väylissä on katkoksia, mutkia ja jonkun verran liikennevaloja, jotka hidastaa kulkemista. (H4)*

Kävelykadun pyöräliikenne herätti myös ajatuksia: pyöräilijät häiritsevät kävelijöitä ja aiheuttavat vaaratilanteita. Pyöräily Kävelykadulla tulisi estää kokonaan tai rajoittaa joiltakin osin.

*Mitä pitäis miettiä, on se, että tulisko kävelykadulla rajoittaa pyöräliikennettä. Yliopistonkadulle on tehty tosi leveä kevyenliikenteenväylä viime kesän aikana, niin enemmän pitäis ohjata niille kaduille... (H8)*

### **Keskustan saavutettavuus henkilöautolla**

Kysymys keskustan saavutettavuudesta henkilöautoilijan näkökulmasta toi esille monenlaisia mielipiteitä. Suurin osa oli sitä mieltä, että parkkitaloja on riittävästi, varsinkin verrattuna Suomen muihin kaupunkeihin. Pysäköintitalojen sijaintiin oltiin myös tyytyväisiä. Maan tasoon parkkeeratut autot häiritsevät, joten parkkipaikkojen toivottiin painottuvan tulevaisuudessa pysäköintitaloihin.

*Jos kaupallista potentiaalia rakennetaan enemmän, niin sit täytyy näitä pysäköintilaitoksia tietysti rakentaa lisää ja samalla se sitten mahdollistaa sen, että maantasopysäköintiä voidaan siirtää pois ja lisätä viihtyisyyttä sitä kautta. (H3)*

Yksi haastateltava oli sitä mieltä, että Kirkkopuistoon suunnitteilla oleva parkkihalli olisi järkevää rakentaa: sen myötä huoltoliikennettäkin saataisiin siirrettyä maan alle.

Yksi haastateltava totesi keskustassa olevan hyvät liikenneyhteydet joka ilmansuunnasta henkilöautolla saavuttaessa. Toisen haastateltavan mielestä ydinkeskusta oli sekava, lähinnä yksisuuntaisten katujen ja kiellettyjen ajosuuntien takia.

*Ahtaasta ruutukaavasta johtuen on paljon yksisuuntaisia katuja, niin jos ei tunne kaupunkia ja joutuu kartan mukaan suunnistamaan, niin on vähän vaikeuksia löytää tietty paikka. (H8)*

### **Keskustan saavutettavuus linja-autolla ja junalla**

Paikallislinja-autoliikenteen toimivuudesta monet haastateltavat olivat keskenään eri mieltä. Osa vastaajista kuvaili linja-autoliikennettä surkeaksi ja osa hyvin toimivaksi. Parannettavaa olisi pääasiassa aikatauluissa.

*Kyllähän sinne keskustaan pääsee, mutta julkinen liikenne on oikeestaan erittäin surkea. Junalla pääsee aivan keskustaan, ja se on tosi hyvä juttu... (H9)*

Paikallisliikenteen pysäkkien sijaintiin ja tiheyteen oltiin tyytyväisiä. Erityiskiitosta linja-autoliikenne sai siitä, että paikallisliikenteen linja-autoilla pääsee aivan ydinkeskustaan saakka.

*Linja-autollahan pääsee hyvin tähän keskustaan Vapaudenkadulle... Se on tosi hyvin saavutettavissa ja sitten näihin isoihin asutuskeskuksiin minun näkemyksen mukaan linjoja on hyvin ja kulkee ihan kohtuu aikavälein. (H5)*

Moni haastateltava koki matkakeskuksen sijainnin keskustassa erittäin hyväksi, koska junalla ja kaukolinja-autoilla pääsee Jyväskylässä lähestulkoon ydinkeskustaan saakka.

### **Keskustan sisäiset kulkureitit**

Sisäisillä kulkureiteillä tarkoitamme keskusta-alueen katuja ja kauppakeskusten sisätiloja. Jyväskylän keskustassa on paljon sisäisiä kulkureittejä, mutta niiden käyttö on vähäistä, koska opasteet puuttuvat. Etenkään Jyväskylän ulkopuolelta saapuvat vieraat eivät voi tietää, miten johonkin tiettyyn paikkaan pääsee nopeimmin ja järkevimmin. Etenkin kauppakeskukset ovat ahtaita, sokkeloisia ja huonosti opastettuja. Yksi haastateltava oli sitä mieltä, että keskustan sisäisillä kulkureiteillä esiintyy välillä turvattomuuden tunnetta.

*Esimerkiksi kun katotaan tämmösiä kauppakeskuksia, niin siellä on ihan mielettömiä sokkeloita ja ahtautta. Täällä Jyväskylässä ei oikeestaan semmosta väljää oleskelutilaa ole. (H9)*

*Kauppakeskuksesta toiseen meneviä kulkureittejä löytyy paljon, kun tietää mistä kulkee. Se on aina semmosta salatiedettä, kun uusia reittejä valmistuu ja tämmösten kävelykulkureittien opastukset on huonot. (H1)*

Myös henkilöautolla kulkevalle keskustan sisäiset kulkureitit ovat hankalia, erityisesti yksisuuntaisten katujen ja kiellettyjen ajosuuntien takia.

*Varsinkin autoilijan kannalta tää on erittäin sokkeloinen. Siellä on yksisuuntasia teitä ja kielletyjä suuntia. (H6)*

### **Keskustan esteettömyys**

Haastateltavien mielestä Jyväskylän ydinkeskusta on helppokulkuinen ja lähes esteetön. Useat haastateltavat olivat sitä mieltä, että keskustan esteettömyys heikkenee selvästi ydinkeskustasta pois päin mentäessä. Haastateltavilla ei ollut käyttökokemusta muista apuvälineistä kuin lastenvaunuista.

*Ihan ydinkeskustassa tämä esteettömyys on otettu hyvin huomioon siinä Kävelykadun välittömässä läheisyydessä. Mutta mitä kauemmas mennään keskustasta, niin sitä terävämpiä kadun kulmia ja kivetyksen kulmia esiintyy. (H7)*

*Yläkaupungilla on myöskin muutamia paikkoja, joissa oon huomannu, että rollaattorien ja moottorikäyttösten pyörätuolien käyttäjillä on ollu pikkusen vaikeuksia. (H7)*

Ne haastateltavat, jotka olivat liikkuneet keskustassa lastenvaunujen kanssa tai tunsivat lapsiperheitä, kertoivat kokeneensa ongelmia keskustassa liikkumisessa. Myös katujen reunakiveykset ovat ongelmallisia osalle keskustan käyttäjistä.

*Mä oon ite kaksosten vaunuilla kruisaillu tässä keskustassa, niin suurimmaksi hankaluudeksi tuli noi oviaukot. Painavat ovet ja sit saatto olla todellakin tiukassa et mahtu siitä oviaukosta. (H3)*

*Mulla on tytär, jolla on kaks pientä lasta ja sillä on semmoset tuplarattaat. Se on valittanu että jossakin ei meinaa päästä ovista sisään ja sitten liikkeitten kassoilla on ongelmia, kun ei pääse niistä rattailla läpi. (H5)*

*Reunakiveykset on se yks ongelma. Toisaalta osittain näkövammasten kannalta niitä reunakiveyksiä on tehty, mutta sitten ne haittaa juuri rullattorien ja lastenvaunujen kanssa kulkijoita. (H4)*

## **6.2 Palveluihin lisää yksilöllisyyttä**

Kysyimme haastateltavien mielipiteitä keskustan palvelujen riittävydestä ja saatavuudesta. Ylikosken (1999, 271) mukaan palvelun saatavuudella tarkoitetaan niitä ratkaisuja, joiden avulla palvelun käyttö tehdään asiakkaalle mahdollisimman helpoksi. Kysyimme haastateltavilta keskustan palvelujen monipuolisuudesta, näyteikkunoiden näyttävydestä sekä aukioloaikojen riittävydestä.

### **Erikoiskauppa ja muoti**

Useassa haastattelussa tuli esille pienten liikkeiden sekä erikoistuotteita myyvien kauppojen puute. Osa pienistä erikoisliikkeistä sijaitsee kauppakeskusten sisällä, jolloin niitä on hankala havaita Kävelykadulta. Monet haastateltavista olivat sitä mieltä, että isot ketjuliikkeet hallitsevat keskusta-aluetta liikaa. Lähes kaikki vastaajista olivat sitä mieltä, että keskustan vetovoimaisuuden lisäämiseksi keskustaan on saatava enemmän pieniä erikoiskauppoja, kuten muoti- ja vaatetusalan erikoisliikkeitä.



*Tässä on aika suuria liikkeitä, jotka dominoi tätä kenttää. Se voisi olla, että täällä olisi niinku rikkaampaa jos täällä olis enemmän sijaa pienille liikkeille. (H6)*

*Jos verrataan moniin vastaavan kokosiin kaupunkeihin maailmalla, niin kyllähän Jyväskylässä kuitenkin pienien kauppojen määrä on suht vähäinen. (H2)*

*Joskus keskustassa liikkueksaan jotain rautakauppa- ja pienrautatuotteita tarvis ja ei taho löytyä mistään. (H1)*

*...täältä puuttuu pelkästään Stockmann. (H8)*

Keskustaan kaivattiin myös huomattavasti korkeatasoisempaa palvelua ja laadukkaampia liikkeitä. Osa vastaajista oli sitä mieltä, että keskustassa sijaitsevien palvelujen vaihtuvuus on liian pieni.

*Jyväskylässä olis mahdollisuus olla huomattavasti korkeatasoisempia palveluja... Se palvelujen määrä mitä tällä hetkellä on, ni se on varmaan ihan riittävä, mutta sitä leimaa just tämmönen hypermarkettius. Eli niitä on paljon, mut ne on laadullisesti onnettomia. (H9)*

*Vaihtuvuus on ollu ehkä vähän liian pieni johtuen siitä, et meidän kävelykatu on niin kauheen suosittu. Täällä kun joku on sinne päässy ja jos on varaa maksaa se vuokra, niin siinä kyllä pysytään. (H3)*

Jyväskylän keskustassa sijaitseva kenkäkauppa Donna sai kiitosta omaleimaisuudestaan ja laadukkaista tuotteistaan. Jyväskylään toivottiin lisää samankaltaisia liikkeitä, jotka vetävät asiakkaita myös muualta Suomesta.

*Täällä on toi Donna ollu hirveen hyvä liike siitä, että sillä on vetovoimaa ympäri Suomen. Niillä on ainutlaatunen tuote, jota ne ite teetättää Italiassa ja tuo sitä tänne. Sit se asiakasryhmä, joka on sen löytäny tulee tänne ostoksille tai käytännössä vaan heidän takiaan ja sit tietysti kuluttaa tässä ympärillä rahaa muutenkin. (H3)*

Suurten kauppakeskusten keskittyminen ydinkeskustan ulkopuolelle oli joidenkin vastaajien mielestä uhkana keskustan erikoiskaupankäynnin kehittymiselle ja kilpailulle.

*Tietysti vähän huonot nää Keljonmarket-jutut, kun ne siellä laajentaa ja sinne tulee vastaavia liikkeitä, mitä tässä ydinkeskustassa on. Ja nää supermarketit on kehittymässä vähän tämmösiks keskustatyypisiks alueiksi. (H2)*

*Kauppakeskuksiin mennään autolla, ihmiset käy niissä mieluummin kun täällä keskustan kaupoissa. Tässä on aina vaarana se, että keskusta ei enää kehity, koska nää vieraat menee näihin keskustan ulkopuolella oleviin kauppakeskuksiin. (H6)*

### **Erikoisruokakaupat ja ravintolamaailma**

Suuri osa haastatteluun osallistuneista koki Jyväskylässä olevan liian vähän kahviloita. Monet olivat sitä mieltä, että ketjuyritysten omistamia ravintoloita on liikaa keskusta-alueella, ja että erikoisruokaa tarjoavia ravintoloita voisi olla enemmän. Myös erikoisruokakaupoilla ja lähiruokaa myyvillä liikkeillä olisi kysyntää keskustassa.

*Kyllä vois olla ehkä ravintopuolella semmosia pienempiä erikoisliikkeitä. Nyt tässä tämmöstä hyvää on Mestarin Herkku ja eiks oo joku kala-kauppa, mut sinne puolelle just tämmöstä lähiruokaa ja sellasta... (H6)*

Eräs vastaajista oli sitä mieltä, että erityisesti ravintola-annokset maksavat liikaa. Jos annosten hinta nousee, eivät kuluttajat viitsi lähteä ravintolaan syömään.

*Tää hinnotellaan ulos, vuokrat nousee ja sitä kautta kaikki maksaa hirveesti. (H2)*

### **Aukioloajat**

Osassa haastatteluista tuli esille pienten liikkeiden sekä erikoiskauppojen aukioloaikojen pidentäminen. Osa vastaajista koki erikoisliikkeiden menevän liian aikaisin kiinni erityisesti arkena. Haastatteluiden mukaan näiden liikkei-

den aukioloaikoja olisi tarpeen pidentää myös viikonloppuisin. Yksi haastattelusta olisi halukas pidentämään aukioloaikoja lauantaisin ja sunnuntaisin jopa yhdeksään saakka illalla. Yleisesti ottaen aukioloaikoihin oltiin kuitenkin tyytyväisiä ja niitä pidettiin riittävinä.

*Tällaisissa ostoskeskuksissa sitä odottais, että myöskin ne pienet liikkeet on auki sitten sunnuntaina. Ja erikoiskaupassa, niin osalla varmaan on vielä viikollakin se, et nuo kirjakaupat, osa menee kuudelta, osa menee seitsemältä kiinni, ni se tuntuu joskus vähän aikaselta. (H3)*

*Kyllä mä oon sitä mieltä, että kannatan niitä pitkiä aukioloaikoja. Mä oisin jopa valmis esimerkiksi lauantaisin venyttään pari tuntia sitä aukioloa. Ja samaten sunnuntaisin. Nythän ne on kuuteen asti, mutta vois olla kahdeksaan tai peräti yhdeksään asti. (H5)*

### 6.3 Elinvoimaa tapahtumista

Kaikki haastatteluun vastanneet olivat sitä mieltä, että keskustan elinvoimaisuutta olisi parannettava. Aluksi haastateltavat olivat tyytyväisiä myös nykytilanteeseen, mutta kun pyysimme parannusehdotuksia, jokaisella oli kehitysideoita. Suurin osa koki, että keskustasta saataisiin elävämpi lisäämällä tapahtumien määrää ja panostamalla tapahtumien laatuun.

#### Tapahtumat

Haastatteluista kävi ilmi, että erityisesti taiteeseen, kulttuuriin ja musiikkiin liittyviä laadukkaita tapahtumia, konsertteja ja avoimien ovien päiviä kaivattiin selkeästi lisää. Osa haastateltavista kaipasi isoja tapahtumia, osa pienimuotoisia helposti järjestettäviä tapahtumia.

*Itse pitäisin kyllä aika tärkeinä kulttuuriin liittyviä tapahtumia... Että se puoli on selvästi niinku puutteellinen minun mielestäni ja mä pitäisin*

*semmosia taiteeseen liittyviä tapahtumia ja avajaisia, avoimia ovia todella tärkeinä. (H6)*

*Päivittäinhan tossa kävelykadulla on erilaista pienempää tapahtumaa, mutta nimenomaan niitä isoja... (H5)*

*Vois olla jotain enemmänkin, koska puitteethan siinä kävelykadulla on. Meillä on Jyväskylän kesää ja muuta, mutta semmosta pienimuotosta extemporee-juttua voisi olla enemmänkin. (H2)*

Yksi haastateltava toivoi kausiluonteisia tapahtumia, jotka toistuisivat aina tiettyinä vuodenaikana. Ihmiset oppisivat tietämään ilman markkinointiakin, että kyseinen tapahtuma järjestetään, koska se on aikaisempinakin vuosina järjestetty samaan aikaan. Myös erilaisia liiketoimintaan liittyviä tapahtumia kaivattiin lisää. Jo perinteeksi muodostuneet Muodin yö ja Muotipäivät saivat kiitosta. Haastateltavien mielestä kaikenlaisten tapahtumien markkinointi ja tiedotus ovat myös tärkeässä asemassa.

*Esimerkiksi itsenäisyyspäivä, jolloin sitten aina kaupunkilaiset tietäisivät, et kun on joku pyhäpäivä keskustassa, niin varmaan jotain tähän liittyvää tapahtuu. (H3)*

Keskustan eri alueista puhuttaessa esiin nousi Lutakko, joka on yllättävän hiljainen muuhun keskusta-alueeseen verrattuna. Messu- ja kongressikeskus Paviljongin sijainnin takia koko Lutakkoa kutsutaan tapahtumakeskukseksi, vaikka lähes kaikki Lutakon alueen tapahtumat rajoittuvat juuri Paviljonkiin.

*Jos Lutakosta puhutaan, se on vähän semmonen erikoinen, et siellähän on vähän Paviljonkia ja muuta, mutta muuten on kauheen kuolleen tuntusta. (H6)*

Keskustassa jo muutaman kerran järjestetyt Katukirpputoripäivät saivat kiitosta ja kannustusta usealta haastateltavalta. Tähän mennessä jo järjestetyillä

kirpputoripäivillä on asiakkaita riittänyt ja haastateltavat uskoivat, että menestystä olisi luvassa vaikka kirpputoripäiviä järjestettäisiin useamminkin.

*Mitähän jos Jyväskylässä ois yks semmonen viikonloppu, yks lauantai tai sunnuntai esimerkiksi, jolloin olis Kävelykadulla nämä, jotka on niin sanottuja kirpputorimyyjiä, jotka myy omaa tavaraansa omasta kodistaan. (H7)*

Kysyimme myös, onko jonkin tietyn tyyllisiä tapahtumia liikaa keskustassa. Suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että tapahtumia ei ole liikaa, vaan kaiken tyyllisille ja -kokoisille tapahtumille on kysyntää. Joidenkin vastaajien mielestä Kävelykadulla on tapahtumien aikaan liikaa yksittäisiä myyntikojuja. Yhden vastaajan mielestä keskustassa järjestettävät urheilutapahtumat aiheuttavat liikaa vaivaa ja häiriötä keskustan käyttäjille. Yksi vastaaja koki Kävelykadulla sijaitsevat terassit häiritseväksi tekijänä.

*Esimerkiksi ne myyntikojut, jossa myydään jotain pohjalaisia puukkoja ja muuta semmosta, ni mun mielestä ne ei oikein kuulu siihen kadulle. (H7)*

*Nää urheilutilanteet ja tapahtumat, mä en tiedä onko ne sopivia. Kävelykatu on kuitenkin kävelyä varten, jos siinä on tommonen beachvolley-tapahtuma niin siitä ei pääse enää läpi. (H2)*

*Siinä on nämä aitaukset, terassit...Niitäkin alkaa olemaan jo vähän runsaanlaisesti, että siinä niinkun välillä tuntuu, että siinä se katu vois olla enemmänkin jotain muuta kun niitä. (H7)*

### **Muut elävöittävät tekijät**

Saimme haastateltavilta myös ihan uudenlaisia ideoita tapahtumien järjestämiseen. Eräs haastateltava oli sitä mieltä, että Jyväskylän yliopiston ja ammattikorkeakoulun opiskelijoita pitäisi hyödyntää tapahtumien järjestämisessä. Esimerkiksi kulttuurialojen opiskelijoilla olisi varmasti paljon annettavaa ja

uutta näkökulmaa tapahtumien järjestämiseen. Opiskelijoiden läsnäolo koettiin muutenkin keskustaa elävöittäväksi tekijänä.

*Täällä pitäis alueellisesti hyödyntää enemmän tällaisia musiikkikeskuksia... Meillä on myös liikuntatieteellinen tai yliopistolla muita aloja, mitä vois tuoda tapahtumiksi tänne. (H2)*

*Minun mielestä elävöityttää se, että täällä on opiskelijoita 25 000. Ja opiskelijat liikkuu paljon myöskin päivisin tuossa keskustassa ja minun mielestä se antaa semmosen nuorekkaan ja elävän kuvan kaupungista. (H7)*

Esille nousi tapahtumien lisäksi muitakin tärkeitä elävyyteen vaikuttavia asioita, joissa olisi kehitettävää ja joihin tulisi kiinnittää enemmän huomiota. Useat haastateltavista olivat tyytyväisiä tähänhetkiseen tapahtumien määrään, mutta toivoivat keskustaan enemmän elävöittäviä tekijöitä. Esimerkiksi erikoiskauppoja, miellyttäviä oleskelupaikkoja, mielenosoituksia ja yhteisöllistä kulttuuria kaivattiin.

*No en mä tiedä tapahtumia niinkään, ei välttämättä tartte enempää. Et jos mennä johonki Lontooseen, ni eihän siellä tapahtumia ole, vaan siellä on jänskiä kauppoja, kivoja paikkoja, taidenäyttelyitä ja kaikkee tällästä kulttuuria. (H9)*

*Esimerkiksi jotain mielenosoituksia tai tällaisia tyyppisiä mitkä monissa maissa kuuluu asiaan ja demokratiaan, että osotetaan mieltä ja näytetään se. Täällä se on tosi heikkoa, että ei ihmisiä saa mihinkään semmoisiin mukaan. (H4)*

Osa haastateltavista oli sitä mieltä, että keskustan elävöityttämiseksi saataisiin lisättyä rakentamalla ja remontoimalla lisää asuntoja keskustaan. Sitä kautta saataisiin tietysti lisää myös keskustan jokapäiväisiä käyttäjiä. Myös keskustan ja Kävelykadun maantieteellinen laajentaminen voisivat olla ratkaisuna keskustan elävöittämiseen. Laajentamista toivottiin erityisesti satamaan sekä Seminaarinmäelle kohti yliopistoa.

*Jos en väärin muista, niin tänne ydinkeskustaan on mahdollista lisärakentaa. Jos tänne tulis muutama sata asuntoa lisää niin kyllä se elävöittää, kun tähän tulee asukkaita lisää. (H5)*

*Mä lähtisin vieläkin laajentamaan Kävelykatua. Meillähän on tää ydinkeskusta tosi pieni. Todella suppealle alueelle rajautuu. (H4)*

*Se elinvoimaisuus sais ehkä levitä pikkusen muuallekin kuin tähän kävelykatuun. Toivottavasti leviää satamaan päin, kun sinne tulee se kaupungin toinen olohuone. (H8)*

## 6.4 Viihtyisä keskusta-alue

Tässä luvussa käsiteltäviä teemoja ovat keskusta-alueen yleinen ilme, siisteys sekä katujen kunto. Kysyimme haastateltavien mielipiteitä myös istutuksista, kalusteista, valaistuksesta sekä liikkeiden näyteikkunoista.

### Siisteys

Kysyttäessä mielipiteitä keskustan siisteydestä, lähes kaikki vastaajat olivat yksimielisiä siitä, että siinä on parantamisen varaa. Erityisesti tapahtumien aikana ja niiden jälkeen keskusta-aluetta pitäisi siivota tehokkaammin. Haastateltavat olivat sitä mieltä, että nuoria kesätyöntekijöitä ja koululaisia voisi hyödyntää tässä.

*Se ei oo riittävään siisti ja sille täytyy tehdä jotain. Roskaaminen ja tämän välinpitämätön toiminta on muuttunu lähes sikamaiseksi. (H2)*

*Jokaiseen tapahtumaan pitäisi olla joku koululuokka, joka olis koko ajan siellä, ja puettuna johonkin haalareihin, että nähtäis että ne olis siellä mukana nimenomaan poistamassa roskaa. Ja sitten ne roskikset pitäis olla sillä lailla, että tapahtumien aikana niitä ois riittävästi ja niitä tyhjentäis tarpeen mukaan. (H7)*



KUVIO 6. Epäsiisti Kävelykatu (Oksanen & Rähä 2010)

Keskustassa ei vastaajien mielestä ole riittävästi roskakoreja. Niiden pitäisi sijaita näkyvimmillä paikoilla ja olla tarpeeksi suuria.

*Ne on aika hankalasti sillai, et ne on noissa talojen seinissä kiinni ja ne on suhteessa pieniä, sivulta työnnetään roskat. (H5)*





KUVIO 7. Sotkuinen Kävelykatu (Oksanen & Rähä 2010)

### Arkkitehtuuri

Yksi haastateltava piti Kävelykadulla sijaitsevia terassialueita häiritsevinä. Hänen mielestään terassit saattavat olla haitaksi erityisesti silloin, kun lapsiperheet asioivat keskustassa. Toinen asia, joka häiritsi vastaajia kysyttäessä keskustan yleisestä ilmeestä, oli Kirkkopuisto ja sen muodostuminen yleiseksi ajanviettoalueeksi.

*Mä oon itse pikkasen kriittinen tähän kaljanjuontikulttuuriin. Siinä keskustassa on semmonen kova sarja niitä ulkoterasseja. Ne on kivoja, mut toisaalta niihin liittyy sit kesäaikaan semmosta häiriötekijää. En mä tiedä kuinka kivoja ne on sitten lapsiperheille mennä siitä läpi... (H6)*

*Esimerkiks vaikka kirkkopuistokin. Just seurakunnasta otti yhteyttä, että siitä on tullu piknikalue ja auringonottoalue, että miten se niinku, ku sit on siinä hautajaiset tai häät ja joku on tulossa tämmöseen seurakunnan juhla- tai surutilaisuuteen, niin sit siinä otetaan stringeissä aurinkoo vieressä...(H2)*



KUVIO 8. Terrassialue Kävelykadulla (Oksanen & Rähä 2010)

Matkakeskuksen ympäristö koettiin ankeaksi ja paikoittain jopa rumaksi. Matkakeskusta ympäröivä alue pitäisi kunnostaa houkuttelevammaksi ja viihtyisämmäksi, jotta esimerkiksi turistit ja ulkopaikkakunnilta saapuvat vierailijat saisivat paremman ensivaikutelman kaupungista. Matkakeskuksen sijainti on kuitenkin hyvä: sinne on lyhyt matka keskustasta ja tämän vuoksi sen saavuus on erinomainen.

*Matkakeskukselta kun tulee joku, joka ei ennen oo käyny Jyväskylässä, niin se on aika karu se maisema mikä siitä avautuu. (H5)*

Yhden haastateltavan mielestä keskusta kaipaisi osittain uudistusta. Suuri osa rakennuksista on peräisin 1950–1960-luvulta, jonka vuoksi yleinen ilme kuvaa osin tätä ajanjaksoa. Toinen vastaaja taas oli sitä mieltä, että keskustakuva on 1980-luvulta. Myös hän kaipaisi uudistusta lähinnä arkkitehtuuriin. Eri aikausien näkymistä katukuvassa ei kuitenkaan koettu huonoksi asiaksi.

*Yleinen ilme on hiukan, no, keskustahan on syntynyt aikalailta 50–60-luvulla. Ja nää rakennukset mitä siinä nyt on, kyl ne on aika 50-60-lukulaisia rakennuksia ja sen ilmeisiä. (H9)*

*Kyllähän toi on aika kasarihenkistä vielä, että tyyllisuunnat on muuttunu ja tavallaan semmosta uudistumista ehkä kaipaisi... On hienoo, että on tavallaan niitä ajallisia kerrostumia, että on se 80-luvun rakennettu Kävelykatu ja sit löytys uudempia myös. (H3)*

Useassa haastattelussa tuli esille yleisten vapaa-ajanvietto- ja oleskelupaikkojen puuttuminen keskusta-alueelta.

*Se mikä puuttuu kaupungista, on lähinnä ne semmoset pysähdyspaikat, tämmöset julkiset olohuoneet. (H9)*

*Mitä kaipais vähän lisää, niin olis tällasia pieniä suojaisia kahvilapaikkoja, semmosia ajanvieton ja pysähtymisen paikkoja. (H3)*

### **Istutukset, kalusteet ja valaistus**

Kirkkopuiston istutuksia pidettiin kauniina, mutta kukkia ja muita viherkasveja toivottiin enemmän myös muille alueille. Viheralueiden kunnossapidossa voisi hyödyntää esimerkiksi kesätyöntekijöitä.

*Kirkkopuisto ja muut, ni nehän on mahtavasti aina istuteltu. Mutta esimerkiks Luxemburgissa, ni vielä voitais paljon ottaa oppia sieltä... Minun mielestä se ei hirveään paljon kustantas, jos käyttäs nuoria kesätyöissä, nimenomaan tämmösissä siivoomishommissa. (H7)*

Kävelykadulla sijaitsevien kalusteiden kunnossapitoon toivottiin kiinnitettävän enemmän huomiota. Osa vastaajista ei ollut tyytyväisiä terassien kalusteisiin, sillä ne eivät noudata esteettisesti yhtenäistä linjaa. Kalusteita haluttiin viihtyvyyden lisäämiseksi myös muualle kuin Kävelykadulle. Kalusteille olisi tarvetta myös sen vuoksi, että esimerkiksi Jyväskeskuksen portaat eivät toimisi istumapaikkoina.

*Niissä on parantamisen varaa, esimerkiksi nuo terassit mistä on puhuttu. Sillon kun ne tuli, niin siinä oli jonkinlaisia laatu- ja esteettisiä vaatimuksia, mutta ei niitä oo läheskään noudatettu. (H8)*

*...Jyväskeskuksen portaat, se on niin luontainen paikka istua, että siihen ei oo kyllä keksitty oikeestaan mitään, mutta jotain siihenkin vois kehitellä ja keksiä, ja se, että luotaisiin ihan oikeitakin istumapaikkoja. (H9)*

Valaistuksen tasoon oltiin monissa vastauksissa tyytymättömiä. Valaistusta voisi parantaa erityisesti sivukaduilla, jotta turvallisuuden tunne lisääntyisi. Myös itse valotapahtumista toivottiin suurempia ja näyttävämpiä. Erilaisia pienempiä valotapahtumia voisi toteuttaa esimerkiksi viikonloppuisin käyttämällä hyödyksi kiinteistöjen seiniä, joita kohti valaistuksia voisi heijastaa.

*Mikä on pikkusen ironista tosin, että puhutaan valokaupungista, niin kyllä mun mielestä sillon pitäis katuvalot palaa myöskin. Hienoja paikkoja on valaistu, mutta jos aattelee ikäihmisten ja kaikkien turvallisuuden tunnetta, niin kyllä nuo sivukadut pitäis olla paremmin valaistut. (H8)*

*Ite oon tyytymätön valotapahtuman tasoon, että mitä maailmalla kattoo, niin niihin satsataan paljon enemmän. Koska vähän pitsinnypläystä se kuitenkin on. (H2)*

## **Näyteikkunat**

Jyväskylän keskustan näyteikkunat eivät miellyttäneet haastateltavia. Maailmalla näyteikkunat ovat todella laadukkaita ja näyttäviä, mutta Suomessa ei ole päästy vielä läheskään samalle tasolle. Jyväskylään kaivattiin hieman enemmän uskallusta näyteikkunoiden suunnittelussa.

*Ne on suurimmaks osaks aika surkeita... Maailmalla näkee miten luovia ja hauskoja näyteikkunoita on, ni meillä ei todellakaan kyllä panosteta siihen, ei valaistuksen eikä minkään osalta. Sokoksen joulunäyteikkunakin on aika laimea ja pienillä jipoilla siitä saatais parempi. (H3)*

*Oishan siinä suomalaisilla paljon tekemistä. Suomalaiset näyteikkunat on hyvin maltillisia keskimäärin ja hyvin vaatimattomiakin. (H4)*



KUVIO 9. Näyteikkuna (Oksanen & Rähä 2010)

Monet näyteikkunat sijaitsevat kauppakeskusten sisällä, jolloin niitä ei pääse katsomaan illalla liikkeiden sulkemisen jälkeen. 1950 - 60-luvulla rakennetuista liiketiloista puuttuvat kunnolliset näyteikkunat. Näyteikkunoiden puute vähentää keskustan vetovoimaa.

*Mutta tietysti osa kaupoista on siellä sisällä, että ne näyteikkunat on myöskin. Ku usein on kiva tehdä sellasia niin sanottuja näyteikkunaostoksia. Kun ne on siellä sisällä, niin niihin ei pääse yhdeksän jälkeen ollenkaan enää. (H6)*

*No ehkä sekin johtuu tosta, mitä 50-60-luvulla rakennettiin...Niin silloin ei oikein osattu tehdä tämmösiä niinku näyteikkunoita. (H9)*

Monille yrityksille näyteikkunat ovat myös kustannuskysymys. Näyteikkunapaikoista ei olla valmiita maksamaan niin paljon, kuin tänä päivänä olisi tarvetta.

*Jyväskylän keskustassa on käyny sillä tavalla, että näyteikkunat, ne on niin arvokasta paikkaa, että niitä ei ookaan varaa käyttää. (H7)*

Näyteikkunoiden lisäksi yritysten olisi pyrittävä korostamaan myös liikkeidensä sisäänkäyntejä. Ne vaikuttavat osaltaan yrityksen imagoon ja kokonaisvaikutelmaan. Haastateltavien mielestä näyteikkunoihin ja sisäänkäynteihin voisi laittaa enemmän yrityksestä kertovia mainoksia.

*Oslossa ja Irlannissa näyteikkunat on viimesen päälle laitettu. Eli kyllä nuo kiinteistöihin menot, ei ne ainakaan mistään parhaimmasta päästä oo. Jos näyteikkunoista, niin Sokos joskus siinä joulun aikaan tempasee ja tekee semmosen viehättävän joulujutun siihen. Mutta huomaaks niitä muutoin ollenkaan? (H2)*

*Kyllähän se yrityksen sisääntulokin on monesti semmonen käyntikortti yritykselle, että se kertoo sen, onks se miten vakavasti otettava yritys tai liike, millä tavalla ne haluaa asiakkaisiin panostaa. (H8)*

## 7 POHDINTA

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää Jyväskylän keskustan kehittämis-kohteita. Tutkimuskysymyksiä olivat, mikä tekee keskustasta elävän, ja mitä kehitettävää keskustassa on. Aloitimme tutkimuksen tekemisen tutustumalla toimeksiantajaamme sekä aiemmin tehtyyn tutkimukseen Jyväskylän keskustan kehityskohteista. Haastattelukysymykset syntyivät näiden tietojen pohjalta.

Tulokset ovat hyödyllisiä tulevaisuuden keskustaa suunniteltaessa. Lähtökohdat ovat hyvät, sillä Jyväskylän keskusta elää tällä hetkellä muutosvaihetta. Keskustakehittämisen parissa työskentelevät ihmiset voivat hyödyntää näitä tuloksia tekemällä keskustasta entistä vetovoimaisemman. Myös yritykset voivat hyötyä näistä tuloksista keskittymällä muuttamaan niitä epäkohtia omassa toiminnassaan, joita vastauksista tuli esille. Tutkimustuloksia voidaan myös käyttää esimerkiksi vanhojen kaupunkikeskustojen kehittämisessä sekä uusien keskustojen tai kauppakeskusten rakentamisen apuna.

### 7.1 Johtopäätökset SWOT-analyysina

SWOT-analyysia voidaan hyödyntää ulkoista ja sisäistä markkinointiympäristöä tutkittaessa. SWOT-analyysi muodostaa nelikentän, jossa kuvataan kohteen vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat. Nelikenttämallissa vahvuudet ja heikkoudet kuvaavat sisäistä ympäristöä ja mahdollisuudet ja uhat ulkoista ympäristöä. Taulukon vasemmalla reunalla vahvuudet ja mahdollisuudet auttavat saavuttamaan halutun tuloksen ja oikealla puolella heikkoudet ja uhat ovat haitallisia tulosten saavuttamisen kannalta. (Kotler, Keller,

Brady, Goodman & Hansen 2009, 101.) Seuraavalla sivulla on esitelty johtopäätökset tutkimustuloksista SWOT-taulukon muodossa.



TAULUKKO 2. Yhteenvedo tutkimustuloksista SWOT-analyysina

VAHVUUDET	HEIKKOUEDET
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Palvelut lähietäisyydellä toisistaan</b></li> <li>• <b>Keskusta helposti saavutettavissa sekä kävellen että polkupyörällä</b></li> <li>• <b>Jyväskylän keskeisen sijainnin vuoksi helppo tulla myös muualta Suomesta</b></li> <li>• <b>Tiivis ydinkeskusta tekee keskustasta elävän</b></li> <li>• <b>Autoton ydinkeskusta</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Erikoisliikkeitä ja korkealaatuisia tuotteita liian vähän, ketju-liikkeitä liikaa</b></li> <li>• <b>Kauppahalli ja julkiset vapaa-ajanviettopaikat puuttuvat</b></li> <li>• <b>Kauppakeskukset liian ahtaita</b></li> <li>• <b>Keskusta ei ole elävä sunnuntaisin</b></li> <li>• <b>Polkupyöräparkkeja liian vähän ja pyörätieverkostot huonossa kunnossa</b></li> <li>• <b>Keskustan liikenne epäselvä, liikaa yksisuuntaisia väyliä</b></li> <li>• <b>Kaljanjuontikulttuuri</b></li> <li>• <b>Epäsiisti keskusta-alue</b></li> <li>• <b>Liikkeiden näyteikkunat huonosti suunniteltuja</b></li> <li>• <b>Aukioloajat liian suppeat</b></li> </ul>
MAHDOLLISUUDET	UHAT
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Kävelykatualueen laajentaminen Yliopiston suuntaan</b></li> <li>• <b>Selkeän keskustastrategian löytäminen</b></li> <li>• <b>Keskustakehittämisen eri asiantuntijoiden hyödyntäminen tulevaisuuden keskustaa suunniteltaessa</b></li> <li>• <b>Enemmän tapahtumia eri vuodenaikoina</b></li> <li>• <b>Kansainvälisempää toimintaa ja menoa kävelykadulle</b></li> <li>• <b>Joidenkin olutterassien muuttaminen katukahviloiksi</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Kauppakeskusten kehittyminen kaupungin laiduille</b></li> <li>• <b>Uusien ideoiden puute</b></li> <li>• <b>Rahoituksen puute</b></li> <li>• <b>Lait ja säädökset rajoittavat</b></li> </ul>

Haastattelujen pohjalta eniten tyytymättömyyttä herätti keskustan yleinen epäsiisteys. Lähes jokainen vastaaja oli sitä mieltä, että keskustaa olisi siivotava aktiivisemmin ja siihen voitaisiin palkata enemmän ulkopuolista apua. Näyteikkunat olivat toinen asia, johon vastaajat olivat erityisen tyytymättömiä, koska ne eivät ole läheskään yhtä näyttäviä kuin esimerkiksi suurkaupungeissa. Monet kuluttajat harrastavat näyteikkunaostosten tekoa, minkä vuoksi näyteikkunoiden somistamiseen tulisi kiinnittää huomattavasti enemmän huomiota jo myynninkin kannalta.

Myös erikoiskauppojen ja -ravintoloiden tarjonta koettiin puutteelliseksi. Suurin osa Jyväskylän keskustassa sijaitsevista ravintoloista kuuluu johonkin yritysketjuun ja yksityisten yrittäjien määrä on vähäinen. Jyväskylän keskustaan ollaan tekemässä paljon muutoksia, kuten esimerkiksi kauppakeskus Forumin remontti ja Väinönkadun muuttaminen kokonaan kävelykaduksi. Muutosten yhteydessä Jyväskylään olisi mahdollista saada uusia liikkeitä, jotka lisäävät keskustan ja samalla koko kaupungin vetovoimaa.

## **7.2 Keskustan elävyyden esteet**

Monet haastateltavat kokivat, että suomalaisten ihmisten luonne, rajoittuneisuus ja rohkeuden puute tuovat omat ongelmansa keskustan elävöittämiselle. Ihmisillä on korkea kynnyks sekä tapahtumien järjestämiseen että niihin osallistumiseen. Myös Suomen ilmasto vaikuttaa suurelta osin siihen, minkälaisia tapahtumia pystytään milloinkin järjestämään. Ilmasto vaikuttaa myös ihmisten haluun lähteä ulos kodeistaan. Yksi tekijä, johon myöskään ei voi vaikuttaa, mutta joka rajoittaa elinvoimaisuutta, on Jyväskylän keskustan ahdas ruutukaava.

Eräs keskustan ulkopuolelta tuleva haaste ovat isot kauppakeskukset, joita perustetaan kaupungin laidoille. Ne vaikuttavat keskustan kävijämääriin, koska kauppakeskuksissa tarjotaan samoja tuotteita ja palveluja kuin keskustassakin. Kauppakeskuksiin saapuminen on monelle helpompaa kuin keskustaan meno, koska kauppakeskusten välittömässä läheisyydessä on iso ja ilmainen parkkialue sekä monet eri palvelut samassa paikassa.

Pysäköintipaikkojen määrä vaikuttaa keskustan elävyyteen. Jos pysäköintipaikkoja ei ole riittävästi tai tarpeeksi helposti saatavilla, vaikeutuu keskustaan saapuminen. Tämä vaikuttaa kävijämääriin ja sitä kautta elinvoimaisuuteen.

Keskustan elävyyteen vaikuttaa myös hinnoittelu. Opiskelijat ovat Jyväskylän keskustan aktiivisia käyttäjiä. Heidän käytettävissään olevat rahavarat ovat usein pieniä, mutta silti keskustassa palvelujen hinnat nousevat nopeasti. Hintojen nousuun vaikuttaa esimerkiksi liiketilojen ostohinnat ja vuokrat.

Keskustan elävyyttä rajoittaa myös se, että se on elävä ainoastaan Kävelykadulla. Tulosten perusteella keskusta-alueesta voisi tehdä elävämmän laajentamalla sitä esimerkiksi Vapaudenkadulle lisäämällä sinne kauppoja ja liiketiloja.

## **7.3 Tutkimuksen luotettavuus**

### **Reliabiliteetti ja validiteetti**

Tutkimuksen luotettavuutta pohdittaessa käytetään yleensä mittareina reliabiliteettia ja validiteettia. Reliabiliteetti ilmaisee sen, miten luotettavasti ja toistettavasti käytetty mittari mittaa tutkittavaa ilmiötä. Mittari on reliabeli, jos

samat henkilöt saavat toistuvasti samalla mittarilla samanlaisia tuloksia. Validiteetti ilmaisee, ollaanko tutkimassa juuri sitä ilmiötä, mitä on tarkoituskin tutkia. Validiteetti voidaan jakaa sisäiseen ja ulkoiseen validiteettiin: sisäinen validiteetti tarkoittaa tutkimuksen omaa luotettavuutta ja ulkoinen validiteetti sitä, onko kyseinen tutkimus yleistettävissä. (Metsämuuronen 2006, 48, 56, 58).

### **Luottavuuden kriteerit laadullisessa tutkimuksessa**

Tutkimuksen luotettavuutta on perinteisesti arvioitu reliabiliteetin ja validiteetin näkökulmista. Laadullisen tutkimuksen piirissä näiden käsitteiden käyttöä on kuitenkin kritisoitu, koska ne ovat alun perin muodostuneet määrällisen tutkimuksen luotettavuuden mittareiksi. Kvalitatiivisen tutkimuksen luotettavuuden tarkastelussa voidaan lisäksi käyttää seuraavia termejä: uskottavuus, vastaavuus, siirrettävyys tai vahvistettavuus. (Tuomi & Sarajarvi 2002, 133, 136-137.)

Tutkimuksessamme käytimme mittarina teemahaastattelukysymyksiä. Esitetasimme kysymykset haastatteleamalla toimeksiantajaamme ennen haastatteluihin ryhtymistä. Tärkeintä haastattelussa on, että kysymykset ovat selkeitä ja helposti ymmärrettäviä. Pyrimme tekemään haastattelutilanteesta mahdollisimman samanlaisen kaikille haastateltaville. Aika, paikka sekä häiriötekijöiden määrä vaihtelivat kuitenkin jonkin verran. Yhteistä haastattelutilanteille oli se, että olimme kumpikin läsnä, tarjosimme kahvia ja pientä purtavaa sekä istuimme pöydän ääressä vastakkain ilman kolmansia osapuolia.

Tulosten luotettavuutta heikensi hieman se, että haastatteluun osallistuneet henkilöt työskentelevät itse kaupunkikehittämisen parissa. Olisimme todennäköisesti saaneet erilaisia vastauksia, jos haastateltavat olisivat olleet keskustan tavallisia kuluttajia. Haastateltavat työskentelevät niin intensiivisesti kaupunkikehittämisen parissa, että he saattavat nähdä kehitettävät kohteet suurempina kokonaisuuksina kuin tavalliset keskustan kuluttajat. Kysymykset

ovat luonteeltaan sellaisia, että monella haastateltavalla ei ollut omakohtaisia kokemuksia tietyistä aiheista. Esimerkiksi paikallisliikenteen toimivuudesta ei kenelläkään haastateltavalla ollut omakohtaista kokemusta, vaan vastaukset perustuivat yleiseen tuntumaan. Esimerkiksi opiskelijoilla olisi saattanut olla erilainen mielipide keskustan linja-autoliikenteen toimivuudesta.

Käyttämämme haastattelukysymykset tuottivat paljon sellaista aineistoa, jota käytimme tutkimusongelmamme selvittämiseen. Kysymykset olivat sopivan laajoja antaakseen vastaajalle tilaa omaan tulkintaan mutta silti riittävän rajattuja välttääkseen aiheesta lipsumisen.

Haastattelukysymyksistä olisi todennäköisesti muodostunut erilaisia, jos olisimme aloittaneet tutkimuksen tekemisen kirjoittamalla tietoperustan. Olisimme kiinnittäneet enemmän huomiota kysymysten muotoiluun ja sisältöön. Jos tietoperusta olisi kirjoitettu ensin, olisi kysymyksistä saattanut muodostua täsmällisempiä.

Jälkeenpäin mietittynä olisimme jättäneet onko-alkuiset kysymykset kokonaan pois haastattelukysymyksistä, koska teemahaastatteluun ei suositella tämän tyyppistä kysymysrakennetta. Tällaisiin kysymyksiin haastateltava vastaa helposti "kyllä" tai "ei" ja perustelut jäävät vähäisiksi. Olisimme myös voineet joidenkin kysymysten kohdalla määritellä kysymyksissä käytettyjä käsitteitä haastateltaville hieman tarkemmin. Ilman käsitteiden riittävää määrittelyä kysymys on saattanut jäädä haastateltavalle epäselväksi ja näin ollen vastaus on puutteellinen tai vastaa väärään kysymykseen.

Haastattelutulokset olivat välillä ristiriitaisia. Kun kysyimme, onko keskusta tarpeeksi elinvoimainen, suurin osa haastateltavista vastasi keskustan olevan riittävän elävä, mutta kun kysyimme, onko keskustassa tarpeeksi tapahtumia, jokainen vastaaja oli sitä mieltä, että jonkin tietyn tyyllisiä tapahtumia on puut-

teellisesti. Tästä esimerkistä huomaa, että onko-alkuisia kysymyksiä on vältettävä teemahaastattelussa. Ongelma korjaantui osittain kuitenkin tässä tutkimuksessa sillä, että esitimme haastateltaville jatkokysymyksiä.

Haastateltaville saattoi jäädä epäselväksi, että tutkimuksen tarkoituksena oli kartoittaa juuri niitä keskustan kohteita, joita olisi kehitettävä. Olisimme toivoneet vastaajilta enemmän kehittämiseen liittyviä ideoita ja vähemmän kehumista. Olisimme kaivanneet enemmän myös konkreettisia kehittämisideoita, koskien esimerkiksi jotakin tiettyä aluetta tai kohdetta keskustassa. Jotta tällaisia tuloksia olisi saatu, olisi haastattelun alussa pitänyt tuoda selkeämmin esille tutkimuksen todellinen tarkoitus.

## **7.4 Tutkimuksen haasteet**

Ensimmäinen haaste tutkimuksessamme oli haastateltavien henkilöiden tavoittaminen. Osa haastateltavista ei vastannut puhelimeen ollenkaan, mikä aiheutti meille lisätyötä uusien haastateltavien löytämiseksi. Yhteisten haastatteluajkojen sopiminen oli joidenkin haastateltavien kanssa hankalaa, mutta löysimme kuitenkin jokaiselle sopivan ajan. Joidenkin haastateltavien kanssa kävi niin, että he suostuivat haastatteluun ja lupasivat ilmoittaa sopivan haastatteluajankohdan, mutta eivät kuitenkaan myöhemmin olleet enää kiinnostuneita osallistumaan haastatteluun.

Aineiston löytäminen työn teoriaosaa varten oli vaikeaa. Kaupunkien kehittämisestä on paljon yleistä tietoa kirjallisuudessa, mutta tarkempaa tietoa keskustakehittämisestä emme löytäneet. Olisimmekin kaivanneet enemmän tietoa juuri keskustakehittämisestä. Tiedon etsimistä vaikeutti myös se, että tutkimuksemme on tehty keskustakehittämisen ammattilaisten näkökulmasta,

eikä tavallisten keskustan kuluttajien. Teoria-aineiston etsimiseen kului odotettua enemmän aikaa, mikä hidasti työn etenemistä.

## 7.5 Jatkotutkimusehdotukset

Tutkimusta tehdessämme meille syntyi paljon ajatuksia mahdollisista jatkotutkimusaiheista. Yksi ajankohtainen aihe on esteettömyys ja sen toteutuminen kaupunkikeskustoissa. Erityisesti vanhoilla keskusta-alueilla esteettömyyttä ei ole huomioitu nykyhetken vaatimalla tavalla. Liikuntarajoitteisten kuluttajien lisäksi esimerkiksi lastenvaunuja tai rollaattoria käyttävät henkilöt kokevat keskustan hyvän esteettömyyden tärkeäksi. Esteettömyyttä voisi tutkia jatkossa esimerkiksi keräämällä satunnaisen otoksen sellaisia keskustan aktiivisia käyttäjiä, jotka tarvitsevat päivittäiseen käyttöönsä esimerkiksi lastenvaunuja. Esteettömyyttä voisi tutkia myös näkövammaisten tarpeiden kannalta.

Tarkastelimme tässä tutkimuksessa keskusta-aluetta sellaisten henkilöiden näkökulmasta, jotka ovat ammattinsa kautta jatkuvasti mukana keskustan kehittämisprosesseissa. Opinnäytetyötä tehdessämme esille nousi välillä myös muita näkökulmia, joiden pohjalta voisi tehdä samantyyllisen tutkimuksen. Esimerkiksi matkailun näkökulmasta tehty tutkimus tuottaisi varmasti tulevaisuuden kannalta tärkeitä tutkimustuloksia.

Toinen mielenkiintoinen aihe voisi olla kaupunkilaisten näkökulmasta tehty tutkimus. Sen voisi toteuttaa esimerkiksi strukturoituna lomakehaastatteluna, jolloin saataisiin helposti suuri otos kaupunkilaisista. Kaupunkilaiset näkevät keskustan vetovoimaisuuden varmasti eri näkökulmasta kuin turistit tai amatikseen keskustaa kehittävät henkilöt. Olisi myös mielenkiintoista vertailla

useita vuosia keskustassa asuneiden ja juuri keskustaan muuttaneiden ihmisten vastauksia.

Heinimäen (2006, 254) mukaan kaupunkikeskustojen kaupalliset haasteet tulevat tulevaisuudessa liittymään pääasiassa kilpailun kiristymiseen, kotitalouksien väestörakenteen ja kuluttajien ostokäyttäytymisen muutoksiin, kannattavuuden parantamiseen ja toimintaympäristöjen muutoksiin. Käytännössä tämä tarkoittaa muun muassa väestön ikääntymistä, liikkuvuuden lisääntymistä sekä ruokakunnan koon pienenemistä. Kotitaloudet ovat tulevaisuudessa yhä vaativampia ostopaikan sijainnin, palvelutason ja valikoimien suhteen. Näistä edellä mainituista aiheista saisi tehtyä erinomaisia jatkotutkimuksia.



## LÄHTEET

- Arola, J. 2008. Väinönkadun liikenne kohta yksisuuntaiseksi. Keski-suomalainen 17.11.2008. Viitattu 26.4.2010. <http://www.ksml.fi/uutiset/keski-suomi/taksit-pois-v%C3%A4in%C3%B6nkadulta-liikenne-yksisuuntaiseksi/287194>.
- Elävä kaupunkikeskusta ry. 2010. Viitattu 1.3.2010. <http://www.kaupunkikeskustat.fi/>.
- Eniro. 2010. Viitattu 13.10.2010. <http://kartat.eniro.fi>.
- Grönroos, C. 1998. Nyt kilpaillaan palveluilla. 4. uud. p. Helsinki: WSOY.
- Grönroos, C. & Järvinen, R. 2001. Palvelut ja asiakassuhteet markkinoinnin polttopisteessä. Helsinki: Kauppakaari.
- Heikkilä, M., Santasalo, T. & Karppinen, S. 1996. Suomalaisia kävelykeskustoja. Helsinki: Edita.
- Heinimäki, H. 2006. Kaupan toimintaympäristö. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit.
- Hirsjärvi S. & Hurme, H. 2000. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.
- Junttila, U. 1995. Kaupunkiympäristön suunnittelu. Helsinki: Rakennustieto.
- Junttila, U. & Koivistoinen, M. 2002. Katuympäristön suunnitteluopas. Helsinki: Suomen kuntatekniikan yhdistys.
- Jyväskylän elävä kaupunkikeskusta ry. 2010a. Viitattu 1.3.2010. <http://www.jyvaskyla.fi/kaupunkikeskusta,yhdistys>.
- Jyväskylän elävä kaupunkikeskusta ry. 2010b. Viitattu 1.3.2010. <http://www.jyvaskyla.fi/kaupunkikeskusta,jasenasiat>.
- Jyväskylän elävä kaupunkikeskusta ry. 2010c. Viitattu 1.3.2010. <http://www.jyvaskyla.fi/kaupunkikeskusta,tapahtumat>.
- Jyväskylän elävä kaupunkikeskusta ry. 2010d. Viitattu 1.3.2010. <http://www.jyvaskyla.fi/kaupunkikeskusta,kavelykatu>.

- Jäppinen, J. & Fredrikson, E. 1995. Jyväskylän Kauppakatu: Kärrytiestä kävelykaduksi. Jyväskylä: Jyväskylän kaupunki.
- Kananen, J. 2008. Kvalitatiivisen tutkimuksen teoria ja käytänteet. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Koivisto, M. 2009. Frameworks for structuring services and customer experiences. Teoksessa *Designing Services with Innovative Methods*. Eds. Koivisto, M & Miettinen, S. Kuopio: Kuopio Academy of design, 142-148.
- Koivisto, M. 2009. Palvelumuotoilu ja sen Dfa- potentiaali. Teoksessa *Tulevaisuus on saavutettava*. Toim. Tahkokallio, P. Helsinki: Terveyden ja hyvinvoinnin laitos, 34–35.
- Kotler, P., Keller, K., Brady, M., Goodman, M. & Hansen, T. 2009. *Marketing Management*. 1st European edition. Harlow: Pearson Prentice Hall.
- Lappi, T-R. 2007. Neuvottelu tilan tulkinnoista, etnologinen tutkimus sosiaalisen ja materiaalisen ympäristön vuorovaikutuksesta jyvaskyläläisissä kaupunkipuhunnoissa. Väitöskirja. Jyväskylä: University of Jyväskylä.
- Mager, B. 2009. Service design as an emerging field. Teoksessa *Designing Services with Innovative Methods*. Eds. Koivisto, M. & Miettinen, S. Kuopio: Kuopio Academy of design, 32-33.
- Miettinen, S. 2009. Designing services with innovative methods. Teoksessa *Designing Services with Innovative Methods*. Eds. Koivisto, M. & Miettinen, S. Kuopio: Kuopio Academy of design, 15.
- Metsämuuronen, J. 2006. *Laadullisen tutkimuksen käsikirja*. Helsinki: International Methelp.
- Nedstam, A. & Reimers, R. 1994. Ehdotus Jyväskylän keskustan kehittämisen toimenpideohjelmaksi. Julkaisematon esiselvitys. Tukholma: Nordplan.
- Palvelumuotoilu. 2010. Viitattu 8.10.2010.  
[Http://www.palvelumuotoilu.fi/sanasto\\_ja\\_metodit/](http://www.palvelumuotoilu.fi/sanasto_ja_metodit/).
- Ratilainen, K. 2009. Nuorten naisten kokemuksia Jyväskylän keskustassa asiomisesta. Opinnäytetyö. Jyväskylän ammattikorkeakoulu, matkailu-, ravitsemis- ja talousala, palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma. Viitattu 11.8.2010.

[https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/4005/Ratilainen\\_Kaisu.pdf?sequence=1](https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/4005/Ratilainen_Kaisu.pdf?sequence=1).

Sandelin, A. 2005. Mikä on Jyväskylän keskustavisio 2020? Julkaisematon suunnitelma. Jyväskylän kaupunki.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2002. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.

Ylikoski, T. 1999. Unohtuiko asiakas? 2. uud. p. Helsinki: KY-palvelu.

## LIITTEET

### Liite 1. Saatekirje haastateltaville

**Hei!**

Olemme Jyväskylän ammattikorkeakoulun opiskelijoita ja olemme tekemässä opinnäytetyötä. Toimeksiantajamme on Jyväskylän elävä kaupunkikeskusta ry. Tavoitteenamme on päivittää keskusta-alueen konkreettisia kehittämistarpeita. Tutkimusta varten haastattelemme keskusta-alueen aktiivisia käyttäjiä eri toimialoilta.

Tulosten pohjalta laadimme listan keskustan kehittämiskohteista. Tutkimustulokset tulevat olemaan julkisia. Kaikki vastaukset käsitellään luottamuksellisesti toimeksiantajan ja tutkimuksen tekijöiden välillä.

Toteutamme haastattelun Jyväskylän elävä keskusta ry:n toimistossa osoitteessa **Kauppakatu 31 B**, 6. kerroksessa kahvikupin ääressä. Haastatteluun tulee varata aikaa noin 40 minuuttia.

Kävisikö Teille jokin seuraavista ajoista:

xx.xx.2010 klo xx

xx.xx.2010 klo xx

Mikäli ajat eivät ole sopivia, ehdottaisitteko Teille paremmin sopivaa aikaa.

Soitamme Teille muutaman päivän sisällä varmistaaksemme haastatteluajan kohdan.

Toivottavasti pääsette osallistumaan haastatteluun. Tulosten saaminen on erityisen tärkeää Jyväskylän keskustan kehittämisen kannalta.

Vastaamme mielellämme lisäkysymyksiin. Kiitos!

Ystävällisin terveisin,

Marjo Oksanen

marjo.oksanen.mpa@jamk.fi

Carita Räihä

carita.raiha.mpa@jamk.fi

Jyväskylän ammattikorkeakoulu

Liiketoiminta ja palvelut

## **Liite 2. Teemahaastattelurunko**

**Taustaa: Nimi? Saako nimen julkaista tutkimuksessa? Työnkuva? Kauanko olet asunut Jyväskylässä? Oletko tullut isommalta vai pienemmältä paikakunnalta kuin Jyväskylä?**

Keskitymme haastattelussa neljään pääteemaan.

### **1. Onko keskustan saavutettavuus mielestäsi hyvä, vai onko siinä jotain kehitettävää?**

Apukysymyksiä:

Onko keskustaan helppo mennä?

Mitä mieltä olet keskusta-alueen sisäisistä kulkureiteistä?

Pääseekö keskustaan helposti henkilöautolla ja onko parkkipaikkojen määrä sopiva?

Mitä mieltä olet pyöräteiden ja pyöräparkkien riittävydestä?

Pääseekö linja-autolla helposti keskustaan?

Onko liikkuminen vaivatonta myös apuvälineitä (rollaattori, lastenvaunut) käyttäville?

### **2. Mitä mieltä olet palvelujen riittävydestä ja saatavuudesta?**

Apukysymyksiä:

Mitä mieltä olet aukioloajoista?

Onko riittävästi palveluja eri aloilta?

Onko jonkin tietyn alan palveluja liikaa / liian vähän?

### **3. Onko keskusta elävä?**

Apukysymyksiä:

Onko tarpeeksi tapahtumia?

Minkä tyyllisiä tapahtumia tarvitaan lisää / vähemmän?

Onko olemassa joku asia, joka estää elävyyttä?

#### **4. Mitä mieltä olet keskustan viihtyvyydestä?**

Apukysymyksiä:

Mitä mieltä olet keskusta-alueen yleisestä ilmeestä?

Mitä mieltä olet siisteydestä, roskakorien määrästä, istutuksista, valaistuksesta, kalusteista, katujen kunnosta?

Mitä mieltä olet näyteikkunoista?

#### **5. Mikä on keskustassa parasta ja mikä harmittavinta?**

Apukysymyksiä:

Mitä haluaisit kehittää / muuttaa?

Kerro kolme yksittäistä asiaa, joita haluaisit kehittää / muuttaa keskusta-alueella?

#### **6. Muuta kehitettävää?**