

Jonna-Leea Välimaa

Kurikan palveluiden kartoittaminen

Opinnäytetyö

Kevät 2014

Liiketalouden, yrittäjyyden ja ravitsemisalan yksikkö

Pk-yrittäjyyden koulutusohjelma



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Liiketalouden, yrittäjyyden ja ravitsemisalan yksikkö

Koulutusohjelma: Pk-yrittäjyyden koulutusohjelma

Suuntautumisvaihtoehto: markkinointi

Tekijä: Jonna-Leea Välimaa

Työn nimi: Kurikan palveluiden kartoittaminen

Ohjaaja: Tero Turunen

Vuosi: 2014

Sivumäärä: 68

Liitteiden lukumäärä: 7

Kurikan kaupungilla on meneillään hanke kaupunkikeskustan kehittämisestä. Yhtenä osana hanketta on kartoittaa kuntalaisten tyytyväisyyttä kaupunkikeskustan palveluja ja viihtyvyyttä kohtaan. Tämän tutkimuksen tavoitteena oli selvittää kaupunkikeskustan nykytilaa ja tulevaisuuden haasteita. Tulosten perusteella saatiin tietoa kaupunkikeskustan epäkohdista ja ideoita sen kehittämisestä.

Tutkimusmenetelmänä on käytetty kvantitatiivista tutkimusmenetelmää. Kysely on toteutettu Webropolilla 22.11.–5.12.2013. Kyselyyn vastasi 310 henkilöä.

Opinnäytetyön teoreettisena viitekehyksenä on kaupunkikeskustan kehittäminen. Kehitystyön avulla voidaan pitää kaupunkikeskustat vetovoimaisina. Vetovoimaisuuteen voidaan vaikuttaa julkisen tilan, saavutettavuuden sekä viihtyvyyden avulla. Viitekehyksessä käydään läpi myös Kurikan kaupungin nykytilaa sekä sille laadittua kehityssuunnitelmaa.

Tutkimuksesta ilmenevät kuntalaisten mielipiteet kaupunkikeskustan palveluiden tarjonnasta. Kokonaisuudessaan kuntalaiset olivat melko tyytyväisiä tarjontaan. Negatiivisina asioina kuitenkin pidettiin erikoisliikkeiden puuttumista sekä rakennusten yleisilmettä. Samojen asioiden pelättiin myös vaikuttavan tulevaisuudessa kaupunkikeskustan vetovoimaisuuteen. Nämä ovat kuitenkin asioita, joihin voidaan vaikuttaa. Lisäksi kuntalaiset antoivat paljon kehittämisen arvoisia ideoita kaupunkikeskustan kehittämiseksi.

Avainsanat: kaupunkikeskusta, vetovoimaisuus, kehittäminen

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: School of Business and Culture

Degree programme: SME Business Management

Author: Jonna-Leea Välimaa

Title of thesis: Survey of the services of the Town of Kurikka

Supervisor: Tero Turunen

Year: 2014 Number of pages: 68 Number of appendices: 7

There is an ongoing project aimed at developing the town centre of the Town of Kurikka. One part of the project is to survey the satisfaction of the inhabitants of the municipality with the services and habitability of the town centre. The objective of this study was to find out the present state and future challenges of the town centre. On the basis of the results, information about the disadvantages of the town centre and ideas for its development were obtained.

The survey was implemented using a quantitative research method. The inquiry was carried out by Webropol from 22 November to 5 December 2013. A total of 310 people answered the inquiry.

The theoretical frame of reference of the thesis is the development of town centres. Development work can be used to keep the town centres attractive. Attraction can be improved with the help of public place, accessibility and habitability. The present state of the Town of Kurikka and the development plan drawn up for it are also dealt with.

The survey results show the opinions of the inhabitants of the municipality on the supply of the services of the town centre. On the whole, the inhabitants of the municipality were fairly satisfied with the supply. However, the lack of specialized stores and the general image of the buildings were considered as negative matters. It also was feared that the same matters affected the attraction of the town centre in the future. However, these are matters which can be influenced. Furthermore, the inhabitants of the municipality gave many useful ideas for the development of the town centre.

Keywords: town center, attraction, development

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ.....	4
Kuvio- ja taulukkoluetelo.....	6
JOHDANTO.....	8
KAUPUNKIKESKUSTAN KEHITTÄMINEN.....	11
Kaupunkikeskustan vetovoimaisuus.....	11
Julkinen tila.....	12
Saavutettavuus.....	13
Houkuttelevuus ja viihtyisyys.....	14
Kurikan kaupungin nykytila.....	15
Kurikan kaupunkikeskustan kehityssuunnitelma.....	17
TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN.....	19
Määrällinen tutkimusmenetelmä.....	19
Survey- eli kyselytutkimus.....	20
Kyselylomakkeen rakentaminen.....	21
Tutkimuksen toteuttaminen ja analysointi.....	23
TULOKSET.....	25
Taustatiedot.....	25
Kurikan keskustan nykytilan arviointia.....	27
Kurikan keskustan vetovoiman kehittäminen.....	35
Kurikan keskustan vetovoiman keskeiset ongelmat tulevaisuudessa.....	46
Tiedonhaku.....	48
Kurikan keskustan palvelujen puutteet.....	49
Palaute.....	55
Arvonta ja lisätietojen lähetys.....	58
JOHTOPÄÄTÖKSET.....	59
Tulosten analysointia.....	59
Kehittämisideoita.....	61
Tutkimuksen arviointia.....	63

Reliabiliteetti.....	64
Validiteetti.....	65
LÄHTEET.....	67
LIITTEET.....	69

Kuvio- ja taulukkoluetelo

Kuvio 1. Ensisijainen ostospaikka (Kaupallinen selvitys 2011, 7).....	17
Kuvio 2. Sukupuoli.....	25
Kuvio 3. Ikäjakauma.....	26
Kuvio 4. Talouden koko.....	26
Kuvio 5. Päivittäistavaramyymälöiden tarjonta.....	30
Kuvio 6. Vaateliikkeiden tarjonta.....	30
Kuvio 7. Toritoiminta.....	31
Kuvio 8. Ruokaravintolatarjonta.	31
Kuvio 9. Nuorille suunnattu toiminta.....	32
Kuvio 10. Nuorille suunnattu toiminta perheiden näkökulmasta.	32
Kuvio 11. Lapsille suunnattu toiminta.	33
Kuvio 12. Lapsille suunnattu toiminta perheiden näkökulmasta.....	33
Kuvio 13. Näyteikkunoiden ilme.....	34
Kuvio 14. Ydinkeskustan viihtyisyys.....	34
Kuvio 15. Keskustaan tulisi saada uusia päivittäistavaramyymälöitä..	39
Kuvio 16. Uusia suurmyymälöitä tulisi rakentaa.....	40
Kuvio 17. Keskusta-asumista tulisi lisätä.....	40
Kuvio 18. Liikkeiden aukioloa tulisi aikaistaa.....	41
Kuvio 19. Liikkeiden aukioloaika tulisi pidentää.....	41
Kuvio 20. Perheiden mielipiteet liikkeiden aukioloaikojen pidentämis- estä.....	42
Kuvio 21. Toritoimintaa tulisi aktivoida.....	42
Kuvio 22. Torin viihtyisyyttä tulisi parantaa.....	43
Kuvio 23. Keskustaan tulisi rakentaa lasten leikkipaikkoja.....	43
Kuvio 24. Keskustaan tulisi lisätä parkkipaikkoja.....	44
Kuvio 25. Perheiden mielipide parkkipaikkojen lisäämisestä keskus- taan.....	44

Kuvio 26. Keskustan harraste-, kulttuuri- ym. vapaa-ajan tarjontaa tulisi lisätä.....	45
Kuvio 27. Tapahtumia tulisi lisätä.....	45
Kuvio 28. Kurikan keskustan vetovoiman ongelmat tulevaisuudessa.	47
Kuvio 29. Vastaajien tiedonhaku.....	49
Taulukko 1. Kaupallisten palveluiden lukumäärä Kurikan keskustassa vuonna 2009 (Kaupallinen selvitys 2011, 4).....	16
Taulukko 2. Kyselyyn vastanneiden postiosoite.....	27
Taulukko 3. Keskustan nykytila kuntalaisten näkökulmasta.....	29
Taulukko 4. Vetovoiman kehittäminen.....	37
Taulukko 5. Muista kunnista ja Internetistä ostetut tuotteet ja palvelut.	53
Taulukko 6. Parannusehdotuksia kaupunkikeskustan kehittämiseksi.	57

JOHDANTO

Kaupunkikeskustojen kehittämisen voidaan sanoa olevan yksi olennainen osa kaupungin tulevaisuuteen panostamista. Kaupunkikeskustojen kehittämällä voidaan myös lisätä keskustan elinvoimaisuutta sekä parantaa kaupungin imagoa. Kaupunkikeskustan kehittämiseen vaaditaan kuitenkin monia osatekijöitä, pelkästään kauppakeskukset ja tapahtumat eivät tee kaupungista elävää. Kaupunkikeskustan kehittämisessä avainsana on yhteistyö. Kun lähdetään kehittämään kaupunkikeskustoja, tarvitaan yhteistyötä esimerkiksi yritysten, kiinteistön omistajien, asukkaiden ja kaupungin kanssa.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää Kurikan keskustan mahdollisuuksia kehittyä kaupunkikeskustana sekä kartoittaa kehitettäviä kohteita. Lisäksi työssä selvitetään ydinkeskustan nykytilaa sekä tulevaisuuden haasteita. Tutkimus on rajattu kohdistumaan lähinnä ydinkeskustan alueeseen.

Tutkimus on hyvin ajankohtainen, sillä Kurikan kaupungilla on meneillään hanke kaupunkikeskustan kehittämisestä. Myös Kurikkaa on viime vuosien aikana kehitetty ja tehty tunnetuksi erilaisin keinoin. Siellä on panostettu niin asumiseen, yrittämiseen kuin vapaa-ajanviettoonkin. Siellä on laadukkaita yksityisiä ja kunnallisia palveluita. Kaupunki tunnetaan yrittäjäkaupunkina. Yritysten määrä suhteessa Kurikan asukaslukuun on Suomen ennätystasoa.

Tutkimuksen tuloksista on hyötyä muillekin kuin vain Kurikan kaupungille. Tulokset ovat tärkeitä myös keskustan alueen yrittäjille, kiinteistön omistajille sekä kuntalaisille. Tutkimuksen tulokset antavat paljon ajankohtaista tietoa kaupunkikeskustasta, kuten sen palveluista, viihtyisyydestä, saavutettavuudesta sekä elävyydestä.

Tässä opinnäytetyössä tutkimusmenetelmänä on käytetty kvantitatiivista tutkimusta, ja se on toteutettu Webropol- ja lomakekyselynä kuntalaisille. Aikaa kyselyn vastaamiseen annettiin kaksi viikkoa.

Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimusongelma. Kurikan kaupungilla on meneillään hanke, jonka avulla pyritään kehittämään kaupunkikeskustaa. Tarkoituksena on

kartoittaa palvelutarjontaa ja sen puutteita. Kartoitus suoritetaan Webropolilla tehdyn kyselyn avulla (Liite 1), ja siinä selvitetään muun muassa seuraavia teemoja:

- Minkä palveluiden tai tuotteiden perässä lähdetään ostoksille Kurikan ulkopuolelle? Eli mitä tuotteita ja palveluja Kurikasta puuttuu?
- Mitkä palvelut ovat niitä, joiden saatavuudesta ollaan huolissaan nyt ja tulevaisuudessa?
- Miten palveluita ja tuotetarjontaa voitaisiin parantaa?
- Arvioidaan kaupallisia palveluita sekä tapahtuma- ja viihdetarjontaa.
- Arvioidaan keskustan yleisilmettä ja viihtyisyyttä.
- Arvioidaan vetovoimaisuuden ongelmia.

Kartoituksen johtopäätökset antavat tärkeän tiedon siitä, millaisia yrityksiä Kurikkaan tavoitellaan vastaamaan kuntalaisten tarpeita. Tämän tutkimuksen avulla haetaan ideoita ja kehittämiskohteita tulevaisuutta varten.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää kaupunkikeskustan kehittämisen yleisiä lähtökohtia ja periaatteita. Tarkoituksena on selvittää, kuinka tyytyväisiä asukkaat ovat kaupungin järjestämiin palveluihin ja mistä syystä kurikkalaiset hakevat palveluja ja tuotteita muista kunnista tai Internetistä? Tarkoituksena on myös selvittää, miten kaupunkikeskustasta voitaisiin saada vetovoimaisempi?

Työn rakenne. Opinnäytetyö koostuu viidestä luvusta. Opinnäytetyön alussa esitetään työn toimeksiantajan, eli Kurikan kaupungin hanketta kaupunkikeskustan kehittämisestä. Lisäksi siinä käydään läpi tutkimuksen tavoitteet sekä tutkimusongelma.

Luvussa 2 käsitellään työn teoreettista osuutta eli kaupunkikeskustan kehittämistä sekä asioita, jotka vaikuttavat kaupunkikeskustan vetovoimaisuuteen. Lisäksi tässä luvussa käydään läpi kaupungin nykytilaa ja sen kaupunkikeskustan kehittämissuunnitelmaa.

Luku 3 koostuu tutkimuksessa käytettävistä menetelmistä ja niiden toteuttamisesta. Luvussa 3 käydään läpi myös kyselylomakkeen rakentaminen ja tulosten analysointi. Luvussa 4 käsitellään tutkimuksessa saatuja tuloksia, ja lukuun 5 on koottu tuloksien perusteella tehdyt keskeisimmät johtopäätökset ja mahdolliset parannuskeinot. Lisäksi siinä käsitellään tuloksien luotettavuutta.

KAUPUNKIKESKUSTAN KEHITTÄMINEN

Kaupunkikeskustan vetovoimaisuus

Oulun yliopiston professori Kaisa Broner-Bauerin (2002, 6) mielestä kaupunkikeskustoja tulee kehittää siitä syystä, että maailma muuttuu jatkuvasti ja sitä mukaa myös kaupunki ja ihmisten ajatukset kaupungista. Kaupunkikäsitykseen voivat vaikuttaa useat eri seikat, kuten yhteiskunnan arvojärjestelmä ja maailmankuva.

Keskustaa voidaan pitää kaupungin ja kunnan sieluna ja sydämenä (Melkko 2003, 10). Juuri sen vuoksi siitä tuleekin pitää hyvää huolta. Keskusta jakaantuu yleensä pienelle, keskeiselle alueelle, johon on sijoitettu muun muassa kauppoja, yksityisiä ja kunnallisia palveluja, kulttuuria sekä ravintoloita. Hyvä keskusta on sellainen, joka on mahdollisimman monipuolinen, kirjava ja viihtyisä. Keskustalla on hyvin tärkeä merkitys itse paikkakunnalle ja sen asukkaille. Kun asukkaat ovat tyytyväisiä keskustan monipuolisuuteen, viihtyvät, asuvat ja hoitavat he asiansa siellä. Yksi syy onkin kauppojen ja palveluiden sijainti.

Forsberg (1998, 7) toteaa, että kaupunkikeskustan kehittämisen pitäisi olla jatkuvaa. Kehittämisessä tulisi ottaa huomioon muun muassa se, että erilaisia toimintoja tarjottaisiin kuntalaisille ja niitä järjestettäisiin keskustan eri tiloissa. Keskustan talojen julkisivujen ja sisäänkäyntien tulisi olla houkuttelevia ja kauniita, ja ympäristön tulisi olla hauska ja inhimillinen. Ympäristön pitäisi olla myös puhdas, siisti ja ennen kaikkea turvallinen. Lisäksi siellä tulisi järjestää erilaisia tapahtumia ympäri vuoden (mp.).

Keskustaa tulisi siis kehittää jatkuvasti asukkaiden ja koko paikkakunnan taloudellisen ja henkisen hyvinvoinnin kannalta (Melkko 2003,11). Kaupat ja muut palvelut hakeutuvat yleensä lähelle toisiaan, ja siitä syystä keskustan alue on hyvin keskeinen paikka. Keskustaa tulisi kehittää myös siitä syystä, että talouksien rakenne muuttuu, ihmisten elämäntyyli ja asumistavat muuttuvat, vuorokausirytmit muuttuvat vuorotöiden vuoksi ja harrastukset vaativat erilaisia palveluita (mp.).

Keskustan vetovoimaisuuteen liittyy muun muassa keskusta ja sen julkinen tila, keskustan saavutettavuus sekä houkuttelevuus ja viihtyvyys (Heikkilä, Santasalo & Karppinen 1996, 145). Keskustaan sijoittuvat yleensä kaupungin tärkeimmät palvelut ja toiminnot. Näin yleensä muodostuu suurempi keskus, jota kutsutaan ydinkeskustaksi. Tärkeimpiä keskustan vetovoimatekijöitä ovat kaupalliset palvelut, hallintorakennukset sekä kulttuurilaitokset.

Julkinen tila

Julkiseksi tilaksi kutsutaan tilaa, joka jää rakennetun ympäristön väliin, ja se koostuu kaduista, puistoista ja aukioista (Manelius 2008, 20). Julkinen tila palvelee liikenteen tarpeita sekä toimii kauppa- ja tapaamispaikkana. Julkisen tilan rooli on kuitenkin muuttunut ajan saatossa, ja suurin syy siihen on tekniikan kehittyminen. Etenkin autoliikenne on muuttanut sitä paljon, sillä ihmiset eivät liiku keskustoissa enää niin paljon kävellen kuin ennen. Nykyään kadut ja parkkipaikat vievät suuren osan kaupunkikeskustojen tilasta.

On olemassa hyvin paljon erilaisia keskustoja. Esimerkiksi Euroopassa on keskustoja, jotka on ympäröity muureilla (Manelius 2008, 20). Keskustat voivat koostua kapeista kaduista ja muistuttaa keskiaikaista kaupunkia. On myös sellaisia keskustoja, jonka autot ovat täysin vallanneet. Tällaiset keskustat eivät kuitenkaan houkuttele ihmisiä. Mutta onneksi viimeisten vuosikymmenten aikaan on enemmän alettu kiinnittää huomiota julkisten tilojen kehittämiseen. Katuja on alettu käyttää samoin kuin alun perin, eli kävelyyn ja autojen pääsyä keskustoihin on rajoitettu. Myös istutuksia on lisätty keskustan alueille.

Junttila ja Koivistoinen (2002, 7, 31) toteavat, että kun lähdetään rakentamaan julkisia tiloja, tulisi ottaa huomioon kaikki mahdolliset keskustan käyttäjät unohtamatta liikuntarajoitteisia ihmisiä, lapsia ja lapsiperheitä sekä vanhuksia. Katuympäristön suunnitteluun kuten katujen päällysteisiin ja istutuksiin onkin viime aikoina kiinnitetty enemmän huomiota (mp.).

Heinimäen mukaan (2006, 213–214) muutettaessa keskustan katu kävelykaduksi tulisi ottaa huomioon useita seikkoja. Kyseisen kadun olisi hyvä olla jo

entuudestaan vilkas jalankulkukatu. Kadun varrella tulisi olla myös paljon erilaisia liikkeitä ja vapaa-ajanviettomahdollisuuksia. Kävelykadun ominaisuuksia ovat hyväkuntoinen katupinnoite, kadulla olevat kalusteet, hyvä valaistus sekä istutukset.

Junttila ja Koivistoinen (2002, 104) korostavat, että julkisesta tilasta tulisi pitää huolta myös siisteyden osalta. Siksi olisikin hyvä, että keskustan alueella olisi mahdollisimman paljon roska- ja kierrätysastioita. Ja että niitä käytettäisiin, tulisi niiden olla helppokäyttöisiä, helposti saavutettavissa ja havaittavissa. Lisäksi roska- ja kierrätysastioiden pitäisi olla riittävän isoja, ja ne tulisi tyhjätä tarpeeksi usein.

Saavutettavuus

Keskustan saavutettavuudella tarkoitetaan ihmisten, yritysten ja organisaatioiden helppoutta saavuttaa tarvitsemansa palvelut (Heinimäki 2006, 223). Tärkeää saavutettavuudessa on läheisyys ja se, miten palveluihin päästään kulkemaan. Yksi tärkeimpiä saavutettavuuteen vaikuttavia tekijöitä ovat keskustaan suuntautuvat liikenneyhteydet (Vägverket, Sveriges Kommuner och Landsting, Banverket, Boverket 2007, 10). Yleensä yhdyskuntarakenne kertoo eri alueiden saavutettavuuden. Silloin kun kaikki toiminnot on sijoitettu mahdollisimman keskeiselle alueelle, ovat ne kaikkien helposti saavutettavissa. Eri väestöryhmille saavutettavuus kuitenkin tarkoittaa eri asioita, esimerkiksi vanhuksille ja huonokuntoisille se tarkoittaa yleensä esteettömyyttä ja levähdyspaikkoja reitin varrella.

Kun kuluttaja saapuu keskustaan, haluaa hän yleensä päästä palvelujen pariin (Grönroos 2009, 226). Tässä kohdin kuluttaja kokeekin palvelun saavutettavuuden joko helpoksi tai vaikeaksi. Palvelujen saavuttavuuteen vaikuttavat monet eri tekijät, kuten liikkeiden aukioloajat, henkilöstö ja sijainti. Myös toimitilojen ulkonäkö vaikuttaa palvelujen saavutettavuuteen.

Viime vuosina on rakennettu paljon kauppakeskuksia. Kun liikkeitä on paljon samassa paikassa, tukevat ne toinen toistansa (Heinimäki 2006, 223). Juuri siitä

syystä kaupunkikeskustojen tulisi säilyttää ja luoda oma identiteettinsä, että ne voisivat erottua kauppakeskuksista ja pysyä mukana kilpailussa. Keskustan tulee tarjota kuluttajille jotain sellaista, mitä eivät kauppakeskukset ja suuret marketit pysty tarjoamaan.

Houkuttelevuus ja viihtyisyys

Vägverket ym. (2007, 3) toteavat, että pelkästään hyvä saavutettavuus ei riitä tekemään vetovoimaista keskustaa. Siihen tarvitaan myös houkuttelevuutta ja viihtyisyyttä. Nämäkin asiat riippuvat katsojasta. Ei voida olettaa, että nuoret, kiireiset työkäiset ja vanhukset olisivat asiasta samaa mieltä. Kuitenkin yleisesti ottaen ollaan sitä mieltä, että houkutteleva paikka on sellainen, missä on mukava asua, oleskella ja työskennellä. Keskustan houkuttelevuus taas koostuu erilaisista ajanviettomahdollisuuksista ja niiden laadusta sekä miellyttävyydestä. Kaupunki on elävä, kun se houkuttelee ihmisiä, ja kun ihmisiä on paljon, kertoo se keskustan vetovoimaisuudesta (Heikkilä, Santasalo & Karppinen 1998, 97). Ihmiset myös viihtyvät pidempään sellaisessa paikassa, josta he saavat monipuolista palvelua.

Kaupunkikeskustat toimivat yleensä ostospaikkoina ja vapaa-ajanpaikkoina, mutta myös kulttuuri on nykyään suuressa roolissa (Wiik, Klinga & Jouslehto 2004, 66). Siitä syystä kaupunkikeskustoihin tarvitaan nykyään lisää kulttuuria, ruokailumahdollisuuksia sekä kokonaisvaltaista ihmisten viihdyttämistä. Muun muassa vapaa-ajantoiminnot ovat niitä aktiviteetteja, jotka houkuttelevat ihmisiä sinne asumaan ja kuluttamaan aikaa.

Kaupungeissa voidaan hyödyntää tapahtumapaikkoina esimerkiksi katuja ja aukioita (Vägverket ym. 2007, 7). Toreilla voidaan järjestää erilaisia markkinoita ja tapahtumia niin kesällä kuin talvellakin. Taidetta voidaan esitellä myös ulkona rakentamalla erilaisia näyttely- ja esiintymislavoja.

Keskustan miellyttävyyteen liittyy luonnonympäristö sekä rakennettu ympäristö. Myös rakennusten korkeuksilla on vaikutusta miellyttävyyteen (Heikkilä ym. 1998, 92). Muita miellyttävyyteen vaikuttavia asioita saattavat olla kaupungin tai rakennuksen historia, oleskelupaikkojen yksityiskohdat, materiaalit ja muodot.

Valaistus on yksi tärkeä osa miellyttävyyttä (Junttila & Koivistoinen 2002, 14–15, 77). Katuvalaistuksella voidaan luoda sellainen valaistus kaupungin julkisille alueille, joka mahdollistaa ja edistää tietyt toiminnot myös pimeällä. Lisäksi se luo turvallisuuden tunnetta ja viihtyisyyttä. Valoilla pyritään luomaan erilaisia tunnelma- sekä kaupunkikuvavaikutuksia keskustassa oleviin aukioihin ja puistoihin. Jos kaupunki sijaitsee veden lähetyvillä, tulisi panostaa sen ympäristöön. Esimerkiksi pelkästään suihkulähteiden avulla voidaan tuoda vesielementtiä näkyviin.

Kadunkalusteiden tehtävänä on lisätä kaupunkiympäristön toimivuutta ja viihtyisyyttä (Junttila & Koivistoinen 2002, 72). Kadunkalusteita ovat muun muassa roskakorit, penkit, istutusastiat, mainoslaitteet sekä katokset. Kaupungin imagoon voidaankin vaikuttaa erilaisilla kadunkalusteilla, kuten niiden muotoilulla, värityksellä ja sijainnilla.

Pelkästään katujen kunto, kalusteet ja istutukset eivät tee keskustan alueesta viihtyisää (Heikkilä ym. 1996, 101–105). Viihtyisyyttä voidaan lisätä myös näyteikkunoiden ja katutaiteen avulla sekä panostamalla myymälöiden julkisivuun. Yleiseen viihtyvyyteen vaikuttaa myös keskustan kaupallinen ilme.

Kurikan kaupungin nykytila

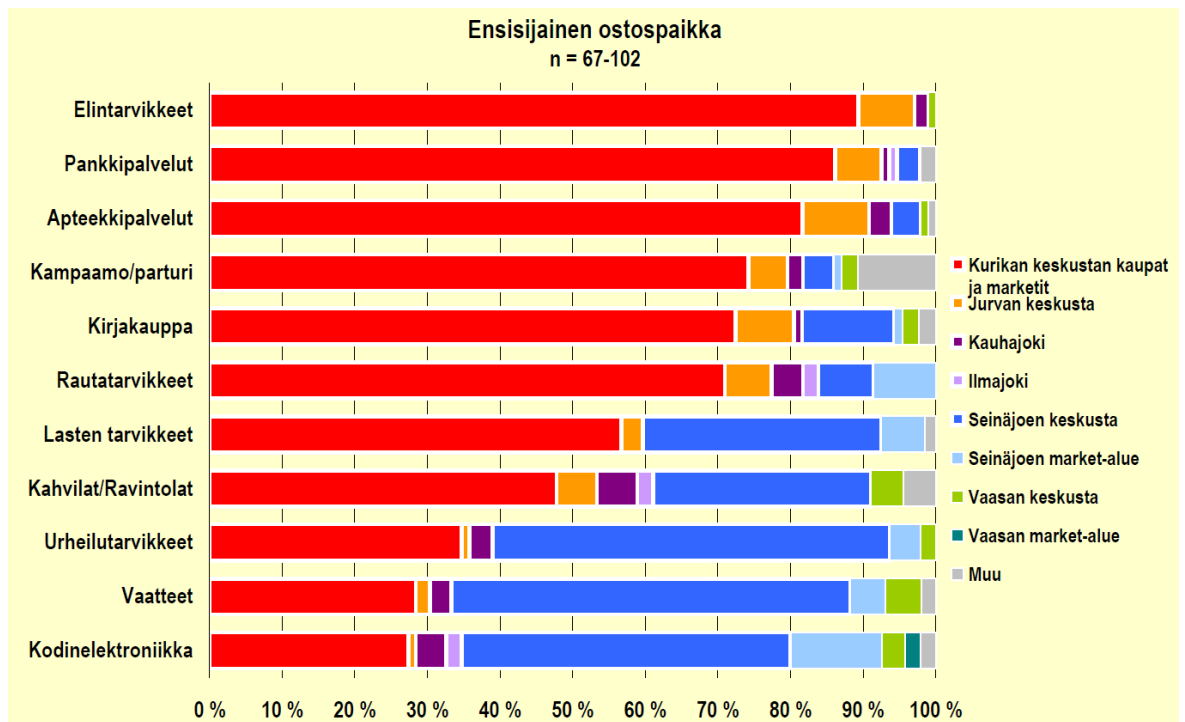
Vuoden 2012 lopussa Kurikan väkiluku oli 14 395 (Tilastokeskus, [Viitattu 8.1.2014]). Vuonna 2011 on laadittu kaupallinen selvitys keskustan palveluista (Kaupallinen selvitys 2011, 3–4). Sen mukaan suurin osa Kurikan kaupallisista palveluista on sijoittunut keskustaan. Muutamia kaupan palveluita on kuitenkin myös keskustan tuntumassa ja keskustan ulkopuolella. Keskustassa on päivittäistavarakauppoja, erikoisliikkeitä sekä muita kaupallisia palveluita. Siellä on myös muutama suuri marketti ja tavaratalokauppoja, kuten Tokmanni ja Halpa-Halli. Keskustan tuntumassa on myös hotelli ja ravintola, pari katukioskia sekä autotarvikeliike. Keskustasta löytyy myös maatalouskauppa, rautakauppa sekä autoliike. Keskustan ulkopuolella on muutama yksittäinen kauppa. Valtatie 67:n varrella on huoltoasema-kahvila, lastenvaateliike sekä huonekalukauppa.

Vähittäiskauppoja ja muita palveluita on Kurikan keskustassa yhteensä lähes sata (taulukko 1). Keskustan ulkopuolella on noin kymmenen liikettä.

Taulukko 1. Kaupallisten palveluiden lukumäärä Kurikan keskustassa vuonna 2009 (Kaupallinen selvitys 2011, 4).

Palvelut	Lukumäärä
Pt-kauppa ja kioskit	6
Tavaratalokauppa	2
Alko, Apteekki, terveyskauppa	3
Muotikauppa	3
Sisustuskauppa	4
Tilaa vaativa kauppa	5
Muu erikoiskauppa	17
Erikoiskauppa yhteensä	32
Käytetyn tavaran kauppa	3
Vähittäiskauppa yhteensä	43
Autokauppa, korjaamot, huoltamot	5
Ravintolat, kahvilat, hotellit	12
Pankki, posti, vakuutus	7
Muu kaupallinen palvelu	31
Kaupalliset palvelut yhteensä	55
Vähittäiskauppa ja palvelut yhteensä	98

Suurin osa kuntalaisista tekee ostoksensa Kurikassa, mutta yleensä erikoisliikkeiden perässä lähdetään Seinäjoelle ja joskus myös Vaasaan (Kaupallinen selvitys 2011, 6). Naapurikunnista esimerkiksi Ilmajoen Koskenkorvalta käydään jonkin verran ostoksilla Kurikassa. Vuonna 2010 tehdyn asukaskyselyn perusteella elintarvike-, pankki-, apteekki- ja kampaamopalveluiden sekä kirjojen, rautatarvikkeiden ja lastentarvikkeiden osalta enemmistö valitsi Kurikan keskustan ensisijaiseksi ostospaikakseen (kuvio 1). Kodinelektroniikkaa, vaatteita ja urheilutarvikkeita lähdettiin hakemaan pääosin Seinäjoelta.



Kuvio 1. Ensisijainen ostospaikka (Kaupallinen selvitys 2011, 7).

Kurikan kaupunkikeskustan kehityssuunnitelma

Kurikan kaupunkikeskustan kehittämistyö on aloitettu jo elokuussa 2009 Santasalo ky:n ja Sito Oy:n toimeksiantona (Kehittämissuunnitelma 2010, 2). Silloin lähtökohtana olivat keskustan nykytila ja kehittämiskohteet, jotka analysoitiin asukas-, päättäjä- ja yrityskyselyjen tuloksista. Erilaisten havaintojen perusteella keskustassa todettiin olevan hyvin paljon kehittämiskohteita. Kehitettävää todettiin olevan muun muassa keskustan risteysalueessa, joka koettiin melko vaaralliseksi. Kehitettävää on myös keskustassa, sillä se on hajanainen eikä siten kovin selkeä. Kurikan keskustasta puuttuukin vireä, miellyttävä ja houkutteleva kaupungin ydinalue ja alue. Kyselyjen perusteella keskeisiä katuja tulisi uudistaa. Pysäköintipaikkoja keskustasta kyllä löytyy. Ensisijaisesti koettiin, että keskustassa tulisi kehittää yhteistoimintaa.

Kurikan keskustan kaupallisen rakenteen on todettu olevan toimiva, mutta liiketoiminnot ovat sijoittuneet keskustaan liian väljästi (Kehittämissuunnitelma 2010, 15). Kadut keskustassa ovat leveitä ja liikkeet on sijoitettu yleensä keskelle tonttia, joten asiointiympäristö on hieman ontuva. Se juuri tekee keskustan

ilmeestä hajanaisen eikä keskustasta muodostu intensiivistä kauppapaikkaa. Oleskelun laatua keskustassa heikentää myös se, että ihmiset ajavat autoilla aina liikkeen pihasta toiseen vaikka välimatkat ovat lyhyitä. Tämä lisää ylimääräistä liikennettä keskustan alueella. Tätä ongelmaa lähdetään poistamaan uusilla rakennuksilla, kiinteistöjen kehittämisellä sekä kohentamalla asiointiympäristön ilmettä.

Tällä hetkellä Kurikan kaupungilla on meneillään projekti, jonka tarkoituksena on kehittää kaupunkikeskustaa kiinteistönomistajien, kauppiaiden, järjestöjen sekä kaupungin kesken (Toimenpiteet, [Viitattu 10.12.2013]). Projekti on aloitettu 1.10.2013 ja se päättyy 31.11.2014. Projektin kesto on siis 14 kuukautta, jonka aikana on tarkoitus perustaa muun muassa aktiivinen kehittämisyöryhmä, laajentaa tapahtumakalenterin käyttöä sekä järjestää työpajoja. Tarkoituksena on myös markkinoida kaupunkikeskustaa yhteismarkkinoinnin voimin sekä toimia yhteistyössä ja näkyä eri tapahtumien yhteydessä.

Kaupunkikeskustan kehittämisprojektin tavoitteena on kartoittaa puuttuvia palveluja ja tuotteita (Toimenpiteet, [Viitattu 10.12.2013]). Tähän apuna käytetään erilaisia asiakaskyselyjä. Projektin avulla pyritään luomaan myös viihtyisämpi ja vetovoimaisempi keskusta. Näihin asioihin voidaan vaikuttaa muun muassa laittamalla kyltit ja opasteet ajan tasalle, ottaa tori laajempaan käyttöön, uusimalla liiketiloja ja järjestämällä näyteikkunakilpailuja.

TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

Tutkimusmenetelmä määräytyy tutkimusongelman ja tutkimuksen tarkoituksen mukaan (Heikkilä 2008, 16). Tutkimusmenetelmänä voivat olla kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus tai kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Tässä opinnäytetyössä käytetään tutkimusmenetelmänä kvantitatiivista tutkimusta.

Määrällinen tutkimusmenetelmä

Kvantitatiivisessa eli määrällisessä tutkimuksessa keskeisimpiä asioita ovat aiemmat teorit, johtopäätökset aikaisemmista tutkimuksista, käsitteiden määrittely, aineiston keruun suunnittelu, tutkittavien henkilöiden valinta, aineiston muuttaminen käsiteltävään muotoon sekä päätelmien teko tilastollisella analysoinnilla (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara, 2007, 136). Määrällisen tutkimusmenetelmän tavoitteena on saada vastaus kaikkiin niihin kysymyksiin, jotka jollain tavalla pohjautuvat tutkimusongelmiin (Heikkilä 2008, 17). Voidaan sanoa, että kvantitatiivinen tutkimus vastaa kysymyksiin: Missä? Mikä? Paljonko? Kuinka usein? Tutkittavia asioita käsitellään määrällisessä tutkimusmenetelmässä numeroiden avulla (Vilkkä 2007, 14). Kaikki tutkittava tieto saadaankin numeroina tai aineisto voidaan ryhmitellä numeeriseen muotoon. Numeeriset tiedot selvitetään kuitenkin sanallisesti.

Määrällisessä tutkimusmenetelmässä käytetään usein perinteistä survey-tutkimusta, jossa kerätään tietoa kyselylomakkeella tai strukturoidun haastattelun avulla (Hirsijärvi ym. 2007, 130, 188). Kaikki aineisto kerätään jokaiselta vastaajalta standardoidussa muodossa, eli jokaiselta samalla tavalla. Kyselyyn ja haastatteluun vastaavat muodostavat otoksen jostakin tietystä ihmisjoukosta.

Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla voidaan selvittää kysymyksiä, joihin liittyy prosentteja ja lukumääriä (Heikkilä 2008, 16). Siitä syystä tätä tutkimusmenetelmää voidaan kutsua myös nimellä tilastollinen tutkimus. Tällaisessa tutkimuksessa täytyy olla kuitenkin tarpeeksi suuri otos.

Tietoa tutkimusta varten voidaan hakea muun muassa erilaisista tilastoista ja rekistereistä tai kerätä itse (Heikkilä 2008, 18–19). Jos päädytään keräämään tietoa itse, täytyy päättää tutkimuksen kohderyhmä ja tilanteeseen parhaiten soveltuva tiedonkeruumenetelmä. Vaihtoehtoina voi olla esimerkiksi posti-, puhelin- tai käyntihaastattelu, informoitu kysely tai www-kysely. Kaikilla näillä tiedonkeruumenetelmillä on myös omat hyvät ja huonot puolet. Tiedonkeruumenetelmän valintaan vaikuttaa pääasiassa tutkittavan asian luonne, tavoitteet, aikataulu sekä budjetti.

Survey- eli kyselytutkimus

Tämän opinnäytetyön tutkimusmenetelmäksi valittiin kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimusmenetelmä. Tämän menetelmän avulla voidaan parhaiten selvittää olemassa oleva tutkimusongelma. Tutkimustyyppiä valittiin survey- eli kyselytutkimus. Kyselytutkimuksen avulla voidaan tutkia suurehkoa rajattua kohderyhmää (Anttila 2000, 251). Jotta yhteiskunta voisi toimia mahdollisimman hyvin ja se voisi kehittyä, tarvitaan siihen paljon erilaista tietoa. Tärkeää tietoa saadaankin erilaisten kyselyjen avulla. Kyselytutkimus on myös erittäin tehokas ja taloudellinen tapa kerätä tietoa silloin, kun tutkittavaa on paljon (Heikkilä 2008, 19). Survey-tutkimuksen aineisto kerätään tutkimuslomaketta käyttäen.

Kyselytutkimuksen etuna on se, että sen avulla voidaan kerätä mahdollisimman laaja tutkimusaineisto. Samalla voidaan myös kysyä montaa eri asiaa monelta eri ihmiseltä. Näin säästetään myös tutkimuksen tekijän aikaa. Mitä huolellisemmin kyselylomake on laadittu, sitä helpompi sitä on käsitellä tallennettuun muotoon ja analysoida tuloksia tietokoneen avulla. (Hirsijärvi ym. 2007, 184.) Tutkija valitsee tiedonkeruumenetelmänsä yleisimmin sen mukaan, paljonko aikaa on käytettävissä, mikä on budjetti, mikä on asian luonne sekä tutkimuksen tavoitteen mukaan (Heikkilä 2008, 19).

Kyselytutkimuksessakin on kuitenkin omat heikkoutensa (Anttila 2000, 252). Vastaajien tulisi olla tutkimuksessa rehellisiä ja huolellisia. Joskus saattaa myös käydä niin, että vastaaja ei ymmärrä kysymystä ja niihin annettuja vastausvaihtoehtoja. Kyselyn laatimisella ja tutkimusaiheen mielenkiintoisuudella

sekä kysymysten tarkalla suunnittelulla voidaan vaikuttaa paljon tutkimuksen onnistumiseen (Hirsjärvi ym. 2007, 190). Joskus on vain niin, että asioita ei voida saada selville tekemällä erilaisia kysymyksiä. Toisaalta taas vastaajien joukko voi olla väärin valittu asiaan nähden.

Suurelle joukolle lähetetty kyselylomake ei kuitenkaan takaa korkeita vastausprosentteja (Hirsjärvi ym. 2007, 191). Vastauksien määrä on parhaimmillaankin yleensä vain 30–40 prosenttia. Jos kysely kohdistetaan tietylle erityisryhmälle ja aihe sattuu olemaan heille tärkeä, voidaan hyvinkin odottaa suurempaa vastausprosenttia. Kyselyyn vastaamatta jättäneitä voidaan myös muistuttaa vastausaikana jopa parikin kertaa. Tämä yleensä parantaa vastausprosenttia, joka voi nousta jopa 70–80 prosenttiin.

Kyselylomakkeen rakentaminen

Kyselylomake on olennainen osa kyselytutkimusta (Heikkilä 2008, 47). Siitä syystä kysymykset tulee suunnitella erittäin huolellisesti. Jos kyselylomake on tehty huonosti, vaikuttaa se vastauksien oikeellisuuteen. Jo pelkästään se, että kysymykset on muotoiltu väärin, saattaa se johtaa virheellisiin tuloksiin.

Lomakkeen suunnittelun edellytyksenä on kirjallisuuteen tutustuminen, tutkimusongelman pohtiminen, käsitteiden määrittelemisen sekä tutkimusasetelman valitseminen (Heikkilä 2008, 47). Ennen kuin kyselylomaketta lähdetään suunnittelemaan, tulee tutkimuksen tavoite olla selvillä (Pahkinen 2012, 216). Täytyy siis tietää mihin kysymyksiin etsitään vastauksia.

Kun kysymykset on saatu valmiiksi, voidaan koota kyselylomake. Kyselylomake on kuitenkin hyvä tarkastuttaa muutamalla henkilöllä ennen sen lähettämistä. Tätä kutsutaan pilottitutkimukseksi. (Hirsjärvi ym. 2007, 199.) Myös tämän opinnäytetyön kysely lähetettiin pilottiryhmälle, joka koostui kymmenestä henkilöstä. Sen avulla saatiin kyselyn kysymykset vielä muokattua lopulliseen muotoonsa.

Heikkilän (2008, 48–49) mukaan hyvän tutkimuslomakkeen tunnusmerkkejä ovat:

Lomakkeen ulkoasu selkeä, siisti ja houkutteleva.
Ei liikaa tekstiä ja kysymyksiä.
Selkeät vastausohjeet.
Kysymykset ovat loogisessa järjestyksessä.
Kysytään vain yhtä asiaa kerrallaan.
Kysymykset on numeroitu.
Samaa aihetta koskevat kysymykset ryhmitelty kokonaisuuksiksi.
Aluksi kysytään helppoja kysymyksiä.
Lomake ei saa olla liian pitkä.
Kyselyn tulee saada vastaaja tuntemaan itsensä tärkeäksi.
Lomake tulee esitellä.
Helppo syöttää ja käsitellä tilasto-ohjelmalla.

Kurikan ydinkeskustan palvelujen kartoituskyselyssä on käytetty strukturoituja, avoimia sekä sekamuotoisia kysymyksiä (liite 1). Strukturoiduissa kysymyksissä on annettu valmiit vastausvaihtoehdot, joista valitaan sopivat. Strukturoituja eli suljettuja kysymyksiä käytetään silloin, kun vastausvaihtoehdot tiedetään etukäteen ja niitä on rajoitetusti (Heikkilä 2008, 50–51). Suljettujen kysymysten vastauksia on myös helppo käsitellä. Jos kysymyksessä on vain kaksi vaihtoehtoa, kutsutaan sitä dikotomiseksi. Kun vaihtoehtoja on useampia, on kyse monivalintakysymyksestä.

Avoimia kysymyksiä käytetään yleensä silloin, kun vaihtoehtoja ei tarkkaan tunneta etukäteen (Heikkilä 2008, 49). Avoimet kysymykset on helppo laatia, mutta niiden käsitteleminen on yleensä haastavaa. Usein myös vastaajat välttävät tällaisia kysymyksiä, joka sitten myös johtaa siihen, että kyselyyn jätetään vastaamatta. Toisaalta avoimien kysymysten avulla voidaan saada sellaisia yllättäviä vastauksia, joista on paljon hyötyä. Avoimet kysymykset on sijoitettu yleensä kyselylomakkeen loppuun. Avoimia kysymyksiä luodessa on myös tärkeää, että vastaukselle on jätetty tarpeeksi tilaa.

Kyselyssä on käytetty myös muutamia sekamuotoisia kysymyksiä. Niissä osaan on annettu vastausvaihtoehtoja ja osassa on avoimia kysymyksiä. Yleensä tällaisissa kohdissa on teksti: ”Muu mikä?”. Tätä käytetään silloin, kun ei olla varmoja, onko vastauksissa käytetty kaikki mahdolliset vaihtoehdot. (Heikkilä 2008, 52.)

Tutkimuksessa ovat mukana kurikkalaiset. Aineiston keruu tapahtuu Weprobolilla, joka on www-kyselyjen tekoon käytetty sovellus Internetissä. Kysely on viisisivuinen ja se käsittää kysymykset sekä yhteystietolomakkeen. Erillinen saate kyselyyn löytyy Kurikan kaupungin kotisivuilta, missä on myös linkki kyselyyn. Kyselylomake on mahdollista täyttää myös paperiversiona, josta tulokset siirretään lopuksi Webropoliin. Täysin tutkimusongelmaa vastaavia kyselylomakkeita ei löytynyt, mutta esimerkiksi Jyväskylän kaupunki on laatinut kyselyn, josta saatiin vinkkejä käytettävään kyselyyn. Aikaa vastaamiseen on arvioitu kuluvan noin viisitoista minuuttia.

Kyselylomake rakentuu kymmenestä kysymyksestä. Kysymyksillä 1–4 selvitetään vastaajien taustatietoja, kysymyksellä 5 selvitetään ydinkeskustan nykytilaa ja kysymyksellä 6 selvitetään keskustan vetovoimaisuutta. Kysymyksessä 7 selvitetään ydinkeskustan tulevaisuuden ongelmakohtia, kysymyksessä 8 selvitetään mistä asukkaat haluavat saada tietoa Kurikan palveluista, kysymyksessä 9 tiedusteltiin mitä tuotteita ihmiset ostavat muualta kuin Kurikasta. Kohdassa 10 pyydettiin palautetta ja kohta 11 on yhteystietolomake, johon vastaamalla osallistuu uimalippujen arvontaan. Kyselyssä on myös kohta 12, johon vastaaja saa laittaa merkin, jos haluaa lisätietoa ja kutsuja kaupunkikeskustan kehittämistyöhön liittyen tai tiedotus- ja markkinointiviestejä Kurikan kaupungilta.

Kyselylomakkeen kysymyksissä viisi ja kuusi käytetään Likertin 5-portaista asteikkoa. Likertin asteikkoa käytetään yleensä mielipideväittämässä (Heikkilä 2008, 53). Tällaisissa kysymyksissä vastaajan tulee valita asteikosta parhaiten hänen mielipidettään vastaava vaihtoehto. Laaditussa kyselylomakkeessa Likertin asteikossa kysymyksessä 5 vastausvaihtoehdot ovat erittäin hyvä, hyvä, en osaa sanoa, huono ja erittäin huono. Kysymyksessä 6 vastausvaihtoehdot ovat eri mieltä, jokseenkin eri mieltä, en osaa sanoa, jokseenkin samaa mieltä ja samaa mieltä.

Tutkimuksen toteuttaminen ja analysointi

Tutkimuskohteena ovat kantakurikkalaiset, joihin lukeutuu vanhan Kurikan rajojen sisäpuolella asuvat kuntalaiset. Tähän joukkoon kuuluu noin 4500 taloutta. Kysely

on osa ”Osta Kurikasta” -kampanjaa, joka järjestettiin 25.–30.11.2013. Näihin kyseisiin talouksiin lähetettiin postikorttimuodossa informaatiota ”Osta Kurikasta” –kampanjasta ja samaiseen postikorttiin laitettiin myös nettisivuosoite, jossa kuntalaiset voivat käydä vastaamassa palvelujen kartoitukseen liittyvään kyselyyn.

Kyselyjä tehtiin muutama myös paperiversiona ja niitä jätettiin muun muassa Kurikan pääkirjastoon, Yritys- ja tonttipalvelupiste Formuun, kaupungintalolle sekä Jurvan palvelupiste Sellaan täytettäväksi. Kurikka-lehteen laitettiin myös tieto olemassa olevasta kyselystä. Kyselyyn annettiin aikaa vastata kaksi viikkoa ja viimeinen palautuspäivä oli 5.12.2013.

Kyselyyn vastanneiden kesken arvotaan 240 euron arvoinen vuosikortti Kurikan uimahalli Molskikseen. Tämän toivottiin houkuttelevan ihmisiä vastaamaan kyselyyn. Ja myöskin se, että kuntalaisille annettiin mahdollisuus vaikuttaa tulevaisuuden palveluihin, toivottiin vaikuttavan vastauksien määrään.

Kyselyn tarkoituksena on kartoittaa kaupungin palveluita ja tulosten avulla parantaa niitä. Kyselyn yhdessä kysymyksessä tiedusteltiin myös, mitä tuotteita tai palveluita ihmiset ostavat toiselta paikkakunnalta tai Internetistä. Tällä kysymyksellä pystytään kartoittamaan muun muassa kaupungin tarjonnan puutteita.

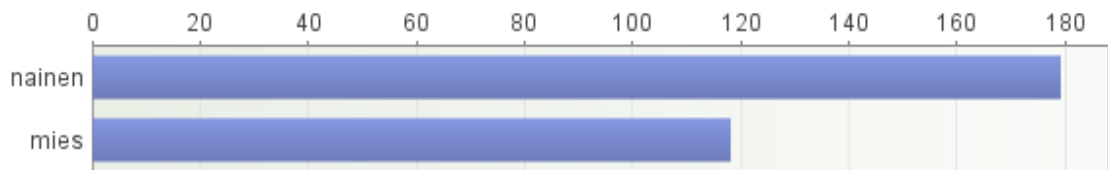
Kyselyyn vastattiin Webropolissa, joten vastaajien tulokset tallentuivat sinne heti. Ainoastaan niiden vastaukset, jotka täyttivät paperiversion kyselystä, jouduttiin syöttämään erikseen ohjelmaan. Webropolista pystyttiin tulostamaan yhteenveto tuloksista. Tulokset saatiin numeromuodossa, jotka sitten kirjoitettiin tekstimuotoon. Myös ristiintaulukointi onnistui Webropolin avulla. Vertailua tehtiin ensin naisten ja miesten välillä, mutta vastaukset olivat hyvin samankaltaisia. Vastauksia vertailtiin myös ikäluokkien sekä talouden koon perusteella. Näissä ryhmissä esiintyi jonkin verran eroavaisuuksia. Tutkimuksen aineisto analysoitiin prosentuaalisesti ja vertailemalla.

TULOKSET

Tieto kyselystä lähetettiin postikorttimuodossa noin 4500 talouteen kanta-Kurikan alueella. Lisäksi kysely oli Kurikan kotisivuilla kenen tahansa täytettävänä. Vastauksia saatiin kaikkiaan 310 kappaletta. Kaikki vastaajat eivät olleet vastanneet kaikkiin kysymyksiin, mutta sillä ei ollut merkittävää vaikutusta tuloksiin. Kyselyyn vastanneista 15 henkilöä oli ulkopaikkakunnalta.

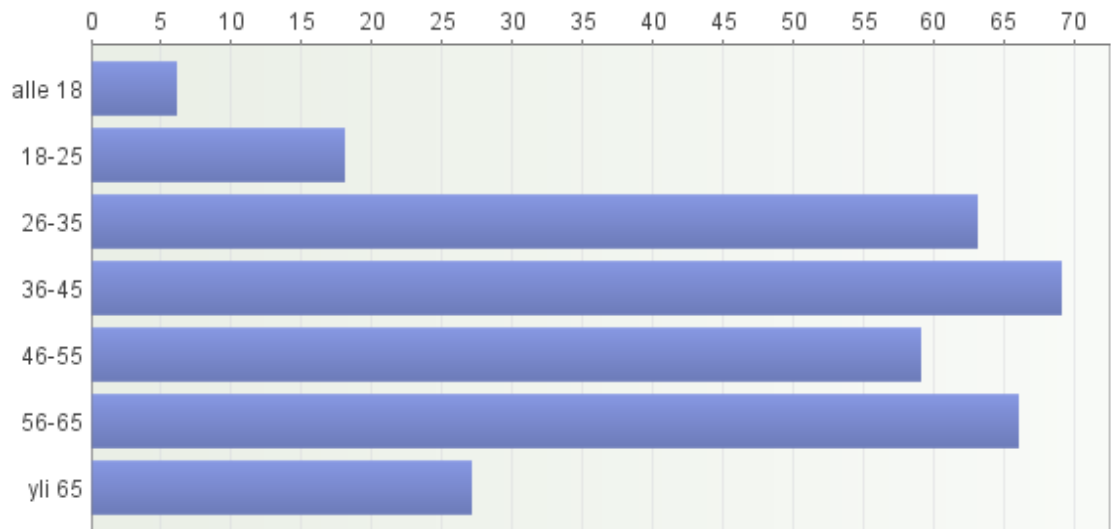
Taustatiedot

Taustatietoja kysyttiin neljässä ensimmäisessä kysymyksessä. Ensimmäinen kysymys (kuvio 2) koski sukupuolta. Tähän kysymykseen vastasi 297 henkilöä. Vastaajista naisia oli 60,3 % (179) ja miehiä 39,7 % (118).



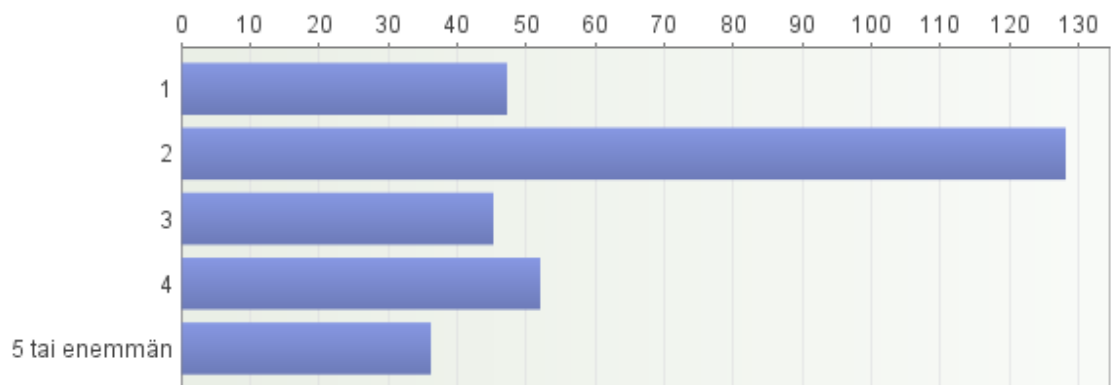
Kuvio 2. Sukupuoli.

Toisessa kysymyksessä (kuvio 3) tutkittiin vastaajien ikäjakaumaa. Tähän kysymykseen vastasi 308 henkilöä. Vastausvaihtoehdot oli luokiteltu seitsemään eri luokkaan, alle 18-vuotiaat, 18–25-vuotiaat, 26–35-vuotiaat, 36–45-vuotiaat, 46–55-vuotiaat, 56–65-vuotiaat ja yli 65-vuotiaat. Suurin osa kyselyyn vastanneista oli 36–45-vuotiaita (22,4 %). Seuraavaksi suurimpana ryhmänä olivat 56–65-vuotiaat (21,4 %), 26–35-vuotiaat (20,5 %) ja 46–55-vuotiaat (19,2 %). Vähemmistö vastaajista koostui yli 65-vuotiaista (8,8 %), 18–25-vuotiaista (5,8 %) ja alle 18-vuotiaista (2,0 %).



Kuvio 3. Ikäjakama.

Kolmannessa kysymyksessä (kuvio 4) kysyttiin vastaajan talouden kokoa. Tähän kysymykseen vastasi 308 henkilöä. Suurin osa (41,6 %) kyselyyn vastanneista asuu kahden hengen taloudessa. Vastaajista neljän hengen talouteen kuuluvia oli 16,9 % (52), yhden hengen talouteen kuuluvia 15,3 % (47), kolmen hengen talouteen kuuluvia 14,6 % (45) ja viiden tai suuremman hengen talouteen kuuluvia 11,7 % (36).



Kuvio 4. Talouden koko.

Neljännessä kysymyksessä (taulukko 2) kysyttiin vastaajan postinumeroa. Tähän kysymykseen vastasi 303 henkilöä, joista kaksi oli syöttänyt postinumeron väärin, joten heidän asuinpaikkaansa ei saatu selville. Suurin osa vastaajista asuu alueella 61300, joka on Kurikan keskustan aluetta. Vastaajista Kurikassa asuvia

on 284 henkilöä (94,4 %). Tässä laskelmassa on huomioitu myös Jurva, koska se kuuluu nykyään Kurikkaan. Loput 15 henkilöä on muualta.

Taulukko 2. Kyselyyn vastanneiden postiosoite.

Vastaajien postiosoite	Lukumäärä	%
61300 Kurikka	210	69,8
61360 Mieto	28	9,3
61230 Luopa	17	5,6
61310 Panttila	15	5,0
66300 Jurva	6	2,0
61370 Lohiluoma	4	1,3
61220 Myllysalu	3	1,0
60510 Hyllykallio	2	0,7
61330 Koskenkorva	2	0,7
60150/60320 Seinäjoki	2	0,7
65200/65350 Vaasa	2	0,7
20100/20500 Turku	2	0,7
62310 Voltti	1	0,3
15140 Lahti	1	0,3
21200 Raisio	1	0,3
65520 Helsingby	1	0,3
61600 Jalasjärvi	1	0,3
00820 Helsinki	1	0,3
37550 Lempäälä	1	0,3
66320 Niemenkylä	1	0,3
	yht. 301	

Kurikan keskustan nykytilan arviointia

Kysymyksessä viisi (taulukko 3) piti arvioida Kurikan keskustan nykytilaa. Tähän kysymykseen saatiin 309 vastausta. Vastausvaihtoehtoina oli erittäin hyvä, hyvä, en osaa sanoa, huono ja erittäin huono. Vastaajien tuli arvioida päivittäistavaramyymälöiden ja vaateliikkeiden tarjontaa, toritoimintaa, ruokaravintoloita, kahviloita ja iltaravintoloita. Lisäksi heidän tuli arvioida nuorille ja lapsille suunnattua toimintaa, kulttuuri-, tapahtuma- ja liikuntatarjontaa, keskustan turvallisuutta, siisteyttä ja kunnossapitoa, rakennusten ja näyteikkunoiden ilmettä sekä viihtyisyyttä. Vastaajista 88,2 % oli sitä mieltä, että päivittäistavaramyymälöiden tarjonta Kurikassa on joko hyvää tai erittäin hyvää. Vaateliikkeiden tarjonnan todettiin taas olevan joko huonoa tai erittäin huonoa (73,1 %).

Vastaajista 25,1 % koki toritoiminnan olevan hyvää tai erittäin hyvää ja 48,5 % koki sen olevan huonoa tai erittäin huonoa (taulukko 3). Ruokaravintoloiden tarjonnasta 46,6 % vastaajista oli sitä mieltä, että tarjonta on erittäin huonoa tai huonoa ja 39,7 % vastaajista piti tarjontaa hyvänä tai erittäin hyvänä. 61,9 % vastaajista mielsi kahvilatarjonnan olevan hyvää tai erittäin hyvää, mutta iltaravintolatarjonta taas huonoa tai erittäin huonoa (57,3 %).

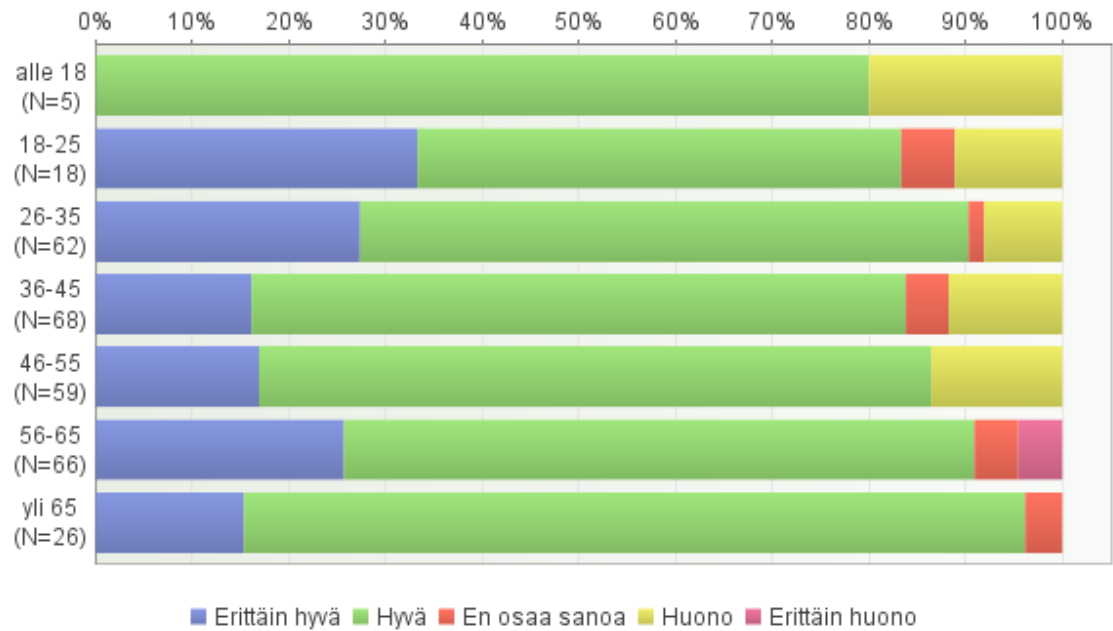
Nuorille ja lapsille suunnatusta toiminnasta lähes puolet vastaajista ei osannut arvioida, onko tarjonta hyvää vai huonoa (taulukko 3). Kuitenkin nuorille suunnattu toiminta oli 34,5 % vastaajien mielestä joko erittäin huonoa tai huonoa. Vastaajista 35,1 % oli sitä mieltä, että lapsille suunnattu toiminta oli hyvää tai erittäin hyvää. Kulttuuritarjonnasta suurin osa vastaajista (83,2 %) oli sitä mieltä, että tarjonta oli hyvää tai erittäin hyvää. Vastaajista 49,8 % oli sitä mieltä, että tapahtumatarjonta oli hyvää tai erittäin hyvää ja 32,7 % vastaajista sitä mieltä, että se oli huonoa tai erittäin huonoa. Liikuntatarjontaan oltiin todella tyytyväisiä, sillä 84,4 % vastaajista oli sitä mieltä, että tarjonta oli hyvää tai erittäin hyvää.

Turvallisuus vastaajien mielestä oli joko hyvää tai erittäin hyvää (72,4 %) (taulukko 3). Myös siisteyteen ja kunnossapitoon oltiin tyytyväisiä, sillä 74,3 % vastaajista oli sitä mieltä, että tarjonta oli hyvää tai erittäin hyvää. Rakennusten yleisilmeeseen ei oltu tyytyväisiä. 53,9 % vastaajista piti rakennusten yleisilmettä joko huonona tai erittäin huonona. Näyteikkunoiden ilme oli 46,0 % vastaajien mielestä joko hyvää tai erittäin hyvää. Viihtyisyydestä oltiin kahta eri mieltä; osa vastaajista (43,4 %) koki viihtyisyyden olevan joko hyvää tai erittäin hyvää ja osa (37,5 %) koki sen olevan joko huonoa tai erittäin huonoa.

Taulukko 3. Keskustan nykytila kuntalaisten näkökulmasta.

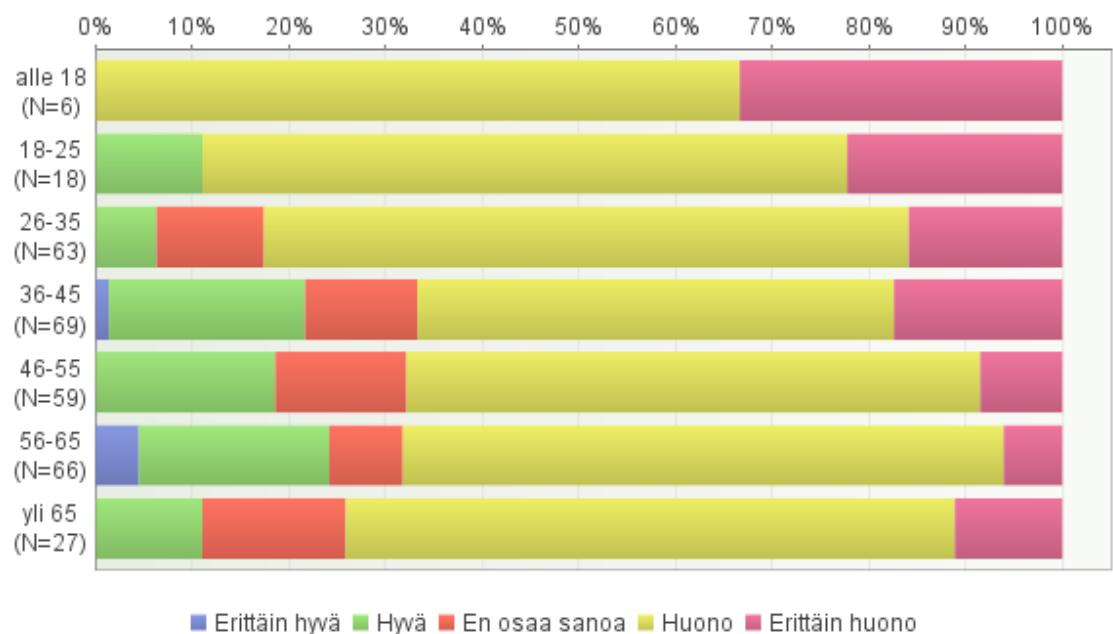
	Erittäin hyvä	Hyvä	En osaa sanoa	Huono	Erittäin huono
päivittäistavaramyymälöiden tarjonta	66	203	9	24	3
vaateliikkeiden tarjonta	4	47	32	186	40
toritoiminta	3	74	81	125	24
ruokaravintolat	9	134	42	107	15
kahvilat	19	171	38	69	10
iltaravintolat	4	54	73	121	55
nuorille suunnattu toiminta	7	44	148	75	30
lapsille suunnattu toiminta	6	100	125	60	11
kulttuuritarjonta (elokuvat, kirjasto jne.)	54	203	23	27	2
tapahtumatarjonta	7	147	54	94	7
liikuntatarjonta	69	190	26	20	2
turvallisuus	42	181	53	27	5
siisteys ja kunnossapito	30	198	37	37	5
rakennusten yleisilme	7	87	48	141	25
näyteikkunoiden ilme	6	136	68	87	12
viihtyisyys	9	125	59	106	10

Kuviosta 5 voidaan nähdä, että tyytyväisimpiä päivittäistavaramyymälöiden tarjontaan olivat yli 65-vuotiaat. Heistä 96,2 % oli sitä mieltä, että tarjonta oli joko hyvää tai erittäin hyvää. Alle 18-vuotiaista 20,0 % koki tarjonnan olevan huonoa.



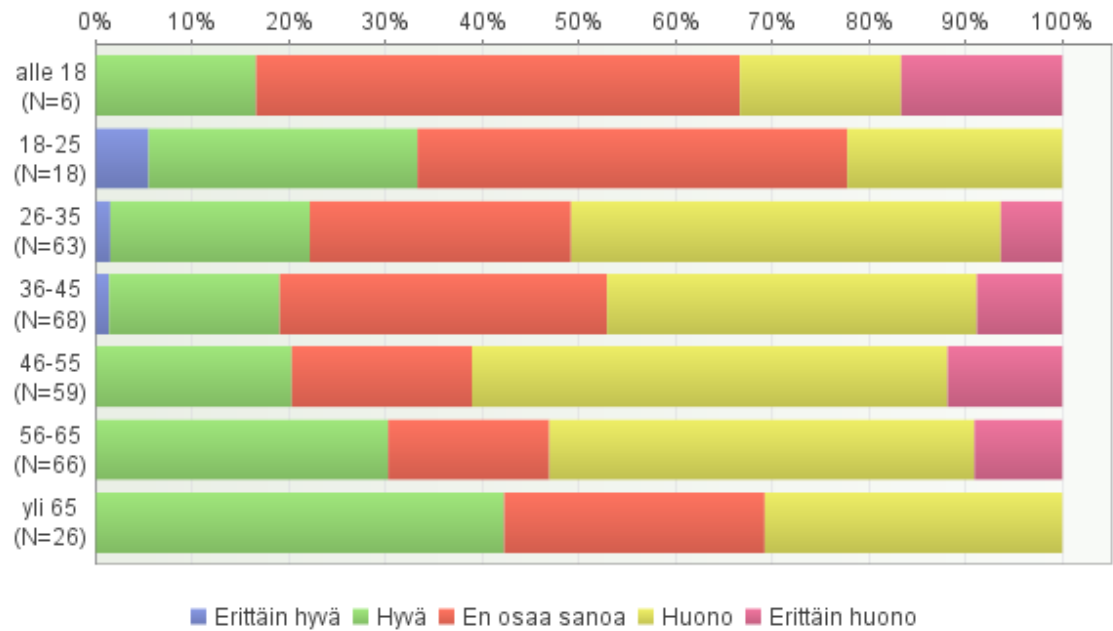
Kuvio 5. Päivittäistavaramyymälöiden tarjonta.

Suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että vaateliikkeiden tarjonta Kurikassa on huonoa tai erittäin huonoa (73,1 %) (kuvio 6). Kaikki alle 18-vuotiaat kokivat tarjonnan olevan kuitenkin huonoa tai erittäin huonoa.



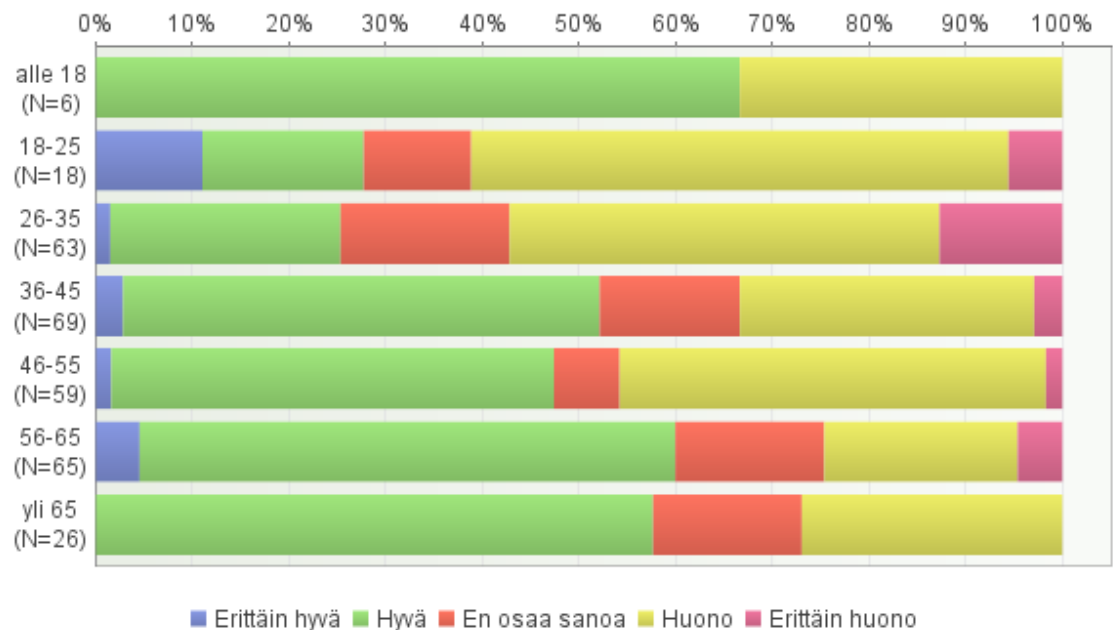
Kuvio 6. Vaateliikkeiden tarjonta.

Kaikkein tyytyväisimpiä toritoimintaan olivat yli 65-vuotiaat (42,3 %) (kuvio 7). Tyytymättömämpiä olivat 46–55-vuotiaat (61,0 %).



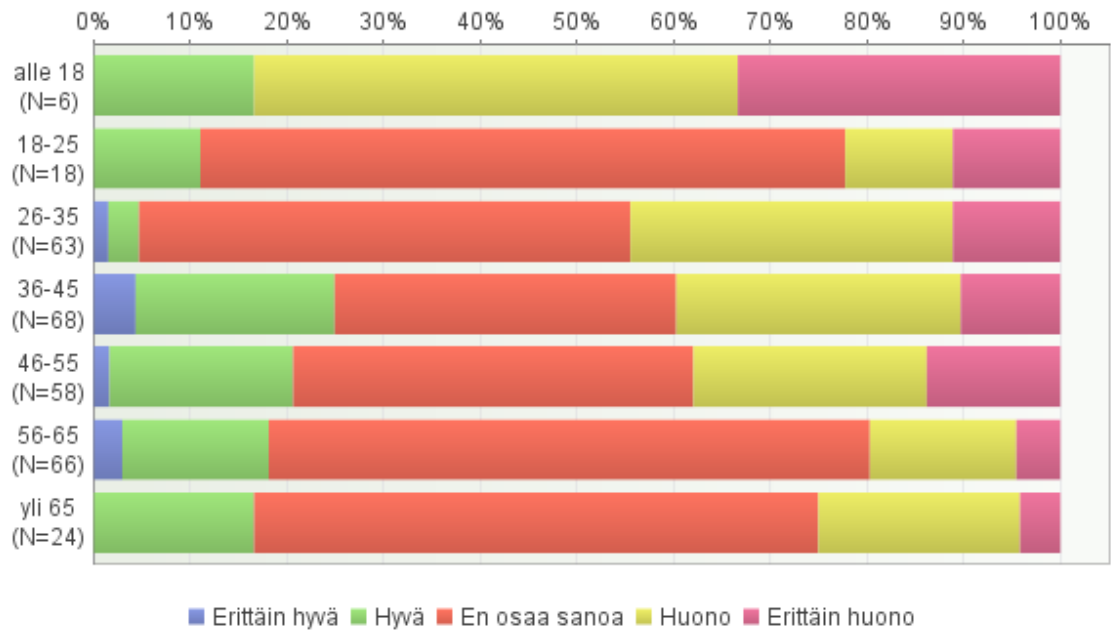
Kuvio 7. Toritoiminta.

Kaikkein tyytyväisimpiä ruokaravintolatarjontaan olivat vastaajista alle 18-vuotiaat (66,7 %) (kuvio 8). Tyytymättömiä olivat 18–25-vuotiaat (61,1 %).



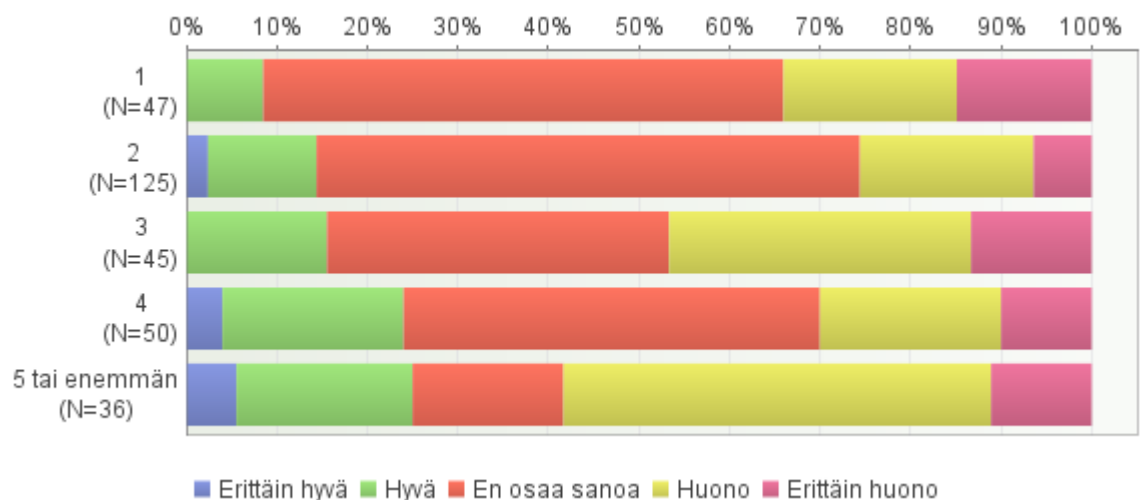
Kuvio 8. Ruokaravintolatarjonta.

Tyytyväisimpiä nuorille suunnatun toiminnan tarjontaan olivat 36–45-vuotiaat (25,0 %) (kuvio 9). Tyytymättömiä olivat alle 18-vuotiaat (83,3 %).



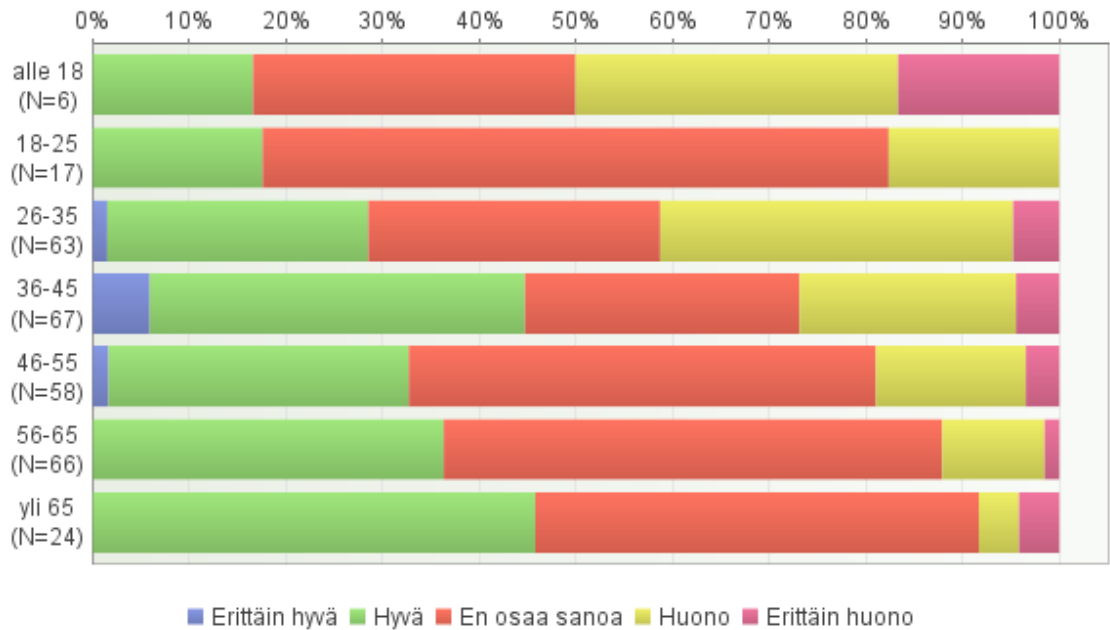
Kuvio 9. Nuorille suunnattu toiminta.

Nuorille suunnatun toiminnan tarjontaa tutkittaessa eroavaisuuksia löytyi myös verrattaessa erikokoisia talouksia (kuvio 10). Nuorille suunnatun toiminnan tarjonta oli viiden henkilön tai suuremman perheen edustajan mielestä joko huonoa tai erittäin huonoa (58,3 %). Huonoa tai erittäin huonoa sen kokivat olevan myös kolmen hengen taloudessa asuvat (46,7 %), yhden hengen taloudessa asuvat (34,0 %), neljän hengen taloudessa asuvat (30,0 %) ja kahden hengen taloudessa asuvat (25,6 %).



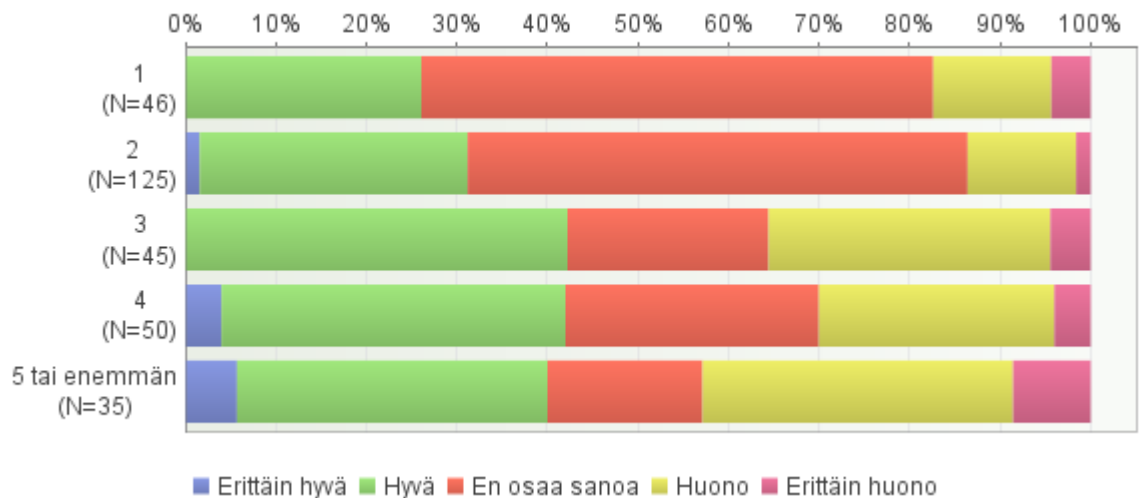
Kuvio 10. Nuorille suunnattu toiminta perheiden näkökulmasta.

Lapsille suunnattuun toimintaan olivat tyytyväisimpiä yli 65-vuotiaat (45,8 %) ja 36–45-vuotiaat (44,8 %) (kuvio 11). Tyytymättömpiä olivat alle 18-vuotiaat (50,0 %).



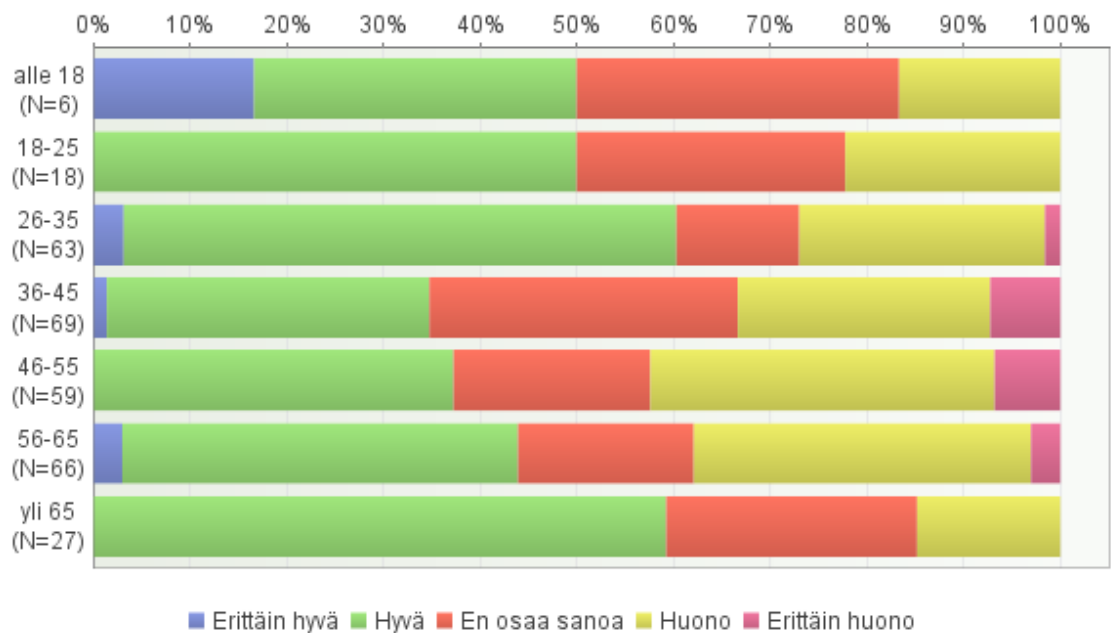
Kuvio 11. Lapsille suunnattu toiminta.

Vähiten tyytyväisiä lapsille suunnatun toiminnan tarjontaan olivat viiden tai isompaan talouteen kuuluvat henkilöt (42,9 %) (kuvio 12). Tyytymättömiä olivat myös kolmen (35,6 %) ja neljän hengen talouteen kuuluvat (30,0 %). Yhden hengen talouteen kuuluvista 15,4 % oli sitä mieltä, että tarjonta oli huonoa tai erittäin huonoa ja kahden hengen talouden kuuluvista 13,6 %.



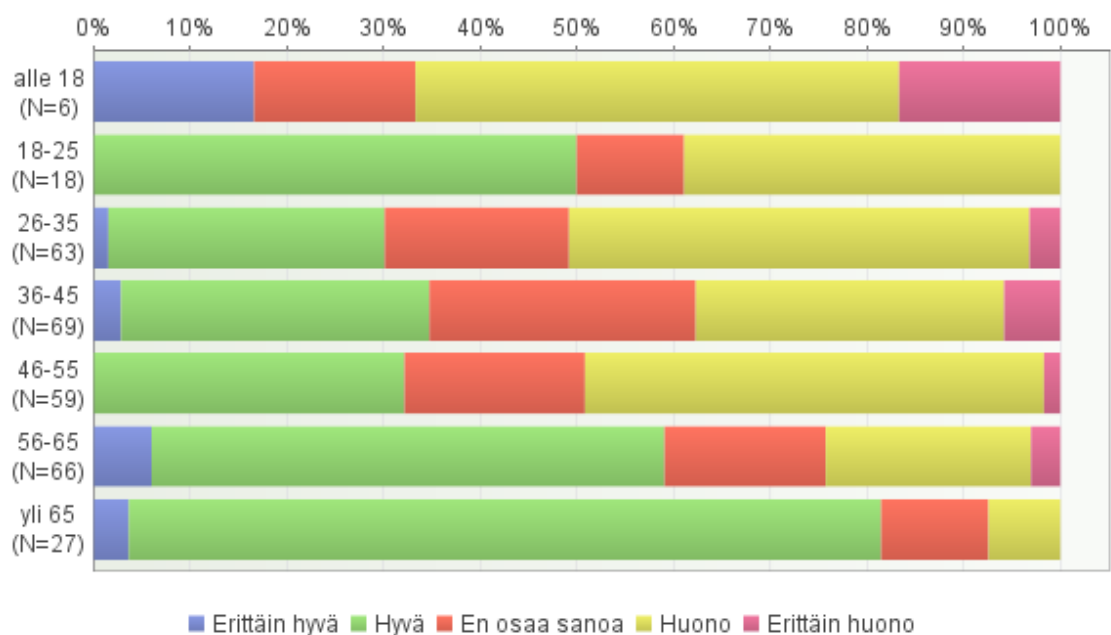
Kuvio 12. Lapsille suunnattu toiminta perheiden näkökulmasta.

Näyteikkunoiden ilmeeseen olivat eniten tyytyväisiä 26–35-vuotiaat (61,9 %) ja yli 65-vuotiaat (59,1 %) (kuvio 13). Vähiten ne miellyttivät 46–55-vuotiaita (42,4 %).



Kuvio 13. Näyteikkunoiden ilme.

Viihtyisimmäksi Kurikan ydinkeskustan kokivat yli 65-vuotiaat (81,5 %) (kuvio 14). Alle 18-vuotiaat tosin olivat asiasta täysin erimieltä, sillä heistä 66,7 % koki keskustan viihtyvyyden olevan joko huonoa tai erittäin huonoa.



Kuvio 14. Ydinkeskustan viihtyisyys.

Kurikan keskustan vetovoiman kehittäminen

Kysymyksessä kuusi (taulukko 4) tuli arvioida, miten Kurikan keskustan vetovoimaa tulisi kehittää. Tähän kysymykseen vastasi 309 henkilöä. Vastausvaihtoehtoina annettiin samaa mieltä, jokseenkin samaa mieltä, en osaa sanoa, jokseenkin eri mieltä ja eri mieltä. Vastaajista 92,9 % oli joko samaa mieltä tai jokseenkin samaa mieltä siitä, että keskustaan tulisi saada uusia erikoisliikkeitä. Uusien päivittäistavaramyymälöiden perustamisesta oli samaa tai jokseenkin samaa mieltä 53,4 % vastaajista. 57,5 % vastaajista oli samaa mieltä tai jokseenkin samaa mieltä siitä, että kortteleihin tulisi rakentaa pienliikkeitä. Tosin vastaajista 25,7 % ei osannut sanoa mielipidettään. Suurmyymälöiden rakentamisesta oltiin niin puolesta kuin vastaan; 49,0 % vastaajista oli joko samaa tai jokseenkin samaa mieltä rakentamisesta ja 35,1 % oli eri mieltä tai jokseenkin eri mieltä. Keskusta-asumista kohtaan oltiin myös samaa ja eri mieltä. 42,4 % oli sitä mieltä, että keskusta-asumista tulisi lisätä ja 31,6 % oli eri mieltä. Vastaajista 26,1 % ei osannut sanoa mielipidettään.

Suurin osa vastaajista (88,4 %) oli joko samaa mieltä tai jokseenkin samaa mieltä siitä, että ihmisten tulisi hyödyntää paremmin keskustan tarjontaa (taulukko 4). Samaa mieltä tai jokseenkin samaa mieltä oltiin myös siitä, että nykyisten liikkeiden tulisi parantaa tarjontaansa (84,1 %) ja liikkeiden tulisi panostaa palveluun (85,3 %). Vastaajista 71,1 % oli sitä mieltä, että liikkeiden tulisi lisätä markkinointiaan ja 77,5 % sitä mieltä, että liikkeiden tulisi panostaa asiointiympäristön laatuun. Liikkeiden aukioloaikoja pidettiin sopivina. 59,1 % vastaajista oli sitä mieltä, että liikkeiden aukioloa ei tulisi aikaistaa. Vastaajista 42,3 % oli sitä mieltä, että liikkeiden aukioloa tulisi pidentää, mutta kuitenkin 38,7 % vastaajista oli eri mieltä. Vastaajista 63,3 % ilmoitti liikkeiden aukioloaikojen olevan sopivia.

Vastaajista 77,3 % oli sitä mieltä, että toritoimintaa tulisi aktivoida ja 68,4 % oli sitä mieltä, että torin viihtyisyyttä tulisi parantaa (taulukko 4). 55,7 % vastaajista oli samaa mieltä tai jokseenkin samaa mieltä siitä, että keskustaan tulisi rakentaa lasten leikkipaikkoja, mutta 28,7 % vastaajista ei osannut sanoa mielipidettään. 46,1 % vastaajista oli sitä mieltä, että keskustaan ei tarvitsisi lisätä parkkipaikkoja. Samaa mieltä tai jokseenkin samaa mieltä oli 74,1 % vastaajista siitä, että

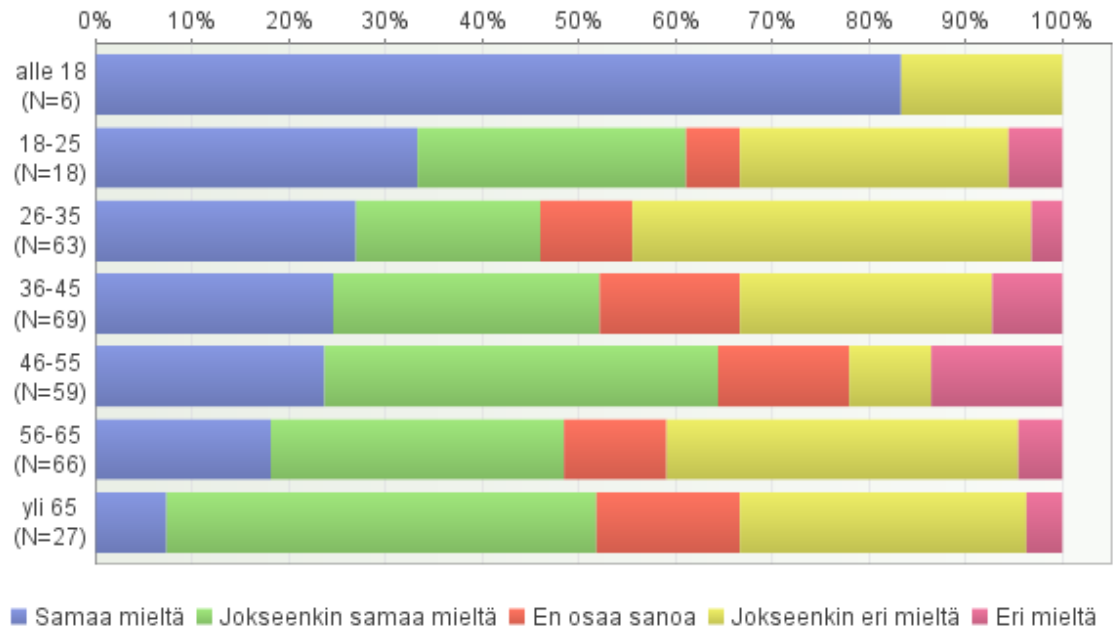
keskustan yleismarkkinointia tulisi lisätä. Vastaajista 68,2 % halusi lisätä keskustan harraste-, kulttuuri- ym. vapaa-ajan tarjontaa ja 64,6 % halusi lisätä tapahtumia.

Taulukko 4. Vetovoiman kehittäminen.

	Samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En osaa sanoa	Jokseenkin eri mieltä	Eri mieltä
keskustaan tulisi saada uusia erikoisliikkeitä	173	114	7	12	3
keskustaan tulisi saada uusia päivittäistavaramyymälöitä	73	92	37	87	20
kortteleihin tulisi rakentaa pienliikkeitä	61	116	79	45	7
uusia suurmyymälöitä tulisi rakentaa	71	80	49	76	32
keskusta-asumista tulisi lisätä	38	92	80	77	20
ihmisten tulisi hyödyntää paremmin keskustan tarjontaa	135	138	26	9	1
nykyisten liikkeiden tulisi parantaa tarjontaansa	116	144	31	18	0
liikkeiden tulisi panostaa palveluun	124	136	27	18	0
liikkeiden tulisi lisätä markkinointiaan	83	136	62	26	1
liikkeiden tulisi panostaa asiointiympäristön laatuun	93	145	55	13	1
liikkeiden aukioloa tulisi aikaistaa	16	41	69	148	34
liikkeiden aukioloa tulisi pidentää	53	76	58	92	26
liikkeiden aukioloajat ovat sopivat	87	106	37	50	25
toritoimintaa tulisi aktivoida	115	123	55	13	2
torin viihtyisyyttä tulisi parantaa	100	110	60	32	5
keskustaan tulisi rakentaa lasten leikkipaikkoja	75	96	88	35	13
keskustaan tulisi lisätä parkkipaikkoja	28	58	78	114	26
keskustan yleismarkkinointia tulisi lisätä	78	148	58	13	8
keskustan harraste-, kulttuuri- ym. vapaa-ajan tarjontaa tulisi lisätä	82	128	60	36	2

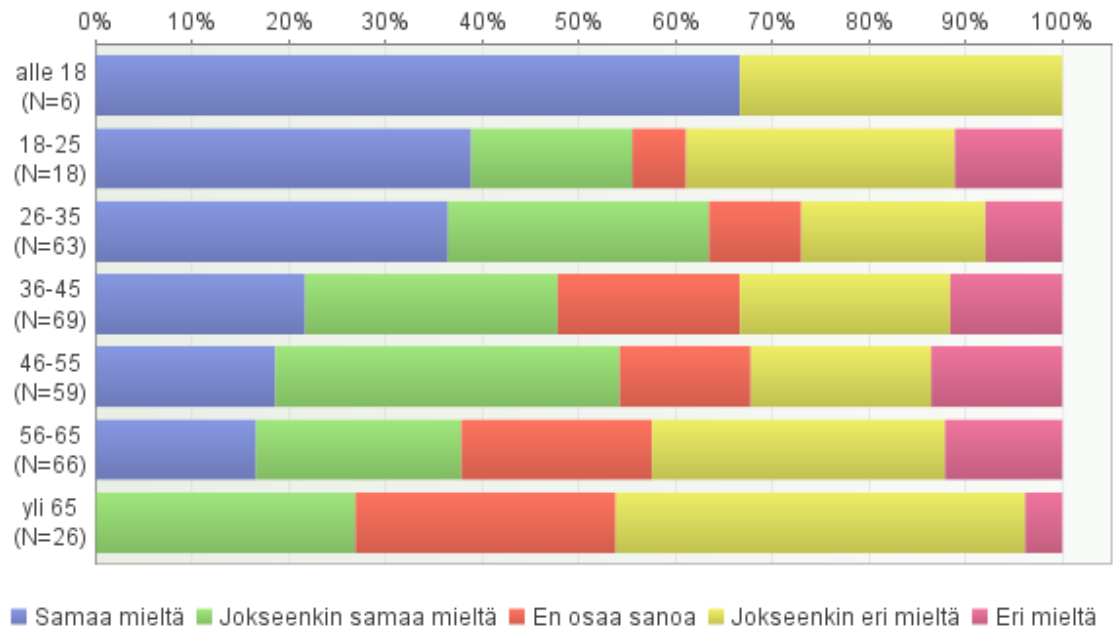
tapahtumia tulisi lisätä	90	123	62	29	2
---------------------------------	-----------	------------	-----------	-----------	----------

Suurin joukko, joka toivoi keskustaan uusia päivittäistavaramyymälöitä, olivat alle 18-vuotiaat (83,3 %) (kuvio 15). Vähiten myymälöitä kaipasivat 26–35-vuotiaat (44,5 %).



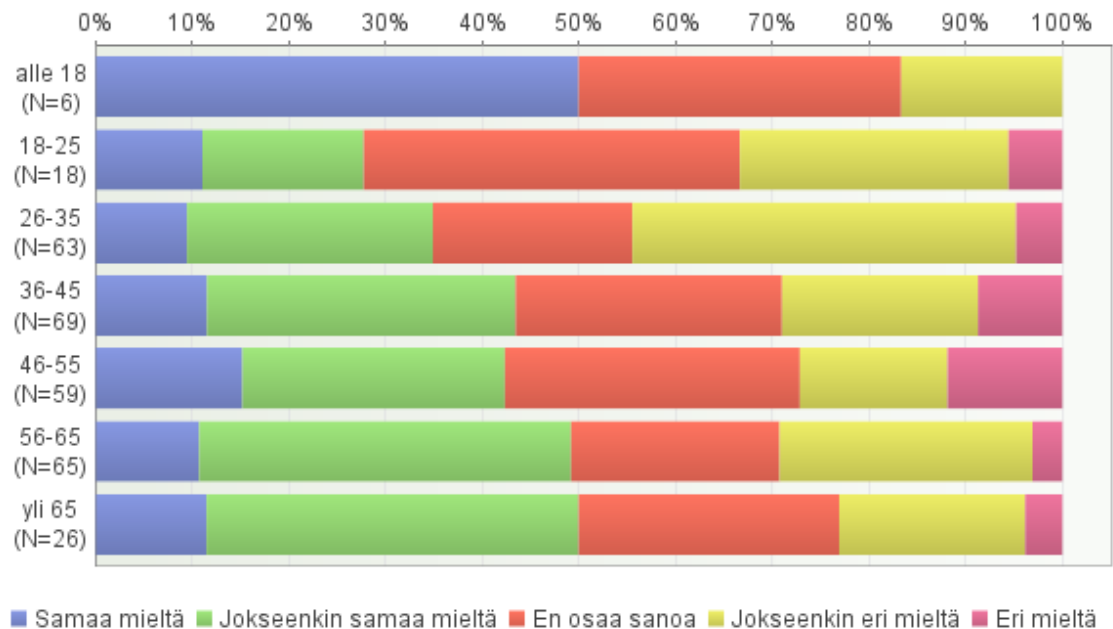
Kuvio 15. Keskustaan tulisi saada uusia päivittäistavaramyymälöitä.

Eniten suurmyymälöitä toivoivat Kurikkaan alle 18-vuotiaat (66,7 %) (kuvio 16). Vähiten niitä toivoivat yli 65-vuotiaat (46,2 %).



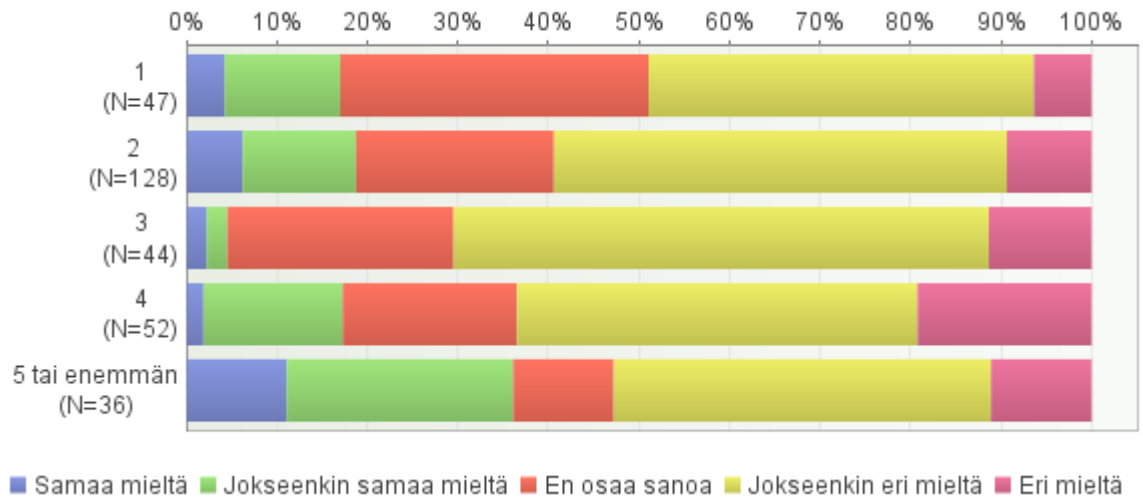
Kuvio 16. Uusia suurmyymälöitä tulisi rakentaa.

Keskusta-asumisen lisäämistä toivoivat kaikki vastaajat jossain määrin, mutta eniten sitä toivoivat alle 18-vuotiaat (50,0 %) ja yli 65-vuotiaat (50,0 %) (kuvio 17). Samaa toivoivat myös 56–65-vuotiaat (49,2 %). Vähiten keskusta-asumista toivoivat vastaajista 26–35-vuotiaat (44,5 %).



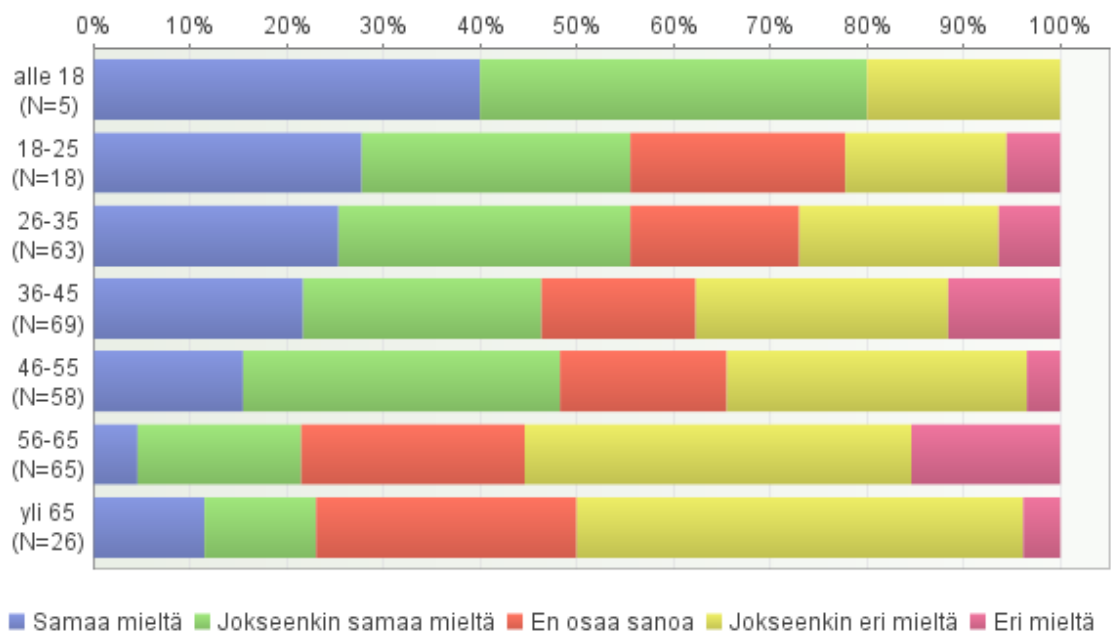
Kuvio 17. Keskusta-asumista tulisi lisätä.

Tarkasteltaessa liikkeiden aukioloaikojen aikaistamista perheeseen perusteella, aikaistamista toivoivat eniten viiden tai suuremman perheeseen edustajat (36,1 %) (kuvio 18). Vähiten sitä toivoivat kolmen hengen taloudessa asuvat (70,5 %).



Kuvio 18. Liikkeiden aukioloa tulisi aikaistaa.

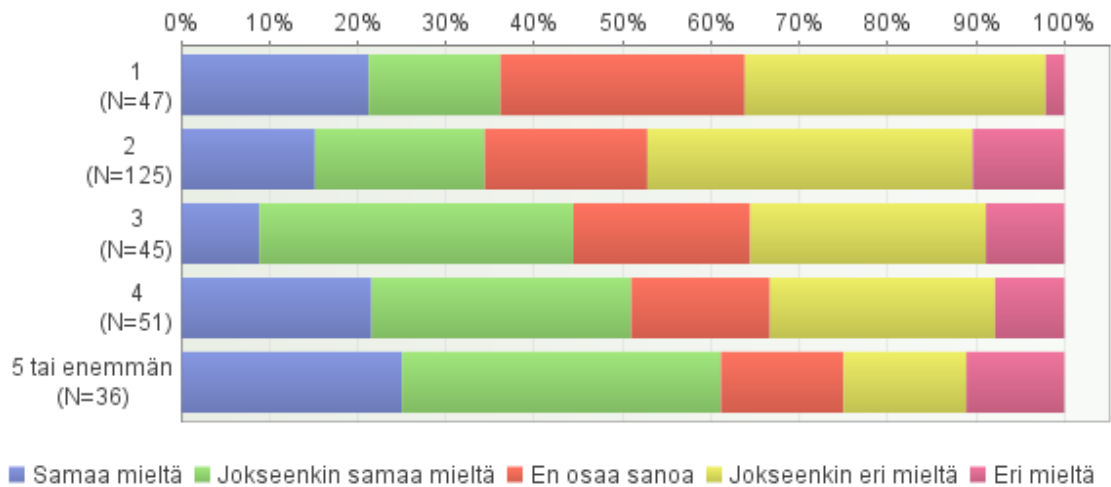
Alle 18-vuotiaista 80,0 % oli sitä mieltä, että liikkeiden aukioloaikaa tulisi pidentää (kuvio 19). Vähiten sitä toivoivat 56–65-vuotiaat (55,4 %).



Kuvio 19. Liikkeiden aukioloaikaa tulisi pidentää.

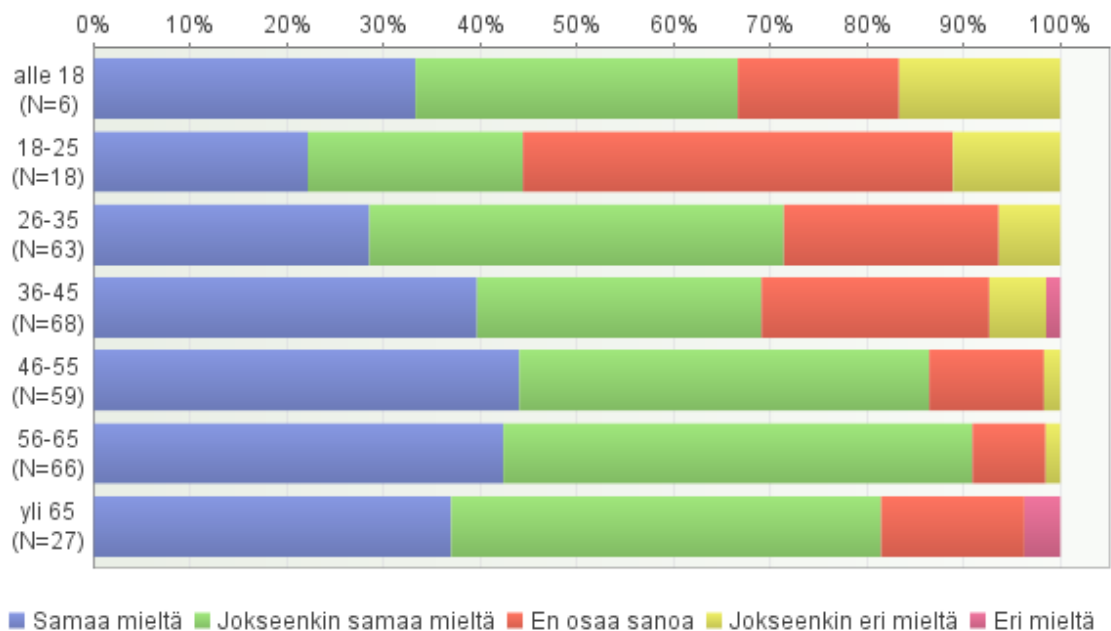
Eniten liikkeiden aukioloajan pidentämistä toivoivat viiden tai suuremman perheeseen edustajat (kuvio 20). Heistä 61,1 % oli samaa tai jokseenkin samaa

mieltä siitä, että liikkeiden aukioloaikaa tulisi pidentää. Vähiten sitä toivoivat kahden hengen taloudessa asuvat henkilöt (47,2 %).



Kuvio 20. Perheiden mielipiteet liikkeiden aukioloaikojen pidentämisestä.

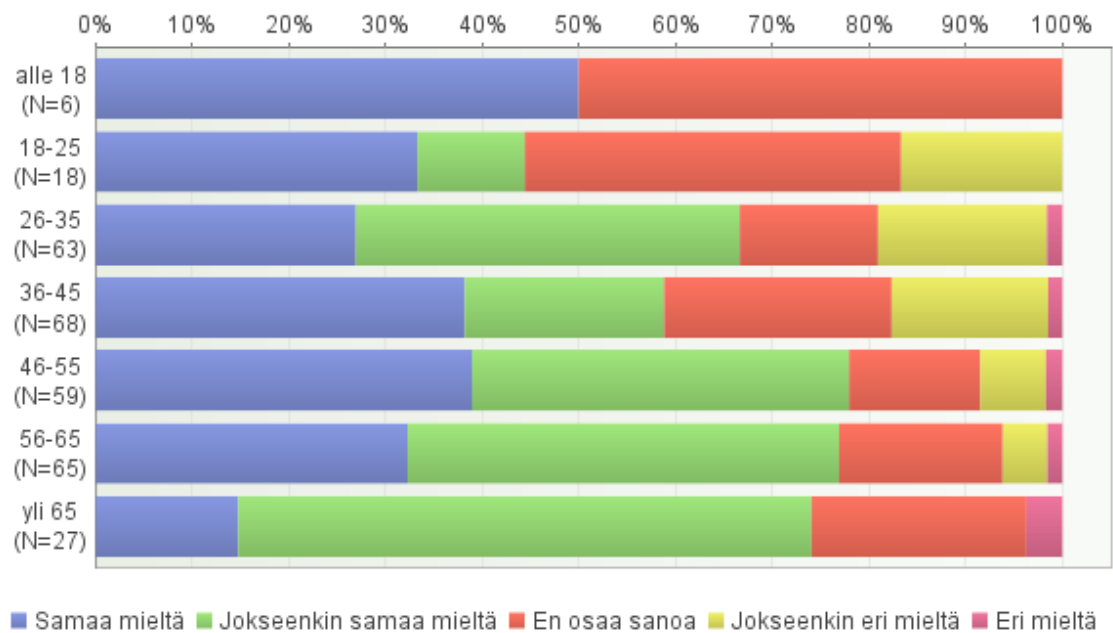
Suurin osa vastaajista toivoi, että toritoimintaa tulisi aktivoida (kuvio 21). Eniten sitä toivoivat 56–65-vuotiaat (90,9 %). Vähiten sitä toivoivat alle 18-vuotiaat (16,7 %).



Kuvio 21. Toritoimintaa tulisi aktivoida.

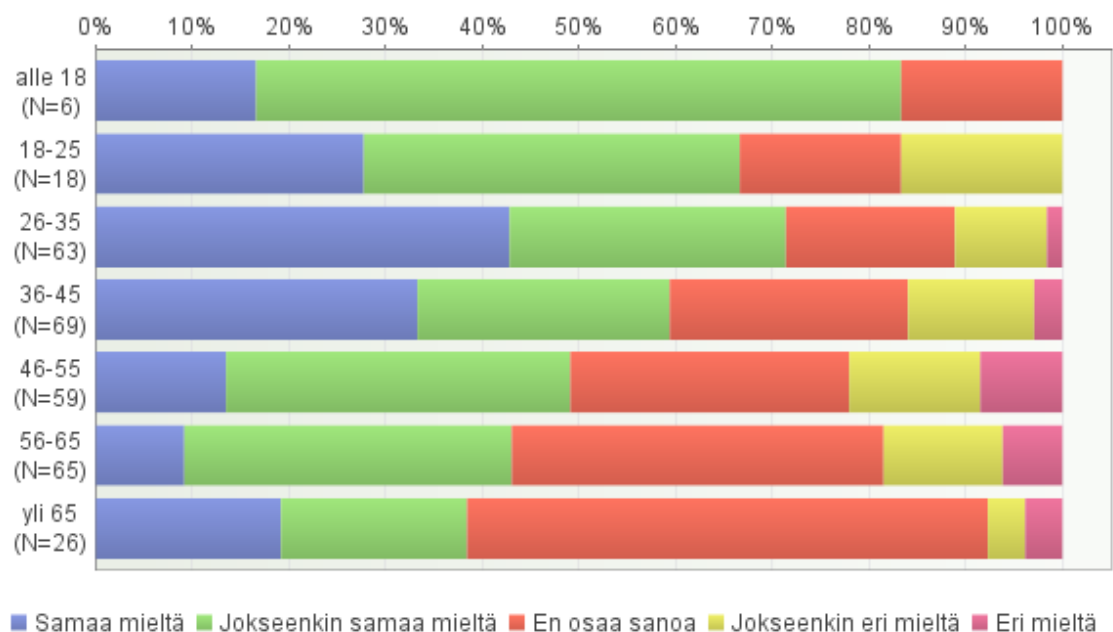
Torin viihtyisyyden parantamista toivoivat eniten 46–55-vuotiaat (78,0 %), 56–65-vuotiaat (76,9 %) ja yli 65-vuotiaat (74,1 %) (kuvio 22). Vähiten viihtyisyyden

parantamista toivoivat 26–35-vuotiaat (19,1 %), 36–45-vuotiaat (58,8 %) ja 18–25-vuotiaat (44,4 %).



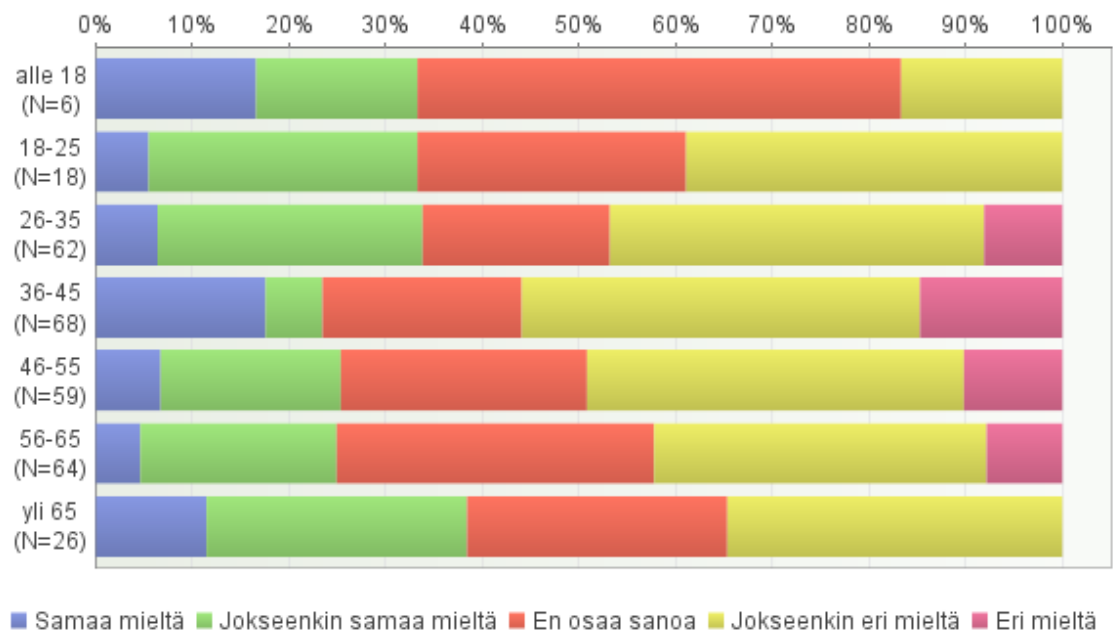
Kuvio 22. Torin viihtyisyyttä tulisi parantaa.

Lasten leikkipaikkoja keskustaan toivoivat eniten alle 18-vuotiaat (83,3 %) (kuvio 23). Vähiten niitä toivoivat keskustaan 46–55-vuotiaat (22,0 %).



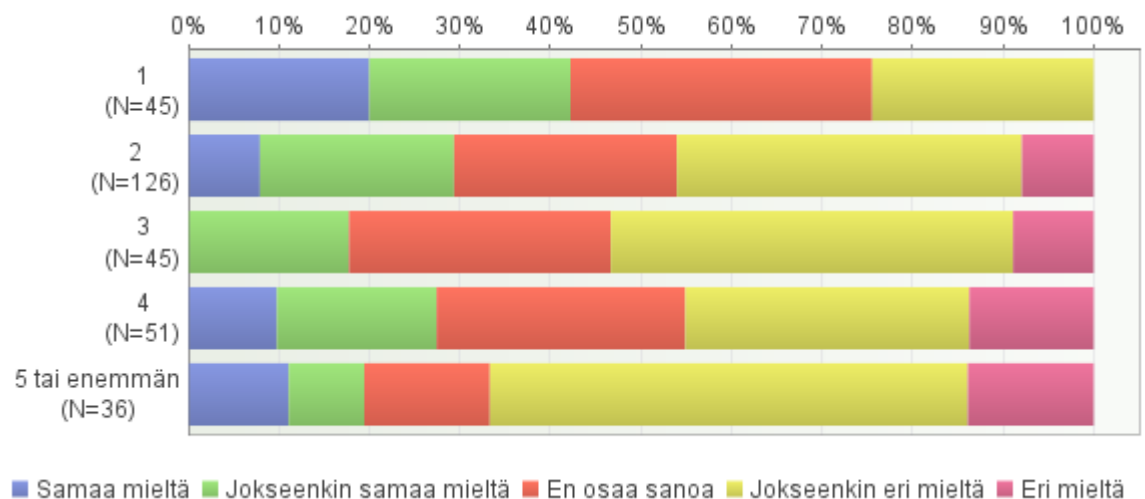
Kuvio 23. Keskustaan tulisi rakentaa lasten leikkipaikkoja.

Eniten parkkipaikkoja toivoivat keskustan alueelle yli 65-vuotiaat (38,5 %) (kuvio 24). Vähiten niitä halusivat 36–45-vuotiaat (55,9 %).



Kuvio 24. Keskustaan tulisi lisätä parkkipaikkoja.

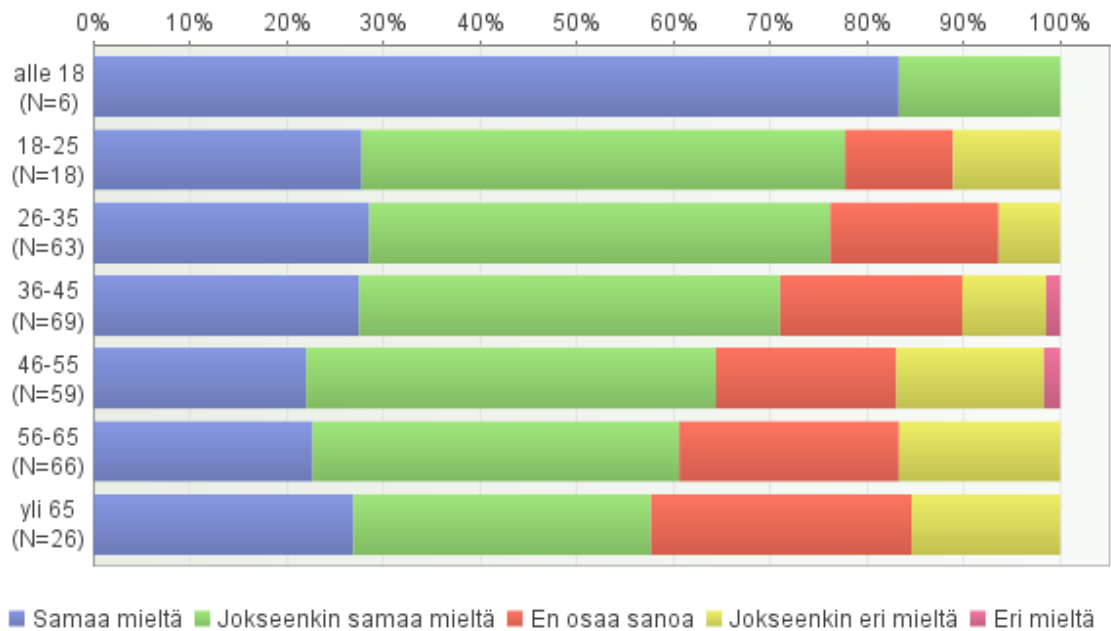
Perheeseen perusteella eniten parkkipaikkoja kaipasivat yhden hengen taloudessa asuvat (42,2 %) ja vähiten niitä kaipasivat viiden tai suuremman perheeseen edustajat (66,7 %) (kuvio 25).



Kuvio 25. Perheiden mielipide parkkipaikkojen lisäämisestä keskustaan.

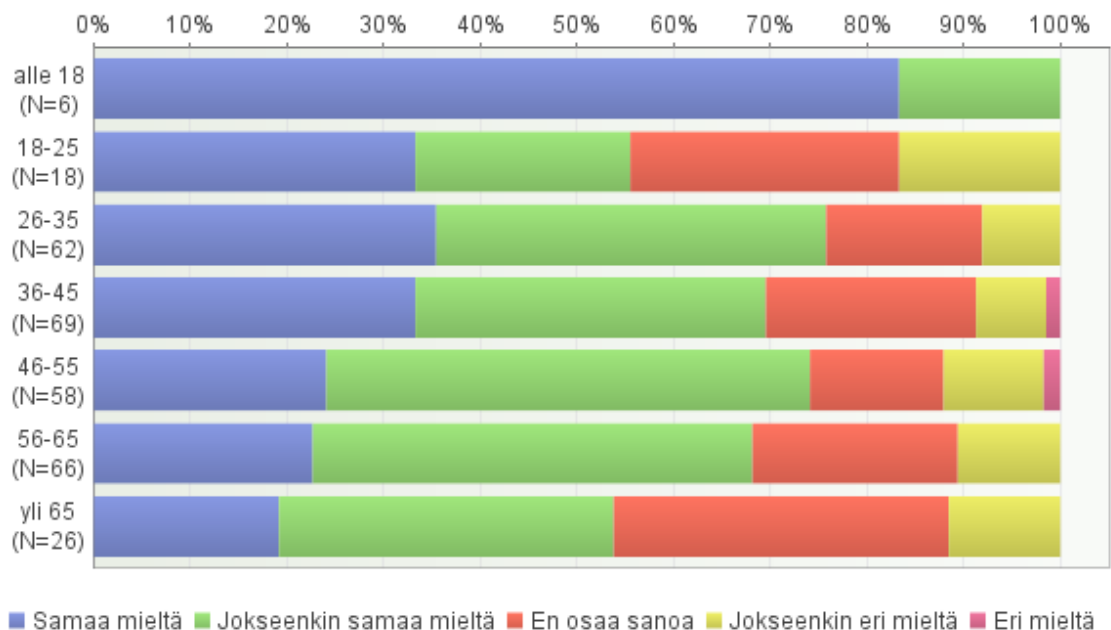
Kaikki (100,0 %) alle 18-vuotiaista kyselyyn vastanneista toivoivat keskustaan lisää harraste-, kulttuuri- ja muuta vapaa-ajan tarjontaa (kuvio 26). Vähiten sitä

kaipasivat 46–55-vuotiaat (17,0 %), 56–65-vuotiaat (16,7 %) ja yli 65-vuotiaat (15,4 %).



Kuvio 26. Keskustan harraste-, kulttuuri- ym. vapaa-ajan tarjontaa tulisi lisätä.

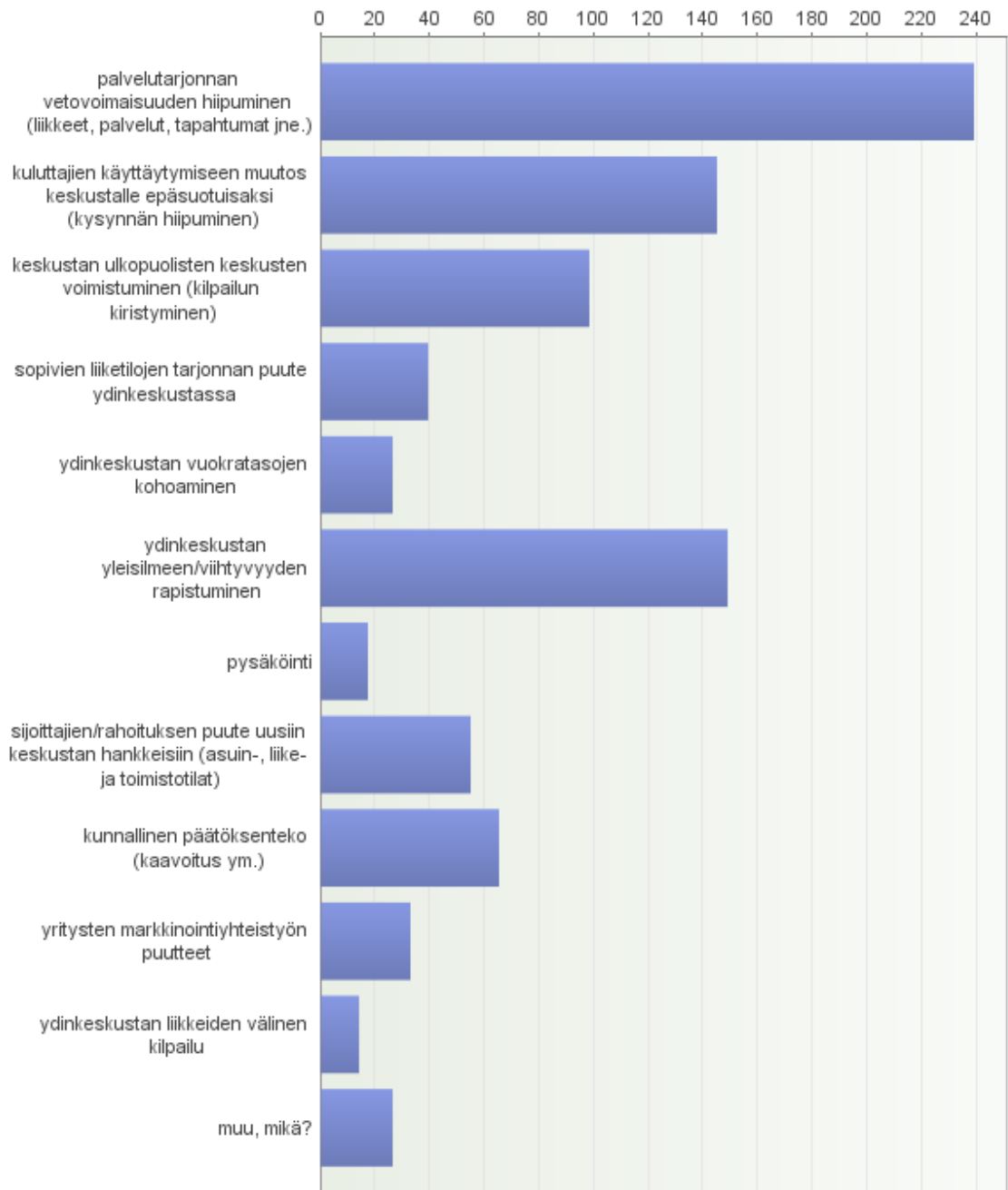
Kaikki (100,0 %) alle 18-vuotiaista kyselyyn vastanneista toivoivat lisää tapahtumia Kurikkaan (kuvio 27). Vähiten (55,6 %) niitä toivoivat 18–25-vuotiaat.



Kuvio 27. Tapahtumia tulisi lisätä.

Kurikan keskustan vetovoiman keskeiset ongelmat tulevaisuudessa

Seitsemännessä kysymyksessä (kuvio 28) pyydettiin valitsemaan luetelluista ongelmista kolme ydinkeskustan vetovoimaan liittyvää keskeisintä tulevaisuuden haastetta. Kysymykseen vastasi 305 henkilöä. Vaihtoehtoina olivat palvelutarjonnan vetovoimaisuuden hiipuminen, kuluttajien käyttäytymisen muutos keskustalle epäsuotuisaksi, keskustan ulkopuolisten keskusten voimistuminen, sopivien liiketilojen tarjonnan puute ydinkeskustassa, ydinkeskustan vuokratasojen kohoaminen, ydinkeskustan yleisilmeen/viihtyvyyden rapistuminen, pysäköinti, sijoittajien rahoituksen puute uusiin keskustan hankkeisiin, kunnallinen päätöksenteko, yritysten markkinointiyhteistyön puutteet, ydinkeskustan liikkeiden välinen kilpailu tai muu, mikä? Suurin osa (78,4 %) vastaajista oli huolissaan palvelutarjonnan vetovoimaisuuden hiipumisesta. Vastaajista lähes puolet (48,9 %) oli huolissaan ydinkeskustan yleisilmeen/viihtyvyyden rapistumisesta ja 47,5 % kuluttajien käyttäytymisen muutoksista. Keskustan ulkopuolisten keskusten voimistumisesta oli huolissaan 32,1 % vastaajista. Kunnallista päätöksentekoa piti haasteena 21,3 % vastaajista, sijoittajien/rahoituksen puutetta uusiin keskustan hankkeisiin piti haasteena 18,0 % vastaajista ja sopivien liiketilojen tarjonnan puutteesta ydinkeskustassa 12,8 % vastaajista. Luetelluista tulevaisuuden haasteista vähiten oltiin huolissaan yritysten markkinointiyhteistyön puutteesta (10,8 %), ydinkeskustan vuokratasojen kohoamisesta (8,5 %), pysäköinnistä (5,6 %) ja ydinkeskustan liikkeiden välisestä kilpailusta (4,6 %).



Kuvio 28. Kurikan keskustan vetovoiman ongelmat tulevaisuudessa.

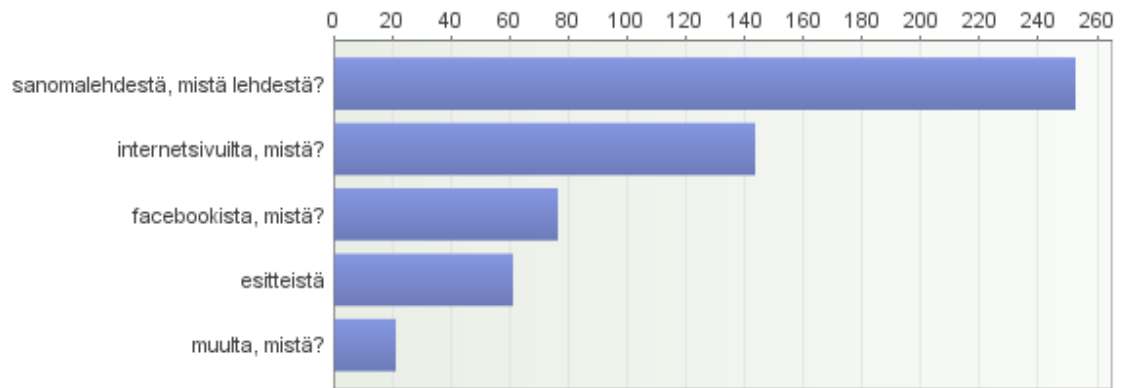
Vastaajat saivat lisäksi ehdottaa mielestään muita olemassa olevia vetovoimaisuuden ongelmia. Tähän saatiin vastauksia 26 kappaletta. Vastauksien perusteella 18–25-vuotiaat olivat huolissaan koulutuspaikkojen pysyvyydestä Kurikassa. Opiskelupaikat pitäisivät nuoria Kurikassa myös jatkossa. 26–35-vuotiaat toivoivat Kurikan yöelämän piristyvän. 36–45-vuotiaat olivat huolissaan kateudesta ja pelosta, jota on huomattu yrittäjien keskuudessa. Heidän mielestään

kuntalaisten tulisi muistaa, että myös Kurikassa on laaja tuotteiden ja palveluiden tarjonta. Ei siis tulisi ensimmäisenä lähteä lähikuntiin ostoksille.

46–55-vuotiaat olivat sitä mieltä, että Kurikan keskustaa saataisiin vetovoimaisemmaksi muun muassa hankkimalla sinne ABC–liikenneasema sekä Lidl. Myös palvelualltiuden puutteellisuudesta oltiin huolissaan. 56–65-vuotiaat toivoivat myöskin Kurikkaan Lidliä ja muita erikoisliikkeitä ja niihin työskentelemään asiantuntevaa henkilökuntaa. Toiveena oli myös Prisman tai City-marketin kaltaisia liikkeitä. He toivoivat myös, että keskustasta puretaan vanhat ja huonokuntoiset rakennukset ja ennen kaikkea keskustaan pitäisi saada kaupungintalo. Tyhjiin liiketiloihin toivottiin toimintaa, jonka vuokrien maksussa voisi kaupunki avustaa. Tämä ikäryhmä toivoi keskustaan hissillisiä kerrostaloja. Kateus nousi esiin myös 56–65-vuotiaiden vastauksista. Yli 65-vuotiaat olivat huolissaan yrittäjien ylimielisestä asenteesta. Siten yrittäjät eivät tule saamaan uusia asiakkaita. Myös joitain rakennuksia tulisi keskustasta purkaa tai remontoida uudelleen. Kurikan liikkeillä ei voi olla kilpailua, jos siellä ei ole edes kilpailevia yrityksiä.

Tiedonhaku

Kahdeksannessa kysymyksessä (kuvio 29) kartoitettiin sitä, mistä ihmiset halusivat saada tietoa Kurikan keskustan palveluista. Kysymykseen vastasi 305 henkilöä. Vaihtoehtoina oli sanomalehti, Internetsivut, Facebook ja esitteet. Lisäksi vastaajat saivat ehdottaa jotain muuta vaihtoehtoa. Suurin osa vastaajista (82,6 %) haluaisi saada tietoa Kurikan keskustan palveluista sanomalehdistä. Toinen suuri joukko halusi tietoa Internetsivuilta (46,9 %). Osa vastaajista halusi tietoa Facebookista (24,9 %) ja esitteistä (20,0 %). Lisäksi vastaajista 21 henkilöä listasivat muita paikkoja joista halusivat saada tietoa Kurikan keskustan palveluista. Tietoa haluttiin Instagramista, info tilaisuuksista, sähköisistä valotauluista, radiosta, torin infopisteestä/ilmoitustaulusta, mainoksista, yritysten ja palveluntuottajien nettisivuilta sekä tienvarsien mainoskylteistä.



Kuvio 29. Vastaajien tiedonhaku.

Suurin osa vastaajista, jotka valitsivat sanomalehden tiedotusvälineeksi, ilmoittivat haluavansa tietoa Kurikka-lehdestä, Ilkasta, Eparista ja Ykköset-lehdestä. Muista lehdistä mainittiin Pohjalainen, Seinäjoen sanomat, Suupohjan sanomat sekä Jurvan sanomat.

Tietoa haluttiin saada myös internetsivuilta, kuten Kurikan kaupungin kotisivuilta, Ilkan kotisivuilta, Kurikassa olevien liikkeiden omilta kotisivuilta ja sähköpostista. Ehdotuksena tuli myös, että Kurikan kaupungin verkkosivuille luotaisiin tapahtumakalenteri, josta voisi katsoa kaikki Kurikan tapahtumat tai sitten palvelusivusto, jossa olisi linkki kaikkien yrittäjien kotisivuille.

Facebookiin ehdotettiin muutamia sivustoja, joista tietoa voisi hakea. Näitä olivat CITY-KURIKKA, Syntynyt Kurikassa, Kurikan keskusta ja Kurikka yhteisö. Tietoja toivottiin myös löydettävän yritysten omilta Facebook sivustoilta ja kauppiaasfoorumeilta.

Kurikan keskustan palvelujen puutteet

Yhdeksännessä kysymyksessä selvitettiin mitä tuotteita tai palveluita Kurikkalaiset ostavat toiselta paikkakunnalta tai internetistä. Kysymykseen vastasi 282 henkilöä. Vastauksia tuli paljon erilaisia, mutta seuraavassa on lueteltu yleisimpiä ostoksia ja palveluita ikäryhmittäin.

Alle 18-vuotiaat:

vaatteet, kengät
elektroniikka
kosmetiikka
pelit
urheilutarvikkeet
musiikki- ja äänentoistolaitteet

18–25-vuotiaat:

vaatteet, kengät
kodinkoneet, elektroniikka
ruoka
rakennustarvikkeet ja –työkalut
moottoriajoneuvojen osat
CD-levyt
soittimet ja muut harrastusvälineet
lemmikkieläinten tuotteet ja ruoat
sisustustarvikkeet
lasten lelut
yöelämä

26–35-vuotiaat:

vaatteet
kodinkoneet, elektroniikka
urheiluvaatteet ja -välineet
CD-levyt
kosmetiikka
huonekalut
autot ja niiden varaosat
sisustustarvikkeet
kauneudenhoito palvelut
katsastuspalvelut
askartelutarvikkeet
lasten tarvikkeet ja lelut
hammaslääkäripalvelut
lemmikkieläintuotteet
rakennustarvikkeet
ravintola- ja kahvilapalvelut
matkat

36–45-vuotiaat:

vaatteet, kengät

kosmetiikka
urheiluvälineet ja -vaatteet
DVD- ja CD-levyt
elektroniikka
silmälasit
katsastuspalvelut
ruokaa
rakennustarvikkeet ja työkalut
hammaslääkäripalvelut ja lääkäripalvelut
huonekalut
autot ja niiden korjauspalvelut
askartelu- ja käsityötarvikkeet
musiikin harrastamiseen tarvittavat välineet
maataloustuotteet
kirjat
matkat
pelit
ravintolat ja kahvilat
lemmikkieläin tuotteet ja ruuat

46–55-vuotiaat:

vaatteet, kengät
elektroniikka, kodinkoneet
ruokaa
erikoislääkäripalvelut
DVD-levyt
sisustustuotteet
urheiluvälineet ja -vaatteet
kulttuuritarjonta
hotellit ja matkat
lemmikkien tuotteet ja ruoat
katsastuspalvelu
autot ja niiden huolto
maataloustarvikkeet
design tuotteet
kosmetiikka
rakennustarvikkeet
ravintolat ja kahvilat
silmälasit
käsityötarvikkeet
kellot ja korut
parturipalvelut
opiskelu ja kurssit

56–65-vuotiaat:

vaatteet, kengät ja laukut
 elektroniikka, kodinkoneet
 rakennustarvikkeet
 lääkäri ja hammaslääkäri palvelut
 luontaistuotteet
 lounaspalvelut
 kosmetologi
 askartelu- ja käsityötarvikkeet
 poliisiasiat
 huonekalut
 sisustustarvikkeet
 urheiluvälineet ja -vaatteet
 lasten lelut
 kosmetiikka
 huoltopalvelut
 elokuvat
 soittimet ja muut musiikkiin liittyvät tarvikkeet
 matkat

Yli 65-vuotiaat:

vaatteet, kengät
 lääkäripalvelut
 urheiluvälineet
 autot ja niiden huoltopalvelut
 rakennustarvikkeet
 kosmetiikka
 huonekalut
 kulttuuritarjonta
 sisustustuotteet
 elektroniikka, kodinkoneet
 ravintolapalvelut
 käsityötarvikkeet

Suurimmaksi osaksi kuntalaiset ostavat toiselta paikkakunnalta tai Internetistä vaatteita, jalkineita ja elektroniikkaa (taulukko 5). Toinen suuri ryhmä ovat kodinkoneet, urheiluvälineet ja ruoka.

Taulukko 5. Muista kunnista ja Internetistä ostetut tuotteet ja palvelut.

Tuote/palvelu	Lukumäärä	%
Vaatteet	191	67,7
Elektroniikka	69	24,5
Jalkineet	63	22,3
Kodinkoneet	54	19,1
Urheiluvälineet	37	13,1
Ruoka	32	11,3
Moottoriajoneuvot	19	6,7
Rakennustarvikkeet	17	6,0
CD- ja DVD-levyt	16	5,7
Lääkäri ja hammaslääkäri	16	5,7
Moottoriajoneuvojen huolto ja varaosat	15	5,3
Kosmetiikka	15	5,3
Ravintolapalvelu	14	5,0
Lastentarvikkeet ja lelut	13	4,6
Huonekalut	12	4,3
Urheiluvaatteet	11	3,9
Soittimet, musiikkivälineet	11	3,9
Katsastus	10	3,5
Sisustus	9	3,2
Kahvilat (lähinnä ABC)	8	2,8
Liput (matkat, konsertit jne)	8	2,8
Lemmikkien tarvikkeet ja ruuat	7	2,5
Kodin tekstiilit ja taloustavarat	7	2,5
Kauneudenhoitopalvelut	6	2,1
Kirjat	5	1,8
Lahjatavarat	5	1,8
Käsityöt	5	1,8
Askartelu	4	1,4
Asusteet (laukut, hatut, korut)	4	1,4
Kulttuuri	4	1,4
Silmälasit	3	1,1
LVI-tuotteet	3	1,1
Maataloustuotteet	3	1,1
Harrastukset	3	1,1

Kodinkonehuolto	2	0,7
Kirpputori	2	0,7
Apteekki	2	0,7
Virastot (poliisi, verotoimisto)	2	0,7
Postipalvelut	1	0,4

Palaute

Kyselyn kohdassa kymmenen sai antaa palautetta keskustan kehittäjille kuten yrittäjille, kiinteistön omistajille ja kaupungille. Palautetta antoi 215 henkilöä, eli sitä tuli todella paljon, niin positiivista kuin negatiivistakin. Negatiivista palautetta antoi 60 henkilöä (27,9 %) ja positiivista 38 henkilöä (17,7 %). Kehitysideoita tai muuta palautetta antoi 199 henkilöä (92,6 %).

Positiivista palautetta annettiin muun muassa Kurikan keskustassa olevista kauniista ja hyvin hoidetuista istutuksista. Myös uudistettu Monitoimitalo ja uimahalli Molskis sekä Meijerinranta, urheilukenttä ja koirapuisto saivat kehuja. Monet vastaajista olivat sitä mieltä, että kesän toritapahtumat olivat hyviä ja hyvin järjestettyjä. Niitä toivottiinkin jatkossa lisää.

Suurin osa negatiivisesta palautteesta koski keskustan yleisilmettä. Keskustan alueella on melko paljon vanhoja rakennuksia, joita toivottiin purettavan ja tilalle rakennettavan uusia. Esimerkiksi kaupungintalolle toivottiin tehtävän jotain. Negatiivista palautetta saivat myös liikenneympyröiden ja risteysalueiden liian korkeat istutukset. Liian korkeat istutukset haittaavat näkyvyyttä ja ne tekevät risteysalueet vaarallisiksi. Moni vastaajista moitti myös pyöräteiden huonoa kuntoa.

Negatiivista palautetta annettiin myös Kurikassa järjestettävien tapahtumien lippujen hinnoista. Jos lippujen hinnat olisivat pienemmät, saataisiin tapahtumiin enemmän osanottajia. Kurikkaan toivottiin järjestettävän enemmän tapahtumia. Niitä voisi järjestää esimerkiksi talkoovoimin ja yhteistyöllä. Moni vastaajista oli kiinnostunut lähtemään mukaan järjestelyihin. Tällä tavoin voitaisiin saada myös

lippujen hinnat kohtuullisemmiksi. Ennen kaikkea monet toivoivat, että kuntalaiset voisivat tehdä enemmän yhteistyötä.

Palautteessa oli myös kehittämisideoita. Todella moni vastaajista toivoi, että Kurikkaan tulisi Lidl ja ABC. Useat kertoivat käyvänsä joko Kauhajoella tai Seinäjoella Lidlissä ruokakaupassa ja ostamassa sieltä tiettyjä tarjoustuotteita. ABC haluttiin Kurikkaan siitä syystä, että siellä ei ole tällä hetkellä yhtäkään kahvilaa, joka olisi auki iltaisin tai öisin. Näiden liikkeiden avulla saataisiin myös lisää työpaikkoja Kurikkaan. Lisäksi toivottiin isompaa kauppakeskusta kuten Prisma tai Citymarket.

Kurikassa on olemassa toivomuslähde, joka viedään torille aina Haku Päällä festivaalien ajaksi. Kuntalaiset toivoivatkin, että se jätettäisiin sinne ympäri vuoden. Lisäksi siihen voisi asentaa valot, jotka toisivat näyttävyyttä myös pimeimpinä aikoina. Ja koska torin, urheilukentän ja Meijerinrannan ulkonäköön panostettu paljon, tulisi niissä keksiä enemmän aktiviteettia. Myös markkinointi on näiden paikkojen osalta tärkeää.

Nuorille toivottiin paikkoja, joissa he voisivat viettää aikaa, niin etteivät vain notkuisi keskustassa. Jotkut vastaajista ehdottivat skeittipuistoa. Lisäksi lapsille toivottiin keskustaan sellaista leikkipuistoa jossa viihtyisi eri-ikäiset lapset. Keskustan alueelle toivottiin myös enemmän penkkejä.

Monikaan ei tiedä minkälaisia yrityksiä Kurikasta löytyy, siitä syystä ehdotettiin, että Kurikassa järjestettäisiin yritysesityksiä, joissa jokainen yrittäjä saisi mainostaa omaa yritystään ja sen toimintaa. Toinen vaihtoehto oli, että kaikista yrityksistä kerättäisiin tietoja ja esitteen muodossa lähetettäisiin jokaiselle kuntalaiselle postitse. Yrittäjien toivottiin ottavan enemmän mallia hinnoittelusta naapurikunnilta. Olisi hyvä, että hinnat olisivat kilpailukykyisempiä, etteivät kuntalaiset lähde ostamaan tuotteita toiselta paikkakunnalta.

Moni kaipasi selkeämpää tiedotusta Kurikan tapahtumista. Esimerkiksi Kurikan kaupungin kotisivuille voisi tehdä jonkinlaisen kalenterin, josta näkisi kaikki sen hetken tapahtumat. Ehdotuksena tuli, että torilla olevalle ilmoitustaululle laitettaisiin tietoa tapahtumista ja pidettäisiin ne ajan tasalla. Myös ilotulitukset joulunavauksiin ja uuden vuoden vastaanottoon toivottiin takaisin.

Kiinteistön omistajien toivottiin ottavan viihtyvyys ja siisteys huomioon. Valaistusta kiinteistöissä pidettiin melko olemattomana. Jo se, että valaistus on hyvä, luo iltaisin tunnelmallisuutta, sekä turvallisuutta. Valaistus myös houkuttelee ihmisiä liikkeisiin. Tällä hetkellä useista vastaajista tuntuu siltä, että liikkeet ovat kiinni, koska näyttävät niin pimeiltä.

Koska Kurikan keskustassa on useita rakennuksia tyhjiään, tulisi niihin saada lisää yrittäjiä. Yrittäjiä voisi houkutella keskustaan esimerkiksi aluksi pienemmillä vuokrilla tai tukemalla pienyrittäjiä kaupungin puolesta.

Taulukossa 6 on lueteltu kuntalaisten eniten toivomia asioita ydinkeskustan parantamiseksi. Suurin osa vastaajista toivoi parannusta liikkeiden ulkoasuun sekä keskustan yleisilmeeseen.

Taulukko 6. Parannusehdotuksia kaupunkikeskustan kehittämiseksi.

Kehittämisidea	Lukumäärä	%
Liikkeiden ulkoasun parantaminen	38	17,7
Keskustan ilmeen parantaminen	26	12,1
Lisää erikoisliikkeitä	24	11,2
ABC tai jokin muu iltakahvila	23	10,7
Rakennusten purkaminen	20	9,3
Lidl	19	8,8
Kauppakeskus	17	7,9
Yhteistyön lisääminen	12	5,6
Nuorille oleskelupaikkoja	9	4,2
Hinnoittelussa mallia naapurikunnista	8	3,7
Teiden parantaminen	7	3,3
Palvelujen esittelyä	7	3,3
Lisää työpaikkoja	7	3,3
Leikkipuistoja	7	3,3
Tapahtumista tiedottaminen	4	1,9
Lisää asuntoja	4	1,9
Lisää penkkejä	4	1,9

Arvonta ja lisätietojen lähetys

Vastaajat saivat halutessaan osallistua uimahalli Molskiksen vuosilipun arvontaan. Arvonnassa mukana olevien täytyi täyttää yhteystietolomake. Yhteystietonsa jätti kaikkiaan 183 henkilöä joka on 59,0 % vastaajista.

Lisäksi vastaajat saivat halutessaan laittaa ruksin kohtaan ”Minulle saa lähettää lisätietoa ja kutsuja kaupunkikeskustan kehittämistyöhön liittyen” sekä kohtaan ”Minulle saa lähettää tiedotus- ja markkinointiviestejä Kurikan kaupungilta”. Vastaajista 20,3 % halusi lisätietoja ja kutsuja kaupunkikeskustan kehittämistyöhön liittyen ja 21,9 % halusi tiedotus- ja markkinointiviestejä Kurikan kaupungilta.

JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, miten tyytyväisiä kuntalaiset ovat Kurikan ydinkeskustaan. Tarkoituksena oli myös saada kehitysideoita keskustan parantamiseksi. Tutkimus osoittaa, että kuntalaiset ovat melko tyytyväisiä kaupungin palveluihin, mutta kehitettävää löytyi kuitenkin melko paljon. Vaikka kyselyyn saatiin vastauksia vain 310 kappaletta, antavat ne kuitenkin hyvin suuntaa siitä, mitä mieltä kuntalaiset ovat ydinkeskustasta ja sen palveluista. Tutkimuksen avulla saatiin myös paljon hyviä kehitysideoita kaupunkikeskustan kehittämiseksi.

Tulosten analysointia

Tutkimuksesta käy ilmi, että vastaajista naisia oli 60,3 % ja miehiä 39,7 %. Kun tarkastellaan ikäjakaumaa, suurimmaksi vastaajaryhmäksi nousivat 36–45-vuotiaat kahden hengen taloudessa asuvat henkilöt. Tämä ikäryhmä on todennäköisesti sellainen, joka käyttää eniten internetiä ja joilla on enemmän aikaa keskittyä vastaamiseen. Suurin osa vastaajista asuu postiosoitteessa 61300, joka on Kurikan keskustan aluetta. Tämä tosin oli ennustettavissa, sillä suurin osa kuntalaisista asuu sillä alueella. Vaikka kaikki kyselyyn osallistuneet eivät ilmoittaneet sukupuoltaan, ikäänsä, talouden kokoa tai postiosoitetta, ei se kuitenkaan vaikuta lopputuloksiin merkittävästi.

Tutkimuksen tulosten mukaan kuntalaisista 60,9 % on kokonaisuudessaan tyytyväisiä kaupunkikeskustan palvelujen tarjontaan. Eniten he olivat tyytyväisiä päivittäistavaramyymälöiden, kahvila-, kulttuuri- sekä liikuntapalvelujen tarjontaan. Myös kaupungin keskustan turvallisuuteen, siisteyteen, kunnossapitoon sekä näyteikkunoiden ilmeeseen oltiin hyvin tyytyväisiä. Tyytymättömiä kuntalaiset olivat kuitenkin vaateliikkeiden ja iltaravintolapalveluiden tarjontaan sekä rakennusten yleisilmeeseen. Näiden vastauksien osalta voidaan päätellä, että ennen kaikkea vaateliikkeiden tarjontaan tulisi tulevaisuudessa panostaa. Vastauksien perusteella kaikki ikäryhmät toivoivat tätä. Vastaajat toivoivat niin

lasten, nuorten kuin aikuistenkin vaatteita myyviä liikkeitä lisää. Huonokuntoisia rakennuksia toivottiin purettavan tai kunnostettavan viihtyisyyden lisäämiseksi.

Tulosten perusteella suuri ero oli ruokaravintolapalvelutarjonnan tyytyväisyydessä alle 18-vuotiaiden ja 18–25-vuotiaiden välillä. Ero saattaa johtua siitä, että alle 18-vuotiaat haluavat syödä usein hampurilais- ja pizzapaikoissa, joita Kurikassa on tarjolla riittävästi. 18–25-vuotiaat haluavat syödä jo vähän hienommin ravintolassa, johon kaupungissa ei ole mahdollisuuksia. Eniten lapsille suunnattuun toimintaan olivat tyytymättömiä perheelliset henkilöt. Tyytymättömyys oli vähäisintä yhden ja kahden hengen taloudessa asuvilla, joka todennäköisesti johtuu siitä, että näissä talouksissa ei asu lainkaan lapsia.

Vanhemmat ikäryhmät toivoivat vähiten liikkeiden aukioloaikojen pidentämistä. Tämä johtuu todennäköisesti siitä, että heillä on paremmin aikaa asioida niissä päivän aikana kuin esimerkiksi opiskelijoilla ja työikäisillä. Myös ydinkeskustan viihtyisyyteen olivat tyytyväisimpiä vanhemmat ikäryhmät. Usein vanhemmat ihmiset kiinnittävät enemmän huomiota esimerkiksi istutuksiin ja vanhempiin rakennuksiin ja arvostavat niitä enemmän kuin nuoret. Nuoret kaipaavat enemmän modernimpaa ilmettä, joka ainakin Kurikan kaupungin katukuvasta puuttuu.

Kuntalaisten mielestä keskustan vetovoimaisuutta voidaan parhaiten kehittää perustamalla sinne uusia erikoisliikkeitä. Uusia liikkeitä voisi perustaa korttelien pienliiketiloihin. Tärkeää olisi ennen kaikkea se, että kuntalaiset hyödyntäisivät keskustan tarjontaa aina kun mahdollista eivätkä lähtisi asioimaan toiselle paikkakunnalle.

Keskustasta löytyy useita liikkeitä, mutta kuntalaiset toivoivat niihin parempaa tarjontaa. Monet olivat pettyneitä liikkeiden palveluun sekä asiointiympäristön laatuun. Ja koska kuntalaiset tuntuivat olevan huonosti tietoisia eri yrityksistä Kurikassa, olisi tärkeää lisätä yritysten markkinointia. Myös koko kaupungin markkinointia toivottiin lisättävän.

Kurikassa on todella hieno tori ja siellä toivottiinkin järjestettävän enemmän ohjelmaa. Erilaisia tapahtumia toivoivat eniten alle 18-vuotiaat. Ja koska keskustasta puuttuu lasten leikkipaikkoja, voisi niitä lisätä sinne. Jotkut olivatkin ehdottaneet, että leikkipaikalle voisi jäädä leikkimään toinen vanhemmista lapsen

kanssa siksi aikaa kun toinen hoitaa esimerkiksi kauppa-asioita. Leikkipaikan tulisi olla kuitenkin sellainen, missä viihtyvät monen eri-ikäiset lapset.

Tulevaisuuden suurin huolenaihe oli keskustan tarjonnan hiipuminen. Se, että keskustasta löytyy vain vähän palveluja, houkuttelee se kuntalaisia lähtemään toiselle paikkakunnalle. Eniten keskustaan kaivattiin uusia liikkeitä sekä Lidliä ja ABC-liikennemyymälää. Myös yleisilme ja viihtyvyys koettiin tulevaisuuden haasteeksi. Keskustaa tulisi jatkuvasti kehittää, että ihmiset viihtyisivät siellä. Muutamia rakennuksia toivottiin purettavan, koska ne vaikuttavat paljon keskustan ilmeeseen. Vähiten kuntalaisia huoletti ydinkeskustan liikkeiden välinen kilpailu. Tästä tuli myös palauteosiossa mainintaa ja syy siihen on, että Kurikassa ei ole liikkeiden välillä kilpailua. Jos sitä olisi, voitaisiin myös hintoja saada paremmin kohdilleen ja täten ostovoima saataisiin pidettyä omassa kunnassa.

Kuntalaiset halusivat tulevaisuudessa tietoa palveluista sanomalehdistä. Suurin osa kuntalaisista lukee päivittäin Ilkka- ja Kurikka-lehteä, joista olisi helppo seurata tapahtumia. Ehkä kuitenkin paikallislehti olisi parempi vaihtoehto ilmoittaa kaupungin asioista. Tietoa toivottiin löytyvän myös Internetistä, lähinnä kaupungin kotisivuilta. Sinne voisi päivittää muun muassa kaikki tulevat tapahtumat. Useampi vastaajista toivoi myös, että torin ilmoitustaulua käytettäisiin tehokkaammin hyväksi ajankohtaisien asioiden ilmoittamiseen. Taulua tulisi jonkun päivittää säännöllisesti, että se olisi ajantasainen.

Kehittämisideoita

Kaupunkikeskustan kehittämisessä on kaikkein tärkeimmässä asemassa yhteistyö eri tahojen välillä. Keskustan vetovoimaisuus ja toimivuus voidaan saavuttaa ainoastaan silloin, kun yhteistyö toimii. Kehitystyössä tulee ottaa huomioon niin asukkaat, yrittäjät, kaupunki ja kiinteistön omistajat. Kaikkien näkemykset ja toiveet ovat tärkeitä ja kaikkien osapuolten tulisi päästä yksimielisyyteen asioista ja kehitettävä keskustaa samaan suuntaan. Näin ollen yrittäjien, kiinteistönomistajien ja kaupungin tulisi yhdessä asukkaiden kanssa muokata keskustaa sellaiseksi, joka tulevaisuudessa vetää niin ihmisiä, yrityksiä kuin asukkaitakin puoleensa.

Se, että lähdetäisiin suunnittelemaan erilaisia tapahtumia, ei riitä keskustan kehittämiseen. Tietenkin ne vaikuttavat kaupungin elävyyteen, mutta eivät kuitenkaan ratkaise perusongelmia. Kehityksessä vaaditaan lisäksi muun muassa rakennusten julkisivujen korjaamista, turvallisuutta, keskustan markkinointia ja ylipäätään kaupungin imagon parantamista. Kaupunkikeskustan kehittämissuunnitelmassa tarvitaan myös riittävän vaikutusvaltaisia ihmisiä, jotka ovat sitoutuneita hankkeeseen ja vievät sitä eteenpäin suunnitelmien mukaisesti.

Kurikan kaupunkikeskustan ilmettä tulisi kehittää parempaan suuntaan. Tässä asiassa olisi varmaan järkevintä lähteä korjaamaan rakennusten julkisivuja. Keskustasta löytyy paljon vanhoja rakennuksia, joista osan voisi jopa purkaa. Suuri osa vastaajista oli sitä mieltä, että kaupungintalolle tulisi tehdä jotain. Se on kuitenkin todella suuri rakennus keskellä keskustaa ja vaikuttaa paljon keskustan ilmeeseen. Rakennuksen voisi purkaa ja tilalle rakentaa modernimpi rakennus. Ja vaihtoehtona, jos tilalle ei rakennettaisikaan uutta kaupungintaloa, voisi harkita kauppakeskusta tai kerrostaloa, jonka alakerrassa olisi toimistoja ja liiketiloja ja yläkerrassa omistusasuntoja.

Turvallisuutta silmällä pitäen keskustaan voisi rakentaa kävelykadun. Tätä tosin on jo pohdittu Kurikan kaupunkikeskustan kehittämissuunnitelmassa. Myös muutamaan vaaralliseen risteykseen olisi hyvä rakentaa liikenneympyröitä. Risteysalueilta tulisi poistaa kaikki näköetäisyyttä peittävät, liian korkeat istutukset. Ja keskustan alueelle pitäisi saada lisää valoisuutta esimerkiksi lisäämällä rakennusten seiniin valaisimia. Liikkeiden valoisuus houkuttelee myös astumaan sisään liikkeeseen. Lisäksi valot tuovat turvallisuudentunnetta.

Keskustaa tulisi markkinoida enemmän. Iso osa kuntalaisista ei tiedä, millaisia palveluita Kurikasta saa. Erilaisia yritysesityksiä voisi järjestää esimerkiksi messuilla. Jokainen yritys pystyisi messuille oman kofin, jossa yrittäjä tai joku yrityksen hyvin tunteva henkilö kertoisi yrityksen toiminnasta. Tilaisuutta tulisi markkinoida flyereilla sekä paikallislehdessä. Yrittäjät voisivat myös yhdessä laatia Kurikan yritysoppaan, josta löytyisi kaikki yritykset ja niiden yhteystiedot sekä tiedot heidän tuotteista ja palveluista.

Kurikkaan saataisiin lisää työpaikkoja, jos sinne perustettaisiin uusia kauppoja ja kahviloita. Esimerkiksi Lidl ja ABC nousivat vastaajien eniten toivomiksi liikkeiksi. Todella monet kuntalaiset kertoivat tekevänsä ostoksensa Kauhajoen ja Seinäjoen Lidlissä. Keskustaan tulisi saada myös vaatekauppoja, josta saisi vaatteita kaikenikäisille. Ja koska kaupungista puuttuu iltakahvila, olisi siihen hyvä vaihtoehto ABC-liikennemyymälä. ABC voisi olla yksi vetonaula, miksi ohikulkijatkin voisivat poiketa keskustaan.

Toria voisi kehittää siten, että sinne jätettäisiin toivomuslähde, jota tällä hetkellä käytetään vain Haku Päällä festivaalien aikana. Lisäksi torin infotaulua tulisi päivittää säännöllisesti, että kuntalaiset tietäisivät tulevista tapahtumista ja voisivat lukea sieltä tiedotuksia. Torilla tulisi järjestää ohjelmaa myös talvella, eli se tulisi ottaa ympärivuotiseen käyttöön. Kesäisin torilta voisi myös vuokrata erilaisia pelejä, joita voisi pelata torialueella. Lisäksi torialueelle ja muuallekin keskustaan tulisi lisätä penkkejä.

Tutkimuksen arviointia

Tutkimuksen luotettavuus on suoraan verrannollinen tutkimuksessa käytettyyn mittariin, eli kyselyn luotettavuuteen (Metsämuuronen 2006, 56). Kyselyn luotettavuus riippuu kyselyaineiston laadusta. Huolellisuus onkin erityisen tärkeää tulosten tulkitsemisessä. Luotettavuus muodostuu myös monesta muusta seikasta, kuten tutkimuksen validiteetista ja reliabiliteetista (Hirsjärvi & Hurme 2000, 185). Näiden käsitteiden valossa tutkija voi käsitellä ilmiöitä objektiivisesta näkökulmasta.

Tutkimus onnistui hyvin, sillä jokaiseen tutkimusongelmaan saatiin vastaus. Myös tutkimuksessa olleet kysymykset olivat selkeitä, ja mittasivat suurimmaksi osaksi juuri niitä asioita, joita tutkimuksella haluttiinkin mitata. Käytetty kysely toimi hyvin tässä tutkimuksessa. Toisaalta kyselyn laatija olisi voinut asettaa Webropolissa oleviin kysymyksiin vastauspakon, joka estää vastaajaa siirtymästä seuraavalle sivulle ennen kuin on vastannut kaikkiin sivulla oleviin kysymyksiin. Näin olisi pystytty vaikuttamaan siihen, että jokainen vastaaja olisi vastannut jokaiseen kysymykseen.

Vastauksien perusteella voidaan sanoa, että Kurikan kaupunkikeskustalla on mahdollisuuksia kehittyä. Kehittämällä asioita, joihin vastaajat eivät olleet tyytyväisiä, voidaan vaikuttaa ja täten kehittää tulevaisuuden kaupunkikeskustaa. Tämän tutkimuksen perusteella saatiin myös kartoitettua hyvin kehitettäviä kohteita. Kyselyn perusteella saatiin kartoitettua myös ydinkeskustan nykytilaa ja tulevaisuuden haasteita.

Useassa kohdassa alle 18-vuotiaiden arvioinnit olivat prosentuaalisesti suuria. Siitä ikäryhmästä vastaajat saattoivat olla jopa sata prosenttisesti samaa mieltä asiasta. Muissa ikäryhmissä hajontaa vastausten kesken oli huomattavasti enemmän. Tämä johtuu todennäköisesti siitä, että alle 18-vuotiaita vastaajia oli paljon vähemmän kuin muita. Tällä ei kuitenkaan ollut vaikutusta kokonaistulokseen.

Reliabiliteetti

Tutkimuksen luotettavuutta voidaan tutkia reliabiliteetilla ja validiteetilla, mutta näkökulma on molemmissa hieman erilainen. Reliabiliteetilla tarkoitetaan kykyä tuottaa tarkoitettuja tuloksia sekä tutkimuksen toistettavuutta. Reliabiliteetissa tilanteet muuttuvat, kun mittaamisen kohteena on muun muassa ihmisen käyttäytyminen, asenteet ja arvot. (Anttila 2000, 402, 406; Hirsjärvi & Hurme 2000, 186; Metsämuuronen 2006, 56.) Kun on kyseessä laadullinen tutkimus, voidaan sen luotettavuutta parantaa muun muassa tarkoilla kuvauksilla siitä, miten tutkimus on toteutettu ja millaisissa olosuhteissa se on tehty (Hirsjärvi ym. 2007, 226–227). Luotettavuuteen vaikuttaa myös kyselyyn käytetty aika, häiriötekijät ja virhetulkinnat sekä myös tutkijan arviointitilanteet.

Tehdyn tutkimuksen tulokset ovat reliaabeleja, koska tutkimus on toistettavissa, mutta tilanteet muuttuvat koko ajan ja ihmisten käyttäytyminen sekä asenteet muuttuvat tehtäessä tutkimusta eri ajankohtana. Ihmiset ovat voineet käyttää kyselyn vastaamiseen tällä kertaa paljon aikaa ja keskittyä kysymyksiin kunnolla. Toisella kertaa tilanne voi kuitenkin olla toinen ja hätäisesti täytettynä tutkimuksen tulokset voivat muuttua paljonkin. Mutta todennäköisesti tehtäessä uusintakysely

samalle kohderyhmälle, tutkimustulosten voidaan odottaa olevan hyvin samankaltaiset.

Opinnäytetyön kyselyn otoskoko oli 4500 taloutta ja vastauksia saatiin kaiken kaikkiaan 310 kappaletta (6,9 %). Vastausprosentti ei ollut kovinkaan suuri, mutta vastauksista pystytään saamaan kuitenkin riittävän luotettavaa tietoa. Vastausten virheellisyyteen ei voitu vaikuttaa, sillä jokainen vastaaja täytti itse kyselyn ja lähestulkoon kaikki vastasivat kyselyyn Webropolissa, joka tallentaa kaikki vastaukset saman tien.

Kun lähdetään mittaamaan reliabiliteettia, käytetään apuna reliabeliuskerrointa (Metsämuuronen 2006, 58). Reliabiliteettia voidaan mitata rinnakkaismittauksella, toistomittauksella ja mittarin sisäisen yhtenäisyyden kautta. Rinnakkaismittauksessa mittaus suoritetaan samaan aikaan, mutta eri mittarilla. Toistomittaus suoritetaan eri aikaan eri mittarilla ja sisäisen yhtenäisyyden kautta suoritettava mittaus tehdään aina samaan aikaan ja samalla mittarilla. Näistä mittauksista epävarmimpana pidetään toistomittausta.

Validiteetti

Validiteetilla tarkoitetaan tutkimusmenetelmän kykyä mitata juuri sitä, mitä on tarkoituskin mitata (Hirsjärvi & Hurme 2000, 186). Validiteetti on sitä tarkempi, mitä useampaa menetelmää tutkimuksessa käytetään. Validiteetti voidaan jakaa myös ulkoiseen ja sisäiseen validiteettiin (Metsämuuronen 2006, 56–57). Ulkoisella validiteetilla tarkoitetaan sitä, miten yleistettävänä tutkimusta voidaan pitää. Sisäisellä validiteetilla voidaan tutkia, ovatko mittarissa tai tutkimuksessa käytetyt käsitteet tutkimuksen teorian mukaisia ja ovatko tutkimuksen yksittäiset käsitteet oikein käytettyjä.

Kun arvioidaan kyselytutkimuksen validiteettia, ovat avainasemassa kysymykset (Anttila 2000, 402–403). Se vaikuttaa, onko kysymykset laadittu oikein ja pystytäänkö niiden avulla ratkaisemaan tutkimukseen liittyvät ongelmat. Kysymykset eivät kuitenkaan ole ainut tekijä, joka vaikuttaa validiteettiin. Muita tekijöitä ovat muun muassa aika ja vastauksien kato.

Kyselylomake pyrittiin tekemään mahdollisimman selkeäksi ja kysymykset helposti ymmärrettäviksi. Samoja kysymyksiä kysyttiin myös eri kohdissa, mutta eri tavoin. Kysymysten avulla saatiin juuri niihin asioihin vastauksia, joita haluttiinkin tietää. Kysely myös testattiin ennen sen hyväksymistä. Kyselyn testasi kymmenen henkilöä, joista osa antoi kehittämisideoita. Kun kyselyä oli muokattu lopulliseen muotoonsa, arvioivat sen vielä opinnäytetyötä ohjaava opettaja sekä Kurikan kaupunkikeskustan kehittämisprojektissa toimiva projektipäällikkö.

Vastausten katoon saattoi vaikuttaa muun muassa se, että kysely ei ollut kaikkien helposti saatavilla. Se, että kuntalaisille lähetettiin tieto kyselystä postikortilla, saattoi johtaa siihen, että mahdolliset vastaajat eivät viitsineet mennä kyseiselle sivustolle. Myöskään kaikki eivät välttämättä osaa käyttää Internetiä siinä määrin, että olisivat osanneet mennä vastaamaan kyselyyn. Jälkikäteen tuli mieleen myös, että kyselyn olisi voinut lähettää esimerkiksi kaupungin työntekijöille sähköpostitse. Jo se, että kysely tulee suoraan ihmisten henkilökohtaiseen sähköpostiin, madaltaa kynnystä vastata siihen. Näin olisi varmasti saatu hieman lisää vastauksia. Vastausten katoon voi myös vaikuttaa kyselyn arvontapalkinto, joka ei varmastikaan miellyttänyt kaikkia. Moni saattaa ajatella, ettei vastaa kyselyyn, koska palkinto ei miellytä.

LÄHTEET

- Anttila, P. 2000. Tutkimisen taito ja tiedon hankinta. 3. p. Hamina: Akatiimi Oy.
- Broner-Brauer, K. 2002. kaupunkikeskustat ja –kulttuuri kaupunkien kehittämisessä. Kuntaliiton Kuntakehitys- ja tutkimusyksikön tiedote. Visionääri (3), 6.
- Forsberg, A. 1998. Jyväskylän elävä keskusta. Toimintaraportti 1994 - 1997. Jyväskylä 16.1.1998.
- Grönroos, C. 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. 3. uud. p. Helsinki: WSOYpro.
- Heikkilä, M., Santasalo, T. & Karppinen, S. 1996. Suomalaisia kävelykeskustoja. Helsinki: Ympäristöministeriö, Suomen ympäristö 23. Edita.
- Heikkilä, M., Karppinen, S. & Santasalo, T. 1998. Parempi kaupunkikeskusta – seitsemän kaupunkikeskustan kehittäminen. Helsinki: Ympäristöministeriö, Suomen ympäristö 189. Edita
- Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. 7. uud.p. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Heinimäki, H. 2006. Kaupan toimintaympäristö. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2000. Tutkimushaastattelu, teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. 13. osin uud.p. Helsinki: Tammi.
- Junttila, U. & Koivistoinen, M. 2002. Katuympäristön suunnitteluopas. Helsinki: Suomen kuntatekniikan yhdistys.
- Keskustan ja Panttilan osayleiskaava. Kaupallinen selvitys. 2011. Julkaisematon.
- Kurikan kaupunkikeskustan kehittämissuunnitelma. 2010. [Verkkosivu]. Kurikan kaupunki. [Viitattu 10.12.2013]. Saatavana: http://www.kurikka.fi/files/Tiedostot/Kurikka_kehittamissuunnitelma2010.pdf 14.6.2010
- Manelius, L. 2008. Kaupunkikeskustan pyöräilyn ja jalankulun olosuhteiden kehittäminen. Tampere: Tampereen teknillinen yliopisto. Tiedonhallinnan ja logistiikan laitos. Tutkimusraportti 72.

- Melkko, M. 2003. Kaupunkikeskustojen kehittäminen. Kouvola: Kymenlaakson ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö. Kouvola: Graafiset palvelut.
- Metsämuuronen, J. 2006. Laadullisen tutkimuksen käsikirja. 1. p. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Tilastokeskus. Kurikka. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. [Viitattu 8.1.2014]. Saatavana: <http://www.stat.fi/tup/kunnat/kuntatiedot/301.html>
- Toimenpiteet. 2013. [Verkkosivu]. Kurikan kaupunki. [Viitattu 10.12.2013]. Saatavana: <http://www.kurikka.fi/?lang=fi&nv=3&ns=3910&nt=3926&c=3926>
- Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Tammi
- Vägverket, Sveriges Kommuner och Landsting, Banverket, Boverket. 2007. Trafik för en attraktiv stad, Utgåva 2. Edita.
- Wiik, M., Klinga, T. & Jouslehto, E. 2004. Liikkuminen ja yhdyskuntarakenne kaupunkiseudulla. Helsinki. Tiehallinnon selvityksiä 37.

LIITTEET

LIITE 1 Kysely**Kurikan ydinkeskustan palvelujen kartoitus****1. Sukupuoli**

- nainen mies

2. Ikä

- alle 18
 18-25
 26-35
 36-45
 46-55
 56-65
 yli 65

3. Talouden koko

- 1
 2
 3
 4
 5 tai enemmän

4. Asuinpaikan postinumero

5. Arvioi Kurikan ydinkeskustan nykytilaa

	Erittäin hyvä	Hyvä	En osaa sanoa	Huono	Erittäin huono
päivittäistavaramyymälöiden tarjonta päivittäistavaramyymälöiden tarjonta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
vaateliikkeiden tarjonta vaateliikkeiden tarjonta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
toritoiminta toritoiminta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ruokaravintolat ruokaravintolat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kahvilat kahvilat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
iltaravintolat iltaravintolat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
nuorille suunnattu toiminta nuorille suunnattu toiminta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
lapsille suunnattu toiminta lapsille suunnattu toiminta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kulttuuritarjonta (elokuvat, kirjasto jne.) kulttuuritarjonta (elokuvat, kirjasto jne.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tapahtumatarjonta tapahtumatarjonta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
liikuntatarjonta liikuntatarjonta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
turvallisuus turvallisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
siisteys ja kunnossapito siisteys ja kunnossapito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
rakennusten yleisilme rakennusten yleisilme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
näyteikkunoiden ilme näyteikkunoiden ilme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
viihtyisyys viihtyisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Miten Kurikan keskustan vetovoimaa tulisi kehittää?

	Samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En osaa sanoa	Jokseenkin eri mieltä	Eri mieltä
keskustaan tulisi saada uusia erikoisliikkeitä keskustaan tulisi saada uusia erikoisliikkeitä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
keskustaan tulisi saada uusia päivittäistavaramyymälöitä keskustaan tulisi saada uusia päivittäistavaramyymälöitä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kortteleihin tulisi rakentaa pienliikkeitä kortteleihin tulisi rakentaa pienliikkeitä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
uusia suurmyymälöitä tulisi rakentaa uusia suurmyymälöitä tulisi rakentaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
keskusta-asumista tulisi lisätä keskusta-asumista tulisi lisätä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ihmisten tulisi hyödyntää paremmin keskustan tarjontaa ihmisten tulisi hyödyntää paremmin keskustan tarjontaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
nykyisten liikkeiden tulisi parantaa tarjontaansa nykyisten liikkeiden tulisi parantaa tarjontaansa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
liikkeiden tulisi panostaa palveluun liikkeiden tulisi panostaa palveluun	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
liikkeiden tulisi lisätä markkinointiaan liikkeiden tulisi lisätä markkinointiaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
liikkeiden tulisi panostaa asiointiympäristön laatuun liikkeiden tulisi panostaa asiointiympäristön laatuun	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
liikkeiden aukioloa tulisi aikaistaa liikkeiden aukioloa tulisi aikaistaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4(2)

7. Ydinkeskustan vetovoiman keskeisimmät ongelmat tulevaisuudessa. Valitse kolme (3) keskeisintä haastetta.

- palvelutarjonnan vetovoimaisuuden hiipuminen (liikkeet, palvelut, tapahtumat jne.)
- kuluttajien käyttäytymiseen muutos keskustalle epäsuotuisaksi (kysynnän hiipuminen)
- keskustan ulkopuolisten keskusten voimistuminen (kilpailun kiristyminen)
- sopivien liiketilojen tarjonnan puute ydinkeskustassa
- ydinkeskustan vuokratasojen kohoaminen
- ydinkeskustan yleisilmeen/viihtyvyyden rapistuminen
- pysäköinti
- sijoittajien/rahoituksen puute uusiin keskustan hankkeisiin (asuin-, liike- ja toimistotilat)
- kunnallinen päätöksenteko (Rahoitus y.m.)
- yritysten markkinointiyhteistyön puutteet
- ydinkeskustan liikkeiden välinen kilpailu
- muu, mikä?

8. Mistä haluaisitte saada tiedon Kurikan keskustan palveluista?

- sanomalehdestä, mistä lehdestä?

- internetsivuilta, mistä?

- facebookista, mistä?

- esitteistä
- muulta, mistä?

9. Mitä tuotteita tai palveluita ostate toiselta paikkakunnalta tai internetistä?

10. Millaista palautetta haluaisitte antaa keskustan kehittäjille (yrittäjät, kiinteistön omistajat, kaupunki)?

Kiitos palautteesta!

11. Mikäli haluat osallistua vuoden uimalipun arvontaan, täytä yhteystietosi alle.

Etunimi

Sukunimi

Puhelinnumero

Sähköpostiosoite

Katuosoite

Postinumero

Postitoimipaikka

12. Minulle saa

- lähettää lisätietoa ja kutsuja kaupunkikeskustan kehittämistyöhön liittyen
- lähettää tiedotus- ja markkinointiviestejä Kurikan kaupungilta