

Jyväskylän yliopiston
kauppakorkeakoulu

TARJA NIEMELÄ & MIIA VASAMA

**Kyläkaupan palveluiden laatu asiakkaiden
näkökulmasta**

N:o 203 / 2014

Jyväskylän yliopisto
Kauppakorkeakoulu
Pl 35, 40014 Jyväskylän yliopisto
Puh. 040- 576 7793
jsbe-info@jyu.fi

ISBN 978-951-39-5671-4
978-951-39-5672-1
Jyväskylä 2014

Niemelä, Tarja
Vasama, Miia

Kyläkaupan palveluiden laatu asiakkaiden näkökulmasta

Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, 2013
Kauppakorkeakoulun julkaisusarja
ISSN 1799-3059
ISBN 978-951-39-5671-4 (nid.)
978-951-39-5672-1 (verkkoj.)



Kirjoittajat

Tarja Niemelä
Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulu
PL 35 40014 Jyväskylän yliopisto
tarja.niemela@ju.fi

Miia Vasama
Vasama Miia f7120@student.jamk.fi

ESIPUHE

Kyläkauppa- tutkimuksen tavoitteena oli selvittää kyläkauppojen palveluita ja palveluiden laatua kyläkaupassa asioivien asiakkaiden näkökulmasta. Halusimme kartoittaa palveluiden saatavuutta, riittävyttä, toimivuutta sekä tekijöitä joita asiakkaat pitävät tärkeänä kyläkaupan palveluita käyttäessään.

Tutkimus osoitti kyläkaupan palveluiden laadun olevan hyvällä tasolla. 80 %:ia vastaajista oli erittäin tyytyväisiä kyläkaupansa palveluihin. Asiakkaat esittivät myös lukuisia ehdotuksia palveluiden kehittämiseksi.

Tutkimustulokset antavat myös kehittämissyötteitä maaseudun asumisen ja asumista tukevan yrittäjyyden ja liiketoiminnan edistämistyöhön. Kyläkauppojen palveluiden saatavuus ja toimivuus on tärkeä osa kylien yhteisöllisyyden rakentumista erityisesti harvaanasutulla maaseudulla ja ydinmaaseudulla.

Tutkimusnäytteen muodosti 12 kyläkaupassa asioineen 135 asiakkaan vastaukset. Tutkimustuloksia voidaan tulkita suuntaa antavina, mutta niitä ei voi yleistää kaikkiin kyläkauppoihin Suomessa.

Tutkimuksen tietosisällön suunnitteluun osallistuivat Reena Laukkanen-Abbey Suomen Nuorisoseurat Ry:n Palvelutuuli -hankkeesta, Jussi Nyrhinen Päivittäistavarakauppa Ry:n Kyläkauppa -hankkeesta ja Henna Sauranen Suomen Nuorisoseurat Ry:stä. Haluamme kiittää teitä mutkattomasta yhteistyöstä. Tutkimuksen toteuttivat agrologiopiskelija Miia Vasama Jyväskylän ammattikorkeakoulun Biotalousinstituutista ja tutkimusjohtaja Tarja Niemelä Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulusta.

Kyselyn tuloksia tullaan hyödyntämään maaseudun palvelujen, maaseutuasumisen ja yrittäjyyden edistämisen ja kehittämistyössä. Tuloksista tiedotetaan mm. Päivittäistavarakauppa Ry:lle, Keski-Suomen Yrittäjille, Keski-Suomen ELY-keskukselle, Keski-Suomen liiton maaseutuasumisen teemaryhmälle, Keski-Suomen Kylät ry:lle ja Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmän (YTR) maaseutuasumisen verkostoryhmälle.

Haluamme kiittää kaikkia kyläkauppayrittäjiä, kyselyyn vastanneita asiakkaita ja yhteistyökumppaneita tutkimuksen mahdollistamisesta.

Keski-Suomen maaseutustrategia-hankkeen rahoittajia kiitämme kyselyn ja raportin julkaisemisen tukemisesta. Kiitämme myös Suomen kulttuurirahaston Keski-Suomen rahastoa raportin kirjoitustyön tukemista.

Jyväskylässä huhtikuussa 2014

Tarja Niemelä
Miia Vasama

KUVAT

KUVA 1. VASTAAJIEN SUKUPUOLI.....	9
KUVA 2. VASTAAJIEN IKÄ	9
KUVA 3. TALOUDEN KOKO	10
KUVA 4. LÄHIN KYLÄKAUPPA	11
KUVA 5. ASUMINEN KYLÄLLÄ	12
KUVA 6. ASUMINEN KYLÄLLÄ VUOSISSA	12
KUVA 7. KYLÄKAUPAN PALVELUVALIKOIMA.....	13
KUVA 8. TYYTYVÄISYYS KYLÄKAUPAN PALVELUIHIN	14
KUVA 9. TYYTYVÄISYYS KYLÄKAUPAN PALVELUIHIN JA TOIMINTAAN	15
KUVA 10. KYLÄKAUPASSA ASIOIMINEN	16
KUVA 11. KYLÄKAUPAN PALVELUJEN TARJONTA	17
KUVA 12. AKTIIVISUUS KYLÄYHTEISÖSSÄ	18
KUVA 13. VERKKOASIOINTI	19
KUVA 14. PÄIVITTÄISTAVARAOSTOT KUUKAUDESSA EUROINA.....	20
KUVA 15. RUOKAKUNNAN PÄIVITTÄISTAVARAOSTOT KUUKAUDESSA KYLÄKAUPASTA EUROINA	22
KUVA 16. PÄIVITTÄISTAVARAKAUPASSA ASIOINTI KUUKAUDESSA	23
KUVA 17. KYLÄKAUPASSA ASIOINTI KUUKAUDESSA.....	24

Sisällysluettelo

KUVAT.....	6
1 TUTKIMUKSEN TAUSTA JA OTANTA.....	8
2 TAUSTATIEDOT.....	9
2.1 Yleiset tiedot.....	9
2.1.1 Vastaajien sukupuoli.....	9
2.1.2 Vastaajien ikä.....	9
2.1.3 Talouden koko.....	10
2.1.4 Lähin kyläkauppa.....	11
3 ASUMINEN KYLÄLLÄ.....	12
3.1 Ympärivuotinen asuminen ja vapaa-ajan asuminen.....	12
3.2. Kylällä asuminen vuosissa.....	12
4 KYLÄKAUPAN PALVELUT.....	13
4.1 Kyläkaupan palveluvalikoima.....	13
4.2 Tyytyväisyys kyläkaupan palveluihin.....	14
5 PÄIVITTÄISTAVAROIDEN OSTAMINEN KYLÄKAUPASTA.....	20
5.1 Päivittäistavaraostot euroina kuukaudessa.....	20
5.2. Päivittäistavaraostot kyläkaupasta kuukaudessa euroina.....	21
5.3 Ruokakunnan ostot kyläkaupasta kuukaudessa.....	22
5.4 Päivittäistavarakaupassa asiointi kuukaudessa.....	23
6 KYLÄKAUPAN PALVELUIDEN KÄYTTÄMISEEN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT.....	25
6.1 Miksi asioin kyläkaupassa.....	25
6.2 Miksi en asioi kyläkaupassa.....	26
6.3 Toiveita kyläkaupalle.....	27
7 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET.....	29

1 TUTKIMUKSEN TAUSTA JA OTANTA

Kyläkauppa- tutkimuksen tavoitteena oli selvittää kyläkauppojen palveluita ja palveluiden laatua kyläkaupassa asioivien asiakkaiden näkökulmasta. Halusimme kartoittaa palveluiden saatavuutta, riittävyttä, toimivuutta sekä niitä tekijöitä joita asiakkaat pitävät tärkeänä kyläkaupan palveluita käyttäessään.

Laadulla tässä tutkimuksessa tarkoitamme palvelun tasoon (esim. saatavuuteen, riittävyteen, toimivuuteen) vaikuttavia tekijöitä, ja yleisesti niitä tekijöitä joita kyläkaupassa asioivat asiakkaat pitävät tärkeänä.

Tietosisällön suunnittelussa hyödynnettiin kyläkauppa-työryhmän monipuolista osaamista. Työryhmään kuului kyläkauppiaita, kyläkauppahankkeiden ja maaseudun palveluhankkeiden vetäjiä sekä viestinnän alan ammattilaisia. Sähköisen kyselylomakkeen toimivuutta testasivat muutama kyläkauppayrittäjä, kyläkaupassa asioiva asiakas ja hankevetäjä.

Kyselyn yhteystiedot saatiin Päivittäistavarakauppa Ry:n Kyläkauppa -hankkeelta. Vastaajien tavoittamiseksi kyläkaupat jakoivat kauppojen kassoilla flyereita joissa oli tietoa kyselystä. Linkki kyselyyn avattiin 24.1.2014. Vastausaika päättyi 31.1.2014.

Tutkimukseen osallistui kaikkiaan 17 kyläkauppaa eri puolelta Suomea. Keski-suomalaisia kyläkauppoja edustivat Muurasjärven Muurasmarket ja Pihlajavedeltä Pihlajaveden kauppala. Kaikkiaan otokseen saatiin 12 kyläkaupassa asioiden 135 asiakkaan vastaukset. Lisäksi 121 avasi kyselyn lähettämättä vastausta. Suhteellisesti eniten vastauksia saatiin Muurasjärven kyläkaupasta. Tutkimustuloksia voidaan tulkita suuntaa antavina, mutta niitä ei voi yleistää kaikkiin kyläkauppoihin Suomessa.

Tutkimuksen rahoituksesta ovat vastanneet Keski-Suomen maaseutustrategiahankkeen rahoittajat: Keski-Suomen ELY-keskus (Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelma 2007–2013) ja Keski-Suomen liitto (Keski-Suomen Kehittämisrahasto) ja Suomen kulttuurirahaston Keski-Suomen rahasto.

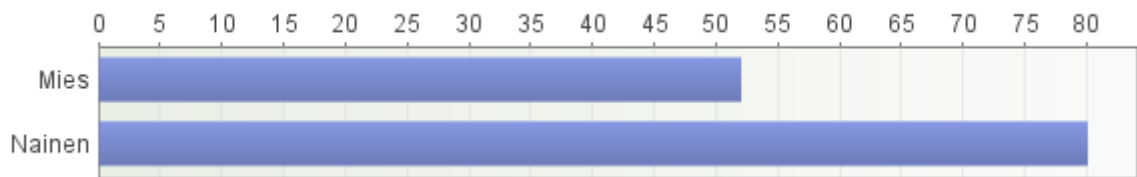
2 TAUSTATIEDOT

2.1 Yleiset tiedot

2.1.1 Vastaajien sukupuoli

Vastaajista suurin osa oli naisia (60 %).

Vastaajien määrä: 132

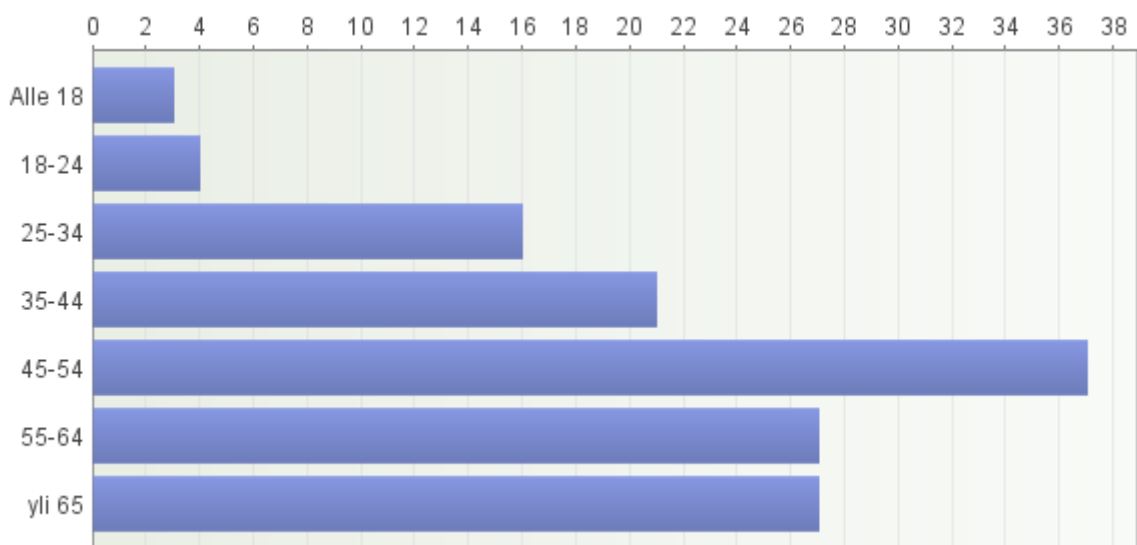


KUVA 1. Vastaajien sukupuoli

2.1.2 Vastaajien ikä

Vastaajien ikä vaihteli alle 18-vuotiaista yli 65- vuotta täyttäneisiin. Kyselyyn vastanneista eniten edustettuina olivat yli 35- vuotta täytneiden ikäryhmät. Vähiten edustettuina olivat alle 35-vuotiaat.

Vastaajien määrä: 135

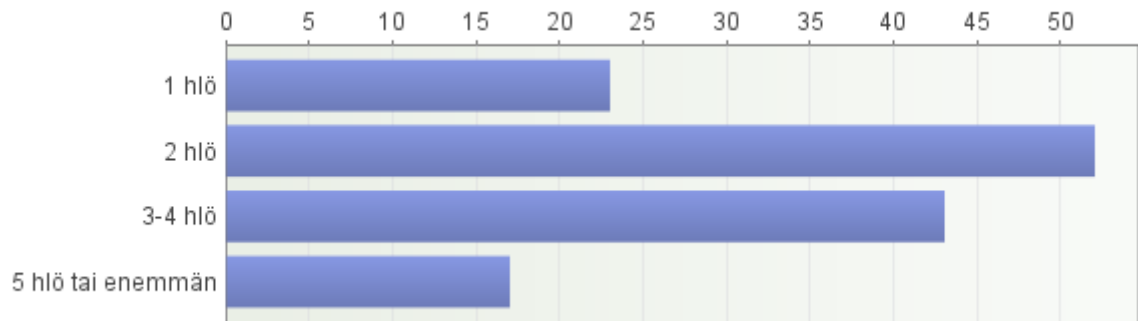


KUVA 2. Vastaajien ikä

2.1.3 Talouden koko

Kysyttäessä, *mikä on taloutesi koko*, 2 henkilön ja 3-4 henkilön taloudet ovat suhteellisesti eniten edustettuina, vastaavasti 1 henkilön ja yli 5 henkilön ylittäviä talouksia oli vastaajien keskuudessa vähiten.

Vastaajien määrä: 135



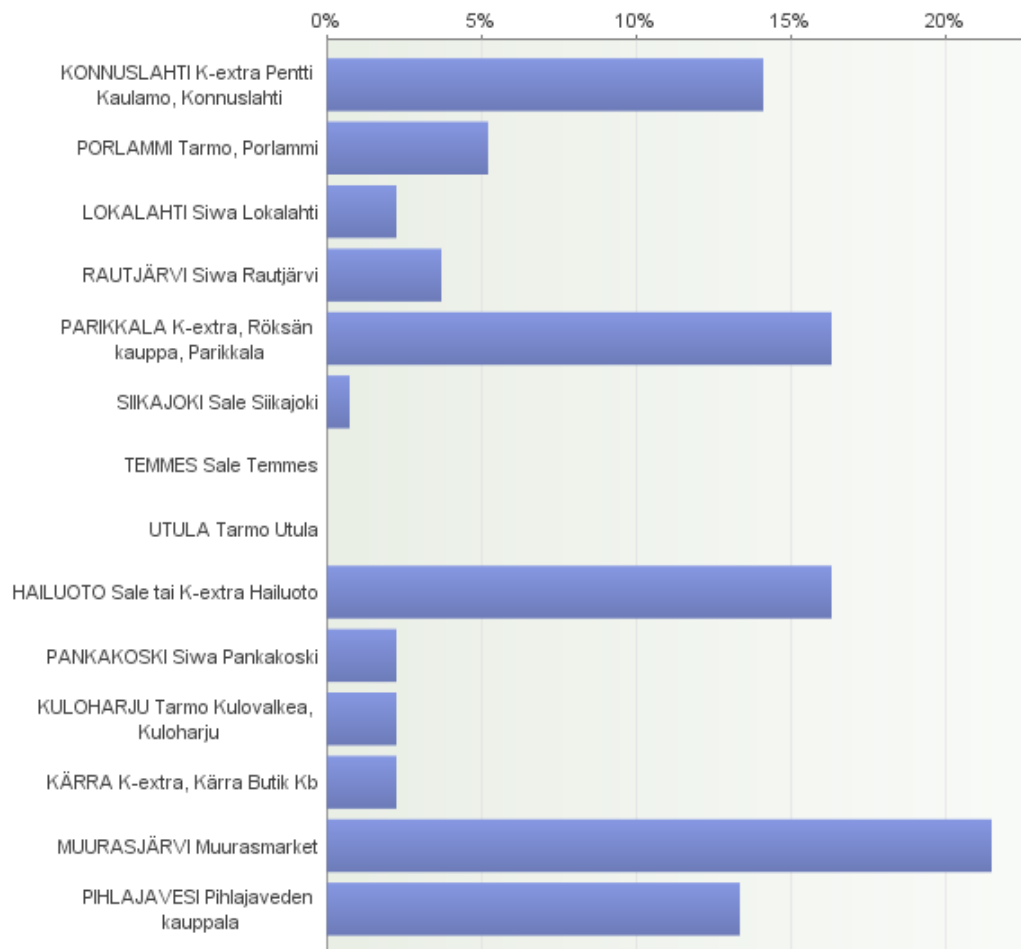
KUVA 3. Talouden koko

2.1.4 Lähin kyläkauppa

Vastaajien lähintä kyläkauppaa (N=135) kysyttäessä saatiin selville kyläkauppojen edustavuus tutkimuksessa ja vastanneiden asiakkaiden lähin kyläkauppa.

Keskisuomalaisia kyläkauppoja kyselyssä edustivat Muurasjärveltä Muurasmarket ja Pihlajavedeltä Pihlajaveden Kauppala.

Vastaajien määrä: 135



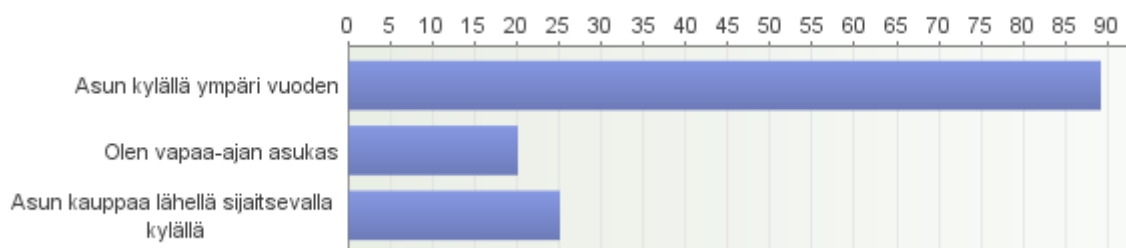
KUVA 4. Lähin kyläkauppa

3 ASUMINEN KYLÄLLÄ

3.1 Ympärivuotinen asuminen ja vapaa-ajan asuminen

Kysyttäessä, *asutko kylällä ympäri vuoden vai oletko vapaa-ajan asukas*, 88 % vastaajista ilmoitti asuvansa kylällä ympäri vuoden, noin 25 % ilmoitti asuvansa kauppaa lähellä sijaitsevalla kylällä, ja noin 20 % vastaajista kertoi olevansa vapaa-ajan asukas.

Vastaajien määrä: 134

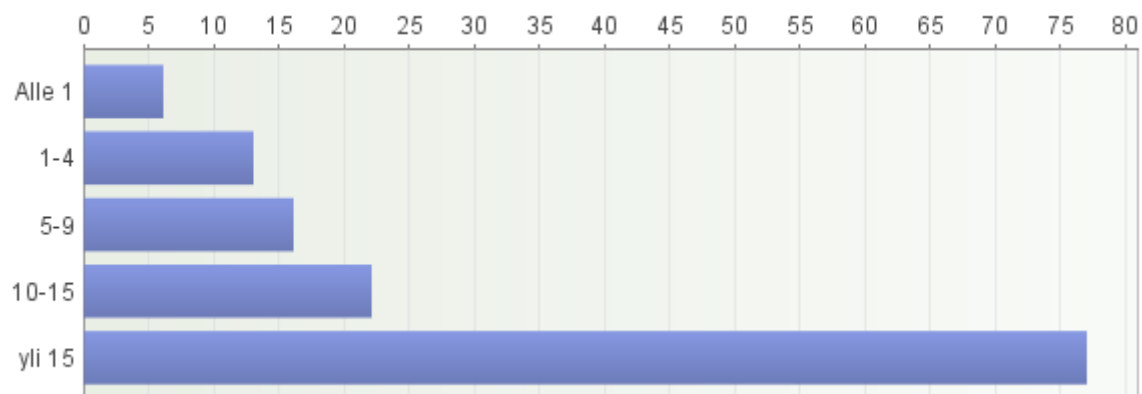


KUVA 5. Asuminen kylällä

3.2. Kylällä asuminen vuosissa

Kysyttäessä, *kuinka monta vuotta olet asunut kylällä*, selvä enemmistö vastaajista ilmoitti asuneensa kylällä yli 15 vuotta.

Vastaajien määrä: 134



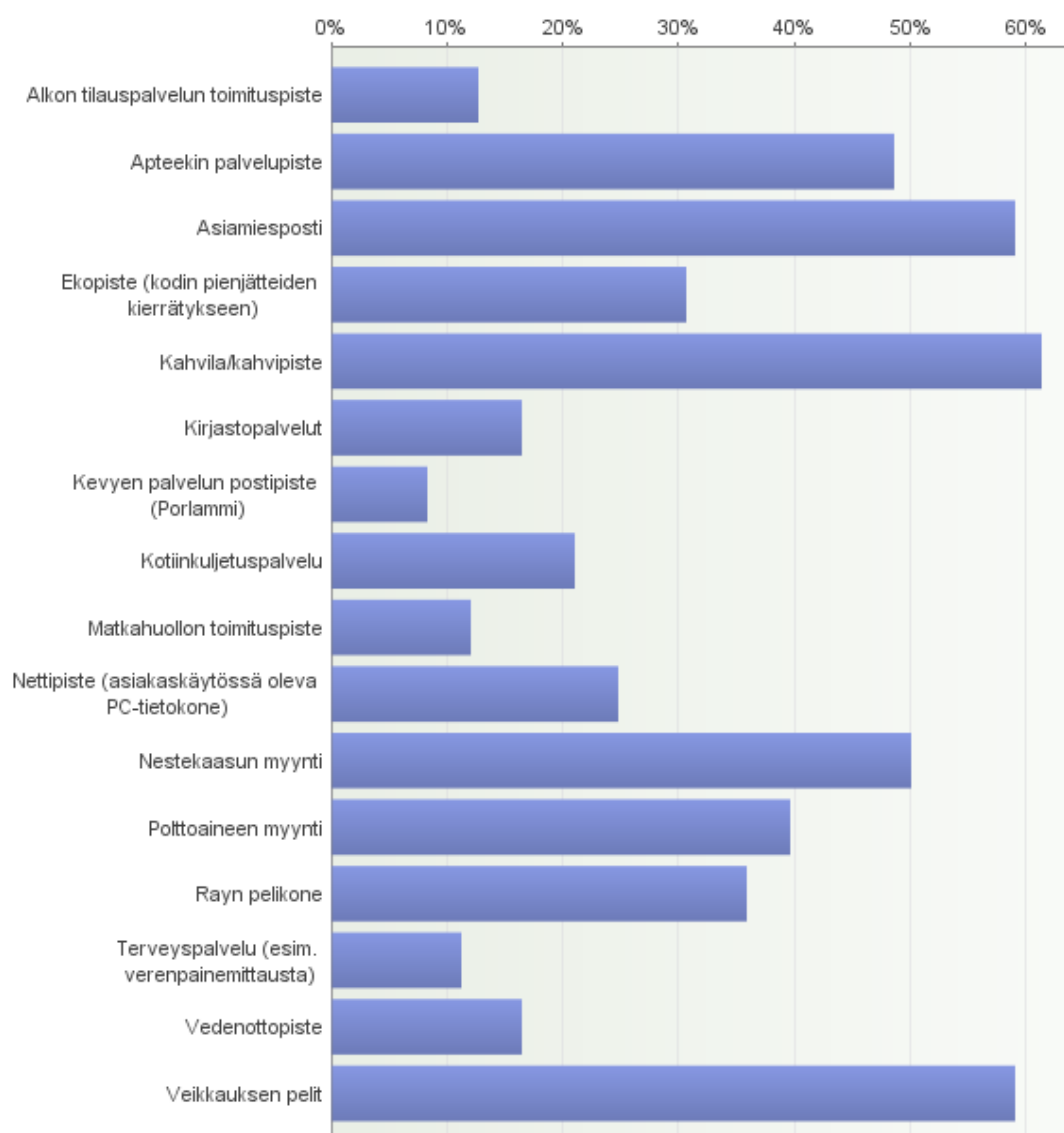
KUVA 6. Asuminen kylällä vuosissa

4 KYLÄKAUPAN PALVELUT

4.1 Kyläkaupan palveluvalikoima

Pyydettyä asiakkaita valitsemaan ne *palvelut jotka löytyvät heidän kyläkaupastaan*, voidaan kuvasta 7 havaita, että varsin monesta kyläkaupasta löytyy esimerkiksi kahvila/kahvipiste, veikkauksen pelit, asiamiesposti, apteekin palvelupiste, nestekaasun myynti. Vähiten saatavilla olevia palveluja olivat esimerkiksi terveyspalvelut, vedenottopiste tai matkahuollon toimipiste.

Vastaajien määrä: 134



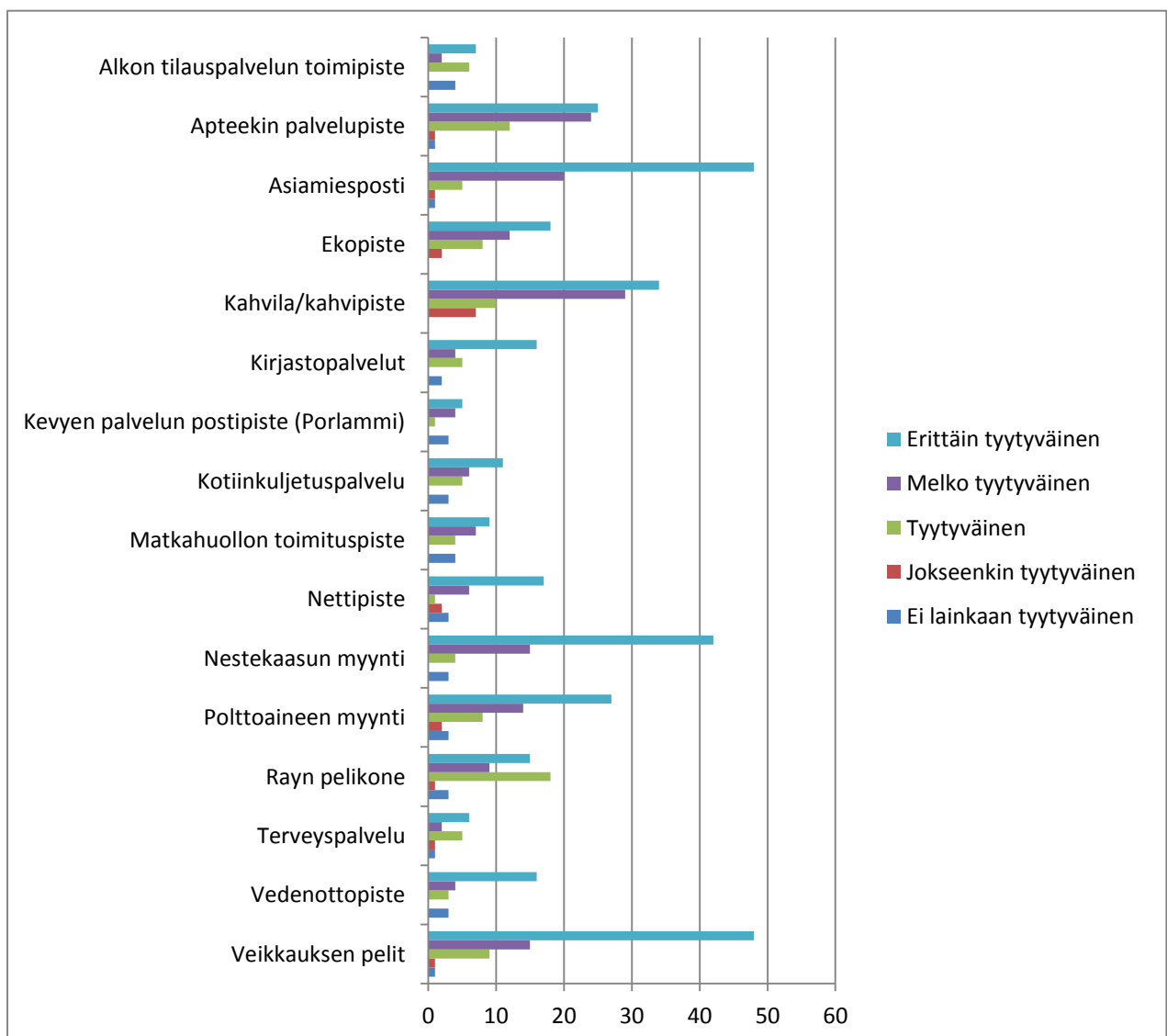
KUVA 7. Kyläkaupan palveluvalikoima

4.2 Tyytyväisyys kyläkaupan palveluihin

Kysyttäessä, *kuinka tyytyväinen olet ollut seuraaviin kyläkaupallasi tarjottaviin palveluihin*, haluttiin tarkemmin kartoittaa asiakkaiden kokema tyytyväisyyttä käyttämiinsä palveluihin. Mikäli palvelua ei ollut, pyysimme vastaajia jättämään valitsematta mitään alla olevista kuvan 8 vaihtoehdoista.

Vastaajat noin 40 % oli erittäin tyytyväisiä mm. asiamiespostiin, nestekaasun myyntiin ja veikkauksen peleihin.

Vastaajien määrä: 131

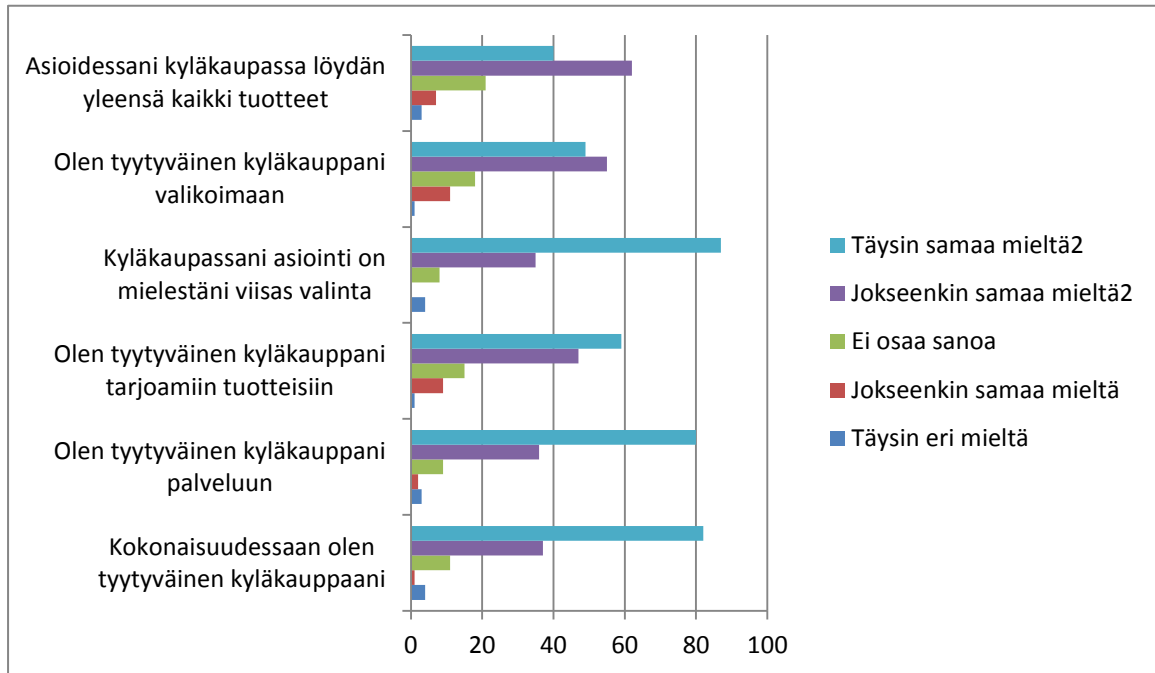


KUVA 8. Tyytyväisyys kyläkaupan palveluihin

Seuraavaksi pyysimme asiakkaita ottamaan kantaa alla olevan kuvan 9 väittämiin, joilla kartoitimme vastaajien tyytyväisyyttä *kyläkaupan palveluihin ja toimintaan*. Vastaajista 80 % oli tyytyväisiä kyläkauppaansa kokonaisuutena, sekä kyläkaupan palveluun että pitävät kyläkaupassa asiointia viisaana ratkaisuna.

Noin 50–60 % oli tyytyväisiä kyläkaupan tarjoamiin tuotteisiin ja valikoimaan.

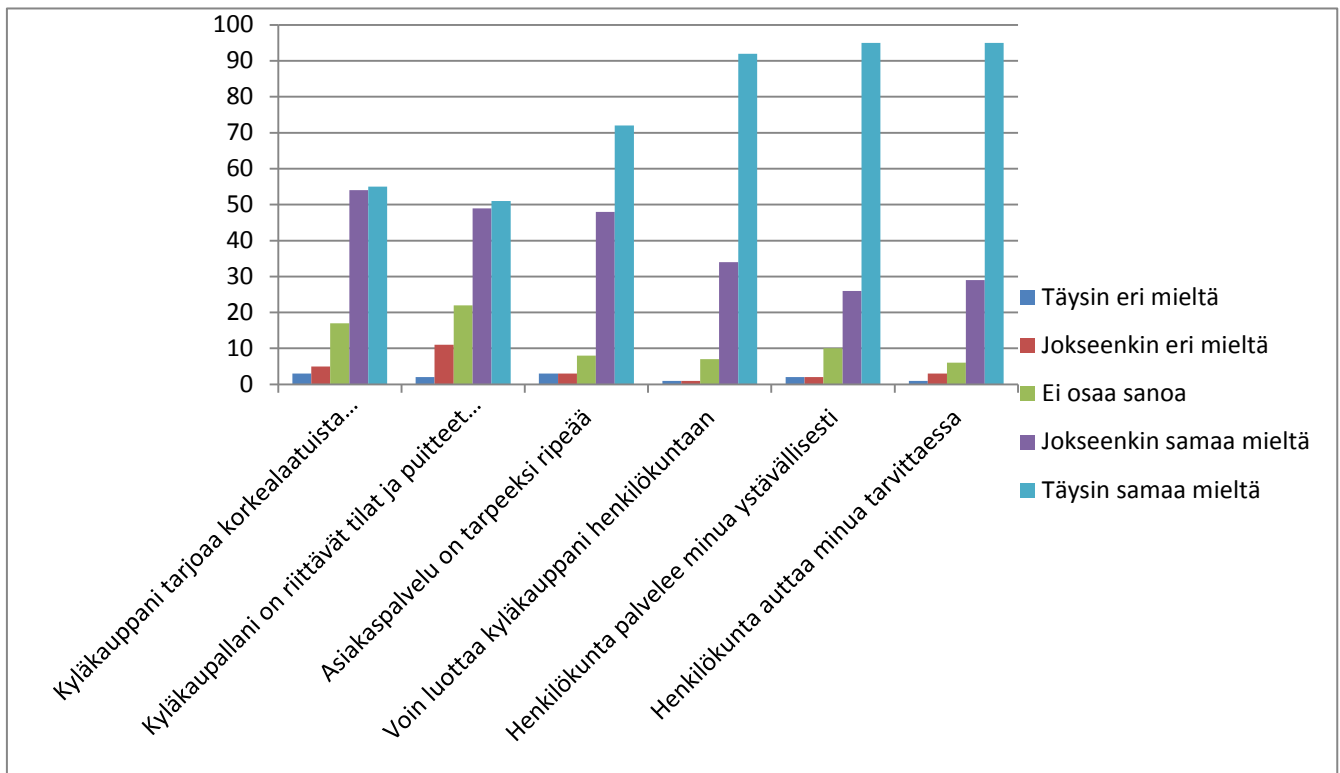
Vastaajien määrä: 135



KUVA 9. Tyytyväisyys kyläkaupan palveluihin ja toimintaan

Seuraavaksi pyysimme vastaajia kuvan 10 väittämiä. Kyläkaupan palveluiden tarjonnassa tärkeänä pidettiin auttamishalua, luottamusta kyläkaupan henkilökuntaan, palvelun ystävällisyyttä ja asiakaspalvelun riipeyttä. Myös kyläkaupan tarjoama korkealaatuinen palvelu ja riittävän tilavat puitteet palveluiden tarjoamiseksi koettiin tärkeiksi.

Vastaajien määrä:13

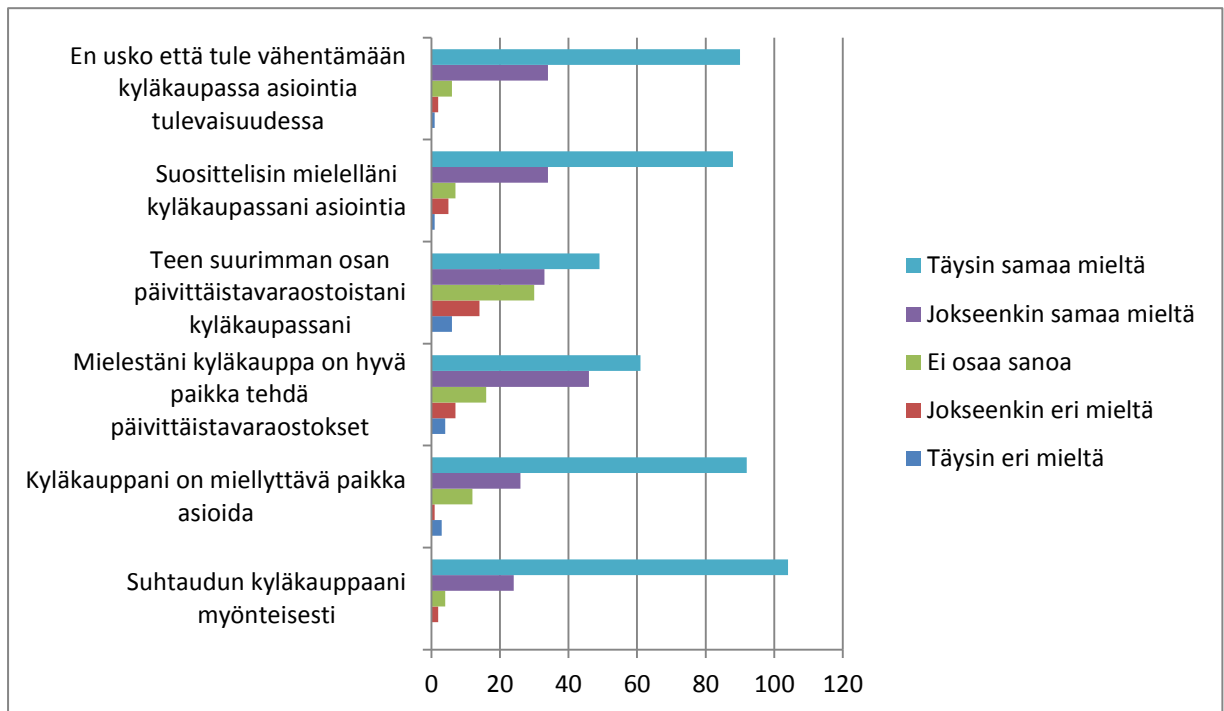


KUVA 10. Kyläkaupassa asioiminen

Pyysimme asiakkaita ottamaan kantaa *kyläkaupassa asioimista* koskeviin kuvan 11 väittämiin. Arvioinneissa korostuivat myönteinen suhtautuminen kyläkauppaan, asioinnin miellyttävyyteen, asiakkaat suosittelivat mielellään kyläkaupassa asiointia tuttavilleen ja ystävilleen.

Vastaajat uskovat tulevaisuudessakin asioivansa kyläkaupassa samaan tapaan kuin nykyisin.

Vastaajien määrä: 135

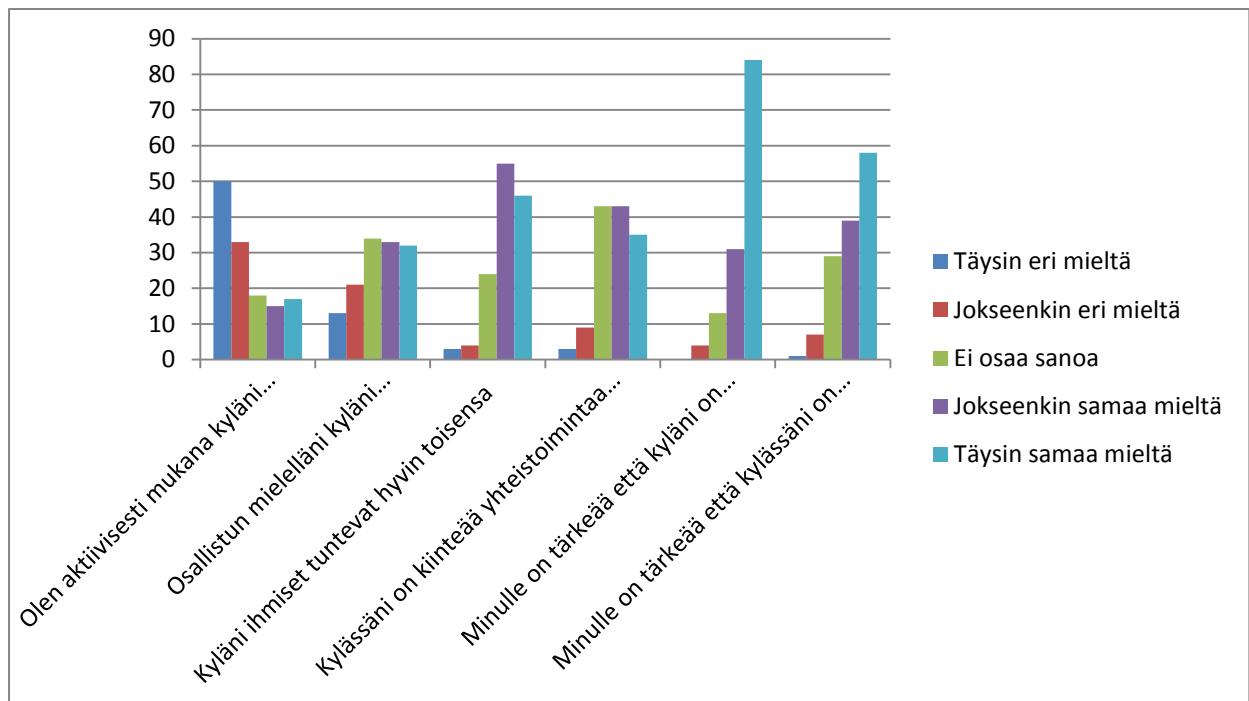


KUVA 11. Kyläkaupan palvelujen tarjonta

Kyläyhteisöä koskevia kuvan 11 väittämiä tarkasteltaessa huomataan että yli 80 % vastaajista oli täysin samaa mieltä väittämän ”minulle on henkilökohtaisesti tärkeää, että kyläni on elinvoimainen” ja lähes 60 % myös väittämästä ” minulle on henkilökohtaisesti tärkeää, että kylässäni on kiinteää yhteistoimintaa asukkaiden välillä.

Jokseenkin samaa mieltä oltiin siitä, että ”kylän ihmiset tuntevat hyvin toisensa” ja ” kylässä on kiinteää yhteistoimintaa ihmisten välillä (esim. talkoot, tapahtumat, yhdistystoiminta). Sen sijaan väittämien ” osallistun mielelläni kyläni tapahtumiin (esim. talkoot, markkinat)” ja ” olen aktiivisesti mukana kyläni luottamustehtävissä tai yhdistystoiminnassa” vastaajat eivät joko osanneet sanoa tai olivat jokseenkin eri mieltä väittämien kanssa.

Vastaajien määrä: 134

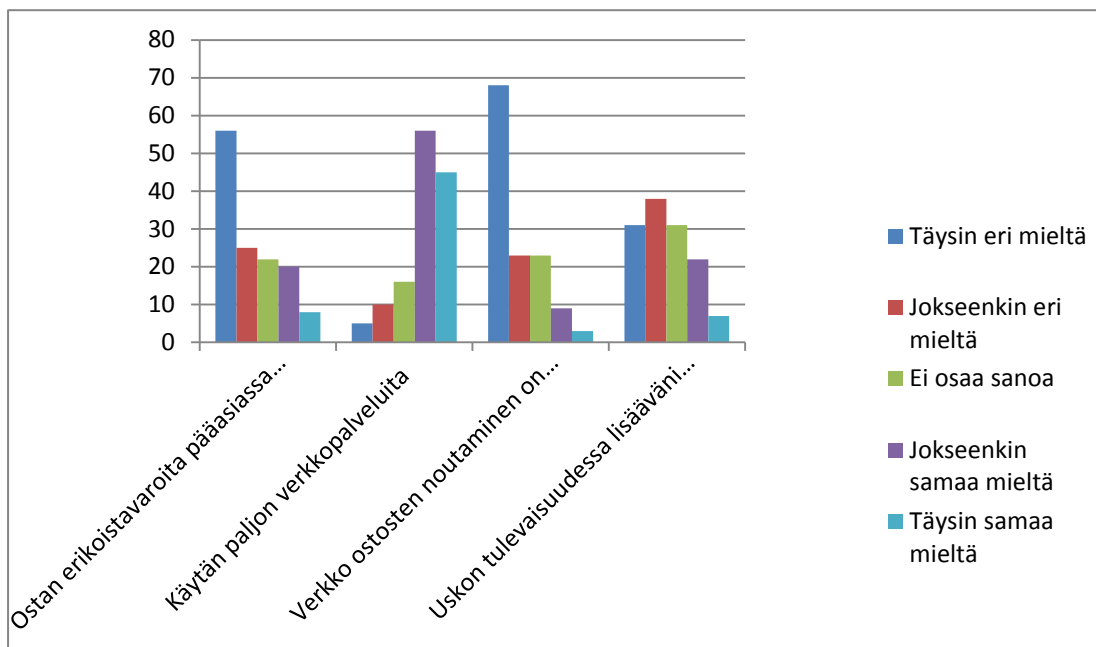


KUVA 12. Aktiivisuus kyläyhteisössä

Pyysimme vastaajia arvioimaan vielä verkkoasiointia koskevia kuvan 12 väittämiä. Lähes 70 % vastaajista oli jokseenkin samaa mieltä väittämän ”käytän paljon verkkopalveluita (esim. verkkopankki, verohallinnon ja Kelan sivut) kanssa”. Enemmistö vastaajista oli jokseenkin eri mieltä väittämän ”uskon tulevaisuudessa lisääväni verkkoasiointia (verkkokauppa ja palvelut) kanssa”.

Noin 55 % vastaajista oli täysin eri mieltä väittämästä ”ostan erikoistavaroita (esim. vaatteet, elektroniikka) pääasiassa verkosta”. Täysin eri mieltä vastaajat (lähes 70 %) olivat väittämästä ”verkko-ostosten noutaminen on keskeinen syy asiointille kyläkaupassa”.

Vastaajien määrä: 133



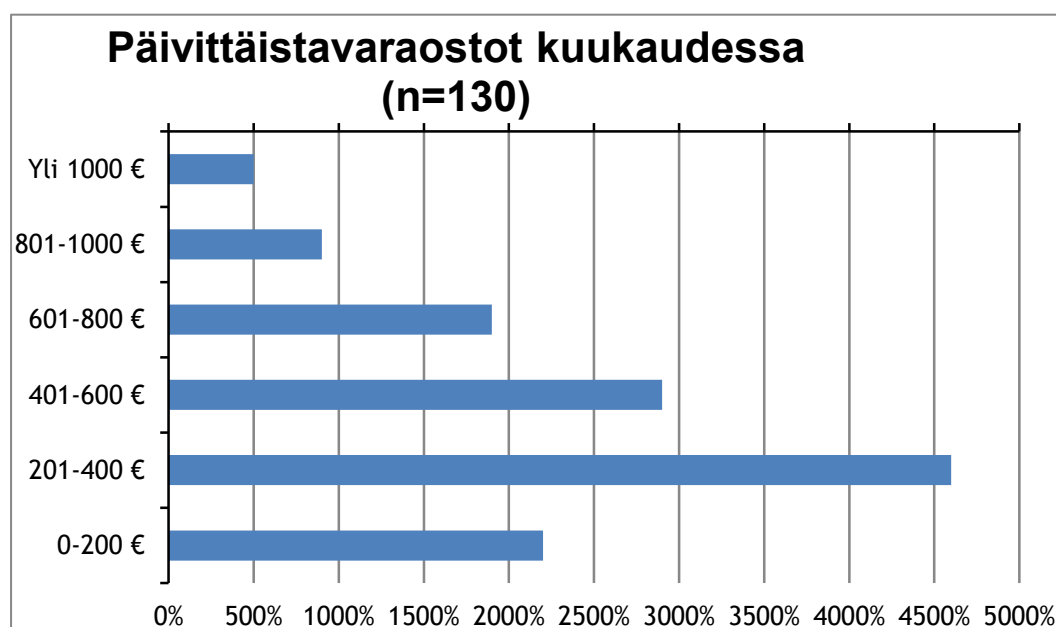
KUVA 13. Verkkoasiointi

5 PÄIVITTÄISTAVAROIDEN OSTAMINEN KYLÄ- KAUPASTA

5.1 Päivittäistavaraostot euroina kuukaudessa

Kysyttäessä ”*Kuinka paljon käytät rahaa päivittäistavaraostoihisi kuukaudessa*”, noin vajaan puolet vastaajista arvioi käyttävänsä 200–400 euroa kuukaudessa päivittäistavaroiden ostamiseen.

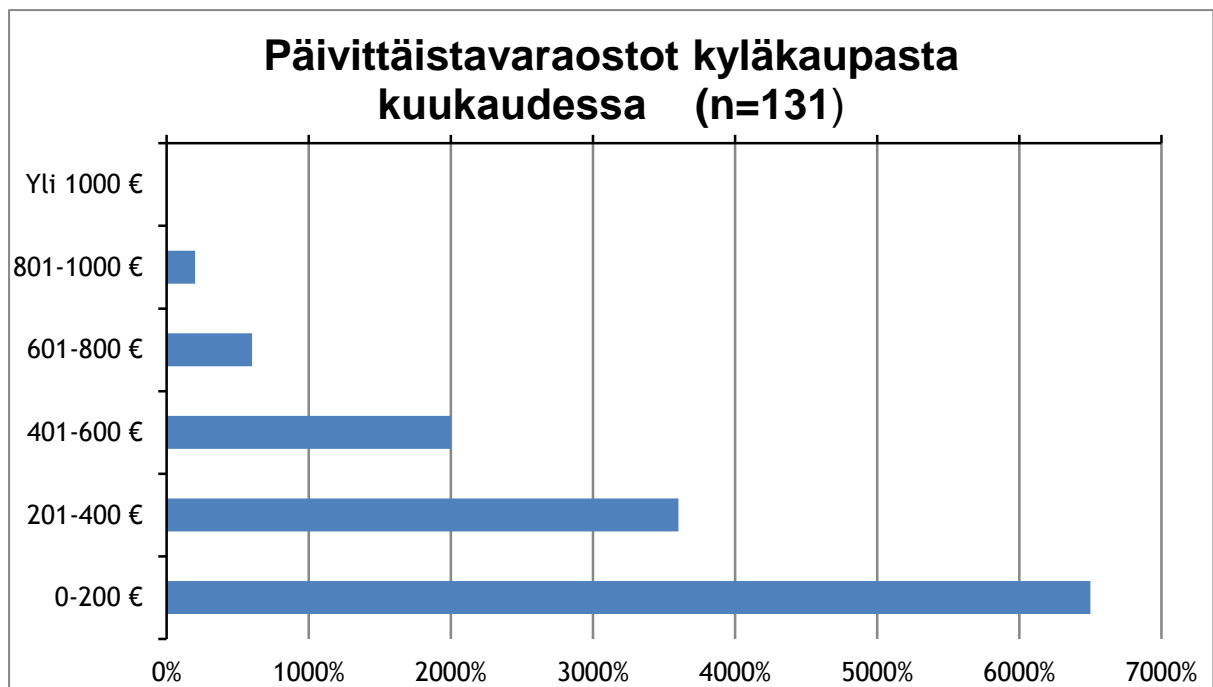
Lähes 30 % vastaajista ilmoitti käyttävänsä 400–600 euroa ostoihin kuukaudessa. Yli 1000 eurolla ostoja tekeviä oli noin 5 % vastaajissa.



KUVA 14. Päivittäistavaraostot kuukaudessa euroina

5.2. Päivittäistavaraostot kyläkaupasta kuukaudessa euroina

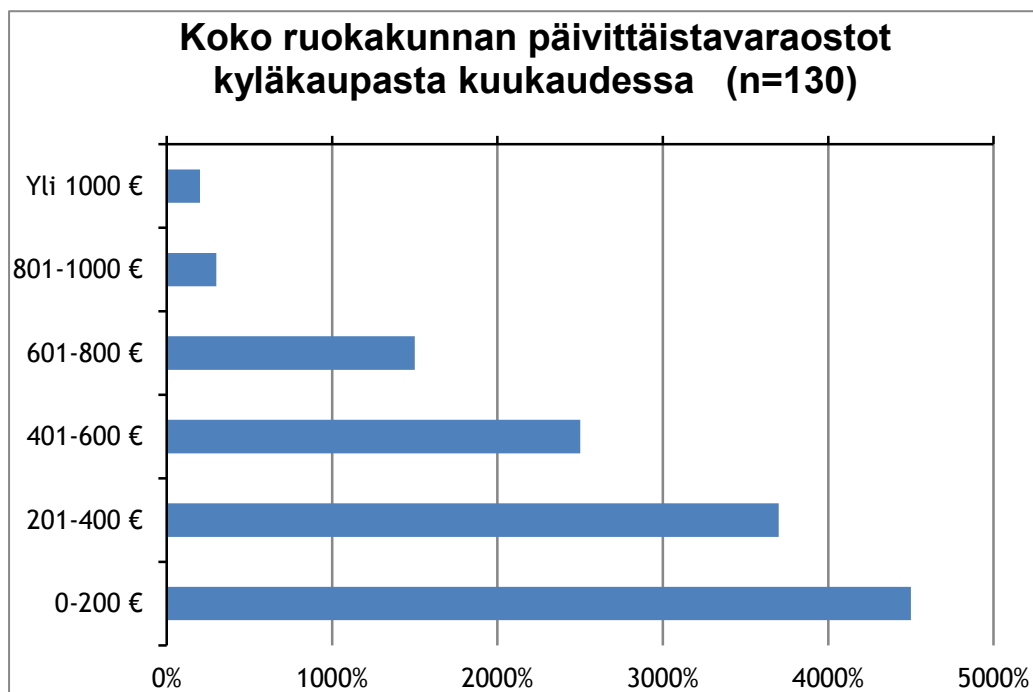
Kysyttäessä, ”Kuinka monella eurolla ostat itse päivittäistavaroita kyläkaupastasi kuukaudessa”, 65 % ostaa 0-200 eurolla, 35 % ostaa 201-400 eurolla, 20 % 401-600 eurolla. Vastaajista alle 6 % ostaa yli 600 eurolla kuukaudessa päivittäistavaraostoja kyläkaupasta kuukaudessa.



KUVA 14. Päivittäistavaraostot kyläkaupasta kuukaudessa

5.3 Ruokakunnan ostot kyläkaupasta kuukaudessa

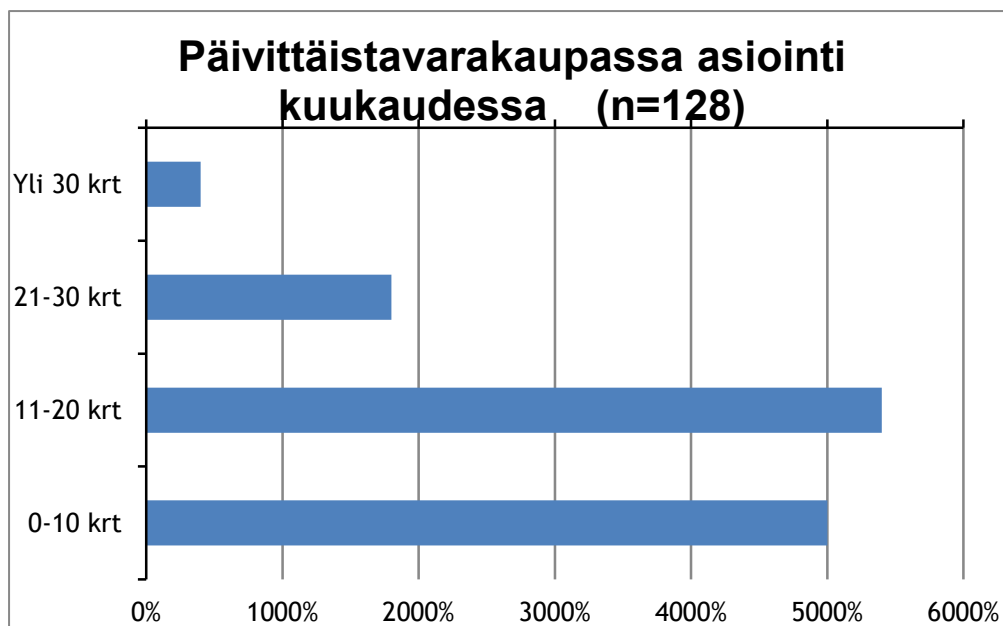
Kysyttäessä, ”kuinka monella eurolla koko ruokakuntasi ostaa päivittäistavaroita kyläkaupastasi kuukaudessa”, vastaajista 45 % ilmoitti ostavansa noin 0-200 eurolla, 37 %:ia 201-400 eurolla, 24 %:ia 401-600 eurolla, ja noin 15 %:ia ilmoitti ostavansa 601-800 eurolla kuukaudessa. Yli 800 ja 1000 euron ostoja tehdään vähiten (alle 5 %).



KUVA 15. Ruokakunnan päivittäistavaraostot kuukaudessa kyläkaupasta euroina

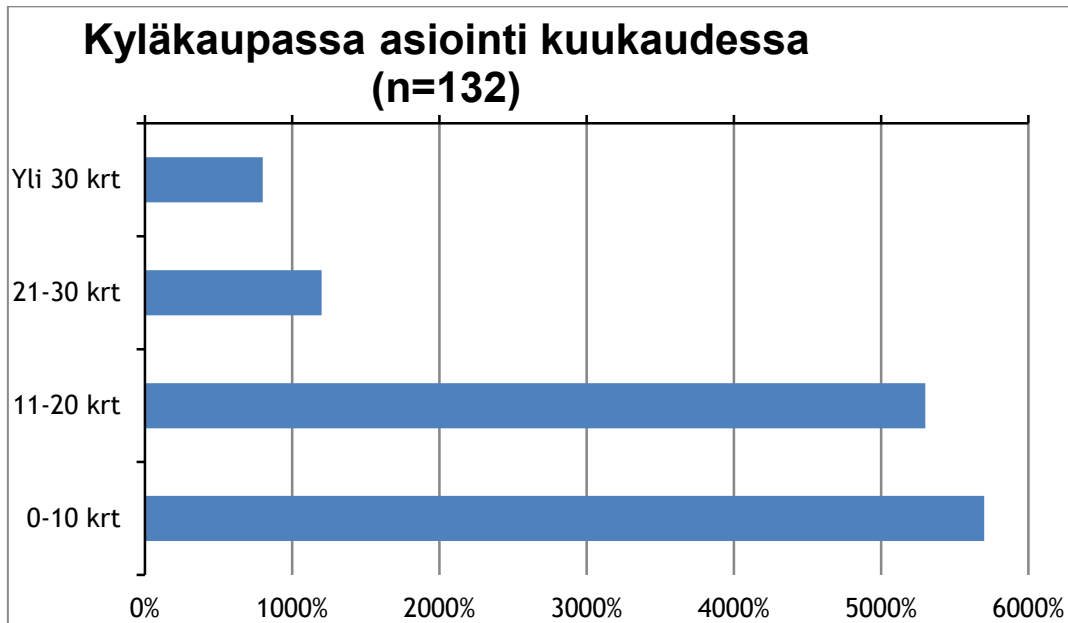
5.4 Päivittäistavarakaupassa asiointi kuukaudessa

Kysyttäessä, "kuinka monta kertaa asioit päivittäistavarakaupassa kuukaudessa" noin 54 % asioidi 11-20 kertaa, 50 % 0-10 kertaa, ja 18 % 21-30 kertaa. Niitä jotka asioivat yli 30 kertaa oli alle 5 %.



KUVA 16. Päivittäistavarakaupassa asiointi kuukaudessa

Kysyttäessä, *kuinka monta kertaa kuukaudessa asioit kyläkaupassa*, noin 57% asioi 0-10 kertaa, 52 % asioi 11-20 kertaa, 11-12% asioi 21-30 kertaa, ja noin 7 % asioi yli 30 kertaa kuukaudessa kyläkaupassa.



KUVA 17. Kyläkaupassa asiointi kuukaudessa

6 KYLÄKAUPAN PALVELUIDEN KÄYTTÄMISEEN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT

6.1 Miksi asioin kyläkaupassa

Kyselytutkimuksen lopuksi kartoitettiin muutamalla avoimella kysymyksellä sitä, miksi vastaajat asioivat tai miksi he eivät asioi kyläkaupassa. Lisäksi kysimme, mitä toivoisit kyläkaupaltasi.

Vastauksista voitiin tunnistaa monia kyläkauppa-asioimiseen *työntäviä* tekijöitä. Esimerkiksi se, että kyläkauppojen yrittäjät tuntevat asiakkaansa, asiakkaiden palvelualltius, henkilökohtainen ja kiireettömän tuntuinen palvelu, ammattitaito sekä hyvä palvelu- ja tuotevalikoima kaupan kokoon ja asiakkaiden ostotarpeisiin nähden. Myös kyläkaupan sijainnilla on tärkeä merkitys koetulle palvelun laadulle. Monet vastaajat kokivat kyläkaupan tärkeäksi sosiaaliseksi ja yhteisöllisyyttä edistäväksi kohtaamispaikaksi.

Avoimiin kysymyksiin saatiin mm. seuraavanlaisia esimerkkivastauksia (n=113)

- *...henkilökunta on ystävällinen ja auttavainen. He ovat ammattitaitoisia ja kiinnostuneita työstään...*
- *...hyvää palvelu ja liha ja makkara tiski..."tuoretta ja luomu ruokaa...uusia tuotteita aina kokeilussa... .."erikoisruokavalioni tavarat saan tilattua omaan kauppaani ja myös vauvallemme olemme saaneet erikoismaidot kauppaamme..."*
- *...kyläkaupoilta saa kaiken tarvittavan....."kun se on lähellä vapaa-ajan mökkiä..."*
- *...helppo ja nopea paikka tehdä ostoksia verrattuna suurempaan kauppaan..."...handlar i by butik bara för att den är nära..."*
- *...asioin, koska koen palvelut tarpeellisiksi ja toivon niiden säilyvän paikkakunnalla... "Samalla näkee jonkun tuttavvan kylältä..."*
- *...lapsena siellä on turvallinen ja helppo asioida. Siellä saan aina apua jos tarvitsen.....*
- *...Kauppala on monipalvelupiste, siis kirjasto, netti ja olohuone yms...."*
- *...mökkiläiselle erittäin tärkeää että kauppa Muurasjärvellä. muuten kauppa matka 30km*
- *....Täällä saarella on hyöin luonnollista, että kyläkaupan palveluja käytetään ensisijaisesti. Kyläkauppojen valikoimat sekä palvelut ovat todella hyviä. Palvelu paljon henkilökohtaisempaa ja ystävällisempää kuin kaupunkien marketeissa.*
- *Kauppa on lähellä ja tuote valikoima ok. Paikallisten leivonnaisten ja kalan myynti huippu juttu!*

6.2 Miksi en asioi kyläkaupassa

Vastauksista voitiin tunnistaa myös monia kyläkaupassa asioimisesta *poisvetäviä tekijöitä*. Osa näistä tekijöistä kohdistui itse kauppaan ja palveluihin, toisinaan asiakkaan omiin ostostentekomielymyksiin, asioimissuuntaan tai esimerkiksi siihen että ei ole autoa käytössä tai että toinen puoliso "hoitaa kauppaasiat". Useimmiten "poisvetäviksi" tekijöiksi tai syiksi mainittiin tuotteiden kalleus, kaupan suppeat valikoimat, pienet tai ahtaat myymälätilat.

Alla muutamia esimerkkejä asiakkaiden vastauksista:

... "on niin kamalan kallista" ... "kyläkauppani on ahdas ja vanha..."

... "Käyn koulussa kaupungissa, teen sieltä suurimmat ostokset, siksi en asioi kaupassa niin paljon kuin ennen. Käyn niin harvoin kaupassa, että kyläkaupan kassa olisi tukossa, jos lähtisin hakemaan sieltä ihan kaiken..."

... "Asioin kyläkaupassa silloin kun en käy koulussa, tai tarvitsen jotain pientä. Valitsen kyläkaupan, joka ei ole lähin kauppani, koska kaupassa saa todella hyvää palvelua ja siellä on suosimiani tuotteita (Pirkka yms.)..."

... "Avovaimo hoitaa ostokset, ei tule siksi käytyä usein kaupassa. Lähinnä silloin, kun täytyy hakea postista jotain, tulee tehtyä heräteostoksia..."

... "Bybutiken är mycket dyrare..."

... "Liian pitkä matka, saatana, 18,5 km. Liikkumavälineenä polkupyörä..."

... "Kaupassa on huono ilmapiiri usein. Kauppiaan ollessa paikalla sen huomaa kyllä, ettei kauppiaas arvosta eikä luota työntekijöihinsä. Kielteinen palaute, alentuva ja väheksyvä puhetapa on tosi vastenmielistä kuultavaa ja katsottavaa..."

... "Haluaisin ostaa enemmän kyläkaupasta, mutta valikoima kyllästyttää..."

... "Joskus jätän käymättä koska en löydä kaikkia mitä tarvitsen ostaa. Polttoaineen jakelu piste voisi olla nykyaikaisempi niin olisi helpompi maksaa kortilla..."

... "Valikoima voisi olla monipuolisempi ja runsaampi ja kauppiaalta toivoisi enemmän aloitteellisuutta ja ripeämpää toimintaa. Pakko käydä joskus muuallakin koska huonoa ei tarvitse ostaa edes säälistä...."

...kyläkaupan ilme puuttuu! palveluallttius ystäväällisyys ,hintataso myyjien pitäis ymmärtää, että kauppa ei toimi jos asian eteen ei tehdä mitään muuta-kuin istutaan kassalla! PALVELUA! ILOISIN MIELIN ASIAKASTA KUUNNELLEN!

....Asioin muualla, kun tarvitsen monipuolisesti tuoreita vihanneksia ja kasviksia - aina kotimaisia mikäli on saatavilla...."

6.3 Toiveita kyläkaupalle

Vastaajat esittivät runsaasti toiveita kyläkaupoilleen ja niiden palveluille. Asiakkaat toivoivat isompia myymälätiloja, pidempiä aukioloaikoja, lisää tuotevalikoimia, apteekki- ja postipalveluja, kasvissyöjille sopivia elintarvikkeita, lääkekaappia, RAY:n pelikonetta, kahvilaa, toripäiviä jolloin myytäisiin lähiruokaa. Myös kesäaikaan sopivia tapahtumia ja kahvilapalveluiden laajempaa mainostamista toivottiin. Muutama vastaaja esitti huolensa kauppiaspariskuntien jaksamisesta.

Aktiivinen kylä nähtiin myös mahdollisena apuna auttaa yrittäjiä käytännöissä ja ideoinnissa sekä työpaineen purkamisessa. Myös yhteistyötä kyläyhdistyksen kanssa toivottiin lisättävän.

Alla muutamia poimintoja avoimista vastauksista (n=97).

...”meillä on aktiivinen kylä, josta saattaisi löytyä apua ideointiin ja jopa helpotusta työpaineisiin. Uskoisin, että yhteistyötä esim. kyläyhdistyksen kanssa kannattaisi lisätä....”

...”että jaksaisivat työssään, koska on arvokasta, että meillä on aktiivinen yrittäjäperhe kauppiaina. Toivon, että kyläkauppa säilyy kylällä...”

...”otetaan asiakkaat aina ensimmäisenä huomioon!..”

... ” toivoisin, en itselleni mutta kylän vanhuksille kauppakassipalvelua...”

...”kyläkaupallani on ahtaat ja vanhat myymälä tilat jonka vuoksi kauppa on ahdas ja siitä johtuen valikoimakin on suppeahko, kaupan uudistaminen auttaisi varmasti tilanetta...”

...”Billigare varor, butiks ägaren vet sin monopol ställning i byn...briserna därefter....”

...”Pirkka tidningen på svenska...”

...”Kahvilapalvelua kannattaisi mielestäni mainostaa esim...”...”ilmoitusta, minä päivinä tuodaan tuoreita lähituotteita myytäväksi. Asiamiesposti olisi hyvä...”

...”lääkekaappi...postipalveluiden säilyminen, Alkon etäpiste.. apteekkipalveluja, kahvilaa. nettipistettä, polttoaineen myyntiä..”Ray:n pelikone..”

...”jatkuvuutta eli toivottavasti löytyy innokkaita ihmisiä jotka jaksavat pyörittää kauppaa...”

...”toivoisin että kauppaan luotaisiin systeemi, että asiakkaat saisivat tilata haluamiaan tuotteita helposti ja nopeasti. Näin voisimme keskittää ostoksemme täysin omaan kylä-kauppaan...”

...”Kauppalan terassille tapahtumia kesäksi...”

...”toripäiviä, joissa myynnissä lähiruokaa...””olisi mahdollisuus nostaa ostosten yhteydessä käteistä...”

...”toivoisin, että hintataso voisi olla matalampi ja että lähiruoan määrää ja tuotevalikoimaa voitaisiin lisätä..”.

...”kasvissyöjille sopivia elintarvikkeita (pähkinät, siemenet, linssit, erilaiset pavut, erikoisvihannekset)...”

...”lisää vaihtuvuutta tuotevalikoimaan, uutuuksia jne.”

...”toivoisin henkilökunnan ripittämisen tapahtuvan muualla kuin kaupassa asiakkaiden nähden ja kuullen. Koulujen ja muiden suurten tilausten tekisi muu kuin kassa-henkilö...”

...”asiakaskyselyt saattaisivat myös tuoda uusia ideoita. Tuotevalikoiman vaihteluun voisi käyttää apuna asiakaspaneelia...”

...”monipuolisempaa kotimaisten ja lähiruoan tuoretuotevalikoimaa; kuten vihanneksia, kasviksia, paikallista kalaa, kananmunia ja mahdollisesti lihaa, mikäli sitä lähistöllä tuotetaan. Enemmän marinoimattomia kana - ja lihatuotteita. Pesuaineisiin ja hygieniatuotteisiin allergisille sopivia tuotteita...”

7 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Kyläkauppa- tutkimuksen tavoitteena oli selvittää kyläkauppojen palveluita ja palveluiden laatua kyläkaupassa asioivien asiakkaiden näkökulmasta. Halusimme kartoittaa palveluiden saatavuutta, riittävyttä, toimivuutta sekä niitä tekijöitä, joita asiakkaat pitävät tärkeänä kyläkaupan palveluita käyttäessään.

Tutkimus osoitti kyläkaupan palveluiden laadun olevan hyvällä tasolla. Palveluiden valikoima on monessa kyläkaupassa jo nykyisellään hyvin laaja. 80 %:ia vastaajista oli erittäin tyytyväisiä kyläkauppaansa kokonaisuutena ja kyläkaupan palveluun ja pitävät kyläkaupassa asiointia viisaana ratkaisuna. Noin 50–60 % oli tyytyväisiä palveluvalikoimaan, tuotteiden saatavuuteen ja asiointiin kaupassa. Kyläkaupassa asioimiseen suhtauduttiin myönteisesti, asiointi koettiin miellyttäväksi ja monet suosittelivat mielellään asiointia tuttavilleen ja ystävillään.

Palveluiden tarjonnassa pidetään tärkeänä asiakkaiden auttamishalua, luottamusta kyläkaupan henkilökuntaan, palvelun ystävällisyyttä ja asiakaspalvelun riipeyttä.

Tutkimus myös osoitti, että noin 65 % vastaajista arvioi ostavansa kyläkaupasta päivittäistavaroita 0-200 eurolla ja 20 % noin 400–600 eurolla kuukaudessa. Alle 6 % vastaajista arvioi ostavansa yli 600 eurolla. Yli 50 % vastanneista asiakkaista asioi 11–20 kertaa ja toisaalta noin 7 % vastaajista asioi yli 30 kertaa kuukaudessa kyläkaupassa.

Kyläkaupat ja niiden asiakkaat ovat erilaisia, ja näin myös toiveet ja tarpeet vaihtelevat kyläkauppojen palveluiden laadun suhteen. Asiakkaat esittivät monia ehdotuksia kyläkaupan palveluiden kehittämiseksi.

Tutkimus osoittaa myös, että kyläkauppojen yrittäjyyttä ja liiketoimintaa on mahdollisuus tukea monin tavoin ja voimin. Mikään kyläkauppa ei menesty ilman ostavia asiakkaita ja hyvinvoivia yrittäjiä. Kyläkauppa voi saada apua ja innostusta oman toiminnan kehittämiseen asiakkailtaan. Aktiiviset ja yhteisölliset kylät ja kyläyhdistykset ovat hyvä esimerkki tästä.

Tutkimustulokset antavat itäviä kehittämissyötteitä maaseudun asumisen ja asumista tukevan yrittäjyyden ja liiketoiminnan edistämistyöhön. Kyläkaupoilla ja niiden palveluiden saatavuudella ja toimivuudella on tärkeä rooli kylien yhteisöllisyyden voimistamisessa, erityisesti harvaanasutulla maaseudulla ja ydinmaaseudulla.