

MARKNADSUNDERSÖKNING I HALLSBERG



**SYDNÄRKES UTBILDNINGSFÖRBUND
SAMHÄLLSPROGRAMMET
SP3EU**

Innehållsförteckning

<u>1 Inledning</u>	3
<u>1.1 Bakgrund till projektet</u>	3
<u>1.2 Målet och syftet med projektet</u>	3
<u>1.3 Avgränsningar</u>	3
<u>1.4 Metod</u>	3
<u>2 Resultat</u>	4
<u>2.1 Resultat av undersökning på stan</u>	4
<u>2.1.1 Kvinnor</u>	4
<u>2.1.2 Män</u>	5
<u>2.2 Resultat av telefonundersökning</u>	7
<u>2.2.1 Vad handlar du i Hallsberg?</u>	8
<u>2.2.2 Var handlar du kläder?</u>	8
<u>2.2.5 Varför handlar du i Hallsberg?.</u>	10
<u>2.2.6 Varför handlar du inte i Hallsberg?</u>	11
<u>2.2.7 Vad tycker du om utbudet i Hallsberg?</u>	11
<u>2.2.8 Vilka ändringar kan man göra för att fler skall komma och handla i Hallsberg?</u>	12
<u>2.3 Resultat av undersökning på station</u>	13
<u>2.3.1 Övriga Sverige</u>	13
<u>2.3.2 Örebro län</u>	13
<u>2.3.3 Hallsberg</u>	14

1 Inledning

1.1 Bakgrund till projektet

Stora köpcentra runt större städer, t ex Örebro, är som stora magneter som drar till sig en allt större kundkrets. Detta resulterar i att företagen på de mindre orterna runt omkring missgynnas då människor väljer att åka till de större köpcentren. Hallsbergs kommun bad oss, Sp3Eu, att undersöka dagsläget vad det gäller handel i Hallsberg.

1.2 Målet och syftet med projektet

Syftet med undersökningen är att ta reda på hur det ser ut idag när det gäller handeln här i Hallsberg. Var och vad handlar människor och om de inte handlar i Hallsberg vill vi ta reda på varför de väljer något annat alternativ. Hur ska man få hallsbergare och andra konsumenter att handla på orten och vad är det som fattas för att attrahera dessa att handla mer i Hallsberg?

1.3 Avgränsningar

Då eleverna gör marknadsundersökning på skoltid har populationerna i undersökningen begränsats till personer som varit tillgängliga under dagtid. Vi har valt att fråga angående den vardagliga konsumtionen.

1.4 Metod

Genom en marknadsundersökning, där vi väljer ut tre kluster¹, försöker vi att beskriva konsumtionsmönstren i Hallsberg. Vi väljer att dela in populationen i tre kluster, allt för att få en allsidig belysning av konsumtionsmönster i Hallsberg. Klustren består av de som handlar i de lokala affärerna i Hallsberg, de som är på resande fot och besöker stationen i Hallsberg och övriga hallsbergare som vi når via telefon.

¹ Kluster är en population som har så liten standardavvikelse som möjligt.

2 Resultat

2.1 Resultat av undersökning på stan

2.1.1 Kvinnor

Kvinnor som handlar i Hallsberg

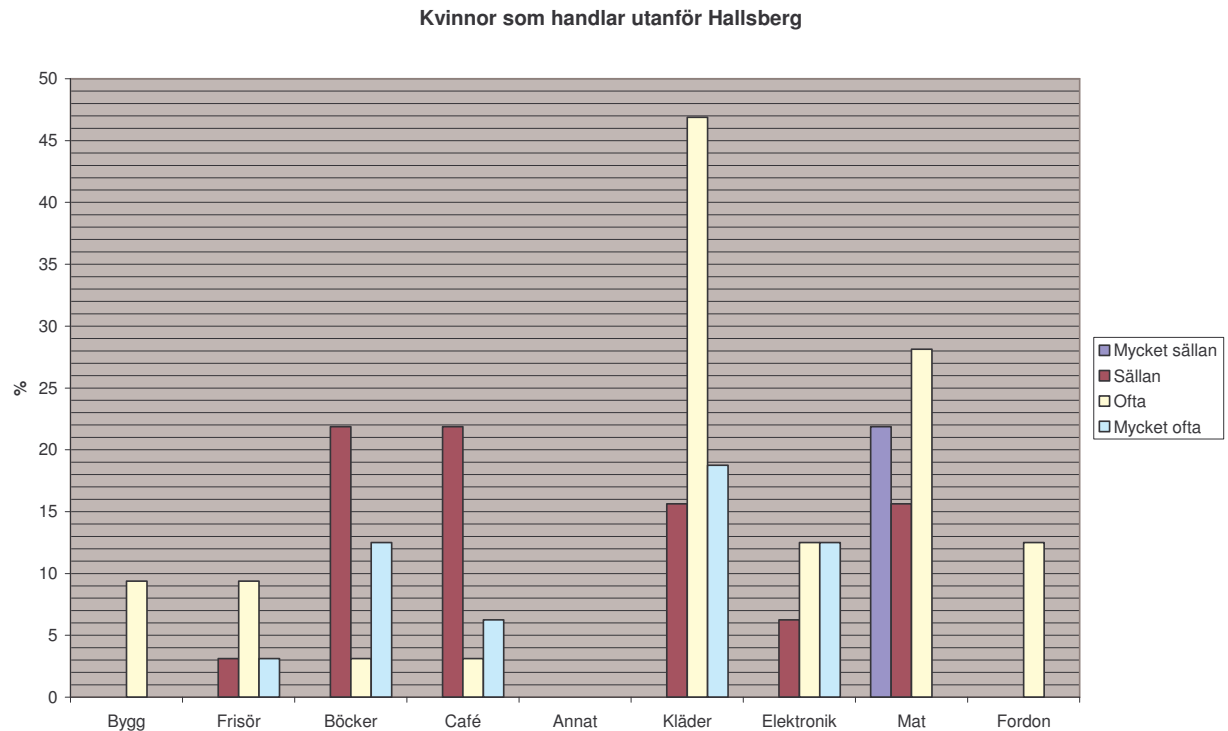
I denna undersökning har vi intervjuat 32 kvinnor i olika åldrar på Hallsberg Centrum. När vi gjorde den här undersökningen märkte vi att cirka en tredjedel av kvinnorna inte är nöjda med utbudet utav kläder i Hallsberg. Många ville ha fler stora klädkedjor och några tyckte det räckte med bara ett par småbutiker till. Ett par klädkedjor som kvinnorna saknade var till exempel Hennes & Mauritz och Gina Tricot. Här spelar också ålderskillnad in, då det var fler unga än äldre kvinnor som ville ha större utbud än exempelvis Lindex, som är en av de få kvinnliga klädaffärerna i Hallsberg idag.

Som ni kan se i diagrammet nedan så är det mest frisörer, caféer och mat som går hem i Hallsbergs kommun.



Kvinnor som handlar utanför Hallsberg

I undersökningen frågade vi även vad kvinnorna konsumerar utanför Hallsberg. Kläder toppar listan, dock skulle inte missnöje uppstå om fler klädbutiker öppnade i närområdet. En granskning visar även att böcker, frisörtjänster, elektronik och mat konsumeras på andra orter.



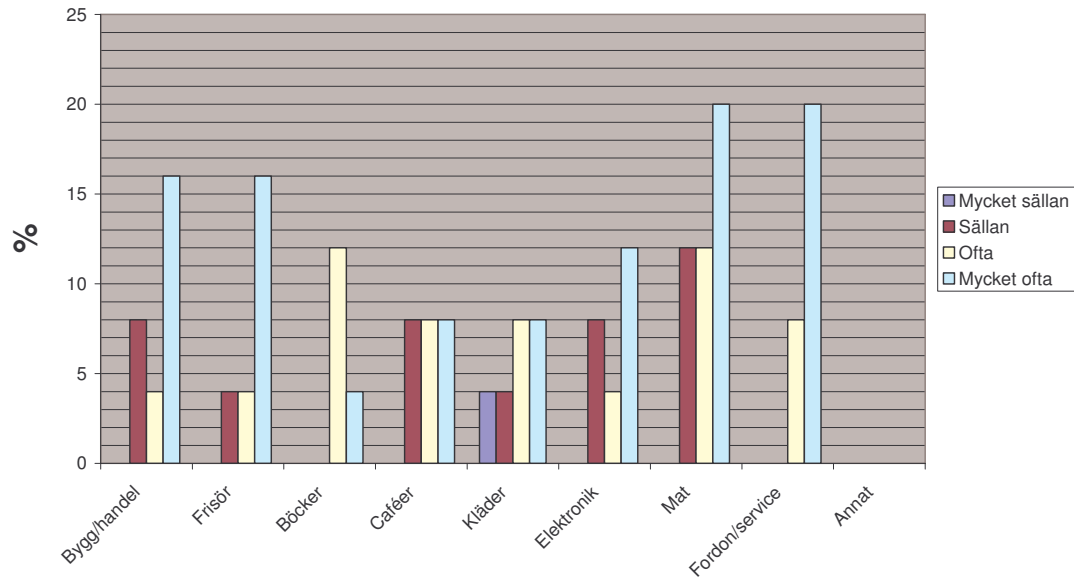
2.1.2 Män

Från diagrammet kan man utläsa att männen liksom i Hallsberg handlar sin mat på hemorten medan de köper sällanköpsvaror såsom kläder och elektronik utanför Hallsberg.

Kommentarer om vad som saknas i Hallsbergs utbud: ”Mer bildelar”, ”Ett köpcentrum”, ”Allt”, ”Märkesklädesaffär”, ”Elektronikkedja”, ”Mer elektronik och bygg t.ex. K-rauta, Silvan och Bauhaus”, ”Större utbud av det mesta”.

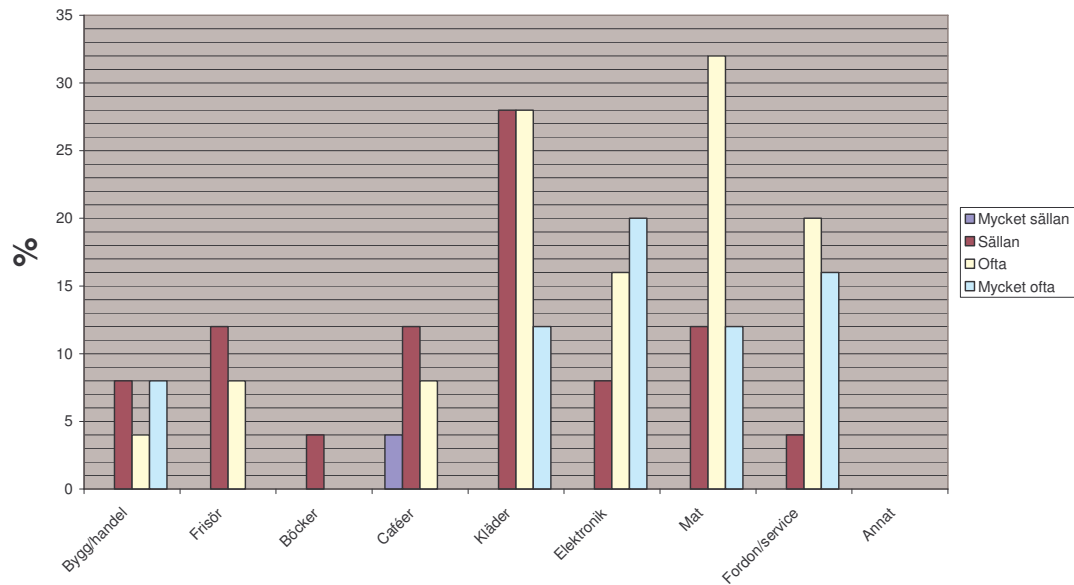
De flesta vill ha ett större utbud av elektronik, märkeskläder och bygghandel. Vissa har även önskemål om ett köpcentrum, som definitivt skulle höja Hallsbergs status. Ett köpcentrum i Hallsberg skulle locka till sig många privatpersoner utifrån, och skulle göra så att de som redan bor i Hallsberg skulle konsumera betydligt mer.

Män som handlar i Hallsberg



Populationen i det första diagrammet, som visar vad män som handlar i Hallsberg köper, är 21st. Diagrammet är uttryckt i procent (%).

Män som handlar utanför Hallsberg



Populationen i det andra diagrammet, som visar vad män som handlar utanför Hallsberg köper, är 37st. Diagrammet är uttryckt i procent (%).

2.2 Resultat av telefonundersökning

De allra flesta av de tillfrågade Hallsbergsborna uppger att de handlar mycket av sin mat i Hallsberg. Den största konkurrenten är ICA Maxi i Kumla, då en av anledningarna som kom upp var att Hallsbergs matvarubutiker inte erbjuder ekonomiförpackningar i tillräckligt stor utsträckning.

Konkurrensen är ännu större inom områden som exempelvis kläder och elektronik, då kunderna oftast dras till Örebro och Marieberg på grund av större utbud och billigare priser.

Den överlägset vanligaste anledningen till varför Hallsbergsborna handlar på hemorten är närheten till handel. Detta kombineras ofta med andra åsikter som t.ex. bra parkering och god service.

En stor del av deltagarna i undersökningen visar en vilja att gynna hemkommunen och anger att de av den anledningen försöker att handla i Hallsberg så mycket som möjligt när utbudet tillåter. En annan åsikt som förekom var att Hallsberg överlag erbjuder tillräckligt mycket för att tillgodose konsumenternas behov, dock finns meningsskiljaktigheter, framför allt mellan de yngre och äldre. Unga söker sig hellre till större konsumtionscentra som exempelvis Örebro och Marieberg, medan den äldre gruppen konsumenter finner Hallsbergs utbud fullt tillräckligt.

Vid frågan om vid vilka ändringar som skulle kunna göras för att locka fler till Hallsberg, så skiljde sig svaren markant. Några uppgav att de inte trodde att man kunde göra så mycket åt saken, på grund av att den konkurrens Hallsberg utsätts för är svår att besegra.

Flera hade även önskemål om utökat utbud inom kläder, elektronik och musik. De nuvarande klädaffärerna Lindex och Dressmann är ganska populära, men ett ökat urval skulle uppskattas, och då främst damkläder, större storlekar och barnkläder.

Flera påstod också att ett roligare centrum med en tilltalande huvudgata och alternativt ett varuhus skulle öka shoppingglädjen, med alla butiker koncentrerade till en yta. Att lägga fokus på Östra Storgatan ansågs viktigt, för att det inger en tydligare stadskänsla. Detta anser man kan bidra till att Hallsberg hävdar sig i konkurrensen med andra städer.

Något annat som skulle kunna regleras är affärernas öppettider, då de flesta arbetar under denna tid.

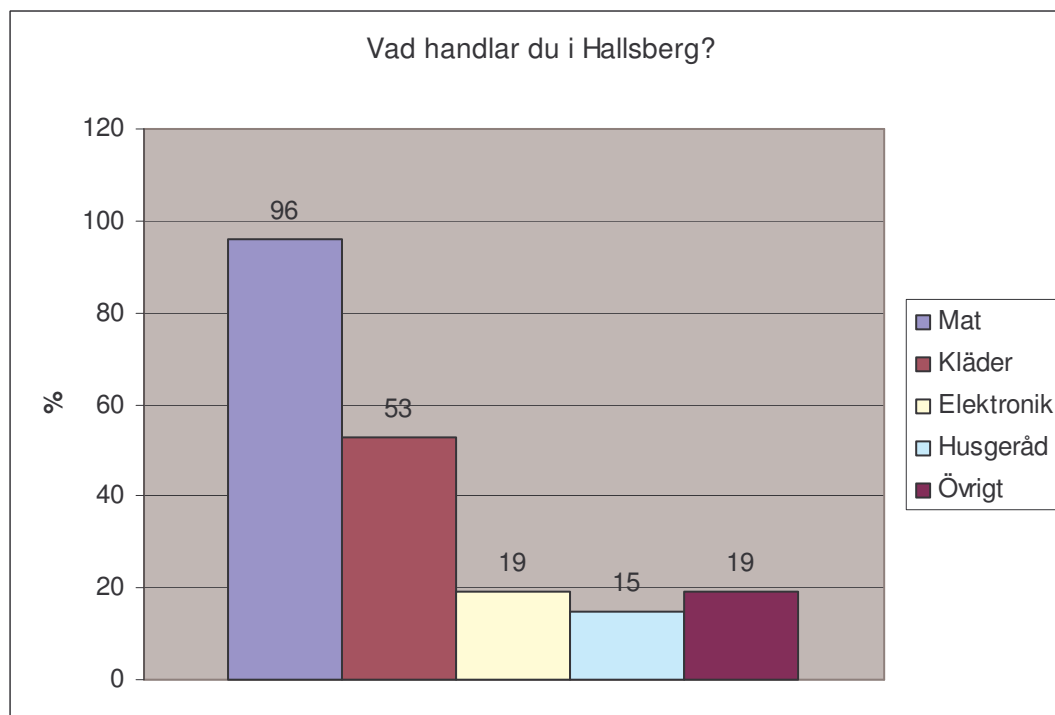
Att satsa på järnvägen, och göra den till en fördel för Hallsbergs handel är ytterligare något som kom upp. Genom reklam kan man då locka folk från stationen och få dem att upptäcka vad Hallsberg har att erbjuda. Ett annat förslag var att sätta upp lättöverskådliga och moderna informationsskyltar för att genomresande ska få upp ögonen, och inte bara sitta kvar på stationen om de skulle behöva vänta på sitt tåg.

En förutsättning för att handeln i Hallsberg ska öka är att människor bor här, och förslag om att öka arbetstillfällena av olika slag nämndes som en åtgärd som kan vidtas.

Ett intresse för olika typer av anordnade evenemang visades också, för att få ut folk i samhället och pålysa Hallsbergs positiva sidor.

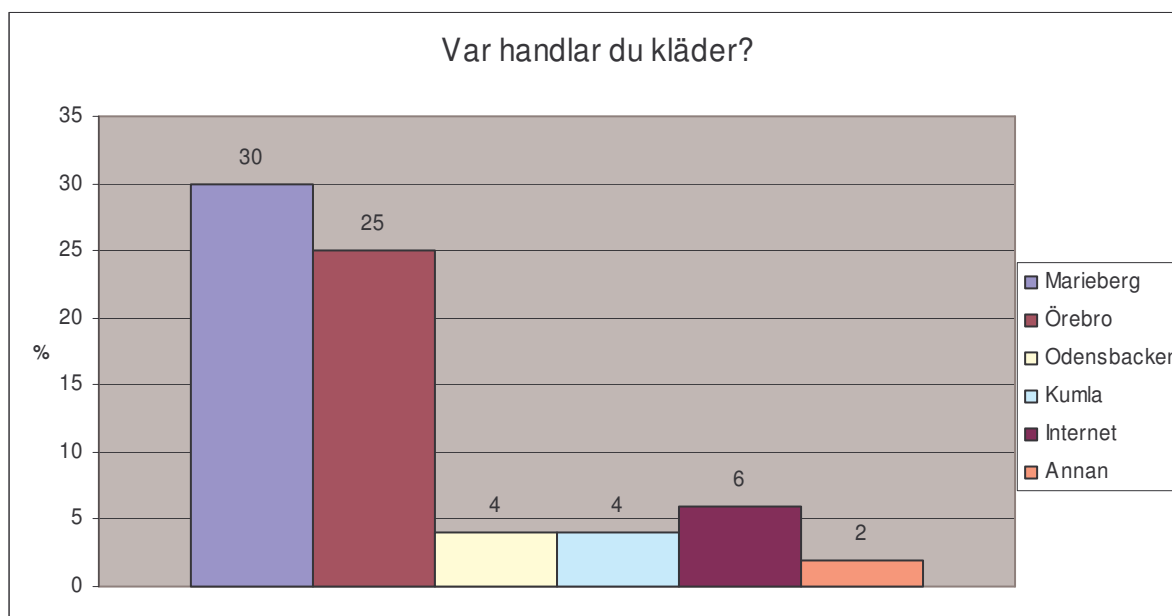
2.2.1 Vad handlar du i Hallsberg?

53 personer deltog i telefonundersökningen. Alla diagram är uttryckta i procent (%). Det bör tilläggas att de tillfrågade har fått svara fritt och inte behövt välja mellan alternativen till höger. Det var även möjligt att välja fler alternativ än ett.



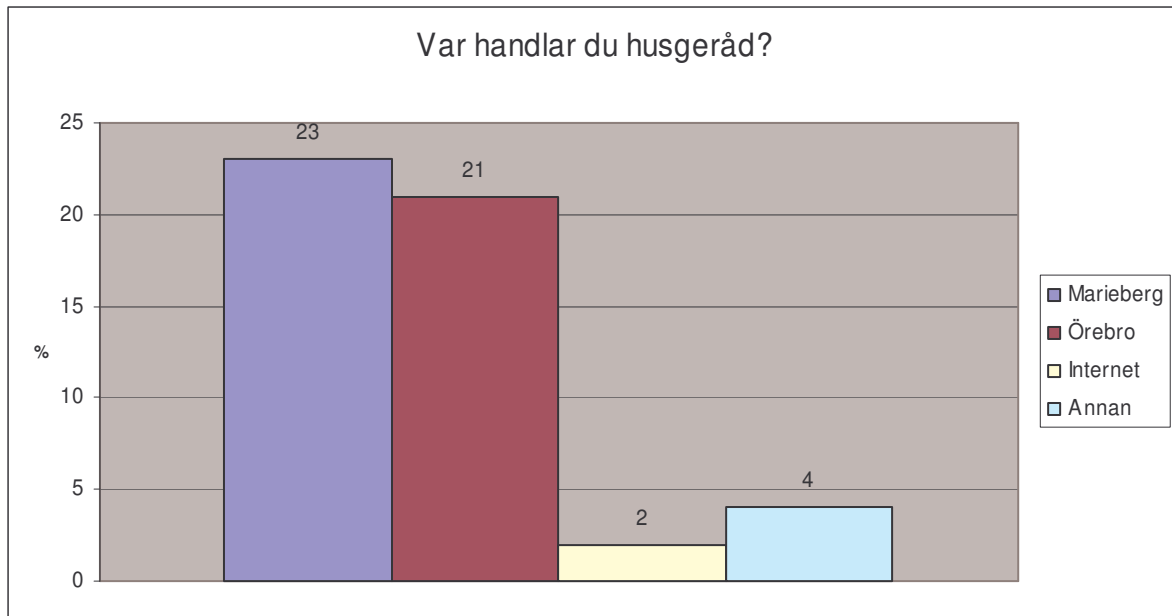
2.2.2 Var handlar du kläder?

Det bör tilläggas att de tillfrågade har fått svara fritt och inte behövt välja mellan alternativen till höger. De procent som inte är medräknade i ovanstående diagram representerar för konsumenter som handlar i Hallsberg.



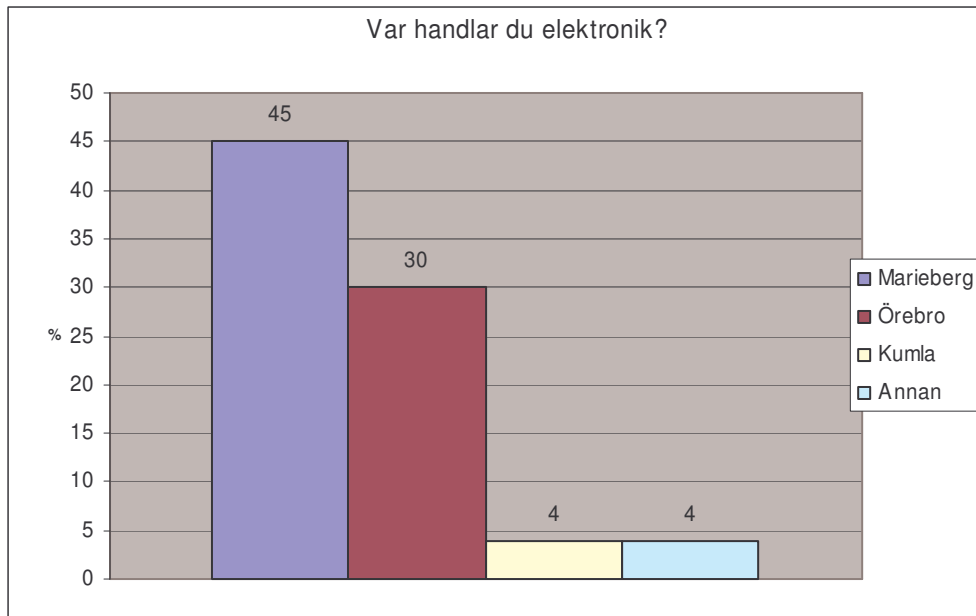
2.2.3 Var handlar du husgeråd?

Det bör tilläggas att de tillfrågade har fått svara fritt och inte behövt välja mellan alternativen till höger. De procent som inte är medräknade i ovanstående diagram representerar för konsumenter som handlar i Hallsberg.



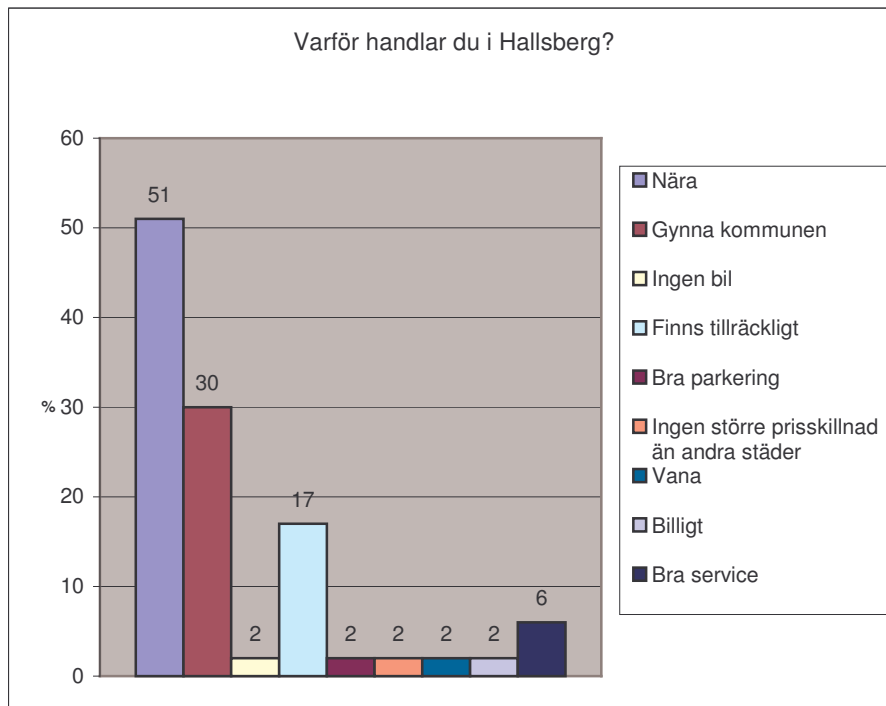
2.2.4 Var handlar du elektronik?

Det bör tilläggas att de tillfrågade har fått svara fritt och inte behövt välja mellan alternativen till höger. De procent som inte är medräknade i ovanstående diagram representerar för konsumenter som handlar i Hallsberg.



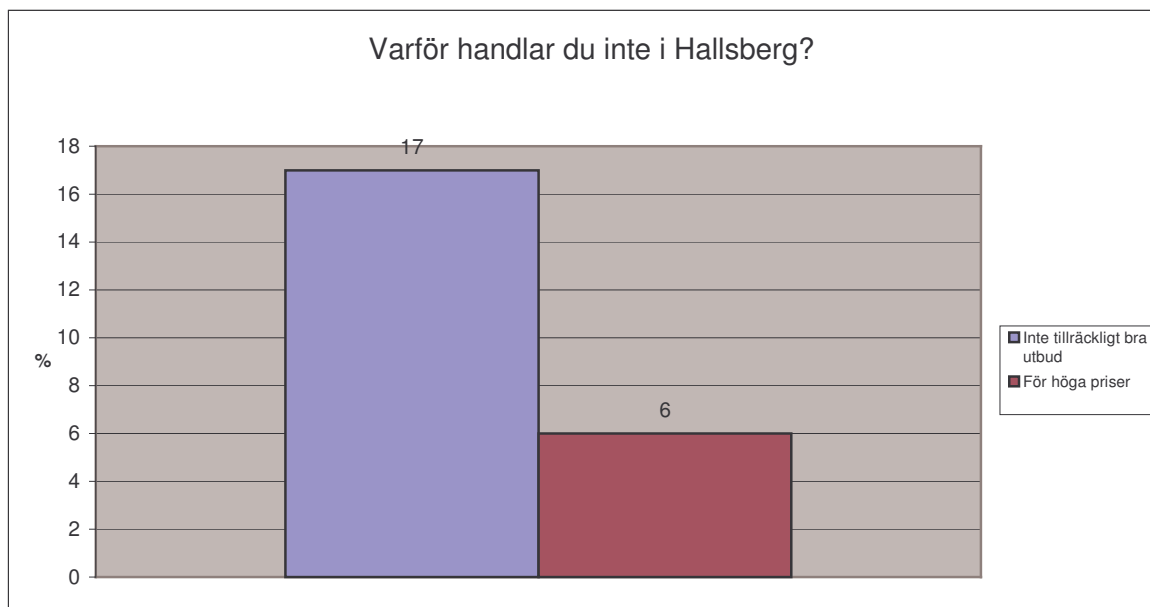
2.2.5 Varför handlar du i Hallsberg?

Det bör tilläggas att de tillfrågade har fått svara fritt och inte behövt välja mellan alternativen till höger. De procent som inte är medräknade i ovanstående diagram representerar för konsumenter som handlar i Hallsberg.

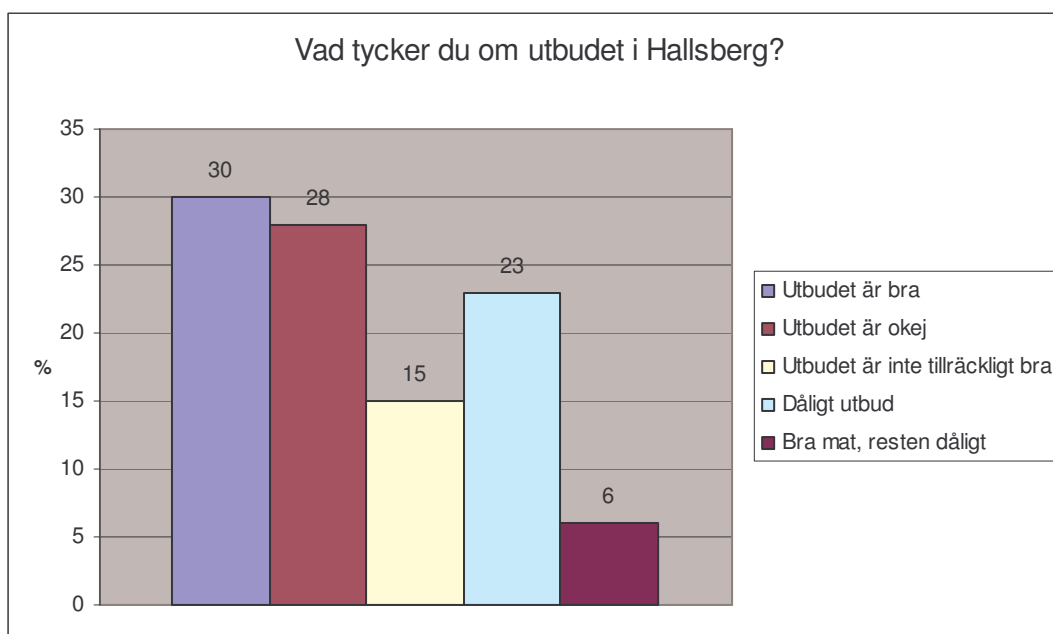


2.2.6 Varför handlar du inte i Hallsberg?

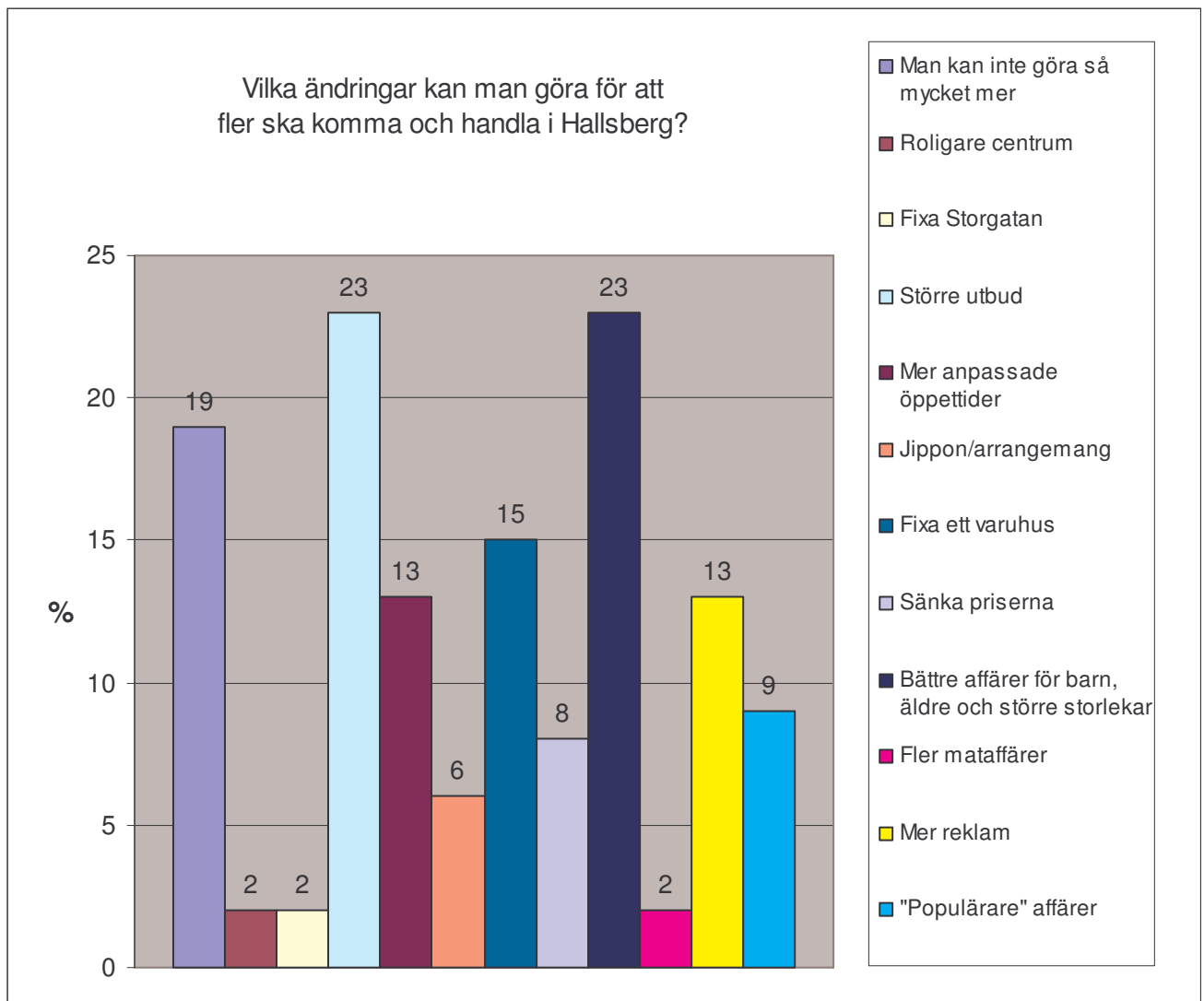
Det bör tilläggas att de tillfrågade har fått svara fritt och inte behövt välja mellan alternativen till höger. De procent som inte är medräknade i ovanstående diagram representerar för konsumenter som handlar i Hallsberg.



2.2.7 Vad tycker du om utbudet i Hallsberg?



2.2.8 Vilka ändringar kan man göra för att fler skall komma och handla i Hallsberg?

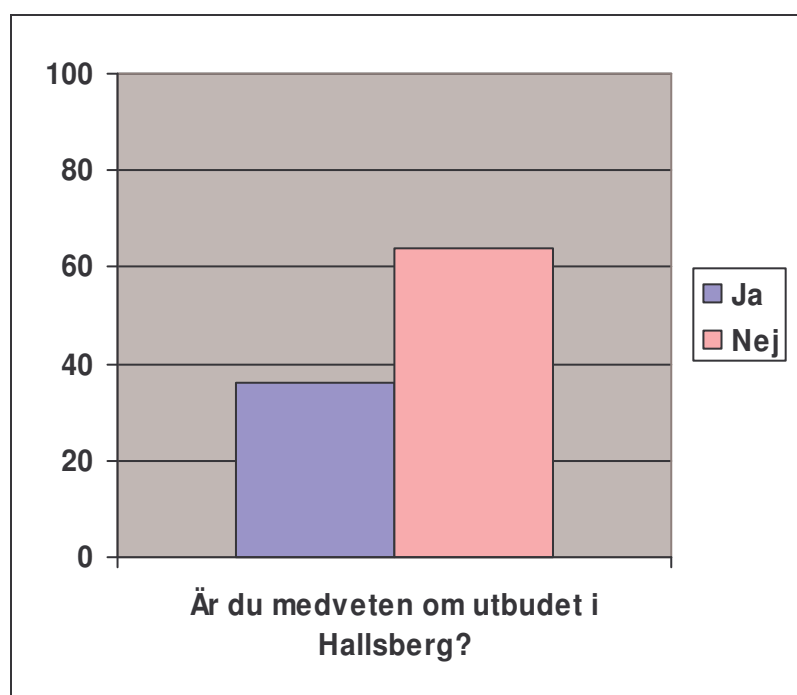


2.3 Resultat av undersökning på station

Vi genomförde undersökningen på Hallsbergs tågstation, där vi hade möjlighet att fråga människor från Hallsberg, Örebro län och övriga Sverige, och därmed få variation på svaren. Vi har delat in svaren i tre olika kategorier, beroende på var man kommer ifrån.

2.3.1 Övriga Sverige

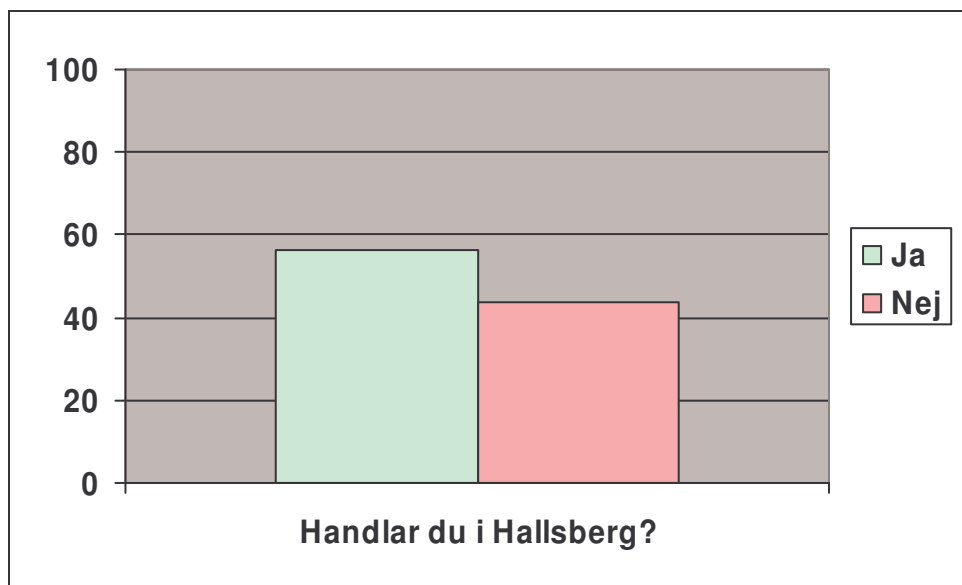
- En majoritet har inte utforskat Hallsbergs utbud.
- De är därmed inte medvetna om vad Hallsberg har att erbjuda.
- Intresset för Hallsberg är svagt
- Trots detta anser några att Hallsberg är mysigt och att staden har potential.



Övriga Sverige i procent
(14 personer är tillfrågade)

2.3.2 Örebro län

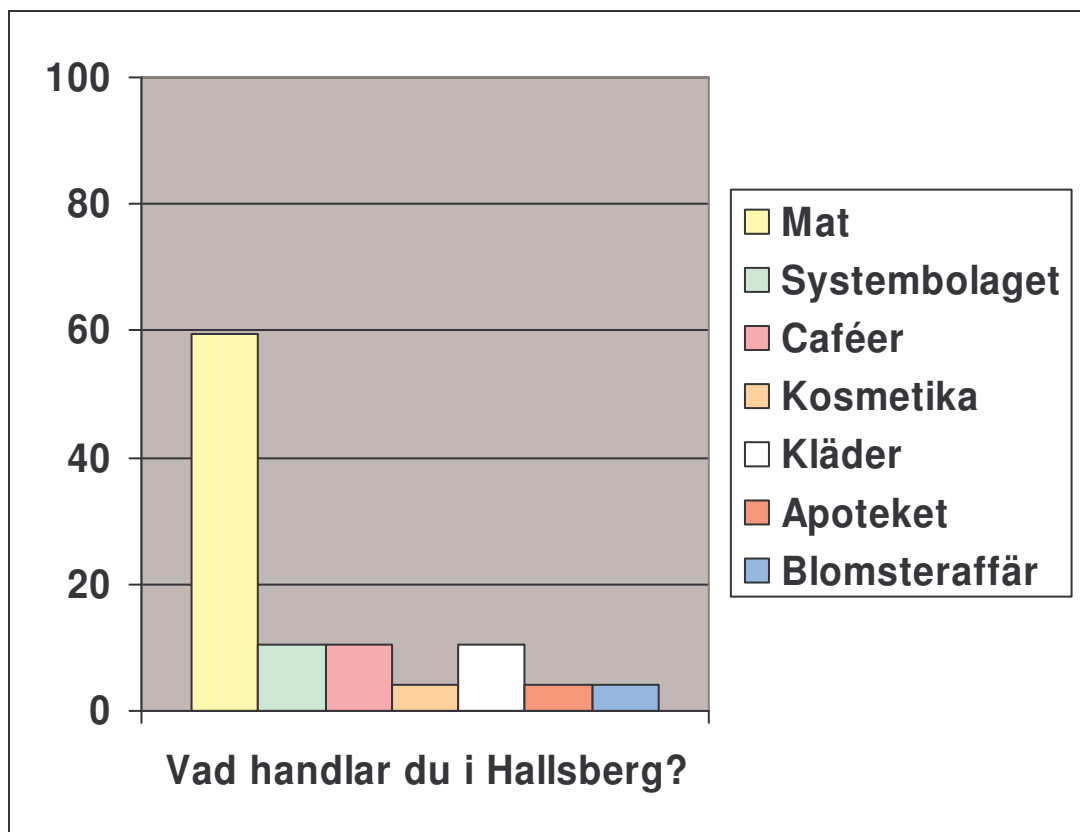
- En majoritet av de tillfrågade från Örebro län handlar i Hallsberg. (56,5 %)
- Mat, alkohol, fika, kioskprodukter är det störst åtgång på.
- De som inte handlar här anser att andra ställen lockar mer.
- En stark majoritet tycker inte att Hallsberg lockar till handel. (77,2 %)
- Det finns potential men någonting saknas.



Örebro län i procent
(23 personer är tillfrågade)

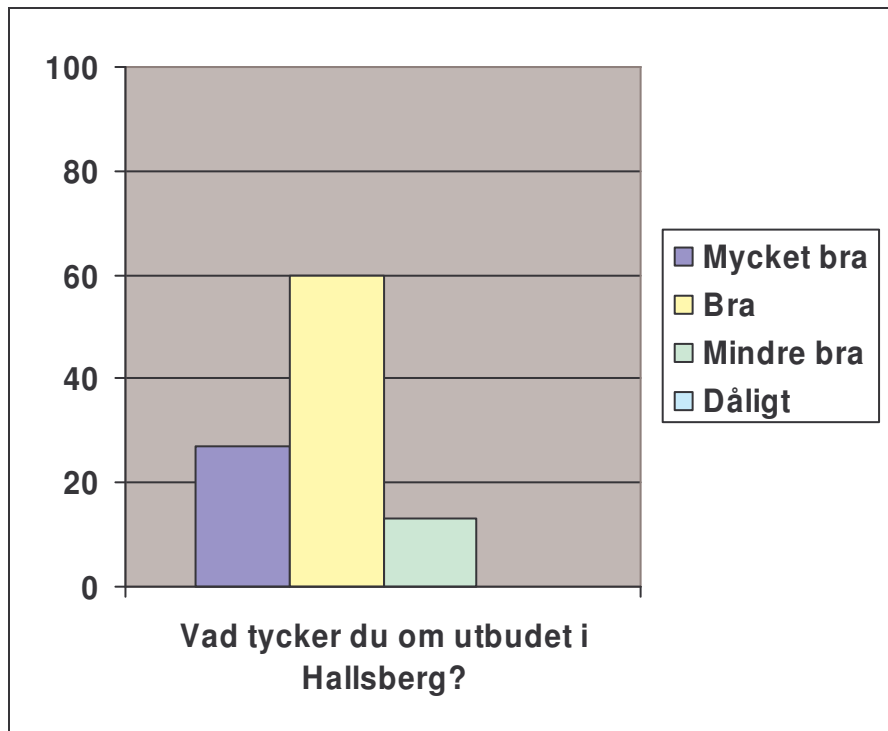
2.3.3 Hallsberg

- Alla Hallsbergsbor handlar i Hallsberg.
- Det som handlas är mat, alkohol, blommor, apoteksvaror, kläder och smink.
- Det vanligaste är att de handlar några gånger i veckan.
- En majoritet tycker att Hallsberg utbud är *bra*.



Hallsberg i procent

(15 personer är tillfrågade)



Hallsberg i procent
(15 personer är tillfrågade)

Medverkande i marknadsundersökningen

Projektledare: Bengt Myhrman

Skapare av framsida: Kristoffer Zettergren ©

Undersökning på stan:

Sofia Arthursson
Emelie Borg
Martin Brandel
Emma Bäcklander
Viktor Hörman
Amanda Johansson
Ramin Jussubov
Alena Krnjic
Dalida Matiros
Joakim Nilsson
Erik Nolér
Tobias Widlund

Undersökning på station:

Frida Berglund
Rebecka Colin Karlsson
Lena Henningson
Emelie Jansson
Sofia Jönsson
Sara Lindberg
Alexandra Mänd
Isac Nordin
Anneli Nygren
Mathias Sjöström

Undersökning per telefon:

Sofia Eriksson
Hanna Hammarbacken
Emelie Kungsberger
Kristoffer Zettergren